

---

# Marketing Pessoal: quem tem boca “Vai a Roma”

Vinícius Gonçalves da Silva\*

## RESUMO

O mercado de trabalho está cada dia mais competitivo e a necessidade de um maior profissionalismo é vital. Demonstrar todo seu potencial nem sempre é uma tarefa fácil logo de cara, então cabe a diversos fatores e detalhes colaborarem para que você transmita seus valores e habilidades da forma mais cristalina possível. Este artigo faz um estudo para compreender algumas formas em que o Marketing Pessoal se torna uma grande ferramenta nas mãos das pessoas para que agreguem maior valor a si mesmo ao se “venderem” para o mercado de trabalho.

**Palavras-Chave:** marketing Pessoal; sucesso profissional; mercado de trabalho.

## 1. INTRODUÇÃO

“O que você está fazendo com sua imagem? Não é o que você pensa. É o que os outros veem. O que os outros acreditam. O que os outros

percebem. O que os outros sentem.”, Godri nos introduz ao Marketing Pessoal da melhor maneira possível, questionando-nos se o que fazemos está de acordo com aquilo que gostaríamos de ser.

Marketing é o conjunto de ferramentas que uma empresa usa para fazer com que seus produtos sejam conhecidos, apreciados e comprados. Marketing Pessoal é um profissional fazer exatamente a mesma coisa, só que em benefício da própria carreira (GEHRINGER, 2016)

O Marketing Pessoal se torna um conjunto de ferramentas para que se possa aprimorar profissionalmente de forma direta (ações) e indireta (atitudes), pois, diariamente, as organizações buscam profissionais que demonstrem o quão benéfico será a carreira ao nela se ingressar e, logo, a pessoa acaba se tornando um produto para o mercado de trabalho e, como qualquer outro produto, também precisará conquistar o seu espaço, estabelecer seu tão almejado lugar, mostrar todo seu potencial e seus talentos. O profissional precisa saber se vender.

Um profissional de mercado eficiente cria um nicho para o produto ou serviço que quer promover. Você também precisa criar um nicho para si próprio e vender sua carreira. Isso significa se tornar indispensável – ser o tipo de pessoa de quem os supervisores sempre precisam quando surge a reestruturação, o especialista em determinado assunto técnico, ou o mentor de vários empregados mais novos. Descubra e execute o que é necessário no emprego (não apenas o que é esperado), e será notado rapidamente (DAVIDSON, 1999, p.79).

## 2. MARKETING PESSOAL PARA O SUCESSO PROFISSIONAL

O Marketing Pessoal está totalmente ligado ao estilo de vida e interfere de diversas formas no cotidiano, principalmente dentro das organizações, onde, desde o primeiro contato em uma entrevista de emprego, a pessoa acaba sendo avaliada e indagada sobre diversas coisas que podem tirá-la da zona de conforto, simplesmente para avaliar sua postura e poder de decisão, visto que, a partir de sua entrada na organização, suas ações e atitudes estarão diretamente ligadas aos seus resultados quantitativos e qualitativos dentro da empresa.

Para Roberto Luiz Justus, *chairman* do Grupo Newcomm, as pessoas precisam saber “[...] o quanto é importante a primeira impressão que você causa na entrevista de emprego. Talvez seja o local onde é mais importante você causar uma boa impressão”. Isto nos mostra o quanto até mesmo o seu jeito de agir, vestir-se e postar-

se perante outra pessoa impacta diretamente aos pré-conceitos que pode não querer mostrar, mas sem querer acaba por expor e pode prejudicar seu ingresso no time.

Pensa na primeira impressão que você tem dos outros. Qual é a primeira coisa que você nota em uma pessoa? Como isso afeta seu relacionamento com ela? Você prestaria mais atenção a um homem vestido informalmente ou àquele que usa um terno impecável de três peças? Uma mulher que jamais olha você nos olhos o deixaria confiante a ponto de comprar o produto que ela está vendendo? (DAVIDSON, 1999, p.50).

Uma interpretação inadequada se tornará uma de suas piores inimigas ao buscar o aperfeiçoamento pessoal.

Se a única visão que possuímos de nós vem do espelho social – do paradigma social em vigor e das opiniões, imagens e paradigmas das pessoas a nossa volta -, nossa noção de personalidade equivale ao que se vê em um espelho maluco de parque de diversões. 'Você chega sempre atrasado.' 'Por que não consegue nunca manter suas coisas em ordem?' 'Você deve ser um artista!' 'Você come como um cavalo!' 'Não acredito que você tenha vencido!' 'Mas isso é tão simples. Como você não entende?' Estas visões são fragmentadas e desproporcionais. São, em geral, mais projeções do que reflexões, pois projetam as preocupações e falhas do caráter das pessoas que despejam as coisas, sem saber realmente como somos (COVEY, 2003, p. 39).

Outro lado que o marketing pessoal acaba influenciando diretamente dentro das organizações é na hora de promover um funcionário. Gehringer questiona: "Por que ótimos funcionários muitas vezes não conseguem ser promovidos? Porque eles estão fazendo tudo certo, mas esquecem de algo muito importante: o Marketing Pessoal".

Treinar seu foco, saber se concentrar para resolver problemas de forma criativa em uma sociedade marcada pela "falta de tempo" e de informações de diversas categorias a todo o momento e em todo lugar que acabam misturando serviço ao entretenimento é um fator que permite ser um profissional que, além de conseguir economizar tempo e ser mais produtivo, consegue trazer inovação.

Covey (2003, p.31) diz que "[...] um indivíduo pode resolver problemas com eficácia, maximizar oportunidades, aprendendo a integrar novos princípios em sua espiral ascendente de crescimento". Deve-se planejar ações, antecipar as informações necessárias para realizar um serviço, estar um passo a frente sempre.

Quando você se organiza, sente que tem controle da própria vida, em vez de ser controlado por ela. Essa sensação de bem-estar pode se propagar para outros aspectos da vida, além do profissional. [...] A impressão que você causa quando tem controle de tudo acrescenta pontos positivos à sua imagem (DAVIDSON, 1999).

Não basta utilizar destas ferramentas para apenas ingressar em uma organização, precisa-se utilizá-las também para dar continuidade à carreira, principalmente se o profissional almejar uma posição hierárquica maior.

Segundo Gehringer, deve-se saber dosar bem tudo o que o marketing pessoal oferece para uma colaboração maior de todos, para que um trabalho de equipe seja otimizado, e demonstrar a habilidade que um funcionário tem de aparecer sem ser “chato” e de conseguir simpatia da chefia sem ser tachado de “puxa-saco”, itens de grande valor para quem busca crescer.

### **3. OS DEZ MANDAMENTOS DO MARKETING PESSOAL**

Para capacitar de forma mais eficaz as pessoas, Gehringer elencou 10 tópicos importantes para desenvolver maior profissionalismo dentro das organizações, por meio do marketing pessoal e aplicá-los nas carreiras, a partir do momento em que o nível dos candidatos no mercado de trabalho começou a ficar muito igual.

Em uma empresa séria, quem tem Marketing Pessoal recebe atenção da chefia e apoio dos colegas. Em uma empresa medíocre a mesma pessoa pode ser vista como uma ameaça. Num caso assim, não adianta querer mudar a empresa, é mais sábio mudar de empresa (GEHRINGER, 2016).

Os 10 Mandamentos do Marketing segundo GEHRINGER são: 1 - Liderança (ser formador de opinião); 2 - Confiança (ser referência aos demais); 3 - Visão (entender o que está fazendo e o porquê está fazendo, além de sugerir pequenas mudanças para benefício coletivo); 4 - Espírito de equipe (oferecer ajuda mesmo não sendo solicitado); 5 - Maturidade (conseguir solucionar conflitos sem causar outros); 6 - Integridade (fazer o seu trabalho sem prejudicar ninguém); 7 - Visibilidade (ser o primeiro a levantar a mão); 8 - Empatia (saber elogiar o trabalho de um colega e reconhecer o mérito dos outros); 9 - Otimismo (a pressão do cotidiano nos leva a pensar sempre em um cenário negativista, por isso é importante saber andar na contramão); e, por último, 10 - Paciência (saber esperar a sua hora).

Mas a busca por estes diferenciais não é a mais fácil e exige um bom envolvimento da pessoa para o seu desenvolvimento; por isso, é preciso que haja sempre a entrega para alcançar seus objetivos, deixando de lado até mesmo prazeres cotidianos para conquistar o que se deseja.

Segundo Godri, precisamos diferenciar o bem do bom, pois nem tudo que é bom lhe faz bem, como, por exemplo, faltar ao serviço, que, de início, pode nos parecer bom, mas com grande probabilidade pode não fazer bem. Então para

conquistar prazeres a longo prazo, precisa-se ter dor a curto prazo, pois não adianta ter vários talentos se o funcionário não consegue fazer aquilo para que ele é pago para fazer: dar bons resultados de curto prazo, como podemos observar na tirinha produzida por Galhardo (Figura. 1).



Figura 1: Caco Galhardo. Batente.

Fonte: [http://2.bp.blogspot.com/\\_WEMuX\\_019rk/TAKSg0\\_q5EI/AAAAAAAAAJ0/qiBfBx81xyE/s1600/charge1.jpg](http://2.bp.blogspot.com/_WEMuX_019rk/TAKSg0_q5EI/AAAAAAAAAJ0/qiBfBx81xyE/s1600/charge1.jpg)

#### 4. CONCLUSÃO

Para conquistar visibilidade em qualquer aspecto durante a vida, fazer um trabalho de marketing pessoal muito bem feito ajudará a atingir todas as metas com a maior precisão possível, mas sempre é bom lembrar que a forma é tão importante quanto o conteúdo; por isso, ter um marketing pessoal efetivo pode exigir um grande esforço, o que acarreta em abrir mão de diversas coisas em prol da realização de seus objetivos.

Mas não é necessário mudar por completo, afinal a essência e a bagagem de experiências que a pessoa carrega são fatores determinantes como combustível para a sua criatividade, resultando em caminhos inesperados, eficácia para solucionar os problemas e conseguir obter aquela que pode se tornar a melhor carta para a organização, a inovação.

Assim é importantíssimo estar sempre em harmonia com tudo aquilo que lhe envolve, sentir prazer em cada passo dado em seus planos e um dos mais importantes, ser comunicativo, pois, como um velho ditado, que se popularizou de forma errada, já diz: Quem tem boca “vai a” Roma.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DAVIDSON, Jeff. **Faça seu marketing pessoal e profissional**. São Paulo: Madras, 1999.

COVEY, Stephen R. **Os sete hábitos das pessoas altamente eficazes**. Rio de Janeiro, 2003.

GEHRINGER, Max. **Dez dicas para fazer sucesso com marketing pessoal**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Nz0c0aK7A98>. Acesso: 17 ago. 2016).

GODRI, Daniel. **A importância do marketing pessoal para o sucesso profissional**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Wq46OErQYEw> .Acesso: 17 ago.2016).

JUSTUS, Roberto. **Entrevista de estágio**. <https://www.youtube.com/watch?v=Pq6sNZGnOVk>. Acesso: 17 ago. 2016.