



YALI Network

CADERNO SOBRE COMO
POSICIONAR MELHOR
A SUA MARCA

Este caderno irá guiá-lo através das etapas que deve considerar sobre a sua marca pessoal e o seu posicionamento para o sucesso. Você aprenderá como contar a história da sua marca de uma forma envolvente; como descobrir a identidade da sua marca; como se destacar da multidão; como se posicionar para o seu público-alvo; e como entender melhor os seus objectivos e as etapas necessárias para posicionar a sua marca para o sucesso.

A imagem de marca é essencial para comunicar os seus valores e objectivos ao público-alvo desejado. As competências que oferece, como o marketing digital, vão ajudá-lo a comunicar o seu valor ao seu público-alvo. Você está pronto para ser estratégico sobre como se promover e se comercializar como produto?

- **COMPREENDA A IMAGEM DE MARCA**
- **CONHEÇA O SEU MERCADO-ALVO**
- **CONHEÇA OS SEUS CONCORRENTES**
- **CONTE A HISTÓRIA DA SUA MARCA**
- **IDENTIFIQUE A SUA IDENTIDADE DE MARCA**

COMPREENDA A IMAGEM DE MARCA

Quando pensa em si mesmo como um produto, provavelmente sabe que é fundamental posicionar-se estrategicamente fazendo o seu marketing pessoal para obter o reconhecimento do nome. O reconhecimento do nome irá diferenciá-lo dos concorrentes e ajudá-lo a se destacar. Vamos explorar o que a imagem de marca significa para si.

A imagem de marca é o processo essencial de identificação, criação e gestão da sua imagem, e é o que o diferencia de seus concorrentes. A imagem de marca é o que une todos os seus esforços, e o marketing é um componente essencial na sua caixa de ferramentas de marca.

Identidade da marca

- **Marca:** a sensação e percepção que o resto do mundo tem de si.
- **Imagem de marca:** o processo contínuo de identificação, criação e gestão da sua imagem.
- **Identidade da marca:**
 - Os componentes visuais da sua marca.
 - A voz da sua marca.
 - Os valores da sua marca.
 - A personalidade da sua marca.
 - O seu posicionamento de marca exclusivo.

Compreender o seu mercado-alvo, os seus concorrentes e diferenciar a sua empresa de outras por meio dos exercícios a seguir vão ajudá-lo a traduzir a sua história numa identidade de marca mais estabelecida.

Lembre-se: A sua imagem é importante

A sua marca é a sua reputação. É como comunica aos outros o que você é, o que faz e no que acredita. Também pode criar uma impressão duradoura. Você quer ter uma marca única, autêntica, clara e consistente que deixe uma impressão positiva em quem interage consigo. Isso também deve fazer com que mais pessoas desejem interagir consigo, apoiá-lo e contratá-lo.

Posicionamento da marca

O posicionamento da marca é o processo de colocar a sua marca na mente do seu público-alvo e apoiantes. O forte posicionamento da marca mostra o que o diferencia dos seus concorrentes de uma maneira significativa. As marcas geralmente criam estratégias para as suas marcas com base em factores como:

- Os componentes visuais da sua marca.
- A voz da sua marca.
- Os valores da sua marca.
- A personalidade da sua marca.
- O seu posicionamento de marca exclusivo

Posicionar a sua marca é um exercício útil para desenvolver melhor uma visão clara de quem você é e maximizar a sua relevância no mercado em relação aos concorrentes. Leia mais sobre essas estratégias aqui e determine o que funciona melhor para si e a sua empresa.

CONHEÇA O SEU MERCADO-ALVO

Você terá uma experiência mais autêntica e apoiantes leais se considerar activamente o seu público-alvo e mercado-alvo.

As pessoas que se vierem a envolver consigo serão fundamentais para impulsionar a sua marca. Elas podem servir de base para discutir como navegar no mercado profissional, podem apresentá-lo a outras pessoas na sua indústria por meio dos seus amigos ou das redes sociais e são essenciais para entender que problemas você está a tentar resolver e podem dar-lhe pistas sobre a melhor forma de os resolver.

Como você pode identificar o seu público-alvo? Responda a estas três perguntas para obter uma melhor compreensão de quem é o seu público-alvo.

1. Quando você teve a ideia da sua marca e do seu valor exclusivo, quem pensou que ajudaria?

2. Que competências você oferece a uma empresa ou organização, ou que experiências fazem que você seja singular?

3. Descreva as características do cargo ou empresa que deseja (sexo, habilitações académicas, rendimento anual, faixa etária etc.). Com o máximo de detalhes

possível, descreva o ambiente, os horários, os seus colegas de trabalho (se existirem) e tudo o que lhe vier à mente.

Agora que tem uma melhor compreensão do seu mercado-alvo, pergunte a si próprio: se pudesse criar uma percepção sobre si mesmo dentro do seu mercado-alvo principal, qual seria? Porquê? Isso pode ajudar a definir melhor a sua estratégia de marca mais tarde.

CONHEÇA OS SEUS CONCORRENTES

Agora que identificou o seu público-alvo, é um exercício útil considerar o que os outros estão a fazer que também pode torná-los bem-sucedidos no mesmo mercado. Saber o que você pode oferecer que os seus concorrentes não podem também é uma maneira útil de posicionar a sua marca.

Vamos dar uma olhada mais aprofundada nessas competências.

Pense no seu emprego anterior e nas competências necessárias para atingir diferentes marcos de referência. Essas competências são necessárias para o seu sector? Agora, escolha as três competências principais e enumere como já as pode ter, bem como uma ou duas maneiras de desenvolvê-las melhor também. Considere os seus pontos fortes e fracos, bem como os seus objectivos para o futuro.

Competência 1:

Formas em como já tenho essa competência	Como poderia adquirir melhor essa competência
--	---

--	--

Competência 2:

Formas em como já tenho essa competência	Como poderia adquirir melhor essa competência

Competência 3:

Formas em como já tenho essa competência	Como poderia adquirir melhor essa competência

Repita o mesmo exercício acima com o seu próprio perfil profissional. Quais são as competências competitivas que possui e quais as que precisa de adquirir?

Competências que tenho	Competências a adquirir

Agora, observe os perfis profissionais de pessoas no seu sector. Essas pessoas podem ser amigos ou quem você não conhece, escreva as competências que elas possuem que lhes dão uma vantagem dentro da indústria. Preste uma atenção especial à forma como elas usam o marketing pessoal e como comunicam o seu valor exclusivo para o sector. Adicione as competências que elas possuem a este gráfico.

1.	5.
2.	6.
3.	7.
4.	8.

O que o diferencia dos seus concorrentes?

Agora, declare a sua proposta de venda exclusiva - termine esta frase: Os gestores de contratação ou clientes contratar-me-iam porque:

CONTE A HISTÓRIA DA SUA MARCA

O primeiro passo para um pitch perfeito começa bem antes de fazer uma apresentação, ou mesmo de falar com outra pessoa. Primeiro, você deve reflectir sobre os seus objectivos, incluindo identificar a história da sua marca e a decisão de como irá contá-la. Esta secção ajudará a orientá-lo sobre como partilhar a história da sua marca.

Determine o que é que tem de dizer

Antes de contar a história da sua marca, decida o que deseja que as pessoas saibam. As instruções abaixo vão ajudá-lo a identificar as informações importantes para a sua história. O objectivo deste exercício é responder a cada pergunta da forma mais concisa possível, portanto, reserve algum tempo e limite as suas respostas a algumas frases por secção.

O que o torna um óptimo funcionário ou colega de trabalho?
Qual é a história da sua marca?

--

Quando é que alguém precisaria dos seus serviços?

--

Como é que as pessoas o podem encontrar? (por exemplo, LinkedIn, instagram)

--

O que é que o distingue? Qual é o seu ponto de venda exclusivo?

--

Descreva a sua paixão pelo que faz.

--

Pelo que quer ser conhecido?
Pense na sua personalidade. Como a descreveria a outros?

IDENTIFIQUE A IDENTIDADE DA SUA MARCA

Preencha os espaços

Descobrir a identidade da sua organização é mais fácil do que você imagina. Este breve exercício pode ajudá-lo a transformar as informações que já conhece numa marca para partilhar com o mundo. Preencha os espaços abaixo com informações sobre si mesmo para começar hoje a contar a sua história.

1. O seu nome:
2. A sua cidade natal:
3. Um mentor ou pessoa que serviu como modelo na sua vida:
4. Um dos seus valores fundamentais:
5. Outro valor importante:
6. Um terceiro valor:
7. O seu sector actual:
8. Uma necessidade que está a tentar preencher nesse sector:
9. O que você faz, em poucas palavras:
10. Um obstáculo que enfrentou (discriminação, dificuldades financeiras, etc.):
11. Como você retribui à comunidade:

12. Algo que as pessoas podem fazer para o apoiar no seu percurso:

13. Uma realização da qual se orgulha:

Agora junte as suas respostas:

Olá, chamo-me (1). Cresci em (3), (4) ensinou-me a importância de (5), (6) e (7). Tentei manter esses valores por toda a minha vida e sei que eles são importantes para (8). Quanto mais tempo eu passava a fazer (8), mais me apercebia que (9). Eu superei (10), e depois de conversar com outras pessoas que vivenciaram a mesma situação, percebi que poderia disponibilizar (11) a toda a comunidade. A melhor forma de me apoiar é (12) e tem-me levado a realizar (13).

Por estas razões, eu acho _____!

Eis um exemplo:

1. O seu nome: **Cherelle**
2. A sua cidade natal: **Durban, África do Sul**
3. Um mentor ou modelo importante na sua vida: **O meu avô**
4. Um valor fundamental para si: **Trabalhar arduamente**
5. Outro valor importante: **Originalidade**
6. Um terceiro valor: **Melhorar a minha comunidade**
7. O seu sector actual: **Marketing Digital**
8. Uma necessidade que está a tentar preencher nesse sector: **Criar mais diversidade e inclusão na forma como os produtos são comercializados para diferentes populações.**
9. O que faz, em poucas palavras: **um contador de histórias de marketing que considera os contextos e as culturas dos públicos com os quais trabalhamos.**
10. Um obstáculo que enfrentou (discriminação, dificuldades financeiras, etc.): **Enfrentar a perda de emprego no início da pandemia COVID-19.**
11. Como retribui à comunidade: **ajudando proprietários de empresas locais a se promoverem melhor no mercado digital, realizando sessões de treino para empresas locais em competências de marketing digital.**
12. Algo que as pessoas podem fazer para apoiar o seu percurso: **recomendar-me a empresas que possam precisar dos meus serviços!**
13. Uma conquista da qual se orgulha: **depois de ajudar vários proprietários de empresas locais a criar sites para os seus negócios, alguns contrataram-me para ser o responsável pela sua comercialização e agora tenho um portfólio de clientes.**

Olá, chamo-me (1) **Cherelle**. Cresci em (3) **Durban, na África do Sul**, (4) onde o **meu avô** me ensinou a importância de (5) **trabalhar arduamente**, (6) da **originalidade**, e (7) de **melhorar a minha comunidade**. Tentei manter estes valores durante toda a minha vida e sei que eles são importantes para o (8) **Digital Marketing**. Quanto mais tempo eu passo a

fazer (8) marketing digital, mais me apercebo que sou (9) **um contador de histórias de marketing que leva em consideração as origens e as culturas dos públicos com os quais trabalhamos.**

Superei (10) **a perda de emprego no início da pandemia COVID-19**, e depois de falar com outras pessoas que passaram pela mesma situação, percebi que poderia prestar (11) **ajuda aos proprietários de negócios locais para se promoverem melhor no mercado digital, realizando sessões de treino de empresas locais em competências de marketing digital** para toda a comunidade. A melhor maneira de me apoiar é (12) **recomendando-me a empresas que podem precisar da minha ajuda** e estou orgulhoso porque (13) **depois de ajudar vários proprietários de empresas locais a criar sites para os seus negócios, alguns contrataram-me para gerir a comercialização dos seus produtos e agora tenho uma carteira de clientes.**

Por estas razões, acho que encontrei uma ótima maneira da minha paixão pessoal se encontrar com a minha paixão profissional!

PARABÉNS!

Você concluiu o caderno Posicione Melhor a sua Marca da YALI! Você está no caminho certo para criar

— ou reforçar —

a sua imagem de marca!

Visite yali.state.gov para

saber mais sobre #YALIProfessionals