

Uma  
De **Estratégia**  
Valorização  
Profissional

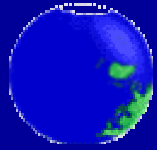
marketing  
pessoa

Carvalho Neto

6<sup>a</sup>  
edição

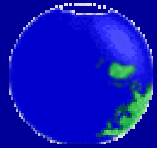
*O Posicionamento  
Pessoal Através  
do Marketing*

T&C Editora



## POSICIONAMENTO DE MERCADO

(te deciframos ou te ingnoramos)



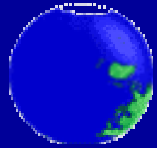
## **1. Questão Fundamental:**

O marketing influencia efetivamente o posicionamento de mercado de profissionais?

## **2. O que é Marketing Pessoal?**

É uma nova disciplina que utiliza os conceitos e instrumentos do marketing em benefício da carreira profissional e da vida pessoal dos indivíduos, valorizando seus diferenciais mercadológicos, suas vantagens competitivas, catalisando os processos que facilitem o seu melhor posicionamento de mercado.

Parafraseando Kotler, o Marketing Pessoal é o processo que inclui a concepção, o planejamento e a execução de ações que viabilizem a projeção pessoal das pessoas e dos profissionais.

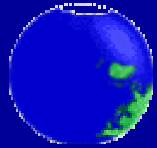


### 3. O que é Diferencial Mercadológico?

O diferencial mercadológico não é intrínseco ao produto, ou à pessoa, como muitos ainda crêem, é extrínseco. Depende muito mais da maneira como é introjetado pelo sujeito da ação: o consumidor.

Nossos clientes na realidade não compram produtos ou serviços; ou sequer, como se pensou até recentemente, compram o que satisfaça suas necessidades.

O DIFERENCIAL MERDCADOLÓGICO é o conceito, a idéia, o valor que OS CLIENTES agregam a um determinado produto ou serviço. O consumidor compra aquilo que ele espera que o serviço ou produto faça por ele: compra a **expectativa** de satisfação de suas necessidades.

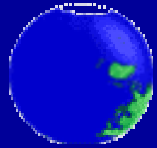


#### 4. Qual a Função do Marketing Pessoal?

O mercado não absorve profissionais apenas por serem eficientes, bons trabalhadores, possuírem capital acadêmico ou experiência prática. Embora isso tudo seja imprescindível para posicionar-se bem no mercado de trabalho.

O mercado abraça os profissionais que demonstrem ser capazes de satisfazer as **expectativas** pessoais que cada cliente consumidor possua a respeito dos serviços que presta.

E aqui entra o **marketing pessoal**, demonstrando essas expectativas, identificando e estimulando-as, explicitando-as e catalisando todos os processos que facilitem tanto a geração de expectativas favoráveis como orientando os profissionais a adquirir os conteúdos, o capital acadêmico e os instrumentos que estejam mais bem adequados a elas.

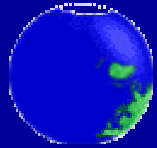


## **5. Você precisa usar o Marketing Pessoal?**

Sim. Atualmente ele é uma necessidade inadiável.

É uma ação que pode e deve ser empreendida pelo indivíduo em busca do melhor aproveitamento de suas vantagens competitivas em nível profissional.

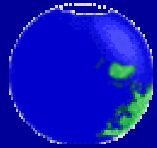
Até por uma questão de desenvolvimento nacional pois é necessário colocar no mercado os profissionais que são formados evitando o desperdício de talentos e de capital e energia despendido na formação destes profissionais.



## 6. O que impulsiona o Posicionamento de Mercado?

(segundo os profissionais)

|                                                |               |
|------------------------------------------------|---------------|
| <b>Profissionalização (Capital Acadêmico)</b>  | <b>20,29%</b> |
| <b>Trabalho Intenso</b>                        | <b>20,29%</b> |
| <b>Participação em Política de Classe</b>      | <b>18,12%</b> |
| <b>Características Pessoais (Carisma)</b>      | <b>16,67%</b> |
| <b>Outros de Conhecimentos (Universalista)</b> | <b>14,86%</b> |
| <b>Diversificação da área de atuação</b>       | <b>03,26%</b> |
| <b>Modernização Tecnológica</b>                | <b>02,54%</b> |
| <b>Origem Rica</b>                             | <b>02,16%</b> |
| <b>Divulgação do Nome</b>                      | <b>01,44%</b> |
| <b>Sorte</b>                                   | <b>00,36%</b> |



## 7. Os melhor posicionados conhecem Marketing?

### Posicionamento de Mercado e Noções de Marketing

**100% de acertos**

**61% de indicações**

80% de acertos

Nulo

60% de acertos

08% de indicações

50% de acertos

01% de indicações

40% de acertos

13% de indicações

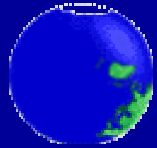
20% de acertos

04% de indicações

0% de acertos

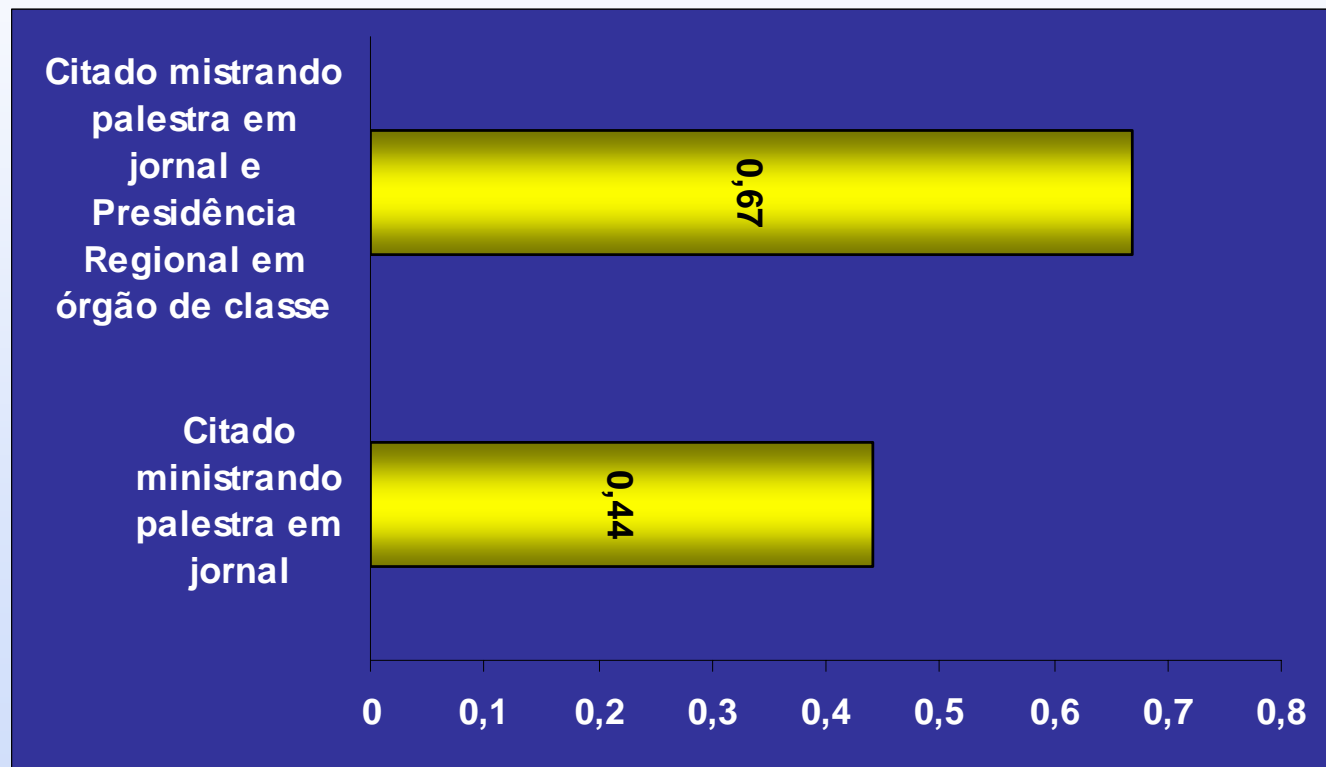
13% de indicações

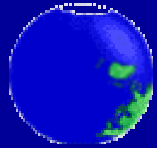




## 8. Que Variáveis Explicam o Posicionamento de Mercado alcançado?

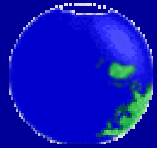
### Força Explicativa das Variáveis Independentes





## 9. Sumário do modelo STEPWISE

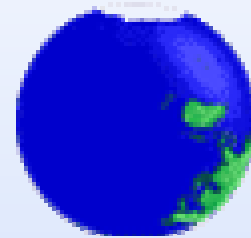
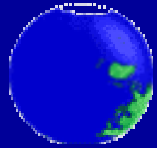
Estes resultados demonstram que ser citado em jornal como palestrante é o mais forte indutor do posicionamento de mercado, explicando **44,2%** da equação, enquanto o exercício da presidência do órgão de classe em nível local ou nacional, em associação à citação em Jornal como palestrante, explica **67%** da equação de sucesso.



## 1. Conclusão

As correlações mais fortes são justamente as que utilizam a ferramenta mais visível do exercício do marketing: a comunicação, parte do item promoção no composto de McCARTHY, neste caso através de notícias na imprensa. Isto fica ainda mais claro quando se percebe que a maioria dos entrevistados não obteve bons resultados quanto ao conhecimento formal das ferramentas de marketing.

**O marketing, através de seus processos, métodos e técnicas, pode efetivamente ser aplicado para posicionar profissionais no mercado de trabalho.**



**Valorizando Nosso Ponto de Vista**

**[www.carvalhonetto.com.br](http://www.carvalhonetto.com.br)**