

Curso: CTESP Comunicação Digital

Unidade curricular: Tecnologias no Marketing e Comunicação Digital

Docente: Mestre Helena Dias

Criar uma Estratégia de Marca Pessoal

- Individualmente, respondam às questões colocadas na Parte 2 e 3.
- Todas as respostas devem ser escritas num documento no formato MS Word e submetidas no campus até dia X.
- Lê este artigo antes de começar:

<https://www.communitymanager.pt/construir-carreira-marketing/>

Parte 1 - Instruções:

Primeiros passos (isto é para uso próprio, não precisam de enviar para mim). No entanto, se não seguirem estes passos, os resultados poderão ficar aquém dos esperados.

Checklist

1. Quem és tu enquanto pessoa?

- Qual é a tua história? O que é que faz ti, “tu”?
- Qual é a tua formação? Passatempos, interesses?
- Quais são os teus pontos fortes /fracos – e que passos podes adoptar para melhorar?

2. Paixão profissional?

- Como é que tu és diferente dos outros estudantes, outras pessoas que têm objetivos e habilidades semelhantes a ti?

- Quais são os 3-5 tópicos nos quais te podes concentrar para estabelecer como um líder de pensamento na comunidade, na universidade ou nas redes sociais?

3. Qual é a mensagem abrangente que queres que as empresas ou profissionais saibam sobre ti?

- Que áreas de expertise queres que os profissionais saibam que tens?
- Constrói uma lista de profissionais, marcas, blogs, etc, com quem queres interagir online:
 - Lista os principais influenciadores das indústrias com quem gostavas de trabalhar.
 - Lista as agências, empresa, outros, com quem gostavas de trabalhar.
 - Existem grupos no LinkedIn ou Facebook nos quais podes participar?

Parte 2: Estágio ou Emprego

Alguns websites/grupos para procurar trabalho/estágio nesta área:

- <https://www.linkedin.com/jobs/>
- <http://www.cargadetrabalhos.net>
- <https://industriacriativa.pt>
- <https://www.facebook.com/groups/ddrjobboard/>
- <http://tronik.agency/pt/ofertas>

1. Selecciona uma vaga. Descreve: Qual é a vaga? Podem responder numa frase ou duas.

- Como é que esta vaga se alinha com o conjunto de habilidades/competências que já tens? Explica.
- Que competências precisas para realizar esse trabalho? O que é que podes fazer para desenvolver essas competências?

Parte 3: A tua marca pessoal

1. Tom de voz: qual é o teu tom?

- A considerar: amigável, sério, engraçado, formal, informal?

2. 3-5 Líderes de opinião – lista o nome de utilizador, redes sociais onde estão presentes e o porquê de os teres seleccionado.

- A considerar: quem são as pessoas com as quais te queres conectar online e que te podem orientar, educar e fazer parte da tua comunidade? Faz alguma pesquisa.

3. Objetivo: qual é o teu objetivo principal?

- Exemplo: Tornares-te um líder de opinião na comunidade de marketing digital; entrar numa pós-graduação ou MBA; trabalhar numa empresa específica, tornares-te um DJ mundialmente conhecido; criar um blog de culinária; tornares-te um influenciador online da área da moda, etc.

4. 2-3 Mensagens principais

- Estas são as mensagens importantes para ti. Ou seja, quais são as principais mensagens que queres transmitir aos outros sobre a Tua Marca. E quais são as evidências que tens para apoiar essas mensagens.
- Não é sobre a empresa, mas sim sobre TI.

5. 2 Metas – para atingires o teu objetivo.

- Lembra-te: as metas têm de ser resultados mensuráveis que tens de alcançar em determinado tempo, para alcançares o teu objetivo.
- Exemplo:
 - Conseguir um estágio na Agência XPTO no verão de 2018.
 - Conseguir 10.000 seguidores na minha página de Instagram até dezembro de 2019.

6. Estratégias e Táticas – por mais que aches que não precisas, lembra-te: uma estratégia é o teu plano para alcançares o teu objetivo. Lembra-te também: as táticas são as etapas ou tarefas necessárias para completares a tua estratégia.

- Exemplo de Estratégia: criar uma série no Youtube sobre “Cozinhar na Universidade” com Youtubers conhecidos como convidados.
- Exemplo de tática: Identificar Youtubers; entrar em contacto para os convidar para aparecerem na série; criar um cronograma dos episódios; filmar os episódios; etc.

Parte 4: Constrói os teus perfis

1. Revê o que publicas atualmente nas tuas redes sociais. Se a tua utilização das redes sociais não for profissional, agora é a oportunidade para mudares isso.

- Faz o “Teste da avó”. Ou seja, eu não publico nada que não quero que a minha avó veja.

2. Instala e inscreve-te na aplicação Skorr (<http://www.skorr.social>) para analisares a tua influência nas redes que utilizas. Anota no documento MS Word a tua nota inicial para poderes ir comparando ao longo do tempo a tua evolução.

3. Enquanto eu te encorajo a seres um profissional ativo nas redes sociais, particularmente aquelas relevantes para o teu objetivo, deves 1) criar um portfólio em wordpress (aulas 6 e 7) ou 2) criar uma conta pública e profissional no LinkedIn ou no about.me para esta aula que deve conter:

- Nomeia corretamente a página (ex: about.me/oteunome ou linkedin.com/in/oteunome). Pensa na tua identidade profissional online. Se tiveres um nome comum, talvez queiras usar um nome do meio ou uma versão abreviada do teu nome. Ex: Eu uso o [helenaipdias](http://about.me/helenaipdias) (ip são as iniciais dos meus nomes do meio – Isabel Pereira).
- Uma fotografia profissional – não tens uma? Pede a um amigo (ou ao colega do lado) e pede-lhe para te tirar uma fotografia. Não uses uma fotografia casual ou com outras pessoas.
 - Dica: Sê consistente com os teus recursos visuais, usando a mesma fotografia em todas as tuas plataformas online.

- Tagline (LinkedIn): Podes colocar o teu título ou “slogan” em vez de um título. Por exemplo, eu uso “Ajudo as marcas a crescer através dos Social Media & Publicidade Online ➔ Consultora | Formadora | Oradora”.
- Adiciona uma seção de introdução/resumo sobre as tuas competências e realizações.
- Enumera clubes, organizações, voluntariado, empregos, estágios ou outras experiências relevantes para os teus objetivos.
- Cola o link do teu perfil do LinkedIn ou website no topo do documento que me vais enviar. Os perfis não públicos (páginas às quais não vou conseguir aceder sem uma password) têm -15%.
- Nota: Se não queres que esta informação fique pública, deixa como pública só até eu publicar as notas e depois podes tornar privado ou apagar.
- Exemplos:
 - <https://www.linkedin.com/in/helenaipdias/>
 - <https://pt.linkedin.com/in/caramez>

Parte 5: Executa – Começa a interagir com a tua audiência e a construir a tua marca

- Dicas:
 - Sê humilde e generoso
 - Pensa sempre antes de publicar
 - Pede feedback e respostas da comunidade
- A Fazer:
 - **Conecta-te:** identifica os social media mais relevantes para a tua marca. P.e. O Twitter é muito popular entre os jornalistas; o Instagram entre fotógrafos e designers; os blogs entre copywriters.
 - Segue as empresas e influenciadores que identificaste anteriormente.

- Segue outros que são mencionados pelas pessoas que respeitas e admiras na comunidade;
- Adere a grupos no Facebook e LinkedIn relacionados com o teu objetivo.
- **Passa o favor:**
 - Faz curadoria:
 - Partilha conteúdos daqueles que admiras.
 - Atribui o crédito ao criador original do conteúdo.
 - Comenta/dá feedback em publicações das pessoas com quem queres interagir
- **Partilha:**
 - Artigos de blogs;
 - Recursos;
 - Tutoriais;
 - Listas e boas práticas;
 - Vídeos, slideshares, etc.
 - Felicita/Parabeniza os outros pelas suas realizações
- **Interage com a comunidade:**
 - Conecta-te aos influenciadores. Não tenhas receio de começar uma conversa.
 - Lê e responde/partilha conteúdo daqueles que identificaste.
 - Procura mentores. Conecta-te. Não tenhas receio de pedir ajuda.
 - Monitoriza a tua interação
 - Monitoriza que conteúdos teus são partilhados e cria/partilha mais do género.
 - Responde a comentários.
 - Mostra a tua personalidade.



- Pensando na checklist apresentada na Parte 5, escreve 1 ou 2 breves parágrafos que descrevam que passos deste ou estás a começar a dar.
- No documento que me vais enviar, cola um printscreen como evidência quando possível/apropriado.