



UNIDADE III

Marketing Pessoal

Profa. Dra. Heloisa Helena

O que fizemos anteriormente...

- Estabelecemos nossos valores, nossa missão e nossa visão. Analisamos nossas competências (ou forças), nossas deficiências (ou fraquezas) e já monitoramos o mercado a fim de percebermos as oportunidades e as ameaças.
- Agora vamos delinear, comunicar e entregar valor aos nossos “clientes” ou aos empregadores.

Fonte:
<https://pixabay.com/pt/illustrations/placa-de-rua-estrada-antiguidade-562573/>



Mix de Marketing ou Composto Mercadológico ou 4P's

- Neil Borden.
- Jerome McCarthy da Universidade de Michigan aprimorou.

Fonte: Adaptado de: Kotler e Keller, 2006, p. 17



Nós enquanto Produto

- Conhecimento, conteúdo, competências e habilidades.
- É somente através do conhecimento, da formação, que conseguimos agregar valor ao produto, porque você só será eficiente se souber de que maneira desenvolver os trabalhos que lhe são pertinentes e quanto mais eficiente, maior a possibilidade de atingir a eficácia e criar um diferencial.
- “Eficiência é fazer corretamente as coisas. Eficácia é fazer as coisas certas.” (Peter Drucker)

Fonte:
<https://pixabay.com/pt/photos/estante-de-livros-antigo-biblioteca-1082309/>



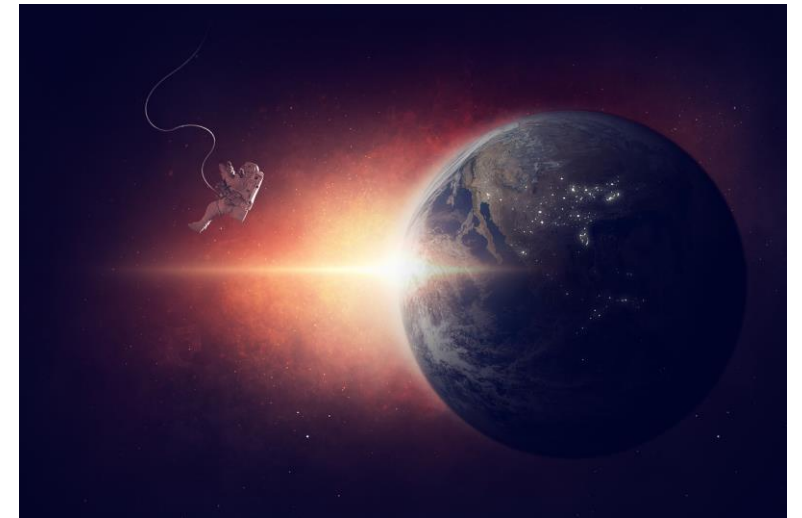
Produto

- Cada vez mais o mercado precisa de pessoas que entendam o que acontece à sua volta, que antevejam situações, que percebam tendências, que saibam em que direção está indo determinada economia e quais as consequências políticas de uma eleição.
- Cultura geral é necessária em qualquer área, em qualquer circunstância.

Ser mediano ou ser excelente? Quais são as implicações?

- “Não sabendo que era impossível, foi lá e fez.”

Fonte:
<https://pixabay.com/pt/illustrations/astronauta-leve-espaço-universo-1784245/>



Interatividade

Criado por Neil Boren e aprimorado por Jerome McCarthy, quais são as principais ferramentas mercadológicas?

- a) Produto, promoção, comunicação e preço.
- b) Produto, *marketing*, preço e comunicação.
- c) Produto, promoção, formação e *marketing*.
- d) Produto, preço, praça e promoção.
- e) Produto, preço, formação e praça.

Resposta

Criado por Neil Boren e aprimorado por Jerome McCarthy, quais são as principais ferramentas mercadológicas?

- a) Produto, promoção, comunicação e preço.
- b) Produto, *marketing*, preço e comunicação.
- c) Produto, promoção, formação e *marketing*.
- d) Produto, preço, praça e promoção.
- e) Produto, preço, formação e praça.

O que fazer com as deficiências de um produto?

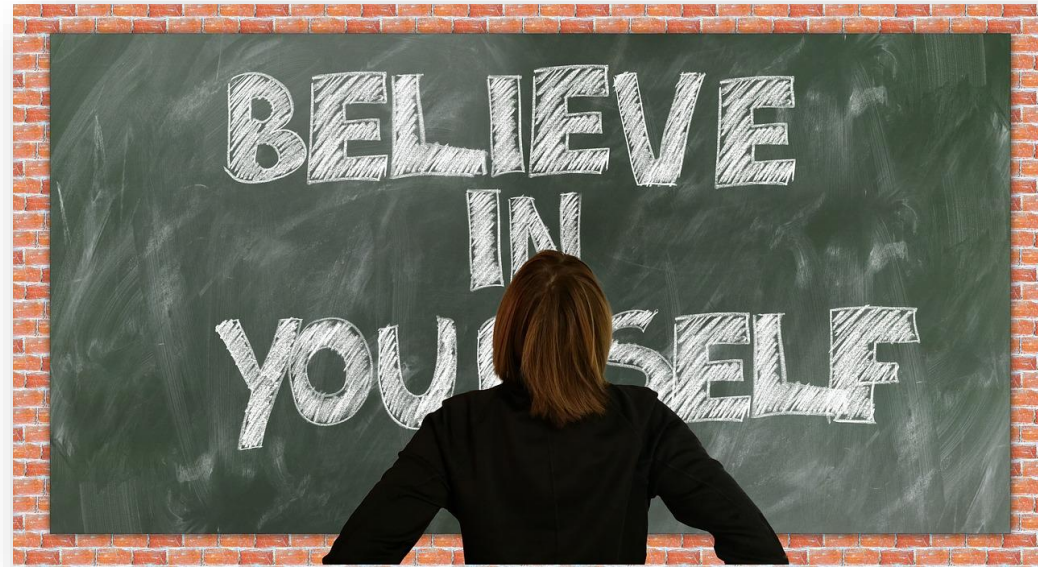
- É preciso aprimorá-lo, sempre!
- Estar atento às competências e habilidades necessárias para o pleno desenvolvimento da carreira é imprescindível. Mais do que conhecê-las, é saber utilizá-las, distinguindo nossas fraquezas e transformando-as em forças.
- Educação continuada, leitura, muita leitura, são eficazes nesse processo de construção de competências e eliminação ou minimização de deficiências.
- Ah... Mas não tenho dinheiro...
- Seja curioso!!!!!!!!!!!!!!!!!!!! Não se conforme!!!!!!

Fonte:
<https://pixabay.com/pt/fotos/dinheiro-moeda-investimento-2724241/>



Falando agora de comportamento

- São as atitudes que temos no dia a dia que estruturam nossa imagem perante a sociedade. O comportamento retrata quem somos, quem queremos ser, onde desejamos chegar e envolve nossos princípios, nossos valores, nossa ética. Refletem, portanto, quem somos.
- Ralph Emerson.



Fonte: <https://pixabay.com/pt/photos/conselho-escola-autoconfiança-2433978/>

Imagem

- Não podemos esquecer que na sociedade em que vivemos, percepção torna-se realidade.



Fonte: <https://pixabay.com/pt/photos/carnaval-fasnet-alemânico-da-suábia-2092819/>

- Utilizar máscaras, portanto, é a atitude mais rápida para não conquistar a credibilidade dos outros.
- Imagem é estar adequado às situações nas quais você quer estar inserido e isso você conquista com seus comportamentos, sua aparência, porque ela também transmite mensagens.

Interatividade

Vimos que comportamentos são condutas que nos levam a determinados lugares. Sendo assim, é **incorreto** afirmarmos que:

- a) Comportamento envolve princípios, valores e ética.
- b) Comportamentos retratam quem somos.
- c) Comportamentos demonstram quem queremos ser.
- d) Comportamentos não podem definir onde queremos chegar.
- e) Comportamentos criam imagens.

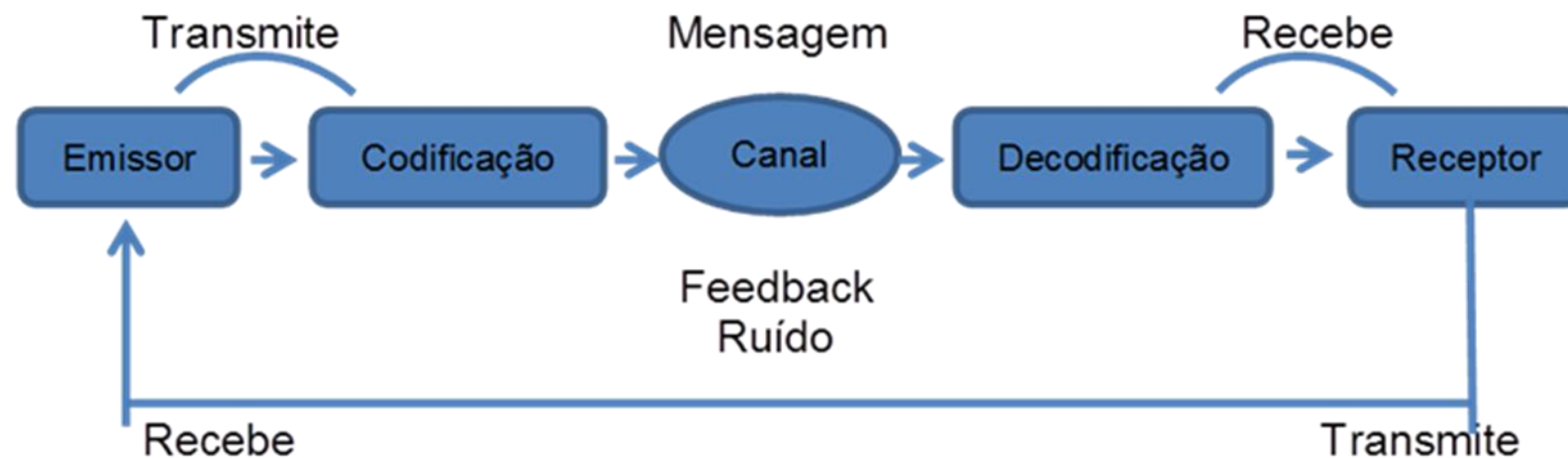
Resposta

Vimos que comportamentos são condutas que nos levam a determinados lugares. Sendo assim, é **incorreto** afirmarmos que:

- a) Comportamento envolve princípios, valores e ética.
- b) Comportamentos retratam quem somos.
- c) Comportamentos demonstram quem queremos ser.
- d) **Comportamentos não podem definir onde queremos chegar.**
- e) Comportamentos criam imagens.

Você não se importa com o que ou outros falam e pensam de você?

- acredite! Você tem um problema!
- Na sociedade em que vivemos, a crença, aquilo que acreditamos ser verdadeiro, pode ser manipulada, o tempo todo, pela impressão. Confundimos uma impressão com a verdade.
- Profissionais são preteridos por terem essa atitude.



Fonte: A autora

Temos que entender que as propostas são diferentes



Fonte: <https://pixabay.com/pt/photos/restaurante-ajuste-de-tabela-2697945/>



Fonte: <https://pixabay.com/pt/photos/restaurante-café-casa-de-hóspedes-336660/>

Crie um conceito.

Você já determinou objetivos, já sabe onde quer chegar, como quer ser reconhecido, certo?

- Agora é o momento de criar a sua marca pessoal, criar o conceito que você carrega e representa.

Características da sua Personalidade	Competências Profissionais	Deficiências profissionais	Como quero ser lembrado	Estratégias

Fonte: A autora

- Pense em como você é e crie um conceito que tenha consonância com isso.

Para criar um conceito...

Imagine que você está dentro de uma sala e as pessoas irão identificá-lo com uma frase ou uma palavra. Qual seria?

- Competente
- Tem um gênio difícil
- É mordaz
- É engraçado
- É extremamente organizado
- É muito desorganizado
- É uma pessoa competente, mas extremamente instável e não aguenta pressão

Praça

Dois ou três telefonemas separam você das pessoas que está procurando, certo? Então é fundamental que você esteja no lugar certo, na hora certa e no momento certo. Mas como conseguir isso?

- Tendo um produto adequado, é hora de se mostrar adequadamente. Lembre-se, não precisa se mostrar demais porque as coisas acontecem naturalmente quando existe conteúdo, bases sólidas. “Não tente se mostrar demais, se o produto tem conteúdo de menos.”
- Pessoas de sucesso simplesmente são!
 - Mapeie os espaços vazios que você, com competência, pode preencher.

Interatividade

Em relação ao processo de comunicação, podemos afirmar que:

- a) A mensagem não necessita de codificação quando ela é clara.
- b) O processo de comunicação sempre nos dá um *feedback* positivo.
- c) É preciso lembrar que o receptor não nos dá um *feedback*.
- d) Podem haver ruídos no processo.
- e) É o emissor que decodifica a mensagem.

Resposta

Em relação ao processo de comunicação, podemos afirmar que:

- a) A mensagem não necessita de codificação quando ela é clara.
- b) O processo de comunicação sempre nos dá um *feedback* positivo.
- c) É preciso lembrar que o receptor não nos dá um *feedback*.
- d) Podem haver ruídos no processo.
- e) É o emissor que decodifica a mensagem.

Promoção

Quantas vezes não ouvimos profissionais dizerem que não podem, que não têm tempo a perder sem ganhar nada, que não estão dispostos a “distribuir seus conhecimentos” quando não vão ganhar nada com isso ao serem convidados para dar uma palestra em uma faculdade, por exemplo?

Ou quando são convidados para ensinar, de maneira voluntária, grupos de jovens carentes?

Fonte:
<https://pixabay.com/pt/fotos/orfao-afrika-africano-crianca-1139042/>

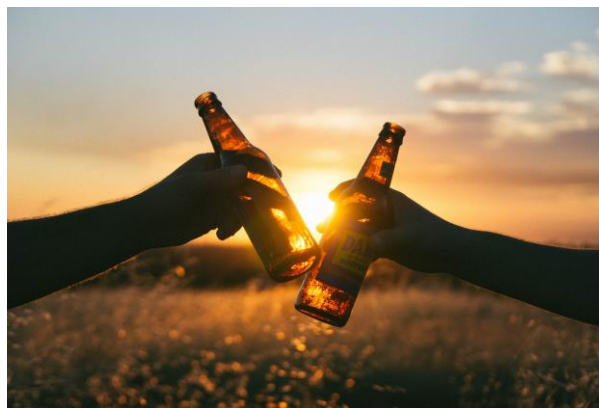


Promoção

- Promoção é mostrar o produto, divulgá-lo, evidenciando aquilo que é bom, e essas são formas maravilhosas para isso, além de contribuírem muito para a formação de jovens, que poderão se tornar excelentes profissionais.

Outro caminho são as redes sociais, sempre lembrando que você tem objetivos e que o seu perfil pode ser visto a qualquer momento, mesmo quando você utiliza as tais ferramentas de privacidade. Aparecer e postar coisas inteligentes e interessantes é muito melhor do que aquela foto da festa em que todos ficaram bêbados. Foi engraçado, vocês deram muita risada, mas imagine se seu chefe vê aquilo?

Fonte:
<https://pixabay.com/pt/photos/elogios-bebidas-beber-álcool-839865/>



Promoção

- Outra maneira de evidenciar seu potencial é escrever. Você pode criar artigos para revistas especializadas, escrever na *web* ou no jornal da sua cidade. Fale do que você entende, daquilo por que sente paixão, do seu trabalho e de todos os conhecimentos que foi desenvolvendo ao longo do tempo.
- Saia de casa, viaje, conheça pessoas novas, pratique esportes, participe de associações, de eventos, converse, troque informações e cultura, inove.
- Dê bom-dia, seja gentil, telefone às pessoas, mantenha os contatos, cumprimente no dia do aniversário, seja “gente”.
 - Todo mundo gosta de ser distinguido e lembrado.
 - Estar presente demonstrando competência é a melhor maneira de promover a sua marca, o seu patrimônio pessoal.

Preço

- Todos nós temos o nosso valor e você precisa saber qual é o seu. Mas não esqueça que ele terá que estar em conformidade com todos os outros tópicos do *Mix de Marketing*.
- Estar informado sobre os níveis salariais da sua área e da empresa na qual você trabalha é importante, mas você precisa saber, acima de tudo, qual é o seu valor.
- Para dimensionar isso, nada mais adequado do que gostar do que faz – o que traz profunda diferença na maneira de fazer e agir.
 - Escolher uma profissão por aquilo que ela pode render talvez seja o maior erro de alguns profissionais do mercado. O fundamental é estar feliz, fazer com prazer, gostar.
 - Dessa maneira, você conseguirá dimensionar e determinar o seu valor.

Pensando nas empresas de tecnologia do Vale do Silício

Como elas chegaram até aqui?

Posição	Empresa	Valor de Mercado
1	Microsoft	811,2 bilhões
2	Apple	809,9 bilhões
3	Amazon	802,2 bilhões

Olhe para o seu *mix*

- Entretanto, talvez seu *mix* esteja precisando de ajustes e sua formação não esteja condizente com aquilo que você quer ganhar. Pense sobre isso, avalie, mude, estude, melhore cada competência pessoal, inove! Só assim o preço poderá se adequar ao processo de mais-valia e você conseguirá ganhar realmente aquilo que almeja.



Fonte: <https://pixabay.com/pt/photos/carteira-cartão-de-crédito-2292428/>

Interatividade

Ao utilizarmos a ferramenta “promoção” para o *marketing* pessoal, é importante sempre:

- a) Fazer trabalho voluntário.
- b) Estar atento e almoçar diariamente, se possível, com a diretoria.
- c) Reter conhecimento para que não fique deixado para trás.
- d) Estar ao lado do chefe com frequência, porque quem não é visto não é lembrado.
- e) Sem que ninguém perceba, boicotar aquele concorrente.

Resposta

Ao utilizarmos a ferramenta “promoção” para o *marketing* pessoal, é importante sempre:

- a) Fazer trabalho voluntário.
- b) Estar atento e almoçar diariamente, se possível, com a diretoria.
- c) Reter conhecimento para que não fique deixado para trás.
- d) Estar ao lado do chefe com frequência, porque quem não é visto não é lembrado.
- e) Sem que ninguém perceba, boicotar aquele concorrente.

ATÉ A PRÓXIMA!