

 03

Para saber mais

Provavelmente Pedro já ouviu falar sobre branding e está pensando: mas eu sou uma pessoa e não uma empresa! Sim, mas lembre-se que, como freelancer, seu trabalho torna-se ainda mais personificado.

Ele passa a ter a sua cara. Quando falamos de branding falamos sobre juízo de valor, sobre reputação, o que pode ser completamente definitivo para a promoção de seus serviços. Como você quer ser notado por seus (futuros) clientes? Melhor do que ter um branding intencional é refletir e estruturar o seu.

Você não pode ter controle sobre tudo o que as pessoas pensarão sobre você, mas pode estar preparado e consciente para entregar a melhor versão de si mesmo.

Tente fazer a seguinte reflexão: e se você fosse uma marca? Marcas geralmente necessitam de um estudo de mercado, considerando necessidades, desejos e possibilidades de entrega. Para alcançar as respostas necessárias ajustadas ao seu contexto, é possível apelar para ferramentas do marketing, como a análise SWOT, fazendo um levantamento e cruzamento de suas forças, fraquezas, ameaças e oportunidades.

Para simplificar um pouco esse processo, selecionamos também algumas questões cruciais que podem ser definitivas para basear seu branding pessoal.

Que tal pensar sobre elas?

Você realmente ama o que faz? Sim, você precisa gostar daquilo que está entregando, é necessário ir um pouco além da grana.

E não estamos falando somente sobre gostar de ser seu próprio chefe e de poder trabalhar na hora que quiser, estamos nos referindo ao trabalho em si, às suas entregas. Você realmente acredita que o site que desenvolveu, a arte que criou ou o texto que produziu vão ajudar a impulsionar os negócios de seu cliente?

Esse é o principal combustível para seu branding decolar.