

SITES

› ANERH renova presença na web

A Associação Nacional de Empresas de Recursos Humanos (ANERH) tem já 'on-line' a versão renovada do seu 'site'. Mais informativo, funcional, sugestivo e interativo, o espaço na Internet da associação empresarial liderada por Rodrigo Ferreira aposta no serviço às instituições suas associadas, que podem agora colocar diretamente em <http://www.anerh.pt/> as respetivas ofertas de emprego, formação, consultoria e 'outsourcing'.



› Site do Grupo Egor distinguido

O 'site' do Grupo Egor, criado pela empresa Fullsix, foi galardoado com um prémio «Bronze», na categoria de «Serviços», no âmbito dos «Prémios de Publicidade Sapo». O 'site' renovado está disponível desde fevereiro do ano passado, em <http://www.egor.pt/>, tendo na altura a Direção de Marketing e Comunicação do grupo referido que o objetivo era «dar maior visibilidade às diversas áreas de negócio», isto num «grupo com um leque de serviços multidisciplina



na vertente de consultoria de recursos humanos» e que acaba de completar 25 anos.

› Nova imagem na FIND

Assinalando a passagem do sexto aniversário e num ano de crescimento e consolidação da sua atividade, a FIND renovou no final do ano passado a imagem do respetivo 'site', que continua a poder ser acedido em <http://www.find.pt/>. Esta empresa de recrutamento e seleção especializada na área jurídica, criada por Filipa Mendes Pinto e Maria Brito de Goes em Lisboa, aproveitou também a oportunidade para lançar a 'newsletter' «find us».



› Profissionais de 'customer service'



A AproCS – Associação de Profissionais de Customer Service, com presença na 'web' em <http://www.aprocs.org/>, tem como objetivo

apoiar o desenvolvimento de quem trabalha no setor e, simultaneamente, responder às necessidades reais de formação das empresas contratantes. Dispõe de um modelo de certificação de profissionais que apresenta uma aplicabilidade transversal a todas as áreas de negócio.

Textos: Mário Sul de Andrade

PERSONAL BRANDING

› A arte de falar em público, ou a regra número cinco



Maria Duarte Bello, Directora Geral da MDB – Coaching e Gestão de Imagem maria.duarte.bello@sapo.pt

Qual é o segredo dos bons comunicadores? Têm um talento especial ou um grau elevado de educação? São dotados de carisma?

Não é tarefa fácil falar em frente de um público e sujeitar-se às mais variadas observações. A boca seca, a voz alterada e ofegante, muitas vezes rouca. As sensações de palpitações, dores de barriga, transpiração, mãos trémulas ou de tal modo apertadas que até os nós ficam brancos. Acrescente-se as conhecidas falhas de memória, mais popularizadas por «brancas». Tudo problemas que podem comprometer a eficácia comunicativa.

Na lista das piores coisas que podem acontecer a uma pessoa surge o medo de falar em público. Mesmo à frente do medo da morte. É o que atestam os resultados dos inquéritos sobre motivações e medos das pessoas.

Falar em público é algo que põe quase todas as pessoas nervosas. Mesmo aquelas que o fazem frequentemente. Os oradores preocupam-se com a possibilidade de fazerem figuras ridículas, de se atrapalharem, de se esquecerem do que iam dizer, enfim, com uma infinidade de pequenas coisas. Porque sabem que esta arte é fundamental para cativar e influenciar os outros.

Deve ter-se em conta três princípios: falar suficientemente alto para ser ouvido, claro para ser entendido e pouco para ser aplaudido.

A forma como falamos em público provoca um impacto no modo como nos vêem e influencia a auto-confiança. Pode até impulsionar ou condicionar uma carreira. Porque, qualquer que seja o contexto, conseguir à-vontade para se dirigir a um público e convencê-lo é sinal de credibilidade.

A capacidade de falar eficazmente é uma poderosa ferramenta para o sucesso profissional. Falar com êxito numa empresa, numa conferência, em televisão, numa reunião interna ou até num almoço é conseguir expor ideias e ser compreendido. É cativar a audiência, mantendo vivo o interesse. Não esqueçamos que temos dois tipos de público: o interno constituído pela nossa equipa ou pelos colaboradores da organização; e o externo, todos os que nos ouvem em circunstâncias diversas.

Podemos treinar esta arte começando por ter em conta três princípios: falar suficientemente alto para ser ouvido, claro para ser entendido e pouco para ser aplaudido. Dominar a arte de falar em público é a regra número cinco para construir a marca pessoal. ©

› A autora não segue o novo acordo ortográfico para a língua portuguesa.