

“A dificuldade do *Networking* no Gerenciamento da Carreira do Profissional de Marketing”

Está se tornando um verdadeiro desafio, para a maioria dos executivos de marketing, reconhecer que um dos principais pilares de suas carreiras depende de quão eficiente é a administração da sua rede de relacionamentos, ou melhor, de seu *network*.

Essa habilidade tão simples e, ao mesmo tempo, tão complexa, vem sendo exigida cada vez mais daqueles que necessitam dela para a sua sobrevivência no mundo corporativo - aqueles que optaram por seguir a carreira corporativa.

Face às exigências da função e do ambiente sob pressão em que se encontra a maioria desses executivos, estes, quase sempre, não dispensam a energia e o tempo necessários para construir e manter uma rede de contatos profissionais. Afinal de contas, não têm tempo!

Essa desculpa já não justifica a falta de cuidados com a carreira.

Criar grandes campanhas publicitárias, desenvolver estratégias vencedoras de comunicação com seu público-alvo, conquistar prêmios internacionais, dentre outros feitos, não são o suficiente para garantir a empregabilidade dos executivos de marketing.

O profissional deve, sobretudo, saber que a sua exposição no mercado é fato indispensável para que seja conhecido e reconhecido pelos sucessos alcançados. É o *networking* a ferramenta com que o executivo deveria se preocupar para garantir sua sobrevivência.

Para tanto, deve saber distinguir o contato amigo, aquele com quem tomamos um chope no final de semana, do contato profissional, ou seja, o contato que na maioria das vezes não conhecemos e fomos apresentados por outro profissional anteriormente (por isso o termo *rede*). O objetivo desse contato será o de aproveitar aquele momento para a troca de informações onde, um leva informações relevantes e, ao mesmo tempo, recebe outras tantas que irão mantê-lo, além de tudo, bem informado sobre outros segmentos de mercado. Ao mesmo tempo, fará com que seu interlocutor conheça suas histórias de sucesso. É um processo simultâneo de troca e exposição.

Por outro lado, o contato de *networking* não deve se restringir apenas ao círculo do mercado em que o profissional se encontra naquele momento. Ele deve se expandir na rede, abrindo oportunidades de relacionamento noutros círculos profissionais. O executivo de marketing de uma corporação deveria se expor também junto às mídias e

fornecedores de produtos e serviços da sua empresa, ou seja, num nível anterior e posterior ao mercado em que atua. É exatamente essa expansão que irá fortalecer sua exposição e, conseqüentemente, sua empregabilidade.

Mas, a pergunta que fica é: como o profissional deve construir uma rede que, ao mesmo tempo seja eficiente e permita que ele continue administrando seus compromissos com a função que exerce no momento?

Poderíamos citar algumas alternativas bastante factíveis, mas uma delas tem sido a que mais recomendo quando sou solicitado sobre o assunto em meus contatos diários: reserve um almoço por semana para se encontrar com um profissional que nunca tenha visto, mas que tenha sido apresentado por outro profissional. Isso, sem dúvida, não é algo tão simples, pois vai exigir muita pesquisa sobre quais mercados acessar e, conseqüentemente, quais executivos contatar que poderão lhe ajudar a acessar esses mercados. Você deve reservar tempo para essas atividades: pesquisa de mercado, lista de empresas alvo e de principais contatos e, ainda se preparar para conduzir a reunião, uma vez que é você quem a solicita. Lembre-se: é uma troca.

Após o contato feito, você deve manter o vínculo, para assegurar solidez na rede. Se você não cria um vínculo no primeiro encontro, dificilmente irá conseguir se relacionar com o profissional ao longo de sua carreira.

Os assuntos discutidos, os planos individuais conversados, existem muitas oportunidades de criar o vínculo. Por exemplo, um plano de iniciar um curso de MBA de seu contato pode ser o motivo de enviar um e-mail, após 4 ou 5 meses, perguntando a este se já iniciou o curso, se está gostando, e assim por diante.

Posso garantir que, após 12 meses, se você mantiver o vínculo com apenas metade desses contatos, sua rede será extremamente poderosa, atraindo oportunidades de novos empregos, criando novas fontes de informações, novas alternativas de investimentos em novas competências, atraindo mais contatos, expandindo a sua rede, num círculo vicioso e extremamente produtivo.

Saiba que o *networking* é uma atividade que deve ser exercida por qualquer profissional, qualquer que tenha sido a carreira escolhida: mundo corporativo, atividade da consultoria, o empreendedorismo, a carreira acadêmica, dentre outras. Porém, no mundo corporativo, como dito anteriormente, o *networking* é um dos principais pilares de sustentação de um executivo de marketing.