



[美] 西蒙·维托 / 著

[加] 老傅 / 译

Stand Out!
Branding Strategies for Business Professionals

职场人士个人品牌经营策略

做独一无二的自己

八位美国成功人士的智慧人生：

- ⇒ 倾听自己内心的真实需求
- ⇒ 发现自己的最亮闪光点
- ⇒ 培养获致成功的良好习惯
- ⇒ 打造独具魅力的个人品牌

亚马逊网站
五星级图书



世界知识出版社

你
能
做
到
嗎

你
能
做
到
嗎

做无二的自己

你
能
做
到
嗎

你
能
做
到
嗎

你
能
做
到
嗎





Stand Out!

Branding Strategies for Business Professionals

职场人士个人品牌经营策略

做独一无二的自己

[美] 西蒙·维托 / 著

[加] 老傅 / 译

 世界智慧出版社

Copyright Notice:

The book author is Simon Vetter of Stand Out International, Inc., CA, USA
First published in English in 2005 by JULY PUBLISHING, Carlsbad, California, USA
Simplified Chinese translation rights arranged with E Z Connection Inc. of Toronto, Canada
Simplified Chinese translation is published by World Affairs Press, No. 51 Ganmianhutong,
Dongcheng District: Beijing 100010, China
All rights reserved

本书作者为 Simon Vetter, 简体中文的翻译授权加拿大多伦多 E Z Connection Inc. 的 Reno Fu (老傅), 出版授权“世界知识出版社”(中国北京市东城区干面胡同51号)。
Book title: Stand Out! Branding Strategies for Business Professionals

图字: 01-2009-6806号

图书在版编目(CIP)数据

做独一无二的自己: 职场人士个人品牌经营策略 / (美) 西蒙·维托著;
老傅译. —北京: 世界知识出版社, 2010.1

书名原文: Stand Out! Branding Strategies for Business Professionals

ISBN 978-7-5012-3728-9

I. ①做… II. ①维…②老… III. ①成功心理学 IV. ①B848.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第236503号

责任编辑
文字编辑
译校
责任出版
责任校对

张迎辉
王晓娟
张迎辉 宋晓星
赵玥
马莉娜

书 名

做独一无二的自己: 职场人士个人品牌经营策略
Zuo Duiyiwuer de Ziji: Zhichangrenshi Gerenpinpai Jingyingcelue

作 者
译 者
出版发行
地址邮编
电 话
网 址
印 刷
经 销
开本印张
字 数
版次印次
标准书号

[美] 西蒙·维托 著
老傅
世界知识出版社
北京市东城区干面胡同51号(100010)
010-65265923(发行) 010-85119023(世界知识书店)
www.wap1934.com
世界知识印刷厂
新华书店
980×680毫米 1/16 15½印张
140千字
2010年1月第一版 2010年1月第一次印刷
ISBN 978-7-5012-3728-9
ISBN 0-970-4379-3-5

定 价

25.00元

版权所有 侵权必究

谨将此书献给我的父母

致 谢

任何重要的成就都是许多人通力合作的结果。本书也不例外，在此衷心地感谢：

我的父亲和母亲，你们给予了我无私的爱，而且自始至终地支持我的冒险事业；

感谢我的良师益友——马休·戈德史密斯，您一直鼓励我进行采访，并记下他们的故事；

还要感谢托尼·阿里桑德拉、大卫·艾伦、盖勒·卡森、马休·戈德史密斯、百佛莱·凯、吉姆·库塞斯、布莱恩·翠西、尼杜·库贝，你们慷慨无私地贡献出极为宝贵的时间、充满智慧的思想，以及极为珍贵的积累多年的经验。

感谢阿德林·胡佛，由于你的启发，才使我能够深入地研究和撰写这个议题；



Stand Out!

做独一无二的自己

——职场人士个人品牌经营策略

感谢凯琳·弗兰德帮助我把想法变成了文字；

感谢米切尔·布坎南，使此书增添了生气；

感谢安德鲁·彻普曼帮助我出版此书；

感谢艾德林·史密斯对我的手稿进行编辑、校对；

感谢我的合伙人大卫·格兰德宁，你总是在我的身旁给予我支持；

感谢我“战略领袖联盟”的同事，你们丰富的知识和友情，让我获益匪浅；

感谢“普罗罗马机场主持团”的同事们给予我的不断鼓励与支持；

还要特别感谢我的朋友安妮·斯比兰、贝拉·休乐、布鲁斯·爱丽丝、弗莱德·汉瑟、托马斯·雷曼和凯琳·斯代德曼，感谢你们给予我的宝贵时间、反馈与建议；

最后，我要感谢“您”——阅读《做独一无二的自己——职场人士个人品牌经营策略》的读者朋友。

马休荐言

当今世界变化越来越快,《做独一无二的自己——职场人士个人品牌经营策略》所传达的“建立个人品牌”的信息也变得更加重要。曾经一直流行的“企业保障”观念已经被淘汰。日益激烈的全球化竞争导致了今日世界更加快速的变化、更为艰巨的挑战,但也蕴藏着更多的机会。

各行各业的领导者在实质上将越来越多地管理“‘我’的公司”。这绝不意味着他们会变得越来越自私,越来越贪婪;事实上,他们将更能吸引人才,更能组建一个优秀的团队。这意味着领导者必须学习怎样建立自己的个人品牌,怎样变成一个“个人企业家”。就像所有伟大的企业家一样,他们需要建立自己的品牌,并学会营销和竞争。换句话说,各行各业的领导者要能够在竞争中逐渐成为出类拔萃的人。



当您在阅读本书时，可能会被书中成功人士的精彩故事所吸引，但请不要仅仅是读故事。当您在阅读每一位成功人士的人生经历时，想一想您自己的人生。您可以从中学到什么，可以怎样应用到自己的人生中去，使自己也能事业有成。

- 建立自己的品牌。向书中的成功人士学习，开发和培养自己独有的“核心竞争力”。
- 学会推销自己。对自己的工作和人生负责。不要等单位给您提供“保障”，而要自己给自己提供“保障”。
- 具有竞争力。直面明天残酷的商业现实。全球化的竞争是非常激烈残酷的。成功的企业家渴望成功。运用此书中的经验，不论进入什么样的行业和什么样的市场，都会助您成为“赢家”。

祝愿各位读者通过阅读本书取得事业上的成功，造就辉煌的人生！

马休·戈德史密斯*

* 马休·戈德史密斯是世界上杰出的企业培训教练和这方面的权威人士。他写过23本书，多本成为《纽约时报》、《华尔街日报》排名第一的畅销书，并被评为2007年度全美最佳商业书作者。

“声誉经济”

第一次见到西蒙是在2005年的夏天。那时我担任美国爱捷特无线公司的总裁有一年半的时间，在此期间，公司的产品销售额增长了10倍，并完成了从以技术服务为主的新创建公司到成为全球领先的固定无线终端及宽带接入设备供应商的战略转型。由于公司已在美国证券交易所上市，保持每季度的骄人业绩便似乎成了公司的唯一目标，这给管理团队带来了巨大的压力与冲击。为此，我聘请了著名的领导力行为管理激励专家、著名企业培训教练西蒙·维托。他是世界排名前50名的行为改变大师、《纽约时报》畅销书作者、著名演说家马休·戈德史密斯先生的弟子。他的客户包括财富500强（《Fortune 500》）、3M、ABB、安捷伦、IBM和微软等著名公司的高级经理。我们有了多次合作，成为莫逆之交！西



Stand Out!

做独一无二的自己

——职场人士个人品牌经营策略

蒙的新书《做独一无二的自己——职场人士个人品牌经营策略》出版时，我是这本书的第一批读者。当西蒙要我推荐译者，把《做独一无二的自己——职场人士个人品牌经营策略》介绍到中国时，我立刻想到了老傅！

我认识老傅已经23年了，他是我的老朋友。1985年我第一次见到他时，我们都在浙江大学读书，他常在浙大三分部的草坪上穿着灯笼裤打南拳；1997年我在他纽约的家中做客时，他已经在美国知名企业做高级软件设计分析师，并经历过了送外卖、扛大包、两次被枪顶住脑袋遭受抢劫的生死考验。后来，老傅定居加拿大，创办了自己的企业。就在他正大展宏图之际，却在2003年7月的一个上午，在跑步过程中，突发颈椎动脉破裂。由于出血部位特殊，无法实施手术，致使他全身瘫痪，完全失去了行动和语言能力，被加拿大医学专家定论为：“这辈子不可能出院，只可能在养老院了却余生”。住院期间，他的小儿子降生人间，接着才三岁半的大儿子，被查出患有白血病，并开始长达三年的化疗！面对这些突如其来的致命打击，老傅在爱妻的支持和鼓励下，坚决与命运抗争！他以超常的毅力与勇气去挑战极限，积极康复，不仅打破了专家的定论，而且创造了惊人奇迹！2007年5月当我再次见到老傅时，尽管他连像起床、穿衣这样的生活自理都存在巨大的困难，但仍然一个人三次往返于中加之间，并完成了六部中英文书稿、两篇英文的医学论文，并在加拿

大、美国、中国大陆和香港地区发表了若干文章。他还积极参与相关的医学和慈善活动，他的英文纪实散文获得“加拿大华裔150年历史多元文化在线展示”优秀作品奖，并被选为“加拿大华人十大杰出青年”，成为成千上万人顽强自立的榜样和信心来源。老傅就是一个《做独一无二的自己——职场人士个人品牌经营策略》的实践者，由他来翻译出版该书的中文版是再合适不过！

自1989年大学毕业以来，我先后在大型国企、外资企业、新创建企业和上市公司中担任过工人、工程师、销售经理和高管，足迹遍及全球五十多个国家，与世界上最具有活力的经济体建立了广泛的高层业务关系。我的成功“秘诀”是：“首先使每一位决策者相信我是最合适的；然后使这位决策者最终不为选择我而后悔；最后在做好每一份工作的过程中不知不觉地建立起我的个人品牌！”2007年，我创办了美国亚美联集团，致力于为中美企业提供一流的国际营销业务拓展等顾问服务，集团的很多业务都是由其他客户或以前的关系推荐的，我深深地体会到个人品牌的重要。

“当今的世界经济是基于金钱的经济。人们为金钱而努力工作，因为金钱代表成功，给人们带来想要的一切。让我们设想这样一个世界：这里没有金钱，只有一种叫做声誉的东西。在这里人们为声誉而努力工作。有了声誉你就可以得到想要的一切东西，包括漂亮衣服和很酷的电子游戏。这就是



Stand Out!

做独
无二的自己
——
职场人士个人品牌经营策略

即将到来的‘声誉经济’”。这是我12岁的女儿乔安娜对她们中学里的新流行词“声誉经济”的解释。

中国已经从以计划经济为主的贫穷国家转变为以商品经济为主的世界第四大经济体，从一个以产品为主的时代进入了以知识为主的信息时代。我相信这本书会给处在这种转型过程中的职业人士和即将开始职业生涯的大学生们，提供实际而有效的树立个人品牌的方法，进而为树立诚信原则、建立和谐社会作出贡献。也希望这本书会帮助“声誉经济”这个词在中国很快地流行起来！

程立新*

2008年仲夏于南加州思奎普斯牧场

* 程立新现任美国亚美联集团董事长。

译者序

我因为左侧颈椎动脉破裂、脑溢血造成全身瘫痪和失语，所以连续三年都到大陆寻医治疗。2007年5月，我在杭州大学的校友会上碰上了好朋友——从美国圣地亚哥赶来的亚美联董事长程立新校友。我们都有意于做些中西方文化交流的事情。他为我介绍了美国著名的励志大师、个人品牌专家西蒙·维托先生。正好西蒙先生写了一本书《做独一无二的自己——职场人士个人品牌经营策略》。我快速浏览了以后感觉非常好，便又仔仔细细地一口气读完了它。

在这个全球经济飞速发展的年代，可以说，人的一切商业活动就其本质来讲都是在“做人”，而“做人”的过程就是“建立个人品牌”的过程。“个人品牌”在商业活动中的表现又只是其在实际生活中的应用之一，也就是说，它在生活这



罪

Stand Out!

做独一无二的自己

| 职场人士个人品牌经营策略

一更大领域内的许多方面都有重要作用。

2003年我刚发病不久，为了解决提不起精神去锻炼的问题，我确立了“自己就是最好的榜样”的康复策略，决定将自己的康复努力和康复过程转化为品牌。在探索了一系列的方法之后，我不仅让自己康复得很好，而且还完成了《活出精彩》、《别说不可能——中风瘫痪康复经验500谈》、《创造奇迹》(Making Miracle)等一百多万字的中英文写作，并参加了一些商业和慈善活动。在体验成功喜悦的过程中，我也遇到了前所未有的压力、误解与无奈。自己一方面为自己的许多方法见效而兴奋，另一方面由于毕竟是探索，自己没有系统地研究、归纳过这些方法和理念，所以思想上还不是十分的明确。当看完这本书后，我欣喜地感到，这些年我在直觉基础上的实践正是这本书中提到的建立个人品牌的理念，书中真人真事的成功经历为自己展示了未来更加美好的前景，所以更有一种要把它翻译成中文与大家共享的欲望，并希望大家都能从中获益。

我非常感谢美国圣地亚哥的程立新把此书介绍给我，也非常感谢西蒙·维托先生让我有机会把他的研究成果介绍到中国，让更多的人能够成功。翻译此书也让我对书中所阐述的个人品牌理念有了一个更加明确的体验过程，我还要感谢北京的刘晓甲，广东的李斌、周荣海、赵珊，海南的冯翊，多伦多的杨晓兰为我修改译稿；更要感谢世界知识出版社的

张迎辉编辑在此书的校译、编辑和出版过程中给予的莫大帮助。

最后，祝各位读者成功，并建立一个强有力的职场个人品牌。

老 傅

2008年4月19日于多伦多



曾经在瑞士的生活……

我出生在瑞士的卢瑟恩，是一个非常平凡的人。在我人生的头25年里，我过着十分普通的生活。1992年，在经过五年一边在波恩大学攻读商务与市场营销，一边打着各种零工的生活后，为了给自己的职场生涯增添些经历，我到希腊去工作了六个月。在那个夏季里，我每天在克里特岛做自行车越野游的向导，经常翻山越岭，穿越峡谷，途经各种橄榄树丛林，沿着美丽的地中海海滩蜿蜒曲折、来回穿梭。异国他乡的情调和多彩的文化，激发起了我想去探索其他世界的强烈愿望。

在29岁的时候，我毅然辞去一份高薪工作，那是为苏黎士的一个专门举办研讨会和其他会议的瑞士机构做市场营销，因为我心里已经打定主意，准备去探寻新的商业机会。当时