

Seja Bem Vindo!

Curso

Marketing Pessoal

Carga horária: 20hs



Dicas importantes

- **Nunca se esqueça** de que o objetivo central é **aprender** o conteúdo, e não apenas **terminar** o curso. Qualquer um **termina**, só os determinados **aprendem**!
- **Leia** cada trecho do conteúdo com **atenção redobrada**, não se deixando dominar pela pressa.
- **Explore profundamente** as **ilustrações explicativas** disponíveis, pois saiba que elas têm uma função bem mais importante que embelezar o texto, são fundamentais para **exemplificar e melhorar o entendimento** sobre o conteúdo.
- Saiba que quanto mais **aprofundaste seus conhecimentos** mais **se diferenciara dos demais alunos** dos cursos.
- Todos têm acesso aos mesmos cursos, mas o **aproveitamento** que cada aluno faz do seu momento de aprendizagem diferencia os **“alunos certificados”** dos **“alunos capacitados”**.
- **Busque complementar** sua formação **fora do ambiente virtual** onde faz o curso, buscando **novas informações e leituras extras**, e quando necessário procurando **executar atividades práticas** que não são possíveis de serem feitas durante o curso.
- **Entenda** que a aprendizagem **não se faz apenas no momento em que está realizando o curso**, mas sim durante todo o dia-a-dia. Ficar atento às coisas que estão à sua volta **permite encontrar elementos para reforçar aquilo que foi aprendido**.
- **Critique** o que está aprendendo, **verificando sempre a aplicação do conteúdo no dia-a-dia**. O **aprendizado só tem sentido quando pode efetivamente ser colocado em prática**.

Índice

- ✓ Marketing de Produtos – 4 P 's – Mix de Marketing
- ✓ Marketing de Serviços – 8 P 's – Mix de Marketing
- ✓ Marketing de Produtos ou de Serviços
- ✓ E o Marketing Pessoal? Como se faz?
- ✓ Auto Conhecimento
- ✓ Mix de Marketing Pessoal
- ✓ Conteúdo
- ✓ Embalagem
- ✓ Preço
- ✓ Praça
- ✓ Promoção
- ✓ Networking – Rede de Relacionamentos

MARKETING

Market = mercado
Ing = designa gerúndio

Mercadando? Mercadeando?

MARKETING

- Técnicas, ferramentas, metodologias que visam permitir que organizações se relacionem com o mercado como um todo
 - Tem, no formato atual, cerca de 60 anos
 - Está mudando dramaticamente com o apoio das Tecnologias de Informação e o advento da Internet
-

MARKETING

Pode ser de

- Produtos (automóveis, roupas, eletrodomésticos, artigos de higiene...)
 - Serviços (consórcio, telefonia, software, cinema...)
-

Marketing de Produtos – 4 P's – Mix de Marketing

Se é de produtos, estuda

- o produto em si
 - seu preço
 - sua distribuição (ou Praça)
 - sua promoção (que inclui Propaganda)
-

Marketing de Serviços – 8 P's – Mix de Marketing

Se é de serviços, estuda

- Serviços ou Produto
 - Preços
 - Praça
 - Promoção
 - Pessoas
 - Processos
 - Evidências Físicas
(Physical evidences/Provas)
 - Produtividade
-

Marketing de Produtos ou de Serviços

Sempre começa por



E o Marketing Pessoal? Como se faz?

Começa por lembrar que você

- Não é um sabonete ou uma havaiana
 - Não é um hotel ou um telefone celular
-

Marketing Pessoal

Faz se para pessoas que tem

- Crenças
- Valores
- Objetivos de vida
- Necessidades físicas, espirituais, emocionais, financeiras, materiais, etc...
- Laços familiares, sentimentais, amorosos, de amizade, de coleguismo, etc...

Diferentemente de uma lavadora de roupas ou de um cruzeiro de reveillon

Marketing Pessoal

Você também deve usar a pirâmide



Marketing Pessoal

Começar por

Visão

Missão

Valores

Começar por saber quem você é, no que você realmente acredita, qual sua missão na vida, qual é sua visão do futuro, que é sua visão do seu futuro

Auto Conhecimento

Conceitos Básicos

Propósito de Vida – Missão

Por que estamos vivos aqui nesse planeta? O propósito de vida é uma lembrança de quem somos e do impacto que causamos no universo. Isso faz com que a vida seja completa e feliz.

Valores

São nossas crenças. Aquilo em que acreditamos e que nos faz agir como agimos.

Visão

Imagens mentais que nos inspiram a agir e a tornar nossos sonhos realidade. Visão nos dá direção e pode criar significado na vida.

By Arthur Diniz

Auto Conhecimento

Características dos empreendedores de sucesso

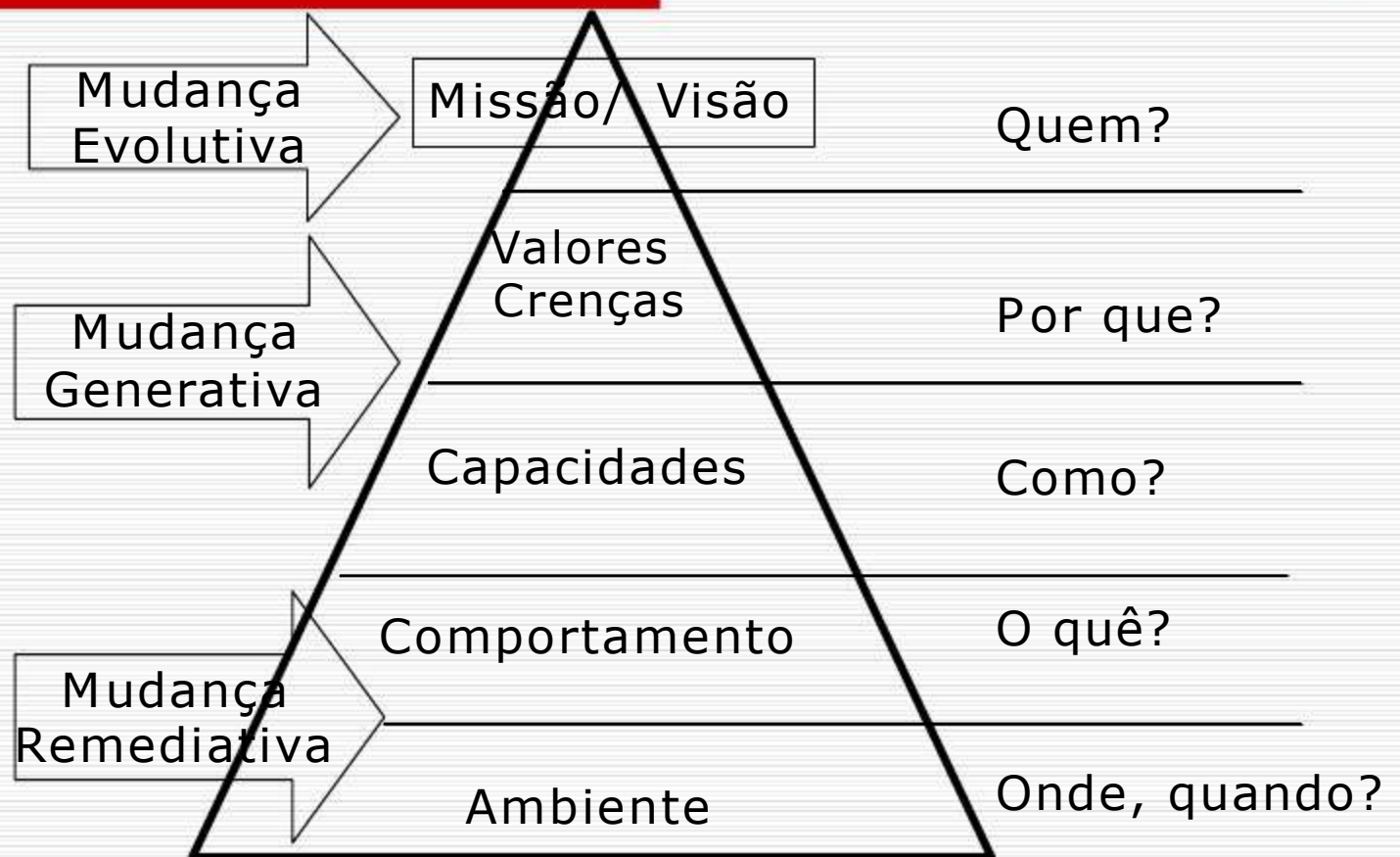
- Visionários
- Sabem tomar decisões
- Fazem diferença
- Exploram ao máximo as oportunidades
- Determinados e dinâmicos
- Dedicados
- Otimistas
- Apaixonados pelo o que fazem
- Independentes, constroem seu próprio destino

Auto Conhecimento

Características dos empreendedores de sucesso

- Ficam ricos
- Formadores de equipe
- Bem relacionados (Networking)
- Organizados
- Planejam, planejam, planejam
- Possuem conhecimentos
- Assumem riscos calculados
- Criam valor para a sociedade

Níveis Neurológicos



By Arthur Diniz

Marketing Pessoal

Vamos em frente?



Auto Conhecimento

SWOT

Strengths – Forças

Weakness – Fraquezas

Opportunities – Oportunidades

Threats – Ameaças

Auto Conhecimento

SW OT

PONTOS FORTES

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for listing strengths.

OPORTUNIDADES

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for listing opportunities.

PONTOS FRACOS

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for listing weaknesses.

AMEAÇAS

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for listing threats.

Auto Conhecimento

TEORIAS

Há muitas teorias sobre o comportamento humano

Poucas conseguem evidência empírica

HÁ UMA NOTAVEL EXCEÇÃO!

Auto Conhecimento

DEFINIÇÃO DE METAS

Nas mais diversas indústrias, com as pessoas mais variadas:

Aqueles que definem metas superam repetidamente aqueles que não o fazem...

POR UMA DIFERENÇA ENORME!

Auto Conhecimento

METAS

As pesquisas mostram que:

- Menos de 3% da população tem metas específicas, pessoais ou profissionais;
- Aproximadamente 1% da população coloca sua meta no papel.

**PESSOAS NÃO PLANEJAM E FALHAM, ELAS
SIMPLEMENTE NÃO PLANEJAM!**

Auto Conhecimento

METAS

Nas empresas:

- Menos de 15% dos profissionais identificam claramente suas metas e prioridades
 - Metas mudam constantemente
 - Muitas metas
 - Não são comunicadas
 - Apenas 19% estão comprometidos com as metas
 - Gasta-se somente 49% do tempo focado nas metas
-

Auto Conhecimento

META-ESPERTA

Específica

Sistêmica

Positiva

Evidência

Recurso

Tamanho

Alternativa

Auto Conhecimento

ESPECÍFICA:

Você precisa especificar exatamente o que quer no tempo presente, em uma linguagem que use imagens, sons, sensações, para ativar padrões neurológicos que gerem novos resultados. A sua meta precisa ser iniciada por você e depender de você.

- O que voce quer? Em que contextos? Onde? Quando? Com quem?
- O que, especificamente, você vai ver? Sentir? Ouvir? Estar fazendo?

ESPERTA

Auto Conhecimento

SISTÊMICA:

Você deve considerar o efeito da realização da sua meta em nível sistêmico, isto é, como vai combinar com as suas outras metas, como vai afetar outras áreas da sua vida, a sua família, o seu ambiente de trabalho etc.

—> Como a realização da meta vai afetar sua vida?
O que você vai ganhar? Perder?
Ela é congruente com seus valores?

ESPERTA

Auto Conhecimento

POSITIVA:

A sua meta precisa ser elaborada em termos positivos. Uma meta negativa, do tipo: "Eu não quero comer demais", cria um ensaio mental desse comportamento. Também se inclui nesta categoria "Eu quero parar de...", "Eu quero viver sem..."

→ A minha meta gera imagens daquilo que eu quero ao invés daquilo que não quero

ESPERTA

Auto Conhecimento

EVIDÊNCIA:

Você precisa ter uma evidência de que conseguiu a sua meta e precisa ter “feedback” durante o processo para se autocorriger.

—> Como vou saber que estou conseguindo me aproximar da minha meta?

Que evidências vou usar?

ESPERTA

Auto Conhecimento

RECURSOS:

Você precisa identificar que recursos já têm e que recursos precisa para levá-lo do estado atual para o estado desejado.

—> Que capacidade e recursos eu já tenho para me ajudar a conseguir minha meta? Que outros mais eu preciso?

ESPERTA

Auto Conhecimento

TAMANHO:

A sua meta precisa ser trabalhada com um enfoque de tamanho adequado. A meta grande demais precisa ser dividida em áreas a serem trabalhadas separadamente.

- A meta é desafiante?
- É grande demais? Pequena demais?
- Esse objetivo é possível de ser atingido?

ESPERTA

Auto Conhecimento

ALTERNATIVAS:

A sua meta precisa ter opções no plano de ações.
Uma opção é limitada, duas criam um dilema e, três, permitem a escolha.

→ Qual é o seu plano de ação? Como você vai lidar com as dificuldades ou desafios?

ESPERTA

Auto Conhecimento

EXEMPLOS

Metas mal definidas

- Ganhar mais dinheiro que no ano passado
- Perder peso
- Melhorar meu desempenho profissional

Metas bem definidas

- Ganhar R\$ 10.000,00 a mais que no ano passado
 - Emagrecer 5 kilos nas próximas 12 semanas e atingir 18% de gordura corporal
 - Receber avaliação A, melhorando minhas habilidades de liderança através de cursos e prática
-

Auto Conhecimento

Os grandes paralisadores



MEDO



TEMPO



CRENÇAS LIMITANTES

By Arthur Diniz

Medo - FEAR

F_{ALSE}

E_{VIDENCE}

A_{PPEARING}

R_{EAL}



By Arthur Diniz

Auto Conhecimento

O TEMPO

- 1 – Descubra onde você gasta seu tempo
 - 2 – Reorganize-se
 - 3 – Priorize
 - 4 – Desista de algumas coisas
-

Priorização

Urgente X Importante

		Urgente	Não urgente	By Arth ur Di ni z
Importante	Não Importante	Crises Projetos Problemas urgentes e inadiáveis I NECESSIDADE	Prevenção Planejamento Identificação de oportunidades II LIDERANÇA E CONTROLE	
		Interrupções Telefonemas Relatórios Muitos assuntos urgentes III ENGANO	Detalhes Correspondências E-Mail Atividades que fazem perder tempo IV DESPERDÍCIO	

Auto Conhecimento

EXEMPLOS DE CRENÇAS LIMITANTES

- Tenho que trabalhar duro para ter dinheiro suficiente para viver
- Tenho que ser rico para ser feliz
- O sucesso leva tempo
- Tudo que vem fácil vai fácil
- Não consigo trabalhar com meu computador
- Os outros são melhores do que eu
- Já cheguei no meu limite
- Eu não nasci pra isso
- É impossível ganhar dinheiro fazendo isso
- Não posso confiar em ninguém
- Nada é fácil

By Arthur Diniz

Auto Conhecimento

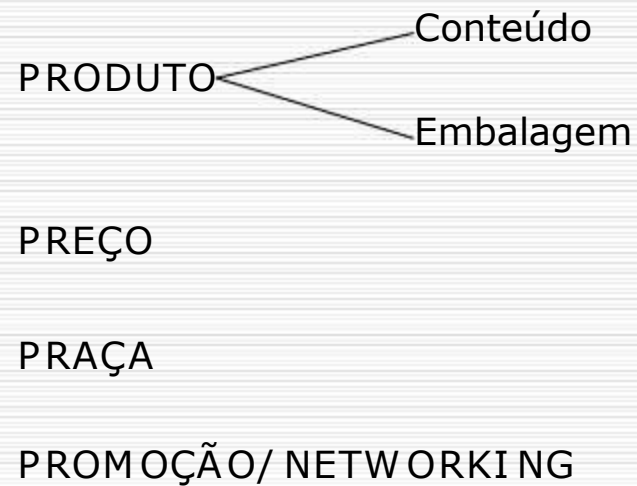
- ☐ Você tem metas? Metas para este ano, 05 e 10 anos?
- ☐ Sabe visualizar o que quer? Visualiza, com frequência?
- ☐ Pensa e age em relação às capacidades necessárias para alcançar suas metas?
- ☐ Suas metas são coerentes com suas crenças e valores?
- ☐ Como é a sua visão de mundo?
- ☐ Você tem um sentido de vida?
- ☐ Tem um diferencial ?

Mix de Marketing Pessoal



Marketing Pessoal

Mix de Marketing Pessoal



PRODUTO

Conteúdo

Embalagem

Conteúdo

- ☐ Currículo
- ☐ Cursos de especialização
- ☐ Idiomas (comece pelo português)
- ☐ Busque certificações
- ☐ Leituras (livros, jornal, artigos)
- ☐ Ações x atitudes
- ☐ Comunicação
- ☐ Seja bem-humorado, sorria
- ☐ Livre-se das crenças limitantes
- ☐ Não seja ranzinza, torne as situações mais leves
- ☐ Empatia, tolerância, inteligência emocional, honestidade
- ☐ O sábio e o aprendiz
- ☐ Faça trabalho voluntário



-
- ❑ Monte um arquivo “Eu me amo”
Vitórias, realizações, cartas, e-mails de elogio, diplomas, certificados, etc

“Não me diga o quanto você trabalha. Diga-me quanto você conseguiu concluir” – James Ling

Monte um arquivo de “Declarações Incisivas” (Exemplos)

- ❑ Reduzi os custos e as despesas fixas, por meio de atenta monitoração e controle dos procedimentos de assistência e reembolso financeiro.
 - ❑ Implantei um sistema contábil completo, por departamentos, em uma grande entidade; redução dos custos operacionais em 25 por cento.
 - ❑ Concebi novos procedimentos para o serviços de informações gerenciais, colocando os relatórios operacionais à disposição da gerência em 24 horas.
 - ❑ Reduzi significativamente os atritos entre quatro departamentos importantes, por meio de uma série de seminários sobre a solução de problemas.
 - ❑ Organizei e treinei uma equipe de vendas para territórios de comercialização selecionados, o que resultou em um incremento de 67 por cento nas vendas e nos lucros.
-

Como redigir

Habilidades Interpessoais

- ❑ Situação: Eu era o contato entre minha empresa e nossa agência de publicidade
 - ❑ Ação: Estabeleci o entrosamento com a agência de publicidade
 - ❑ Resultados: Conseguimos um moral elevado e o livre fluxo de informações entre a agência e a empresa
 - ❑ Declaração incisiva: Atuei como contato entre minha empresa e nossa agência de publicidade. Estabeleci o entrosamento com o pessoal da agência e estimulei o livre fluxo de informações
-

Uso das declarações incisivas

- ☐ Currículos
- ☐ Cartas de Apresentação
- ☐ Entrevistas de emprego
- ☐ Avaliação de desempenho

Algumas situações informais

- ☐ Papos com os colegas
 - ☐ Durante cursos
 - ☐ Reuniões fora do ambiente de trabalho, mas que envolvem possíveis pontos de relacionamento – reuniões de condomínio por exemplo
-

“Eu me amo”

- ❑ Declarações Incisivas
 - Guarde
 - Atualize sempre
 - Releia, de vez em quando

“Óbvio, procure sempre melhorar o produto”



Embalagem

- ☐ Cuide de sua saúde – vitalidade
- ☐ Alimentação / Exercícios / Durma bem / Relaxe
- ☐ Roupas e sapatos adequados
- ☐ Cartão de visitas
- ☐ Atenção aos detalhes – caneta, óculos, unhas, cabelos, dentes
- ☐ Como as pessoas te veêm?
- ☐ Seja organizado!!!
- ☐ O corpo fala
- ☐ O principal é ter congruência





Preço

- ☐ Preço deve espelhar o restante do seu mix de marketing
- ☐ Talvez o produto (você), ou o marketing dele, tenham que melhorar!
- ☐ Acredite! todos temos nosso valor.
- ☐ Não precisamos ser iguais a ninguém... O mais interessante é a diferença

“O homem vale tanto quanto o valor que dá a si próprio.”

François Rabelais



Praça

“Estar no lugar certo, no momento certo”

- ☐ Três telefonemas separam você de algo ou alguém que está procurando

Faça Marketing

- ☐ Clube
- ☐ Prédio
- ☐ Escola de seus filhos
- ☐ Seu MBA
- ☐ Academia
- ☐ Eventos
- ☐ Festas (aniversário, casamento)



Promoção

- Internet
- Artigos
- Palestras
- Sites de Empregos
- Blogs
- Livros
- Aulas



Networking – Rede de Relacionamentos

- ☐ Saia de casa
- ☐ Escreva/ Publique artigos / livros
- ☐ Participe de associações (xadrez)
- ☐ Dê palestras / aulas
- ☐ Envolver-se com a Internet
- ☐ Participe de Eventos e faça novos contatos
- ☐ Inove, permita-se sair da rotina
- ☐ Viaje, visite novos lugares, pratique um esporte



...continua

- ☐ Seja simples, diga "bom dia"
- ☐ Mande cartões de Natal
- ☐ Telefone em datas de aniversário
- ☐ Nada substitui o contato pessoal
- ☐ Forme uma corrente do bem
- ☐ Doe seu tempo
- ☐ Aumentar a rede e cultivá-la sempre, a longo prazo



Resumindo

Certifique-se de quem é você

Certifique-se de quem você quer ser

Trace o caminho que separa estes dois estados

Analise e melhore o conteúdo

Análise e melhore a embalagem

Defina o preço

Identifique a praça alvo, faça promoção, relacione-se

Marketing Pessoal



Razões pelas quais as pessoas não fazem Marketing Pessoal

- ☐ Não foram criadas assim
- ☐ Não sabem como fazer
- ☐ Avaliam que quem faz dá mau exemplo
- ☐ Falta de tempo
- ☐ Isso é uma bobagem
- ☐ Elas têm medo de serem rejeitadas

Não necessariamente o bom trabalho e os bons propósitos falam por si mesmos

Marketing Pessoal

- ❑ Se você não se auto-promover, sabe o que vai acontecer?

NADA

“Medo é algo que se aprende a sentir; já que é aprendido pode-se desaprendê-lo”

Karl Menninger



Resumindo

PLANEJE!

MEXA-SE!

NÃO SUCUMBA AO MEDO!

NÃO SUCUMBA A PREGUIÇA!

VAMOS!

COMEÇE JÁ!

CONFIE EM VOCÊ!!!
