

Suplemento OJE

# emprego e formação

Segunda-feira, 18 de Fevereiro de 2008

Número 382



## Qual é a sua promessa de trabalho?



# MARKETING PESSOAL

## Ferramenta imprescindível

Este é um conceito que não se prende a uma só área de actuação, como vendas ou liderança. O marketing pessoal é tudo aquilo que é no seu círculo de relações interpessoais e profissionais

**A** trajetória pessoal e profissional sempre foi e continuará a ser um património individual que deve ser gerido com rigor e competência. A cada dia que passa este tema ganha mais importância. A sua capacidade de auxiliar a inserção de profissionais no mercado é, efectivamente, uma vantagem competitiva. Por isso, o profissional deve construir uma marca pessoal no universo onde actua, sendo essa a sua principal ferramenta para se posicionar diante dos desafios. A inércia, nos dias de hoje, sai cara em termos de carreira profissional e pode até afectar as actividades do dia-a-dia.

Marketing pessoal é, assim, o acto de um indivíduo ir modificando o seu comportamento e a sua forma de agir, visando um melhor posicionamento no mercado, nas empresas que lhe interessam. Para isso o indivíduo precisa desenvolver técnicas para poder divulgar a sua imagem, a sua competência e utilizar os seus contactos para chegar onde quer. Mais. O profissional deve entender o que o mercado precisa (no caso concreto “mercado” é a empresa onde quer trabalhar), para se adaptar, estudar e poder evoluir nesse sentido. Tudo sem esquecer que marketing pessoal deve ser feito na base da verdade, da ética e conforme os valores do ambiente onde quer actuar.

**Marketing pessoal é ir modificando a forma de agir para melhor se posicionar no mercado**

### SEJA A SUA PRÓPRIA MARCA

Lidamos diariamente com um dilema: não demonstramos o que realmente somos. Também a percepção que os outros têm ou esperam de nós é diferente.

Por isso, o conceito de marca pessoal vem responder a este “dilema”.

A marca é:

Na vida profissional. A forma de mostrar aos clientes o que podem esperar de nós.

- Aquilo que transforma as transacções em relações de longo prazo mutuamente benéficas.

- O meio através do qual os negócios conquistam credibilidade – através da qualidade que representam e proporcionam.

- Uma relação e não uma afirmação.

Nos negócios. A percepção ou emoção que o cliente tem e que descreve a experiência de manter uma relação com dada organização, ou consumir os seus produtos ou serviços.

A nível pessoal. A percepção ou a emoção que o outro tem e que descreve toda a experiência na relação que mantém connosco.

### PROMESSA NO TRABALHO

Em suma, todos temos uma marca, um reflexo do que somos e do que acreditamos e isso está sempre pre-

sente naquilo que fazemos e como o fazemos.

Quando o objectivo e importância da pessoa no trabalho é claro para o indivíduo, reconhecida e reforçada pela organização, a moral aumenta, as relações crescem e aprofundam-se. Os clientes reconhecem.

Uma das formas mais inspiradoras e significantes como se pode expressar o objectivo no trabalho é através da promessa feita, embora silenciosamente, aos clientes, aos colegas e à empresa no geral.

Para melhor aplicar a promessa no trabalho, considere:

- Quais são as relações-chave na vida laboral? Os “clientes” são os mais afectados pela qualidade do trabalho;

- O que é que estas pessoas esperam de mim? As acções e os resultados são especialmente relevantes no contexto destas relações;

- Como posso aplicar a promessa da minha marca de forma a ser ao mesmo tempo distintivo e relevante nestas relações? Pense na situação onde se pode claramente demonstrar a sua promessa de marca para causar real impacto.

Por último, lembre-se que o sucesso é o que cada um de nós define e deve basear-se nas nossas aspirações e nos nossos valores pessoais.