

MATÉRIA DE CAPA- A CARREIRA T  ON





CARREIRA ATUALIZADA COM SUCESSO

Como o marketing digital e suas estratégias têm transformado o mercado e os profissionais

Andressa Lorenzetti

RMVALE

Um celular, um profissional, um assunto, um canal pela internet e um público. Ingredientes básicos de uma receita que tem mudado o jeito de vender uma marca, um serviço e a imagem de quem está ali dividindo conhecimento, se tornando não só autoridade no assunto, mas também um influenciador. Que tal acrescentar uma pitada de fotos, técnicas de edição, publicações, redes sociais e interatividade virtual? O bolo só tende a crescer, ou melhor, as curtidas, os seguidores, os inscritos, fãs também chamados de clientes. Uma forma mais ampla de alcançar potenciais consumidores. Conteúdo que atrai lucros, principalmente quando está acompanhado de uma boa estratégia.

As mídias digitais vieram com força nos últimos anos e levam ao público, onde ele estiver, o que antes se resumia apenas aos consultórios, escritórios, empresas, salas de aula... Os meios de divulgação eram bem mais restritos e poucos conseguiam se destacar em suas áreas de atuação.

Nesse período de pandemia, a tecnologia ganhou mais espaço, deu opção para seguir em frente no mercado de trabalho, incentivando a inovação e a reestruturação de diversos segmentos. Nesse cenário, onde estar em evidência vai além do mundo dos famosos, uma área de atuação se destaca pelo serviço que oferece, dando suporte a quem precisa ser visto, ser lembrado e obter renda com o uso da internet: o marketing digital.

A **Metrópole Magazine** conversou com profissionais da área para entender como é possível manter a carreira “on” utilizando essas ferramentas virtuais, e dar também uma “forcinha” para quem pretende trabalhar na área.

MATÉRIA DE CAPA- A CARREIRA TÁ ON

Foto: Divulgação



Rodrigo Lima- CEO e Founder da Coyô Software e Propaganda

O CEO e Founder da Coyô Software e Propaganda, de São José dos Campos, Rodrigo Lima, divide com a gente as novas experiências do setor, que têm transformado a sua rotina de trabalho.

“Fomos forjados na tech. Essa experiência ajudou muito numa era que estamos vivendo o marketing totalmente digital. Mesmo mídias tradicionais estão se adequando. Veja a TV por exemplo, usando QR codes nas telas para estender campanhas em outras mídias. Você vê na tela uma propaganda ao mesmo tempo que aponta a câmera para fazer download do app”, inicia o bate papo.

Quando questionado sobre qual a diferença em relação às estratégias de marketing fora do ambiente virtual, ele destaca principalmente o dinamismo.

“Somos muito dinâmicos. Por muito tempo, e hoje ainda, há muito foco na ideia. Acham que a ideia é o principal fator para uma campanha de sucesso. Às vezes, basta anunciar o que você tem. A demanda já existe, mas o empresário simplesmente não divulga”.

E para quem quer se tornar um profissional de marketing digital, por onde começar? Rodrigo dá algumas dicas.

“Todo mundo espera que o principal atributo seja criatividade. Diria que campanhas de sucesso são 10% criatividade e 90% trabalho duro e organizado. Por isso acho que o principal atributo é o dinamismo. Vai ter que navegar rápido

“*Brinco que hoje em dia você nem pode falar muito alto que lida com marketing ou marketing digital, que alguém já quer fazer um orçamento. Isso só mostra o quanto ainda há de demanda reprimida.*”

Rodrigo Lima, CEO e Founder da Coyô Software e Propaganda, de São José dos Campos

por assuntos e ferramentas variadas. Estar antenado ao que acontece, ler muito e diria que o principal fator é se comunicar bem. Saber expressar uma ideia de maneira clara”.

Ele concorda que é uma profissão não só atual, mas também do futuro.

“Brinco que hoje em dia você nem pode falar muito alto que lida com marketing ou marketing digital, que alguém já quer fazer um orçamento. Isso só mostra o quanto ainda há de demanda reprimida”.

Uma profissão cercada de novidades a cada minuto e o especialista faz uma análise de como vem sendo a evolução da atividade.

“Tem muita ferramenta e muda o tempo todo... Em alta hoje estão as ferramentas de gestão de redes sociais. Mas diria que o diferencial ainda está nas pessoas. Ferramentas são commodities. Se você usa hoje e é seu diferencial, é questão de tempo para outros também usarem. Por isso, o foco ainda é nas pessoas”.

E por falar em pessoas, qual será o perfil dos clientes que buscam pelo serviço de marketing digital e assim tentam alavancar a carreira? Rodrigo conta que muitos têm como foco o desempenho nas redes sociais, e que não deveria ser só isso.

“Esse é um grande problema do segmento. As pessoas estão procurando por alguém que possa cuidar da rede social delas. No fundo no fundo é isso que

todos estão querendo. Mas vai muito além. Campanhas coordenadas, com diferentes mídias, ainda requerem experiência. Diria que antes de contratar uma agência é preciso se preparar. Entender melhor o objetivo e se está disposto a alcançar esse objetivo. Entender quando as redes são mídia e quando são canais de comunicação”, conclui.

“*É um momento extremamente fértil, enquanto muitas pessoas ficaram paradas nesse momento de pandemia, sem poder trabalhar, o profissional de marketing foi um dos que mais trabalharam.*”

Talita Quintanilha Ribas Rosa, coordenadora de pós-graduação da FAAP, de São José dos Campos,

Coordenadora de pós-graduação da FAAP, de São José dos Campos, nos cursos de Gestão Estratégica de Marketing e Negócios de Varejo de Moda, Talita Quintanilha Ribas Rosa também participa da conversa. Fala da importância do marketing nas atividades econômicas.

“Se a gente comparar um negócio a um organismo vivo, o marketing é tudo que vai coordenar o esqueleto dessa empresa. Quando eu começo um negócio, penso em vender um determinado produto, eu preciso primeiro entender o que eu vou vender para desenvolver esse produto, depois desenvolver uma marca para que eu possa refletir qual a minha missão e meu propósito. Na sequência disso, preciso entender qual o mercado, entender se esse mercado tem potencial para adquirir, pra assimilar meu serviço. Eu preciso conhecer esse consumidor, para oferecer para ele o serviço que precisa. Tudo isso antes de ter uma grande ideia. O marketing praticamente

Foto: Divulgação



Talita Quintanilha Ribas Rosa - coordenadora de pós-graduação da FAAP, de Gestão Estratégica de Marketing e Negócios de Varejo de Moda

estrutura tudo o que vai acontecer com aquela minha empresa e ele que define se eu vou ter sucesso ou não, é a essência de qualquer negócio”.

Ela explica que quem começa um negócio sem suporte profissional deve ficar atento a alguns detalhes do mercado, como produto ou serviço que ainda não

está sendo oferecido e que há chances de consumo, além de observar os concorrentes, entender os potenciais desse mercado. A partir daí, desenvolver uma estratégia para viabilizar o negócio, se valer a pena o investimento. Até mesmo uma franquia, que já vem com uma estratégia de marketing pronta, deve ser avaliada. Quando o estudo inicial é feito, se empreender for mesmo a , é hora de passar para a fase de estruturação de fato. O marketing, especialmente, o digital, tem sido um bote salva-vidas para muitas empresas e profissionais, ainda mais quando há o apoio de um especialista.

“Quando a pessoa domina a teoria e a prática do marketing, ela consegue se reinventar mais facilmente, consegue se adaptar. Quando conhece profundamente o consumidor dela, sempre vai enxergar a possibilidade de atender da melhor maneira, porque ninguém quer perder cliente. Hoje em dia, especial-

UMA DAS **BIG 5**
ATTITUDE CHANGES EVERYTHING



PRESENTE NAS PRINCIPAIS CIDADES DO **PAÍS** **LÍDER NO MIDDLE MARKET**

53 SÓCIOS **R\$257,3** MILHÕES RECEITA EM 2019
1.713 PROFISSIONAIS

83% DOS CLIENTES CONFIRMAM QUE A BDO **ATENDE OU SUPERA AS EXPECTATIVAS**

AUDITORIA | CONSULTORIA | TAX | OUTSOURCING

#SOMOSBDO
Tel (12) 3941-4262

BDO

MATÉRIA DE CAPA- A CARREIRA T  ON

mente pelas redes sociais, tecnologia, pelo próprio marketing digital, é fundamental para as pessoas se reinventarem. Vários negócios renasceram das cinzas, viram oportunidades no mercado, uma grande sacada do marketing. Enquanto outras empresas, mesmo consolidadas e que não tinham essa visão, fecharam”.

Talita traz um olhar otimista para o setor e para quem atuar junto à transforma o do mercado.

“  um momento extremamente fértil, enquanto muitas pessoas ficaram paradas nesse momento de pandemia, sem poder trabalhar, o profissional de marketing foi um dos que mais trabalharam. Muitas empresas não tinham tempo para aprender e depois devolver para o mercado, tinham que fazer de imediato. Além dos profissionais da saúde, ele também tem sido extremamente necessário, pois as empresas precisam sobreviver. O objetivo principal dele é melhorar as vendas e alcançar clientes”.

Para os profissionais liberais e quem quer faturar com a própria exposi o, é preciso se colocar no mercado da melhor forma, buscando as ferramentas necessárias, que o marketing pode oferecer.

“Ter uma marca não   só uma referência de produtos e serviços, mas também uma marca pessoal. Muita gente hoje é impulsionada pelos influenciadores digitais. Fazer a gestão dessa marca pessoal envolve inevitavelmente números e estratégias de marketing. Isso já vem de uma crescente de anos. A medida que eu vou aumentando a quantidade de oferta, ou seja, profissionais no mercado, eu diminuo a valoriza o deles em termos de procura e preciso ter coisas que vão se destacar. Um médico quando sai da faculdade tem um conhecimento técnico, por outro lado, ele não tem conhecimento de mercado, se não for um médico de herança que herda o negócio e clientes do pai, ele vai ter que buscar esses clientes”, ressalta.

E SE A ESTRATÉGIA FOR CONQUISTAR UMA VAGA DE TRABALHO?

A blogueira, consultora de Recursos Humanos e especialista em Recoloca o Profissional Ceci Sousa reforça algumas dicas que podem ajudar qualquer profissional que está em busca de um bom lugar no mercado de trabalho, no período de pandemia. Nesse caso, além de cuidar da imagem pessoal, ter boas referências e qualifica o, é preciso também saber aproveitar as oportunidades que surgem. Confira a entrevista.

Metrópole- O que os recrutadores estão avaliando ao contratar nesse período de pandemia?

Ceci- A disponibilidade do profissional para executar trabalhos em home office e na empresa, sempre que houver necessidade. Para isso, o profissional precisa ter foco, disciplina, organiza o, capacidade de planejamento e principalmente saber administrar o tempo, pois independentemente da forma de trabalho, as atividades precisam ser entregues dentro do prazo.

Metrópole- Que tipo de informa o   indispensável em um currículo?

Ceci- Muitas vezes o profissional envia seu currículo e não informa o(s) cargo(s) ou área(s) que deseja trabalhar e isso dificulta o processo de sele o. É primordial inserir o campo “Objetivo Profissional” e nele informar no máximo 2 cargos/áreas de interesse.

Metrópole- Qual o perfil dos candidatos mais procurados?

Ceci- Os candidatos que possuem como características: visão estratégica, inteligência emocional, pensamento crítico, espírito de liderança,



Foto: Divulga o

Ceci Sousa- blogueira, consultora de Recursos Humanos e especialista em Recoloca o Profissional

criatividade e habilidade em desenvolver trabalhos em equipe, são os mais requisitados pelas empresas.

Metrópole- O que pode servir de critério de desempate entre candidatos que concorrem a mesma vaga?

Ceci- Por exemplo, para a vaga de vendedor, se um candidato demonstra timidez e o outro um perfil mais comunicativo, certamente o segundo será escolhido, uma vez que para lidar com vendas requer habilidades de comunica o. Somando a isso, a trajetória profissional também é avaliada.

Dependendo do caso, precisamos aplicar testes (dinâmicas de grupo, raciocínio lógico, dentre outros) para sanar eventuais d vidas e assim definirmos o candidato ideal para a vaga.

Metrópole- Quais são as áreas que seguem em alta e quais são as áreas que estão com vagas escassas.

Ceci- As áreas de tecnologia, vendas, logística (transporte) e da saúde são as áreas que mais tiveram aumento de serviços e contratações. Já as áreas de educação e turismo foram as que mais decaíram.

Metrópole- Que tipo de qualificação tem feito a diferença?

Ceci- Os cursos on-line cresceram e se mantêm firmes nesta pandemia, com opções diversas que atendem a todo o público. O profissional que está ocupando seu tempo se qualificando, buscando novos

conhecimentos e se aprimorando já tem um ponto positivo diante dos recrutadores. Não importa o tipo de qualificação, avaliamos o que o profissional faz enquanto não consegue sua recolocação.

Metrópole- Qual a orientação para quem está há algum tempo fora do mercado, até mesmo as pessoas com mais idade que queiram voltar a trabalhar?

Ceci- Há oportunidade para todos e isso independe da idade. A empresa define um perfil para cada vaga e para isso o profissional precisa se preparar constantemente. Aproveitar os cursos disponibilizados

na internet, participar de grupos de vagas, estabelecer contatos profissionais (networking), ler artigos sobre entrevistas de emprego e mercado de trabalho, e manter o currículo atualizado são essenciais para aumentar a chance de conseguir aquela tão sonhada oportunidade.

Metrópole- E para os mais jovens que buscam iniciar no mercado?

Ceci- Os jovens que não possuem nenhum tipo de experiência podem recorrer a trabalhos voluntários ou autônomos, cursos on-line e estágios não remunerados. Tudo isso são dados que agregam no currículo. ■



VOLVO XC40 PLUG-IN HYBRID

Atitude esportiva única, tecnologias inovadoras e agora disponível com motor Plug-in hybrid.

Os modelos Recharge Plug-in Hybrid emitem até 60% menos de poluentes, combinando máxima potência com eficiência.

A PARTIR DE R\$ 244.950,00

AGENDE AGORA UM TEST DRIVE

Imagens meramente ilustrativas. Valor anunciado referente ao modelo Volvo XC40 Plug-in Hybrid 21/21. Consulte condições completas em nossas concessionárias.

Volvo Faberge
Uma empresa do GRUPO FABERGE

Rua Ipiranga, 1252
Mogi das Cruzes
(11) 4721 3537

Av. Dr. Eduardo Cury, 350
São José dos Campos
(12) 3042 2002

No trânsito, sua responsabilidade salva vidas.

