# Criei a minha marca. E agora?

Por: Patricia Pêcego

Jornada: Marca Pessoal
Data: 13/07/2021

GoSync

# Criei a minha marca. E agora?

## Objetivos de aprendizagem:

1. Conhecer o modelo que posiciona sua marca pessoal
2. Diferenciar os meios on e off line

## Programação:

1. Elementos de uma Marca Pessoal Forte (revisão)
2. Momento de troca! Como foi a sua experiência com a trilha?
3. Modelo para definir Proposta de Valor e Posicionamento
4. Trabalho em grupo
5. Comunicação é conexão, integralidade e escuta
6. Redes Sociais e Mídias Sociais
7. Reflexão

# O que é Marca Pessoal?

- Consciência sobre a nossa identidade
- Entendimento da percepção do outro
  - Fatores de Diferenciação
  - Clareza na Comunicação
  - Fortalecimento da Credibilidade
  - Aumento da influência
    - Personal Branding

**Autoconfiança + Conexão**

*"Uma marca é um conjunto de expectativas, memórias, histórias e relacionamentos que, juntos, são responsáveis por fazer o consumidor escolher um produto ou serviço em vez de outro."*

*Seth Godin*

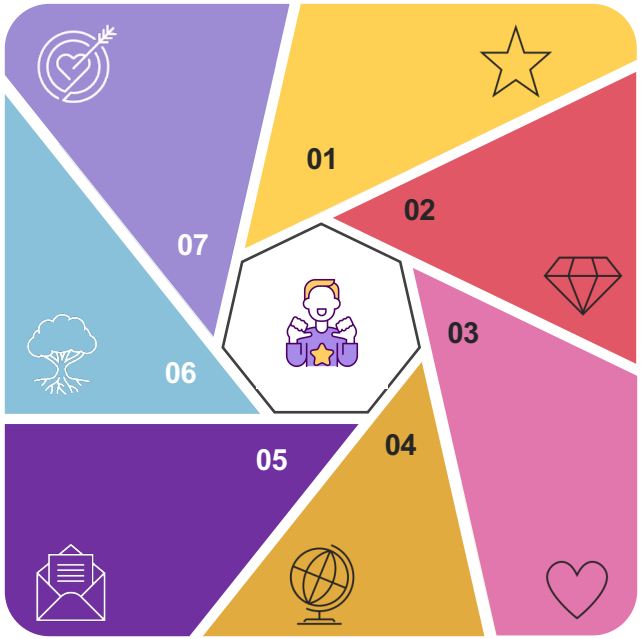
# 7 Elementos de uma marca pessoal forte

## Patrícia Pêcego

**Propósito - 07**
...

**Legado - 06**
...

**Mensagem - 05**
...




**01 - Talentos**
...

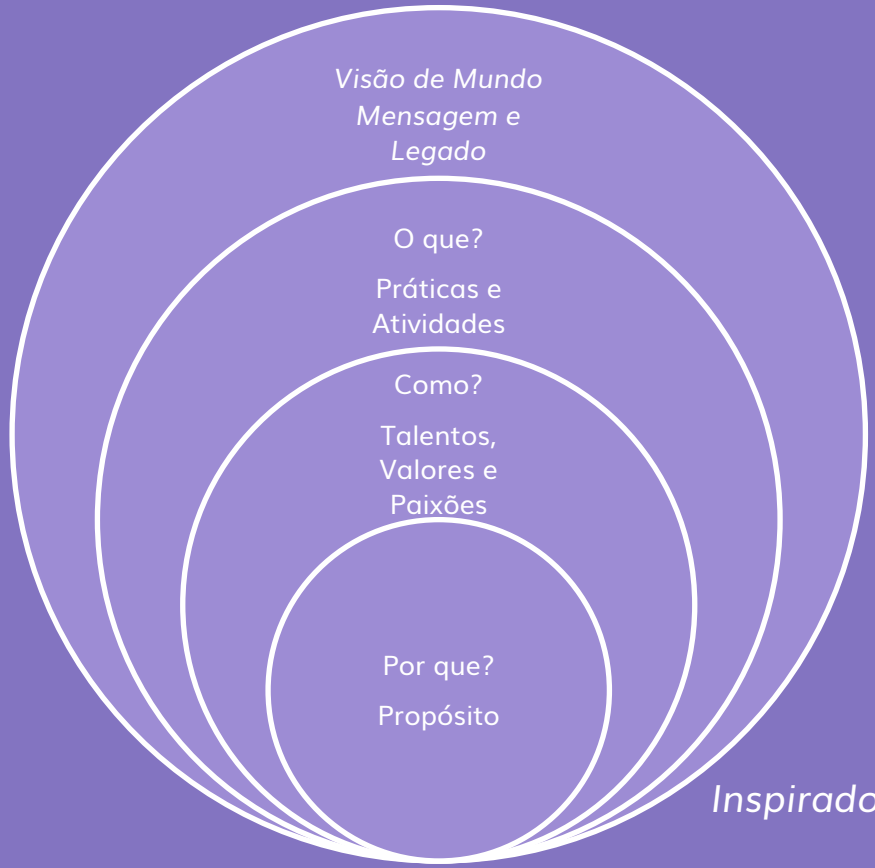
**02 - Valores pessoais**
...

**03 - Paixões**
...

**04 - Visão de mundo**
...

GoSync

# 7 Elementos de uma Marca Pessoal forte



*"A conexão entre os elementos dará a você a oportunidade de expressar uma proposta de valor consistente, convergente e congruente gerando um posicionamento forte e sustentável"*

*Patricia Pêcego*

*Inspirado no Golden Circle de Simon Sinek*

# Manifesto de integração dos 7 elementos

***Reconheço, valorizo e desenvolvo constantemente meus talentos:*** *Estratégia, Carisma, Organização, Positividade e Empatia*

***Honro meus seguintes valores direcionadores****: Integridade, Aprendizagem Contínua, Humor e Alegira, Diálogo e Adaptabilidade*

***Eles se integram aos meus talentos e guiam minhas atitudes e comportamentos na direção da minha visão de mundo:*** *um mundo mais justo e acolhedor, onde todos possuem oportunidades para realizarem o seu impacto*

***Assim, contribuo com a transformação positiva do mundo através de áreas que fazem meu coração vibrar, minhas paixões****: Desenvolvimento Pessoal, Educação, Comunicação e Negócios de Impacto*

***Enquanto faço a diferença e gero valor, propago a seguinte mensagem por meio de palavras, atitude e da minha própria presença****: "defina seu norte, coloque o pé na estrada e caminhe. Seja, aprenda, sinta e divirta-se. A caminhada não é solitária, mas é infinita! Estar nela significa viver plenamente"*

***E assim, vou construindo o meu legado positivo, que me permitirá ser lembrado como alguém que:*** *"contribuiu com pessoas para transformarem suas vidas e com organizações para transformarem vidas e realizarem seu impacto no mundo*

***Para materializar esta intenção, realizo o meu propósito por meio das seguintes práticas:*** *Consultoria Marca Ativa, Parcerias na área de Aprendizagem, Empreendedorismo e Maturidade e Produção de Conteúdo sobre comunicação, transformação e aprendizagem contínua. Como cidadã realizo trabalho voluntário e participo de Conselhos de organizações da sociedade civil*

***E assim, concluo que meu propósito é:*** *contribuir com a transformação de pessoas e organizações para realizarem o seu impacto no mundo!*

# Modelo para definir proposta de valor e posicionamento

<table>
<tr><th>Quem ajuda você<br>(principais parcerias)</th><th>O que você faz?<br>(atividades-chave)</th><th>Como você os ajuda?<br>(Proposta de Valor)</th><th>Como vocês interagem?<br>(Relac. com as pessoas)</th><th>Quem você ajuda?<br>(Clientes)</th></tr>
<tr><td rowspan="2">Agências<br>Consultorias<br>Start ups<br>Plataformas de ensino<br>Networking<br>Clientes (jurídica e física)<br>Amigos<br>Família</td><td>Práticas<br>Atividades<br><br>Consultoria / Mentoria / Facilitação / Mediação / Produção de Conteúdo / Voluntariado</td><td rowspan="3">7. Propósito<br><br>Contribuir com a transformação das pessoas e organizações para realizarem o seu impacto no mundo<br><br>Como? Proposta de Valor<br><br>Aumentar o impacto da sua comunicação aplicando uma metodologia que contempla 5 passos: Conhecer, Identificar, Ativar, Comunicar e Engajar<br><br><u>Posicionamento</u><br><br>Comunicar com impacto para engajar e transformar</td><td rowspan="2">4. Visão de Mundo<br>5. Mensagem<br>6. Legado<br><br>Voz, escrita, expressão corporal / facial, escuta, recursos digitais / presenciais 1:1, Grupos</td><td rowspan="3">Empreendedores<br>Empresas de pequeno / médio porte<br>Start ups<br>Negócios de Impacto<br>ONG's<br>Comunidades<br>Indivíduos (fase profissional / transição de carreira)<br>Profissionais autônomos<br><br>(clareza do problema – desafio de comunicação e engajamento)</td></tr>
<tr><td>Quem é você e o que você possui? (principais recursos)<br><br>1. Talentos<br>2. Valores<br>3. Paixões<br><br>Conhecimentos + Experiências<br>Relacionamentos</td></tr>
<tr><td colspan="2">O que você oferece? (estrutura de custos)<br><br>Hora / consultoria<br>Hora / mentoria<br>Conteúdos – redes sociais,<br>Treinamentos<br>Trabalho Voluntário</td><td>Como chegam até você e como você entrega? (canais)<br><br>On line (whatsapp, linkedin, face, insta, youtube, plataformas de reuniões, website, email)<br><br>Off line (encontros, palestras e seminários, cursos)</td></tr>
<tr><td colspan="2"></td><td colspan="2">O que você ganha? (fontes de receita e benefícios)<br><br>Remuneração<br>Conhecimento<br>Networking<br>Indicação<br>Realização</td></tr>
</table>

# Trabalho em Grupo

**Vamos aplicar o modelo para definir proposta de valor e posicionamento?**

- Dividimos em grupos de 4 pessoas
- Papel 1 – colega do grupo quer irá preencher o modelo e compartilhar a tela
- Papel 2 – colega voluntário – essencialmente precisa ter feito a trilha dos 7 passos e querer compartilhar suas informações

- Discussão 1 – Público-alvo - Para quem o voluntário quer fortalecer a sua marca?
- Discussão 2 – Proposta de Valor – Como ele ajuda este público?
- Discussão 3 – Derivação do Posicionamento – benefício gerado, em poucas palavras

- 15 minutos de discussão
- 2 minutos para cada grupo compartilhar a experiência

# Comunicação é conexão, integralidade e escuta

Em 80% do tempo que estamos acordados, estamos nos comunicando

- Escrevendo 10%
- Lendo 15%
- Falando 30%
- Ouvindo 45%

7% palavras

93% corpo
38% tom de voz
55% expressão corporal

As pessoas nem sempre lembram do que você diz, mas nunca esquecem como se sentiram

# Redes sociais conectam pessoas e mídias sociais promovem interação por meio da tecnologia

## CONEXÃO

- Estruturas formadas dentro ou fora da internet, por pessoas e organizações
- Interesses ou valores comuns
- Desde o final do século XIX, o conceito é utilizado para analisar interações entre indivíduos, grupos, organizações ou até sociedades inteiras
- Na década de 1990, com a internet disponível, a ideia de rede social migrou também para o mundo virtual.

## INTERAÇÃO

- Na internet, a mídia deixou de ser estática e virou interativa
- A mídia social abrange diferentes mídias, como vídeos, blogs e as redes sociais
- No coração das mídias sociais estão os relacionamentos
- As mídias sociais ajudam as pessoas a se juntarem por meio da tecnologia enquanto as redes sociais melhoram essa conexão, já que as pessoas só se interligam em redes porque têm interesses comuns.

# CONEXÃO INTERAÇÃO

## Tipos de Redes Sociais na Internet

- Rede social de relacionamento
- Rede social de entretenimento
- Rede social profissional

# REFLEXÃO

**Que tal fazer uma pesquisa?**

- Pesquisa do nome no Google (primeira página)
  - O que gostou?
  - O que não gostou?
  - Reflete o seu posicionamento?

- Redes Sociais
  - Quais?
  - Últimas publicações (quando? O que?)
  - O que gostou?
  - O que não gostou?
  - Reflete o seu posicionamento?

# Gratidão!

Preencham a avaliação

Acompanhem as atividades

Aguardem novidades

(11) 99900-0341

/COMPANY/
MARCAATIVA

@MARCA.ATIVA

PATRICIAPECEGO
@MARCAATIVA
.COM.BR

@MARCAATIVA

@MARCAATIVA