



ARTIGO CONVIDADO

PERSONAL BRANDING X POLARIZAÇÃO DAS REDES SOCIAIS

Marnei Gazineu

Em uma era de Whatsapp, onde uma ligação se torna uma declaração de amor ao Cliente, precisamos ter o cuidado com a polarização nas redes sociais. Para sua empresa ou empreendimento, para você mesmo o Personal Branding ou Marketing Pessoal se torna o melhor currículo, mas cada esforço e foco para o resultado não é conquistado em apenas um dia, mas para destruí-lo, em apenas uma postagem pode consegui-lo. Venha descobrir um dos principais erros que os marqueteiros cometem e destroem tudo o que construístes.

Dois conceitos que estão muito em pauta no momento, porém se utilizados de forma incorreta ou até mesmo se associados, provavelmente não trarão os resultados esperados. Todos estão relacionados a relacionamentos e desenvolvimento de redes de contatos. O intuito dessa crônica é mostrar para o leitor que após muito trabalho em montar uma rede de networks, em contar com vários negócios em sua Rede de Contatos, você pode, por apenas um deslize em opinar ou cair na Polarização em uma rede, por tudo a perder. Nem toda opinião é aceitável, nem por isso debes deixar de tê-la, mas a ética em compartilha-la sim. Para que possamos entender melhor vamos definir cada conceito e poder linka-los. E faço a você leitor, uma pergunta: o que é Personal Branding ou Marketing Pessoal? Mas não espero a resposta óbvia: “Propaganda Pessoal” é claro que teríamos várias definições para tal questão, contudo precisamos ter uma visão mais ampla de todos os acontecimentos, que podem por si só agregar ou destruir todos os seus projetos de Marketing Pessoal. Citando principalmente o advento da polarização nas redes sociais que no momento se tornam cada vez mais destrutivas e inconsequentes.

Para que se tenha um grande destaque nos Talentos Humanos e consequentemente ter uma Alta Performance há uma grande necessidade de se investir em Personal Branding, ou melhor dizendo Marketing Pessoal. Para que você construa o seu Marketing

Pessoal é necessário, muita estratégia, foco e dedicação, eis que o seu Personal não se constrói de um dia para o outro. Primeiramente dedica-se o tempo para descobrir qual nicho de mercado queres atuar, a estratégia de aproveitamento de nichos está justamente na identificação das bases de segmentação que, quando explorados, representam o diferencial ou vantagem competitiva à pessoa. Então se conclui que nicho e segmentos são a mesma coisa? Enquanto um segmento é um grande grupo de consumidores com características semelhantes, um nicho é um recorte deste grupo. É um mercado menor, cujas necessidades não estão sendo totalmente satisfeitas. Ele seria, assim, um segmento dentro do segmento. Vamos exemplificar, você trabalha com Empreendedorismo que abrange várias áreas desde educação, saúde, administração, direito, contábeis, etc... e palestrar, reunir ou publicar seja impresso ou online um texto que apenas citaria as prerrogativas do Empreendedorismo seria apenas um tiro para o horizonte. Todavia se seus conhecimentos em administração, em microempresas voltadas para a saúde, poderia lhe dar um “nicho” totalmente fechado e direcionado, adquirindo ouvintes e leitores dedicados e necessitados de suas informações. Lembre-se você precisa dominar o assunto proposto. Decidido então, qual o nicho do mercado atuar, vamos analisar as suas competências que é claro, devem ser de acordo ao nicho escolhido. Por comodismo ou por estar na área de conforto (há diferença), nossas tendências é de atuar no segmento em que já possuímos domínio, todavia, esta segurança é falsa, eis com uma boa reflexão, sentirás a falta de alguns detalhes primordiais e conhecimentos necessário para melhor desenvolvimento de seu projeto. É a hora de mais estudos, pesquisas, ir de encontro ao que há de mais novo em sua área de atuação. Há aqueles que pulam algumas etapas preocupando-se apenas com o marketing, montar uma linda página, cartão de visita em 3D, fotos profissionais para redes sociais e está pronto só aguardar a clientela.

ZZZZZZZZZZ..... ZZZZZZZZZZ.....

Esse é um dos principais erros dos novos marqueteiros, facilidade de montar as redes sociais e softwares, sem diretrizes nenhuma, tornando-se apenas uma autopromoção. Mas, meu caro leitor, talvez me pergunte: esse não é o foco? a autopromoção?! Digo que o foco é o seu Marketing Pessoal e não a autopromoção, eis que há uma grande diferença entre os dois processos. Na autopromoção, Eu sou o melhor, só Eu faço os devidos serviços, somente comigo terás o melhor desempenho, sou o ícone nesse setor, a referência no assunto. Tudo que você promove e não mostra resultado é autopromoção, um Marketing Pessoal correto e completo necessita de argumentos e muita comunicação, você a partir do momento que se torna “Marca” ou “produto” se torna uma

Empresa. E uma Empresa não mostra seus diplomas, seus lucros e Impostos de Renda. Uma Empresa mostra resultados, os quais geram clientes, e estes, se tornam valores. Mas o que é Personal Branding?? De acordo com a definição de Tom Peters (2), Personal Branding são pessoas que comercializam a si mesmas e suas carreiras como marcas. O que sugere que o sucesso vem da própria embalagem. Para que tudo isso se torne visível, tome forma é necessário desenvolver uma Rede, estar na Rede. E você, caro leitor, pode me dizer, que estais em sua rede, tens mais de 1.500 seguidores, recibes mais de 200 likes por dia, seus vídeos têm milhares de visualizações, ótimo. A meu ver, sua rede é movimentada, mas há relacionamentos entre você e seus contatos? Está gerando comunicação? Likes e views tornam-se mensuráveis para outro tipo de contabilidade de lucro, mas e diretamente? Como transformá-los em negócios, gerando lucro e criando novas possibilidades? Você, precisa transformar sua Rede de Contatos em Networks, uma palavra que se tornou jargão, contudo precisamos ver a diferença, entre uma rede ENORME e uma que proporcione negócios, veja como se torna complexo, atuar dentro de um processo de Marketing Pessoal, em seu Personal Branding, aumentar sua audiência e transformar contatos em networks e manter uma comunicação que alie todo esse processo. Como mencionado anteriormente, neste capítulo não focaremos no Personal Branding, onde, com certeza teríamos mais informações, este foi uma prévia para você, caro leitor. Neste capítulo quero abranger principalmente as ações nocivas que se tornam após ter um grande esforço de relacionamento e comunicação para que se erga um Nome, uma Reputação, uma Empresa. E no decorrer do processo, ou no final onde queremos colher resultados, caímos nas tentações da Polarização das Redes Sociais. Mas para que possamos entender melhor esse evento vamos analisá-lo: Desde que textões e hashtags invadiram as redes sociais, tornaram-se bolhas maiores, cada rede vincula as mesmas notícias que compartilhamos, em um algoritmo em que palavras chaves somem textos, Mêmes, Fake News e pessoas tornam-se uma só e agregando as pessoas. Desde que somos seres pensantes procuramos mais informações de nossos interesses e nos reunindo com grupos de maiores afinidades de pensamentos, desejos e perspectiva. Mas e aquele que não tem opinião formada e nem procura se inteirar sobre o assunto? Re-posta o mesmo “memes”, ou então uma “fake news”, a tal “ignorância do saber” torna-se uma âncora afundando-o em seu próprio ego. A partir de que “stalkeamos” entre uma rede e outra ou em apenas uma e re-postamos mensagens, correntes, memes, etc, estamos cada vez mais dando velocidade a bola de neve da Polarização, mas não é somente isso, estamos ao mesmo tempo colocando nossos pensamentos e nossas opiniões sobre os assuntos em

questão. Não que seja incorreto, ter uma opinião formada política-social-econômica, mas se estais a fazer uma campanha de Personal Branding, vendendo a sua Marca, seus projetos de vida e profissionais e ao mesmo tempo demonstrando valores totalmente adversos com o que estais a proferir, podeis ser um tanto prejudicial ao seu Marketing. Nós como profissionais do Empreendedorismo, do Marketing, do Personal, precisamos ter a ética de nunca sermos os donos da verdade, contudo mostrar alguns caminhos e os cuidados que devemos ter com Nossas Marcas, com nossos projetos, com nossos empreendedorismo, de não sucumbir as marés de polarização, principalmente nas redes, as quais estamos diretamente agregados e vinculados. O cuidado com a Polarização nas Redes é devido a toda estratégia, foco e dedicação, como dito anteriormente, o seu Personal não se constrói de um dia para o outro. Precisamos ter uma visão holística das situações que abrangemos. Nossa Alta Performance estará sempre sendo testada, comparada e analisada, Talentos Humanos são nossas expertises, dependerá sempre de nosso foco, para nossas conquistas e também dependerá de nosso foco para que saibamos navegar em mares polarizados.

Sejas e estejas focado!!

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COBRA, Marcos. **Administração de Marketing no Brasil**. São Paulo: Cobra, 2003.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

TORRES, Claudio. **A bíblia do marketing digital**: tudo que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar. São Paulo, SP: Novatec, 2009.

Reiva
Revista
Um Espaço para a Inteligência e a Arte de Aprender