

Marketing Pessoal como fator de inclusão nas organizações

Muito se ouviu e ainda se ouve falar em marketing pessoal como diferencial competitivo para profissionais em ascensão ou que desejam a ascensão.

A projeção online de um profissional se faz bem rápido e a qualquer tempo, afinal, as ferramentas estão ao dispor de todos. As redes sociais LinkedIn e o cartão de visitas About.me são alguns dos exemplos que podem elevar um profissional a se tornar conhecido, citado e lembrado entre os selecionadores do mercado.

A incógnita é: será que este profissional está realmente apto a compor uma equipe arrojada ou a obter aquele cargo estratégico dentro das organizações?

O que se vê hoje é que os jargões: *"quem não é visto não é lembrado"* e *"você não precisa ser, precisa apenas parecer que é"* realmente e infelizmente são verdades.

De um lado profissionais extremamente competentes, com inúmeros títulos e uma vasta carteira de relacionamento e do outro, profissionais projetados ou que se projetam (todo o tempo), ou seja, que até em alguns casos possuem tudo isso que estes tais profissionais extremamente competentes possuem, mas que brilhantemente sabem se vender mais e melhor do que o que realmente são capazes de realizar e desempenhar. Eis aí o tal diferencial competitivo: marketing pessoal.

Nos dias de hoje, ter um diferencial competitivo é saber explorar o seu marketing pessoal no pré (quando se busca uma recolocação sabendo de forma promissora se apresentar ao mercado), no durante (quando se está na organização e precisa se vender todo o tempo interna e externamente) e no pós (deixando portas abertas e levando consigo contatos que realmente poderão auxiliá-los em um novo desafio).

Na corrida por uma boa "cadeira" vale a pena repensar onde você está se projetando, como e para quem. Avaliado estes pontos, construa a sua imagem. Quem é você dentro de uma organização? Como você atua frente aos desafios? Quais são as suas capacidades reais?

Marketing pessoal, nos dias de hoje, de acirrada competitividade, é se alertar para o fato de que títulos, *know how* e experiências são importantes, afinal é isso que sustentará a sua imagem projetada e permanência na empresa, entretanto agregar a tudo isso a capacidade de se projetar, adequando um discurso pessoal íntegro, sendo verdadeiramente um líder de opinião em determinado assunto a qual domina e principalmente sabendo dizer as coisas certas nas horas certas, é que te levará a patamares mais altos.

No mundo corporativo, amplie seu marketing pessoal, sendo vitrine ou espelho. Seja vitrine: se vendendo todo o tempo, de forma polida verdadeira e transparente, ou seja, espelho: projetando algo de bom para as pessoas e fazendo com que elas pensem ser um pouco iguais a você.

Projete-se. Faça a sua diferença. Faça o seu próprio futuro.

Carla Artave

[ARTAVE, C. C. P.]

Professora de Administração de Marketing da Faculdade Oswaldo Cruz em SP.
Co-founder da KKBIZ. Criadora do Programa PEP - PERSONAL ENHANCEMENT PROGRAM.

carla.artave@kkbiz.com.br
Skype | kkbizz
LinkedIn | Carla Artave
About.me | carla.artave