



“Personal Branding”: Investa em sua marca pessoal

Você já parou para pensar que tem uma marca pessoal? Todos nós temos! Quais são os atributos que realmente o/a tornam único/única no mercado diante de tantos concorrentes? Em tempos de uso cada vez mais intenso das mídias sociais, é fundamental que você trabalhe bem sua marca pessoal “online” e “off-line” também.

Se você ainda não ouviu falar em “*Personal Branding*”, eu recomendo que você busque mais informações e novos conhecimentos que permitam construir uma estratégia de marketing pessoal para viabilizar a venda, com sucesso, do seu melhor produto: **you mesmo!**

Especialmente para vendedores como você e eu, aqui incluídos todos aqueles que ainda não perceberam que são sim ao final do dia “vendedores de si mesmos”, a estratégia de criação de uma marca pessoal passa pelo pleno entendimento das suas grandes competências, talentos e dons (pontos fortes) e das características singulares que o/a diferenciam da multidão, que serão os grandes responsáveis pela criação da sua marca pessoal, diferenciada, poderosa e única no mercado.

Um primeiro passo que indico a você é identificar os seus pontos fortes e trabalhar com inteligência para maximizá-los. Aliás, é um grande desperdício de tempo focar em seus pontos fracos, pois eles nunca se transformarão nos diferenciais competitivos que o/a tornarão único/a no mercado.

O mestre Peter Drucker nos ensinou que “*a verdadeira excelência é alcançada somente quando é possível colocar os pontos fortes em ação*”. E o aclamado guru Jim Collins nos explica que o processo de identificação das nossas principais competências e talentos (pontos fortes) passa pelo pleno entendimento das áreas em que, por mais que nos esforcemos nunca teremos a chance de sermos os melhores. Resumidamente: quando identificamos nossos pontos fortes que permitem nos tornarmos os melhores naquilo que fazemos, o tempo e a energia gastos na identificação e na melhoria das fraquezas são absoluto desperdício.

Uma vez identificados os seus pontos fortes (se você ainda não os conhece e/ou não os identificou corretamente, peça o feedback mais cândido possível aos seus colegas, líderes e familiares sobre as competências únicas que eles enxergam em você), o segundo passo é conectá-los à sua “marca pessoal”. Se você é, por exemplo, um exímio entendedor de técnicas de vendas consultivas em mercados complexos (B2B) as informações a seu respeito nas principais mídias sociais (LinkedIn, Facebook, Twitter etc) e nos mais importantes serviços de busca (Google, Bing etc) precisam refletir com consistência este atributo. Portanto, faça uma pesquisa aprofundada na Internet para ver se as mensagens e atributos conectados à sua imagem estão de acordo com os seus objetivos de construção da sua “marca pessoal” que deve ser absolutamente única e memorável.



Aliás, o processo de criação e fomento da sua marca pessoal tem um objetivo ainda maior: cuidar do seu principal ativo que se chama credibilidade. Portanto, não perca mais tempo. Comece hoje mesmo a investir na principal e mais importante marca do mundo: **Você mesmo!**

Um grande abraço!

José Ricardo Noronha

José Ricardo Noronha é Vendedor (com enorme orgulho!), Diretor de Vendas e Líder da GlobalEnglish (www.globalenglish.com) no Brasil , Palestrante Profissional e Autor do Livro “**Vendedores Vencedores**” disponível para download gratuito em www.facebook.com/josericardonoronha. Compartilhe o link com seus familiares, clientes, fornecedores e amigos vendedores!

Conto com o prestígio da sua visita ao meu site, onde encontrará dicas, artigos, entrevistas e vídeos: www.josericardonoronha.com.br

www.josericardonoronha.com.br
www.facebook.com/josericardonoronha
ricardonoronha@uol.com.br
Cel.: (11) 8338.5300