

REINVENTING

you

Define your
brand, imagine your
future

深潜

10步重塑你的个人品牌

[美] 多利·克拉克 (Dorie Clark) ◎著

孙莹莹◎译



北京联合出版公司
Beijing United Publishing Co., Ltd.

REINVENTING YOU

Define your
brand, imagine your
future

深潜

10步重塑你的个人品牌

[美] 多利·克拉克 (Dorrie Clark) 著
孙莹莹 译



北京联合出版公司
Beijing United Publishing Co., Ltd.

图书在版编目 (CIP) 数据

深潜:10步重塑你的个人品牌 / (美)多利·克拉克编;孙莹莹译. —北京:
北京联合出版公司, 2017.11
ISBN 978-7-5596-1143-7

I. ①深… II. ①多… ②孙… III. ①职业选择—通俗读物 IV. ①C913.2-49

中国版本图书馆CIP数据核字 (2017) 第252911号

著作权合同登记号

图字: 01-2017-7204

上架指导: 畅销书 / 职场励志

版权所有, 侵权必究

本书法律顾问 北京市盈科律师事务所 崔爽律师
张雅琴律师

深潜: 10步重塑你的个人品牌

作 者: [美]多利·克拉克

译 者: 孙莹莹

选题策划:  广华文化

责任编辑: 徐 樟

封面设计:  衣 波

版式设计:  衣 波

北京联合出版公司出版

(北京市西城区德外大街 83 号楼 9 层 100088)

北京富达印务有限公司 新华书店经销

字数 180 千字 720 毫米 × 965 毫米 1/16 13.75 印张 2 插页

2017 年 11 月第 1 版 2017 年 11 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5596-1143-7

定价: 59.90 元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书部分或全部内容

版权所有, 侵权必究

本书若有质量问题, 请与本公司图书销售中心联系调换。电话: 010-56676356

你应该重塑个人品牌吗？如果你想在职场上获得晋升，进入新职业领域，跳槽到另一家公司，或者改变职业方向，那么答案就是肯定的。

重塑个人品牌不是一朝一夕就能完成的，在此过程中，你需要从他人那里获得反馈、培养新的技能或展示你能带来的价值。不过，你可以从全面地审视自我开始。你的印象和想法可能会在你阅读本书过程中不断发生改变。但现在，你可以把自己的看法和设想先写在纸上，然后把这些内容作为调整与改变的基准，为你开启崭新未来树立一个良好开端！

你是谁

- ▲ 你最大的优点是：_____
- ▲ 你最大的缺点是：_____
- ▲ 你在职业上最擅长的技能是：_____
- ▲ 你的成长教育背景和以往工作经历中最不寻常的部分是：_____
- ▲ 人们最常询问你的问题是：_____

你的目标

- ▲ 你目前的职业目标是：_____
- ▲ 如果还不确定，你最感兴趣的几个职业领域是：_____
- ▲ 你应该阅读的跟你理想职业相关的杂志、书籍和博客是：_____

▲ 你认识的跟这些职业有关联的人有：

▲ 为了实现职业目标，你需要学习哪些现在还不具备的技能：

▲ 获得这些技能的方式可能有（如做志愿者、模拟工作、阅读相关书籍）：

▲ 你认识的人中，谁有可能在此过程中给你一些建议：

你的竞争优势

▲ 你拥有的跟新职业领域最具关联性的技能是：

▲ 与新职业领域的其他人相比，你有哪些与众不同的优势：

▲ 你的个人背景或者前期职业经历能为新职业增添价值的原因在于：

▲ 你现在的职业领域是你过去职业的延伸，原因在于：

展示你的价值

▲ 你在新职业领域中能够参与的重大项目或者行动可能是：

▲ 人们经常向你询问的话题包括：

▲ 你能加入的跟新职业相关的行业协会包括：

▲ 你能用来展示自己新职业身份的社交媒体包括：

▲ 你能够向以下组织推广自己的公众演讲活动：

▲ 你能做出的最重要改变，或者应当采取的行动是：

谨以此书献给我挚爱的母亲

盖尔·克拉克



Reinventing
you

各方推荐

如果你对自己现在的职业状况不满意，如果你想在这个竞争激烈的职场环境中脱颖而出，重塑你的个人品牌是一条必经之路。《深潜》为你提供了一种可能，并且提供了一套可参考、可执行的方案，帮助你成为你想成为的那个人。

古典

新精英生涯公司创始人
畅销书《拆掉思维里的墙》《跃迁》作者

这是个人品牌彰显的时代。越来越多的人发现，只要有一技之长，通过互联网吸引一批忠实粉丝，你完全可以拥有一种完全不同的生活方式，不用看领导脸色行事，不用在职场晋升金字塔里苦熬。你的网络品牌将帮助你开启更强大的人脉链接之旅，这本书将会因此启发你。

秋叶

秋叶 PPT 创始人、知识型 IP 训练营创始人

个人品牌的时代已经到来，你只有正视自己的价值，才能获得真正意义上的成功。《深潜》这本书从认识自我到多样化成长之路都提供了详尽的参考方法，是打造个人品牌的不二选择。

彭小六

知识管理专家
畅销书《颠覆平庸》作者

在个人职业进化中，如何设定目标，让自己获得更大、更快的发展收益呢？《深潜》从职场开端到价值实现，为你规划出了详细的个人品牌发展步骤，提供了各类工具，并设定了可以参考、借鉴的目标，这是任何一个阶段的职场人士都可以用来指导重塑自我的好书。

易仁永澄

目标管理专家、幸福进化俱乐部创始人

很多人认为，只要努力工作，机会总会来的。而职场成功的真相，这本书会告诉你，其实是推销自己。做一点小小改变，就能厘清自己的优势，抓住机遇，实现自我价值。成功的方向，还真有迹可循。

小红拖拉机

《非你莫属》HR 专家，知乎职业规划等领域知名回答者

需求是创造发明之母。在如今这个变化莫测的时代中，重塑，有时甚至是持续性地重塑，都成为必要之举。在这个充满挑战的过程中，多利·克拉克这本内容翔实、极具可读性的《深潜》，是你不断重塑个人品牌的有效指南。

罗伯特·西奥迪尼

著名社会心理学家
畅销书《先发影响力》《影响力》作者

当职业晋升的单一“阶梯”进化为多元化的“点阵”之时，职场成功之路不再只是一条狭窄拥挤的通道，而是充满多种可能的多样化成长之路，个人品牌将成为每个人独一无二的名片。《深潜》这本书提供了诸多实用有效的方法，是你重塑个人品牌的不二之选。

凯茜·宾果（Cathy Benko）

德勤会计师事务所副总裁
畅销书《点阵公司》作者

过去职场上那种稳定、长久、不愁退休养老津贴的金饭碗时代已经一去不复返了。多利·克拉克通过《深潜》这本书，展示了清晰、实用而又具体的重塑个人品牌的方法及步骤。读者会从中认识到，这个过程并没有那么令人望而生畏，相反，其中充满了各种机遇和可能性。作者在书中列举了商界、政界和非营利组织中引人入胜的真实案例，是你掌控并且重塑自己职场生活过程中，不可缺少的良师益友。

梅格·卡杜·赫什伯格（Meg Cadoux Hirshberg）

《为了更好的生活和工作：创业者如何平衡事业和家庭》作者

如果你想拓展自己的职业化视野，并在工作和生活中展现更加真实的自己，《深潜》这本书是你不可错过的佳作。

奇普·康利（Chip Conley）

《情感方程式：创造幸福和成功的简单道理》作者
幸福生活酒店集团（Joie de Vivre Hospitality, Inc）创始人

Reinventing
you

Ready



我们需要一次深潜

你对自己目前的职业状况满意吗？也许有人想快点升职，有人打算另谋高就，甚至跨业转行，但无论如何，有一点毋庸置疑：没人愿意一辈子做自己不喜欢的工作。在如今这个竞争激烈的职业市场中，要想脱颖而出，挥洒激情，施展才华，成就一番事业，就必须适时深潜，重塑你自己，并让自己做出的贡献获得他人的认可。

手捧“金饭碗”或终生雇佣制的职业年代已经一去不复返了。你身边还有几个终生受雇于一家公司的人呢？无论是好是坏，如今，人们总是不停地跳槽转行，可能是由于公司裁员，也可能是出于对更高职位和薪资的追求。那些本想在某家公司从一而终的人，也往往身不由己。哈佛大学商学院教授托马斯·德朗（Thomas DeLong）认为，上述现象在一定程度上源于过去数十年来“职业导师制”的急剧衰落。企业管理者被迫承担越来越多的职责，因

此很难挤出时间去栽培不断崛起的新人。其结果用德朗的话来说就是，管理者“开始对自己所在的组织产生怀疑，并且把自己看作是无拘无束的自由人，而不再坦然表示‘我能在这家公司接着再干30年’”。如今的职场流动非常频繁，这已经是很普遍的事了。

即使一直待在某家公司或者某个行业内，每个职场人士仍然需要不断重塑个人品牌，以便跟上企业疾速变革的步伐。“你准备好迎接并加入新一轮重塑个人品牌的潮流了吗？”美国硅谷知名企业瞻博网络公司（Juniper Networks, Inc.）人力资源执行副总裁史蒂文·赖斯（Steven Rice）向求职者发问：“在职场中，你如何保持自己的不可取代性和核心竞争力？毕竟，人们只有不断地重塑个人品牌，才能在新工作环境中游刃有余。”

在如今这个职业频繁转变的时代背景下，劳动者退休年龄逐渐推迟。有的人是因为兴趣所致乐意而为，而多数人是不得已而为之的。据统计，在经济不景气的2007—2010年，美国55岁及以上年龄的人就业率增加了将近8%，这是美国所有人群中劳动参与率唯一增长的一个群体。美国退休者协会（AARP）策略总监对《国家杂志》（*National Journal*）如此解释：“因为条件不允许，所以他们还没办法退休享清福。”这种现象意味着我们在重塑个人品牌的过程中，将会拥有更多的机遇，也将面临更高的要求。

美国“婴儿潮一代”^①不断延迟的退休年龄对他们的孩子也产生了很大影响：“千禧一代”^②进入竞争激烈的劳动力市场，并且还要跟那些工作资历更老的长辈抢同一个饭碗。2011年，美国年轻人就业率创6年来新低。如果你之前的工作履历对你期望中的未来职业道路毫无裨益，那么至关重要的将是，如何定位自我形象和以往的工作经验，从而帮助自己实现理想中的职业蓝图。

① 指第二次世界大战之后的1946—1964年间大量出生的一代人。

② 指1984—1995年出生的一代人。

美国诗人亨利·沃兹沃思·朗费罗（Henry Wadsworth Longfellow）有一句名言：“我们评判自己的依据是感觉自己能做什么，而他人评判我们的依据是我们已经做了什么。”因此，如果你是打算转岗市场营销的财务人员，或是想要成为职业生涯规划师的风险资本家，再或者是努力想在职位上晋升到更高层级的企业管理者，即便你的相关职业履历几近完美，无可挑剔，这也并不意味着其他人都能这么想。

我们想从生活中获得什么

重塑你的个人品牌，颠覆他人对你的固有认知，可能会是一个令人望而却步的艰难过程。当然，并不是每个人都需要这么做。如果你在现在的公司里有长足的发展，并且钟情于自己的专业领域，你可能不需要担心这个问题。不过，我们中的大多数人不一定这么幸运。

无论你是哪个层级的职场人士，如果你想在职业生涯中获得更特别和更有益的东西，同时相信获得这些东西是有事半功倍的策略性路径的，那么，本书将是你最好的选择。你可能正在不景气的经济环境中努力寻找立足点，就像我们之后会提到的年轻职场人士约翰娜·马库斯（Johnna Marcus）那样，在零售业中苦苦煎熬，期待事业快速发展；你可能遭遇行业危机被迫重新择业，正如当了20多年报社记者却惨遭解雇的汤姆·本纳（Tom Benner）一样；你或许还会从丹（Dan）的故事中获得共鸣，以实际行动消除职场上的误解，最终在事业上更上一层楼；你也可能想要学习新技能，探索新兴趣，就像拼命想要改变生活的企业律师卡伦·兰多尔特（Karen Landolt）一样。那么，就把这本书当作一张邀请函吧，问问自己，到底想从生活中获得什么？

深潜，以此重塑你的个人品牌的几个适当时机：

- 处在人生的新阶段，想凭借不一样的特质被他人所知；
- 遭遇失业危机，需要确保自己有能力快速获得新工作；

- 想在公司内部层级中稳步上升，并掌控自己的声誉；
- 在公司努力争取升职机会，但感觉到其他人对你个人能力的误解牵制了你的行动；
- 想在公司里换个部门工作，比如从法务部调到人力资源部，或者从销售部调到财务部；
- 刚工作不久，职业履历还不够有说服力，需要寻找另外一种方式在同侪中脱颖而出；
- 新近转行，需要完成一个引人注目的项目，以证明自己独一无二的职业背景是一笔资产而非累赘。

“嘿，多利！”我收到了一封电子邮件，发件人是我在写作本书过程中一直想采访的一位企业高管。“我很愿意跟你聊聊，但我希望能够匿名访谈，因为我担心如果被人发现我在谈论个人品牌，会有损我的品牌形象！”他的邮件虽说带有半开玩笑的意味，但也反映出了一个重要事实。当我在美国各大商学院教室和企业会议室谈论我的书时，我发现在很多时候，不少职场人士意识到了重塑个人品牌的需求，却对这一行为本身仍抱有不安的态度，他们总是有这样的疑虑：过分考虑自己的公众形象会不会显得太有心机？难道认真做好自己的本职工作还不够吗？

有一种观念认为，管理自己公众形象的行为显得有些肤浅庸俗，这种想法不难理解，之前那位给我发邮件的匿名高管也有此类疑虑。事实上，我们都能联想到这样的案例。我就认识一位“传奇”女高管，她在与任何陌生人会面的数分钟内，就有办法让对方知晓：她的座驾是宝马，她读过两所常春藤大学，在知名大企业拿的是六位数的薪酬。如果几个月后又碰到她，而她忘了曾经见过你，又会侃侃而谈，再吹嘘一番。所以，没几个人能受得了她。

我绝对不会建议你从现在开始向每一位路人炫耀自己的荣誉证书，吹嘘自

己的精彩履历。这本书不是教你展示精心伪装后的自我形象，也不会教你如何想尽办法吸引他人的注意力，告诉他们自己有多厉害。事实上，本书讲的是如何掌控自己的生活，并巧妙地实现目标，即你想成为谁，你需要怎样做才能实现这个目标。这本书的中心内容在于，确立你的目标，努力拼搏并且合乎职业操守地实现它，然后让他人注意到你的成就。

我从事的是媒体关系和市场营销行业，因此我必须先承认，我的观点或许有失偏颇。但我本人也亲眼见识过，在各行各业中，才华横溢、能力超群的人数不胜数，如果你无法通过巧妙而又审慎的方式进行自我营销，提升自身价值，那么其他人就可能抢占先机，代替你赢得他人的肯定。

但很遗憾的是，一味地埋头苦干，指望着仅靠个人默默努力就被他人注意到，在如今这个时代已经不太可能了。多年前，成功的华尔街投资家，同时也是美国前财政部长的威廉·西蒙（William Simon）宣称：“我对推销自我和保持某种个人品牌一向不感兴趣。事实上，除非通过面对面的直接接触，否则建立自己的个人品牌很难，想改善或者消弭人们对你的一贯印象，几乎更是不可能的事。我唯一能做的就是，努力工作并在事业上取得成功。”西蒙这番话，完美地诠释了美国上流社会的典型趣味：对个人形象这样浅薄的事物感兴趣，实在有些庸俗。当然，他说的没错，相对于矫饰包装的个人形象，你的行动和个性才是最重要的。

西蒙对于个人品牌的看法，对于像他这样出生于美国 20 世纪 30 年代大萧条时期的那一代人来说，是一种非常恰当的表述。但在西蒙去世的 2000 年，也是互联网崛起的全新时代，这番话对于任何追求卓越的职场人士来说都已经不再适用了。那种“埋头苦干万事大吉，职场政治干我何事”的观念已经彻底失去说服力了，从如今四处泛滥的人脉关系书籍、职场政治研习会和研讨班就可见一斑。哪怕是办公室里时常被冷落的“壁花”先生和小姐们也明白，自己应该积极参与公司的度假派对，否则就可能错失对自己有利的人脉关系。那么，

又有什么理由不去掌控自己的个人品牌呢？

当然，你也可以冒险一试，或许在办公桌前的苦苦煎熬终会获得回报，低调的自己最终会被伯乐识得。但是为什么要去冒这个险呢？为什么不花点时间考虑下，你想让他人如何看待你，然后巧妙地运用策略实现目标，而非得等着天上的馅饼砸到你身上呢？

重塑你的个人品牌

之所以对“重塑个人品牌”这个话题如此热衷，是因为我自己也亲身践行过。如今，我提供策略和市场营销咨询服务，客户名单包括谷歌、耶鲁大学和美国国家公园管理局（National Park Service）等。不过，最初遭遇“重塑个人品牌”这个命题之际，是在我研究生毕业不久，当时我在一家新闻周刊当政治记者。某个周一的下午，有人通知我傍晚下班前到人力资源部门去一趟，我还以为是有关医保政策调整的事或者要填一堆什么表格。然而结果是，在这儿干了还不到一年，我就被裁员出局了。傍晚，同事们纷纷下班回家，我却不得不打包自己的私人物品，连最后跟其他人道别的机会都没有。

第二天早上，我在吃早饭时瞥了一眼电视上的 CNN 新闻播报，看见飞机撞向了纽约世贸大厦。是的，我在 2001 年 9 月 10 日丢掉了记者的工作。此时正值全球政治秩序混乱、美国国内经济萎缩之际，我必须想办法谋生，并想清楚接下来该做什么。

过了一段时间之后，尽管职场上仍然人心惶惶、萎靡不振，但我还是谋得了一份自由记者的职位，只是这份活计收入不多。我仍然盼望着自己能够再次被本地日报聘用，但当时由于互联网崛起，纸媒式微，日报的招聘计划也冻结了。在那几个月里，我勤勤恳恳地工作，幻想着未来能够在新闻界中大展拳脚。所以，当我收到一份“转行”的职业邀请，为时任州长候选人、后来成为美国劳工部

长的罗伯特·赖克（Robert Reich）担任新闻秘书时，我最初是拒绝的。但是一个小时过后，我打电话告诉他们，我改变主意了，决定接受这份工作。这或许就是我重塑个人品牌的开端。

如果一切顺风顺水，我或许还是一名记者，因为我喜欢写作、结识新朋友，而且脑海中时常迸发出新鲜有趣的灵感。但如今的世界瞬息万变，产业更替频繁，公司倒闭毫无预兆，有时候我们的计划就是不能圆满实现。我那时也很乐意掌管白宫新闻办公室，但遗憾的是，我当时服务的总统候选人在预选中落败，我的梦想也随之告终。有时候为了生存和发展，你不得不重塑个人品牌，并且一直坚持前行。

当然，有时候重塑个人品牌是出于主动选择，比如为了充满变革精神地追求全新的职业方向。多年以来，我一直经营着一家非营利宣传组织，本打算继续再做很多年。但是，我最终决定成为一名创业者，并且启动自己的咨询业务，这个决定让我从此有机会环游世界，为领先企业提供管理咨询，并且拥有了充实且成就感十足的生活。

现在回头看来，似乎很容易看出我以往职业与现在职业的关联和共性。做记者的经历让我为政治候选人工作时能够得心应手；运营非营利组织的经历让我具备了广泛的商业技能，比如计算机和财务，而这些都是从事咨询业必备的本领。不过，我也明白，转换职业对其他人来说可能会很随机，比如我在经营非营利宣传组织之前还曾是纪录片电影制作人和哈佛神学院学生呢。在我开展咨询业务很多年之后，还有人会问起我参与服务的竞选活动事宜，或者是我运营的宣传组织情况如何。难道他们没有收到关于我职业更新的电子邮件，也没有查看我的新网站吗？他们是不是压根就没留意过这些？

像大多数人一样，他们的确没有留意过这些信息。事实上，大部分人都不会特别关注他人的生活。这意味着他们对你的认识很可能还停留在很多年以前，