

Marketing pessoal deve ser discreto e natural

(Michelle Loreto)

Não basta ser competente; é preciso ser reconhecido pelo chefe. Veja o que é certo e o que é errado fazer para melhorar sua imagem e valorizar seu emprego. Na ginástica olímpica, a postura dos atletas conta ponto desde o primeiro passo no tablado. O trabalho deles é render o máximo a cada segundo, regra que também vale para as outras profissões. As atitudes do profissional e a maneira como ele se apresenta são essenciais para o sucesso. “Você tem que saber quais são seus objetivos, onde quer chegar, quanto quer ganhar e como vai construir a sua vida”, ensina o headhunter Cláudio Pereira, especialista em carreira. “A partir do momento que você tem clareza onde quer chegar, consegue trabalhar com espontaneidade os seus comportamentos e a sua comunicação. Acho que isso é um marketing bem feito, um bom princípio para ser bem sucedido”. A regra é a mesma que vale para os árbitros de futebol: o bom marketing pessoal é aquele que não aparece, mas precisa fazer parte do repertório de todo profissional. Isso tudo se soma, é claro, à competência e à formação do profissional. Uma pesquisa da Fundação Getúlio Vargas indica que uma pessoa que fez faculdade ganha, em média, até duas vezes mais do que um trabalhador que tem só o Ensino Médio. Quem tem uma pós-graduação tem 86% de chance de estar empregado. É o caso de Samuel Squarisi, de Londrina (PR), que está muito bem empregado. Ele alcançou o topo em apenas cinco anos: formado em Turismo, começou a carreira como estagiário e virou gerente de hotel em Curitiba. Mal terminou uma pós-graduação em Gestão Empresarial, foi contratado por uma rede concorrente para ser gerente-geral em Londrina. E ele tem só 28 anos. Com a pós-graduação, Samuel diz que pode por em prática lições que ajudaram a aumentar a qualidade dos serviços e o faturamento da empresa. Seu desempenho melhorou a imagem dele junto às chefias e abriu caminho para a promoção. “O salário acompanha o crescimento profissional, agora está aproximadamente 20 vezes maior do que quando eu comecei, como estagiário”, calcula Samuel. Se você está pensando em mudanças para agradar o chefe, desista. Você pode se adaptar ao perfil do seu gestor, mas é impossível virar outra pessoa. “Hoje em dia, o papel do ‘puxa-saco’ acabou. Se existe uma pessoa assim, é porque a empresa tem uma liderança que valoriza esse tipo de atitude”, avalia Cláudio Pereira. Quando você atinge um êxito profissional, isso tem que ser compartilhado – mas cuidado para não acabar mergulhando muito fundo na comemoração desse sucesso. Sem perceber, você pode acabar exagerando. As regras de ouro para não se exceder no marketing pessoal são as seguintes: - Não faça de tudo só para chamar a atenção do chefe - Nas reuniões, não fique ansioso para falar sempre primeiro. - Nunca minta para ser elogiado, ou para receber o crédito por algo que você não fez. Na opinião do especialista ouvido pelo Jornal Hoje, ser discreto é um bom marketing pessoal. “Se você cornetear os seus resultados para todo mundo, torna a coisa um pouco forçada. O profissional tem que celebrar bons resultados com todos, mas depois a vida volta ao normal. Inclusive, assim você respeita alguém que porventura não tenha atingido o mesmo resultado”. O marketing pessoal pode ser bom ou ruim, mas se não for natural, não vai durar muito tempo. “Tudo que é falso gera um estranhamento, um aviso de cuidado. Quando alguma coisa não parece verdadeira, a tendência das pessoas é se afastar ou tratar aquilo com muito cuidado”, explica Cláudio. “Você não consegue sustentar uma coisa que você não o é por um período longo de tempo”.