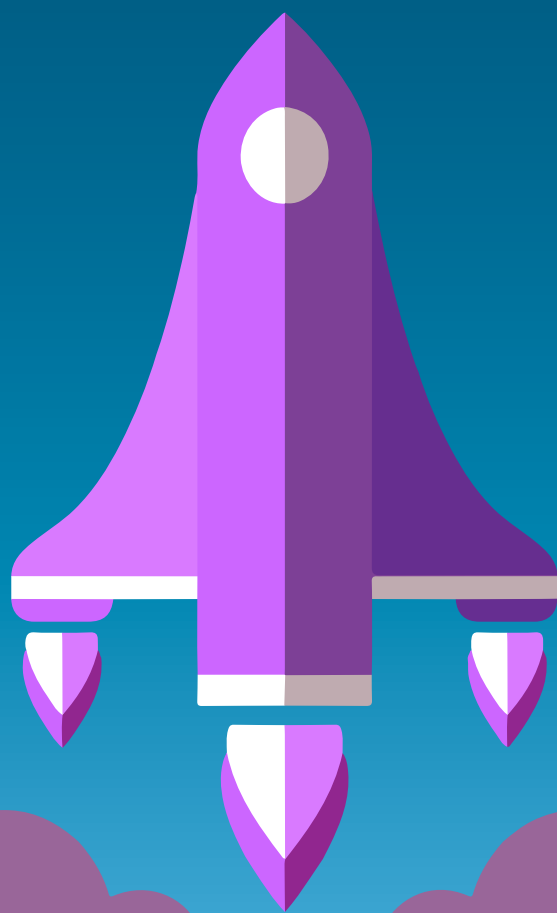


A JORNADA DO EGRESSO: usando o Marketing Pessoal no Mercado de Trabalho

Um ebook por Bianca Bulhões e Tamiris Reis Pavan



Bianca Ferreira de Bulhões Neri Santos
Tamyris Reis Pavan

A JORNADA DO EGRESSO: usando o Marketing Pessoal no Mercado de Trabalho



Taubaté – SP
2022

EXPEDIENTE EDITORA

edUNITAU

| Diretora-Presidente: Profa. Dra. Nara Lúcia Perondi Fortes

Conselho Editorial

| Pró-reitora de Extensão: Profa. Dra. Leticia Maria Pinto da Costa
| Assessor de Difusão Cultural: Prof. Me Luzimar Goulart Gouvêa
| Coordenadora do Sistema Integrado de Bibliotecas: Shirlei de Moura Righeti
| Representante da Pró-reitoria de Graduação: Profa. Ma. Silvia Regina Ferreira Pompeo de Araújo
| Representante da Pró-reitoria de Pesquisa e Pós-graduação: Profa Dra. Cristiane Aparecida de Assis Claro
| Área de Biociências: Profa. Dra. Milene Sanches Galhardo
| Área de Exatas: Prof. Dra. Érica Josiane Coelho Gouvêa
| Área de Humanas: Prof. Dr. Mauro Castilho Gonçalves
| Consultora Ad hoc: Profa. Dra. Adriana Leônidas de Oliveira

Equipe Técnica

| Coordenador de Produção Editorial: Alessandro Squarcini

Projeto Gráfico

| Capa e Diagramação: Autoras
| Revisão: Caio de Biasi
| Impressão: Eletrônica (e-book)

Ficha Catalográfica

| Bibliotecária: Ana Beatriz Ramos - CRB-8/6318

Sistema Integrado de Bibliotecas - SIBi/ UNITAU Grupo Especial de Tratamento da Informação – GETI

S237j	Santos, Bianca Ferreira de Bulhões Neri A jornada do egresso: usando o marketing pessoal no mercado de trabalho [recurso eletrônico] / Bianca Ferreira de Bulhões Neri Santos, Tamyris Reis Pavan. – Dados eletrônicos. -- Taubaté : EdUnitau, 2022. Formato: PDF Requisitos do sistema: Adobe Modo de acesso: world wide web ISBN: 978-65-86914-46-7 (on-line) 1. Marketing pessoal. 2. Oportunidades de trabalho. 3. Mercado de trabalho. I. Pavan, Tamyris Reis. II. Título.
	CDD – 658.8

Índice para Catálogo sistemático

Marketing pessoal – 658.8
Oportunidades de trabalho – 331.12
Mercado de trabalho – 331.12

Copyright © by Editora da UNITAU, 2022

Nenhuma parte desta publicação pode ser gravada, armazenada em sistema eletrônico, fotocopiada, reproduzida por meios mecânicos ou outros quaisquer sem autorização prévia do editor.

AGRADECIMENTO

A Universidade de Taubaté, aos docentes, diretores, coordenadores e administração que proporcionaram o melhor dos ambientes para que esse trabalho fosse realizado.

Aos nossos familiares pelo amor, incentivo, força e apoio incondicional. A todos os amigos e colegas que, direta ou indiretamente, participaram de nossa formação, o nosso agradecimento.

E a nossa orientadora, Prof. Dr. Mônica Carniello, pela oportunidade e apoio durante todo o processo de construção desse trabalho de graduação.

E a nossa amizade, que permitiu quatro anos maravilhosos de parceria e realizações.

CAPÍTULOS

Agradecimento	4
Apresentação	7
Introdução	8
Capítulo 1: Mapa de Habilidades	
Competências Sociais e Técnicas: Soft Skills e Hard Skills.....	9
Educação Socioemocional e seu desenvolvimento.....	14
Habilidades interpessoais e seus destaques.....	16
Capítulo 2: O mercado de trabalho nos dias de hoje	
Sistema pós-pandemia	17
Capítulo 3: A aplicação: como encontrar a vaga ideal	
Saiba como se destacar	18
Crie sua marca pessoal.....	22
Conheça oportunidades para a atração de vagas	24
Capítulo 4: A entrevista de emprego	
Marketing Pessoal e sua influência na entrevista	26
Tipos de entrevista	28
Processo seletivo	30
PITCH: saiba se apresentar em poucos minutos.....	32

Capítulo 5: Para empreendedores

Usando o marketing pessoal para promover seu negócio ou produto...	34
Apresentando para o cliente	36
Posicionando seu empreendimento no mercado	38
Conquistando parceiros e clientes	40

Capítulo 6: As redes sociais e seu poder no mercado do século XXI

Rede profissional e/ou pessoal	41
Perfil sólido e atrativo	43
Rede social e a busca por orientação profissional	47

Capítulo 7: O marketing pessoal nas redes sociais

O produto mais valioso: você	48
Vitrine atrativa: divulgue de maneira atraente o seu trabalho	52
Valor de mercado: criando valor com a sua marca pessoal	53

Capítulo 8: Relações Interpessoais

Networking profissional: construção de uma boa rede de contatos.....	57
Longevidade ao emprego	60
Relacionamento com equipe e colegas	61

Capítulo 9: O universitário e a sua relação com a Universidade

Networking acadêmico	63
Relacionamento e indicação	64
O poder do conhecimento e a atualização	64
Conheça como o egresso da Unitau é visto no mercado	65

APRESENTAÇÃO

Caro leitor,

Sabemos dos grandes desafios de entrada no mercado de trabalho. Nosso objetivo é te auxiliar na sua jornada no mercado profissional. Se você busca se destacar para a vaga que tanto deseja ou dar os primeiros passos em uma carreira estruturada e promissora, esse e-book é para você!

Boa jornada e leitura!



INTRODUÇÃO

Para muitos, o Marketing Pessoal, por um lado, pode parecer arrogância, mas por outro, na verdade, ele é uma ferramenta para se empoderar de suas características, habilidades, experiências e valores, essenciais para se destacar no mercado de trabalho.

O Marketing Pessoal nada mais é que um conjunto de estratégias cujo objetivo é estabelecer uma percepção positiva acerca de um indivíduo, isto é em outras palavras, fazer com que o público observe uma pessoa como autoridade em um determinado tema, assim como exaltar suas ações e atividades com técnicas de marketing. Por isso, muito mais do que uma ferramenta de auxílio à venda, a imagem pessoal torna-se a representação física da empresa ou do profissional tornando-se assim responsável por gerar credibilidade e visibilidade ao empreendimento ou emprego.

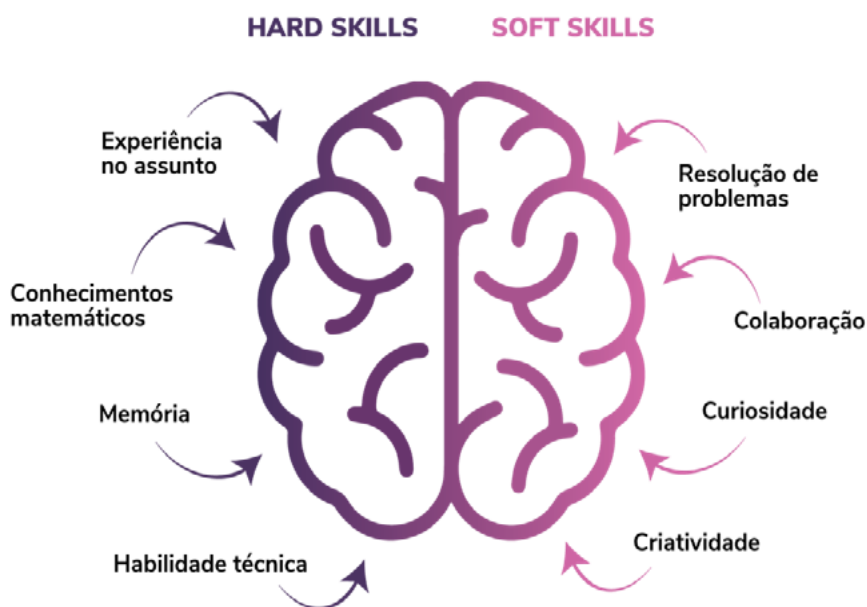
Ter sucesso na carreira não só depende da competência do profissional em relação às atividades que exerce, isto é, para ter visibilidade entre tantos outros profissionais que dividem o mesmo espaço no mercado de trabalho, é fundamental encontrar uma forma eficiente de divulgar as próprias qualidades e o valor pessoal, estimando as experiências e os resultados obtidos ao longo da sua jornada.

1) MAPA DE HABILIDADES

Competências Sociais e Técnicas: as Soft Skills e Hard Skill

Cada vez mais, as qualidades técnicas e as qualidades ligadas ao subjetivo do indivíduo, têm sido consideradas na hora da seleção de um candidato para uma vaga. E é nesse sentido que entenderemos por que as Soft Skills e Hard Skills - competências comportamentais e de relacionamento e as técnicas, são tão importantes no nosso dia-a-dia profissional e pessoal.

Observe a diferença entre as habilidades citadas:



Tanto as Hard Skills quanto as Soft Skills podem ser desenvolvidas. Candidatos que combinam essas competências possuem um dos perfis mais procurados pelo mercado profissional, sendo uma tendência global no mercado de trabalho.

Soft Skills

Cada vez mais forte como tendência de mercado, as Soft Skills, que são habilidades sociocomportamentais e de relacionamento, são mais difíceis de se reconhecer e quantificar. Isso porque elas estão ligadas diretamente às aptidões mentais de um indivíduo e à sua desenvoltura para lidar com fatores emocionais.

Essas habilidades não são adquiridas por cursos e certificados, sendo mais desafiadoras de serem ensinadas e assimiladas, pois seu desenvolvimento acontece no dia-a-dia, influenciada por fatores internos (abrangem todo o repertório psicossocial do indivíduo) e externos (influência do ambiente que está inserido).

Dado os fatos, o profissional precisa ir além da sua competência técnica para conseguir uma ocupação no mercado ou para manter o emprego e decolar sua carreira, ele precisa saber se desenvolver como humano, sabendo lidar com a pressão e dificuldades do seu ambiente de trabalho. Como ocorre nessa frase citada pela professora Dra. Marilsa Sá Rodrigues, docente na Universidade de Taubaté:

“Hoje, contrata-se pelas habilidades técnicas e se é demitido pelo comportamento ou falta de aderência no ambiente de trabalho.”

O comportamento citado não é só referente ao mau comportamento, mas também pelo não desenvolvimento profissional que se era aguardado para o preenchimento da vaga. É de interesse mútuo a absorção desse profissional em desenvolvimento para o corpo produtivo da empresa ou negócio.

Hard Skills

Facilmente identificadas no currículo de um candidato, as Hard Skills ou competências técnicas são uma parte importante no recrutamento ou filtro para alguma posição desejada, pois costumam estar especificadas nas descrições de vagas de emprego.

As empresas podem utilizar desse recurso para encontrar mais facilmente candidatos com perfil mais desejado para a vaga, como área de formação e pré-requisitos como domínio de ferramentas e/ou línguas estrangeiras.

Mas o que são essas competências técnicas? São habilidades que se referem todo conhecimento adquirido por meio da educação, como treinamentos, congressos, faculdades, cursos, livros, palestras, leituras na internet, entre outros.

Por isso, ter conhecimento de noções de estética, funcionalidade das ferramentas em ambientes digitais, interação, conectividade digital e sobretudo conhecimento em línguas estrangeiras são algumas das Hard Skills.

**Mas como podemos desenvolver as Soft e Hard Skills?
Veja como:**



SOFT SKILLS

PROCESSO LENTO

Reponde a uma necessidade de mudança.

O QUE SÃO?

Habilidades sociais e subjetivas, relacionadas ao comportamento e relações interpessoais, como resolução de problemas, criatividade, empatia e comunicação eficaz.

COMO SE DESENVOLVER

ABORDAGENS RECOMENDADAS

AUTOGESTÃO

Aprenda a administrar suas emoções nas situações do seu cotidiano.

GESTÃO DE TEMPO

Planeje suas atividades do dia a dia para ter maior organização e controle dos seus afazeres.

FEEDBACK

Saiba ouvir e incorporar as críticas construtivas e conselhos de quem convive com você.



HARD SKILLS

PROCESSO RÁPIDO

Reponde a uma necessidade de aplicação.

O QUE SÃO?

Habilidades técnicas, facilmente aprendidas e mensuráveis, como domínio de idiomas, experiência no assunto e memória.

COMO SE DESENVOLVER

ABORDAGENS RECOMENDADAS

Aprenda novos idiomas e culturas

Realize cursos de formação ou de capacitação

Participe de eventos e workshops de sua área de desenvolvimento

Busque especializações e estudos continuados (atualizações, pós-graduação, etc)

Domine as ferramentas e/ou softwares da área

Esteja sempre atualizado em relação ao mercado.

EDUCAÇÃO SOCIOEMOCIONAL E SEU DESENVOLVIMENTO

Competências Sociemocionais

As competências socioemocionais são provenientes da educação socioemocional, a qual é desenvolvida desde nossa formação primária nas escolas até o fim de nossas vidas. O indivíduo nunca para de sentir, portanto, nunca para de desenvolver suas emoções.

Visando isso, é possível usar a educação para construir relações mais saudáveis e uma formação humana íntegra. Assim, resultando em um melhor convívio e bem-estar social, além do senso de pertencimento por meio de uma participação efetiva do indivíduo na sociedade.

COMO SE DESENVOLVER?

AUTOGESTÃO

Gerencie você. Saiba controlar o estresse, seus impulsos e planeje seus objetivos e metas pessoais de curto e longo prazo.

HABILIDADES DE RELACIONAMENTO

Desenvolva a habilidade de escutar ativamente, falar de forma clara e objetiva, cooperar, saber resistir a decisões impulsivas e irresponsáveis, além de resolver os conflitos com respeito.

DECISÃO RESPONSÁVEL

Seja ético e aja com respeito e segurança para com o próximo e com recursos disponíveis, suas escolhas pessoais e como você escolhe agir são primordiais para esse cuidado.

AUTOCONHECIMENTO

Conhecer a si mesmo, sabendo de suas forças e limitações, mantendo uma atitude otimista com foco no crescimento pessoal.

CONSCIÊNCIA SOCIAL

Exerça a empatia ao se colocar no lugar do próximo, respeite e valorize a diversidade e a pluralidade dos meios sociais.

Habilidades interpessoais e seus destaques

As habilidades interpessoais está ligada com a capacidade de desenvolver bons relacionamentos com as pessoas nos mais diversos ambientes sociais, resultando em relações e resultados positivos a partir dessa interação. No ambiente de trabalho, assim como nos espaços pessoais, é fundamental manter relações saudáveis, com uma comunicação clara.

Para gerar esse tipo de cenário, é preciso estar preparado para o diálogo com as próprias emoções, sendo honesto consigo mesmo e com e as pessoas ao redor, permitindo assim, que razão e emoção se acompanhem, complementando-se, e não como impulsos opostos.

Veja como você pode melhorar seus relacionamentos:

Empatia

Escute o outro e busque entender seu ponto de vista.

Assertividade na comunicação

Busque se comunicar com clareza, expressando-se de maneira direta em suas falas.

Educação, respeito e cordialidade

Trate bem as pessoas à sua volta, com respeito e educação, isso é fundamental para desenvolver uma relação saudável.

Inteligência emocional

Reconheça suas emoções e as emoções das pessoas à sua volta. Assim, é possível se adequar melhor nas situações e ambientes, além de promover relações mais positivas.

2) O MERCADO DE TRABALHO NOS DIAS DE HOJE: SISTEMA PÓS-PANDEMIA

A única certeza que nós temos é que o ambiente de trabalho não será o mesmo que estávamos acostumados, exemplo disso é a pesquisa online feita pelo *LiveCareer* nos Estados Unidos onde 29% dos profissionais ouvidos afirmaram que iriam sair de seus empregos se fossem forçados a retornar ao trabalho presencial de forma integral ao final da pandemia. Isto é, ainda que o futuro do profissional e do mercado de trabalho ainda esteja incerto, existem diversas formas de se informar e de se tornar um profissional antenado e qualificado no meio de um mundo de pandemia e pós-pandemia.

Saiba como se desenvolver nesse cenário:

- Valorize e pratique às competências sócioemocionais;
- Aposte em publicar seus conteúdos no LinkedIn e faça boas conexões para sua carreira por meio das redes sociais;
- Desenvolva suas habilidades e aprofunde-se nos estudos se possível;
- Saiba se comunicar e expressar bem, principalmente em plataformas online;
- Crie um sistema e um espaço de trabalho remoto, ao qual você possa se dedicar, sem distrações externas.

3) A APLICAÇÃO: COMO ENCONTRAR A VAGA IDEAL

Saiba como se destacar

Primeiramente convidamos você para uma reflexão:
Como as pessoas te veem profissionalmente?

Para que você tenha uma boa imagem profissional, é preciso se manter atualizado, ter uma boa aparência e saber se portar diante das mais diversas situações. Entretanto, para que isso seja feito de forma eficaz é necessário criar um conjunto de estratégias elaboradas para aprimorar a sua imagem, com a finalidade de chamar a atenção de empresas, clientes e até mesmo concorrentes, afinal seu futuro depende do profissional que escolherá ser!

Confira as abordagens recomendadas:

ABORDAGENS RECOMENDADAS

Liste as suas qualificações e diga como elas podem ser úteis no seu segmento, feito isso, se faça as seguintes perguntas:

QUAL É O SEU FILTRO?

É preciso saber quais são suas características para ter como aperfeiçoar seus pontos fortes e corrigir os fracos. Para isso, conheça e faça a sua análise SWOT (ou FOFA).

ANÁLISE SWOT

FORÇAS

- O que é que te faz bem?
- Que recursos únicos pode aproveitar?
- O que é visto como força em você?

OPORTUNIDADES

- Que oportunidades têm disponíveis?
 - Que tendências/novidades você pode aproveitar?
- Como transformar suas forças em possibilidades?

FRAQUEZAS

- O que pode melhorar?
- Que recursos são limitados ou poucos?
- O que é visto como provável fraqueza em você?

AMEAÇAS

- Que ameaças podem te prejudicar?
- O que a sua competição faz?
- Suas fraquezas expõem você a possíveis ameaças?

QUAL É A SUA MISSÃO, VISÃO E VALORES?

A **missão** é o que te motiva (o que justifica a sua atuação no segmento escolhido?).

A **visão** é o que você pretende a longo prazo, (onde você pretende chegar em 5 ou 10 anos?).

Os **valores** correspondem a tudo aquilo que você entende por certo e por errado.

QUAIS SÃO SEUS OBJETIVOS?

Comece associando sua imagem nas redes sociais com o seu objetivo profissional.

QUAIS SÃO SEUS RESULTADOS?

Caso tenha identificado suas forças, fraquezas, ameaças e oportunidades, e ainda assim tenha percebido que não é notado pelos profissionais da sua área, estabeleça como meta a participação em um número X de eventos até o fim do ano ou a criação de um perfil no LinkedIn.

Agora que você sabe o que deve fazer para ser um bom profissional, separamos algumas dicas do que você deve evitar na hora de fazer seu marketing pessoal, são elas:

1) Ser arrogante:

Segundo Marie-Josette Brauer, do ICCr, o brasileiro tende a ver com maus olhos quem valoriza as suas próprias competências e aí, “para fugir do rótulo de convencido, é comum que o profissional assuma uma postura excessivamente humilde, como se o sucesso fosse algo feio”.

Dica: cursos online com certificado podem ajudar bastante nisso, pois além de ensinarem conteúdos amplos e consistentes, conferem o documento para comprovar tudo o que foi aprendido pelo aluno.

2) Falar em vez de fazer:

O excesso de zelo pelos próprios talentos pode causar desconfiança.

Dica: não esqueça que um bom profissional está sempre buscando novos conhecimentos, não param de estudar e aprender.

Se identificou com alguns desses pontos positivos ou negativos? Se sim, lembre-se que trabalhar suas atitudes é uma forma de divulgar seu trabalho e trilhar um caminho mais seguro rumo ao sucesso profissional.

Crie sua marca pessoal

Para criar sua marca pessoal, não é necessário mudar sua personalidade ou se limitar em suas escolhas. Você precisa apenas alinhar alguns fatores para que as pessoas o reconheçam como alguém especial. Para isso, siga os seguintes passos:

Cuide de sua imagem pessoal: é preciso fazer uma análise completa da sua aparência pessoal, da sua comunicação e de seus comportamentos. Cuide, primeiramente, dos aspectos mais chamativos e, em seguida, vá adequando-os até chegar aos detalhes.

Dica: policie-se diariamente para evitar problemas em sua comunicação e em suas atitudes.

Melhore a aparência de seus materiais: garanta que os seus materiais de divulgação e os trabalhos que executa tenham uma imagem consistente, profissional e agradável para que consiga causar a impressão certa, mesmo sem estar presente no ambiente.

Desenvolva uma rede de contatos: palestras, cursos e exposições podem ser uma boa maneira de conhecer pessoas novas e influentes no mercado.

ABORDAGENS RECOMENDADAS

Agora que você sabe da importância de preservar a sua marca pessoal, aqui vão algumas conselhos de docentes da Universidade de Taubaté para te ajudar se destacar entre os demais:

- Mostre seu repertório individual, conte sua trajetória e motivações;

- Exemplifique as suas respostas com base em suas experiências;

- Tenha uma boa apresentação pessoal, se porte como o profissional que a vaga exige;

- Pesquise informações sobre a empresa e suas operações (missão, valores, produtos);

- Seja criativo ao elencar suas qualidades e defeitos;

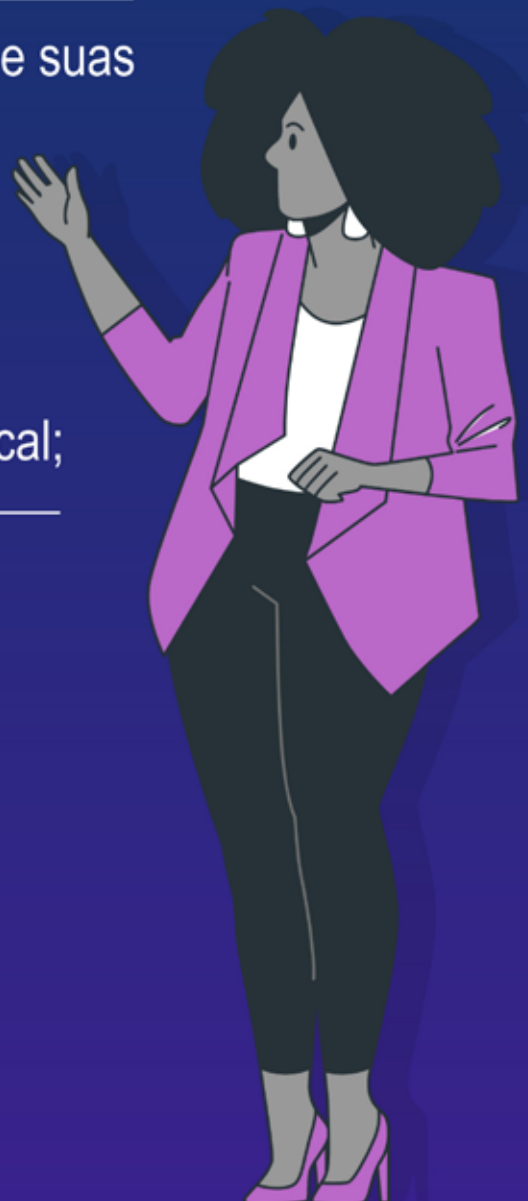
- Mostre o interesse que você tem pelo local;

- Responda as perguntas de forma clara;

- Esteja atento ao vocabulário e escrita;

- Seja autêntico durante a entrevista;

- Seja honesto.



Conheça oportunidades para atração de vagas

O estágio é a primeira experiência e um momento muito importante para o desenvolvimento da carreira de todo profissional.

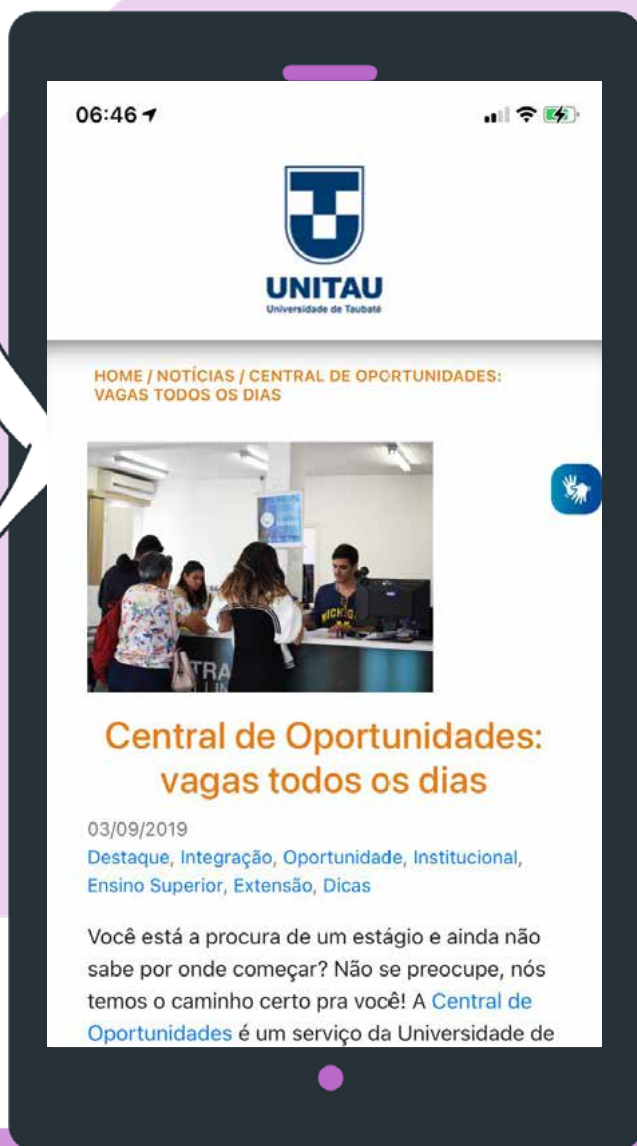
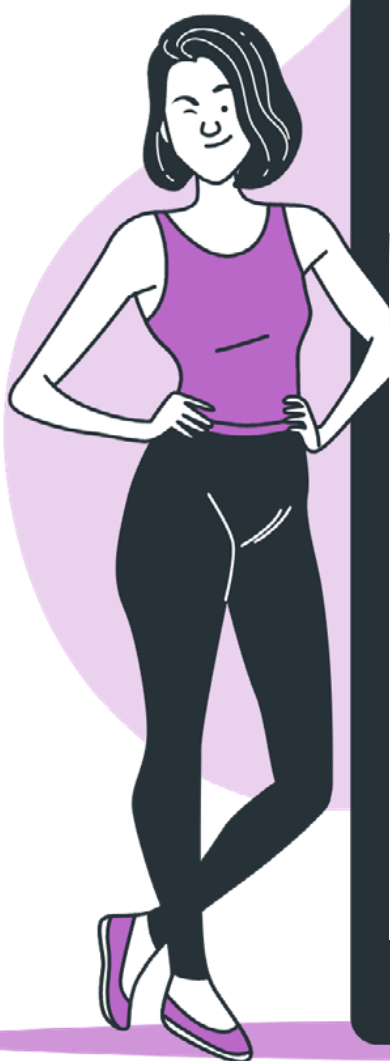
Esta é uma etapa fundamental no processo de desenvolvimento e aprendizagem do aluno, porque tanto promove oportunidades de vivenciar na prática conteúdos acadêmicos, quanto propicia na aquisição de conhecimentos e atitudes relacionadas com a profissão escolhida pelo estagiário.

E foi pensando nisso que a Universidade de Taubaté criou a Central de Estágio, um modelo de assistência ao estudante que visa organizar ações com o propósito de integrá-lo ao estágio em sua respectiva área do ensino médio e graduação, de forma articulada, criando um compromisso de responsabilidade compartilhado entre Universidade, estudante e Empresas públicas e privadas.

Interessou-se? [Clique aqui](#)

E para ficar por dentro das vagas, acesse a **Central de Oportunidades**.

Clique na imagem para conhecer a Central de Oportunidades da UNITAU:



4) A ENTREVISTA DE EMPREGO

Marketing Pessoal e sua influência na entrevista!

Por esta altura você deve estar a se perguntar de que forma pode o marketing pessoal influencia o seu sucesso numa entrevista de emprego? Pois bem, a resposta certa é: em tudo!

Afinal sua atitude durante a entrevista pode ser o seu maior trunfo para ser bem-sucedido. É aqui que entra o marketing e a promoção da sua marca pessoal.

Mas o que é a marca pessoal? É o seu talento e o que o representa como um indivíduo, seja ao nível social ou profissional, isto é, criar uma marca forte é descobrir os seus talentos únicos e comunicá-los, através de vários meios, ao público alvo.

Conforme mencionado por Kaputa (2006), da mesma forma que a marca de um produto pode – ou não – estar associada a algum benefício desejável ou experiência memorável do consumidor, o mesmo acontece com o sentimento que nossa marca pessoal desperta nos ambientes em que interagimos.

Portanto, ter a sua própria marca pessoal torna a procura de emprego diferente para cada indivíduo e, ao demonstrar isso ao recrutador, faz com que ele saia na frente dos demais candidatos, conseguindo assim fazer com que seja e colhido por ter algo que os demais não têm.



Tipos de entrevista

Que a entrevista é a principal ferramenta para um processo seletivo isso todo mundo sabe, mas o que ainda é pouco conhecido são tipos de entrevista, afinal cada negócio tem objetivos e critérios na hora da escolha de um candidato para a vaga, por isso é fundamental que o candidato primeiro conheça o seu nicho e em segundo busque um tipo de vaga que seja compatível com ele, pois assim como os candidatos se planejam para as entrevistas as empresas também se planejam e inovam nos seus processos seletivos.

Então confira abaixo os principais tipos de entrevista de emprego e se prepare para todos eles com as dicas de Naamisis Campos, Gerente de Recursos Humanos da DMRH.

TIPOS DE ENTREVISTA

Entrevista de emprego técnica:

serve para avaliar os conhecimentos dos candidatos.

Entrevista comportamental ou por competências:

é avaliado a personalidade e as habilidades comportamentais para avaliar se encaixa ou não com o perfil desejado pela vaga e entender como o candidato lida com problemas do dia a dia.

Entrevista com estudo de caso:

é dado um problema ao candidato e o recrutador solicita que o indivíduo faça uma análise sobre o caso

Entrevista simulada:

observa a capacidade do profissional de contar sua própria história e de gerar impressão positiva para o futuro entrevistador.

Entrevista coletiva:

ocorre principalmente quando o conhecimento técnico e as habilidades dos profissionais são muito semelhantes.

Entrevista painel:

são abordadas pelos recrutadores diversas questões inerentes à sua realidade específica.

Entrevista “de campo”:

ocorre quando as empresas vão até as universidades para entrevistar estudantes que se destacam em sala de aula.

Processo Seletivo

Com um mundo cada vez mais globalizado, a tendência do mercado de trabalho na totalidade é priorizar investimentos em capital humano, fazendo com que seus colaboradores seja seu principal patrimônio. Por isso, em um momento tão decisivo como é o processo da seleção, que o gerenciamento do seu marketing pessoal é primordial, já que ainda que o candidato possua habilidades técnicas melhores que os demais, os candidatos que conseguem se expressar e se promover adequadamente são os que mais despertam interesse do recrutador.

Pensando nisso, aqui vão algumas técnicas que podem ser aplicadas para melhorar a sua posição diante da concorrência, aumentando assim suas oportunidades de conquistar a vaga desejada para construir uma carreira de sucesso:

Obs.: lembre-se de que você poderá contribuir como profissional para a organização; por isso é fundamental que explicita, claramente, a vontade de aprender e ter experiências novas como consequência do trabalho desenvolvido.

COMO SE DESENVOLVER?

TENHA EM MENTE SEUS OBJETIVOS

Pessoas com objetivos em mente conseguem se expressar melhor é, assim, demonstram mais confiança. Por exemplo, “eu quero um emprego, pois busco agregar em um novo trabalho as minhas experiências adquiridas”.

MOSTRE SUAS QUALIFICAÇÕES

Cite atividades que sejam relevantes ou que se aproximem da vaga que se candidatam no currículo, e caso ainda não tenha tido nenhuma experiência profissional, procure falar sobre as atividades que realizou durante o curso, outra opção é citar além das experiências profissionais, falar sobre suas habilidades que podem se tornar um diferencial para aquela vaga.

DESENVOLVA CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO

Mostre que é um profissional criativo e busque responder às perguntas de formas autênticas e criativas.

CRIE UMA IMAGEM PROFISSIONAL

Hoje em dia é muito provável que os recrutadores olhem seu perfil e busquem um pouco mais de informações a respeito do lado profissional e pessoal, por isso, cuide bem do seu visual.

PITH: saiba se apresentar em poucos minutos

Atualmente, o tempo de todos nós se tornou muito precioso e por consequência um dos principais inimigos na hora da apresentação do candidato é o tempo usado, e é nesse momento que entra o pitch, uma técnica rápida de apresentação usada, sobretudo, por empreendedores que se apresentam a investidores.

A técnica vem ganhando relevância no ambiente profissional e educacional, no qual por meio de apresentações os jovens têm alguns minutos para “vender sua ideia” e demonstrar domínio sobre suas habilidades e competências de modo a chamar atenção dos recrutadores em poucos minutos.

Para começar a estruturar sua apresentação, considere os seguintes pontos:

- Crie um objetivo;
- Conheça o público para o qual vai apresentar;
- Tenha clareza;
- Conte sua trajetória;
- Elabore possíveis perguntas;
- Faça uma apresentação em softwares como PowerPoint ou Prezi, para apoio visual na sua apresentação.

Agora, é necessário estruturar sua apresentação com o seguinte conteúdo:

- **Cenário;**
- **Problema;**
- **Solução;**
- **Validação (pesquisas e dados levantados);**
- **Concorrência;**
- **Proposta de Valor;**
- **Futuro e projeções da proposta;**
- **Time.**

Então, agora que você já deu o primeiro passo para a elaboração do seu pitch, não se esqueça de desenvolver bem seu potencial, suas habilidades, sua autoconfiança e autoconhecimento.



5) PARA EMPREENDEDORES

Usando o marketing pessoal para promover seu negócio ou produto

Agora que você já viu como o marketing pessoal pode contribuir para uma entrevista de emprego, você deve estar se perguntando qual a importância dele para o empreendedorismo, não é mesmo?!

Afinal, a imagem do seu negócio, primeiro começa a ser construída muitas vezes a partir da sua imagem pessoal ou até mesmo profissional, assim ter objetivos e metas claras fará com que sua marca fale por si só. Mas já adiantamos que isso requer muito trabalho, então não desista, persista e se dedique durante todo o processo, pois se você é dono do seu próprio negócio, você não pode abrir mão dessa ferramenta, pois por mais que sua empresa tenha um bom produto/serviço, o fundamental é que as pessoas percebam também isso. E o marketing pessoal é um dos caminhos para que o empreendedor desenvolva um bom relacionamento com clientes, parceiros, fornecedores e público-alvo.

Pense em como o marketing pessoal pode trazer inúmeras oportunidades não só para a sua empresa, mas também para os seus parceiros. Por isso incentive e mostre à todos o quanto importante é ter uma equipe alinhada com sua marca.

Por isso, apresentaremos logo abaixo algumas dicas de como desenvolver seu marketing pessoal, para ajudar a fazer seu negócio crescer cada vez mais. Vamos lá?

COMO SE DESENVOLVER?

AUTOCONHECIMENTO

O reconhecimento de seus erros e acertos, ter consciência deles é um diferencial muito importante na hora de empreender.

AUTOCONFIANÇA

As pessoas autoconfiantes inspiram bons relacionamentos com parceiros, clientes e fornecedores.

COMUNICAÇÃO

A comunicação e o tom de voz pode ser o seu principal aliado na hora de fazer uma apresentação do seu produto ou serviço.

VESTIMENTA

Uma vestimenta que passe confiança, credibilidade e que condiz com o momento, é primordial, afinal, a primeira impressão é a que fica.

CREDIBILIDADE

Os prazos, horários e a agenda em dia são o primeiro passo para fazer com que seu negócio seja visto e bem visto pelo seu público.

Apresentando para o cliente

Com certeza você já se deparou em situações que a apresentação/ propaganda do produto ou serviço foi tão bem feita que ficou impossível recusar. Isso se deve a uma boa apresentação de marca, que faz com que o produto ou serviço se torne não só um diferencial para seu cliente, mas também que se torne algo que gere credibilidade para seu negócio. Porém, para que isso ocorra é necessário que o empreendedor tenha conhecimento de alguns tópicos importantes, como, por exemplo, o planejamento da apresentação que quer criar, a mensagem que gostaria de passar, objetivos dessa apresentação, seu diferencial, e claro, a criação de uma identidade visual coerente com a sua marca e público alvo.

Conforme demonstrado em estudo do Fecomercio-SP, é apontado o quanto é importante impactar os internautas – principalmente os que visitam a loja pela primeira vez – não só com um layout bonito, mas com todas as informações necessárias sobre os produtos. Isso porque 57% dos consumidores que participaram da pesquisa avaliaram que as lojas virtuais não oferecem informações claras e objetivas.

ABORDAGENS RECOMENDADAS

E para você que ainda tem dúvida sobre como chamar a atenção dos clientes, veja logo abaixo algumas dicas para as mídias sociais:

Descrições criativas:

Esqueça termos técnicos, afinal, essas informações podem ser encontradas nos site dos fabricantes, mas caso seja você mesmo que fabrique, fale de forma clara e objetiva sobre suas vantagens, curiosidades, detalhes e se preferir coloque um link com um manual de instruções (caso tenha).

Imagens de qualidade:

Opte sempre por imagens de alta qualidade que mostre seu produto ou serviço de vários ângulos, tamanhos e cores.

Visual atrativo:

Busque por layout limpo e organizado de fácil navegação. Para isso, deixe as principais informações sempre à vista do consumidor.

Posicionando seu empreendimento no mercado

Para muitos empreendedores que estão começando a investir no seu negócio, se posicionar no mercado não é uma tarefa simples, não é mesmo?! Afinal, muitas vezes os recursos são baixos para investimentos em planejamento e marketing, que formam uma dupla essencial para o sucesso de seu negócio.

Porém não desanime, afinal as mídias sociais são um excelente meio para conseguir aplicar e utilizar na prática estratégias de marketing, que são ferramentas de divulgação que ajudam o seu negócio a se posicionar fortemente no mercado, além de ser o segredo para chegar aos clientes.

Mas afinal, o que fazer para posicionar seu empreendimento?

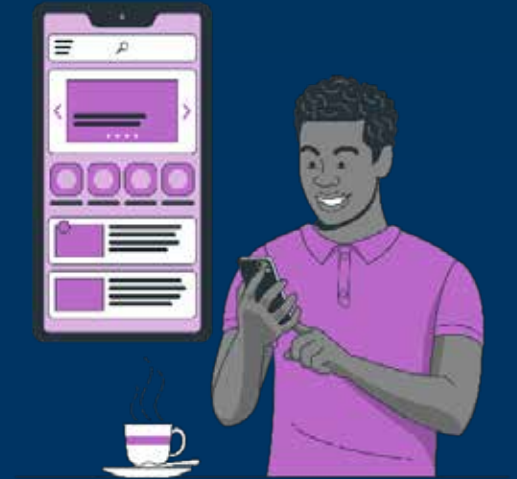
Encontre seu espaço no mercado: descubra o que goste, e procure investir nisso de modo que seu negócio seja um diferencial na vida do consumidor.

Entenda as novas demandas: esteja sempre aberto a mudanças de pensamento, compra e venda, já que o mercado está em constante evolução e com isso às necessidades das pessoas acabam mudando.

Esteja on-line: use as mídias sociais ao seu favor, engaje seu público com post sobre seus produtos ou serviços.

Saiba como no capítulo “ Se apresentando para para o cliente”.

PALAVRAS PARA CHAMAR ATENÇÃO DO CLIENTE



INDICAÇÕES DRAMÁTICAS

Surpreendente, incrível.

Sensacional, triplicou.

**Superar suas
expectativas.**

SURPRESAS INESPERADAS

Novidade, exclusivo.

Único, oportunidade.

**Condição
especial.**

PERSONALIZAÇÃO DE OFERTA

**A gente
já sabia.**

Do seu jeito, só para você!

A sua cara.

PERGUNTA PROVOCATIVA

**Merece mais
que isso.**

Tem certeza?

Por que?, insustentável.

Conquistando parceiros e clientes

A relação com os parceiros é de suma importância para o empreendedor, pois essa relação fortalecida possibilita uma rede de fornecedores estabelecida e mais confiável. O network profissional é uma boa maneira de se manter uma boa relação com seus parceiros e fornecedores.

Diferente do que foi visto com o network profissional, o relacionamento com os clientes para um empreendedor necessita de estratégias de Marketing de Relacionamento para ser consolidado. Este segmento do marketing permite a fidelização de suas conexões e clientes, além de poder criar uma comunidade para seu negócio/marca. Como reforço dessa relação de proximidade, a empresa oferece benefícios para garantir a satisfação e o sucesso dos seus clientes.

A relação com o cliente se inicia no primeiro contato com a empresa, por isso, desde o primeiro momento é necessário ter um sistema de atendimento que possa cativar e conquistar o seu cliente, o objetivo é levar esse cliente a se encantar pela sua marca/produto para realizar a ação de compra ou outras opções de venda e ele se torne fidelizado ao seu negócio, assim se tornando um porta-voz do seu produto/serviço. Um cliente fidelizado promove os seus produtos sempre de forma positiva, se tornando um meio de propaganda gratuita e verdadeira, influenciando outras pessoas a terem contato com seu produto/serviço.

6) AS REDES SOCIAIS E SEU PODER NO MERCADO DOSÉCULO XXI

Rede profissional e/ou pessoal

Com o passar dos anos cada vez mais as redes sociais vem revolucionando o nosso jeito de consumir produtos, serviços e conteúdos. Isso porque essas mídias se tornaram um excelente espaço para você trabalhar seu marketing pessoal, conseguir novos amigos e até mesmo novas oportunidades de negócio.

Afinal são tantas pessoas, possibilidades e oportunidades reunidas em um só lugar que fica difícil encontrar aquilo que a gente mais se identifica, concorda?

E foi pensando nisso que nós decidimos ajudar você, com dicas para deixar suas redes mais atrativas e engajadas com o seu público. Mas para isso, primeiro precisamos que você identifique qual mídia social é mais relevante para você. Vamos lá?



Facebook

Uma rede social que apesar de ter perdido um pouco de espaço nos últimos anos, ainda é um mídia que tem usuários espalhados pelo mundo todo, além disso, é um excelente lugar para a criação de uma *fanpage* para sua empresa, com conteúdos, posts sobre o seu serviço ou negócio. Outro ponto forte é a possibilidade de autoatendimento onde o consumidor pode enviar dúvidas e receber respostas, algumas delas automáticas configuradas pelo gestor (caso seja empreendedor);



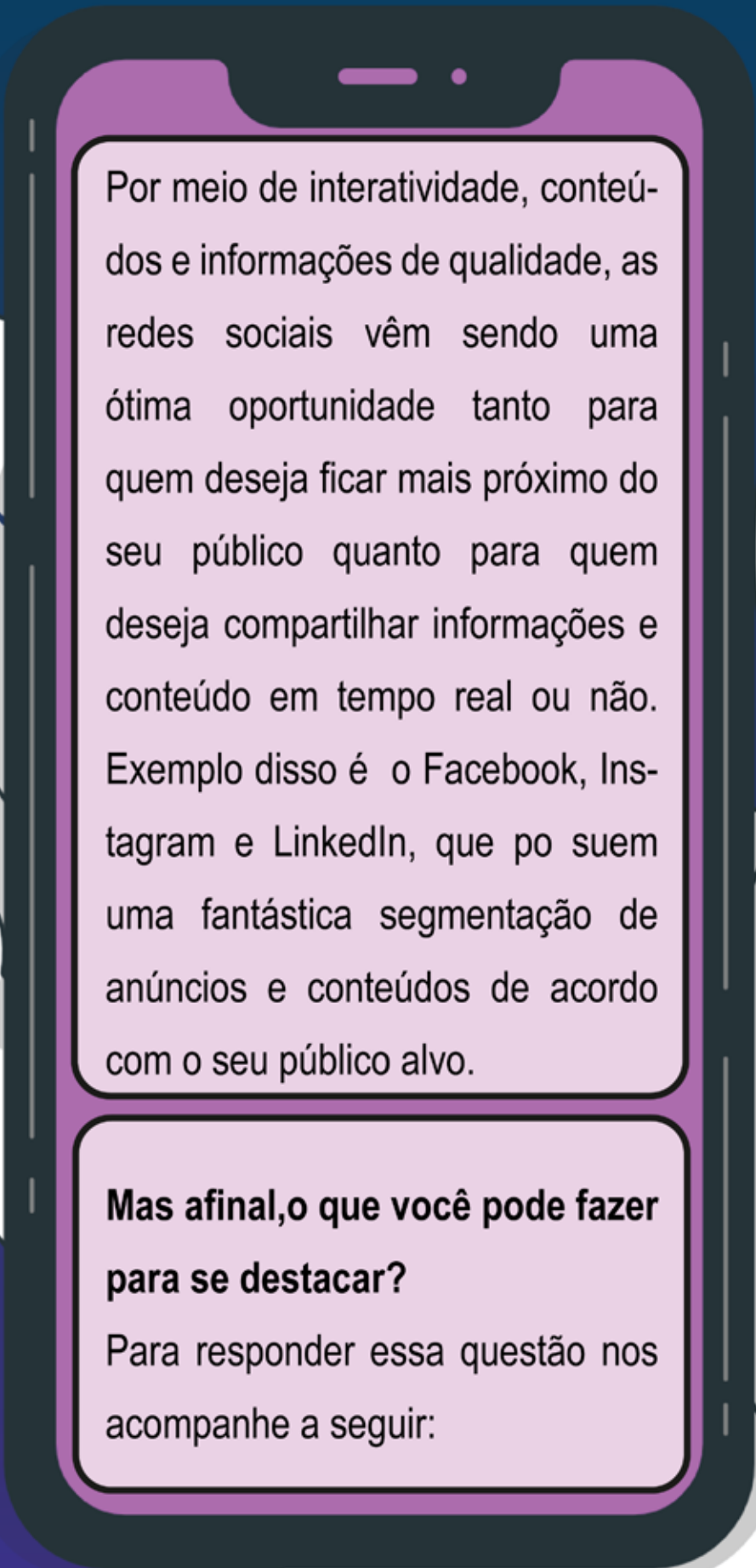
LinkedIn

Um dos objetivos dessa plataforma é estimular os contatos profissionais, facilitar a busca por candidatos, contatos e vagas de emprego. Além de ser um espaço fundamental para quem deseja expandir seu networking, conhecer e desenvolver seu lado profissional por meio de conteúdos e dicas sobre o mercado profissional;



Instagram

Um ótimo meio para você que busca chamar atenção dos clientes e recrutadores de uma forma atrativa e dinâmica, porém não se engane com o Instagram, já que é preciso postar com frequência e criar materiais que chamem a atenção do público.

The image shows a stylized illustration of a smartphone screen. The screen is divided into two sections. The top section contains a paragraph of text, and the bottom section contains a bolded question followed by a sentence. The background of the entire image is dark blue with white abstract shapes on the left and right sides.

Por meio de interatividade, conteúdos e informações de qualidade, as redes sociais vêm sendo uma ótima oportunidade tanto para quem deseja ficar mais próximo do seu público quanto para quem deseja compartilhar informações e conteúdo em tempo real ou não. Exemplo disso é o Facebook, Instagram e LinkedIn, que possuem uma fantástica segmentação de anúncios e conteúdos de acordo com o seu público alvo.

Mas afinal, o que você pode fazer para se destacar?

Para responder essa questão nos acompanhe a seguir:



Facebook

Alie seu marketing de conteúdo ao Facebook, divulgando materiais relevantes ao público.

Planejamento: Planeje seus objetivos, metas e cronogramas, assim, você consegue postar de fato conteúdos relevantes pro seu público.

Fuja do óbvio: busque fugir um pouco de assuntos somente relacionados a sua marca pessoal ou sobre o seu negócio.

Produza vídeos: procure fazer vídeos sobre o seu produto, serviço ou seu próprio e alcance o maior número de pessoas.

Filtre o conteúdo: evite expor opiniões muito pessoais e políticas em redes de empresas, negócios e marcas, assim como na sua conta pessoal.

Pesquise os fundamentos: ao criar conteúdos, busque fontes confiáveis e conhecidas.



Instagram

Crie um apelo visual no seu Instagram!

Crie Conteúdos: crie posts que conversem com sua marca pessoal, serviço ou produto, busque trabalhar as cores da sua marca no seu Instagram.

Crie materiais que chamem atenção: invista em imagens bem definidas e de alta qualidade, afinal, uma imagem vale mais que mil palavras.

Use o Instagram Shopping: crie uma loja dentro da plataforma, mostrando não apenas posts de produtos, mas seus valores e as formas de pagamento existentes, e caso já tenha uma página no Facebook, exporte o catálogo de produtos criados para o Instagram.

Crie um bio atrativa: procure escrever sobre você ou seu negócio de forma atrativa, rápida e clara.



LinkedIn

É uma ótima plataforma para divulgar suas conquistas e suas habilidades profissionais.

Planeje: Por se tratar de uma rede social mais corporativa, o planejamento de posts são fundamentais para o usuário. Não se esqueça que quantidade não é qualidade, então, procure sempre planejar suas ações visando o cronograma e o seu público para, assim, atingir seu objetivo.

Crie e compartilhe conteúdos: poste conteúdos como vídeos, artigos, imagens ou vídeos de acordo com o seu nicho ou até mesmo atualizações das suas conquistas e status profissionais.

Participe de grupos: busque por profissionais especialistas na sua área ou que tenham cargos específicos do seu público-alvo e, a partir de seus perfis, consulte os grupos de que eles participam para que, assim, você possa mapear grupos significativos para sua empresa ou para si próprio.

Tenha boa foto de perfil: veja se sua foto possui uma boa qualidade que transmita apelo profissional.

Rede social e a busca por orientação profissional

Para quem está finalizando a graduação, a escolha de qual área da sua profissão seguir pode não ser uma decisão tão clara assim, mas tudo bem, não se preocupe, a internet é um ambiente repleto de informações a respeito de diversos assuntos que se referem a profissões, cursos superiores, aconselhamento profissional e faculdades. Porém o fato de que existem diversas informações a respeito de um determinado assunto ou conteúdo, pode ser um pouco trabalhoso para encontrar informações diretamente úteis.

Então organizamos algumas dicas que podem te ajudar a encontrar informações confiáveis da melhor maneira possível. São elas:

- **Utilize grupos do LinkedIn;**
(mais informações no capítulo anterior).
- **Siga as redes sociais de profissionais que você considere interessante;**
- **Siga as redes sociais das instituições, afinal elas sempre estão publicando curso e palestras gratuitas;**
- **Procure favoritar e ativar notificações de sites que falam sobre o mercado profissional.**

7) O MARKETING PESSOAL NAS REDES SOCIAIS

O produto mais valioso: você

Com o mercado de trabalho cada vez mais competitivo, é preciso investir para se destacar profissionalmente. E, é por isso, que fazer marketing pessoal nas redes sociais é uma ótima estratégia para vender seu trabalho.

Exemplo disso é a perspectiva de Peters (2000, p.75) que salienta que, é preciso ter a noção de que “você é um produto no mercado de trabalho e deve crer nisso, caso não quiser ficar encalhado na prateleira”, ou seja, se não se enxergar como um produto, dificilmente se conseguirá um emprego onde se consiga aplicar o que tem de melhor e no qual encontre uma fonte permanente de aprendizado.

Por isso, primeiramente é preciso PLANEJAR. Afinal, qualquer deslize pode prejudicar a sua imagem pessoal e profissional.

Então agora que você já sabe que é preciso PLANEJAR, aqui vão algumas dicas de ferramentas para ajudar na sua auto-promoção. Como por exemplo:

O Facebook e o Instagram são excelentes ferramentas para reunir amigos e postar conteúdos divertidos, entretanto, no contexto profissional é preciso ter um pouco mais de cuidado.

Fique atento, pois adicionar seus colegas de trabalho no Facebook pode ter problemas com atualizações polêmicas que envolvam esse universo, o mesmo acontece para o Twitter.

Agora pensando especificamente na carreira, o LinkedIn acaba sendo a ferramenta mais interessante, uma vez que ela tem foco na questão profissional, permitindo que o usuário participe de grupos, crie conteúdos e estabeleça conexões com outros profissionais da área. Criando assim uma maneira eficiente de se aproximar de pessoas e de adquirir uma imagem profissional positiva.

Para isso, aqui vão algumas dicas para facilitar seu planejamento nas redes sociais:

- **Defina quais são os seus objetivos:** ter metas e objetivos claros ajudam a saber exatamente quais os passos que você precisa dar para conquistar os seus sonhos;

Dica: liste suas qualidades, defeitos, desejos e todas as suas principais conquistas.

- **Escolha as redes sociais certas:** verifique qual rede social se enquadra melhor com a mensagem e posicionamento que você quer transmitir;

- **Planeje seus conteúdos:** trabalhar com um calendário de conteúdos pode ajudar nessa tarefa, fazendo com que o trabalho fique mais fácil.

Dica: aplicativos como Microsoft Planner (disponível gratuitamente pela universidade), Trello e Google Agenda, podem ser uma boa opção.

Para se preparar melhor para a avaliação do recrutador, é preciso ter portfólio online, perfil no LinkedIn, e se comportar adequadamente nas redes sociais.

“Segundo o gerente de marketing da empresa de RH Talenses, o que é observado nos perfis dos candidatos depende do que a empresa está buscando, mas existem itens essenciais para não fazer feio nas redes quando se procura um emprego. “ A receita básica para o sucesso, nesse caso, é de que o comportamento do candidato na rede social deve ser consistente com o comportamento na vida real”, explica.

De forma geral, o recrutador quer saber que tipo de atividades o interessado à vaga de emprego realiza, quais são seus gostos, como se relaciona com os demais, sendo que essa avaliação pode ser feita por meio das fotos, posts, grupos de debates que participe, entre outros fatores.

SEGUEM ALGUMAS ORIENTAÇÕES:

Divulgue seus resultados, competências, cursos, congressos, etc.

Desenvolva um portfólio atraente que demonstra a sua personalidade.

Estabeleça uma aparência profissional nas publicações.

Replique conteúdo de parceiros.

Produza conteúdo em vídeo exclusivo para o LinkedIn.

(Segundo pesquisa realizada pelo Google, o brasileiro assiste, em média, 30h semanais de audiovisual.

Dessas, 8h são online).

Crie conteúdos de valor, mas antes entenda quais são as dores dos usuários desta rede social, principalmente as que você sabe que poderá resolver.

Vitrine atrativa: divulgue de maneira atraente seu trabalho

Com o constante crescimento do uso das redes sociais, o espaço digital também se tornou um excelente meio para divulgar o seu trabalho. Porém, é preciso divulgar de forma atrativa o que você tem a oferecer para o trabalho, já que na internet a concorrência é ampliada por causa do grande volume de informações bombardeando o navegante o tempo todo.

Mas então, como fazer alguém parar e se interessar por você? Como divulgar e saber informar ao seu possível contratante/ cliente que você desempenha tal trabalho ou possui tais informações?

Para todas essas perguntas a resposta é muito simples, basta criar valor no mercado com a sua marca pessoal.



Valor de mercado: criando valor com sua marca pessoal

Uma parte fundamental do marketing pessoal é a construção da sua marca, através da criação de um branding pessoal, que transmite para o mercado o valor do profissional que você é ou busca se tornar. Para criar uma imagem de autenticidade e autoridade, a fim de que você seja a opção mais atrativa para o mercado, é necessário desenvolver sua marca pessoal, ou seja, a imagem que você quer projetar na cabeça das pessoas.

O personal branding ajuda você a conhecer quem você é e ser valorizado por isso, a se tornar mais atrativo para os outros, a inspirar confiança e distinguir você em qualquer campo que tenha escolhido para atuar (tradução livre).

— Robin Fisher Roffer - Founder & CEO - Big Fish Marketing Inc.

Para ter um grande destaque e se diferenciar no mercado, é preciso criar e assumir o controle da sua marca pessoal (no inglês, personal brand). Afinal a sua marca ajuda para uma melhor comunicação com as pessoas que você quer alcançar, fortalece o seu posicionamento de mercado sobre um determinado assunto, te valoriza para seu público-alvo e também evidencia você para um possível cliente ou oportunidade.

Por isso, criar a sua marca pessoal não é tão difícil, pois todos nós a possuímos. A marca é como somos percebidos pelo outro, e o desenvolvimento dela auxilia a definir a imagem que você quer passar e estabelecer exteriormente.

Assumir a responsabilidade dessa imagem é a ferramenta para impulsionar a sua carreira e desenvolver a maneira que você busca ser visto no mercado.

Consulte as técnicas do capítulo 3 de SWOT e Missão, Valores e Visão para definir sua marca pessoal.

Abordagens recomendadas:

1. Quem é você e como os ajuda?:

como achar seu diferencial único e ser a escolha óbvia para meu futuro cliente?

1.1 Defina seu público alvo:

para quem sua mensagem se destina.

1.2 Defina seu lugar no mercado:

hora de conhecer as soluções similares (à sua) disponíveis no mercado. Encontre as pessoas que estão oferecendo serviço ou produtos parecidos com o seu e identifique esses pontos:

- **Quais são os alvos deles;**
- **Quais são suas forças;**
- **Quais são suas fraquezas;**
- **O que eles fazem muito bem e como você pode aprender com eles.**

2. Defina sua persona:

Para que sua estratégia de personal branding seja efetivamente possível, você precisa entender exatamente para quem está falando.

Esse é o momento de definir como você quer ser percebido, a sua declaração de posicionamento. Ela define sua linha de mensagem central, pois ela será a base de todas as suas ações e campanhas de marketing.

Pense nela como o tronco de uma árvore e em todos os galhos como sendo suas ações de marketing, discursos, parcerias formadas, novos produtos ou serviços criados e etc.

Quando começar a rabiscar suas primeiras ideias, lembre-se que a mensagem deve ser curta e resumir como você se conecta com seu público. Mantenha uma mensagem simples, direta e memorável. Ela também deve refletir as pessoas que você atende, os valores que você defende e os resultados que você promete.

3. Como você comunica - diretrizes para a identidade da sua marca:

Agora que você estabeleceu a identidade da sua marca, você precisa que tudo isso seja refletido em todos os pontos de contato do seu público-alvo com você. Ou seja, no seu conteúdo, seus perfis sociais, no design da sua página online, nos seus produtos e serviços, no seu atendimento e no modo como se relaciona com sua audiência e clientes.

ABORDAGENS RECOMENDADAS

Para isso, você pode começar estabelecendo:

O tom certo de voz.

Os assuntos que você deseja focar, assim como aqueles que deseja evitar.

Os valores que você deseja espalhar.

A frequência com a qual se comunica com sua audiência.

A maneira como você lida com as adversidades.

O perfil de pessoas que você contrata para trabalhar contigo ou deseja formar parcerias.

Os tipos de eventos que participará, assim como ações sociais que apoiará.

Os tipos de imagens, tipografia, cores, grafismos que usa em suas peças de publicidade e identificação da marca.

O tipo de abordagem que usa em suas estratégias de marketing.

O tipo de conteúdo que posta em suas redes sociais.

A maneira como você posiciona seus produtos e serviços.

8) RELAÇÕES INTERPESSOAIS

Networking profissional: construção de uma boa rede de contatos

Para começar, é necessário explicar o que é o networking:

*“Networking é construir uma rede de contatos profissional para trocar experiências e informações e potencializar oportunidades através de relacionamentos.”
- HUDSON, Glen. Rockcontent. (05/08/2019)*

O Network, na tradução literal, significa rede de trabalho. E o Networking é a criação, realização ou continuação dessa rede. Na prática, é a rede de relacionamentos e contatos que você cria na sua vida e no ambiente profissional. Com o networking profissional você mantém o relacionamento com contatos que agregam mutuamente valor para a formação e carreira.

Para compreender melhor, vamos mostrar os três níveis de network que é possível cultivar com a proximidade de seus contatos:

- **Rede primária:** pessoas com vínculos pessoais, como amigos e familiares;
- **Rede secundária:** pessoas com relações mais formais, como colegas de trabalho;
- **Rede de referência:** contatos que auxiliam a moldar o seu comportamento, como chefes/líderes e fornecedores.

Ter um relacionamento com seus contatos não se limita apenas em marcar encontros, trocar cartões ou fazer parte de uma mesma rede social. Para ter uma boa rede de contatos é necessário estabelecer relações de contribuições mútuas, dividir seus conhecimentos e informações, estar presente e exercer a colaboração com o contato.

Para possuir esse networking funcional são necessárias habilidades mais humanizadas, como a empatia, a humildade, o respeito, a diversificação, e essencialmente a cooperação e a capacidade de estabelecer conexões - lembrando que nem tudo é ganhar sozinho, deixar o individualismo e a arrogância de lado fortalece ainda mais seu crescimento profissional.

Um outro ponto positivo em construir uma boa rede de contatos e estabelecer um relacionamento profissional agradável, é a contribuição na qualidade e desempenho no trabalho, afinal você terá mais prazer de estar no ambiente de trabalho. Há também uma potencialização dos seus resultados, além de auxiliar a atingir os objetivos que você espera para a sua carreira.

Agora, é necessário partir para a construção dessa rede de uma forma natural e eficiente, para você ser um bom contato de alguém e assim conseguir oportunidades profissionais. Então siga alguns passos:

Mantenha frequência em sua presença:

Aparecer somente na hora que precisa de algo não é uma forma de fortalecer laços.

Participe de eventos que são de sua rede de relacionamentos:

Isso ajuda a fortalecer a sua imagem.

Expresse bem suas mensagens:

Mantenha uma comunicação clara para que seus contatos compreendam bem suas intenções.

Exponha os seus objetivos:

Isso aproxima e cria afinidade com seus contatos.

Interesse das pessoas:

Seja uma pessoa bem informada, consuma conteúdos sobre os assuntos e a atualidade, leia sempre que possível.

Compartilhe suas ideias:

Mostre o que pensa e crie um espaço para um debate construtivo.

Evite falar mal dos outros:

Isso pode ser antiético e enfraquece relações.

Tenha fidelidade e seja verdadeiro com as pessoas:

Ser visto como interesseiro é um ponto negativo para você e sua rede.

Demonstre interesse real e verdadeiro pelos outros e seus interesses.

Exponha os seus objetivos:

Isso aproxima e cria afinidade com seus contatos.

LONGEVIDADE AO EMPREGO

Após todos os passos mostrados para o ingresso no mercado de trabalho, agora é o momento de discutir como manter a posição de empregado. A jornada para conseguir a posição dos sonhos pode não ser tão simples, mas manter a posição de efetivo pode ter seus desafios.

Se fizer parte do seu plano de carreira manter-se em uma empresa ou trabalhar por muito tempo e se desenvolver e crescer dentro desse ambiente, é preciso ter dedicação e comprometimento ao trabalho, demonstrando sempre que você se importa com os resultados que o seu trabalho desempenha para todos e a empresa. Obter destaque na função desempenhada é também uma forma de mostrar o valor profissional que você pode agregar.

O relacionamento que você desenvolve no ambiente de trabalho também possui um grande impacto no seu emprego. Projete-se para que as pessoas gostem e apreciem o seu trabalho, mas também a pessoa que você é para com elas.

Relacionamento com equipe e colegas

Os relacionamentos no ambiente de trabalho são extremamente importantes para desenvolver o seu eu profissional e sua carreira, e isso não significa que você precisa ser um bajulador ou perder sua identidade pessoal para ser bem aceito, um bom relacionamento profissional requer habilidades interpessoais como empatia, respeito, humildade - mostradas nas soft skills.

Os mecanismos de rede de relacionamento - network, também são ferramentas que ajudam a relação com parceiros e clientes, o network profissional é uma ótima maneira de se manter uma boa relação com seus parceiros e fornecedores.

Diferentemente do que foi visto com o network profissional, o relacionamento com os clientes para um empreendedor necessita de estratégias de Marketing de Relacionamento para ser consolidado. Este segmento do marketing permite a fidelização de suas conexões e clientes, além de poder criar uma comunidade para seu negócio/marca. Como reforço dessa relação de proximidade, a empresa oferece benefícios para garantir a satisfação e o sucesso dos seus clientes.

A relação com o cliente se inicia no primeiro contato com a empresa, por isso, desde o primeiro momento é necessário ter um sistema de atendimento que possa cativar e conquistar o seu cliente, o objetivo é levar esse cliente a se encantar pela sua marca/produto para realizar a ação de compra ou outras opções de venda e ele se torne fidelizado ao seu negócio, assim se tornando um porta-voz do seu produto/serviço. Um cliente fidelizado promove os seus produtos sempre de forma positiva, se tornando um meio de propaganda gratuita e verdadeira, influenciando outras pessoas a terem contato com seu produto/serviço.

Para chegar a isso, o empreendedor precisa buscar ações dedicadas diretamente ao consumidor, que estreitam laços com o cliente, fazendo assim, que eles se sintam uma parte importante e fundamental do negócio. Use todos os meios de relacionamentos possíveis, desde as redes sociais, até a personalização de experiências para os clientes.



9) O UNIVERSITÁRIO E SUA RELAÇÃO COM A UNIVERSIDADE

Network acadêmico

Assim como o network profissional, é indispensável para o profissional se desenvolver no mercado, o network acadêmico realizado durante a formação também é de suma importância. Com esse tipo de rede acadêmica, é possível criar boas relações com colegas de formação ao desenvolverem algum projeto e trabalho juntos, trocando experiências e fortalecendo um laço duradouro com essas pessoas.

O relacionamento com os docentes também não se despreza a importância. Neste período de formação, é importante estabelecer conexões com seus professores e superiores acadêmicos, como pesquisas, trabalhos voluntários, estágios, seminários e apresentações. O corpo docente é um indicador essencial quando sua formação estiver completa ou até mesmo antes disso, pois se um profissional já formado e que é referência no assunto, gostou e confiou no seu desempenho, pode servir de indicação para possíveis oportunidades de mercado.

Relacionamento e indicação

As instituições de ensino são excelentes ambientes para se desenvolver, além de oferecerem a formação acadêmica, possuem muitos espaços para construções de pensamento, com diversas maneiras de refletir sobre a área de formação.

No ambiente institucional, encontram-se inúmeras oportunidades de aproximação de pessoas que possuam afinidade com seus pensamentos e ideias. Também é possível desfrutar da disponibilidade do corpo docente, principalmente dos seus professores e orientadores, em busca de impulsionar sua formação e compreender as diferentes áreas de atuação disponíveis.

O poder do conhecimento

Que o conhecimento é uma fonte preciosa de crescimento profissional e pessoal, todos sabem. A educação é o único meio de melhorar a vida das pessoas e as estruturas sociais em todos os aspectos. Ao concluir uma formação superior, o indivíduo se torna pilar dessa melhoria, e para que ela possa estar em constante evolução, o profissional precisa estar em constante busca de conhecimento e atualização em sua carreira.

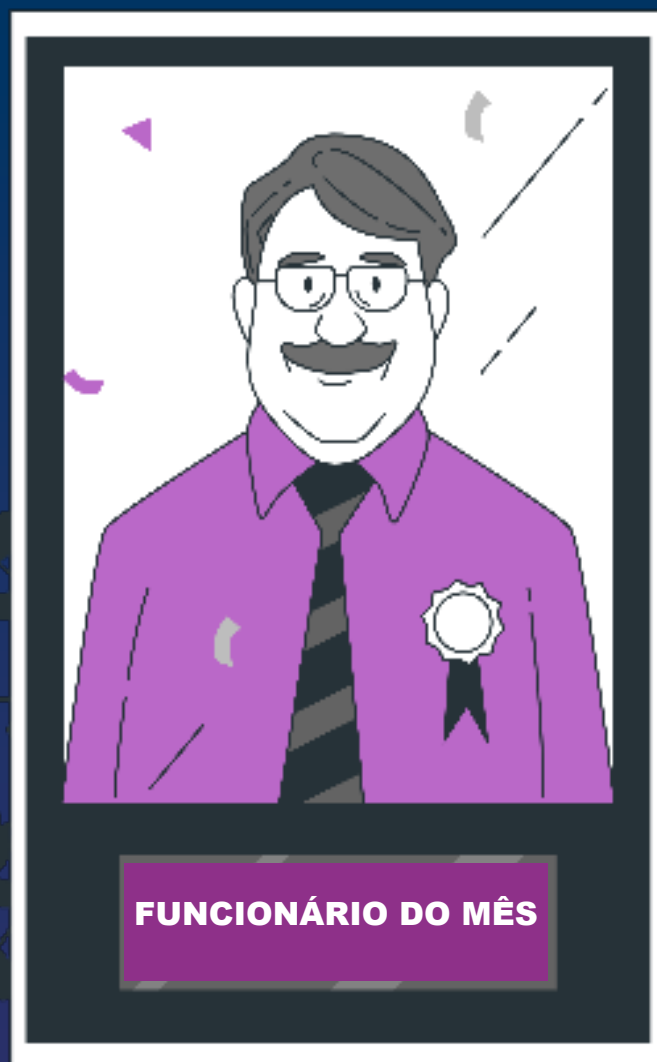
Conheça como o egresso da Unitau é visto no mercado

A Universidade de Taubaté (UNITAU) já formou, ao todo, mais de 100 mil alunos que atuam no mercado de trabalho regional, nacional e internacional.

Com aproximadamente 10 mil alunos, o compromisso da UNITAU em oferecer ensino de qualidade é garantido por uma elite de professores e por uma ampla infraestrutura, composta por 99 laboratórios, um acervo bibliográfico com mais de 240 mil exemplares, além de 53 grupos de pesquisa nas áreas de Humanas, Biociências e Exatas, o que faz com que ela seja um Universidade destaque na região Metropolitana do Vale do Paraíba e Litoral Norte (RMVALE) pelos seus profissionais competentes e operacionais.

Além disso, a UNITAU busca constantemente promover palestras sobre o mercado de trabalho a fim de capacitar cada vez mais seus alunos/futuros profissionais de mercado.

Para saber sobre tudo o que acontece na Unitau [acesse aqui!](#)



Agora que você já sabe os passos para conquistar seu lugar no mercado de trabalho, te desejamos boa sorte e uma boa jornada!



UNITAU
Universidade de Taubaté

ISBN: 978-65-86914-46-7

CDL



9 786586 914467