

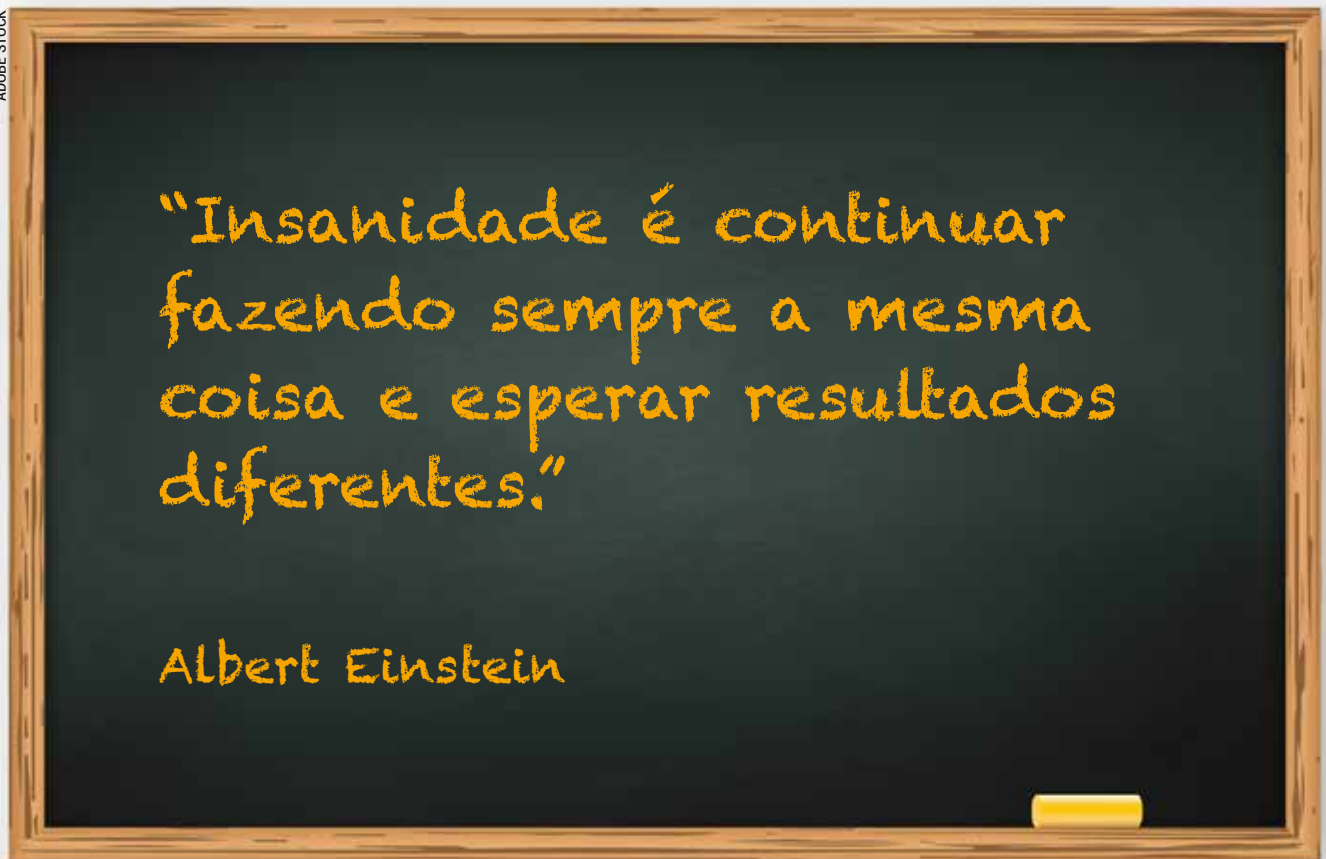


POR JACKELINE LEAL

Psicóloga clínica, coach de carreira e consultora em Desenvolvimento Humano e Organizacional.

E-mail: contato@jackelineleal.com.br

ADOBE STOCK



O QUE É PRECISO PARA PROSPERAR EM UM MUNDO DE INCERTEZAS?

Não que isso seja novidade, mas é preciso lembrar de vez em quando que não estamos mais na era do conhecimento. Hoje, ter um futuro profissional promissor, vai muito além da quantidade de informação que você diz que possui, ou ainda, da quantidade de cursos e pós-graduações que você fez.

Não entender de gente, não saber se relacionar e não conseguir se comunicar de forma clara e assertiva são competências que têm demitido mais pessoas atualmente do que qualquer competência técnica. Afinal, em um mundo supercomunicativo – termo citado por Jack Trout em seu livro *Posicionamento*, considerado o livro mais importante de marketing de todos os

tempos –, se você quer ter sucesso, deve aprender primeiro a influenciar pessoas.

Apesar de não concordar com todos os meios relatados no livro para conseguir obter um posicionamento de sucesso para marcas, empresas, carreiras e negócios, um deles me é irrefutável e diz claramente que o mercado de hoje não reage mais às estratégias que deram certo no passado.

“Há produtos demais, empresas demais e barulho de marketing demais” e, em uma estrutura com tanto ruído, você não precisa apenas ser visto, você precisa ter um “quê” a mais que faça com que você seja lembrado.

Para que isso aconteça, investir em uma mensagem clara a

respeito de si e das suas estratégias no jogo têm sido regra básica desde os funcionários até as grandes organizações. Assim, se você consegue enxergar seus resultados e suas vantagens competitivas, mas o mercado ou os clientes internos não, você não tem resultados.

Aqui, nada é óbvio e “quem não é visto, não é lembrado”.

Eu sei que pode parecer extremista, mas os dados trazidos no livro *Posicionamento* são bem realistas e, por mais que eu, enquanto psicóloga e crente em um mundo de menos aparências e mais critérios, desejasse acreditar que o seu esforço *in natura* é o suficiente, ele não é. Se você não consegue encantar, falar de si e demonstrar atitude arrojada, você tende a não ter sua mensagem recebida e, por consequência, pode ter o seu crescimento profissional prejudicado.

Prejudicado, pois quando você trabalha, cria coisas incríveis e percebe que o seu time ou você mesmo tem evoluído muito, mas ninguém fica sabendo disso, basicamente nada aconteceu, a não ser na sua mente. Forte não é mesmo?

A boa notícia é que o mercado dita as regras, porém, é você quem escolhe como jogar. Você é quem decide se quer ou não participar delas e, se a resposta for sim, você poderá ainda escolher as estratégias que cabem alinhadas às suas crenças e valores, porém, uma vez tomada a decisão de permanecer no jogo para prosperar em um cenário de incerteza, estar motivado ou, ainda, contratar pessoas eficientes e motivadas não é o suficiente.

Em um mercado supercomunicativo, clareza e assertividade são a bola da vez e na comunicação, menos é mais,

portanto, fugir do perfeccionismo, abandonar a falsa sensação de controle que se tem ao evitar delegar tarefas e se manter como centro das coisas, tem impedido empresas e profissionais de irem em busca do seu oceano azul, ou seja, de irem em busca de fazer a diferença e transformar obstáculos em oportunidades.

Entendo que, em um mundo de incertezas, a zona de conforto pareça atraente, menos arriscada, mas ao mesmo tempo me pego pensando se realmente existe neste contexto tão complexo algum lugar de conforto.

Para que realmente possamos ser empresas que aprendem, muita mudança ainda precisa acontecer, dentre elas a construção de espaços onde seja possível aprender com os erros e passar aos envolvidos expectativas claras sobre o seu papel e o que é esperado dele, para que seja visto como “eficiente”.

Percebo, ainda, nestes meus dezesseis anos de desenvolvimento de pessoas e organizações, que o medo de parecer agressivo, competitivo, centralizador ou ainda narcisista impede muita gente boa de contar sobre as suas entregas ou ainda de colocar sua opinião. Se você se encaixa neste perfil, trabalhar o seu posicionamento de forma estratégica, alinhada a quem você é, pode ser um passo muito importante para a evolução da sua carreira. Se você não sabia, existe sim como fazer isso, como manter a autenticidade e ainda assim fazer marketing pessoal e é por isso que o autoconhecimento não é só mais uma “coisa” de psicólogo.

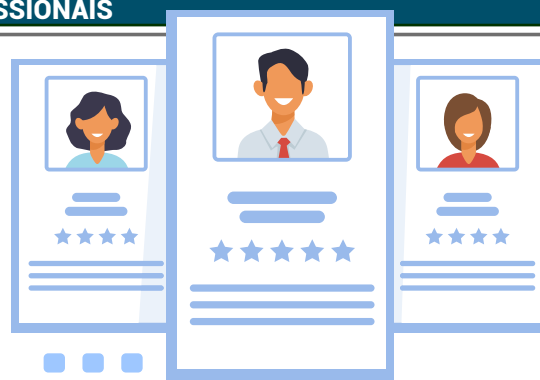
Pense nisso, vire a chave, construa o seu jeito ser visto, mas coloque “a cara no Sol”. ■

OFERTA DE PROFISSIONAIS

Higor Ricardo Bernardes

Formação Acadêmica: Engenheiro de Produção e cursando Técnico em Celulose e Papel.

Áreas de Interesse: Engenharia; Manutenção; Recuperação; Celulose; Utilidades.



Para entrar em contato com os profissionais ou verificar as vagas publicadas nesta página, acesse:
www.abtcp.org.br/associados/associados/curriculos-e-vagas

IMPORTANTE: Associados ABTCP – empresas e profissionais – podem divulgar currículos e vagas nesta coluna!
Para conhecer as condições de publicação do seu perfil ou vaga da sua empresa, envie e-mail para relacionamento@abtcp.org.br