第一图书网, tushu007.com

<<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

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。
个人品牌是需要在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。

第一图书网, tushu007.com

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。

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 ”

章节摘录

书摘商场如是战场，从群豪并起到第一轮的重新洗牌，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和笑脸。
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°C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

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

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。
个人品牌是需要在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