

## MARKETING PESSOAL: UMA FERRAMENTA PARA O SUCESSO

TASCIN, Joselane C.

Discente da Faculdade de Ciência Jurídicas e Gerenciais/ACEG.

E-mail: [jositascin@yahoo.com.br](mailto:jositascin@yahoo.com.br)

SERVIDONI, Renato

Docente da Faculdade de Ciência Jurídicas e Gerenciais/ACEG.

E-mail: [servidoni@flash.tv.br](mailto:servidoni@flash.tv.br)

Administração

### RESUMO

#### MARKETING PESSOAL: UMA FERRAMENTA PARA O SUCESSO

Atualmente é cada vez mais reconhecida nos mais diversos meios a importância de se desenvolver uma marca que se torne uma referência no mercado e possa, com isso, ser a mais lembrada, a mais procurada, a mais bem-remunerada, a mais desejada, a mais querida. E isso não acontece somente com produtos ou serviços, mas com pessoas também. É onde surge o Marketing Pessoal que é uma ferramenta para se alcançar o sucesso profissional, pois engloba os cuidados com a imagem. Entre as definições de Marketing Pessoal encontra-se a de Kotler para quem este desdobramento do marketing é uma nova disciplina que utiliza os conceitos e instrumentos do marketing em benefício da carreira e das vivências pessoais dos indivíduos, valorizando o ser humano em todos os seus atributos, características e complexa estrutura. O Marketing Pessoal é composto de cinco ferramentas básicas que apresentam, quando utilizadas juntas, resultados muito positivos: embalagem do produto (é a aparência da pessoa); higiene pessoal; conteúdo (competência, caráter, honestidade, fidelidade); postura física (credibilidade) e comunicação. Nos dias atuais, o Marketing Pessoal se converte em uma vantagem competitiva, já que facilita a inserção de profissionais no mercado de trabalho se revela cada vez mais competitivo; e, sobretudo, vem ganhando importância porque cada vez mais as empresas estão valorizando em seus funcionários, mais do que simplesmente a experiência profissional.

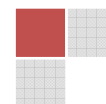
**PALAVRAS-CHAVE:** imagem, marketing, pessoal, vantagem competitiva, sucesso profissional.

TEMA CENTRAL – Marketing

### ABSTRACT

#### PERSONAL MARKETING: A TOOL FOR THE SUCCESS.

Currently it is each more recognized time in the most diverse ways the importance of if developing a mark that if becomes a reference in the market and can, with this, to be remembered, the most looked for, the most remunerated, the most desired, the most wanted. E this does not only happen with products or services, but with people also. It is where the Personal Marketing appears that is a tool to reach the professional success, therefore engloba the cares with the image. It enters the definitions of Personal Marketing meets it of Kotler for who this unfolding of the marketing is a new disciplines that it uses the concepts and instruments of the marketing in benefit of the career and the personal experiences of the individuals, valuing the human being in all its attributes, characteristics and complex structure. The Personal Marketing is composed of five basic tools that present, when used together, resulted very positive: packing of the product (it is the appearance of the person); personal hygiene; content (ability, character, honesty, allegiance); physical position (credibility) and communication. Into the current days, the Personal Marketing if converts into a competitive advantage, since it facilitates the insertion of professionals in the work market if it discloses each time



more competitive; e, over all, comes gaining importance because each time more the companies are valuing in its employees, more of the one than simply the professional experience.

**KEYWORDS:** image, marketing, staff, competitive advantage, professional success.

## INTRODUÇÃO

O Marketing Pessoal vem conquistando cada vez mais espaço nas mais diversas áreas de atuação humana, contribuindo para o crescimento pessoal e profissional no mercado de trabalho e nos mais diversos contextos.

Las Casas (1997, p.26) conceitua o Marketing como sendo

(...) a área do conhecimento que engloba todas as atividades concernentes às relações de troca, orientadas para a satisfação dos desejos e necessidades dos consumidores, visando alcançar determinados objetivos de empresa ou indivíduos e considerando sempre o meio ambiente de atuação e o impacto que essas relações causam no bem-estar da sociedade.

O Marketing Pessoal é um desdobramento do Marketing e surge como uma ferramenta para se alcançar o sucesso profissional, pois engloba os cuidados com a imagem.

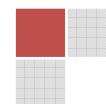
Para Kotler (2003) o Marketing Pessoal é "(...) uma nova disciplina que utiliza os conceitos e instrumentos do marketing em benefício da carreira e das vivências pessoais dos indivíduos, valorizando o ser humano em todos os seus atributos, características e complexa estrutura".

Já Oliveira Neto (1999) o define da seguinte forma

O processo encetado por um indivíduo, envolvendo a concepção, planejamento e execução, de ações que contribuiriam para: a formação profissional e pessoal do indivíduo (produto), a atribuição de um valor justo e compatível com o posicionamento de mercado que se queira adquirir (preço), a execução de ações promocionais de valorização pessoal (promoção), que o colocariam no lugar certo na hora certa (distribuição)" (OLIVEIRA NETO, 1999, p.23).

Para Penteado Filho (1990, p.155-56),

O marketing de sucesso começa pelo marketing pessoal, através dele o profissional deverá equacionar suas dificuldades particulares



para buscar o caminho mais adequado para se organizar, e só então se dedicar ao planejamento estratégico.

Segundo Mello (2006), o Marketing Pessoal é composto de cinco ferramentas básicas que apresentam, quando utilizadas juntas, resultados muito positivos: embalagem do produto (é a aparência da pessoa); higiene pessoal; conteúdo (competência, caráter, honestidade, fidelidade); postura física (credibilidade) e comunicação.

Especialmente quando é usado como um instrumento para realçar competências e habilidades pode fortalecer as redes de relacionamento e o status da pessoa no mundo do trabalho, favorecendo a consolidação de espaços neste universo cada vez mais competitivo.

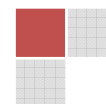
O Marketing Pessoal além do sucesso profissional, pode ser a garantia do emprego e do espaço profissional.

Atualmente, para se destacar no mercado de trabalho a tendência é cada vez mais as pessoas utilizarem o Marketing Pessoal que, além de ajudar a identificar os pontos fortes, pode fortalecê-los, na medida em que agrega valor à imagem da pessoa, ajudando a identificar e desenvolver talentos, habilidades e competências. Hoje, além de criar e consolidar uma imagem positiva no mercado, fundamental ser reconhecido por ela. E isso o Marketing Pessoal pode fazer, pois valoriza o ser humano, seus atributos e características, com o objetivo de que possibilitar a utilização plena das capacidades e potencialidades não somente na área profissional como também na área pessoal.

Segundo Oliveira Neto (1999, p.22),

O marketing pessoal não trata nem reduz as pessoas a um objeto. Ao contrário, valoriza o ser humano em todos os seus atributos e características inclusive em sua complexa estrutura física, intelectual e espiritual. Na verdade possibilitar a utilização plena, divulgar e demonstrar cada uma de nossas capacidades e potencialidades é sua principal tarefa.

Nos dias atuais, o Marketing Pessoal se converte em uma vantagem competitiva, já que facilita a inserção de profissionais no mercado de trabalho se



revela cada vez mais competitivo; e, sobretudo, vem ganhando importância porque cada vez mais as empresas estão valorizando em seus funcionários, mais do que simplesmente a experiência profissional. Hoje há uma preocupação maior com o capital intelectual e, principalmente, com a escolha daqueles que realmente serão parceiros e poderão contribuir de forma mais incisiva para o sucesso da organização.

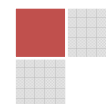
Quando falamos que o Marketing Pessoal promove o crescimento pessoal e profissional, estamos nos referindo ao fato de que ao utilizá-lo, a pessoa passa a buscar o aprimoramento de seus talentos e competências, através da atualização de conhecimentos específicos e gerais, e com isso podendo realizar mais facilmente suas metas e objetivos. Na verdade, o Marketing Pessoal ajuda a criar a marca da pessoa e é uma ferramenta importantíssima, pois melhora a imagem e desenvolve habilidades como liderança, percepção e o próprio carisma.

Segundo Doin (2006), atualmente é cada vez mais reconhecida nos mais diversos meios a importância de se desenvolver uma marca que se torne uma referência no mercado e possa, com isso, ser a mais lembrada, a mais procurada, a mais bem-remunerada, a mais desejada, a mais querida. E isso não acontece somente com produtos ou serviços, mas com pessoas também.

Uma pessoa que possua talento e competência suficiente para exercer a sua atividade, desde que pratique e aperfeiçoe constantemente o seu Marketing Pessoal, pode chegar ao topo, elevando o seu nível de notoriedade e imagem e ser recompensado por isso. Essa é uma tarefa que exige paciência, disciplina, perseverança, uma elevada auto-estima, determinação e um conjunto de crenças e valores que irão nortear suas atitudes e comportamentos de forma a fazer uso correto das habilidades inatas e das habilidades a serem criadas e aperfeiçoadas. (DOIN, 2006)

Doin (2006) também afirma que “o profissional deve construir uma marca pessoal no universo onde atua, sendo essa a sua principal ferramenta para se posicionar diante dos desafios”.

Ao desenvolver atitudes, melhorar a apresentação e a comunicação, o Marketing Pessoal faz com que eles trabalhem a favor da pessoa no ambiente



profissional. A pessoa que faz uso do Marketing Pessoal é alguém mais ético, motivado e com maior capacidade de liderar.

Segundo Rosa (2004) uma imagem negativa pode limitar as oportunidades da pessoa. “É preciso ter cuidado para com a imagem e buscar eliminar dela qualquer item que possa trazer impacto desfavorável”.

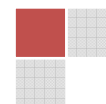
Já para Doin (2006) o Marketing Pessoal tornou-se uma ferramenta estratégica essencial no processo de se conduzir com sucesso uma marca pessoal no mundo atual.

Na dose certa e de forma planejada, é possível criar e desenvolver uma imagem coerente e consistente, envolta em associações psicológicas positivas que dêem visibilidade necessária para que uma pessoa se transforme em uma referência no seu ambiente vivencial e possa fazer parte dos projetos de vida das outras pessoas. (DOIN, 2006)

No entanto, Doin (2006) adverte que para ser eficaz no marketing pessoal, o conhecimento da dimensão humana e seu aprimoramento pessoal, são fundamentais, porque acima de tudo, o marketing pessoal é um processo de desenvolvimento pessoal e o sucesso é apenas consequência.

É preciso ter criatividade e uma certa dose de coragem para criar motivos para interagir com as pessoas e aparecer. Cada área de atividade pode permitir uma série de ações planejadas que, na sua essência, criarão uma rede de relacionamentos. É é nessa interatividade que se desenvolve e se constrói o valor para a marca pessoa. (DOIN, 2006)

Rogar (2006), por sua vez, afirma que o Marketing Pessoal se assemelha muito ao marketing praticado pelas empresas. Só que neste caso, o que está sendo criada é uma marca pessoal. Segundo a autora, não existe uma fórmula simples para a construção de uma marca própria, e é constante o perigo de se parecer artificial ou falso. “Portanto, quem decide polir e dar unidade à imagem profissional que projeta precisa investir, submeter-se a avaliações periódicas de um orientador e aceitar os sacrifícios de eventuais mudanças de rumo na carreira e nos hábitos da vida pessoal”. (ROGAR, 2007)



Na criação da marca pessoal, Rogar (2007) ainda complementa que é fundamental o conteúdo e a qualificação profissional, ou seja, a pessoa precisa justificar sua marca.

Deste modo, o Marketing Pessoal ganha cada vez mais evidência, tanto que a criação de uma marca pessoal é ensinada em muitas universidades americanas e vem ganhando espaço em algumas instituições no Brasil.

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

Utilizar o Marketing Pessoal não é tarefa fácil. De forma planejada e de maneira sensata, é perfeitamente possível desenvolver uma imagem pessoal positiva, fazendo com que a pessoa se transforme em uma referência na sua área de atuação.

O Marketing Pessoal não é somente uma ferramenta que pode ser usada para alcançar o tão almejado sucesso profissional, mas pode se transformar em uma filosofia de vida que tende, quando bem utilizada, a trazer grandes e significativos benefícios para quem dela se utiliza.

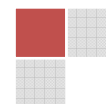
E, principalmente, o Marketing pessoal não se constrói do dia para a noite. É um processo que demanda esforço, dedicação, paciência e, principalmente, aprendizado constante.

### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

PERUZZO, Marcelo Ivanir. **Marketing pessoal**. Florianópolis, 2002. 116p. Dissertação. (Mestrado em Engenharia de Produção – área de concentração: Gestão de negócios) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, 2002.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**: a edição do novo milênio. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing**: conceitos, exercícios, casos. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1997.



MELLO, Ricardo. **Marketing com Treinamento.** Disponível em <http://www.ricardomello.com.br> Acesso em: 24 mar.2008.

OLIVEIRA NETO, Pedro Carvalho de. **Marketing Pessoal:** o posicionamento pessoal através do marketing. 6.ed. Fortaleza,1999.

COBRA, Marcos. Marketing básico. São Paulo : Atlas, 2004.

ROGAR, Sílvia. Sucesso sob Medida. **Veja**, São Paulo, n. 2014, 27 jun.2007.

ROSA, José Antonio. **Trabalhe sua Imagem.** Disponível em [www.mulherdeclasse.com.br](http://www.mulherdeclasse.com.br) Acesso em 24 mar.2008.

