

# Marketing pessoal na medida certa

Mostrar as habilidades e conquistas pode ser essencial para conseguir promoções e, muitas vezes, manter o emprego

**Mariana Celle**  
mcelle@brasileconomico.com.br

Aonde você gostaria de chegar profissionalmente? É provável que a resposta seja em um cargo e com o trabalho reconhecido por superiores, pares e subordinados. Mas uma importante ferramenta para que isso aconteça, o marketing pessoal, ainda não é bem utilizada por muitos profissionais que ou erram na medida ou, alimentados pelo preconceito, preferem omitir suas habilidades e deixar de destacar suas conquistas. “O marketing pessoal faz parte do comportamento do profissional”, afirma Sócrates Melo, gerente da Robert Half, empresa de recrutamento e seleção. “Ele não é tudo, mas uma parte importante para que os objetivos possam ser atingidos”, diz.

Samuel Stefanato, atual coordenador de Recursos Humanos da Viação Itapemirim, empresa de transporte rodoviário de passageiros, começou a atuar na companhia em 1995 como auxiliar comercial e ao longo dos anos conseguiu o equilíbrio almejado por profissionais para a construção de uma boa imagem, sem perder a medida. “Sempre busquei ser lembrado por ter bons relacionamentos”, diz. “Eu não costumava fazer hora extra para mostrar que estava cumprindo meu trabalho”, conta Stefanato. “O que faz realmente a diferença é tratar com respeito, conhecer e ser reconhecido pelos colegas de vários níveis hierárquicos como alguém disposto e que gera soluções”, afirma.

A estratégia funciona, segundo Melo. “Não tratamos aqui de amizade, mas de ser uma referência positiva, de trabalho eficiente para os colegas, até mesmo, de outros setores da companhia”. Ari Lima, diretor da Performance Consultoria e Treinamento, concorda e afirma que evitar a

““

**Assumir tarefas que ninguém quer fazer, trabalhar com esforço redobrado na ausência de seu superior, apresentar novas ideias e demonstrar motivação nos processos de mudança são ações que irão criar uma imagem positiva dentro da organização**

**Ari Lima,**  
diretor da Performance  
Consultoria e Treinamento

autopromoção é um grave erro para a carreira, pois o profissional pode estar desperdiçando importantes oportunidades. “Assumir tarefas que ninguém quer fazer, trabalhar com esforço redobrado na ausência de seu superior, apresentar novas ideias em reuniões e demonstrar motivação nos processos de mudança são ações que irão criar uma imagem positiva dentro da organização”, afirma.

#### **Etiqueta para o mercado**

Mas antes de aplicar o marketing na conduta profissional é preciso analisar o que a empresa espera do funcionário. “Para isso, cada um pode tentar perceber, desconsiderando a formação técnica, quais atitudes as pessoas que chegaram ao topo tiveram, para entender, assim, o que é priorizado dentro da empresa”, afirma Melo. Foi isso o que fez Cristovam Ferrara, gerente de Planejamento e Suporte da Universidade Anhembi Morumbi, quando migrou da área de tecnologia para a comercial. “Percebi que por educação ser um setor mais tradicional eu precisaria retirar gírias do meu vocabulário, por exemplo, assim como brincadeiras que eram comuns na área de TI”, afirma Ferrara, que também repaginou o guarda-roupa. “Eu não me importava tanto com a aparência, mas percebi que o novo ambiente exigia um vestuário mais formal.”

#### **Sem preconceito**

Depois de conquistar o sucesso a partir da construção de boas percepções no trabalho, com a aplicação do marketing pessoal, Vinícius Carvalho, funcionário de uma empresa internacional de grande porte do ramo de prestação de serviços, conta que mudou seu comportamento quando, no início de sua carreira, come-



çou a perceber que as pessoas mais bem relacionadas eram as que ascendiam profissionalmente. “Passei a ser mais político nas relações, apresentar meus resultados, vender o que sabia fazer. As pessoas podem admitir ou não, mas é assim que funciona”, diz Carvalho. “A autopromoção é esperada se você quer ser promovido – e em algumas circunstâncias, é a chave para manter o seu emprego”, afirma Peter Montoya, autor do livro *A Marca Chamada Você*. ■

#### **O QUE NÃO FAZER**

- Não seja prolixo ao aplicar o marketing pessoal. Demonstre suas conquistas com números.
- Não minta ou seja repetitivo ao falar dos resultados.
- Depreciar o trabalho de um colega para exibir o seu é malvisto por superiores, pares e subordinados.