

WEBINAR



MERCADO DE TRABALHO

Confira dicas para encontrar o seu emprego! - p.04

CONFERÊNCIA INTERNACIONAL



AESC - BRASIL 2015

Consultoria de liderança para executivos.- p.09

DASEIN NA MÍDIA



RH

Com Karen Greenbaun, presidente da AESC e Brian Glade, diretor da AESC. - p.12

ACONTECEU



MERCADO DE CAPITAIS

Com Paulo Angelo, presidente do CA de Dasein e do IMMC - p.14

DNEWS

DASEIN
Executive Search

IMD
NATIONAL SEARCH GROUP

AESC **BlueSteps**

PERSONAL BRANDING

Confira em artigo exclusivo sobre a importância da marca pessoal para os executivos, com Daniela Viek.

PAGE 10

BLUESTEPS Gestão de Carreiras

AESC (Association of Executive Search and Leadership Consultants)

Saiba mais sobre o serviço global de gestão de carreira criado pela AESC, a fim de prover aos executivos seniores acesso às empresas líderes no mercado de executive search.

PAGE 06

PERSONAL BRANDING

Executivos e suas Marcas Pessoais



Globalmente as empresas estão aprimorando seu planejamento para a troca dos altos executivos. No Brasil em 2013, 70% das companhias optaram por executivos “da casa”. Em 2014 essa porcentagem caiu para 56%. Já a porcentagem de executivos “outsiders” vem crescendo: 44% dos novos CEOs do País vieram de outras empresas, contra 22% registrados globalmente.

[Fonte: 15ª edição do Estudo Anual de CEOs, Governança & Sucesso, da consultoria Strategy& em 2.500 das maiores empresas de capital aberto no mundo].

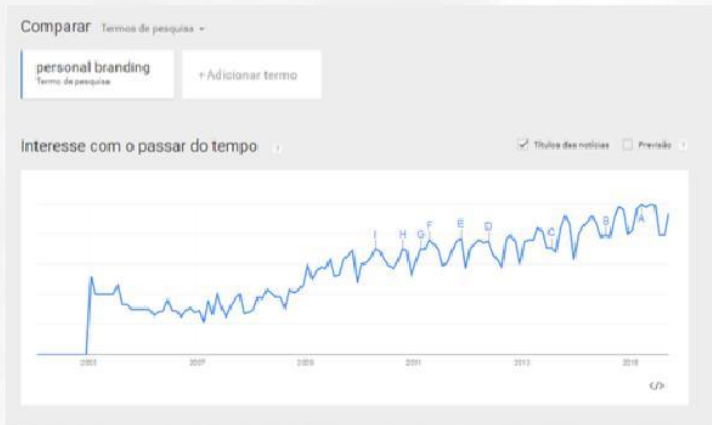
Como chegar ao topo? Como manter-se nele? Como ser atrativo a novos mercados, sejam eles nacionais ou internacionais? Qual deve o próximo passo em minha carreira? Estas são algumas das provocações e reflexões que permeiam o mundo dos negócios, alguma delas são suas também? Todos possuímos uma marca pessoal a diferença é que uns a gerenciam e outros a terceirizam. Realizar o outsourcing de sua personal brand nem de longe é um bom negócio, pois nada é tão seu quanto sua carreira e sua marca pessoal.

Para começar, marca pessoal trata-se de essência e evidência e precede o marketing pessoal, que trata-se de propagação e divulgação (ação intencional), para que haja consistência, toda

ação de marketing pessoal deve vir precedida de uma marca pessoal forte, cuja se constrói com autoconhecimento, propósito e cumprimento de promessas.

Ainda no Brasil, o termo “*Personal Branding*” ou “Gestão da Marca Pessoal” é novo, os profissionais estão começando a perceberem que tão estratégico quanto a condução de suas atividades em sua organização é a condução que dão para sua própria carreira, independente se são empreendedores ou colaboradores de uma companhia. Estão começando a perceber que o que fazem no offline pode impactar sua reputação digital e vice-versa, que não existe mais a divisão “pessoal/profissional” que os papéis se misturam, pois estamos numa era dinâmica, hiperconectada e com cada vez menos oportunidades (no sentido de mais competitividade), onde diferenciação e relevância são as palavras da vez.

Abaixo ilustramos graficamente o comportamento do usuário online, que nos aponta para a tendência global e que irá impactar o Brasil nos próximos anos. A pesquisa é realizada através do *Google Trends*, onde nos mostra que na última década há um grande crescimento dos usuários em buscas pelo termo “*Personal Branding*”.



Em troca de opiniões com outros especialistas de nosso setor, acreditamos que em até 5 anos nosso cenário brasileiro deva estar mais maduro neste sentido e os profissionais aprofundando-se nesta temática. Os que hoje já buscam por um *Personal Branding Strategist* ou “Estrategista de Marcas Pessoais” não pensam apenas no presente, mas já se preocupam e querem se antecipar quanto aos próximos passos em suas carreiras e negócios através do correto posicionamento e visibilidade de suas marcas pessoais.

Em meu blog trago um artigo específico falando sobre **Marca 3.0** e sobre o porquê o Marketing Pessoal Tradicional já era. O profissional do futuro deve saber agregar valor, conhecimento, estratégia diferenciada e conseguir dar uma grande visibilidade de seu desenvolvimento pessoal e profissional na internet — e claro, fora dela também. Em um comparativo entre o Marketing 3.0 de Kotler, o Learning 3.0 do Alexandre Magno, Motivação 3.0 de Daniel Pink, deixo uma reflexão para você executivo que se preocupa com tendência, evolução e que possui pensamento global, sobre sua marca pessoal na versão 3.0, espero sua visita e comentário.

“Ainda no Brasil, o termo “Personal Branding” ou “Gestão da Marca Pessoal” é novo, os profissionais estão começando a perceberem que tão estratégico quanto a condução de suas atividades em sua organização é a condução que dão para sua própria carreira, independente se são empreendedores ou colaboradores de uma companhia.”

Você conhece os 3 níveis da sua marca pessoal?

Identidade, Imagem & Reputação – Identidade é onde está sua essência, seus valores, sua missão, visão e propósito (porque você faz o que faz), Imagem é formada através de vestimentas, comportamen-

tos tanto no ambiente online quanto offline, entre outros e apresenta dois aspectos (imagem projetada e imagem percebida), a que você projeta intencionalmente quando manifesta sua opinião, escolhe uma roupa para vestir, seus comportamentos traduzem e a percebida que é a leitura de outras pessoas a respeito, pode ser mesmo em um curto período de tempo. No terceiro nível, encontra-se a reputação, esta você já não controla, ela geralmente chega antes de você é onde está sua maior influência (seja positiva ou negativa), é construída em longo prazo e com base na somatória de percepções de seus *stakeholders*.

Estar numa grande corporação e ter o nome dela em sua carreira, sem sombra de dúvidas é muito valioso e atraente num processo de reposicionamento de mercado, por exemplo, porém não basta isso, devemos constantemente pensar e repensar nossa marca no contexto empresarial e pessoal e não apenas no curto prazo considerando nosso *status quo*, mas também em longo prazo. Gerencie as duas - sua Marca Corporativa e sua Marca Pessoal, esta é a melhor receita, vai perceber que existem mais semelhanças nesta gestão do que parece.

A **PWC** apresenta em sua pesquisa recente com 113 organizações de diferentes setores da economia sobre *“O futuro do Trabalho: Impactos e Desafios para as organizações no Brasil”* e que quero destacar aqui, são as 4 megatendências que já estão exercendo um impacto importante sobre as atividades de suas empresas no Brasil, são elas: a dificuldade de encontrar profissionais qualificados, o surgimento de novos valores e expectativas em relação ao trabalho e à carreira, os avanços da tecnologia da informação e da comunicação e mudanças demográficas.

Concluo perguntando, como você, que possivelmente é conhecido por “Fulano, CEO da empresa X”, gerencia sua marca pessoal neste contexto? Como utiliza a tecnologia em favor da construção de sua marca pessoal? Em tempos que a pauta nacional é “crise”, como indivíduos, recuamos em nossas carreiras, estagnamos ou aproveitamos para avançar? Eu decidi avançar, nunca investi tanto e (em dólar) como nesta atual conjuntura econômica e o que isso tem me rendido? Clientes e parcerias internacionais, negócios em outros mercados, e você?

Sobre a autora:

Daniela Viek

Personal Branding Strategist, Relações Públicas, Mestranda em Neuromarketing (EUA), Consultora e Fundadora do MetodoYou.com.

Há mais de 10 anos atuando com pessoas e organizações em Comunicação, Marketing & Branding.