



ZANCHIN, Anderson Adalto

# A Influência Das Mídias Digitais No Marketing Pessoal

Este artigo explora como as mídias digitais impactam o marketing pessoal, mostrando sua importância na construção da marca individual. Aborda conceitos de marketing pessoal, tecnologia, ferramentas online e presenciais, e o poder das mídias na sociedade moderna.

**Palavras-chave: Mídias Digitais; Marketing Pessoal; Marca Pessoal; Influência Digital; Imagem.**

# Resumo

Este artigo propõe mostrar a importância e influência das Mídias Digitais como ferramenta benéfica no Marketing Pessoal, resultando em benefícios para empregar a marca de cada indivíduo. O marketing pessoal refere-se ao conjunto de ações planejadas que facilitam a obtenção do sucesso pessoal e profissional, seja para conquistar uma nova posição no mercado de trabalho ou para manter sua posição atual. A pesquisa teve o objetivo de mostrar como as mídias digitais tem forte influência e poder no fortalecimento da marca pessoal.

# Introdução

Com base nas informações citadas ao longo deste artigo e estudadas, a definição do problema de pesquisa parte explanação da Influência das Mídias Digitais no Marketing Pessoal, desta forma identificamos como a Internet e as mídias digitais podem contribuir para a autopromoção e marketing pessoal.

Portanto, a questão é: De que forma podemos utilizar a influência das mídias digitais no marketing pessoal?

O artigo deve como embase o estudo de algumas hipóteses abordadas, antes de sua dissertação chegar a uma conclusão de defesa e explanação.

Foram levantadas algumas problemáticas, como: As mídias digitais ajudam na divulgação da autopromoção e imagem. As mídias digitais, bem como as redes sociais e outras mídias são responsáveis pela divulgação da marca pessoal de um indivíduo.

Para entender a defesa do artigo, antes de mais nada deve-se ficar claro que o marketing pessoal sempre existiu. A popularização do marketing pessoal ocorreu por meio da necessidade das pessoas valorizarem suas carreiras. Antes de iniciar o processo de autopromoção é necessário saber quem você é e aonde você quer chegar, cuidando para que sua marca pessoal seja valorizada pelo mercado, tendo um diferencial, algo que te torne evidente, assim ao definir sua identidade estará decidindo também a sua marca.

# Marketing e Tecnologia

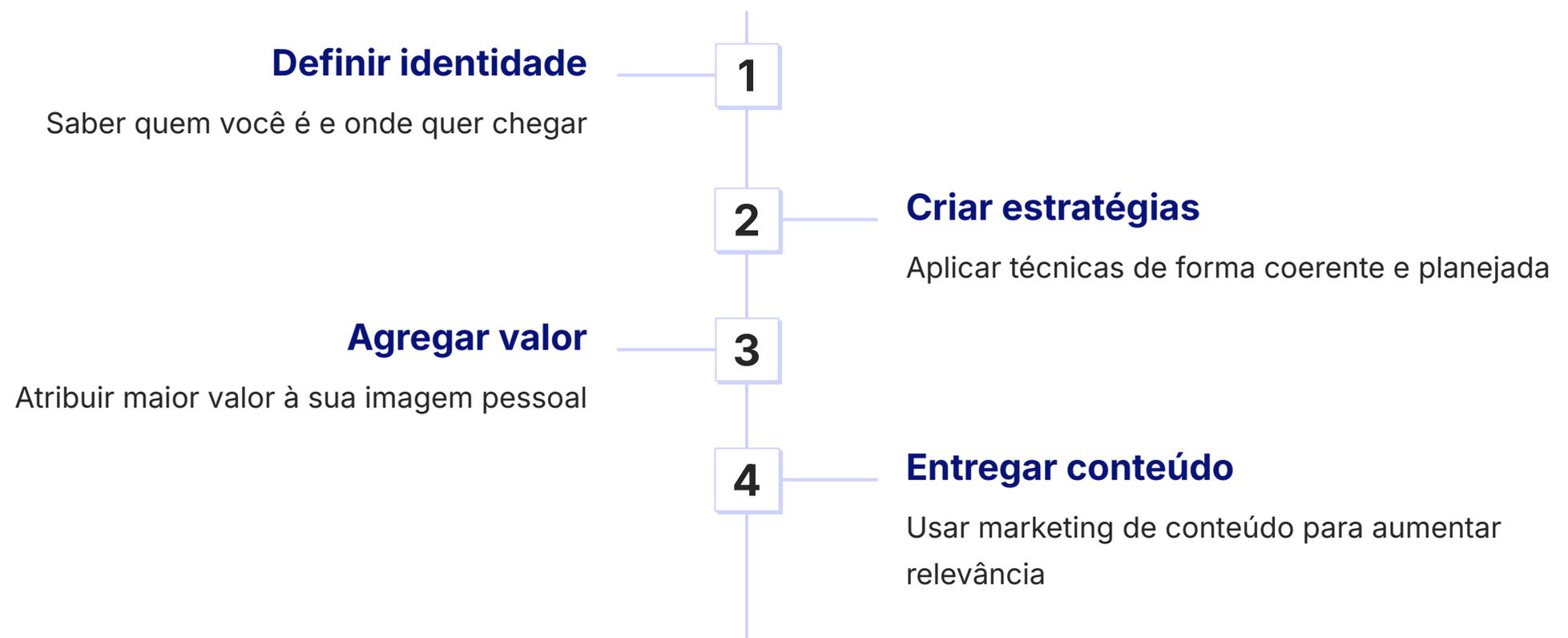
O marketing pessoal tem como definição de maneira mais completa um conjunto de estratégias, aplicadas de maneira coerente e planejada, que irão fazer com que você atribua um maior valor a sua imagem pessoal. Em poucas palavras, podemos dizer que o marketing pessoal é atribuir valor a sua imagem.

Muito mais do que apenas se auto promover, ele é um conjunto de maneiras e possibilidades que irão fazer com que as pessoas o vejam de maneira muito mais positiva. Não confunda jamais marketing pessoal com publicidade.

O marketing sempre é composto por uma série de variáveis, que têm como objetivo o fortalecimento de determinada marca. No caso do pessoal isto se torna ainda mais evidente já que a marca em questão é a sua própria imagem.

Existem diversas maneiras de melhorar sua imagem e tornar-se referência no que você faz, mas tudo isso precisa ser pensado dentro de um contexto de entrega de valor para as pessoas.

Os velhos conceitos de que apenas ser visto é o suficiente, não cabem mais no mundo em que o branding é cada vez mais importante. Neste contexto, temos no marketing de conteúdo a mais poderosa ferramenta de quem quer transformar e melhorar sua imagem, aumentar sua relevância no mercado e tornar-se uma verdadeira autoridade.



# A Internet e as Mídias Digitais no Marketing Pessoal

O livro Personal Branding do autor, Artur Bender, o mote central de todo desenvolvimento pessoal está justamente onde queremos chegar a partir da decisão de que somos. O novo século está marcado por transformações frequentes, incluindo uma revolução tecnológica e social, isso é decorrência da globalização. Fica evidente que as transformações são de forte influência na sociedade do mundo todo, fazendo com que cada vez mais as pessoas invistam na imagem e estejam disponíveis e prontas.

Para isso cada vez mais as pessoas usam das mídias digitais, bem como redes-sociais como veículo da autopromoção e imagem pessoal. Utilizando técnicas, estratégias e métodos para se destacar na sociedade e conseqüentemente no mercado de trabalho. Por conta disso, o marketing pessoal como ferramenta de autopromoção nas mídias digitais tem ganhado tanto destaque., prova disso é o crescente número de novas redes sociais voltado para a divulgação da própria imagem, bem como, Instagram que agrega novos seguidores, dando poder ao indivíduo expositor. Facebook que tem grande apelo social, gerando networking e refletindo a marca pessoal e o LinkedIn que é hoje a maior rede social profissional e networking do mundo, segundo a Revista Época - 19/09/2016.

Por essa razão, a utilização do marketing pessoal, através das mídias digitais se tornou ferramenta para projeção na carreira profissional e está em alta, mesmo sendo um assunto pouco debatido. Prova deste crescimento é que, em meados da década dos anos 80 o marketing pessoal era conhecido como etiqueta social, se restringindo apenas a alta sociedade. A partir da década dos anos 90 ele se passou a ser conhecido como marketing pessoal.

A Internet, é a vitrine para a construção da imagem social de cada pessoa.

Através dela temos a possibilidade vender nossa imagem para empresas, consumidores e divulgação da prestação de serviços. No Marketing Pessoal, a Internet, assim como as mídias digitais e redes sociais, fez com que as pessoas se tornassem produtos. As empresas de coaching, etiqueta e divulgação de marca ou perfil, utilizam a Internet para promover e vender seus clientes e serviços.

As mídias digitais possibilitam a expressão de opinião, marca e perfil de forma a divulgar a imagem de uma pessoa. Exemplo disso é o trabalho feito no marketing político, onde a internet é utilizada para divulgar a imagem de um candidato. Segundo o autor Carlos Augusto Manhanelli, escritor do livro Eleição é Guerra - Marketing para Campanhas Eleitorais (1992).

O objetivo do marketing eleitoral consiste em implantar técnicas de marketing e comunicação social integrados, de forma a angariar a aprovação e simpatia da sociedade, construindo uma imagem do candidato que seja sólida e consiga transmitir confiabilidade e segurança à população elevando o seu conceito em nível de opinião pública.

Percebe que desde de 1992 a campanha política buscava formatar e definir uma imagem do marketing pessoal para ganhar a credibilidade do eleitor.

Isso se estendeu aos dias de hoje, onde cada indivíduo precisa definir seu papel social e divulgar sua imagem. As mídias digitais têm este poder de influência e propagação da imagem social.



## Redes Sociais

Plataformas como Instagram e Facebook para autopromoção



## LinkedIn

Rede social profissional para networking e marca pessoal



## Marketing Digital

Estratégias online para promover a imagem pessoal

# Ferramentas do Marketing Pessoal

## Na Internet

O mercado de trabalho tem se tornado cada vez mais competitivo. Fica cada vez mais difícil nos destacarmos e diferenciarmos dos outros que possuem os mesmos estudos, métodos de trabalho e foco a seguir. É nesta fase que entra o marketing pessoal, juntamente com a forte influência das mídias digitais para impulsionar e trazer visibilidade para cada pessoa.

RITOSSA (2009), nos relata que de forma errônea muitas pessoas pensam que o marketing pessoal é somente praticado no ambiente corporativo, faculdades ou ambientes políticos e voltado para as celebridades. A sociedade no geral vive parte do cotidiano dentro da internet, acessando as mídias digitais, onde tudo é postado, comentado, compartilhado, curtido e divulgado. A velocidade das notícias e informações crescem num nível acelerado, isso prova que o Marketing Pessoal não é somente presencial, ele é muito mais visível nas redes sociais. Vivemos em telas, estamos na nuvem, estampados em telas de celulares, computadores, tablets, entre outras formas de imagem.

## Presenciais

Faz muito tempo que marketing é aplicado na gestão de imagem das pessoas, normalmente com foco na carreira. Com certeza esta é uma das tendências da nova sociedade moderna, que a cada nova ação tira uma selfie, foto e posta das redes sociais. O melhor vendedor é aquele que consegue vender a si mesmo.

Perante os dados levantados, fica claro compreender que uma marca pessoal não nasce, mas é construída. Uma marca pessoal é consequência de um processo de diferenciação. O marketing pessoal remete a ideia de um lançamento de marca pessoal, o que significa a criação de sua identidade, o que o destaca dos demais profissionais.

Todas as pessoas que encontramos nos ambientes em que interagimos, são considerados clientes, sendo fundamental segmentar e definir o público ao qual queremos influenciar, para que se possa desenvolver uma estratégia de marketing pessoal efetiva.

Planejar o sucesso significa a transformação de sonho em objetivos e objetivos em metas. Por isso é preciso que se estabeleça objetivos claros, defina metas e estabeleça um cronograma de ações com um prazo superior a dez anos.

Sendo assim, o valor pago pelas empresas, será por consequência o valor que a sua marca representa, tendo a necessidade de constantes melhorias, para que se possa adquirir novos conhecimentos e habilidades.

## Ferramentas Online

- Redes sociais
- Blogs e sites pessoais
- Portfólios digitais
- Email marketing

## Ferramentas Presenciais

- Networking
- Apresentações
- Cartões de visita
- Vestuário e aparência

## Estratégias

- Definir público-alvo
- Estabelecer objetivos
- Criar cronograma
- Melhoria contínua

# O que é marketing pessoal?

Segundo BENDER (2009), o marketing pessoal é uma ferramenta usada para promoção pessoal de modo a alcançar o sucesso. É uma estratégia usada para "vender" a imagem, e influencia a forma como as outras pessoas olham para quem a utiliza. Na maior parte das ocasiões, esta expressão é usada para designar um modo de se expressar, que contribui para o alcance de um determinado objetivo, como um emprego, por exemplo.

O marketing pessoal é muito procurado por pessoas que procuram entrar no mercado de trabalho, e é uma forma de diferenciação de todos os outros.

Assim, em entrevistas de emprego, o marketing pessoal assume uma importância vital, porque o candidato ao emprego tem que saber como se expressar. O marketing pessoal capacita a pessoa a alterar a sua postura, imagem e conduta.

Um indivíduo deve saber mostrar que é confiante, tem capacidades específicas, tem valor, e que pode contribuir para o crescimento da empresa.

Além disso, deve conseguir revelar capacidade de aprender e de iniciativa, e inteligência emocional para lidar e se relacionar com outras pessoas. Tão importante como saber, é saber mostrar que se sabe.

Marketing pessoal é um conjunto de ações que ajudam uma pessoa a obter maior sucesso em sua vida pessoal., nos relacionamentos e no trabalho. É uma forma de você agregar valor a si mesmo, por meio de uma observação sistemática do ambiente onde você atua; das expectativas que as pessoas têm de você, e até podemos chama-las de clientes. E da melhor maneira atender a essas expectativas com um comportamento adequado. (MARIO PERSONA, 2007 p.16).

Pensando neste contexto, marketing pessoal significa conseguirmos projetar uma imagem da nossa marca em relação a nós mesmos, tomando a si próprio como se fosse um produto ou serviço. Jaime Troiano, um especialista em marcas diz: "Uma marca é a criação de um conjunto organizado de percepções (plano cognitivo) e sentimentos (plano emocional) que faz com que um determinado produto ou serviço seja mais do que apenas diferente de seus competidores. Seja único e indispensável".

Pra começar a traçar o perfil deste marketing pessoal, a primeira coisa é saber quem você é e onde quer chegar, feito isso começamos a mexer na embalagem, seu visual, forma de agir, andar, se vestir e toda a plástica que envolve o perfil necessário. Segundo o publicitário Chuck Lieppe : "Aparentar ter competência é tão importante quanto a própria competência".

Sem dúvida nenhuma o aspecto externo é o primeiro a ser avaliado. Num evento social por exemplo, temos o costume de olhar para as pessoas bem trajadas, irreverentes, diferente de todos. Nesta hora é que entra a influência das mídias digitais que tem papel fundamental na divulgação da autopromoção e marca pessoal. Através dela conseguimos mais olhares, mais análises e conseqüentemente o marketing pessoal acontece mais rápido.

Quando trabalhamos nosso marketing pessoal temos outro público,(...) mais visitantes no website, mais assinantes, mais visualizações nos conteúdos publicados, sites, compartilhamento de vídeos e fotos. (BARREFOOT, 2010 Cap.01).

## Promoção Pessoal

Ferramenta para alcançar o sucesso e "vender" a imagem pessoal

## Diferenciação

Estratégia para se destacar no mercado de trabalho competitivo

## Agregação de Valor

Conjunto de ações para obter maior sucesso na vida pessoal e profissional

## Construção da Marca

Projeção de uma imagem única e indispensável de si mesmo

# Considerações Finais

O mundo globalizado possui um grande dinamismo, exigindo assim grandes mudanças na organização de seus serviços e produtos. A revolução da informação vivida pela humanidade atualmente é importante para a área de marketing.

A revolução da informação, tendo como suas precursoras e legítimas aliadas na tecnologia e a internet, fez com que essa área de marketing se organizasse para obter uma maior vantagem competitiva e com uma consequência maior de lucratividade.

Se pensarmos um pouco atrás, quando se falava de identidade, falava-se de costumes, ensinamentos, tradições, culturas que eram passadas de geração para geração, e isto os identificavam como uma identidade característica e própria. Atualmente penso que é diferente, pois na nossa sociedade moderna, quando se fala em identidade fala-se englobando vários aspectos que influenciam na construção da identidade, entre eles estão a globalização, a evolução tecnológica, as migrações, as redes, etc., esses aspectos tem uma forte influência na identidade, principalmente na identidade cultural.

A sociedade atual está imersa pelas mídias, que por sua vez são movidas pelas tecnologias e pelo virtual. A internet e a televisão estão entre os principais exemplos de meios que influenciam e proporcionam várias possibilidades e parâmetros na construção e modificação da identidade do sujeito, pois além de serem um meio de comunicação-informação, são também um meio de interação que abrangem vários âmbitos sociais.

O marketing pessoal trata o produto pessoa para que a identificação ou marca transmita uma imagem que possa associar-se emocionalmente com o receptor, seja ele do ambiente empresarial ou social, pois o consumidor não fica concentrado em apenas um objeto, sendo facilmente instigado.

Para criar uma imagem positiva as pessoas precisam ser flexíveis as mudanças no mercado, sendo necessário que o colaborador saiba se relacionar com outras pessoas, possuir facilidade em comunicar-se e saber criar uma boa aparência de si mesmo. Muitas pessoas confundem marketing apenas como propaganda, as pessoas caem no mesmo erro ao afirmarem para si mesmas que o marketing pessoal é apenas a venda e exposição de sua imagem, tratando na maioria das vezes o marketing pessoal como uma ferramenta de autoajuda.

Marketing pessoal também consiste em disponibilizar atitudes que devem ser levados em consideração para a construção da marca pessoal, como a forma se vestir, falar, comportar-se e assim expor-se de maneira completa para o mercado de trabalho.

# Referências

BALLBACK, J; SLATER, J. Marketing pessoal: como orientar sua carreira para o sucesso. São Paulo: Futura, 1999.

BARREFOOT Daren. Manual de marketing em mídias sociais, 2010.

BENDER, Arthur. Personal branding: construindo sua marca pessoal. 8. Ed. São Paulo: Integrare, 2009.

BORDIN, Sady. Marketing pessoal: dez etapas para o sucesso. São Paulo: Best Seller, 2013.

KOTLER, Philip. Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1998.

RAMALHO, Jussier. Você é sua melhor marca: como o marketing pessoal pode ser utilizado para fazer a diferença em sua carreira. São Paulo: Alta Vista, 2015.

RITOSSA, Cláudia Mônica. Marketing pessoal, quando o produto é você. Curitiba: Intersaberes, 2009.

VIEIRA, Edmundo. A magia do marketing pessoal: o segredo das pessoas bem-sucedidas. São Paulo: Editora Alaúde, 2012.