

# COACHING *Brasil*

Supere seus desafios 2018 | setembro | Ed. 64

IMAGEM

IDENTIDADE

PROPOSTA DE VALOR

AUTENTICIDADE

Autoconhecimento é decisivo para a tua Marca Pessoal

O xeque-mate da proposta de valor e diferenciação

CAPITAL RELACIONAL

VALOR

# PERSONAL BRANDING NO COACHING

POSICIONAMENTO

ESTRATÉGIAS

GESTÃO

OBJETIVOS

Imagem Pessoal e Profissional: é impossível dissociá-las

O que não se mede, não se gerencia: Métricas e Práticas para Personal Branding





Luciano Lannes  
Editor

## Caro leitor,

os caminhos que nos levam a novos portos e novas paisagens são incríveis. Nos últimos anos, tenho conhecido muitas pessoas que nem sonhava que existissem e como tem sido agregador este contato! E com que amabilidade, desprendimento e boa vontade elas têm contribuído para/com a Revista e nossos leitores.

A nova pessoa que conheci e que coordena o dossiê desta edição é Daniela Viek, uma super estudiosa, grande autoridade e promotora do tema "Personal Branding". Cheguei até ela pela indicação de Olimpio Araujo Junior, outra fera do Marketing Digital. Daniela, que reside em Lisboa, foi super receptiva ao convite e reuniu um grupo especial para destrinchar os mistérios e segredos da marca pessoal.

Todos temos a ideia de que cada um possui uma marca pessoal que precisa ser cuidada, gerenciada e fortalecida. Entretanto, poucos, muito poucos fazem a gestão desta marca e dos itens à ela associados. Mas para começar, veja o que Daniela diz sobre Personal Branding:

"Trata-se da gestão do seu maior ativo – sua marca pessoal – para tornar clara sua proposta de valor ao seu mercado-alvo para que você seja conhecido, reconhecido e eleito a opção preferencial para seu público."

Em seu artigo, Daniela ainda diz o seguinte sobre a marca pessoal:

"Primeiro passo para gerenciar sua marca pessoal, sempre digo, é olhar para dentro. A seguir olhar para fora, pois se não houver coerência entre quem você é, seu porquê, seus valores e o que você faz e projeta, não conseguirá persistir por muito tempo na rota. Depois sim, observar o seu entorno, a aceitação e resposta do mercado com relação às suas ações, o que você atrai e o que não."

Esta edição traz um grande número de reflexões que levarão você a possivelmente dizer, "não havia pensado nisto", frase que nós, coaches, adoramos ouvir.

Gratidão à disponibilidade de Daniela Viek em contribuir e a todas pessoas que fizeram desta edição 64 mais uma linda, completa e profunda realização da Revista Coaching Brasil.

A próxima edição, que abordará Marketing de Relacionamento, irá fechar esta série que foca o processo do Coaching enquanto negócio. Estamos caprichando na preparação.

Tenha uma excelente leitura.

Luciano Lannes  
Editor

# COACHING Brasil

Supere seus desafios

- 4 Um outro olhar - João Luiz Pasqual
- 6 Papo Rápido - A confiança nas minhas mãos - Marcia F. Yokota
- 8 ICF e a arte do Coaching - A ICF - International Coach Federation - Alcança Marco de Credenciamento - João Luiz Pasqual
- 10 Apresentação do Dossiê - Personal Branding - Coordenação de Daniela Vieik
- 12 Dossiê - Autoconhecimento é decisivo para a tua Marca Pessoal - Henrique Alexandre
- 16 Dossiê - O xeque-mate da proposta de valor e diferenciação - Aléssia Saluára
- 20 Dossiê - Posicionamento e estratégias de visibilidade, ganhando autoridade virando influenciador no mercado - Alexander Baer
- 24 Dossiê - Imagem Pessoal e Profissional: é impossível dissociá-las - Danielle Teles
- 28 Dossiê - Cultive seu Capital Relacional: o que você deixar como marca em suas conexões? - Ilana Berenholc
- 32 Dossiê - O que não se mede, não se gerencia: Métricas e Práticas para Personal Branding - Daniela Vieik
- 36 Coaching Executivo - Coaching Executivo e Empresarial: Hoje e Amanhã - Rosa R. Krausz
- 42 Eu, cada vez melhor - Vivências e aprendizados - Djalma Moraes

## Expediente

Revista Coaching Brasil  
Publicação mensal da  
Editora Saraswati  
ano V – num. 64 – Setembro 2018

**Diretor Editorial**  
Luciano S. Lannes  
lannes@revistacoachingbrasil.com.br

**Diretor Operacional**  
Marcelo Costa

**Coordenação Editorial**  
Nathália Grespan

**Projeto gráfico e editoração**  
Estúdio Mulata  
danilo@estudiomulata.com.br  
www.estudiomulata.com.br

**Projeto de Site**  
Mind Design  
marcelo@minddesign.com.br

Editora Saraswati  
www.editorasaraswati.com.br

Todas as edições da Revista Coaching Brasil estarão disponíveis no site para acesso exclusivo dos assinantes. O conteúdo dos anúncios publicados é de responsabilidade dos anunciantes. A responsabilidade pelos artigos assinados é dos autores. A Revista é um veículo aberto para a expressão de ideias e conceitos.

## Fale conosco

Publisher  
lannes@revistacoachingbrasil.com.br

Administrativo  
costa@revistacoachingbrasil.com.br

Editorial  
contato@revistacoachingbrasil.com.br

Publicidade  
midia@revistacoachingbrasil.com.br





# Apresentação do Dossiê:

## Personal Branding



### Coordenação de Daniela Viek

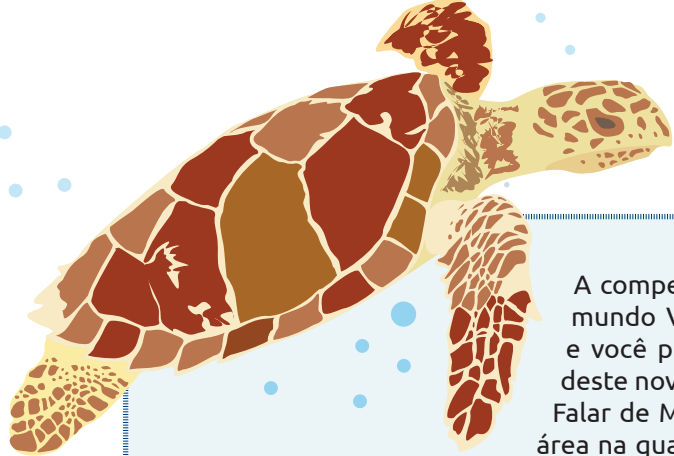
Especialista em Personal Branding, Criadora do Método YOU®, CEO da YOUBRAND.Company® (Portugal/Brasil) e Idealizadora do PBEX Experience®. contato@youbrand.company

*“Ou você distingue-se ou extingue-se!”*

Desde 1997, quando **Tom Peters**, administrador norte-americano popularizou o tema falando sobre comercializarmos a nós e nossas carreiras como marcas, o **PERSONAL BRANDING** tem ganhado cada vez mais compreensão e amplitude. Sabe porquê? Porque estamos na era *Human-to-Human*, fazemos negócios com pessoas, tudo se trata de estabelecer confiança. Por exemplo, você não colocaria seu corpo nas mãos de um cirurgião que não confia, certo? Compraria um carro de um vendedor em que não confia? Namoraria ou casaria com alguém que não lhe gerasse confiança? Tenho certeza que respondeu ‘não’ para todas as minhas perguntas. Então porque você acha que seu cliente fará negócios com você se não confiar em você? Ou mesmo te convidarem para uma sociedade ou projeto ou qualquer iniciativa que associará seu nome ao de outra pessoa ou instituição?

Para isso, nossa reputação importa, inclusive, ela chega antes de nós aos lugares. Perceba que você está a ‘um click’ do seu potencial cliente e ‘um click’ de seu concorrente nesta era digital - se não cuidar de sua imagem, as oportunidades se vão muito antes de chegarem e você saber delas.





A competitividade mercadológica tem marcado este mundo VUCA: Volátil, Incerto, Complexo e Ambíguo e você precisa estar preparado se quiser fazer parte deste novo contexto e aproveitar as oportunidades.

Falar de Marcas Pessoais é um grande prazer para mim, área na qual me especializei e atuo há anos, por isso, não pensei duas vezes ao receber o convite da Revista Coaching Brasil, para coordenar esta edição especial sobre PERSONAL BRANDING.

Nesta edição, convidei cinco profissionais do mercado nacional e internacional para, junto comigo, passar para você as melhores práticas para a Gestão da sua Marca Pessoal. Os seguintes temas e especialistas esperam por você nas próximas páginas:


- Autoconhecimento é decisivo para a tua Marca Pessoal, por HENRIQUE ALEXANDRE;
- O xeque-mate da proposta de valor e diferenciação, por ALÉSSIA SALUÁRA;
- Posicionamento e estratégias de visibilidade, ganhando autoridade virando influenciador no mercado, por ALEXANDER BAER;
- Imagem Pessoal e Profissional: é impossível dissociá-las, por DANIELLE TELES;
- Cultive seu Capital Relacional: O que você deixa como marca em suas conexões?, por ILANA BERENHOLC;
- O que não se mede, não se gerencia: Métricas e Práticas para Personal Branding, por DANIELA VIEK.

Mais do que uma simples leitura, convido você a refletir como está sua marca pessoal hoje. Como estão seus resultados? Se sua Identidade, Imagem e Reputação estão alinhadas? Lhe convido a refletir sobre suas ações de marketing pessoal, se são consistentes ou se são autopromoção. Como está sua Carreira e seu Negócio?

O Personal Branding pode ser um divisor de águas na vida de qualquer profissional que passa a ter uma estratégia sólida e clara para sua marca pessoal e carreira, e não apenas iniciativas isoladas. Fará com que você conheça e domine os processos e ferramentas de gestão, e se mantiver a constância de suas estratégias para com suas ações no dia a dia, irá muito longe.

Reforço meu convite a você, de mergulhar nesta jornada. Não há mais espaço para coadjuvantes no mercado, você deve ser o protagonista de sua carreira, por isso, você deve dizer ao mercado o que ele deve saber a seu respeito, ou você pode esperar que ele diga qualquer coisa. No entanto, nem sempre será aquilo que você gostaria de ouvir.

Descubra! Desenvolva! Posicione-se! Planeje! Aprimore-se! Conecte-se! Analise! Projete! Conquiste! Marque!

Que sua Marca Pessoal possa ir além.... 



**Daniela Viek**  
Especialista em Personal Branding, Criadora do MétodoYOU®, CEO da YOUBRAND.Company® (Portugal/Brasil) e Idealizadora do PBEX Experience®. contato@youbrand.company

# O que não se mede, não se gerencia: **Métricas e Práticas para Personal Branding**

 Leia em 14 min



**Descubra neste artigo se a sua marca pessoal está bem posicionada no mercado e se você está avançando em sua carreira e negócios.**

Você conhece os 3 C's da Marca Pessoal? São eles: CLAREZA – COERÊNCIA – CONSTÂNCIA. Sim, todos possuem uma marca pessoal, porém, nem todos a gerenciam e nem todos a rentabilizam. Vamos falar sobre isso neste texto.

Antes de falarmos propriamente de Gestão, falaremos sobre os 3 C's de forma objetiva e resumida:

- **Clareza** sobre quem é você, seus talentos, competências, objetivos, sobre seu público-alvo, sobre os diferenciais que você oferece ao mercado, sobre porque você deve ser a opção escolhida;
- **Coerência** sobre sua identidade e imagem, sua marca pessoal online e offline, sua promessa e entrega, seu discurso e prática;
- **Constância** em suas ações, que garantirão o posicionamento da sua marca pessoal no mercado.

Realizada esta introdução, convido a refletir que sobre tudo que nos empenhamos em nossas vidas é importante saber, constantemente, se estamos obtendo os resultados que buscamos. Ter esse hábito ou até mesmo uma curiosidade intrínseca de medir é o que te coloca em vantagem sobre muitos que não param para avaliar seus esforços e resultados.

**O objetivo desse artigo é te ajudar a pensar se os seus resultados estão sendo obtidos dentro de suas expectativas, acima ou abaixo.**

A palavra-chave aqui é: **medir**. Precisamos medir os resultados da estratégia que usamos para crescer e estabelecer nossa marca pessoal, porque só assim é possível entender se está sendo bem sucedida ou se é preciso ajustar a estratégia, ou até mesmo mudá-la. Outra coisa que pode ser feita e medida são testes de estratégias para entender melhor o seu público-alvo.

Claro que é importante ressaltar aqui que, antes de querer medir algo, é necessário ter seus objetivos e metas de marca pessoal estabelecida. Afinal, se não tem um objetivo maior por trás das suas ações, não haverá indicadores e não há o que medir, se está crescendo ou não, se está indo nessa direção ou naquela.

Também não podemos focar apenas no objetivo e na ideia sem medir o impacto no seu público-alvo, o consumidor do seu trabalho, do seu conteúdo, do seu curso, evento, etc, até mesmo o desenvolvimento dos embaixadores da sua marca pessoal, efeito que acontece naturalmente com as relações, geração de valor e passar do tempo.

Quero deixar aqui algumas questões para você pensar e analisar:

- Qual seu posicionamento de mercado?
- Qual sua proposta de valor?
- Quais seus diferenciais e como eles podem se tornar sua vantagem competitiva?
- Qual a Imagem que você transmite aos seus públicos? Está alinhada à sua Identidade?
- Qual seu percentual de procura? De recomendação? De recontração de seus serviços?
- Qual o próximo passo na sua carreira? Outro idioma? Um MBA no Exterior?
- Quanto deseja crescer no próximo ano?
- Está faturando o quanto gostaria e merece? Perde propostas, por quais atributos?

**O consumidor é protagonista, junto com você, na consolidação da sua marca pessoal.**

É necessário entender o que eles querem e medir através de pesquisas, observações, tendências de comportamento, entre outros fatores, o que é mais importante. Por exemplo, as pessoas dizem que preferem uma marca à outra e os seus argumentos muitas vezes são emocionais, por terem se identificado com a personalidade dessa marca e isso é o que as leva a se 'apegar' a essa marca.

A razão desse sentimento de marca positivo é a competência do gerenciamento dela, onde buscaram entender o seu público e suas necessidades para focar em oferecer o que elas realmente buscam naquele serviço ou produto. E todo esse esforço não é feito apenas por um estudo empírico, mas através de resultados medidos, constantemente, no processo de gestão, o que é válido tanto para marcas de empresas, produtos ou pessoas.





*“Devemos aprender o que de fato os clientes querem, e não o que eles dizem que querem ou o que achamos que devem querer. Devemos descobrir se estamos num caminho que levará a um negócio sustentável.” Eric Ries, autor de Startup Enxuta.*

Quanto mais natural e autêntica sua marca pessoal, melhor o resultado. Agora te pergunto: o que é mais natural e autêntico do que ser você mesmo? Enquanto marcas lutam para construir isso, você já tem.

Agora só precisa medir seus resultados para saber se está utilizando a melhor estratégia para consolidar sua marca pessoal no seu mercado-alvo.

**Primeiro passo para gerenciar sua marca pessoal, sempre digo, é olhar para dentro. A seguir olhar para fora, pois se não houver coerência entre quem você é, seu porquê, seus valores e o que você faz e projeta, não conseguirá persistir por muito tempo na rota. Depois sim, observar o seu entorno, a aceitação e resposta do mercado com relação às suas ações, o que você atrai e o que não.**

Alguns fatores que devem ser levados em consideração neste processo de Branding Pessoal são: O que é realmente importante pra você? Qualidade de vida, mudar constantemente de país, expandir mundialmente? O que é inegociável no seu dia a dia? Venda o seu produto verdadeiro e se comprometa até onde você está disposto a ir; mantenha seus objetivos claros. Com certeza, isso ajudará muito nos resultados desse trabalho de marca.

**Após repassar alguns aspectos importantes para a Gestão da sua Marca Pessoal, vamos à prática:**

Algumas formas de medir o crescimento da sua marca pessoal:

### **1 Como está a busca pelo seu nome no Google?**

Procure constantemente o seu nome (sua marca) para ver onde você aparece nos resultados e com qual frequência. Fique atento às páginas, blogs, menções, fotos e se é um dos primeiros a aparecer.

Também é importante para saber onde seu nome está sendo envolvido - as menções são positivas ou negativas? As palavras-chave relacionadas ao seu nome estão dentro do seu segmento? Tudo isso é muito importante. Hoje em dia, umas das práticas do mercado é buscar o nome das pessoas com quem fazemos negócios para saber mais sobre essa pessoa ou quem contratamos.

### **2 Quantas pessoas geralmente te adicionam nas suas redes sociais?**

Verifique quantas pessoas te adicionaram nas suas redes sociais no último mês. Claro que quantidade não é sinônimo de sucesso, mas quantidade de qualidade é sim. Quantifique pessoas da sua área de atuação e contatos relevantes para o seu *networking* e verifique se é um número crescente, estagnado ou decrescente. É um ótimo indicador no que tange à sua marca pessoal online.

### **3 Quantos clientes chegaram até você por indicação?**

Indicação é um dos melhores índices de credibilidade no mercado. As pessoas confiam em pessoas, então quanto mais pessoas confiam em você e no seu trabalho, mais se sentem confortáveis em te indicar para novos clientes. Afinal, ninguém quer indicar um profissional no qual não confia, porque isso reflete também em sua própria reputação. Então pare e avalie quantos novos contatos você recebe por indicação e se esse número está aumentando, está estagnado ou diminuindo.

### **4 O que falam de você? Qual a sua reputação?**

Apesar de estarmos falando de carreira profissional e não pessoal, ainda vivemos num mundo onde o que as pessoas falam de você





reflete na sua marca pessoal no mercado, desde sua personalidade até a qualidade do seu trabalho. Então, toda vez que for fazer um trabalho, participar de um evento ou projeto, estabelecer um novo contato, reuniões, tenha em mente que você não está lá para entregar algo e ir embora, mas sim para deixar sua marca, a melhor impressão.

O resultado disso está na visão das pessoas sobre você em cada desempenho, então busque sempre saber o que dizem de você, peça um *feedback*, busque menções sobre o seu nome, e mantenha sempre uma boa relação com todos os seus contatos.

#### **5 Quantos e-mails você recebe de pessoas desconhecidas com potencial de serem novos clientes ou parceiros?**

Você constantemente está recebendo emails de novos contatos querendo saber mais sobre o seu trabalho? Interprete isso como um indicador de força da sua marca pessoal, e que seu trabalho está sendo considerado relevante.

#### **6 Quantas propostas de trabalhos e parcerias você está recebendo ultimamente?**

Outro indicador relevante para entender a força da sua marca pessoal e reputação de marca no momento é quantificar para quantas propostas de trabalho, projetos, colaboração, eventos, você é convidado. Claro que estou me referindo a propostas relacionadas ao seu objetivo profissional e que vão agregar ao seu valor de marca.

#### **7 Você está gerando contatos de valor ao seu *network*?**

Quantos contatos de valor você conseguiu reunir nos últimos tempos? Quantas das pessoas que você tem na sua *network* são referência para você ou que possam se tornar seus clientes ou parceiros? Esse indicador é importantíssimo para dimensionar o alcance da mensagem da sua marca pessoal.

#### **8 Você é um influenciador do seu segmento?**

*“Um influenciador pode gerar até sete vezes mais engajamento em suas postagens do que uma própria marca.” Alexandra Avelar, Country Manager da Socialbakers.*

Quando você tem experiência no seu mercado, desenvolveu uma linguagem que gera interação do seu público e, principalmente, conseguiu estabelecer uma conexão com as pessoas do seu segmento, a tendência é crescer, exponencialmente, a sua influência sobre as pessoas. Uma forma de medir isso é usar o seu meio digital, medir os seus seguidores nas redes sociais e a quantidade de interação que essas pessoas têm com você, como *likes*, comentários, compartilhamentos, menções nas redes sociais, entre outros fatores. Porque seguidores e conexões que não interagem, muitas vezes representam que a forma de se comunicar com eles precisa ser avaliada.

Sabemos a grande importância do meio digital e não é apenas ter presença no mundo digital, mas usar seus meios a seu favor.

**Ahh, mas calma lá! Tem grandes marcas pessoais que no meio digital são muito modestas e inexpressivas, assim como grandes resultados sem que eles passem pela web. Não analise apenas dados isolados e não julgue o valor de uma marca apenas pelo que vê na internet. Paradoxal, não?**

Agora que você já conhece várias ferramentas e pontos de partida, te convido a medir seus resultados até agora. Comece a testar as ferramentas e verifique se a sua estratégia está te levando ao seu objetivo profissional e pessoal. Não tenha medo de mudar sua estratégia, se necessário.

Afinal, para quem não sabe aonde está indo, qualquer caminho serve. Se precisar de ajuda, procure um consultor especializado para impulsionar sua marca pessoal.

#### **O que é Personal Branding para mim?**

Trata-se da gestão do seu maior ativo – sua marca pessoal – para tornar clara sua proposta de valor ao seu mercado-alvo para que você seja conhecido, reconhecido e eleito a opção preferencial para seu público. 🌐

FONTE CONFIÁVEL  
sobre Coaching em  
língua portuguesa



Ainda não é  
assinante?

Assine agora e tenha  
acesso on-line a todas  
as nossas edições

[www.revistacoachingbrasil.com.br/assine](http://www.revistacoachingbrasil.com.br/assine)

