

 03

## Networking

### Transcrição

Quando se quer construir uma **marca pessoal** e obter sucesso na carreira, é preciso contar com uma rede estratégica de contatos profissionais, usar o **networking**. Você pode participar presencialmente de eventos e interagir com outras pessoas, e caso queira aprofundar ou dar continuidade a essas conexões, uma ótima opção é o uso das redes sociais para as conexões. Uma das mais apropriadas é o LinkedIn, que nos permite estreitar nossas relações.

O Marcelo, por exemplo, assistiu uma palestra do Sérgio Lopes e decidiu adicioná-lo no LinkedIn. Em vez de enviar apenas um convite com a mensagem padrão, ele escreveu uma mensagem mais pessoal para o Sérgio:

"Oi, Sérgio. Assisti uma palestra sua e gostei muito.

Se puder, me aceite na sua rede.

Marcelo Ferreira "

O Marcelo explicou em que contexto conheceu o Sérgio. Mesmo sendo possível enviar o convite apenas com uma mensagem padrão, saber utilizar os recursos da plataforma a nosso favor é o que torna o uso estratégico.

O curso [LinkedIn: Como fazer o seu perfil trabalhar para você](https://cursos.alura.com.br/course/linkedin) (<https://cursos.alura.com.br/course/linkedin>) nos ensina como aproximar de pessoas estratégicas e criar um positivo para futuras oportunidades.

Talvez com o passar do tempo, fique mais difícil manter relacionamentos estreitos com todas as pessoas adicionadas no seu perfil. Mas o importante é que seus contatos se lembrem quem é você e qual é a sua profissão. Vale destacar que a construção da marca pessoal é um processo contínuo, sem fórmulas e resultados imediatos.

Além do networking pelo LinkedIn, é possível aprofundar nossas relações usando o Facebook - ou outra rede que te conecte com pessoas do seu interesse. Outro fator que nos ajuda a conectar com as pessoas é a **frequência**.

Existem certos tipos de plataformas que podem nos ajudar a manter a compartilhar o conteúdo com maior frequência, uma delas é a [Hootsuite](https://hootsuite.com/pt/#) (<https://hootsuite.com/pt/#>).

A plataforma nos oferece vários recursos na sua versão gratuita. Eu já adicionei algumas contas, no caso, meus perfis no LinkedIn e no Twitter, mas temos a opção de adicionar outras redes sociais.

Vale ressaltar que as pessoas precisam se interessar pelo conteúdo compartilhado, se o nosso objetivo é aumentar a nossa relevância.

Outro ponto importante quando trabalhamos no fortalecimento da marca é o **planejamento**. Vimos anteriormente as três regras propostas por Gary Vaynerchuk:

- Domine um assunto;
- Descubra sua paixão,
- Escolha uma plataforma;

O Marcelo escolheu começar a escrever para um blog, ele precisa fazer um planejamento da periodicidade da produção do conteúdo ou sobre os temas que serão abordados.

No curso de [Marketing de Conteúdo: Uma introdução ao Marketing de valor](#)

(<https://cursos.alura.com.br/course/marketing-conteudo>), você poderá aprender mais sobre como criar um cronograma, como identificar um conteúdo de valor e a pesquisar novos assuntos.

A adoção dos três pontos citados (networking, frequência e planejamento) podem nos gerar muitas oportunidades. Mas é difícil especificar em quanto tempo os resultados surgirão.

O universo digital nos oferece muitas oportunidades, depende de nós compreender como estes recursos podem ser utilizados na estratégia de fortalecimento da nossa marca pessoal. Se o Marcelo quer ser reconhecido como um profissional de UX, ele pode compartilhar artigos que considera interessantes sobre o assunto no LinkedIn, colaborando desta forma com o compartilhamento de novas informações.

Devemos falar também sobre novas mídias. Atualmente, as redes sociais mais utilizadas são: LinkedIn, Facebook, Instagram e Youtube.

Caso você queira aprender mais sobre o Instagram, o curso [Instagram Marketing: promova seu perfil e conquiste mais audiência. \(https://cursos.alura.com.br/course/instagram-marketing\)](https://cursos.alura.com.br/course/instagram-marketing) ensina a aproveitá-lo de forma estratégica no fortalecimento da sua marca.

Outra plataforma é o Twitter, que pode ser usado no compartilhamento de artigos, interagir com outros usuários e conhecer a opinião das pessoas sobre determinados assuntos.

Além das mídias mais utilizadas, temos o Snapchat que começou a ser introduzido na estratégia de muitas pessoas e empresas. Trata-se de uma rede social de mensagens instantâneas para celulares e que pode ser usada para o envio de textos, fotos e vídeos. O Snapchat se diferencia por ter o conteúdo **temporário**, sendo deletado logo em seguida, se "autodestruiendo".

O **Periscope** é outra plataforma que tem se destacado, podendo ser acessado com a conta do Twitter ou com o número do celular. O Periscope nos permite fazer transmissões de vídeo ao vivo.

De acordo Gary Vaynerchuk, devemos ficar atentos também às novas redes sociais e plataformas que estão surgindo - assim como, conhecer as tecnologias e internet atuais. Ao conhecermos os principais recursos das mídias, podemos aprender a adaptar o conteúdo disponibilizado, além de aumentarmos as nossas chances de conquistar relevância. Experimente, veja qual plataforma melhor se adequa ao seu perfil e então, elabore a sua estratégia.