



# Da individualização da comunicação ao marketing pessoal

Manuel Pereira  
2004



# Os objetivos

- Analisar as ideias, atitudes e comportamentos, de personalidades sobre individualização da comunicação e marketing pessoal.
- Apresentar experiências de várias pessoas com sucessos válidos.
- Organizar, apresentando algumas considerações para a melhoria contínua do marketing pessoal



# Introdução

- Interesse e motivação pelas questões da comunicação e marketing pessoal.
- Necessidade constante de compreender o universo da comunicação.
- A adaptação às novas formas de comunicar.
- A diferenciação e demarcação através marketing pessoal.



“Da massificação à individualização da comunicação”

## Massificação

- Comunicação de massas
- Uma mensagem para o maior número de pessoas
- Audiência heterogênia
- Um único canal de televisão para todo o país



# Desmassificação

- Especialização individual
- Mais que a descrição da realidade, passa a existir a interpretação da mesma
- Novos meios de comunicação escrita, como:
  - Revistas especializadas
  - Jornais especializados nas mais diversas áreas
  - Maior oferta de novos programas, séries e espaços informativos



# Individualização da comunicação

- Especialização do saber
- Cultura do efémero, consumo imediato, da satisfação do momento
- Personalização dos factos, construção de interfaces (falar, apontar, olhar)
- Individualização dos meios electrónicos
- Televisão interactiva



# O poder da palavra

- As palavras servem para;
- construir ou destruir
- gerar acção ou não
- ensinar ou aprender
- Motivar ou desmotivar



# Comunicação estratégica

- O conceito de “estratégia” está presente na filosofia empresarial
- Organização e coordenação de meios e métodos capazes de alcançar objectivos
- Estabelecimento de um ou vários objectivos



# Marketing pessoal

- Atitude das pessoas
- Não basta gostar do que se faz, é fundamental fazê-lo bem feito.
- Um bom profissional é aquele que;
  - sabe mostrar o próprio potencial,
  - transmite credibilidade,
  - confiança,
  - estilo,
  - persuasão e argumentação



## A marca pessoal

- Cunho próprio, carácter diferenciador, capaz de marcar a diferença
- Ter a capacidade de coordenar os três saberes – Ser, Fazer, Estar
- O grande desafio está na afirmação das características pessoais no mundo exterior



# O sucesso pessoal

- Não existe sucesso sem felicidade
- Cada pessoa precisa de acreditar, em primeiro lugar, na sua própria pessoa
- O sucesso não depende somente da própria pessoa, mas da parceria com a sociedade



# Plano de marketing

- Confiança,
- Visão,
- Comunicação,
- Estilo,
- Movimento e Vibração,
- Visibilidade,
- Mistério e enigma



# Indicadores de performance

- O ambiente à volta da própria pessoa
- As pessoas com se estabelece relacionamentos
- A saúde mental e física
- O grau de auto-realização
- O tempo dispendido para a actualização de conhecimentos
- A qualidade de vida



## Conclusão

- A comunicação, sendo uma partilha de ideias, sentimentos, atitudes, comunhão e compreensão mútuas
- Da massificação da comunicação à individualização da comunicação e diferenciação pessoal
- O marketing pessoal está sempre presente na definição e implementação de objectivos pessoais e individuais