

<<打造个人品牌>>

图书基本信息

书名：<<打造个人品牌>>

13位ISBN编号：9787501790852

10位ISBN编号：750179085X

出版时间：2009-3

出版时间：中国经济出版社

作者：郑启明

页数：172

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>

<<打造个人品牌>>

前言

你是否一边整日整夜地埋头苦干，一边又不甘心地问：我这一辈子是不是就这样度过了？

你是否觉得自己的专业能力很强、业务水平很高，但不知为什么总是得不到重用？

你是否觉得自己付出了很多，却总不能像各行各业的大亨们那样得到丰厚的回报？

你又是是否觉得自己人品很好，但在处理人际关系方面却不能像其他人那样如鱼得水？

你是否看到周围的朋友可以随心所欲地在理想的公司间游走，而自己却要担心雇主不给你发年终奖？

推究困惑产生的缘由，无他，唯个人品牌而已。

只要你建立了自己的个人品牌，以上种种困惑就会迎刃而解。

全球最著名的管理学大师之一汤姆·彼得斯曾经指出：“21世纪的工作生存法则，就是建立个人品牌

。”他又进一步指出，进入21世纪，一个人的事业已经从从事一份工作，追求一种职业，发展到建立个人品牌。

有了个人品牌就相当于有了笑傲职场的资本，获得了无法复制的竞争优势。

可口可乐公司总裁曾经这样说过：如果有一天早上醒来，可口可乐被大火烧得一干二净，但是仅凭“可口可乐”这四个字，一切都可以马上重新开始！

他为什么敢说这样的豪言壮语，就是因为可口可乐作为世界级的品牌，有着其他饮料公司无法复制的竞争优势，据说它的配方至今除了持有人家族之外无人知晓。

这就是品牌的力量！

品牌其实早已在不知不觉中走入我们的生活。

作为消费者的你，在吃烤鸭的时候，为什么宁愿走更多的路、花更多的钱、排更长的队去吃“全聚德”？

你也许自己都说不清其中的缘由，这就是品牌的魔力。

<<打造个人品牌>>

内容概要

“ 21世纪的生存法则，就是建立个人品牌。

”一个人只有拥有了自己的个人品牌才能更好地在社会立足，才能取得更加辉煌的成绩。

本书不仅介绍了打造个人品牌的必要性和可行性，而且还详细介绍了创建和提升个人品牌的方法和要点，成就个人品牌过程中会遇到的困难及解决方案，以帮助那些不满足于现状、想进一步提高人生质量或准备独立开创自己事业的人士；发现并发掘存在于自己身上的独特气质和潜能，设计出能体现自己价值、天赋和爱好的个人品牌，使自己在激烈的市场竞争中脱颖而出。

此外，本书还对一些最为典型的案例进行了深入的分析，阐述了那些成功人士通过塑造个人品牌提升自己知名度的经验做法，以便为你打造独一无二的个人品牌提供有益的借鉴。

<<打造个人品牌>>

书籍目录

前言第一章 别拿个人品牌不当回事 你是否有怀才不遇的哀叹 这个年代有能力就行吗 为什么你总是受到伤害 人们为什么喜欢买品牌商品 有没有个人品牌是不一样的 打造个人品牌是时代的必然 人人都能建立自己的个人品牌 周立太从普通农民到著名律师的转变第二章 个人品牌的独特魅力 个人品牌是你笑傲职场的资本 个人品牌是你超额获利的无形资产 个人品牌是职场人士的一座金矿 个人品牌是你职业生涯的加速器 个人品牌是你无法复制的职场优势 个人品牌可使你成为公司的形象人物 有了个人品牌,许多事情变得容易了 姚明为什么会有过亿美元的身价第三章 打造个人品牌离不开自身修炼 有欲望有目标才会有个人品牌 诚信永远是天下第一品牌 用人格魅力铸就不倒品牌 你必须确实擅长某件事情 积极进取成为职场精英 不可代替性是个人品牌的保证 陈安之成名之路第四章 对个人品牌进行包装与宣传 你的价值永远是被认知了的价值 包装自己可产生放大镜式的影响 建立自己独特的品牌个性形象 有魅力的声音是你的第二张“面孔” 选择恰当的时机为自己吹喇叭 “别人的嘴”是最好的广告牌 广结善缘,建立完善的关系网 不要使你的声音在业界沉寂 个人品牌推介的其他有效工具 余世维为何能在短时间内迅速走红 贝克汉姆的金字招牌第五章 对个人品牌的具体实施 个人品牌起点:定位你的“卖点” 认识并利用个人品牌发展周期 提高个人品牌知名度的策略 差异化:最强势的塑造手段 积累个人故事,增加神秘效果 不放过任何一个营销自己的机会 乔·吉拉德:适合自己的品牌定位 鲍勃·霍普的个人营销第六章 如何全面打造个人品牌 保持一致性个人品牌才能持久 使个人品牌在市场中增值 你的名字也可以成为品牌 不断说话,不断说话算话 在坚持不懈中树立个人品牌 学习新知提升自我品牌 满足雇主的个性需要 马磊:以促销增加品牌价值 郎咸平迅速崛起之道第七章 个人品牌的维护与延伸 个人品牌并非一劳永逸 自己不该出的名不要出 不要在品牌延伸中迷失自我 1%的污点也会摧毁你的招牌 个人品牌历久弥新之道 个人品牌不是十项全能 记住常移的树永远长不大 定期检验自己的个人品牌 用心为客户创造超额价值 了解个人品牌的常见误区 李宁:从奥运冠军到身价16亿元的成功商人 刘德华个人品牌长盛不衰之谜

<<打造个人品牌>>

章节摘录

第一章 别拿个人品牌不当回事 你是否有怀才不遇的哀叹 2006年9月，一名在美国读艺术史的海归人士在清华大学的BBS上发帖叙述了自己惨遭“贬值”的经历。

他在帖子中说，回国后，自己用了半年多的时间也没能找到合适的工作，就临时找了一份跟一群大中专生一样的工作——电话营销。

他说本来想着先挣点钱，然后有了合适的再跳槽，但是他觉得这种做法让父母很是失望。他发出去的帖子很快就得到了不少网友的回答，他们感伤这个年代高学历贬值速度会如此之快！与这位海归人士有着相同遭遇的人并不鲜见。

当时，《新闻周刊》中文版也报道过一位名叫陈杰的海归留学生找工作遇到的重重阻力。6年前他从深圳赴英国攻读建筑专业的硕士学位，学成归国后，没想到找工作会四处碰壁，最后，父亲托关系才在深圳一家建筑公司找到了一份设计助理的工作，看着每月可怜的薪水，陈杰有些沮丧：父母送自己出国留学的费十年八年也偿还不了了！

如果你觉得这些仅仅是特殊的案例，说明不了问题，那么当年中央电视台与智联招聘网进行的一项调查就更能说明问题的普遍性了。

该调查表明，遍布北京、上海、广州等大城市的106家受调查企业，只有37家表示在年龄、薪资等条件相同的情况下优先录用“海归”人士，有20家企业明确表示不会优先录用有海归背景的人士。

在现代职场中，有很多优秀、出色、有才能的人因不被重用而抱怨上司对自己有偏见，因工作努力却得不到认可而感到惆怅，因升迁机会与自己无缘而感到郁闷……反思一下自己为什么没有这样的好运气？

只是因为你没有自己的个人品牌，所以你的价值不会得到认可。

现在职场环境和以前完全不一样了，以前“默默耕耘的老黄牛”常常是人们学习的对象，也有很多被提拔的机会，而在人才辈出、竞争日益激烈的社会大环境下，机会一般不会青睐默默无闻的人，即便你有着超众的才华也只能是埋藏在地下的宝石，人们无法看到你的光芒，自然就感觉不到你的存在。

林先生是一家建材跨国公司的销售员，他在这个岗位上已经工作了八个年头，积累了丰富的实践经验，也有着很强的理论水平，而且工作态度上勤勤恳恳、任劳任怨，但是他性格内敛老实、为人谦虚低调，不善于表现自己，也不喜欢跟别人一样争名夺位，领导对他的印象不是很深刻，自然得不到肯定和提拔，他的身价仍然是八年前的样子——普普通通的建材销售员。

谦虚是一种美德，但是应分场合，在需要表现自己的场合，过于谦虚反而会给人留下缺乏自信的印象，这又怎能让人相信你的能力呢？

现今社会，如果你是千里马，一味等着伯乐来发现你和推荐你，你就很难有出人头地之日。

所谓千里马常有而伯乐不常有，如果没有伯乐，就可能不会有千里马的奔腾。

在以前，如果没有庞统的推荐，就不会有诸葛亮的出山；没有徐悲鸿的举荐，就没有齐白石的成名；没有梅克夫人，也就不会有柴可夫斯基……这些智者如果生活在现今社会岂不是一种悲哀？

是金子早晚都会发光的观念是不利于个人品牌的建立的，要让金子发光不能总是依赖那些炼金者，而要靠金子自己的努力。

因为炼金者会有因眼力或锻造力不强发现不了你的时候，只有你自己最清楚自己的能力，只有你敢于表现自己，让别人认识到你的价值，你才有可能找到机会。

正如微软副总裁李开复在《致中国学生的一封信》中所提醒的：“不论你做了怎样优秀的工作，不会表达，无法让更多的人去理解和分享，那就几乎等于白做。

要想在现代企业获得成功，就要抓住机会，展现自己。

在领导或同事面前要善于表现自己的优点，有了研究成果或技术创新要通过各种途径与人分享，只有善于展示自己的人，才能在工作中获得真正的机会。

”这个年代有能力就行吗在我们走出校门、步入社会找工作时，经常会遇到这样的情况，当你递上花费大量心血精心制作的简历、满怀激情地作自我介绍时，得到的可能只是几句形式上的提问或者冷漠的表情，你也许为自己的才华不能得到赏识而感到惋惜。

想一想为什么你滔滔不绝地自我推荐不能打动面试官的心呢？

<<打造个人品牌>>

在职场上，常常会遇到这样的人：他们不仅精通专业技术，而且忠诚敬业、全力以赴地工作并且勇于承担责任，也不要求什么荣誉，对公司是否给他们足够的承认和奖励也毫不在意，他们相信埋头苦干定有出头之日。

这种职业精神是可佳的，但是不幸的是，这些能力突出、乐于奉献的员工在公司遭遇困境时往往首当其冲地被炒鱿鱼。

为此，你不得不开始寻找新的工作岗位。

在你找工作的时候，看到招聘信息上写着“能力突出者待遇从优”，心里很是高兴，你凭借几年的工作经验，很有底气地告诉老板自己是多么的能干，过去的业绩多么的优秀，但是老板就是不买账，只能另寻他路。

即便在下家你很幸运地被录用了，老板也可能会对你所说的工作能力半信半疑，不会按照招聘信息上说的给你很高的薪水。

这一切都是因为什么？

为什么你的能力不能得到社会的承认？

因为公司负责招聘的人员只能通过标志性的言行、性格、荣誉、业绩等这些个人品牌信息来认识你，不管你的能力有多强，多么的吃苦耐劳，如果没有自己的个人品牌，别人就不知道你到底做过什么，能做什么，做得怎样，也没有人知道你到底有多重要，这注定你无法在他们心目中占据重要位置，而被当做平庸之辈来看待，甚至你还会有被高速发展的社会边缘化的可能。

个人品牌意识薄弱可能与人们受到的传统教育观念有关。

父辈、老师一般都会语重心长地教育我们不要爱出风头，卖弄自己，是金子总会发光的。

所以，能力强、学习第一就会得到家长和老师的表扬和奖励。

步入社会后才发现并不是那么回事，假如人家没“听说”过你的大名，你连展示自己能力的机会都没有。

相反，如果你建立起了良好的个人品牌，把自己推向市场，得到更多人的了解和认可，你自然而然地会被赋予更多的发展机会，无须再辛辛苦苦地找工作了。

著名品牌专家王耀辉举例说，你如果在IBM做过经理，有不错的业绩，在业界树立了你的信誉，建立了自己的品牌，那么你还可能去做惠普的经理，去做摩托罗拉的经理等。

例如，陈永正原先是摩托罗拉大中国区的总裁，后来去微软大中国区做了总裁，尽管他没有在微软工作的经历，但他在业界有很好的品牌，所以能够在全球500强企业中得到认可。

所以，仅有能力是不行的，关键是你的能力要得到社会的认可，而打造个人品牌就是使个人能力社会化的过程，就是将发光的金子推向市场被更多的人认知的过程，也是告别那种埋头苦干定有出头之日的陈旧想法、抛弃以往只顾提高业务水平忽视形象、包装与沟通的过程。

为什么你总是受到伤害如果你是一位刚刚走出大学校园、步入社会的毕业生，在职场上遭遇一两次伤害没有什么大不了的，人总是需要在挫折中成长进步，但是如果你已经在职场打拼多年，还总是容易受到伤害而打抱不平的话，那你就有必要建立自己的职场品牌了，竞争残酷的职场不会同情也不会相信眼泪，它只青睐那些有品牌优势的人。

王焕妮是毕业于某著名高校、在职场打拼多年的广告设计人员，由于这一行业竞争较为激烈，毕业后没能找到理想的单位，一直在为几家并不起眼的小公司打工。

其实，王焕妮在广告设计方面还是挺有天赋的，她有着自己独特的见解，但是她的见解一直被公司里不怎么懂设计的上司视为另类。

她认为很有市场的设计方案总是被拒绝采纳，没能遇见伯乐的她只能空有满腔抱负却无法施展。

最近，她在招聘网站上得知国内一家有名的大型广告公司在招聘广告设计人员，这家公司曾经为国内许多家知名企业策划过广告，并取得了很好的经济效益。

她又发现自己与招聘信息上所要求的各项条件都相符，王焕妮很是惊喜，心想自己终于有了用武之地，于是满怀信心地前去面试。

在经过几轮筛选之后，只剩下了她和另外两名候选人。

在进行最后一轮的面试筛选时，这家公司的高管人员全部到场，可见公司对这次招聘会的重视程度。

在谈到广告创意时，王焕妮侃侃而谈，面试官对她的见解频频点头表示赞同，王焕妮见此很是兴奋，

<<打造个人品牌>>

心想终于遇到了赏识自己才华的伯乐，可以在广阔的舞台上大显身手了。

但是过了半个月，她并没有得到那家公司的录用通知，有点失望的她向公司打电话询问，客服人员才客气地通知她明天到公司面谈。

第二天，她来到公司，接待她的人事部经理告诉他，公司对她的学识以及对广告行业的见解很是欣赏，但是经过公司全体高管人员的协商，还是对她有保留意见。

王焕妮很是不解，不甘心与这次机会失之交臂，就问为什么要对她持保留意见。

这位人事部经理告诉她说：“根据你在以前公司的表现，公司对你是否适合担任这一职位还不确定。”

王焕妮感到很是失落，一次绝好的机会就这样从自己身边划过，但她始终没有明白自己没有被录用的真正原因。

后来，王焕妮遇到了一位在外资企业人事部工作的以前同事，她就把自己面试失利的事实跟这位同事讲了一遍。

王焕妮的同事恰好认识那位最后胜出的面试者，公司最终决定录用他，可能就是因为比较善于营造自己的品牌优势。

大学毕业之后，他就把自己定位在乳制品行业广告设计高手上，他所进行的一切努力都是围绕这一目标展开的：增加自己的学识，同时扩大在这一行业的交际圈子，还积极参加业内人士举办的各种规模的聚会，交流感想，这样在这一领域保持了自己的声音，有了一定的知名度。

其实这位被录用者在广告设计行业的能力并不比王焕妮高到哪里去，有些地方还不如王焕妮，但是他已经有了一定的名气，这样公司对他过去的表现有了更深入的了解，这就是他无可替代的优势，所以容易被公司录用。

<<打造个人品牌>>

编辑推荐

这是一个个人品牌迅速崛起的时代，也是个人品牌作用彰显的时代。

个人品牌作为安身立命的根本，不仅决定着个人事业成功与否，而且还决定着一个人的成就大小。

《打造个人品牌》不仅介绍了打造个人品牌的必要性和可行性，而且还详细介绍了创建和提升个人品牌的方法和要点，成就个人品牌过程中会遇到的困难及解决方案，帮助那些不满足于现状、想进一步提高人生质量的人士设计出体现自己价值、天赋和爱好的个人品牌，使自己在激烈的市场竞争中脱颖而出。

在信息爆炸的时代，注意力资源正成为一种稀缺资源，正是这种资源的稀缺，使个人品牌成为了一种新的发展趋势。

社会埋没人才是可悲的，但我们首先不要被自己埋没。

而要在社会中长袖善舞、脱颖而出，最重要的是尽快打造自己的个人品牌。个人品牌是一个人最为宝贵的无形资产，其价值是无法估量的。

一个人具有良好个人品牌，不仅可以获得职位优势，而且还可以拥有讨价还价的资本。

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>