

Me2.0

个人品牌崛起E时代

成功打造个人品牌——你最有利的**营销武器**
行业专家、业内人士屡试不爽的**品牌良方**

[美] 丹·斯柯伯尔◎著
胡赛 秦虞◎译



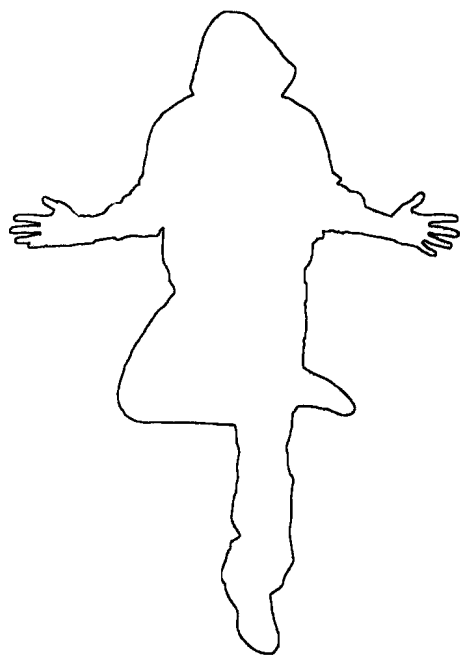
华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

Me2.0

个人品牌崛起E时代

[美] 丹·斯柯伯尔◎著 胡赛 秦虞◎译



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

中国·武汉

Me 2.0 © 2010 by Dan Schawbel

The Chinese Translation © HUAZHONG UNIVERSITY OF SCIENCE AND TECHNOLOGY PRESS under license from Kaplan Publishing, a division of Kaplan, Inc.

All right reserved

湖北省版权局著作权合同登记图字：17-2011-154号

图书在版编目(CIP)数据

Me 2.0 个人品牌崛起E时代 / (美) 丹·斯柯伯尔 著 胡赛 秦虞 译. —武汉：华中科技大学出版社, 2011.11

ISBN 978-7-5609-7375-3

I. M… II. ①斯… ②胡… ③秦… III. 计算机网络—影响—社会生活—普及读物
IV. ①G301-49②TP393-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第195939号

Me 2.0 个人品牌崛起E时代

丹·斯柯伯尔 著 胡赛 秦虞 译

策划编辑：陈美鹿

责任编辑：陈美鹿

封面设计：汇智泉文化

责任校对：刘红强

责任监印：熊庆玉

出版发行：华中科技大学出版社（中国·武汉）

武昌喻家山 邮编：430074 电话：(027) 87557437 (010) 84533149

印 刷：湖北新华印务有限公司

开 本：710mm × 1000mm 1/16

印 张：13.75

字 数：190千字

版 次：2011年11月第1版第1次印刷

定 价：36.00元



本书若有印装质量问题，请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线：400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究

前言

早在2007年，我第一次着手写作《Me 2.0》的时候，人们还在渐渐熟悉个人品牌塑造，将它作为一种可行的职场策略，社会化媒体正在异军突起。时光飞逝，到了2010年，人人都访问社交网络。在谷歌上搜索“personal branding（个人品牌塑造）”，得到的结果超过100万条。无论是在大学教室里，在音乐会上，还是在公司，接触到的人中不玩Facebook的少之又少。个人品牌塑造之花在全世界盛放，它不只是一个流行词，而是任何组织、任何层次的任何人都触手可及的事物。从NBC的《今日秀》（Today Show）节目到《纽约时报》（*The New York Times*），个人品牌塑造正在成为一种全球现象，从美国出发，席卷南非、印度等国，又呼啸而回。英国快速未来风险有限公司（Fast Future Research）在一篇报告中预测，到2030年，“个人品牌师”（personal brander）将会成为高增长行业（Talwar&Hancock 2010）。

当初写作本书是因为我发现招聘体系突然变了，从过去的人找工作变成了工作找人。我发现，很多学生受经济困窘之苦，为他们所热衷的工作而努力奋斗，而这本书正是为这些人所写的。后来，当这本书在2009年出版时，有意思的事情发生

了。除了学生和年轻的专业人士这些核心受众，年长一代的人也被这本书吸引了，并与他们的孩子分享。《Me 2.0》之所以能够跨越不同年龄层，是因为书中建议的品牌策略适用于任何情况，对企业家、长期雇员、咨询师等各行业人士都有所帮助。

根据收到的无数电子邮件、Twitter（推特）信息、Facebook信息和读者的个人反馈，我的更新版增加了新的研究心得、案例分析、全新章节和更多亲身经历。我刚开始写作本书的第一版时，Twitter和Google Buzz（谷歌微博）还不流行。如今，这两个网站已跻身世界上最重要的社交网站。因此，第二版中提供了这两个网站完整的使用指南。新的章节为“求职者的个人品牌塑造”，提供了通过社交网络找寻工作契机的总体思路，并详解利用LinkedIn、Twitter、Facebook找工作的步骤。您还可以在书中找到新的品牌塑造技巧，以及手机、GPS等工具的新技术。

阅读本书，您就已经在给予您的品牌和前途更多的保证。希望您能注意到我的建议：参考本书内容，把您的这本书分享给朋友。无论科技如何进步，个人品牌的重要性始终不会改变。从现在起，为了具备竞争力，您需要有效地管理您的品牌。《Me 2.0》将助您永远位于竞争前列！

序 言

工作的世界已经改变。由于互联网的骤然出现，传统的沟通和事业发展方式已成过眼云烟。因此，无论是小公司还是跨国公司，都不可能凭着传统的方式独立生存。如果不能利用网络科技的力量，它们将无法适应变革。

另外，互联网自身也在发生改变——用户已经可以在鼠标轻点之间掌控自己的未来。互联网不再仅限于探索、发现信息，购买商品，给家人、朋友或者商业伙伴发邮件。你可以和全世界的人进行沟通，不受年龄、种族、宗教和社会阶层的限制。人们可以面对面地讨论思想，开展业务。

在这一切激动人心的变化中，一群新型工作者正在崛起。互联网创造的这个令人激动的新世界让他们精力充沛，热切地想要干出一番事业。他们自信、有干劲，也有能力充分发掘现代科技的潜力（包括打造强大的个人品牌，以明确自己的位置，实现自己的目标），他们将站在这个勇敢新世界的最前沿。

本书针对大学生和年轻的专业人士，旨在帮助他们克服在进入职场时可能感到的困惑和恐惧。我坚信，本书将帮助所有目标坚定、努力工作、迫切想要实现自我专业化的人。

在本书中，我详细地阐述了一套自创的攻略，以助您跻身成功人士之列。我会为您提供明确目标、达成目标所需的所有工具。《Me 2.0》一书讲述个人品牌塑造一词的发展史，讲述互联网如何引发职业变革，个人如何利用社会化媒体来增强自己的力量，进行自我管理，建立关系网络。书中介绍了已被证实非常有效的实现个人成功的四部曲——发现、创建、传播、维护个人品牌，以及通过执行该计划，你将取得什么成果。本书还将时间因素考虑在内——你越早开始发展个人品牌，你的未来就越有把握。《Me 2.0》一书由以下三部分组成：

- 个人品牌塑造的崛起
- 如何四步掌控你的事业
- 利用你所掌控的取得成功

书中也包括了我的个人品牌塑造的成功经历，你可以借鉴这个框架取得相似的成功。此外，还有专家的名言和相应的研究，用以拓展你的思路。你也会明白如何使用博客、播客和社交网络来将自己放在被招聘的位置上——让雇主竞相追随你的热情和专业能力。最根本的：这是你在数字时代生存和蓬勃发展的手册——让你个人和事业梦想成真的指导书！

我写这本书有很多原因，主要是由于我对个人品牌塑造永不消逝的热情和教大家如何保护和推销自我品牌的心愿。我还看到了市场对这样一本书的需求。在多家跨国公司、机构、大学作了多次个人品牌塑造的演讲之后，我明白了一件事，就是大多数人并不知道应该如何在这个新的Web 2.0时代管理他们的

事业，也没有作好准备利用新兴媒体来达成自己的目标。写作这本书的目的是帮助每个人解开个人品牌塑造的秘密，释放他们的事业潜能，让这个世界变得更好——从建立一个又一个优秀的个人品牌开始。

请浏览 www.personalbrandingbook.com 来获取本书附加的资源。



第一部分
个人品牌塑造的崛起

第一章 你就是品牌	2
个人品牌的力量	2
什么是个人品牌塑造?	4
个人有限公司意味着什么	5
诚信是必备条件	5
品牌声誉：成也萧何，败也萧何	7
个人品牌——取决于你的打造技能	8
可见度产生机遇	11
坚持社交	12
做一个出色的项目经理	13
认知即现实	13
科技和个人品牌	15
新世纪，新境界	18
第二章 新千年的职业大军	22
“Y世代”的职业大军	22

“Y世代”呼吁职场变革	23
科技代沟：让它成为你的优势	24
“X世代”与“Y世代”的关系：双行线	25

第三章 介绍个人指挥官 27

学着推销自己	27
大学：社交和有效个人品牌塑造的练兵之地	28
最大化利用大学投资	29
实习的力量	29
领航入门级工作岗位迷局	31
成为事业的指挥官	32
当指挥官需要什么	33

第四章 个人品牌打造的诸多方面 36

章鱼相关性模型	36
营销（品牌经营）	37
品牌形象的力量	41
公共关系	42
人力资源	43
招聘进入Web 2.0时代	44
新职业搜索工具箱	46
LinkedIn	47
Facebook	49
Twitter（推特）	51
google个人档案和Buzz	53
博客	55
google	57
视频简历	58

雇主的品牌塑造	59
职业发展	61
人际关系网络	63
社会化媒体	67
搜索引擎最优化（SEO）	69
企业家精神	70



第二部分 四步掌握事业

第五章 第一步——发现品牌	76
把握机遇——从结果中学习	76
投资于自我发现	78
掌控个人品牌认知	80
获得自信	81
坚持不懈	82
有效打造个人品牌的三要素	83
创造强有力的个人价值宣言	84
仪表	86
个性	87
专业技能	89
让你的品牌与众不同	92
发展营销策略	94
为品牌成功定位	95

个人品牌发展方案	95
个人营销方案	97
实况分析	98
受众分析	99
个人SWOT分析	100
竞争分析	101
营销策略	102
预算和行动方案	103

第六章 第二步——创建品牌 105

线上品牌展示	105
你的个人品牌塑造工具箱	105
简历	106
简历的前沿武器：LinkedIn和视频	107
求职信	107
参考文件	107
作品集（CD/打印件/网站）	108
面试技巧	108
网站——你的虚拟品牌构架	110
博客	112
博客圈的力量：案例研究	112
怎样开博	115
发表博客	117
如何营销博客	118
播客品牌	121
社交网站	121
从头像开始	122

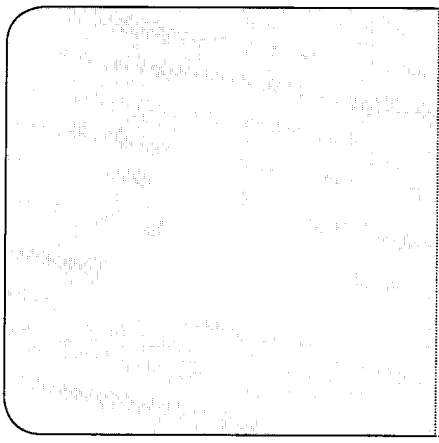
创作一份始终如一的个人资料.....	122
应对网站过多的问题.....	123
随时随地打造品牌.....	127
线下品牌展示.....	129
始终如一的线上和线下品牌塑造.....	131
第七章 第三步——传播品牌.....	132
个人公关.....	132
被动和主动方法.....	134
个人新闻简报.....	134
个人宣传资料袋.....	136
发邮件的艺术.....	137
社交新规则.....	137
维持良好的博主关系.....	140
宣传品牌的其他策略.....	141
为各种媒体撰稿.....	141
品牌布道主义.....	142
开始活动.....	143
第八章 第四步——维护品牌.....	145
声誉管理.....	145
你的品牌是可以搜索到的.....	146
google效应.....	147
网络破坏控制.....	149
利用搜索引擎优化（SEO）回击.....	150
隐私可贵.....	153
防止网络身份盗窃.....	154



第三部分 现在你拥有支配权了

第九章 求职者的个人品牌塑造	160
求职 2.0时代的五条规则	161
LinkedIn	162
如何利用LinkedIn找到工作	163
Twitter	164
如何利用Twitter找到工作	164
Facebook	165
如何利用Facebook找到工作	166
第十章 你的企业家征服	168
企业家的品牌特征	170
远景目标	170
创造力	170
坚韧	171
激情	171
解决问题的技能	172
强烈的竞争意识	172
崛起的企业家——你就是公司!	172
开始行动，为你的公司筹资	174
利用社会化媒体	174
教育的作用	175

制作商业计划书	176
第十一章 改变人生的结果	177
扫除障碍	177
个人品牌塑造的额外好处	178
面见品牌指挥官	182
品牌指挥官克里斯多弗·普林斯·鲍彻 (Christopher Prince Boucher)	182
普林斯 1.0	182
普林斯 2.0	183
心得体会	183
品牌指挥官卡丽·罗恰 (Carrie Rocha)	184
卡丽·罗恰 1.0	184
卡丽·罗恰 2.0	184
心得体会	185
品牌指挥官埃琳娜·奇科泰利 (Elena Ciccotelli)	185
埃琳娜 1.0	185
埃琳娜 2.0	185
心得体会	186
品牌指挥官大卫·莫伊 (David Moye)	187
大卫 1.0	187
大卫 2.0	187
心得体会	188
从今天开始!	188
 个人品牌塑造词汇表	 189
关于作者	197



第一部分 个人品牌塑造的崛起

- » 第一章 你就是品牌
- » 第二章 新千年的职业大军
- » 第三章 介绍个人指挥官
- » 第四章 个人品牌打造的诸多方面



第一章 你就是品牌

不论你是谁，你一定购买过商品，也就购买过商品的品牌——从衣物到家具、技术等。作为消费者，个人品牌也是由你所选择的各大公司品牌确立的，无论是你芝士汉堡上的麦当劳大M标识、鞋子上的耐克（Nike）对钩，还是iPod上的苹果（Apple）标识。在你的一生中，你会对各种相互竞争的品牌作出选择，选择其中一些，放弃另外一些。在这个扬弃的过程中，你建立起态度、认知和信念——尽管有时你自己并未察觉。

这一堆话讲的是什​​么？作为行为个体，你一定要意识到你是一个品牌，没有人会比你更能营销你自己。这意味着当一天结束的时候，你个人品牌的成功就掌握在你自己的手中。

个人品牌的力量

个人品牌塑造讲的是发现自己真实和独特的地方，并让每个人都认识到它。你是你自己的自由代理人：你可以自由开辟一条与你的才华和兴趣相关的职业道路，获得合适的职位，在业内纵横发展。如果感到有必要，你甚至可以转换职业道路。

你应该凭借你的品牌抓住机会，脱颖而出，扬名立万。现在，拥有一个网站如此便捷，每个人都有这个机会去发展、营销个人品牌，通过它向世界宣告你是谁，你有能力做什么。比如，在网上，你有机会通过加入社交网络和使用自