

<<你就是品牌>>

图书基本信息

书名：<<你就是品牌>>

13位ISBN编号：9787509511398

10位ISBN编号：7509511399

出版时间：2010-1

出版时间：中国财经

作者：凯瑟琳·卡普塔

页数：202

译者：张仕航

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>

<<你就是品牌>>

前言

无论是进入某一领域还是在特定的领域内生存，要想成功地成为《财富》500强公司的员工（或成为当今任何公司的雇员），你都需要仔细、精心地打造自我品牌。

成功也需要一剂良药——我们通常说的“运气”，它是由事件、时间、行动及其他无限的组合构成的。

尽管按照本书的一些诠释人们可以通过自己的努力在生活中得到更多的机会，但幸运并不是我们可以期预的东西。

本书是引领你在职场或者任何你所追求的领域内取得成功的有力指导。

你将从他们成功的自我营销策略中获得启发，洞悉他们在各方面取得成功的秘密和潜规则。

你会发现成熟商业品牌发展的规则和战略也适用于个人事业的开拓和个人潜能的开发。

简而言之，你即是品牌！

顶级的演员、政客和运动员一直以来都在运用品牌规则与策略来创造明星效应。

如今，聪明的专家、商界人士以及企业家也在运用自我品牌来使他们更加成功。

如果你去研究一下这些成功的企业家、著名的商界人士、政客、表演艺术家以及类似人物的生活，你就会发现单纯的刻苦努力或幸运都不能成就他们。

并且，他们的成功是一个自我意识的过程，是一个成功运用品牌战略的过程，经常伴随着顾问、教练以及其他良师益友的协助。

<<你就是品牌>>

内容概要

不论你从事什么工作，如果你将自己打造成品牌，那么你就会拥有更大的价值。

拥有了个人品牌，你在工作中就会让利益相关者（你的老板、客户、团队成员等）充分认识到你的价值，并因此获得更多的晋升、加薪的机会，同时也会使自己更加有信心。别人会更加容易记住你，你的工作也就更容易开展。

如果你不主动将自己树立成一个品牌，那么别人也会这样做，但这个品牌不是你想要的。

本书作者是一位营销专家，曾多年与营销大师艾-里斯（Al Ries）共事。

在本书中，作者将建立个人品牌看成是一种个人发展的战略，借助营销学中的原理，通过大量的实例和练习，向读者展示了打造个人品牌的详细过程。

对于那些希望更好地设计自己的职业生涯的人来说，本书是难得的指南。

<<你就是品牌>>

作者简介

凯瑟琳·卡普塔 (Catherine Kaputa) 是一位个人品牌与职业生涯导师、演讲家和作家。她是NBC、MSNBC、《华尔街日报》(The Wall Street Journal)、《今日美国》(USA Today)、《粉红色》杂志(Pink Magazine)的特约嘉宾,还是Tom Peters.com网站的“好朋友”(Cool Friend)。她曾为英特尔公司、UBS、Boehringer Ingelheim公司和美国西北大学做演讲。凯瑟琳创办了SelfBrand公司(www.selfbrand.com),在2009年出版了其最新著作Female Brand, Using the Female Mindset to Succeed in Business。

<<你就是品牌>>

书籍目录

前言致谢第1章 掌控你的自我品牌 找到你的“大想法” 平衡品牌力量 掌控自己的品牌 为梦想而生活 采取树立自我品牌的心态 打破依赖的习惯 掌控自我品牌，否则其他人也会这么做 树立自我品牌会对你有所帮助吗？

现在就采取行动第2章 求异思维，成为不一样的品牌 把自己打成一个杰出的品牌 树立一个不同的品牌承诺 问“为什么”、“如果”、“如何” 从假设开始 SWOT分析 充分利用SWOT分析的结果 选择一个“敌人” 找到不同的想法第3章 寻找你与市场机会契合的最佳时机 追随直觉 找寻闪光点 长远考虑 发掘隐性资源 以动制动 独辟蹊径 简历戏剧化 成果列表 营造认可 使面试更精彩 换位思考，赢得主动 聪明的思考第4章 品牌策略，打造成功 制定自身战略 从不同角度思考 真实自我 钻研大品牌 巧用战略，成就未来第5章 利用视觉识别的规律 创建一个有力的自我品牌包装 包装自己 抓住头两秒 留下一个好的第一印象 强调不同点 控制你内在的魔力 你的个人识别表达了什么？

创造视觉刺激 让你的服装说话 发出视觉线索 干什么像什么 调整自己，与公司整体上保持一致 投身于改变面貌 不要看上去完美 不要忽视你的发型 拥有一个商标 设计自己的视觉识别第6章 熟谙符号与标识的力量，设计并铭记品牌识别 深究非文字工具 为图标价值而努力 构思区别 使用一个图形化的符号 向强有力的图案发起进军 让标识彰显你的战略 给感知添点味道 拥有一个标识色 包装你的商务文件 让他们为你的名片叫好 利用互联网 创造品牌体验环境 考虑品牌环境 考虑做广告 为一个焦点品牌识别而努力第7章 发挥名字、签名和短语在传达信息时的作用 创造智力资本 速记头脑风暴中的想法 命名 审视你的名字 深谙名字蕴藏的期望值 取一个有品牌价值的名字 避免名字大众化的通病 看看你的标签 加上一个头衔 拥有一个关键字 给你的想法起个名字 使它具有黏性 培植一个更好的名字 使用你自己的名字 引爆一个创意 找到诱人的名字 包装名字 创造自我品牌的剪辑 讲故事 为你的想法起名 向大师们学习：第8章

学会有效演讲，而不只是陈述事实 说一些有趣的事情 会议 从演员身上找灵感 轻松自然地讲话 展现你最好的素材 放慢语速，注意停顿 寻找属于你自己的声音 简化幻灯片 占领舞台 不要让海量的数据麻木听众 举例 向优秀的演讲者学习 练习再练习 精彩的背景故事 形成风格 提升你的观点 品牌第9章 建立人际关系网络 随时随地发展人际网 为了学习而广交朋友 经营你的人际关系网 选择适合的社交场所 互动 结交各式各样的朋友 善用但不要滥用人际关系

进入核心社交圈第10章 全身心地投入到你的目标市场中 市场 谁是你的第一目标 将公司的管理者看成你的市场 提供你的竞争者没有的东西 不要忽略“L元素” 第11章 让你更有名气 作别人能第一个想到的 研究品牌模型 借助名人效应 踏上好莱坞星光大道 商务知名度的选择 创造时尚 以低知名度策略起步 在房间中寻找自我空间 找一个你能掌控的领域 策略化地对待你的成名故事 展示你自己（优雅的） 给幸运留一个余地 掌握媒体 维护你的名誉第12章 制定无往不胜的行动计划 付诸行动 写下策略 保持一致 是时而动 不要怀疑 反击 做一个自我审核 创造一个新的品牌定位 勇于挑战不可能 随身携带履历表（Brag Book） 创造成功签约 创造可见价值 把适合你的放在第一位 记住是什么让你变得出色 做360度转弯 关注于你的优势和你真实的一面 为从A到B到C建立连接

<<你就是品牌>>

章节摘录

插图：第1章掌控你的自我品牌一切事在人为——威廉·莎士比亚《皆大欢喜》（1，1）品牌是软能量。

对当今的公司来说，最能体现公司价值的不是那些硬件——像砖头水泥一样坚硬的设备和存货，而是那些“软”的东西——品牌及公司的声誉、创新能力和知识财富、客户关系和商业联盟。

无论你喜欢与否，品牌和其他“软”的东西每天都在影响着我们，因为它们影响着我们对一些事情的感受。

很少有人是经过对市场上不同品牌的产品进行仔细研究和优点的比较之后才决定去买哪一个的。

没有人会毫无目的地进行一次可乐的15味品尝然后选择一个最好的进行购买。

即使是买更贵重的商品（通常也是要经过再三考虑的），比如说汽车或笔记本电脑，我们会比较一下硬件，比如产品的特征和性能，但是让我们最终做决定的还是“软”的东西，比如品牌呈现给我们的东西。

对人来说也是一样。

取得成功最关键的东西不是硬件和可以量化的东西，比如教育背景、经验和工作职位。

真正的动力来源于你对自己“软件”的调整——战略和战术、形象和视觉识别、声音识别、可见性和声誉，以及其他有关品牌的想法——所有有利于吸引别人注意你的东西。

你在事业上的成功和品牌的成功一样取决于别人如何看待你。

如果大家认为你是独一无二的商界王者，那么你就是。

如果大家认为你是一个二流的选手，那么你就是（除非你改变他们的看法）。

实际上是什么并不重要，大家的看法才是事实。

在别人的头脑中留下一个积极的印象是树立自我品牌的工作之一。

过去可能是“你能做这份工作吗？”但是现在，你能做到的很多人也同样能做到。

因此这个事情势必要涉及更多东西。

总之，树立品牌是一个制定和执行战略的过程。

目标是在一个复杂多变、竞争激烈的商业环境中提供更多有助于成功的东西（做真正的自己以及享受这个过程）。

本书将告诉你如何发掘“软件”——你的自我品牌力量——并把它成功地运用到事业和生活中去。

找到你的“大想法”你是你自己最重要的财富。

一方面，你是你自己唯一的财富；另一方面，你让你自己这个财富最大化的能力是你成功的唯一也是最重要的因素。

这也是为什么自我品牌的树立如此重要的原因。

对人们来说，树立品牌也就是取得更大的成功，可能体现在金钱、名誉、自信或一切对你来说重要的评判标准上。

但是我还是一直强调要成为你真正想成为的人，也就是成为真正的自己也是成功。

有效树立自我品牌的技巧就在于采取一种策略，可以实现职业和生活的目标，同时又不失真实的自己——让自己最大限度地两者之间取得平衡。

<<你就是品牌>>

媒体关注与评论

没有品牌的产品和服务日益受到全球性竞争的冲击，同样，自我品牌的树立对个人事业的长远发展也变得至关重要。

凯瑟琳·卡普塔通过本书为我们提供了在全球劳动力市场中的生存指南。

——格雷戈里·米勒（Gregory L. Miller），Sun信托银行首席经济学家在当今竞争激烈的全球化市场中，仅仅靠经验和刻苦的努力已不足以取得成功。

正如凯瑟琳·卡普塔所阐述的一样，个人的“软”技巧才是区分一个人优秀还是卓越的根本因素。

——迈克·詹姆斯（Mike James），Merrill公司金融服务部总裁

<<你就是品牌>>

编辑推荐

《你就是品牌!:成功打造个人品牌的战略》荣获Ben Franklin最佳职场发展图书奖《定位》一书作者艾·里斯 (Al Ries) 作序推荐

<<你就是品牌>>

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>