Tantos são os canais de comunicação, que por diversas vezes esquecemos de nos atentar à capacidade de sermos empreendedores na busca de nosso próprio sucesso.

Nem sempre um extenso currículo demonstra a certeza de que você está qualificado para um cargo. Às vezes, o profissional se preocupa tanto com as extensas folhas de qualificação que se esquece do marketing pessoal, e como sabemos, ele só acontece quando somos capazes de dar foco a nossos objetivos.

Com certeza, muitos já ouviram dizer:
- No papel, vale tudo! Mas, só o contato pessoal é que realmente faz a diferença!

Não adianta reunir uma boa formação acadêmica e uma ótima experiência profissional, se você não souber promover suas qualificações!
- Quem apenas convence, não retém qualidade!
Precisamos saber transformar nossas aptidões profissionais em um gráfico com constante visibilidade de crescimento.

Já que nesses novos tempos o que vale é a qualificação, a flexibilidade, os talentos, a performance, a criatividade e a capacidade de persuasão; precisamos transformar nossas atividades diárias em grandes resultados para a organização.

Quando estendemos demasiadamente nossas descrições profissionais, especificando muito mais que “entrelinhas”, não estamos dando oportunidade de expressarmos “pessoalmente” as atividades que exercemos em empresas anteriores.

- Vamos mudar isso?
Em relação às duas páginas só com descrição de suas qualificações, vamos transformar o “maçante”, em um estratégico resumo das atividades que já exerceu. Quando digo estratégico, estou falando de competitivo, ou seja, aquele resumo que contém todas suas qualificações, porém expressas de forma “consistente” e “objetiva”, o que desperta diante de todas essas informações: o típico currículo convidativo; aquele que incide questionamentos sobre o que se demonstrou “atrativo”, e não sobre o que se transpareceu “duvidoso” ou “ambíguo”.

Agindo dessa forma, está praticando o seu poder de objetividade, ou se preferir, de direcionamento do seu propósito! Não podemos esquecer que a sustentabilidade de uma organização depende inadvertidamente da forma como seu colaborador a representa. É evidente que em todo o contexto organizacional existem processos que facilitam este ambiente saudável, porém fica também muito claro que todas as ações que buscam um novo profissional caracterizam a procura por um colaborador que dissemine os valores da organização, bem como se caracterize como um agente facilitador dos processos internos.

Não podemos pensar na contratação do “mais um”; e para isso precisamos nos “perceber”. Nós podemos protagonizar nossa busca pelo sucesso, a partir do momento que buscamos alternativas; que conseguimos ter visões que visem rotas de vitória, mas que também tenham o poder de prever situações inesperadas. Os bons líderes são aqueles que, diante do próspero sucesso, oferecem além das grandes estratégias e dos excelentes resultados, a prevenção

constante em favor do não comodismo; que muitas vezes nos faz esquecer que qualquer que seja nossa colocação, ainda assim, remete-nos à necessidade de agregarmos valor diariamente aos nossos desafios, tanto quanto nossas conquistas.

Não sejamos meros números; já basta os inconcebíveis empresários que fazem do Processo de Seleção a idéia de somente “substituir um colaborador”.

- Afinal, substituir o quê?
Em primeiro lugar, a idéia de “substituir” é extremamente incoerente, visto que não devemos substituir colaboradores, e sim formar novos talentos.

Quem substitui apenas troca! Mas quem forma, diferencia!
Sendo assim, seja persuasivo no seu trato com o cliente; na forma de lidar com seus colegas de trabalho, e principalmente, seja um “vendedor de necessidades”. Não importa a área em que você atua; pois o que realmente reflete resultados positivos em sua organização se configura na constante atualização de todos os processos que fazem sua organização ser difusora de possibilidades. Não venda apenas o “produto” que lhe foi proposto; acrescente a ele o marketing da assistência ao seu cliente; a satisfação que entoa aquele sorriso e envolvimento daquilo que está expondo; o interesse por passar informações além das habituais, para que nenhuma dúvida pós-venda possa surgir.

Transforme as características prontas, em habilidades na atuação de negócios!

Se você trabalha na área de RH, venda novas idéias!
Se o que faz está relacionado à Limpeza e Conservação, venda a assiduidade, o cuidado com aquele patrimônio!
Se trabalha na área financeira, não faça apenas o convencional, ou seja, não fique o tempo inteiro somando as despesas do final do mês, mas procure melhores alternativas e apresente-as a seu Diretor!
Se trabalha na Produção, não se atenha apenas a produzir uma peça, mas proponha atividades que possam otimizar o tempo!

Se somente os números pudessem responder pela nossa realidade, não seríamos consumidores convencidos pelo respeito com que somos tratados, ou pela idoneidade da empresa que procuramos, através da oferta de um produto. Se somos exigentes com a qualidade daquilo que pretendemos ter como nosso, devemos parar para refletir sobre os diferenciais que devemos ter para sermos “colaboradores de alvo no mercado”.

- Quem disse que as estratégias para se manter competitivo só precisam ser preocupações das organizações?

A competitividade já não é assunto discutido apenas em reuniões empresariais, pelo contrário, é um termo presente na vida do ser humano, em qualquer campo de sua vida, pois tudo o que mantivermos na “mesmice” deixa de auferir conquistas duradouras.

Nossas habilidades em negociações; em lidar com situações que exijam criatividade,

conhecimento dos nossos concorrentes para criação de novas estratégias e aproveitamento de todas as oportunidades oferecidas, nos colocam no lugar de “colaboradores potenciais do mercado”, enquanto aqueles que são adeptos da simples execução de tarefas representam os famosos colaboradores que apenas querem “manter” seus empregos.

Ninguém mantém seus trabalhos com atividades análogas; visto que a sua organização depende das mais diferentes competências que cada um de nós podemos lhe oferecer. Imaginem se déssemos ao despautério de batermos cartões de ponto todos os dias, sem sequer nos preocuparmos com as necessidades de quem nos deu oportunidades de crescimento. Com certeza, seríamos aqueles profissionais de peso igual a uma pluma; fundamentados na idéia tão remota, da simples obrigação.

Desenvolva suas competências, procurando se especializar no quesito “atitude”. A partir daí, sua gana pelo aprendizado, pela criação de possibilidades, será algo tão palpável, que a arte de executar suas tarefas diárias será substituída pela maestria de desenvolver novas estratégias.