

Como utilizar "branding pessoal": a estratégia de posicionamento aplicada a profissionais



“O posicionamento se dá pela apresentação clara da imagem que desejamos, evidenciando um ponto forte que nos caracterize”

Rosana Sacchet,
Pós-doutora em Marketing,
Professional & Business Coach,
Diretora da Sunny Coach,
contato@sunnycoach.com.br

O branding vem do inglês, significa gestão de marcas e é amplamente aplicado na área mercadológica para produtos ou empresas. No caso do branding pessoal, a ideia é aplicar estratégias já consagradas do branding aos profissionais, pessoas que desejam se destacar no mercado. Trabalhar o branding pessoal demanda posicionamento estratégico: um fator determinante para o sucesso no mercado de trabalho.

O posicionamento é um instrumento de apoio ao processo de decisões estratégicas relacionadas à conceituação de produtos, de empresas e também de profissionais, pois auxilia na comunicação de suas características e seus atributos em segmentos específicos de mercado. A importância do posicionamento reside no fato de que ele estimula o desenvolvimento de considerações acerca de uma marca, construindo parâmetros de comparação entre os players do mercado.

No âmbito do branding pessoal, o posicionamento se dá pela apresentação clara da imagem que desejamos, evidenciando um ponto forte que nos caracterize. Observa-se que a necessidade de diferenciais é intrínseca ao conceito de posicionamento. Bender (2009) informa que diferenciação é a palavra-chave para definir um profissional de sucesso e recomenda que o indivíduo deve se especializar em um segmento para se tornar uma referência. Convém acrescentar que a diferenciação também envolve a forma como o indivíduo apresenta seus diferenciais, a maneira que os comunica para se distinguir no mercado de trabalho.

Persona (2004) usa a expressão "ostras profissionais" ao descrever o tipo de pessoa com enorme potencial que guarda suas pérolas para si. São aqueles profissionais com uma qualidade técnica incrível em determinada área que, ainda assim, não prosperam. Todavia, eventualmente, indivíduos de competência mediana conseguem contratos maravilhosos. Seria questão de sorte? Por que tamanha diferença? Em verdade, nosso desempenho no mercado depende da percepção de valor que conquistamos, ou seja, da assertividade do posicionamento estratégico escolhido e comunicado. Do contrário, estamos à mercê da sorte ou do acaso.

Então, como encontrar nosso posicionamento estratégico pessoal? O primeiro passo é realizar uma autoavaliação. Descrever a própria identidade é uma etapa crucial do branding pessoal, o caminho recomendado para identificar competências, habilidades e atitudes que nos tornam diferentes da maioria. Esse processo nos conduz a uma profunda reflexão, que é necessária para observar e planejar nossa vida de forma coerente à imagem desejada, ou seja, focada em nosso conceito particular de realização. Conhecendo quem somos de fato e quem queremos ser, analisando como está nossa imagem no mercado e sabendo o que fazer para atingir nossos objetivos.

Avalie agora mesmo seu grau de satisfação quanto a seu branding pessoal. Pense que nota de 1 a 10 você dá para seu reconhecimento pessoal, profissional e financeiro conquistados até agora? Essa, entre outras questões, devem fazer parte de seu planejamento. Fique atento, um bom coach, com formação e experiência na área de branding, pode fazer toda a diferença como parceiro nesse processo. A maioria dos profissionais desconhece, ou negligencia, a gestão de sua marca pessoal. Veja isso como uma bela oportunidade e invista em você.

Publicado em 27/03/2017.