

<<自造不凡>>

图书基本信息

书名：<<自造不凡>>

13位ISBN编号：9787111183501

10位ISBN编号：7111183509

出版时间：2006-1

出版时间：机械工业

作者：李玉萍

页数：141

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<自造不凡>>

内容概要

企业靠什么留住核心员工？
靠什么让员工忠诚？
如何将企业与员工的价值观结合起来？
.....本书从另一个角度告诉你：在企业这个舞台上，要打造优秀的产品品牌，更要创建不凡的员工品牌。

“人人皆品牌”，以品牌之心驱动企业运转，就能让价值达到和谐统一。

“铁打的职位，流水的人才”已经成为当今激烈竞争的职场环境的真实写照，人们每天都面临着人才竞争带来的机会和威胁，因此有了个人品牌的人才，才能在职场中成为“不倒翁”。品牌意识、认知价值、企业忠诚度和强有力的品牌个性是人才竞争中必不可少的利器。

个人品牌是需要职业生涯中逐渐培养和积累起来的。

本书详细介绍了创建和提升职场个人品牌的方法和要点，能帮助职场人士建立强大的个人品牌，走上职业成功之路。

<<自造不凡>>

作者简介

李玉萍，品牌营销管理专家、职业品牌专家，中国CME签约讲师、北京某大学客座教授、中国官方品牌认证机构客座教授，普大企业顾问有限公司总经理，国内多家企业营销及公关顾问，多家知名网站特聘专家、专栏作家、多家期刊特约撰稿人。

国内最早提出个人品牌理论及实际操作方法的专家，并有效地推出多个成功案例。
欢迎交流：liyuping@liyuping.com。

<<自造不凡>>

书籍目录

序 造就品牌员工前言 你可以自造不凡 第一部分 品牌的力量第一章 为何需要个人品牌 “攻心”：最具杀伤力的竞争 个人品牌：职场最核心的竞争 打造职场品牌，把自己“卖”到天价 没有品牌，容易受伤第二章 当你是品牌的时候 认识个人品牌 个人品牌是个人象征 个人品牌意味着与众不同 个人品牌代表了承诺 有品牌，有优势 第二部分 重塑自我：建立个人品牌第三章 挖掘自我——“我是谁？” 如何认识真实的“我” 360度了解别人心目中的“你” 界定你的核心特征 使你的价值与特征结合起来第四章 明确目标——我要得到什么 有目标，有将来。你必须知道自己要得到什么 设定目标的永恒法则第五章 清晰核心价值——我将成为什么？ 核心价值——品牌之魂 核心价值反映真实的你 建立受欢迎的核心价值 为价值观，“有所为，有所不为” 第六章 品牌宣言——策划你的品牌 定位：一切行为之前提 因为什么接受你 “三合一” 策划强势品牌 差异化：最强势的手段 创造成就品牌第七章 包装你的品牌形象 这个社会需要包装 包装就是让人以“貌”取你 穿与品牌形象一致的衣服 优雅的举止：感染你的“顾客” 个人简历：传达你的基本信息 个人标识：将你浓缩在里面 个人口号：你的品牌精髓 个人办公用品：你的商务“门面” 有魅力的声音：你的第二张“面孔” 包装的最高境界：无“痕”包装 包装不是个人品牌 第三部分 超越自我：提升个人品牌第八章 传播你的品牌 眼球就是“钱”(前景) 传播：增加你的价值 个人品牌的传播途径 1+1>2 品牌推广，有效才是硬道理第九章 管理你的品牌 一致性等于持久 以你的品牌“承诺”为目标 谨守你的核心“承诺” 变与不变 品牌“保鲜”法——每天改进第十章 保护你的品牌 品牌需要投入 保护有方，姚明升值 与“李鬼”较量 没有保护，大品牌也无奈 品牌保护之道：全部通“杀” 第十一章 经营个人品牌的四点忠告 品牌需要时间的沉淀 打造品牌就是制造“影响” 好品牌好品质 任何“细节”都会影响你的品牌 坚持核心价值(信念)——品牌成功的第一法则 树立职场品牌第一要点——忠诚 别给品牌打“水”

<<自造不凡>>

章节摘录

书摘商场如是战场，从群豪并起到第一轮的新洗牌，功能饮料业居然只用了寥寥数月，实在令人感叹这块蛋糕的巨大所导致的竞争残酷与激烈。

2004年初，专家就预测功能性饮料市场将会呈排浪似的增长；到年底，业内权威人士又根据长期的数据跟踪统计宣称，“盘点2004功能饮料市场，估计‘脉动’将以7亿左右的市场份额位列第一，而‘他+她一、激活的市场份额也都在3亿左右，至此功能性饮料行业已成鼎足之势。

”这就是市场!为赢得“消费者之心”，企业极尽各自本事，抢城掠寨，差异再差异，细分再细分，瞩目再瞩目。

麦当劳是消费者最喜爱的品牌之一，2004年其品牌价值达到250亿美元。

尽管有人说麦当劳是现代的“垃圾”食品，但这一切并不能挡住去者的脚步。

麦当劳之所以历经百年仍风雨不倒，其窍门在于不断地“经营消费者的心”。

从进门开始，你就会被店内精心布置的气氛所吸引，迎接你的是热情的招呼 and 笑脸。

体贴而超值的全套菜单让人一目了然，合适的柜台高度、营业员专业的互动口语、考虑周到的洗手设备、定期推出的不同的垫餐纸、与小朋友互动的游戏、玩具以及口味始终如一的食物……看到麦当劳操作手册的人会更为惊讶，他们是如此体贴消费者的“心”，甚至对吸管、面包孔都有非常详细的规定：吸管：粗细当能用母乳般的速度将饮料送入口中，顾客感觉最好；面包：气孔直径为5毫米左右，厚度为17厘米时放在嘴中咀嚼的味道才是最好的；可乐：温度恒定在4℃时，口味最佳；牛肉饼：重量在45克时其边际效益达到最大值；柜台：高度在92厘米时绝大多数顾客在掏钱付账取食品时最感方便；等待时间：不要让顾客在柜台边等候30秒以上，这是人与人对话时产生焦虑的临界点。

此外，麦当劳对薯条的宽度、炸的时间，室内温度，甚至连一张抹布擦桌子能擦几次要翻面都规定得清清楚楚。

P5

<<自造不凡>>

媒体关注与评论

书评用品牌塑造来驱动员工忠实于个人品牌，忠实于自己的事业，比任何说教的方式都更为有效。

——杨昕洪 广东省企业家协会副会长、通电集团董事长、总经理 个人品牌将成为无懈可击的力量深远地影响周围每个人。

《自造不凡 创建和提升职场个人品牌的方法》很好地诠释了这种力量的产生，是不可多得的一本好书。

——杨利 中国保健协会副秘书长、海王集团海洋科技发展公司董事总经理 21世纪是只有个人品牌成功才能事业成功的时代，本书能让你掌握个人品牌打造这一最为有效的行销和创业工具。

——殷惠林 《中国品牌》杂志总编辑、知名品牌专家 这是一个品牌决定价值的时代，职场如战场，得与失，成与败，常常取决于个人品牌的打造，而《自造不凡创建和提升职场个人品牌的方法》将指引你走向一个不凡的职场人生。

——杨道远 中铁快运股份有限公司广州分公司总经理 “思维决定高度，品牌成就未来”。

《自造不凡：创建和提升职场个人品牌的方法》将装备你的思想，影响你的将来。

——刘登清 中尘华资在评估公司常务副总裁兼首席评估师、管理学博士 中国企业迫切需要高素质的职业经理人，职业经理人需要学习如何成功打造强势个人品牌。

相信《自造不凡创建和提升职场个人品牌的方法》能够帮你做到。

——李海龙 著名品牌教练、品牌接触点传播模式创立人

<<自造不凡>>

编辑推荐

企业靠什么留住核心员工？

靠什么让员工忠诚？

如何将企业与员工的价值观结合起来？

.....本书从另一个角度告诉你：在企业这个舞台上，要打造优秀的产品品牌，更要创建不凡的员工品牌。

“人人皆品牌”，以品牌之心驱动企业运转，就能让价值达到和谐统一。

“铁打的职位，流水的人才”已经成为当今激烈竞争的职场环境的真实写照，人们每天都面临着人才竞争带来的机会和威胁，因此有了个人品牌的人才，才能在职场中成为“不倒翁”。

品牌意识、认知价值、企业忠诚度和强有力的品牌个性是人才竞争中必不可少的利器。

个人品牌是需要职业生涯中逐渐培养和积累起来的。

本书详细介绍了创建和提升职场个人品牌的方法和要点，能帮助职场人士建立强大的个人品牌，走上职业成功之路。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>