

<<个人品牌>>

图书基本信息

书名：<<个人品牌>>

13位ISBN编号：9787110061534

10位ISBN编号：7110061531

出版时间：2005-10

出版时间：科学普及出版社

作者：托马斯·盖德

页数：188

字数：177000

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>

<<个人品牌>>

内容概要

这本书的一部分内容就是教你如何与人沟通。

更重要的是帮你找到你赖以立足的是什么以及你的个人品牌编码。

正如你有一组决定你的生理和心理特征的DNA编码那样，你的个人品牌编码也决定了你的人生价值、个人品质以及你的雇员、朋友、生活伴侣和你的家庭等等面前所表现出来的一切。

二者的差异在于你对你的DNA无能为力，但你的品牌编码却能被调整和修改，以使你能和他人更好地沟通，再现一个真实的你。

本书以及其中的方法并不是关于如何改变个性的——也许只是些许的调整，但本书的宗旨在于对古老的人性的追求：了解你自己！

本书的宗旨确定是要使你与众不同并且更自信。

为了提炼你的内在品格，发现并挖掘你身上的闪光点，用你所具有的综合的、明确的个性，像打磨钻石那样打造自己。

<<个人品牌>>

作者简介

作者：（英国）托马斯·盖德

<<个人品牌>>

书籍目录

致谢引言第1部分 发展个人品牌 第1章 个人品牌的基础 第2章 个人品牌方法第2部分 整合个人品牌 第3章 建立个人品牌——怎样发生变革 第4章 包装个人品牌——现在更好第3部分 推出个人品牌 第5章 赋予个人品牌以活力——建立记事本 第6章 个人品牌营销——该行动了第4部分 个人品牌的存在方式 第7章 工作中的个人品牌——职业的附属物 第8章 团队品牌——贡献你的力量 第9章 个人品牌领袖——身体力行 第10章 两性关系中的个人品牌——做更好的搭配第5部分 未来的个人品牌 第11章 个人品牌购买者——向市场发出适当的信号 第12章 真正的个人品牌——你是一种品牌类型

章节摘录

书摘怎样创建一个强势的个人品牌 一个强势的个人品牌的创建要经历以下两个步骤： · 与众不同

要做到大不相同是不容易的。

与众不同是许多细节的集合。

这些细节非常普通，但通常又非常微妙。

· 渲染。

也就是说，把小的差异不断扩大，直到它重要到足以在人们心目中留下深刻的印象而被人们所认识。

差异越小，你就越得渲染。

一个不同反响的人所能做的是别人做不了的事情，像Uri Geller那个时代，他似乎有一种超凡的力量能使勺子自行弯曲，而不用多加渲染就能成为一个强势的品牌。

我们中的大多数人没有这种与众不同的能力，我们必须大加渲染。

这是个问题吗？对我们中的大多数人来说，要渲染我们的那些小的差异是相当困难的。

如果我们太夸张的话，我们自己多半会感到局促不安。

听我们自己一遍又一遍地重复同样的、渲染过的故事，我们就会感到不舒服。

在这里，我们必须坚持。

就像大多数搞营销工作的人在客户厌倦之前早就厌倦了连篇累牍的品牌的广告攻势一样，正是因为对“相同”的厌倦才使我们中的大多数人改写出成功的故事。

但是，事实上，当你真的对自己的故事感到不舒服和厌倦时，它也就在其他人的脑海中消失了。

P22-24

<<个人品牌>>

媒体关注与评论

书评无论你走到哪里都要充满信心。
你必须出色，必须具有个人影响力。
了解你所代表的品牌，你将从其他人中脱颖而出。
打造卓越的个性生活！

编辑推荐

没有人会告诉你你是谁，除了你自己。

无论你走到哪里都要充满信心。

你必须出色，必须具有个人影响力。

本书分发展个人品牌、整合个人品牌、推出个人品牌、个人品牌的存在方式以及未来的个人品牌这五个部分，详细阐述了该如何创造强有力的个人品牌，帮助你打造卓越的个性生活！

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>