



MARKETING PESSOAL COMO ESTRATÉGIA DE INOVAÇÃO E SATISFAÇÃO DOS CLIENTES: UM CASO DA EMPRESA OLIROSA

Fernanda Mundim Oliveira¹ (nanda._mundim@hotmail.com.br)

João da Silva Mafra²

RESUMO:

Introdução: Com o constante desenvolvimento tecnológico e a globalização, é fundamental a importância de um diferencial competitivo para os profissionais perante concorrentes altamente qualificados e mercado cada vez mais acirrado e exigente. Seja qual for o seguimento de atuação de qualquer que seja a empresa, o Marketing Pessoal se faz necessário a fim de evidenciar as qualidades profissionais e pessoais, auxiliando no cuidado da imagem e divulgação da própria marca. A utilização do Marketing Pessoal possibilita o registro da imagem, da marca do profissional, contribuindo assim para a sua entrada, permanência, consolidação e ascensão no mercado de trabalho. Pretende-se com este artigo evidenciar a importância e a aplicabilidade do marketing pessoal na busca pelo desenvolvimento e destaque no mercado de trabalho, utilizando esta ferramenta como estratégia de vantagem competitiva pessoal. Entretanto, sabe-se que o sucesso das organizações depende muito da maneira que elas desenvolvem seu trabalho, e nos dias de hoje principalmente o cliente estão cada vez mais exigentes, tendo em suas mãos um mercado muito abrangente de produtos e serviços à sua disposição de forma prática e fácil. Fazemos parte de uma sociedade que deixou de ser tradicional e tornou-se mais visual, onde o mais importante é a imagem pessoal, o cultivo dessa imagem é essencial para o sucesso em todas as áreas de trabalho. Como um produto, o indivíduo deve ser reconhecido pelo mercado e pelos demais da sociedade. Promover a própria imagem é necessário, pois quanto mais o indivíduo faz seu marketing pessoal, mais valorizado será como profissional no mercado de trabalho e na vida pessoal conseqüentemente. **Objetivo:** O objetivo geral do presente artigo é evidenciar a

¹ Graduanda do Curso de Bacharelado em Administração da Fundação Carmelitana Mário Palmério – FUCAMP.

² Orientador – Prof. Mestrando do Curso de Bacharelado em Administração da Fundação Carmelitana Mário Palmério – FUCAMP.



importância e a aplicabilidade do marketing pessoal na empresa e em estudo e com isso alcançar o sucesso profissional e conseqüentemente melhorar a qualidade de vida. **Metodologia:** metodologia utilizada para a realização deste artigo foi a pesquisa bibliográfica da obra de grandes autores, com análise de estudos teóricos de produções científicas que proporcionaram suporte teórico-conceitual sobre Marketing Pessoal. Fontes complementares também foram utilizadas, como artigos científicos e estudos de caso, buscando maior compreensão sobre o tema, enfatizando sua importância para o profissional no desenvolvimento de sua carreira e comprovando a tese defendida no mesmo. **Resultados:** Os colaboradores da empresa em questão não demonstram fazer uso do marketing pessoal, desconhecem esta ferramenta de fundamental importância para a elevar sua carreira profissional. **Considerações finais:** Ao finalizar este estudo podemos perceber que o marketing pessoal é uma estratégia eficaz na busca do sucesso profissional e até pessoal, lembrando que deve ser utilizado de forma ética e responsável sem deixar de valorizar as pessoas durante o percurso da ascensão profissional. A ideia do marketing pessoal é passar uma imagem de sucesso, autoconfiança e domínio da área em que se deseja atuar. Além disso, é preciso estar disposto a mudanças e enfrentar novos desafios, pois assim como um produto comercializado precisar evoluir e melhorar, um bom profissional deve estar sempre atualizado e acompanhando a evolução como um todo.

PALAVRAS-CHAVE: Marketing Pessoal. Administração. Relacionamento.