

## <<人生定位>>

### 图书基本信息

书名：<<人生定位>>

13位ISBN编号：9787111355588

10位ISBN编号：711135558X

出版时间：2011-9

出版时间：机械工业出版社

作者：（美）阿尔·里斯（Al Ries）,杰克·特劳特（Jack Trout）

页数：253

译者：何峻,王俊兰

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>

## &lt;&lt;人生定位&gt;&gt;

## 前言

再也不会会有什么大哥来照顾你了。

曾经，我们愿意把自己的一生都托付给某家大企业。企业也会培训你、栽培你，把你扶上通往顶峰的阶梯。在这个阶梯上你能爬多高，取决于你在工作上有多努力。生活就这么简单明了，人生尽在掌握之中。

只要不犯大错误，你就可以成功地工作到光荣退休。用不着过多地担心自己的事业，企业会打点你的一切。机会对所有员工一视同仁，谁工作最卖力，谁就能往上升。勤勉、耐心和忠诚是至高无上的职场美德。

可惜，这一切都已是明日黄花。

今天的世界，激烈竞争无所不在、企业重组和兼并已是司空见惯，再也不能依赖企业的照顾了，企业甚至连它自己能存在多久都不清楚。

你只能自己照顾自己。

新的时代已经来临，竞争的风暴席卷了整个商业界。

现在，企业的竞争范围是在全世界，任何错误都将导致惨痛的代价。

不仅如此，唯利是图者、绿票讹诈者粉墨登场，开始“重组”企业化的美国。

各家企业开始尽可能地缩减人事规模。

“精”与“简”成为当下最时髦的字眼。

面对企业接管或并购带来的不测风云，没有人能保证自己可以高枕无忧。

企业重组的狂潮或许可以稍加说明员工抑郁症的症结所在。

在最近的调查中，受访高管中有51%的人表示，自己的企业在过去的一两年里已经更换了高级管理层，重新安排了工作，就连那扇声名狼藉的旋转门(美国联邦政府)每四年也要旋转一次。

问题的底线在于：不能再指望企业来照料自己了。

当年的老大哥正在为自己生存下去而忙得焦头烂额。

今日世界，要想取得成功，你必须把自己看做一个产品，而不仅是一个员工。

你的事业要掌握在自己的手里，而不是听任那些友善的人力资源主管的摆布。

终身受聘于某家企业已经不再现实。

如今的大学毕业生在离开学校的头10年里，平均的跳槽次数达3次之多。

事实上，人们看不起一辈子只为一家企业工作的人，称他们只会“在一棵树上吊死”。

作为市场营销战略的专业研究人员，我们已经对这个跌宕起伏的时代做过观察、研究和描绘。对公司化美国的了解越深入，我们就越发意识到：传统上成功的关键因素今天已经不再适用。

更努力地工作、更坚定地相信自己、更积极地思维，单凭这些，都不能让你攀上成功的阶梯。实际上，成功根本不是某种你能自发产生的结果。

成功的关键是你能从别人那里获得什么。

本书的主题就是如何借助外力取得成功。

实际上，你必须走出去，去推销自己。

不过，首先要说明的是，这不是一本规划手册。

这里没有各种表格，没有心理方面的练习，也没有对未来热门行业的预测。

本书旨在让你别再一味地把重心放在自己身上。

我们认为，你必须面向外部世界敞开你的胸怀，你必须从自身因素之外去寻找成功的道路。

书中描绘了许多人物、场景、事件和创意，就是为了让找到成功所在。

失败者是那些只关注自己、认为成功的全部要素都在自己身上的人。

其实，成功就在他们的身边，他们需要的只是敞开胸怀、擦亮眼睛。

胜利者通过善用他人而获取自己的成功。

## <<人生定位>>

想要成功，你必须知道该看哪里、该找什么。  
祝君好运。

## <<人生定位>>

### 内容概要

本书是写给企业家的书，而《人生定位》就是写给年轻人的一本书。定位之父特劳特先生用轻松幽默的语言向读者讲述了通向成功的方法。更努力地工作、更坚定地相信自己、更积极地思维，并不能让你取得成功。

成功不是你能自发产生的结果,成功的关键是你能从别人那里获得什么。

人生中有7匹马，找到一匹好马，你的人生将会精彩纷呈。  
面临人生转折点时采取的态度——机会来了就要奋不顾身地抓住它。

## <<人生定位>>

### 作者简介

杰克·特劳特  
全球最顶尖的营销战略家，“定位”之父。

1969年提出商业中的“定位”观念，并在实战中不断开创与完善了定位理论。  
目前是特劳特全球伙伴公司（[www.troutandpartners.com](http://www.troutandpartners.com)）总裁，该公司是美国最负盛名的国际营销咨询公司之一，在全球26个国家设有分公司。  
他的作品有《定位》、《重新定位》、《商战》、《什么是战略》等畅销书。

## <<人生定位>>

### 书籍目录

特劳特致中国读者

总序

前言

第1章 你错了，诺曼·文森特先生

第2章 嘿，老爸，给我5000万美元

第3章 高风险赛马

第4章 中等风险赛马

第5章 低风险赛马

第6章 企业型赛马

第7章 产品型赛马

第8章 创意弄赛马

第9章 他人型赛马

第10章 伙伴型赛马

第11章 配偶型赛马

第12章 家放型赛马

第13章 更换赛马

第14章 没有第二幕

第15章 借品，还是借口

译者后记

附录

## <<人生定位>>

### 章节摘录

版权页：在花钱这个问题上，两人的想法一样。

马斯特普尔用崇拜的语气说：“约翰逊是唯一一个接受无限制预算并超出预算的人。

”标准品牌公司与规模大得多的纳贝斯克合并时，约翰逊坐上一把手的交椅，他把公共关系的工作交给马斯特普尔（秉性相近的人全面接手董事会，在公司合并的3年内，公司高级职位的24名职员中有21人来自标准品牌公司）。

接下来的合并是一次巨大的轰动。

纳贝斯克被规模大它很多的雷诺兹公司收购。

约翰逊做到公司的高层后，猜猜他聘请谁担任他的公关主管？

当然是迈克·马斯特普尔。

通过驾驭他人进入成功者的圈子可能比较容易，但同时也可能是一种最难以驾驭的方法。

丹·奎尔当然是依靠乔治·布什走向辉煌的。

但是作为坐骑的人，不同于动物的赛马，他内心有自己的利益，他不会盲目地载着你去你想去的地方，他们会去他们想去的地方。

所以，再次总统大选的时候，布什总统完全可以认为年轻的奎尔是他再次竞选的阻碍（就像尼克松差点被艾森豪威尔推翻一样）。

如果真是那样的话，奎尔将会顷刻间失去坐骑，被媒体评价为一个政治输家。

这将会是他政治前途的致命打击。

公司化的美国和世界大体就是这个样子。

如果你在哪方面成为阻碍，被你当成坐骑的那个人就会觉得你是可以牺牲的。

## &lt;&lt;人生定位&gt;&gt;

## 后记

你每天起早摸黑地工作，周末还会加班，就想在公司里出人头地，结果却眼睁睁地看着晋升机会落在你的同事身上，而且是一位从不加班甚至有时早退的同事。

你为此感到过愤怒吗？

从小到大，不断有人告诉我们，要充满自信、积极思考、设定目标，似乎这样就一定能够成功，你做到了但依然没有成功。

你为此感到过困惑吗？

如果是，你不妨看看这本书，以便一探究竟。

本书的两位作者里斯和特劳特是“定位”理论之父。

特劳特是美国特劳特咨询公司总裁，1969年，他在《定位：同质化时代的竞争之道》的论文里首次提出了商业中的“定位”概念，1972年以《定位时代》的论文开创了定位理论，1981年出版学术专著《定位》。

后来，他推出了定位论落定之作《重新定位》。

2001年，定位理论压倒菲利普·科特勒、迈克尔·波特，被美国营销协会评为“有史以来对美国营销影响最大的观念”。

在这本书里，作者将焦点从公司营销转向如何在人生中领先这一话题。

他们的提醒是：“更努力地工作、更坚定地相信自己、更积极地思维，单凭这些都不能让你攀上成功的阶梯。

”首先，作者对“自信和积极思维成功理论”的驳斥令人耳目一新。

他们认为，我们生来就具有一个CQ值和一个IQ值，即自信心商数和智力商数。

不管我们怎么努力，对于提高这两个商数都是毫无助益的。

当然，无论如何，只要有可能，我们就应该让自己更加自信。

不过，最好采取较为容易的方法。

让我们先取得成功，然后让成功提升自信。

其次，作者对于“通过努力工作而获得成功”这一被大家普遍接受的观点也有其独到的见解。

他们把人生比做一场赛马，如果你只知道埋头苦干，那么你一定是在骑着你自己。

而你就是一匹平庸、不愿合作、无法预知的马。

人们总想驾驭这匹马，却很少有人能够成功。

作者旁征博引，甚至不惜落下罗列之嫌，但其目的在于证明，成功根本不是某种你能自发产生的结果。

成功的关键是你能从别人那里获得什么。

在这个人人都很努力的社会里，不能只依靠你自己这一个资源，还要寻找各种“赛马”，借助外力来实现目标，取得成功。

这里的赛马既可以是公司、产品、创意，也可以是你的老板、朋友、配偶和家人。

所以，不管你在做什么，上大学也好，在公司上班也罢，你都应该睁大双眼。

当你发现那匹可以带你到达顶峰的赛马时，不要犹豫。

放弃你正在做的一切，跳上马背，你可能再也没有这样的机会了。

希望读者和我们一样，看完这本书后也会深受启发，然后把目光投射到自身之外，睁大双眼寻找我们可以驾驭的“赛马”。

本书的序言、第1~4章及第7~8章的翻译由何峻负责，其中序言及第1~3章的初稿由陈懿完成；第5~6章的翻译由孙冠华完成；第9~15章的翻译由王俊兰完成。

此外，在我们的翻译过程中，上海英硕文化传播有限公司在协调分工、进度控制等方面做了大量的统筹工作，在此表示感谢。

最后，由于译者水平有限、时间仓促，在翻译过程中难免出现差错，恳请读者批评指正。

译者 2011年8月5日





## <<人生定位>>

### 编辑推荐

《人生定位:特劳特教你营销自己》有史以来以地美国营销影响最在原观念。

特劳特思想正在以下组织或品牌中得到运用：王老吉6年超越可口可乐。

成为“中国饮料第一罐”。

东阿阿胶5年市值增长15倍。

从20亿元到300亿元。

劲霸男装、香飘飘奶茶、芙蓉王香烟、方太厨电、九阳豆浆机、乌江涪陵榨菜、会稽山绍兴酒、大长江集团（豪爵摩托）、立白集团、乡村基快餐、雅迪电动车……IBM成功转型。

重铸辉煌。

西南航空后来居上。

市值超美国航空业三强总和惠普、宝洁、汉堡王、美林、默克、雀巢、施乐、百事、宜家等《财富》500强企业。

“棒！

约翰”、莲花公司、泽西联合银行、Repsol石油、ECO饮用水。

七喜……

<<人生定位>>

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>