

精进

成为职场精英的14项修炼

[英] 希瑟·汤森 (Heather Townsend) 著
乔恩·贝克 (Jon Baker)

冯芝平 译



THE GO-TO EXPERT

How to grow your reputation, differentiate yourself
from the competition and win new business

实战版

为什么你一直很优秀，却最终落入平庸？只因你不懂得如何为自己代言，打造个人品牌。

营销资深专家为你量身定制成功方案，帮你迅速提升个人影响力，实现价值倍增，
成为人群中最卓越的2%。

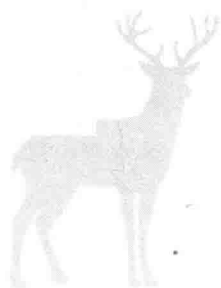
中国人民大学出版社



精进

成为职场精英的14项修炼

[英] 希瑟·汤森 (Heather Townsend) 著
乔恩·贝克 (Jon Baker) 著
冯艺平 译



THE GO-TO EXPERT

How to grow your reputation, differentiate yourself
from the competition and win new business

实战版

中国人民大学出版社
• 北京 •

图书在版编目 (CIP) 数据

精进：成为职场精英的 14 项修炼（实战版）/（英）希瑟·汤森（Heather Townsend），（英）乔恩·贝克（Jon Baker）著；冯艺平译．--北京：中国人民大学出版社，2017.4

ISBN 978-7-300-23920-0

I . ①精… II . ①希… ②乔… ③冯… III . ①成功心理—通俗读物
IV . ① B848.4-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2017）第 010230 号

精进：成为职场精英的 14 项修炼（实战版）

【英】希瑟·汤森 乔恩·贝克 著
冯艺平 译

Jingjin: Chengwei Zhichang Jingying de 14 Xiang Xiulian (Shizhan Ban)

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242（总编室）

010-62511770（质管部）

010-82501766（邮购部）

010-62514148（门市部）

010-62515195（发行公司）

010-62515275（盗版举报）

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com>（人大教研网）

经 销 新华书店

印 刷 北京中印联印务有限公司

规 格 155mm×230mm 16 开本

版 次 2017 年 4 月第 1 版

印 张 16.25 插页 1

印 次 2017 年 4 月第 1 次印刷

字 数 206 000

定 价 59.00 元

版权所有

侵权必究

印装差错

负责调换

本书赞誉

The Go-To Expert

How to grow your reputation, differentiate yourself
from the competition and win new business

让自己在同行中出类拔萃是每位专业人士所面临的挑战。这本书为你提供清晰的界定、流程以及信心，让你在竞争激烈的市场中脱颖而出。

托妮·亨特，乔治·海注册会计师事务所合伙人

只是浏览目录，就已经足够让我本能地确信这是一本任何专业人士或小企业主都需要阅读的书。这本通俗易懂的书为你提供了其他网络书籍未能提供的资料：如何从你的网络中建立坚实的基础来让你一直立于不败之地。

查理·劳森，BNI 英国及爱尔兰分公司国内总监

直到阅读了本书，我才发现自己原来挺擅长的这些“专业”事情已经被别人注意到了！书中提供了很多技巧，阅读后我列出了一整页的待完成任务清单。我确信任何专业人士均可从书中获益。

卡尔·里德，丹尼斯和特恩布尔注册会计师及策略顾问公司总监

如何根据书所述来提升个人形象，希瑟已经通过一致的言行为大家做出了表率。对于那些想沿着她的足迹去学习如何在相应的领域推销自己专业形象的人士，这本书确实是极佳的指南。

珍妮弗·霍洛韦，《英国人的个人品牌营销》作者

这本书就是为你而写的。它不仅仅是一份关于“如何做”的指南。如果你能认真领会书中的信息和智慧，你的未来将会以丰富多彩的方式展开。当然，你需要努力工作并不断进步。但如果你热爱自己的工作，这将变得很容易。

朱利安·萨姆尔海斯，职业演讲家

这本书为那些希望在商业世界获得成功的人提供了行之有效的方法和建议。在读完第 1 章之前，我已经开始把要点记录下来了。

詹姆斯·门德尔松，MSI 全球联盟主席

这是一本很优秀的专业服务人员实用指南。如果你希望在竞争激烈的法律环境中建立自己的形象和信誉——不论你是被聘用、从事自由职业或者临时工作，阅读此书都能帮你成长。

希琳·史密斯，AZRIGHTS 知识产权律师

这本书是不可缺少而且意义深刻的资源，它充满了实用理念，适用于每一位希望在职业或商业上有所发展的人，并帮助他们获得专业精英的地位。

保罗·希克曼，孟席斯公司合伙人

这本书是为有抱负的专业人士而撰写的精彩指南，它反映了我们周围不断变化的世界。仅仅成为一名扎实的从业者还不够，现在你需要凭借某项专长而被人们所熟知——如果这项专长足够独一无二的话就更好了。这不仅仅是指你的技能可以让你的职业提升到更高层次，也可能是指维持你已经赢得的业务。

彼得·吉尔曼，PRICE BAILEY 执行主席

推荐序

The Go-To Expert

How to grow your reputation, differentiate yourself
from the competition and win new business

关于如何建立人际网络、发展潜在客户、应用社交媒体、改善销售及品牌管理的书籍不计其数，或许还有更多书籍是讲解关于如何掌握知识以及如何变得精通于某些事情。这些书籍的观点可分别归类为营销及内容。但针对专业服务而特别把两类观点联系起来，并介绍如何围绕专业技能来开展和经营生意的书却并不多见，本书即是其中之一。

这听起来好像没什么：某些事情的擅长程度优胜于其他人，并在此基础上开展你的业务。我们都听说过这样一句妙语——“当你制造出更好的捕鼠器，世界将开辟一条通往你家门的路”。而这句乐观的妙语也引出了几个关键问题。

第一个问题，为什么是捕鼠器？如果是捕鼠器，“更好”具体指的是什么？一个绿色的捕鼠器会是更好的吗？或者说这是否跟颜色有关？我怎样才能比别人做得更好？诸如此类的问题不断延伸，持续下去。

第二个问题，是关于大家怎样来开辟一条通往你家门口的路：他们如何得知你的家门在哪里？从哪里开始开辟那条路？甚至于他们如何得知你有一个捕鼠器？更遑论得知你这个捕鼠器是更好的？

最后，如果你有一个更好的捕鼠器，而大家发现了这一点，你将对

此采取什么行动？你怎样确保捕鼠器的质量控制？如何成为世界上最出名的捕鼠器？你是否应该拓展奶酪业务？如此等等。

这似乎很简单。当然，它可能是简单的，但这并不代表它是容易的。

《精进：成为职场精英的 14 项修炼》（实战版）是希瑟·汤森和乔恩·贝克合著的一本全面而实用的书，它介绍了如何根据专业技能创建客户群或者公司。有意思的是，这本书本身就是一个绝佳的例子，它精确地传达了两位作者所述的内容：针对细分市场并围绕一整套全面的商业构建工具来提供服务。

一名专业人士或一家专业服务公司应该围绕着某个专业领域来发展，这似乎是很浅显的道理，其实不然。很多公司，有意或无意地围绕着市场、产品、有竞争力的市场板块、成本态势、关系、分销渠道等因素中的其中一项或几项来制定他们的策略。而专业性并非是唯一的选择，就算选择了也很容易会在执行过程中偏离轨道。

同样明显的是，当一家以专业为导向的服务公司在选择了专业性作为其策略方向时，我们觉得它自然而然地知道应该怎么做。然而，事实与直觉相反。究其原因，正如两位作者所讲述的一样，某些专业人士对市场营销敬而远之，对专业化心存顾虑，并且抗拒换个角度来看待营销内容。

不管你是个体执业者、临时雇员、自由职业者、销售人员，或者是一家任何规模的专业服务公司，本书呈现的观点是富有洞察力，并且具有激励性和说服力。它并非是一本只谈观点的书。两位作者在书中列举了大量的实例以及实用的建议和技巧，为每个阅读的人画出了清晰的指南路线！

如果你采纳了书中的建议，那你可以期待获得更进一步的品牌意识、更高的利润率和效益、更佳的信誉和销售以及更高的满意度。成为一名专业精英看似简单，实则不易，但绝对值得你为之倾尽全力。

查尔斯·H. 格林 (Charles H.Green)

畅销书《值得信赖的顾问》(*The Trusted Advisor*) 合著者，
《基于信任的销售》(*Trust-Based Selling*) 作者

前言

The Go-To Expert

How to grow your reputation, differentiate yourself
from the competition and win new business

为何要成为专业精英

不论是在公司内部还是外部，从你的同行中脱颖而出，是每一位专业人士都要面临的挑战。随着当今客户越来越倾向于寻求更好的服务或交易，每家公司和每位专业人士的压力也随之俱增，因为他们在证明其服务物有所值的同时，也需要为客户带来价值增长。解决这个商业难题的途径之一，就是在你所属的专业领域和公司内建立起自己作为专业精英的信誉。

成为专业精英意味着名望和地位的提升。当你取得专业精英地位，你将获得更多客户，可以从容选择你希望与之合作的对象，同时也可以为你的服务收取可观的报酬。试想哪一位专业人士不想做到这一点呢？

当工作保障不再那么稳固时，很多高级专业人士经常在短期雇佣、自由职业以及临时雇佣之间转换。不管你是否承认，当今的高级专业人士确实需要具备推销自己的能力，推销对象不仅仅是现有的客户或雇主，还包括了潜在的客户和雇主。本书将为你展示如何通过令人信服、

愉悦的方法来推销自己。不论你现在处于何种职业状态，它将向你展示如何建立自己的形象和信誉，使你能够掌控自己的职业，受到职场的追捧，无需再为工作发愁。

当你建立起专业精英的名声之后，它将为你在业务拓展方面节省很多时间。那时你在市场上的信誉和形象以及你的公司本身，就足以吸引客户主动登门。根据我们的调查，专业人士在业务拓展方面，所面对的最突出的挑战，就是腾出时间来把事情做好。该书向你展示的，就是如何在较少花费时间进行业务拓展的前提下，赢取更多与你长期合作的优质客户。

社交媒体：游戏的变革者

五年前，社交媒体仍然处于初期阶段，线上网络的虚拟世界与线下面对面的现实世界之间的联系还很薄弱。在当时，要想赢得专业精英的地位，通常意味着你需要依赖于那些通往目标客户门槛上的守门人，如记者、编辑、出版商以及活动策划人等。但是，今天的情况已经发生了巨变。随着互联网和社交媒体的蓬勃发展，你完全可以跳过那些传统的“守门人”来建立你的信誉。

在销售过程中，特别对于专业服务来说，信任是非常重要的。毕竟，你不会从不信任的人手上购买贵重物品。历史上（传统上），购买者与销售者之间的信任是通过个人联系来建立的。风险越大，购买者就越希望在做出购买决定前，能与销售者有见面交流的机会。互联网已经打开另一条通道，来为买卖双方建立彼此之间的信任。通过持续关注一个人的文章内容来建立起信任已非什么新鲜事，在买卖双方彼此会面之前，买家已经开始信任对方的建议和判断。因此，相较于只依靠熟人网

络建立信任渠道的人，那些热衷于为其目标市场撰写有价值内容文章的专业人士更有可能得到客户的青睐。

互联网极大程度地为赢取商机的专业人士拓展了获取业务的边界，同时也为人们提供了获取海量知识的途径。事实上，在过去的两年时间，我们得到的丰富数据远胜以往。因此，我们都有条件期待自己可以通过访问互联网来获取各种信息，到达更多地方。这就意味着当人们需要帮助时，他们更倾向于寻找专家——那些具备足够专业度、信誉度和知名度的成功精英。

通常来说，潜在客户和中介将首先与你在线接触。当你遇到一个问题，想寻求问题的答案时，你将如何应对？借助搜索引擎。在你与别人第一次见面之前你将如何做？去搜索这些人的名字。只有当你的潜在客户赞同你在线上展示的你所分享的那些有价值的内容时，他们才会主动联系你。如果他们不赞同，你也无从得知自己到底错过了与谁合作的机会。因此，具备在网络上建立良好声誉的能力，对每位专业人士来说都是至关重要的。此书将为你展示如何做到这一点，并指导你如何运用有说服力且行之有效的方法来向你的潜在客户诠释自己的能力和信誉，树立自己的个人品牌。

为何提倡专业人士致力于营销和推介自己

很多专业人士努力将他们的技术专长转化为一些可被他人理解的内容。他们能很轻松地写出以技术为导向的文章，但他们的目标客户需要的是可供参考的、简单易懂的内容。因此，结果就是，他们经常无法通过他们的营销活动来建立与目标客户的联系。

通常，很多专业人士在营销中面临的障碍是这样一个自我局限的观

念：他们不能公开分享自己对于一些事情的看法。比如，“如果我分享了我如何去做某件事，或者分享了我的秘密，我的客户为何还需要我，而且我们的竞争对手就不会挑剔我的看法吗？”这些都是典型的保守观念。如果你的专长仅凭几篇博客就已被尽数道来，那么它可不算什么专长。对于很多人来说，即使你在博客中提供循序渐进的步骤来指导人们该如何做，读者也很少会及时地去执行。毕竟阅读博客内容并不能传递你的专业水平、洞察力以及能力，这些都是你本身的资历和从业多年的经验所赋予的。

很多专业人士同意这样一个观点：你应该让结果替你说话。这个观点并非总是正确的。如果专业人士能够在营销和推介自己这方面做得更好，他们需要更加自如地主动表明“这就是我能够做到的”。

通常专业人士并不善于营销和推介自己，因为他们很少主动学习这方面的内容，不知该如何去做。很多公司经常会把软性技能的培训费挪用作重点培养员工的技术技能。这种对技术技能的关注以及相应的公司商业模式，带来的后果就是其将在公司促成一种为客户工作才是员工工作第一要务的文化，当你没有任何客户工作需要处理时，业务拓展经常会被视为理所当然该做的事情，这些事情一般会指派给市场营销部或者留给业务高手。

不管你因为什么阅读这本书，如果你采纳书中的几项措施或某些观点，那你在自我营销和推介方面将会做得更加出色。这一点我们确信无疑！

我们为何撰写此书

我们擅长与专业人士合作，范围涵盖从最小型的专业机构经营者到

供职于全球性大公司的人员。乔恩大多数情况下与少于5个合伙人的公司合作，而希瑟通常情况下与中型或大型公司中有抱负的那些或初级或成熟的合伙人合作。他们拥有强烈的渴望去建立具备一定合作规模的投资组合。从这两类不同的专业人群身上，我们留意到他们都有一种强烈的愿望，即他们都渴望成为所在公司或市场里面的专业精英，并且不愿意在现有岗位范围之外去营销和推介自己。我们观察到当我们的客户专注于自我营销并获得专业精英的地位之后，客户就会主动登门，他们的效益会得到明显改善，甚至超乎我们以及他们自己的预期。这不仅有效地吸引了类型匹配的客户，还帮助他们牢牢地掌控了自己的职业和人生。

我们研究了接触到的那些成功客户所做的事情，发现我们可以复制他们的技巧，不仅可以应用于我们自己的业务，同时也能为其他客户的业务所借鉴。这本书汇聚了我们手中众多成功客户自然而为的举措，并将其转化成一套可指导你走向成功的实用指南。

该书为谁而写

此书为专业技术人才而著，如律师、会计师、咨询师、财务顾问、培训师、工程师、调研师、建筑师、程序员、自由职业者、教练等。如果你属于其中一员，你清楚自己有时间压力，有自己的商业及职业目标需要去达成。很多此类目标也许需要你进行自我营销，为自己代言。在大学里或在你职业生涯起步阶段，并没有专门教导你如何进行自我推介和自我营销。你可以采取多种途径来帮助自己在所属领域里建立起作为专业精英的信誉，通过从事自己喜欢的工作来获取更高的报酬并吸引更多优质的客户。这本书将所有的选项融汇在一起，让作为读者的你为自己选择合适的途径和工具。

本书将为你展示该如何做好以下这些事情：

- 选择、投资以及调节你所选择的利基市场；
- 以不令人反感的方式推销自己；
- 使用行之有效的方法来展示你自己以及你的创意；
- 在你的业务增长计划中夯实基础；
- 制定引人注目的议题来吸引合适的客户群；
- 通过面对面交流以及在线媒体有效地对外宣传你的个人品牌；
- 不管你在市场中经营的时间有多长，始终保持你的知识更新，提供与时俱进的产品；
- 使用各种现有的工具来建立你的档案，例如社交媒体、著书、写博客、公众演讲、研讨会以及公关活动；
- 当机会出现时，自信地拥抱它，将其转化为实实在在的生意；
- 有效地管理你的销售漏斗，专注那些值得赢取的业务；
- 组建一支围绕在你周围的团队来维系并有效服务于客户业务；
- 整合所有你从本书中学到的内容，应用到你所处的行业中，拟定并实施计划来帮助你成为专业精英。

如果你就职于一家专业机构，不论是作为合伙人还是员工，本书将：

- 提供一套简易方法来帮助你培育高度忠诚的客户，增强职业掌控力；
- 基于你已建立的客户组合，扩大合作的“馅饼”，这将帮助你晋升成为合伙人，或者提升合作的层次；
- 让你通过大型及有效益的客户组合来享受合作的成果；
- 为你展示如何把自己培养成为所在行业的一名意见领袖，为你的努力获取地位和尊敬；
- 为你展示如何成为你所在公司中的业务高手。

如果你的工作职责涉及为你的组织拓展业务，此书将：

- 为你介绍如何通过建立自己的形象和提高曝光率来增加潜在客户；
- 帮助你运用自己的形象来获得被推荐给潜在客户的机会；
- 让你把自己的网络转化为一台高效运转的营销机器。

如果你是一名自主经营的技术专家，此书将：

- 为你展示如何减少在业务拓展方面的时间，客户将会被你的声誉以及曝光度所吸引；
- 让你可以精挑细选出自己希望与之合作的理想客户；
- 将你在业务拓展上因为那些缓慢不匹配或进展缓慢的客户而带来的时间浪费最小化；
- 帮助你组建一支围绕在你周围的团队来达成你的职业或业务目标；
- 为你展示如何将自己培养成为所在行业及网络里的一名意见领袖，并为你努力获取地位和尊敬。

如果你是一名在公司里负责业务拓展的合伙人或营销专家，此书将：

- 为你提供指导，讲解如何帮助员工组织以及实施他们在业务拓展方面所做的努力；
- 让你能够为自己的公司建立意见领袖的信誉；
- 将你的公司花费在业务拓展方面的时间和金钱最小化；
- 为你展示如何使用社交媒体来帮助你的员工快速建立起他们的形象和信誉；
- 为你提供策略以及框架来驾驭集客营销及口碑营销的力量。

下面，我们就来开启这段美妙的旅程，将我们为你精心准备的 14 项修炼一一呈现。我们相信，这本书将会给予你自信、激励、启发以及你

所需的很多信息，来助你成为专业精英，以构建起富有成效而且效益显著的成功实践。

也许你觉得过程很艰难，但你并不孤单，我和你还有众多的专业人士将一起成长，分享成为专业精英的成果。我们知道你也可以单独完成这趟美好的旅程。愿你在旅程中幸运常伴。

目 录

The Go-To Expert

How to grow your reputation, differentiate yourself
from the competition and win new business

| 第一部分 | 决定你所追求的是什么 / 1

修炼 1 找到你的利基市场 3

你渴望成为专业精英的原因是什么 / 4

设定目标的重要性 / 6

开启成为专业精英的旅程 / 7

我们所说的利基市场究竟是什么 / 9

专注利基市场的重要性 / 10

为何专业人士会抗拒进入利基市场 / 14

如何发现你的利基 / 16

深入调研剖析你的利基 / 18

确定你的利基市场 / 18

| 第二部分 | 进行个人品牌包装 / 21

修炼 2 如何让客户无法抗拒你的服务 23

要制订成功的市场营销计划，你需要对利基进行哪些了解 / 24

确定提供何种服务 / 24

你的原声摘要 / 25