MARKETING PESSOAL

VOCÊ SABEO QUE É?

Renata Cristine de Sá Pedrosa Dantas (org.)

Copyright © 2020 by Editora IIDV

Todos os direitos reservados. Vedada a produção, distribuição, comercialização ou cessão sem autorização dos autores. Os direitos da obra foram cedidos para uso não comercial pelos autores à Editora IIDV e ao IFPE.

Diagramação
Luana Paulino Cordeiro de Melo

Revisão
Maria Luiza da Cunha Rego

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Cartilhas : marketing pessoal [livro eletrônico] /
Renata Cristine de Sá Pedrosa Dantas
(organizadora). -- 1.ed. -- Recife : Instituto
Internacional Despertando Vocações, 2020.
1Mb ; PDF

Vários autores.
ISBN 978-65-991061-8-7

1.Administração 2. Gestão de negócios
3. Marketing pessoal

20-39460

CDD-658.8

Índices para catálogo sistemático:

1. Marketing pessoal : Administração de
empresas 658.8

Maria Alice Ferreira - Bibliotecária - CRB-8/7964

Editora IIDV
Coordenadores editoriais:
Erick Viana da Silva / Ayrton Matheus da Silva Nascimento
RuaAberlado, 45, Graças, Recife-PE, Brasil,
CEP:52.050-310/ Caixa Postal0184
www.editora.institutoidv.org
Fonte: +55 818199-8763

APRESENTAÇÃO

A presente cartilha, elaborada em linguagem simples, acessível e objetiva, tem por finalidade trazer informações relevantes e confiáveis, sobre os diversos temas abordados, democratizando e ampliando o acesso à informação e ao conhecimento, buscando contribuir para que tenhamos uma sociedade mais esclarecida e preparada, para o pleno exercício da cidadania.

Trata-se de uma iniciativa dos professores da área de Gestão e Negócios do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco (IFPE), como parte das atividades acadêmicas, com a participação de servidores técnicos-administrativos e estudantes da referida Instituição, em parceria com o Instituto IDV através do Programa Internacional Despertando Vocações para Gestão.

O QUE É MARKETING?

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.

Ele define, mede e quantifica o tamanho do mercado identificado e o potencial de lucro. (PEÇANHA, 2019)

Marketing é um processo social por meio do qual pessoas e grupos de pessoas obtêm aquilo de que necessitam e o que desejam com a criação, oferta e livre negociação de produtos e serviços de valor com outros. (KOTLER, 2000)

Victor Peçanha

Philip Kotler

MARKETING PESSOAL

É a capacidade individual de atrair e manter relacionamentos de forma permanente, para que, através e por meio deles, se realizem ciclos de atendimento de necessidades mútuas, gerando satisfação a todos.

PESSOAIS

PROFISSIONAIS

MARKETING PESSOAL

O marketing pessoal é praticado a cada vez que você consegue utilizar suas habilidades e qualificações para se diferenciar e alavancar sua carreira, deixando a sua própria marca.

- O segredo é se fazer notar.
- Pouca adianta você ser um ótimo profissional, com habilidades valorizadas no mercado, se ninguém vê isso.
- Nesse bolo, estão os gestores da sua empresa, a concorrência e o público em geral, que são os seus potenciais clientes.
- Saber se vender não é, de maneira alguma, sinônimo de culto ao ego ou simples vaidade pessoal.

Estamos falando sobre uma maneira de destacar positivamente as suas habilidades, entregando valor às pessoas e fazendo com que elas tenham uma excelente impressão sobre você e sobre aquilo que oferece.

MARKETING PESSOAL PARA OS QUE BUSCAM UMA PRIMEIRA OPORTUNIDADE

É uma construção que demanda um certo tempo e acompanhamento constante, mas que traz retornos. Ao conquistar uma imagem mais positiva, você se sente mais seguro enquanto universitário ou candidato a uma vaga de emprego, mesmo quando estiver em locais onde essa imagem não é necessariamente conhecida. (BRIDGE, 2013)

Ações para executar o seu marketing pessoal
(BRIDGE, 2017)

- Procure desenvolver a sua capacidade de liderança, tanto nos pequenos desafios do dia a dia quanto em cursos específicos para isso. Lembre-se de que liderar está muito longe de ser arrogante, pelo contrário. O bom líder é capaz de ouvir, compreender, se manter isento para resolver um conflito, ter dinamismo e integridade.

MARKETING PESSOAL PARA OS QUE BUSCAM UMA PRIMEIRA OPORTUNIDADE

- Invista na sua imagem pessoal, para estar sempre apresentável. A forma como você se veste é uma das formas de comunicar uma mensagem ao mundo. Por exemplo: se você vai para uma entrevista de emprego, mesmo que seja para um cargo de estágio, vista-se como alguém que, algum dia, pode assumir uma função de coordenação, alguém capaz de ser o cartão de visitas daquela empresa.

“Quem não é visto, não é lembrado”, a máxima é do tempo da sua avó, mas continua super atual, especialmente no marketing pessoal.

Circule pelos eventos sociais onde houver pessoas com as quais você queira se relacionar profissional e academicamente. Aproveite que o espaço universitário oferece essa possibilidade, por meio de feiras, workshops e outras atividades do gênero

MARKETING PESSOAL PARA OS QUE BUSCAM UMA PRIMEIRA OPORTUNIDADE

- Não tenha medo de se candidatar para assumir funções, como ser representante de turma, por exemplo. As empresas valorizam isso e, dentro da faculdade, vai lhe ajudar a se manter mais próximo do corpo docente para levar as demandas dos outros estudantes e propor melhorias.

Pro-atividade é tudo!
Não fique inerte diante de
situações negativas que
podem ser revertidas e nem
espere que alguém lhe peça
para fazer algo a respeito. Se
estiver ao seu alcance, tome
uma atitude, mobilize aqueles
que estão ao seu redor, seja a
pessoa focada na solução, e
não no problema.

MARKETING PESSOAL PARA OS QUE BUSCAM UMA PRIMEIRA OPORTUNIDADE

- Tenha alguma particularidade, uma marca própria em tudo aquilo que fizer. As marcas usam essa estratégia, que também é válida para pessoas. Faça as coisas de modo que as pessoas que virem saibam que partiu de você.
- E o mais importante: tenha um objetivo definido, saiba onde você pretende chegar, em quanto tempo e quais são as etapas que terá que percorrer para não se perder no caminho.

Mas o que não é
marketing pessoal?

Ser falso
Contar vantagens
Ser desonesto ou anti-ético
Querer levar vantagem em tudo

O QUE NÃO FAZER PARA O SEU MARKETING PESSOAL

- O primeiro ponto é sempre lembrar de não passar por cima de ninguém.
- Não use pessoas como meio de alcançar aquilo que você deseja. Persiga a ética acima de tudo.
- Conquiste tudo com o seu esforço e a sua dedicação.

Outro cuidado para se tomar é evitar a arrogância. Fuja do foco em si mesmo.

Se você usa muito o “eu” em suas falas, provavelmente está sendo muito autocentrado. Isso não vai ajudá-lo a conquistar a simpatia dos demais.

Por outro lado, não busque a afeição dos colegas a qualquer custo.

Se você tem um bom senso de humor, procure usá-lo com moderação.

O QUE NÃO FAZER PARA O SEU MARKETING PESSOAL

➤ O que se vê muito por aí...

Usar uma “roupa bonita” para disfarçar as deficiências do “produto”.

Receber dicas de etiqueta social (como se vestir e se comportar em público), e pensar que está pronto para o sucesso.

Repetir a si próprio que é um sucesso e acreditar na própria mentira.

Achar que sucesso é sinônimo de dinheiro e bens materiais.

MARKETING PESSOAL

13 DICAS DE COMO COLOCAR EM PRÁTICA

1. Tenha um objetivo
2. Pratique o autoconhecimento
3. Invista em qualificação
4. Fique atento à sua postura
5. Cuide do seu visual
6. Seja um bom ouvinte
7. Melhore sua comunicação
8. Esteja ligado no que acontece no mundo
9. Honre seus compromissos e seja pontual
10. Seja um bom líder
11. Faça networking
12. Invista em algo seu
13. Cuide de sua imagem virtual

(SOCIEDADE BRASILEIRA
DE COACHING, 2018)

REFERÊNCIAS

PEÇANHA, Victor. O que é Marketing: tudo o que você precisa saber sobre a arte de conquistar e fidelizar clientes. <https://rockcontent.com/blog/o-que-e-marketing/>

KOTLER, Philip (2000). Administração de Marketing 10ed. São Paulo: Prentice Hall. p. 30. ISBN 85-87918-01-x

BRIDGE. Marketing pessoal: como essa habilidade pode ajudar você universitário a vender melhor seu peixe. <http://blog.thebridgeconecta.com.br/marketing-pessoalcomo-essa-habilidade-pode-ajudar-voce-universitario-avender-melhor-seu-peixe/>

COSTA, Eliane Maria. Como fazer um Plano de Marketing Pessoal - Missão, visão e valores em ação. 2019. Disponível em:

http://www.vivadeproposito.com.br/download/220/como_p_lano_mkt_pessoal.pdf, Acesso em Junho, 2019.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE COACHING. Marketing Pessoal: O que é, Importância, Dicas e Exemplos. 2018. Disponível em: <https://www.sbcoaching.com.br/blog/marketing-paracoaches-2/marketing-pessoal-dicas/> Acesso em: Junho, 2019.

AUTORES

ADELMO PESSOA

Possui graduação em Administração de Empresas pela Universidade Católica de Pernambuco (1988), especialização em Capacitação Pedagógica de Professores pela Universidade Federal Rural de Pernambuco (1998) e mestrado em Gestão Pública pela Universidade Federal de Pernambuco (2004).

ALANDEIVES SOUTO

Graduação em Administração de Empresas pela FCAP (Faculdade de Ciências da Administração de Pernambuco) da UPE - Universidade de Pernambuco (1990). Especialização em Gestão Pública - UPE (1998). Mestrado Profissional em Gestão Pública - UFPE(2006).

ELDER LOPES

Bacharel em Administração de Empresas FOCCA (1998); Especialista em Administração com Ênfase em Marketing UFRPE (2005); Mestre em Administração e Desenvolvimento Rural Universidade Federal Rural de Pernambuco, PADR - UFRPE (2009). Pesquisador na área de Associações Produtivas Locais com interesse em cadeias produtivas.

ERICK VIANA

Possui graduação em Administração de Empresas pelo Centro de Estudos Superiores de Maceió (1997), graduação em Farmácia pela Faculdade Maurício de Nassau (2008) e mestrado em Administração de Empresas pela Universidade Federal de Alagoas (2005) é doutorando em Administração pela Universidad Nacional de Rosario-Argentina.

AUTORES

FRANCISCO GRANATA

Graduação em Administração de Empresas pela UFPE (1995) e Mestrado em Administração Rural e Comunicação Rural pela UFRPE (2003). Professor do IFPE desde 1997. Experiências em Gestão Educacional, exercendo Cargos no Campus Recife de Direção de Extensão, Geral e Ensino, entre 2005 e 2013.

MARCELO ALEXANDRE

Possui Graduação em Administração pela Faculdade de Ciências Humanas de Pernambuco (1997), com Especialização em Gestão Empresarial e Empreendedorismo pela UFRPE (2001) e Mestrado em Gestão Pública pela UFPE(2003). Atualmente é Professor do IFPE. Ex-Coordenador da Especialização em Gestão Pública de Instituições de Ensino Profissional e Tecnológico no IFPE- Presencial/Ead.

MARCOS VIEGAS

Jurista, Perito Administrador Oficial e Professor de Gestão e Negócios do IFPE/Campus Recife. Mestre e Doutorando em Saúde Pública, Conselheiro do Conselho Regional de Administração de Pernambuco e Promotor para o Trabalho Decente ONU/OIT/CFA.

RENATA DANTAS

Possui graduação em Bacharelado em Administração com Habilitação em Marketing pela Faculdade Sete de Setembro (2005). Especialização em Gestão de Pessoas pela Universidade do Estado da Bahia - UNEB(2006). Mestrado em Gestão do Desenvolvimento Local Sustentável - FCAP/UPE (2009). Doutorado em Ciência da Computação - Centro de Informática (CIn) / UFPE(2019).

AUTORES

MARNIX VOCHT

Possui mestrado em Administração de Empresas, com área de concentração em Mercadologia, pela Fundação Getulio Vargas (FGV-SP). É Especialista em Administração de Marketing pela Universidade de Pernambuco (UPE). Graduiu-se em Administração de Empresas pela Universidade de Pernambuco (UPE), e em Agronomia pela Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE).

SIMONE DEPAULA

Mestre em Gestão Ambiental (2019) na área de Gestão Ambiental e Desenvolvimento Sustentável, com ênfase em Tecnologia e Inovações Ambientais, pelo Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia de Pernambuco. Especialização em Engenharia de Segurança do Trabalho (2018) pela Universidade Candido Mendes.