

12
th

女人的资本

幸福女人的7大品牌



*Women's Success Guide:
Build 7 Personal Brands for
Lifelong Happiness*

任月圆 编著



北京出版社出版集团
北 京 出 版 社



女人的资本

幸福女人的7大品牌

*Women's Success Guide:
Build 7 Personal Brands for
Lifelong Happiness*

任月圆 编著



北京出版社出版集团
北 京 出 版 社

女人的资本：幸福女人的7大品牌 / 任月圆编著. —北京：

北京出版社，2007.10

(家庭书架·成功读库)

ISBN 978-7-200-06984-6

I. 女… II. 任… III. 女性—修养—通俗读物 IV. B825-49

中国版本图书馆CIP数据核字 (2007) 第148976号

全案策划



唐码书业 (北京) 有限公司

WWW.TANGMARK.COM

责任编辑 马祝恺

策划编辑 任月圆 谭小娟

装帧设计



排版制作 王江妹 赵艳超

家庭书架·成功读库

女人的资本

——幸福女人的7大品牌

NÜREN DE ZIBEN

——XINGFU NÜREN DE 7 DA PINPAI

任月圆 编著

出版 / 北京出版社出版集团

北 京 出 版 社

地址 / 北京·北三环中路6号

邮编 / 100011

网址 / www.bph.com.cn

发行 / 北京出版社出版集团

经销 / 新华书店

印制 / 北京威远印刷厂

版次 / 2007年10月第1版 2007年10月第1次印刷

开本 / 787×1092 1/16

印张 / 16

字数 / 220千字

书号 / ISBN 978-7-200-06984-6 / G · 3510

定价 / 19.90元

幸福女人7大品牌

Build 7 Personal Brands for Lifelong Happiness

人可以有品牌吗？这听起来有些荒诞。你说：“我不是IBM手提电脑，不是奔驰牌轿车，不是灰狗出租车公司，不是宝洁洗衣粉，不是雀巢咖啡，不是亨氏营养米粉，也不是宜家的家具，更不是雅虎的网站，我是苏珊娜！”

好，苏珊娜，我相信你说的都是真的。但你不得不承认，你是世界上独一无二的苏珊娜。当别人提起你的名字时，他们脑子里就会不由自主地浮现出你的形象：“苏珊娜真是个懒女人，她每天都邋邋遢遢。”“苏珊娜的手提包真漂亮，与她的衣服很搭配——她真有眼光和品位。”他们还会对你做出别的评价：“这件事别交给苏珊娜做，她只能把一切都搞砸。”“她一点都不懂得待人接物。”“我真不知道哪个男人能受得了她！”“她把孩子扔给保姆，自己出去玩，这样的母亲太不负责了！”说这话的人声音是愤怒的，神情是鄙夷的。当然，如果你表现得好，你也可以得到正面的评价：“她不像你认为的那么平庸，她是个谈判高手。”“谁娶了这样的老婆真是三生有幸。”“我想问问她的理发师是谁。”

这就是别人眼里的你，也就是你的品牌。当你品牌好的时候，你会是一个人人羡慕的女人，办起事来也一路畅通，因为他们觉得为你服务是种荣幸；当你品牌不好的时候，他们就把你当成过街老鼠，人人喊打。最明显的例子就是：有人仅仅凭声誉就可以借来一大笔钱；而另一些人，到了走投无路之时也无人伸出援助之手，反而被指责为自作自受。当然，大部分女人走得并不是这两种极端，但你无意识的一些行为还是会被贴上了不良标签：“泼妇”、“女强人”、“吵架高手”、“灰姑娘”、“丑小鸭”。如果你是一个电影明星，你就不会有这种无意识的行为了，你会有专业的形象顾问，从化妆穿衣到公共场合的举止都得到指导，甚至每隔几年还转一下“型”。你这样包装自己的目的是什么呢？是为了在影迷的心中留下良好的形象，从而树立自己的品牌。

* * *

遗憾的是，大多数的女人都不是明星，也没有明星那样强烈的品牌意识。但我还是呼吁大家行动起来：觉醒自己的内心，创建自己的品牌。因为有以下几点原因，值得你去这样做：

前言 *Preface*

第一，你要忽略了给自己创建品牌，别人就会给你贴上标签。前面讲的“泼妇”、“女强人”、“吵架高手”、“灰姑娘”、“丑小鸭”都是别人给你贴的标签。其实你并没有妨碍他们什么，但人们就是这样普遍的毛病。反过来，他们又会按照他们眼中的你去对待你：你是一个女强人，他们就对你敬而远之；你是一个灰姑娘，他们就会掩盖你的光彩；你是一个丑小鸭，他们就会肆无忌惮地欺负你。与其让他们贴上不利于自己的标签，何不发奋一下，把自己变成人人仰慕和称赞的女神呢？

女人可以分为两种：女神和受气包。

——毕加索



第二，这是一个品牌经济的时代，品牌能给其拥有者带来净收益。最简单的例子：同样是可乐，可口可乐就比别的可乐卖得多；同样是炸鸡，人们就会选择肯德基。为什么会这样？我想稍稍提一下品牌的起源：几个世纪以前，欧洲的农产品和矿产品是没有名字的，后来这些产品慢慢有了名字，但还不是品牌；再后来，人们发现有的产品比其他产品质量更好、价值更高，于是争相购买；最后，这些产品的名字就逐渐变成了品牌。品牌从此代表着一种质量和信誉并广受欢迎。现在，许多公司争着创建和维护品牌的目的就是增加净收益。女人创建自己品牌的目的也是为了增加净收益。这种净收益分为两种：一种是物质上的，一种是精神上的。从物质上讲，它对于你

你要忽略了给自己创建品牌，别人就会给你贴上标签。

的财富积累和职业发展有更多好处。如果你不信的话，看看明星在“追星族”们狂热的拥护下举办更多的演唱会、接拍更多的电视广告就会知道。当然，你不一定非得当明星，如果你在某个专业领域树立了自己的品牌，自然会有猎头公司来找你。除了物质利益以外，从精神上讲，你还是一个令别人羡慕的女人，因为你在某个领域里树立了典范：你的外形举止很有魅力，你的人际交往很顺畅，你的爱情之路甜蜜悠长，你的家庭和谐美满，你的物质轻松宽裕，你的休闲生活还很有品位格调。在得到这么多艳羡的同时，最大的受益者还是你自己——你享受着自己创造的一切。

第三，在创建个人品牌的过程中你无须和别人竞争，甚至有时候可以“以己之长，比人之短”。真的，个人品牌一点儿都不像商业品牌那样需要打拼。在商业领域，各个品牌绞尽脑汁让自己突出起来，并让对手黯淡下去——除了大笔的广告预算之外，甚至不惜冒风险采取不太光彩的手段。作为单个的女人，我们没有他们的实力，也不需要这种实力，我们只要力所能及地把自己最好的东西讲究地包装起来，准确地吸引最需要我们、也最喜欢我们的人就行了。因为每个人生而不同，这首先决定了我们品牌的特质化：独一无二、无可模仿。在此基础上，发挥上帝给你的长处吧：如果你善于工作，就让自己变成一个令人羡慕的职业女人；如果你善于持家，就让自己变成有口皆碑的贤良主妇；如果你善于理财，就让自己做个永远不缺钱花的女人……这些长处，就是你品牌的最大特色。在其他的方面，不要求你做到最好，但要求你努力做到恰当得体，这样才不至于给你带来负面的影响，抵消了你整体品牌的优良性。在这本书中，我列出了七个方面的品牌，并不要求所有的女人在每个方面都做得很拔尖，而是要你在某些方面很出色，在其他方面过得去就行了。所以，这个过程并不是充满了痛苦和对自我的强迫，而是充满了快乐。

莲花就是莲花，玫瑰就是玫瑰，不可比，也无法比。

——奥修

接下来，我想讲讲自己的故事。

我的成功，很大程度上归功于我那严厉、不肯服输的母亲。她虽然不懂得品牌化的概念，却把我当作商品一样来包装：不但从外形上，还从精神上。好在她是一个相当聪明的女人：她把我打扮得很有特色并符合我的个性，而不是随意地用梅子酱罐头去装沙丁鱼；她教我一些优雅的举止，不但是为了讨别人的喜欢，更是来讨自己的欢心；她更教会我——“所有的幸福都在你自己手里”。所以，当我十八岁，我已经是一个思想很成熟的女孩子了，我

前言 *Preface*

的脑海中也深深地种下一枚种子：当一个精彩女人。

当年，父母为我的前途着想，把我送到美国读书。由于没有雄厚的经济实力，在那里，我像一个孤儿一样孤军奋战着，并最终拿下广告学硕士学位。在找工作的阶段，我关注着业界的动态，同时也在不停地思考：“我的境遇并不好，我并没有优势，我怎么能当一个幸福的精彩女人呢？”正在这时，一个新兴的概念出来了，并深深地击中了我：“打造职业品牌，收获成功人生。”由于专业上的敏感性，我把它与商业上的品牌概念迅速比较了一下，觉得它很有生命力，并为此专门拜访了当时的职业品牌专家罗宾·伍德。后来，我成了这个领域内从业较早的人员之一，作为伍德先生的助手，给将近三百名顾客量身订做了职业品牌的创立计划，他们后来有的就职于世界五百强公司的高层，有的创建了自己的公司。

工作两年以后，一系列的观察又让我的心里冒出一些疑问：“为什么前来咨询的女人相对较少呢，难道她们对成功不感兴趣吗？为什么有些人职业很成功，但口碑却不那么好呢？”这些疑问与我想做“精彩女人”的梦想交织在一起，让我提出了一个问题：“难道个人品牌仅仅限于职业领域吗？”不，绝不是这样。我很讨厌那些职业上很成功，但在其他方面却无恶不作的恶棍；也不相信仅仅职业上的成功，就会收获幸福。为了找到答案，同时也



在追梦的过程中，我造就了自己的品牌，真正成了一个人人羡慕的精彩女人。

帮助自己成为别人羡慕的精彩女人，我思索了很久。对照当时的情况：我二十七岁，职业上很不错，但孤身一人，缺少爱情，缺少亲情，缺少家庭……难道就不能像建立职业品牌那样，找到一个方法，让我拥有这些吗？我把自己的想法讲给伍德先生，他大为赞赏：“就在你自己身上做实验吧！我相信你能够成功。”

我借鉴了职业品牌建立的方法，对自我进行了大量的分析和一步步的改造。一年过去了，我有了一个男友，我的状况证明了我的实验是成功的。很多年过去了，现在的我，过着一种真正自由的生活，这不是因为我富有，也不是因为我有个好伴侣，更不是什么魔力能够保证我能把生活中的任何事都做好，而是我拥有一种比最贵重的珠宝还有价值的礼物：我是一个追梦的女人；在追梦的过程中，我造就了自己的品牌，真正成了一个人人羡慕的精彩女人。与此同时，我也对女性展开了咨询服务，无论她们是未婚、已婚，在职工作还是呆在家里，都从咨询中发现了自我，找到了让自己欣喜不已的前进途径。

很多年的积累，让我写下了这本书，并希望借此教会更多的女人认识自己，鼓起勇气改变现状，并过上心中有数的生活。希望每个女人王冠上的珍珠，在不久的将来都会闪闪发光。

当个别人羡慕的女人，而不是羡慕别人的女人。

——瑞芝娜

目录 Contents

第1篇 品牌，从梦想开始

一份梦想清单	015
她们在想什么：四个女人的梦想档案	018
一起来分析	021

第2篇 创建我的品牌

第一资本：魅力品牌	027
自测：我离魅力有多远？	028
制订改变方案	037
魅力圣经：让你成为魅力女人	039
Step 1：包装你的外形——从丑小鸭到白天鹅	040
Step 2：调整表情，闪亮登场	061
Step 3：举止，彰显你的完美风度	064
Step 4：谈吐，征服别人的柔软武器	068
第二资本：社交品牌	074
自测：我是不是一个受欢迎的人？	075
制订改变方案	082
社交圣经：让你成为社交明星	084
Step 1：放出丝线，结成人际网络	085
Step 2：扮演另类“网管”	089
Step 3：女神，拿起你的权杖	093

第三资本：职业品牌095

自测：我离“品牌”有多远？096

制订改变方案103

职场圣经：让你伸手触摸成功106

Step 1: 做好自己的“职业定位”106

Step 2: 做出你的核心承诺119

Step 3: 职场包装，过目难忘121

Step 4: 制订“无往不胜”的推广策略129

Step 5: 打好“品牌”保卫战142

第四资本：爱情品牌147

自测：我的“爱商”有多高？148

制订改变方案154

爱情圣经：让你拥有甜蜜爱情156

Step 1: 看清镜中的自己157

Step 2: 谁是我的“Mr. Right”？160

Step 3: 那人正在灯火阑珊处165

Step 4: 撒下你的诱饵167

Step 5: 第一次亲密接触170

Step 6: 接下来174

Step 7: 让手指穿过戒指177

第五资本：家庭品牌179

自测：我是不是成功的家庭女人？180

制订改变计划184

居家圣经：让你拥有美满家庭186

目录 Contents

Step 1: 心理上的三个转变.....	187
Step 2: 金星与火星相处之道.....	188
Step 3: 当小宝贝的幸福妈妈.....	191
第六资本: 财富品牌.....	195
自测: 我的“财商”有多高?	196
制订改变方案.....	200
理财圣经: 让你成为富有女人.....	202
Step 1: 哪些工作能让你赚到钱?	202
Step 2: 留住赚到的钱	204
Step 3: 从“穷妈妈”到“富妈妈”	208
Step 4: 踏上财务自由之路.....	215
第七资本: 格调品牌.....	216
自测: 我是不是一个格调女人?	217
制订改变方案	221
格调圣经: 让你既瞩目又出众.....	223
Step 1: 装扮出“我”的特色.....	223
Step 2: 营造个性空间	224
Step 3: 实施积极的休闲策略.....	225
Step 4: 让内心丰富充盈	227
Step 5: 谈吐, 展现你的智慧与品位.....	229
第3篇 下一步, 怎么办?	
统筹安排	232

快乐享受	235
附录一 女人的资本 品牌创建要点.....	236
附录二 女人的资本 品牌礼仪细节.....	245
后 记	253



第 1 篇

品牌，从梦想开始 ----->

Brands, Starting from Dreams

如果你不知道自己要去哪里，那么你现有的地位也将不保。

——贝拉

夏天的飞鸟，飞到我的窗前唱歌，又飞去了。

秋天的黄叶，它们没有什么可唱的；只叹息一声，便飞落在那里。

——泰戈尔

你相信，泰戈尔口中的飞鸟，是在歌唱它的梦想吗？而那秋天的黄叶，是在叹息梦想的破灭吗？夏天的鸟儿稍事休息之后，可以再接着自己的寻梦之旅；而树叶黄了，岁月已近尽头，留下的只能是遗憾。

一个想创立自己品牌的女人，会像夏日的鸟儿那样充满梦想，因为这是品牌开始的地方。想想吧，如果一个商人，连自己要生产什么都不知道，他又怎么为自己的产品创立品牌呢？一个女人，如果连自己想要什么都不知道，她又怎么能在那个领域内做到优秀呢？

这让我想起另一位著名品牌专家史蒂文·约德先生说过的一句话：“给自己订做一个辉煌的梦想吧，说不定你努努力，就实现了；如果你不敢做梦，我敢打赌，你会什么都不是。”这句话是对顾客的鼓励之词，对很多人都有启发：“我究竟在事业上有多大目标？我这辈子结婚还是单身？我是生一个孩子还是领养一个孩子？我要不要再拥有一栋自己的房子？”

这些问题很具体、很细节，但你有必要弄个明白。因为一句俗话说过：“你要认真考虑你想要的——除此之外，你将别无所求。”作为女人，我们可以看到，凡是那些幸福的、让别人羡慕的女人，都是自己心里有数的女人——她们知道自己要什么，并为之努力，最终成为那个领域内的典范。

现在，是你考虑自己要什么的时候了。



你要认真考虑你想要的——除此之外，你将别无所求。

一份梦想清单 A Dream List

即使世界明天毁灭，我也要在今天种下我的葡萄树。

——德国谚语

艾米·可可西瓦是我的加拿大女友，可是我们却是在遥远的非洲认识的。我们结识在

摩洛哥的一个小镇上。这个小镇，曾因《卡萨布兰卡》的拍摄而名扬世界。不过我到的时候，却找不到它在电影里的一丝影子。我到这里，是为了实现一个梦想：每年到一个国家去旅行。艾米和我的情况类似，不过她是“专职”旅行者。我们在一辆巴士上是邻座，因旅途枯燥，于是就结识了。在晃动着的巴士上，艾米从背包里掏出一张纸，上面是一张表格：一栏是日期，一栏是国家和地区的名字，一栏是空格，有的空格里还打着对号。“我在周游世界。我每去过一个国家，就在相应的栏内画一个勾。看，我已经去过三十二个国家了。”她指着表格右上角的统计数字说。

学习艾米吧，把你的梦想也列成一个清单。当然，你的梦想不一定非得是周游世界，它可以是得到一份好工作，也可以是找到一位知心的爱人，还可以是生一个或认养一个可爱的孩子。总之，是你想要的、能让你的生命更添华彩的东西——即使你正是一只丑小鸭，你也可以梦想成为白天鹅。

即使你正是一只丑小鸭，你也可以梦想成为白天鹅。



Brands
Starting
from
Dreams

梦想

015

我的梦想清单

填写日期：

· 我有哪些梦想？

注意：应当按照渴望程度的大小来排序。

梦想1: _____

梦想2: _____

梦想3: _____

..... _____

梦想n: _____

· 每个梦想的实现需要什么条件？

注意：梦想之间的互补性，譬如说梦想1的实现是可以赚到足够的钱，那就让你有条件去实现梦想2：环球旅行。

梦想1: _____

梦想2: _____

梦想3: _____

..... _____

梦想n: _____

· 给梦想排列实现的先后顺序。

注意：有的梦想既耗费大量的时间又耗费大量的金钱，就应该排到自己退休以后；有的梦想还应考虑其他情况，譬如说你不能把生孩子的日期排在六十岁以后。

梦想3: _____

梦想1: _____

梦想n: _____

.....: _____

梦想4: _____