

<<把自己做成品牌>>

图书基本信息

书名：<<把自己做成品牌>>

13位ISBN编号：9787800878428

10位ISBN编号：7800878422

出版时间：2005-8

出版时间：中国发展出版社

作者：杨艾祥

页数：220

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>

<<把自己做成品牌>>

内容概要

你有个人品牌吗？

一提起你，你的朋友、同事、老板可以迅速地用一句话或一种深刻的印象来形容你吗？

你想像唐骏、任正非、张朝阳他们那样有名又有钱吗？

那么快些塑造你的个人品牌吧！

比尔·盖茨、史蒂夫·鲍尔墨、唐骏、任正非、李宁……都已经起跑了，你还在犹豫什么呢？

在品牌时代，个人品牌已经成为无法复制的职场优势。

美国管理学家汤姆·彼得斯指出：“21世纪的工作生存法则，就是建立个人品牌。

”本书以作者近年采访知名企业家取得一手经典案例材料，深刻地剖析了国内外知名人士个人品牌建立的得与失，旨在提供给职业人和职业经理最真实的个人品牌塑造的经验和方案。

<<把自己做成品牌>>

作者简介

杨艾祥，注册人力资源管理师，中国第一批研究人力资源的专职记者。
曾任《TEAM magazine》编辑部副主任现为《21世纪人才报·大学周刊》副主编。
致力于企业人和企业团队的成长与命运的研究。

<<把自己做成品牌>>

书籍目录

第1章 对个人品牌的调查：为什么你在别人心中变了样 1.1 知道你是谁 1.2 你的品牌有问题吗 案例 唐骏：锻造价值4亿元的金字招牌第2章 对个人品牌的定位：我要么最优秀要么最适合 2.1 职业定位：兴趣比天才更重要 2.2 个人品牌定位：做专家还是多面手 2.3 个人品牌个性：你就做你的惟一 2.4 个人品牌定位的11种方法 2.5 个人品牌定位的目的：提高你的影响力 案例 刀郎：沙哑的声音为什么那样红第3章 对个人品牌的包装：从VI到MI包装自己 3.1 个人品牌的识别架构：内外统一、别具一格 3.2 视觉形象的包装：让人清晰地记住你 3.3 职业理念：个人品牌的内涵 3.4 个人品牌的传播：选择恰当的时机为自己吹喇叭 案例1 任正非：欲擒故纵选就高贵个人品牌 案例2 张朝阳：做秀不仅仅为了出风头第4章 对个人品牌的实施：兑现你个人品牌的承诺 4.1 成为理想的雇员和下属 4.2 管理自己，成为职场精英 4.3 实现品牌承诺：不断地“说话”，不断地“说话算数” 案例 周立太：名字凭什么值1000万第5章 对个人品牌的调整：以变制变适应社会 5.1 个人品牌为什么要调整 5.2 你需要重塑个人品牌吗 5.3 个人品牌扩展：追求终生的就业能力 5.4 个人品牌的升华：从职业到事业的转型 案例 龙永图：从首席谈判代表到亚洲论坛秘书长第6章 对个人品牌的延伸：让自己品牌下增值 6.1 个人品牌的理性延伸和实施策略 6.2 制定个人品牌资产目标：实现你的梦想 6.3 个人品牌的作用：机会与增值 案例 李宁：从奥运冠军到16亿身价的成功商人第7章 对个人品牌的维护：学会做自己的公关人 7.1 个人品牌的生命周期：做长寿的老鹰 7.2 个人品牌的危机管理：把困难转化为垫脚石 案例 黄宏生：危机时刻革命自己的命

<<把自己做成品牌>>

媒体关注与评论

如果打造个人的职业品牌，并不是一个很新的话题。

但是系统地、完整地阐述与论证的文章却不多见。

杨艾祥先生的这部书稿，案例翔实而且很具代表性，论述也很系统。

相信处于事业发展阶段的年轻职业人，会有不少启发与帮助。

——《21世纪人才报》总编辑 黎和生 个人职业品牌建立于职场、更准确地说是建立于职场人际关系。

有多少认可或者重视你，你就拥有多大程度的职业竞争优势。

——前程无忧《人力资本》月刊执行主编 孙虹钢 本书通过代表性的案例，系统论述了个人品牌如何成就身体地位，是本有启迪性的书。

——博客风董事长兼CEO 方兴东 杨艾祥用他的品质和行动塑造了他谦虚谨慎、热情敬业的个人品牌。

他用1年时间写就的本书告诉我们该如何塑造自己的个人品牌。

我向所有渴望成功的职业人推荐本书，它一定能帮助你成就自己的身体和地位。

——华旗资讯企划总监 刘之强 个人和企业一样，都会有犯错误或失败的时候，而一个具有良好品牌形象的人往往能顺利地走出困境，在成功中更成功。

本书就是教你如何树立自己的良好品牌形象。

——北京文华立顺顾问公司媒介总监 樊华

<<把自己做成品牌>>

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>