

Manon Rosenboom Alves, *consultora de imagem pela Colour me Beautiful*

**“O mais importante para ter sucesso é saber o nosso propósito, a nossa missão e as nossas qualidades únicas...”**

Afinal, a receita para o sucesso parece ser mais simples do que pensamos. Segundo a autora, tudo depende apenas de cada um de nós, da consciência de qualidades únicas que nos transportarão para o patamar seguinte: o do sucesso profissional e pessoal.



Algumas pessoas parecem ter mais sucesso que outras, seja a nível profissional ou pessoal. Será apenas uma questão de sorte ou existe, de facto, uma estratégia delineada por detrás deste sucesso?

Acredito que a sorte existe e que nos ajuda a alcançar os nossos objetivos, mas é apenas uma parte da história e não podemos só



contar com a sorte para ter sucesso. Como se diz em Portugal: “A sorte dá trabalho!”, pelo que para quem acha que não tem a sorte de ter nascido numa família rica ou de ser super inteligente, existem imensos

exemplos de pessoas muito bem-sucedidas que tiveram condições limitadas quando eram jovens. Pense por exemplo em Oprah Winfrey, Jim Carrey e a escritora J.K. Rowling. Graças à sua persistência e

por acreditarem que tinham uma missão a cumprir, conseguiram chegar onde estão agora. Não precisamos de ter as mesmas ambições do que eles, mas de qualquer forma o mais importante para ter sucesso é saber o nosso propósito, a nossa missão e as nossas qualidades únicas, e saber como concretizá-los através de objetivos.

### Qual é o grande objetivo de *Marca Pessoal, SA*, o seu último livro?

O meu objetivo com o livro está no seguimento da resposta anterior: para ter sucesso e fazer o que gostamos temos de fazer algum trabalho de casa e depois implementar o plano definido. Não vale a pena queixarmo-nos e dizer que os outros têm tudo e nós não, porque não é verdade. Somos todos responsáveis pelo nosso destino e o título do livro sugere isto: *Marca Pessoal, SA* - pois no fundo somos pequenas empresas, algumas melhor geridas do que outras! No livro, o leitor encontra exercícios práticos, algumas histórias pessoais e estudos que fundamentam por que determinadas metodologias ajudam a criar a nossa marca pessoal e, assim, ter mais sucesso. Perguntas como “Como quer ser lembrado?” ou “Quais são os seus valores mais importantes?” fazem-nos pensar sobre quem realmente somos e

para onde queremos evoluir para ter a vida que desejamos. Estou muito feliz por fazer aquilo de que realmente gosto e que isto me dê rendimento, mas também estive do outro lado, num emprego que não me dava satisfação e desafios, apenas um ordenado seguro. Cheguei a um ponto em que tive de decidir entre continuar assim ou despedir-me, e foi o que fiz, após ter feito uma preparação para não começar do zero.

**Porque achou útil escrever um livro que ensinasse os leitores a tirar partido das características pessoais, da comunicação, da etiqueta e do vestuário para criarem uma marca positiva nas pessoas, gerando confiança?**

“*Tanto as mulheres como os homens devem, em primeiro lugar, pensar sobre a imagem que reflete quem são e a mensagem que querem transmitir.*”



Noto, através das pessoas que encontro nas minhas formações e sessões individuais, que muitas delas estão conscientes que precisam de fazer mais para se destacarem, para mostrarem melhor o que fazem e terem mais sucesso. Alguns casos acontecem, porque não estão a fazer aquilo de que realmente gostam e precisam de analisar como fazer a mudança e ter essa confiança. Mas diria que a maior parte tem principalmente dificuldade em promover-se e em

comunicar as suas qualidades. Penso que também é uma questão cultural, porque mostrar o que tem de bom e como pode ajudar o outro é muitas vezes confundido com ter um ego ou pensar que é superior ao outro, e uma coisa não tem nada a ver com a outra.

**Quando comunicamos a nossa marca/trabalho, as primeiras impressões são realmente as que mais contam? Em caso de uma primeira impressão negativa, como reverter a situação?**

As primeiras impressões que obtemos de alguém que não conhecemos são de facto muito marcantes. Em poucos segundos, o cérebro toma muitas decisões, a maior

parte inconsciente, sobre – por exemplo – o visual da outra pessoa, o nível escolar, se é simpática e – o mais importante – se podemos confiar nessa pessoa. As primeiras impressões podem enganar, já que nem sempre são as certas. Julgamos o outro com base nas nossas próprias crenças, cultura e educação, pelo que existe sempre um “bias”. No entanto, e sabendo isto, é melhor pensar naquilo que quer transmitir de forma clara para reduzir possíveis dúvidas sobre as suas capacidades e confiabilidade. Se acha que deixou uma má primeira impressão, esforce-se ainda mais da próxima vez para mostrar o seu verdadeiro valor. Se houver confiança, pode até explicar o que aconteceu na primeira vez, por exemplo que estava muito nervoso ou dormiu mal por causa de um familiar doente. Todos nós somos humanos e não sabemos o que se passa nas vidas dos outros, mas muitas vezes esquecemo-nos disto quando o primeiro contato não foi positivo.

**Em *Marca Pessoal, SA* refere a importância de identificar e potenciar qualidades, de forma a aumentar a autoconfiança. Como podemos fazê-lo?**

Quando fazemos aquilo que realmente nos traz felicidade, estamos muito mais motivados para fazer um trabalho excelente. E, por sua vez, este trabalho excelente trará resultados excelentes que resultam numa maior autoconfiança. Como Steve



Jobs dizia: “A única maneira de fazer um trabalho excelente é fazer aquilo que você ama.” Como disse anteriormente, somos as únicas pessoas responsáveis pela nossa felicidade e se realmente queremos ser felizes, é crucial criar as condições em que podemos utilizar as nossas qualidades únicas, porque todos as temos.

**Existem diferenças entre homens e mulheres quando se trata de desenvolver e reforçar a marca pessoal?**

Sim, noto claramente uma diferença entre homens e mulheres. Os homens têm muito mais facilidade em mostrar o que sabem fazer e mais facilmente dizem “sim” a um novo desafio que poderá reforçar a sua marca pessoal, mesmo que ainda não reúnam todas as condições para o fazerem. Também têm mais facilidade para falar sobre as suas competências e promoverem-se de forma ativa. As mulheres têm a tendência de achar que têm de reunir todos os conhecimentos e competências antes de aceitarem um novo desafio e assim perderão oportunidades. Claro que não vale a pena enganar os outros quando não sabemos fazer algo, mas também é necessário ter alguma autoconfiança para acreditar que somos capazes de aprender, e que se errarmos, aprendemos algo numa próxima vez. Estas diferentes formas de pensar relacionam-se muito com a educação e cultura, e não são fáceis de mudar. Contudo, ter esta consciência é o primeiro passo e o próximo é: arriscar e dizer sim, porque sou capaz de aprender. Nestas

situações lembro-me sempre de uma frase conhecida de Richard Branson: “*If someone offers you an amazing opportunity and you are not sure if you can do it, say yes – then learn later how to do it later!*”

**Para além da importância de uma comunicação eficaz, devemos igualmente prestar atenção à maquilhagem e à cor do vestuário, algo que é – por vezes – negligenciado. Que cores devemos usar?**

A imagem pessoal é um dos canais de comunicação que temos para transmitir a nossa marca pessoal. Através do vestuário e estilo pessoal mostramos a nossa identidade e, se for bem feito, reforça a marca pessoal. Se tivermos cuidado com a imagem, mostramos que nos estamos a valorizar, reforçando a confiança. São sinais importantes, pois contribuem para que os outros também confiem em nós. Através das cores criamos um ar mais sério ou mais divertido, e assim reforçamos a nossa mensagem numa determinada reunião. Por exemplo, o azul transmite seriedade e confiança, o amarelo positivismo e criatividade, e o vermelho energia e coragem. Por outro lado, está provado que as roupas e as cores influenciam o estado espírito, pelo que podem fazer-nos sentir autoconfiantes, bonitos e capazes.

**Que cuidados devem os homens ter com a imagem?**

Tanto as mulheres como os homens devem, em primeiro lugar, pensar sobre a imagem

que reflete quem são e a mensagem que querem transmitir. A qualidade da roupa, os acessórios e as cores têm um papel importante aqui. Depois também é essencial refletir sobre aquilo que querem transmitir e como querem que o outro o/a veja. Se é uma pessoa criativa ou se gosta de pensar “*out-of-the-box*”, por que não mostrá-lo através de pormenores originais na roupa? Ou se é muito certinho e gosta de um trabalho com números, uma imagem mais limpa e formal reforçará esta qualidade quando, por exemplo, tem uma reunião com um cliente. Além disso, os homens devem ter um cuidado adicional com a barba, cabelo e unhas, e pormenores, como o estado dos sapatos, que facilmente são esquecidos.

**Que outras formas existem para que o nosso trabalho tenha um impacto positivo junto de pessoas/empresas? Como torná-lo mais visível?**

Principalmente no início da nossa carreira profissional, temos ainda pouca visibilidade, pelo que as pessoas não conhecem as nossas qualidades e valor acrescentado. Existem várias formas de acelerar este processo e criar um impacto positivo nos outros. Em primeiro lugar, tente sempre dar o seu melhor e mostrar preocupação com as outras pessoas. Mostrar que está realmente interessado em ajudar o outro ou a empresa, e efetivamente ajudar com as suas competências é algo que cria um impacto positivo duradouro. É igualmente importante aumentar a sua visibilidade para saberem em que áreas podem contar consigo. Por exemplo, ir a eventos da empresa e a conferências, ou criar visibilidade através dos meios de comunicação *online*. No *LinkedIn* pode escrever e/ou partilhar artigos que são relevantes para o seu grupo alvo e contribuir para o blogue empresarial é uma outra forma. Por fim, fazer um trabalho de voluntariado tem imensas vantagens quando pensa criar um impacto positivo, uma vez que não está só a ajudar uma causa, como está também a desenvolver competências e a conhecer pessoas novas que podem ajudá-lo onde for necessário. **Z**

**Catarina Cruz**

Fotos: Alexandre Serra e Hugo Alexandre Cruz

