



SCHWARTZ CONSULTORIA DE MARKETING

# MARKETING DE CELEBRIDADE

*Por Hertha Schwartz*

**5 DICAS PARA DAR UM UP NA SUA  
IMAGEM E TE AJUDAR NA CONQUISTA  
DA FAMA!**



@HERTHASCHWARTZ

# CELEBRITY MARKETING



Pessoas exigentes que somos, temos o hábito de classificar. Fato. Esta classificação nem sempre é apropriada, mas segue alguns parâmetros já estabelecidos na sociedade. Um deles é: **ALGUMAS PESSOAS “VALEM MAIS” QUE AS OUTRAS POR SEREM MAIS CONHECIDAS.** Na verdade, não é que elas sejam mais talentosas ou que desempenhem seu trabalho de melhor maneira que algum desconhecido... **elas são simplesmente mais famosas e, por este motivo, seus nomes passam a valer mais no mercado.**

**CONHEÇA ALGUMAS SUGESTÕES DE AÇÕES E MANEIRAS SOBRE COMO UM PROFISSIONAL DA COMUNICAÇÃO PODE TE AJUDAR NA MISSÃO DA BUSCA PELO SUCESSO:**

## **1** Aparições em programas de TV.

É! Sabemos que a forma de nos comunicarmos vem mudando ao longo da evolução da internet e tecnologia em geral, mas a boa e velha “caixa” – apesar de agora mais fininha, é verdade – continua chancelando e ditando algumas regras e o melhor: conferindo alguns minutos de fama.

Ou você banca seu próprio programa de TV (algumas emissoras disponibilizam espaços em suas grades) ou então você pode contar com um bom profissional de RP (Relações Públicas) para conseguir uma entrevista como convidado em algum programa específico. Os jornais locais rotineiramente têm esses espaços. Pode ser uma ótima oportunidade para aparecer na telinha. E não se esqueça das dicas de media training, onde o profissional irá te dar todos os macetes sobre como se portar durante a entrevista, o que vestir, como gesticular...lembre-se: TV é imagem!

## 2 Solte sua voz no RÁDIO!

Calma! Não é necessariamente para você sair cantando e os males espantando, mas adotar uma postura amigável, extrovertida e engraçada (tudo na dose certa, claro) é uma boa estratégia. Quebre a monotonia e dê aos ouvintes e aos produtores algo inusitado, algo que possa ser classificado como sua marca. É escritor? Pode fazer sorteio do seu livro sim, mas faça de forma diferente: com certeza a ação chamará mais atenção de algo estiver agregado ao valor. Exemplo: aquele livro sobre auto ajuda? Sorteie junto o “espelho mágico”, onde o contemplado terá a honra de ver, todos os dias, a pessoa mais importante do mundo!

---

## 3 Escreva um LIVRO.

Plantar uma árvore e ter um filho podem ficar para depois. Um livro pode, aos olhos dos outros, te conferir expertise e um certo toque de celebridade instantânea. A ótima notícia é que, se você não é muito de escrever mas tem as ideias, pode contratar um ghost-writer (uma espécie de “escritor fantasma”), você precisaria apenas passar a temáticas, contar os fatos e deixar o resto com ele. Mais uma vez peço calma: aqui não existe nem certo nem errado – eticamente falando – mas maneiras de buscar o status de celebridade, ok? Um outro profissional da área de comunicação que também pode te auxiliar é o jornalista. Ah! E outra: livros não precisam ser intermináveis. Escrever dicas da sua área de atuação ou outros assuntos os quais você domine é um bom começo... e hoje em dia podemos lançá-lo em formato de e-book (não onerando despesas com editoras/etc). Mas sim... se puder ter seu próprio livro impresso, pontos a favor! Quem também está nessa missão é o ilustrador, diagramador e/ou designer.

# 4 ARTIGOS. Escreva-os.

Manja dos textos? Escreve bem, sobre assuntos interessantes e o pessoal se identifica? Então vamos enviar os textos para os lugares certos! Veículos impressos sempre tem um espaço reservado para a opinião do leitor, vide as revistas. Neste caso, são textos opinativos curtos, mas você pode fazê-lo de forma interessante e acabar sendo lido por milhares de pessoas em todo o país. Jornais impressos também são ótimas oportunidades de escrever para um público mais geolocalizado - os moradores do mesmo estado que você. Já as colunas por vezes são abertas ao leitor, basta você caprichar e quem sabe será publicado!

Na Internet, as portas se abrem exponencialmente. Muitos sites e portais aceitam colaboradores como colunistas. Produção de conteúdo inteligente e relevante é sempre bem vindo! E não esquece de enviar o texto ao amigo jornalista para ele dar aquele crivo, tá joia?

# 5 Utilize as MÍDIAS SOCIAIS. Tenha um SITE.

Diante de tantas opções de mídias sociais, é de fundamental importância saber onde está o seu público alvo - as pessoas que te interessam enquanto networking e para quem você deseja ser visto como alguém diferenciado. É importante fazer uso da "netiqueta" - conjunto de boas maneiras e de bom senso que permeiam a comunicação na internet. Um exemplo clássico é: em textos de e-mail ou bate papo, se você usa O TEXTO EM CAPS LOCK, VOCÊ ESTÁ GRITANDO! Além disso, existem clicks específicos para que as fotos fiquem mais agradáveis e profissionais, como utilizar a iluminação correta, o "truque da mão relaxada", a inclinação da cabeça...

Já em relação a ter seu próprio site, as questões são outras: deve-se colocar suas áreas de expertise, bem como informações de contato, portfolio, depoimento de clientes - se possível. E por favor: tenha o seu próprio domínio .com.br ou .com.

Um complemento bacana e estratégico é manter seu próprio blog (desde que consiga manter o ritmo de postagens), pois ele pode te ajudar de forma orgânica nas ferramentas de pesquisa através do SEO, portanto, escreva sobre temas de interesse das pessoas identificadas como público alvo.

# PARECE COMPLICADO?



Se você acha que são muitas questões para se preocupar, **FOQUE NO QUE É BOM E DELEGUE O RESTO!**

A SCHWARTZ Consultoria de Marketing disponibiliza serviços de criação de postagens, artigos, vídeos para Instagram, assessoria para contratação de domínio e hospedagem, criação de website, criação de identidade visual... enfim: **uma gama de facilidades para que você FOQUE APENAS EM BRILHAR.**

**Afinal de contas, as  
pessoas precisam  
de modelos em  
quem se inspirar!**

A autora:

**Hertha Schwartz** é Especialista em Comunicação Empresarial e MBA em Marketing. Experiência em Encantamento do Cliente na Disney University - (Orlando) e no The Merrion Hotel - Dublin (Irlanda). Business Coach e Analista Comportamental.

