

<<我即品牌>>

图书基本信息

书名：<<我即品牌>>

13位ISBN编号：9787301226926

10位ISBN编号：7301226926

出版时间：2013-7-1

出版时间：北京大学出版社

作者：李洁明

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>

<<我即品牌>>

内容概要

本书旨在探讨在社会化媒体背景下，如何打造个人品牌，如何提高个人影响力。

表述上，采用对话式，引导并启发读者思考，以期获得情感共鸣。

内容上，按照“思想—梦想—规划—行动”的逻辑顺序展开，融合了管理学、心理学、社会学、成功学等知识，并以品牌咨询的作业方式进行论述。

行文时，先理论再案例分析，既有对古人的故事解构，又有对今人的事实印证。

读者阅读本书，既能学习到打造个人品牌的路径与方法，还可以从中感受到一股正能量。

作者简介

李洁明，个人品牌管理专家，锐赞品牌创始人，龙玺策略合伙人，炎黄商学院董事，中国县域特色经济研究会秘书长。

多年管理咨询经验，专注于企业品牌咨询和员工心灵管理，思想独到，极具创新精神。

曾服务过北京电视台、安徽电视台、建业集团、一汽集团、粤电集团、华电集团、大唐国际、大庆市政府、首发集团等数十家单位的品牌与文化咨询项目。

<<我即品牌>>

书籍目录

第一部分 个人品牌崛起第一章 新经济的时代背景网络科技的驱动“我”时代的要求社会对英雄的呼唤自由、平等、幸福的选择案例：避开个人品牌的误区第二章 人力资源的发展趋势人力资源现状分析个人品牌成就职场最强音价值交换方式精彩的项目历练案例：个人品牌在酒店业的应用第二部分 内建品牌根基第三章 成功到底是什么解读成功成功的特性成功者的特质创富原动力成功三要素案例：彭清一的激情与梦想第四章 个人品牌定位一切由心出发秀出你的梦想定位应恰如其分案例：胡葆森，中原一颗明星第五章 人生规划黄金环听从使命的召唤设立愿景，预见你的未来恪守始终如一的价值观念转化为行动目标案例：李嘉诚的内圣外王之道第六章 创建个人品牌品牌现状调查品牌调研方法品牌调研内容——四面定量SWOT分析工具品牌定位——一体定性品牌宣言——大声说出来品牌口号——传播价值主张品牌策略——彰显与众不同品牌营销——重在脱颖而出案例：奥巴马的总统之路第三部分 外塑品牌形象第七章 个人品牌识别个人品牌识别系统个人品牌命名拥有自己的专属商标让名片成为你的移动广告建造健康的自我形象设计完美的外在形象案例：姚明的品牌涅槃第八章 个人品牌营销人即产品，人品决定产品积极投身于目标市场寻找市场引爆点，制造流行打开记忆之锁，让自己更有名气案例：张朝阳的无我人生第九章 个人品牌传播多种多样的传播形式跟上社会化媒体的变革趋势开启微博抢占话语权利用博客演绎人生故事常在论坛、沙龙等活动上亮相经营人脉关系，扩大口碑效应学会公共演讲，推开财富之门案例：Lady Gaga，百变天后的惊世骇俗第十章 个人品牌维护与延伸个人品牌的生命周期维护个人品牌，确保形成核心竞争力延伸个人品牌，打造全价值链个人品牌危机管理案例：李静，从娱乐到商业的“静”距离第四部分 放飞品牌梦想第十一章 创业圆梦创业者，中国的经济脊梁企业家是高调还是低调企业家打造个人品牌的时候到了天生就是企业家案例：行者王石，一直在路上

后记

一年多来，边做项目边码字，终于把书写完了。

我知道这本书仍很粗陋，很多问题仅仅是泛泛而谈，远没有阐述深透。

但是，我依然可以预见，此书一旦投放市场，必将产生很多争议和非议，我期待这本书有点声响。

投石问路，这是我抛出的第二块砖头。

为什么这么讲，且听我说说创业历程：2010年10月10日，锐赞公司成立，创业团队举杯庆祝。

创业两年多来，我们不断调整公司的发展战略。

我常常思考锐赞的未来在哪里，商业模式是什么？

一开始，我们定位于品牌管理，但是大的业务我们没有资格去竞争，只能做一些外围项目。

机缘巧合，我在参与建业品牌提升项目的过程中，意识到个人品牌将成为新一轮的社会热点，于是，决定沉下心来展开对个人品牌的探索。

当我们把公司战略调整为个人品牌方向的时候，一切便开始豁然开朗。

未来向我们走来。

2012年5月，锐赞旗下品牌——锐铭网上线，面向高端客户提供专业的名片创意设计和精细印刷。

如何让客户找到我，如何变被动为主动？

我在思考营销路径，锐铭网便是我们撬动市场的第一块敲门砖。

名片虽小，但大有文章，我们凭借锐铭网顺利实现了与客户的第一次亲密接触，当信任建立起来后，我们开始植入品牌设计、品牌咨询等后续服务。

重点突破，以点带面，锐铭网将沿着名片管理这一分支深耕下去。

把《我即品牌》当成第二块砖是基于这样的考虑，创业初期，需要引爆创始人的影响力，从而把社会上的各种资源吸引进来，壮大公司的实力，推进公司的发展。

2013年，锐赞将完成转身动作，在这一年里，我们将规划上线一个网站，这个网站是以项目为核心架设起人与人之间的关系，它既是个人品牌的宣传媒体，又是个人价值转化的项目平台。

2014年，我们继续深化个人品牌的服务内容，将围绕“梦想、创业”打造一档电视节目，旨在影响有梦想的人。

至此，四块精心锻造的砖头将夯实锐赞公司的事业格局。

创业以来，我们一直坚持“不贪多、不贪大”的发展思路，踏实做好每件事，扎实走好每一步，此时，慢就是快。

有定向才会有定力，未来的我将扎根于文化创意产业，用十年之功铸就一个属于社会的文化家园。

我明白，锐赞迟早要进入资本市场，它属于社会。

因此，我很清楚自己的身份只是职业经理人，我自始至终都会以职业经理人的标准来要求自己。

我这么说，这么做，是希望把锐赞的事业做大，它是锐赞同仁的共同事业，是由喜欢锐赞、欣赏锐赞文化的人托举起来的。

“乐天敢先，守正行远”，这是锐赞的核心价值观，也是我们吸纳人才、选择客户的衡量标准。

说了这么多，是希望读者能以宽容的眼光看待这么书，容许它的种种不完美。

给我成长的时间，相信我会继续探寻下去。

锐赞是一个有责任感的公司，我们会不断尝试，不断走向卓越，相信我们会给大家创造很多新奇的产品与真诚的服务。

最后，以感恩之心，感谢艾老的鼓励，我会沿着品牌之路狂奔下去；感谢李宗颐老师，是您教会了我如何做人做事，怀念曾经一起创业的点点滴滴；感谢张海良教授、黄琦博士的亲身教诲，是你们把我带进了品牌的殿堂；感谢马冠骅、邢晓兰、付立红、张洪兴、卓士尧、林盘耸、刘结成、范红等老师的指导，是你们让我在项目历练中得到了成长；感谢郭宏智、于旭阳、赵爱元、刘宝峰、李建民、李洪亮等合作伙伴的支持，锐赞的发展离不开你们的鼎力相助。

此书的完稿，离不开团队的配合，在此一一谢过。

感谢你，我的读者，如有共鸣或疑惑，请发邮件至：stry100@gmail.com，或登录新浪微博@李洁明先生留言。

李洁明2013年3月

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>