

CENTRO PAULA SOUZA
ETEC ALBERTO SANTOS DUMONT
TÉCNICO EM SECRETARIADO

Alice Santos Silva
Alyne de Souza Lima
Beatriz Lopes Cunha de Moura
Gabrielly Martins da Silva
Lorena Almeida de Jesus
Vivian Santana da Silva

O PODER DO MARKETING PESSOAL E DA COMUNICAÇÃO

Guarujá
Dezembro/2017

Alice Santos Silva N°02
Alyne de Souza Lima N° 03
Beatriz Lopes Cunha de Moura N°04
Gabrielly Martins da Silva N°10
Lorena Almeida de Jesus N°20
Vivian Santana da Silva N°27
Turma 3S

O PODER DO MARKETING PESSOAL E DA COMUNICAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Secretariado da Etec Alberto Santos Dumont, orientado pela Prof.^a Areta Lins como requisito parcial para obtenção do título de técnico em Secretariado.

Guarujá
Dezembro/2017

DEDICATÓRIA

Dedicamos esse Trabalho de Conclusão de Curso, a nossos familiares que nos deram força para continuarmos até o fim desse curso, também a todos os professores que nos ajudaram a produzir esse trabalho.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos especialmente a Deus por nos ter proporcionado esta oportunidade, também a todo apoio de nossos familiares e professores que nos auxiliaram até ao nosso término do curso.

Agradecemos a todos que não duvidaram de nossa capacidade e trabalharam junto aumentando nossas expectativas e paciência nessa grande etapa.

“Se você não der ao mercado sua história, eles vão definir **a história da sua marca** por você.”

– David Brier

RESUMO

Este trabalho de conclusão de concurso abordará o assunto cujo qual tem faltado no desenvolvimento da carreira de muitos profissionais, o famoso “**MARKETING PESSOAL**” e ressaltando a importância do mesmo se aplicado de maneira correta na vida do profissional o levando ao auge do sucesso.

Apresentaremos os conceitos das palavras “marketing pessoal”, “marketing” e “comunicação”. **Mostrando o quão importante é na área Secretarial**, visando à melhoria na carreira do profissional, dando dicas importantes para um bom desenvolvimento do marketing pessoal em sua vida.

Por fim, mostraremos a pesquisa de campo realizada pelos integrantes deste grupo, exibindo o questionário utilizado e seus respectivos gráficos.

PALAVRAS-CHAVE: Marketing Pessoal, Comunicação, Profissional em Secretariado.

ABSTRACT

In this work of conclusion of the contest we will approach the subject which has lacked in the career development of many professionals the famous **"PERSONAL MARKETING"** and emphasizing the importance of it if applied in a correct way in the life of the professional taking it to the peak of success.

We will present the concepts of the words "personal marketing", "marketing" and "communication". Next we will emphasize the importance of the personal marketing in the Secretarial area aiming at the improvement in the career of the professional.

Finally, we will show the field research performed by the members of this group, showing the questionnaire used and their respective graphs.

KEY WORDS: Personal Marketing, Communication, Secretary (a).

RESUMEN

En este trabajo de conclusión de concurso abordaremos el tema que ha faltado en el desarrollo de la carrera de muchos profesionales el famoso **"MARKETING PERSONAL"** y resaltando la importancia del mismo si se aplica de manera correcta en la vida del profesional lo llevando al auge del éxito.

Presentaremos los conceptos de las palabras "marketing personal", "marketing" y "comunicación". En seguida destacaremos la importancia del marketing personal en el área de la Secretaría para la mejora en la carrera del profesional.

Por último, mostraremos la encuesta de campo realizada por los integrantes de este grupo, exhibiendo el cuestionario utilizado y sus respectivos gráficos.

PALABRAS CLAVE: Marketing Personal, Comunicación, Secretario (a).

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Postura – Fonte: Elaborado pela equipe	17
Gráfico 2 - Marketing Pessoal – Fonte: Elaborado pela equipe	17
Gráfico 3 - Comunicação– Fonte: Elaborado pela equipe	18
Gráfico 4 - Vestuário – Fonte: Elaborado pela equipe	18
Gráfico 5 - Diferencial– Fonte: Elaborado pela equipe	19
Gráfico 6 - Marketing pessoal e Comunicação	19
Gráfico 7 - Metas e Objetivos	20

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	10
2. CONCEITO.....	11
2.1 COMUNICAÇÃO	11
2.2 MARKETING.....	11
2.3 MARKETING PESSOAL	11
3. MARKETING PESSOAL NA ÁREA SECRETARIAL.....	12
4. MARKETING PESSOAL, COMO FAZÊ-LO CORRETAMENTE?.....	13
4.1. Defina suas metas	13
4.2. Estabeleça os seus diferenciais.	13
4.3. Estipule o seu “público-alvo”	14
4.4. Trabalhe sua forma de comunicar-se.	14
4.5. Tenha uma postura profissional.	14
4.6. Invista em sua imagem	14
4.7. Seja visto	15
5. PESQUISA DE CAMPO.....	16
5.1 QUESTIONÁRIO.....	16
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	21
7. REFERÊNCIAS.....	22

1 INTRODUÇÃO

Este Trabalho de Conclusão de Curso tem como tema “O Marketing Pessoal e a Comunicação na área secretarial” Apresentaremos a grande amplitude do Marketing pessoal e da comunicação na área secretarial, desenvolvendo melhores condições para o Profissional em secretariado, lhe oferecendo requisitos para que seu trabalho seja realizado com eficácia. Será ressaltado que o marketing pessoal, é fundamental na vida de qualquer pessoa que busque reconhecimento. E mostrar como é importante a nossa comunicação e nossas atitudes, pois estes dois fatores interferem no marketing pessoal, e se não forem aplicados corretamente, podem trazer resultados negativos.

O tema foi escolhido pelo grupo por que observamos que o marketing pessoal e a comunicação não são aplicados corretamente por muitos profissionais, trazendo a falta de visibilidade no trabalho podendo gerar grandes perdas na carreira profissional.

No segundo capítulo serão explicados os conceitos e as definições do Marketing pessoal e da comunicação.

No terceiro capítulo será abordada a importância do Marketing Pessoal e da comunicação na área secretarial.

No quinto capítulo apresentaremos à pesquisa de campo onde o objetivo é ressaltar a importância do marketing pessoal e da comunicação, e a diferença que fazem na carreira profissional quando são aplicados de maneira correta.

2 CONCEITO

Neste Capítulo estaremos apresentando às definições das palavras que serão bastante utilizadas ao decorrer deste trabalho: “comunicação” “marketing” e “marketing pessoal”.

2.1 COMUNICAÇÃO

De acordo com o site significados, comunicação é uma palavra derivada do termo latino "*communicare*", que significa **“partilhar, participar algo, tornar comum”**.

A comunicação é um fator muito importante para o profissional em secretariado, pois através dela, o profissional mostra suas qualidades e confiança.

2.2 MARKETING

De acordo com o site marketingdeconteudo.com, Marketing é a ciência e a arte de explorar, criar e entregar valor para satisfazer as necessidades de um mercado-alvo com lucro.

Marketing identifica necessidades e desejos não realizados.

2.3 MARKETING PESSOAL

De acordo com o site Significados Marketing Pessoal: é uma ferramenta usada para promoção pessoal de modo a atingir suas metas e alcançar seus objetivos profissionais. É uma estratégia usada para mostrar seu valor perante o mercado de trabalho.

3 MARKETING PESSOAL NA ÁREA SECRETARIAL

O profissional de Secretariado vem enfrentando varias posições renovadoras, por isso, o Marketing Pessoal tem uma grande importância e é essencial para nossa vida profissional. Para ser bem qualificado temos que ter capacidades específicas: uma boa comunicação, princípios, ética e etc.

Para quem quer crescer profissionalmente tem que **aprender a valorizar suas qualidades, ser antecipador, olhar os problemas e encontrar soluções.** Encontrar o sucesso nunca é uma tarefa fácil, mas também não é impossível.

O Marketing Pessoal está presente na vida de todos até mesmo daqueles que não sabem o seu significado, porém, aqueles que conhecem e aplicam corretamente conseguem ter uma imagem positiva perante o mercado de trabalho. É importante um (a) secretário (a) saber investir no seu Marketing, tendo uma boa comunicação, sabendo se portar diante de qualquer situação, vestir-se adequadamente e dessa forma mostrar seu potencial dentro da empresa em que atua.

O Marketing Pessoal deve ser aplicado para ressaltar as competências de cada um, o segredo está em sermos nós mesmos, assim podendo destacar as suas qualidades, sempre mantendo a sua personalidade e suas características. Se aplicando de maneira correta na vida do profissional em Secretariado, ele será capaz de mostrar o poder da sua marca e assim podendo construir a sua carreira profissional, conquistando seus objetivos.

O Marketing Pessoal não é difícil para se construir, contudo, ele é esquecido na vida de muitos profissionais, desenvolver o conceito de marketing pessoal na prática é essencial para se alcançar o sucesso pessoal e profissional. Não adianta você ser eficiente no que você faz se você não divulgar o seu trabalho e suas ideias. Você precisa ser conhecido pelas pessoas, saber suas características e ter a certeza que você é um profissional qualificado. Tenha equilíbrio e cuidado, não tente divulgar a sua marca sendo ofensivo ou invasivo, não se exponha muito é necessário saber se autopromover, destacando as suas virtudes.

4 MARKETING PESSOAL, COMO FAZÊ-LO CORRETAMENTE?

Para se ter um bom marketing pessoal é necessário que você trabalhe em prol de si mesmo, por vez, alguns ajustes serão necessários para moldar e contribuir fazendo com que se obtenha total domínio de seus objetivos, transmitindo-os de forma clara e objetiva ao mercado de trabalho.

O marketing pessoal está relacionado com a forma que o mercado enxerga você, porém vai além de sua aparência. Ele é um conjunto de comportamentos, atitudes, *networking* e preparação.

Existem algumas formas de aperfeiçoar seu marketing pessoal e alavancar sua carreira profissional. Salientaremos algumas dicas importantes para esclarecer que a utilização de forma correta deste conjunto irá alavancar sua carreira profissional:

4.1. Defina suas metas

Primeiramente, é necessário que você tenha uma meta, não adiantará você trabalhar o seu marketing pessoal se, antes, não ter um objetivo específico. Estabeleça em que cargo queira chegar em sua empresa ou em sua personalidade. Se necessário busque inspirações em seu redor e o mais importante, estipule quem você quer ser profissionalmente.

4.2. Estabeleça os seus diferenciais

Atualmente, o mercado de trabalho se encontra cada vez mais competitivo e o número de formandos vem crescendo diariamente, portanto alcançar os seus objetivos pode exigir algo além de suas experiências e qualificações, você precisa se destacar dentre os demais. Por isso é importante desenvolver o seu próprio diferencial, use como base os seus pontos fortes, qualidades, potencialidades e tudo que há de relevante e exclusivo em você.

4.3. Estipule o seu “público-alvo”

Para alcançar o seu objetivo e cativar o seu almejado público você deve primeiramente conhecê-los de uma forma ampla. Saber qual perfil profissional melhor se adequa a este público, cargo ou empresa. Para que então trabalhe em prol dos mesmos, criando estratégias que os atinjam diretamente.

4.4. Trabalhe sua forma de comunicar-se

Com objetivos, diferenciais e públicos alvos já definidos, a próxima fase é investir em sua comunicação. Nada melhor para atrair o mercado do que um excelente vocabulário e uma comunicação natural e objetiva. É fundamental dominar essa competência, através dela conquistaremos uma boa relação dentro do mercado de trabalho.

4.5. Tenha uma postura profissional

A primeira impressão é a que fica. Sendo assim é melhor mostrar sempre uma postura profissional, independente de qual for a situação. Devemos tratar todos de maneira ética em qualquer momento, pois além de ser essencial para uma boa relação, isso irá garantir que você não perca nenhum cliente potencial por demonstrar uma má postura diante do mesmo.

4.6. Invista em sua imagem

Seguindo o raciocínio, a aparência também faz parte do conjunto que irá definir a sua “primeira impressão” perante o mercado, por isso é preciso cuidar da aparência e da higiene. Porém mantendo uma forma discreta e suave, sem exageros com relação à maquiagem, perfumes ou acessórios. Uma boa imagem transmite além de sua personalidade, um elemento importante do seu perfil profissional.

4.7. Seja visto

Estamos vivendo em mundo virtual, e devemos explorar e aproveitar o que nos é oferecido da melhor forma possível, o marketing pessoal é um dentre tantos os usuários da internet. Onde na grande maioria usufruem das mídias sociais, utilizando este espaço para que os profissionais compartilhem o seu trabalho, expandindo o conhecimento de sua marca e deixando que a mídia os avalie de forma positiva. Devemos fazer postagens agregadoras e manter a atenção, para que não ocorra o contrário do que se foi planejado.

5 PESQUISA DE CAMPO

Neste Capítulo mostraremos o questionário feito às empresas: Mercado Dia; Tapeçaria Paranaense; Colchões Enseada; Arq Design Acabamentos e Guarujá Brasil Imóveis.

5.1 QUESTIONÁRIO

- 1) Qual é a sua postura no trabalho?
- 2) Você sabe o que é marketing pessoal?
- 3) Como você aplica a sua comunicação dentro da empresa em que atua?
- 4) Como é o seu vestuário dentro da empresa?
- 5) Qual é seu diferencial?
- 6) Você investe no seu marketing pessoal e na sua comunicação?
- 7) Quais são suas metas para atingir seu objetivo profissional?

Neste primeiro gráfico, 40% das pessoas dizem ter postura responsável no trabalho e 60% possui uma postura com ética.

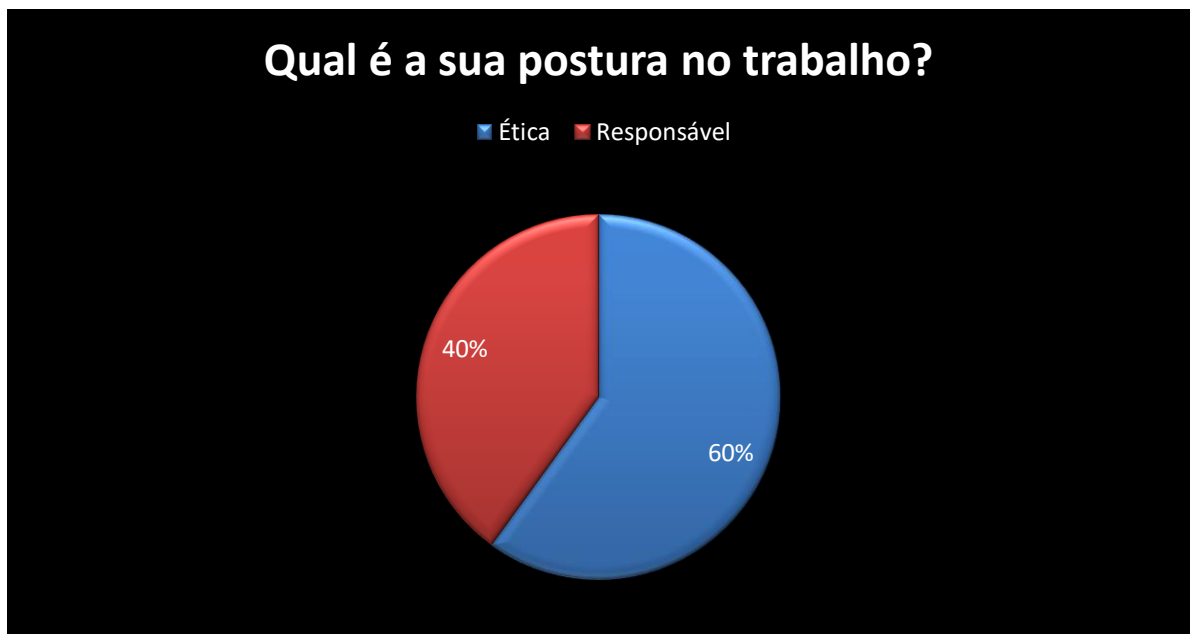


Gráfico 1 - Postura – Fonte: Elaborado pela equipe

No segundo gráfico 40% das pessoas entrevistadas sabiam o que era Marketing Pessoal e 60% não souberam responder.



Gráfico 2 - Marketing Pessoal – Fonte: Elaborado pela equipe

No terceiro gráfico 100% dos entrevistados dizem aplicar uma boa comunicação dentro da empresa em que atua.

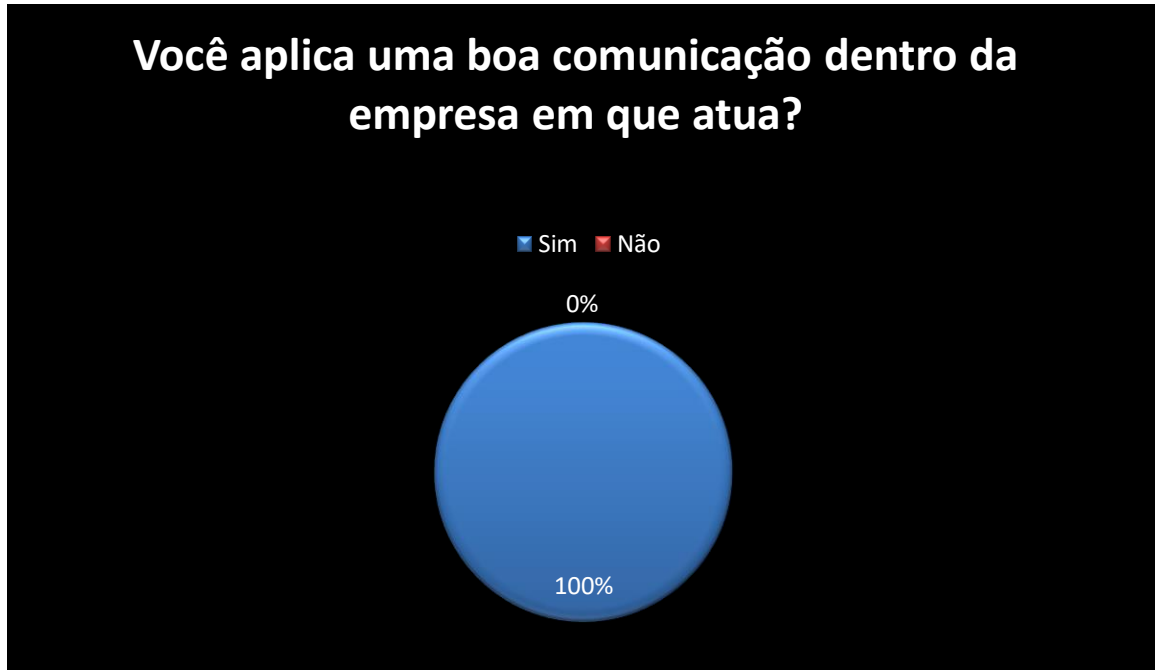


Gráfico 3 - Comunicação– Fonte: Elaborado pela equipe

No quarto gráfico 20% dos entrevistados se vestem de acordo com o padrão da empresa e 80% se vestem de forma informal.

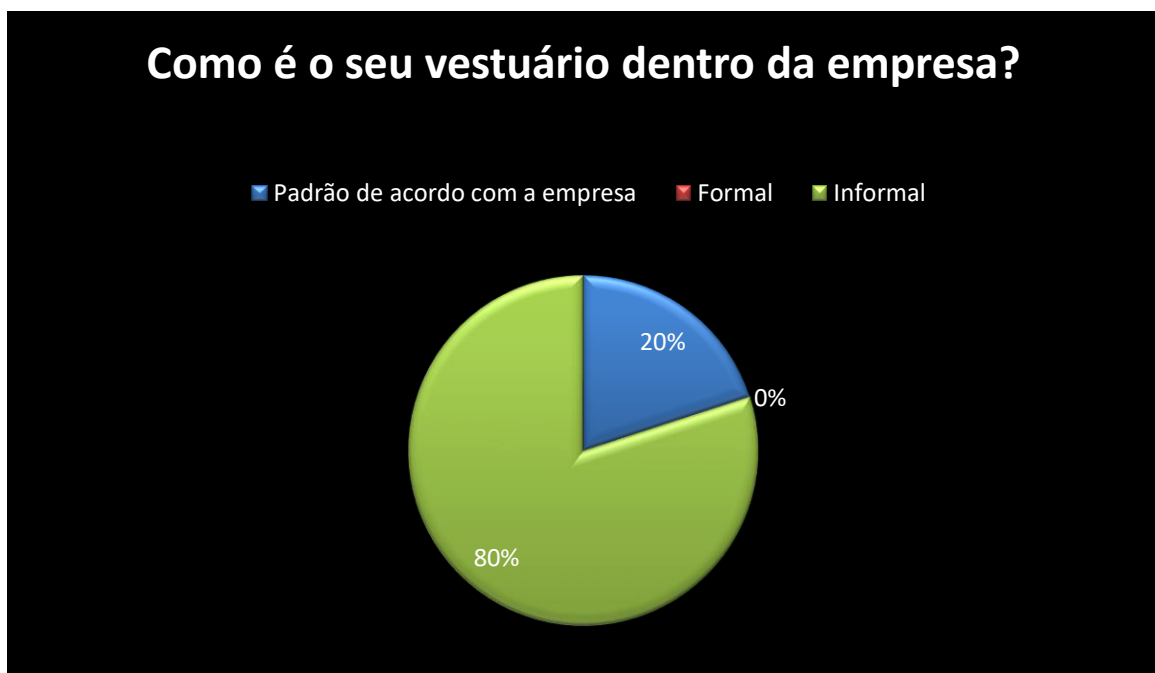


Gráfico 4 - Vestuário – Fonte: Elaborado pela equipe

No quinto gráfico 20% dos entrevistados disseram e mostraram que não tem um diferencial e 80% mostraram ter um diferencial.

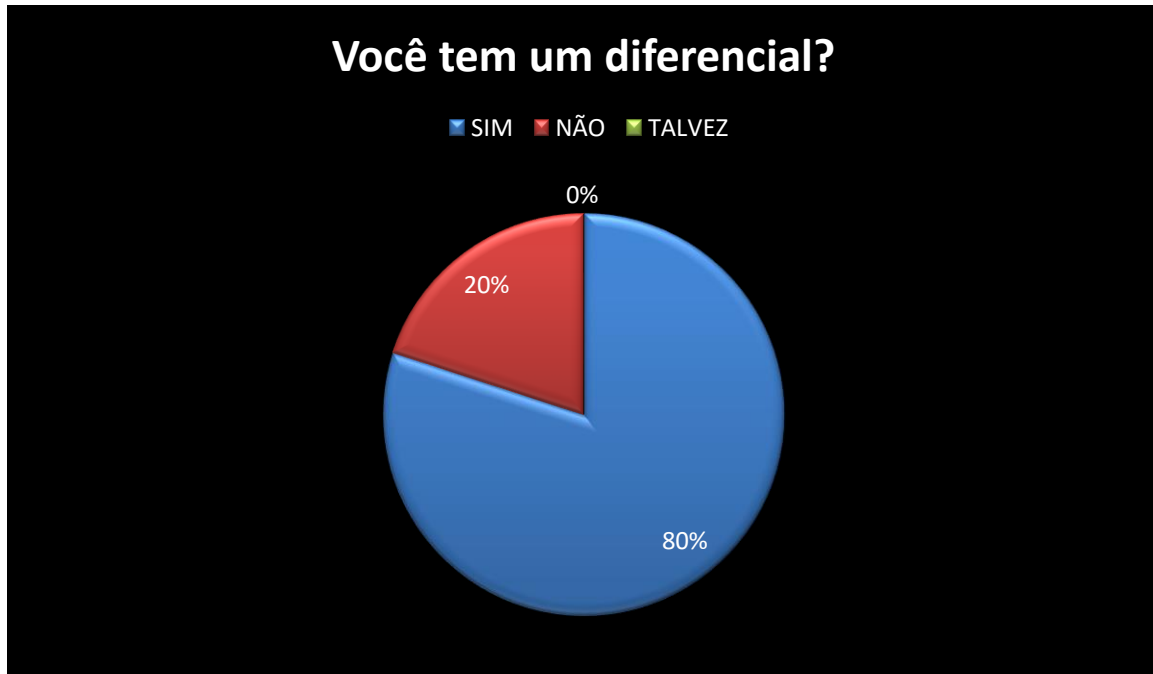


Gráfico 5 - Diferencial– Fonte: Elaborado pela equipe

No sexto gráfico 40% dos entrevistados dizem investir no seu marketing pessoal, 40% não investem e 20% investem apenas em sua comunicação.



Gráfico 6 - Marketing pessoal e Comunicação

Neste último gráfico 40% dos entrevistados tem como meta trabalhar para atingir seu objetivo profissional, já 20% estuda para atingir o mesmo e os outros 40% dizem não conter metas profissionais.

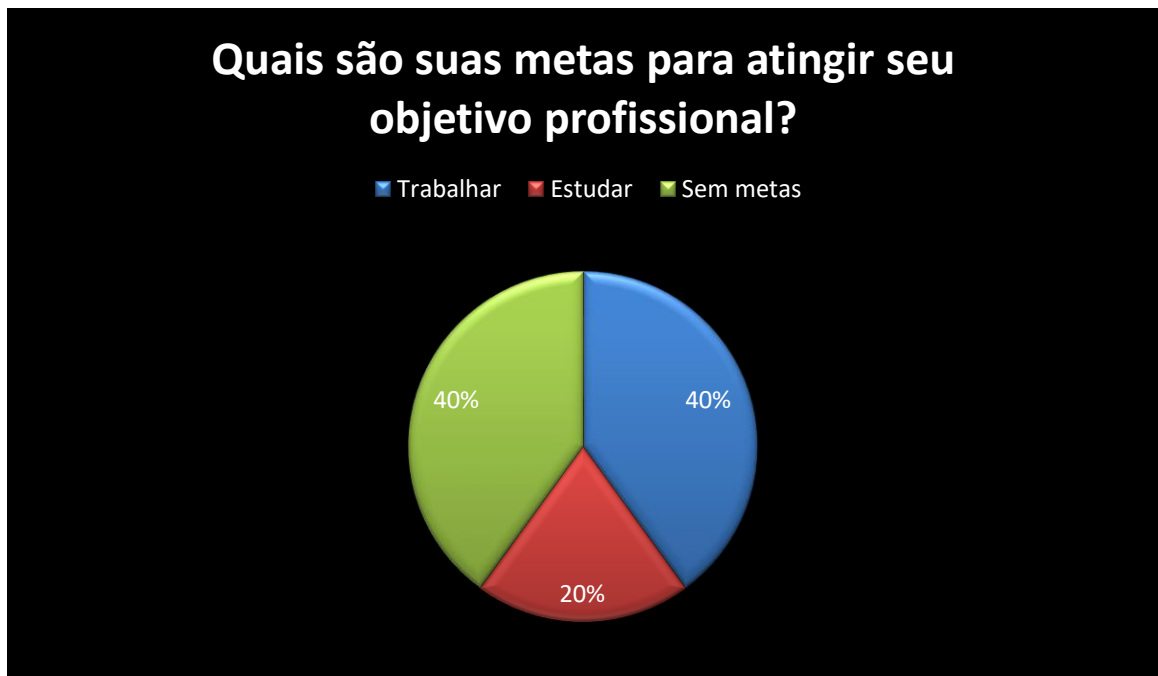


Gráfico 7 - Metas e Objetivos

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com este trabalho de conclusão de curso sobre Marketing pessoal e comunicação, identificamos os problemas gerados pela falta do mesmo na carreira profissional.

Vimos através de nossa pesquisa de campo o quanto os profissionais não estão investindo no seu marketing pessoal corretamente, alguns o aplicam, mas não sabem o significado do mesmo.

Conseguimos abstrair conhecimentos, informações e aprendemos a construir metas por meio de pesquisas, para que possamos atingir o auge do sucesso, usando alguns passos como: Ter objetivos e alvos, fazer um bom uso da comunicação e sempre vestir se adequadamente.

Investindo nesses passos alcançaremos o auge do sucesso, deixando nossa marca em evidência.

7 REFERÊNCIAS

REGO, Francisco. **Comunicação Empresarial**. São Paulo: Summus Editorial, 1986. 179 p.

TOQUARTO, Gaudêncio. **Cultural, Poder, Comunicação e Imagem**. São Paulo: Thonsom Pioneira, 1998. 278 p.

LIMA, Ari. **Razões para Iniciar Agora seu Marketing Pessoal..** – Disponível em: <https://www.algosobre.com.br/marketing/marketing-pessoal-10-razoes-para-comecar-agora.html> Acesso em: 02 de maio de 2017.

CONTENT, Rock. **Por que o Marketing Pessoal é importante para a sua carreira?- 2015.** Disponível em: <http://marketingdeconteudo.com/marketing-pessoal/>>; Acesso em: 02 de maio de 2017.