

<<个人品牌50>>

图书基本信息

书名：<<个人品牌50>>

13位ISBN编号：9787208052611

10位ISBN编号：7208052611

出版时间：2004-10

出版时间：上海世纪出版集团（上海人民出版社）

作者：汤姆·彼得斯

页数：175

字数：119000

译者：李英华

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>

前言

我们并不是在抨击呆伯特。
谁敢呢？
但我们的确相信工作可以很酷，工作可以很有意义。
——汤姆·彼得斯 我们今天所知道的工作——你的和我的——10年以后都会经历巨大的变革。
就是如此简单，也如此深远。
下面是原因 那些结实的联邦老兵还会记得，在1970年（并不是很久以前的事）卸载一整船的木材要108个工人花5天的时间。
而现在呢？
集装箱创造了奇迹：8个工人，一天。
打谷机发明以后，农场中发生了同样的变化。
叉式起重机发明以后配送中心也发生了同样的变化。
码头也是如此。
嘿，已经是新的千年了！
我们当中有90%以上的人——甚至是在所谓的“制造业”公司中——都做白领工作。
事实是：我们从未涉及过——或者甚至从未考虑过——白领工作效率。
从来没有。
直到今天…… 这是一个崭新的球类游戏。
白领革命开始了！
以前扫视码头的工作效率探照灯现在指向了会计“车间”。
我想我们应该对新的规则略知一二了吧。
革命涉及以下内容：信息系统、信息技术、企业资源策划系统、内部网络、知识资本管理方案、企业客户管理、网络、全球化、全球范围内的放开等等。
所有这些都将引发一场——绝不夸张——100，200，甚至500年不遇的革命。

<<个人品牌50>>

内容概要

在今天疯狂的互联世界中，你要么与众不同，要么与世长辞。
从普通“职员”到激情的“品牌人”；品牌人总会问：我是谁？

我想做什么？

品牌人炉火纯青！

总有重要的想法要表达，而且知道怎样表达；品牌人总是做有份量的工作；品牌人的工作总是值得别人投资；品牌人像发疯一样集中做项目；品牌人重视个人包装；品牌人善于“推销”，并且有出色的推销计划；品牌人精心挑选客户，拒绝不合适的客户；品牌人热衷于搭建关系；品牌人悉心呵护“诚信”的名声；品牌人是“创新疯子”，抓住每个学习新事物的机会。

品牌人很酷，品牌人很自信，如果你想从一个普通的“职员”变成一个富有魅力的“品牌人”，那这本书会教你品牌人该做的一切，他们的想法、他们的作风、他们的精神……每一项都充满着品牌人的自信与激情。

让你不禁感叹：品牌人--炫！

本书是汤姆·彼得斯系列著作中的一本。

作者认为，在新世纪里，传统的大公司白领职位都会消失，要面对这一转型，就得使每个人都成为“本人公司”，有自己的品牌、特色和关系网络。

为此，他在书中逐条列出了使自己成为“品牌人”的“改造计划”。

作者简介

汤姆·彼得斯 (Tom Peters) 曾获美国康奈尔大学土木工程学士及硕士学位, 斯坦福大学工商管理硕士和博士学位。
他曾任白宫药品滥用问题最高顾问、麦肯锡公司顾问, 目前他积极参与国际管理学会、世界生产力协会和国际客户服务协会等国际组织的研讨活动, 同时任汤姆·彼得斯

<<个人品牌50>>

书籍目录

1. 一切由你作主，忘记“其他人”。
- 这是你的生活
2. 你不得不这样！
- 白领革命最终来临
3. 应付“白领革命”的（我最好的）（我惟一的）办法：打造品牌个人
4. 从现在开始：采用这四项非常实用的“品牌人”评估方法中的某些做法
5. 别提“职务”，别提“任务”
6. 包装自己。
- 真理：你（我）需要包装。
7. 把自己看成一个公司。
8. 品牌人 / 我的公司关系到你看重什么东西。
9. 要成为“品牌人”需要具有各种特质和本领。
10. 做好玩商业游戏的准备好了吗？
11. 让别人清楚地知道你是谁。
12. 重新考虑职位头衔。
13. 你做的事等于你。
14. 送给想当品牌人的人一句话：拥抱真实世界的行动权术。
15. 点石成金（VCJ=主动承担不爽的工作 [Volunteer for Crummy Jobs]) .16. 学会白手起家。
17. 品牌人精髓：出色的项目组合。
18. 瞄准重点。
19. 你的客户等于你：考虑客户。
20. 你的客户等于你：把客户时刻放在心上。
21. 胜任。
- 你（我！
- ）必须确实擅长某件事。
22. 你的“通讯录”等于你：打理好你的圈子 / 关系网。
23. 你的通讯录等于你：你圈子有多广，结交的“怪才”有多聪明，你就有多开阔、多聪明。
24. 设计非常重要。
- 关键点：你（作为品牌人）是一个设计师。
- 就是这样。
25. 当一个扩展高手。
26. 你的“好点子”等于你。
27. 要顺利趟过巨变的激流，就要敢于尝试每一天。
28. 拜倒在“表演”脚下。
29. 老板们，你们也该对“品牌人”有兴趣。
30. 形象！
31. 记住：一个品牌是一个“信任标记”。
32. 让你的名片缠住你的思考！
- 一切从这开始。
33. 建一个精彩的网站。
34. 参加“国际演讲协会（Toastmasters）”，你就是你自己的公关“经纪人”。
35. 学会乐观。
- 忧郁散布者很少——从不是——成功的品牌人。
36. 更新！
- 更新！
- 更新！
37. 对自己进行投资。
- 正式的更新投资计划是必须的！

<<个人品牌50>>

38. 刺激你的胃口，一次，一次，又一次。
39. 你的公司需要一个出色的董事会。
40. 品牌人 / 你的公司需要有自己的“一线大学”。
41. 决不要忽略星探模式，即使你自己级别还很低。
42. 建立我们的 / 我的 / 你的“组织”——本人公司
43. “品牌人”是领导者，不管在什么年龄段！
44. 当一个“权力怪胎”。
45. 你的正式营销计划是什么？
46. 在新千年里，“光杆”全球大公司并不是一个自相矛盾的说法。
47. 卖！
- 卖！
- 卖！
48. 你是“终结者”吗？
品牌人就得要有活儿。
49. 品牌人是不会（对某个特定公司）死心塌地的。
50. 欢迎来到自由行动者的国度！
行动！
推荐书目

章节摘录

项目。
善始善终的项目，有顾客买账的项目，有个人“品牌”特色的项目。
算回事儿的项目！
能让这个世界更美好——哪怕就一点点——的项目。
听着有点儿酸？
没办法。
成不了事儿的人才会看什么都不顺眼。
这很容易，也很没劲。
要有勇气面对一切！
（我还没见过哪个真正成功的人是看什么都不顺眼的。
可能在有些事情上是，但对于自己热爱的事业/项目从来——绝对——不是！
你觉得迈克尔·乔丹会认为篮球没意义？
棒球对于迈奎尔（M.McGwire），电影对于斯皮尔伯格，共有基金对于林奇（P.Lynch），电视对于欧普拉，会没有意义？
不可能！
他们都是自己事业的坚信者。
） 我的世界由我自己掌控，别人（“那些人”——那些该死的家伙！
）会来烦我，但是我的事儿我自己管一成也好，败也好，我犯的错误我自己负所有责任，从来不是什么“老板的过错”。
人活一辈子就是忙忙碌碌，也不会总是一帆风顺什么都遂人心愿的。
可不管怎样，这是我的人生，我的事。
不用别人瞎操心。
没别的好说的。
（对吧？
）那你呢？
也是这样吗？

<<个人品牌50>>

媒体关注与评论

50种方法，把自己从“职员”打造成“品牌人”。

作者汤姆·彼得斯被《财富》和《经济学人》誉为“管理大师中的管理大师”。

小屋里的奴隶们砍断你们的绳索挣脱你们的镣铐。

工作可以很酷！

工作可以很漂亮！

工作可以很有趣！

工作可以与众不同！

你——可以与众不同！

白领革命正在进行！

我们职业的90%正面临着危险！

把握你自己的生活！

推翻等级制度！

把每个项目都变成“WOW”！

要么卓越要么失败！

这是一个新的世纪：如果不是现在那是什么时候？

<<个人品牌50>>

编辑推荐

50种方法，把自己从“职员”打造成“品牌人”。

工作原来可以这么酷！

小屋里的奴隶们砍断你们的绳索挣脱你们的镣铐。

工作可以很酷！

工作可以很漂亮！

工作可以很有趣！

工作可以与众不同！

你——可以与众不同！

白领革命正在进行！

我们职业的90%正面临着危险！

把握你自己的生活！

推翻等级制度！

把每个项目都变成“WOW”！

要么卓越要么失败！

这是一个新的世纪：如果不是现在那是什么时候？

被《财富》和《经济学人》誉为“管理大师中的管理大师”。

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>