

# 第 1 部分

*Part one*



## 发展个人品牌





## 第1章

# 个人品牌的基础



你的动力从何而来？

你注意过你有多少干劲儿是来自于去做你真正感兴趣的事情吗？正是出于兴趣，你才能不知疲倦、坚持不断地做下去。如果你知道自己“所代表的”是什么，那么就会激发出你更多的动力并且把事情做得更好、更省力也更持久，就好像得到了无穷的力量。

我们这本书所做的就是要利用这个促进因素来激发你做更多你喜欢做的事。

对兴趣的这个促进因素的需要常常会在下列一些关键性时刻表现出来：遭受火灾、失业、离婚等等。你得尽快处理这些问题。你正处于生活的关键性时刻，“我是谁？”这个问题会变得非常重要。通常你会为自己的错误而自责。

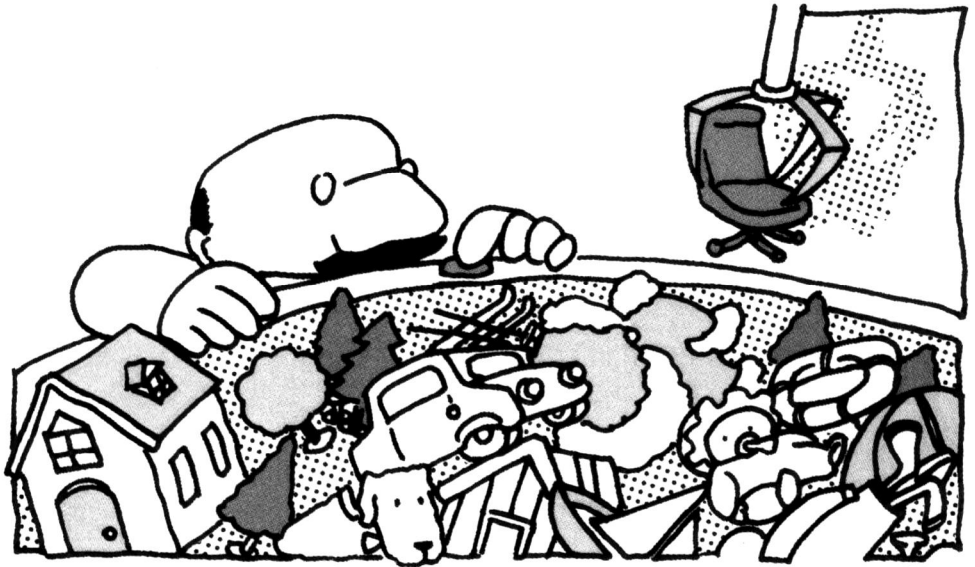
现在让我们来想像一下，以前你经历过的这种艰难的情形。或者换句话说，以前你曾经问过自己这个问题，当你又一次面临这种情形时，你已经有了对策，而且能驾轻就熟地处理这些事情。试想，你几乎是以一种愉快的心情来证实这些你已经预料到的事情，正如有着良好心理素质的运动员所做的那样。这个策略就是训练你自己为此做准备。

你甚至可以避免一些最让你感到伤痛的经历；或者，至少你会准备好更有效地处理这种状况。

如果你有做事的策略，那么你的控制力就会多一点；你也能看到事情的来龙去脉和产生这种情况的原因。

从一个更大的背景来看，你甚至还能把一些负面的事情看作对你自己有利的积极因素。

在情感上你会更加坚强，因为你知道你所代表的是什么，并



当你经过训练，有了预先的对策时，你就可以驾轻就熟地处理这些事情。

且它将给予你很多自尊和力量。它也会给你周围的人们留下印象。在危急的情况下，他们也会不再难为情而给予你更多的支持和帮助。相反，一个在我们面前精神出现崩溃的人，会使我们大多数人感到尴尬和局促不安，并且茫然不知所措。

乔纳森·加贝在《再造你自己》（“动力系列”中的一本）一书中谈到危机过后你要做的就是：你得拼命去寻找一种新的生活。在我们这本书里，我们要让你做好准备，使你能在不失控的状态下度过危机，实际上是要利用危机来得到动力，以免一蹶不振。战争的艺术就在于运用力量来取得气势并掌握主动。

## 充分利用你的潜意识

当你经历了寻找你所代表的品牌的过程，就会意识到在你的价值观和更深层的态度之下，这本书所讲的大多数内容在潜意识里都有着它内在的原因。这对我们不习惯于在内心世界里漫游的人来说，也许会有些不自在。

这就是为什么要用策略和系统化的方法来挖掘我们的潜意识并以一种可控的方式把它带到理性认识里的原因。抽象的洞察力告诉我们潜意识里发生的一切，但是策略则为我们提供了调整和改善它的可能性。

**我们生活中的大多数决定完全是不自觉地由潜意识做出的。**

有很多事情不是你能有意识地去做的。你也不可能有意识地去和你的潜意识做斗争。胜利的总是你的潜意识。

改变这种状况的机会是给现实换一个环境，更准确地说是用现实来造就一个新的环境。例如，你在一家公司做管理工作，但你不喜欢这个工作。你最大的兴趣和激情是航行，那么想像一下把你的技能用来组织一次大型的航行比赛吧！

## 这本书的理论依据

这本书主要是基于 NLP 的思想和技术来写作的。什么是 NLP？这些字母所代表的意思是神经语言设计（Neuro-Linguistic Programming）。

- 神经（Neuro）涉及到我们的神经系统和五种感官的心理路径，即我们的视觉、听觉、触觉、味觉和嗅觉。
- 语言（Linguistic）是关于我们运用语言的能力以及某些词汇和短语怎样反映我们的心理图像。它也是反映我们的信仰和思维的无声的肢体语言和习惯。
- 设计（Programming）借用电脑语言，它是指我们的思想、行为和情感如软件一样是能被重新设计或升级的模式或习惯。如果你喜欢的话，会看到整本书实际上讲的都是这个主题。

理查德·邦德和约翰·格林德在 20 多年前介绍了 NLP 的概念，他们所依据的思想与传统的心理学有着根本的区别。心理学主要涉及的是描述心理问题和障碍，对这些问题和障碍加以分类分析，从人们的个人经历中寻找原因并加以解释。NLP 则是关于我们的思想、行为和情感如何共同形成了我们的经验。它是建立在生物学、语言学和信息科学领域上的现代思想。

NLP 的基础是一个新的关于人的大脑是如何工作的、我们称之为“NLP 假设”的原理。一般的方法是非常有建设性和积极的：“人们工作很完美”。我们或许高兴或不高兴，但是事实是某些思想、情感和行为总会有效地产生某些特定的结果。我们完全明白事情是怎样发生的，但我们也许只是想改变它。而且我们甚至不得不改变那些正在产生后果的思想、情感和行为。

NLP 与其他基于传统心理学的疗法有一些有趣的、实质上的区别：NLP 方法容易导致变化：你能自己做（显然，首先是因为你已经做过最初的设计）。你需要做的惟一一件事情就是了解你大脑工作的原理和一些与之相配合的简单的步骤。它不会像那些令人痛苦而昂贵的疗法那样要耗费几个月甚至几年的时间才能产生结果，它只需要几分钟的时间就够了，并且它不会给人带来痛苦。相反，NLP 的一个换了角度的问题是：你能承担多少快乐？（这个问题就其本身而言是一个变化的创造者，因为它在打破我们所固有的思维模式。）

于是，惟一的问题是尽管我们被传统所教导，也会相信 NLP 是对的。对我们所有人而言，我们倾向于把听到的所有新东西转变为我们已经知道的东西。如果 NLP 是容易解释的，那么它就不可能是新的东西。但是，NLP 确实与众不同，它是一种关于人的大脑和身体是如何工作的全新的观念……

NLP 这种方法快捷而有效率，这就是为什么近来 NLP 得到了精神治疗专家和所有商务专家广泛关注的原因。NLP 的基本内容是关于如何改善你和他人的沟通，它非常适合我们这个信息时代。

应用 NLP 的前提条件是：

1. 是心理图像而不是客观世界的图像。我们倾向于对我们的心理图像（思维中对现实的勾画）而不是对世界本身做出反应。创建品牌这一行为就是改变思维中的现实。
2. 体验是可组织的。体验、思想和记忆都是思维模式的组成部分。如果你要改变了思维模式，你的体验也会相应改变。由此，我们就可能消解我们不愉快的体验并提升我们愉快的体验。
3. 如果一个人能做到的话，那么任何人都可以效仿。我们可

以把一些成功人士作为我们的榜样，仿照他们的模式并为自己所用。这就是迄今为止我们在生活中学习几乎所有东西的方式。当你能从一切都是可能的假设中受益时，为什么还要在你尝试它们之前想像事情的每一步都是不可能的呢？

4. 大脑和身体是同一系统的不同部分。当改变了你的思维模式时，它也会影响到你的全身、你的呼吸、肌肉的紧张度，等等。反之亦然：当你改变了你身体的某一部分，它也会影响你的精神面貌。
5. 人们已经拥有他们所需的所有资源。我们在本书中谈的所有东西是每一个人都有：精神想像、内心独白、情感和感觉。我们能利用所有这些资源来改善我们的生活、我们的思想、技能和情感。
6. 你不可能不与他人交流。我们人类经常需要相互交流。我们使用较少的一种交流方式就是口头交流，使用较多的方式是非口头交流。一个特别的肢体动作、一个笑靥、一个眼神、说话的语调、身体的姿势，所有这些都是内在思想活动的外在表现。
7. 沟通的意义在于你所得到的回应。所有沟通的作用在于接受者对接收到的信息的理解。或者换句话说，沟通的作用必须经过接受者大脑的过滤？为了改善沟通并使沟通更有效，我们需要注意沟通是怎样被接受的。
8. 每个行为都具有积极的意图。不管某些人的行为多么鲁莽、有害或者令人愤怒，从一开始行为就可能包含有积极的目的。例如，人们吹牛是渴望被认可。他们具有攻击性是为了对付恐惧，掩饰自己是出于安全的考虑。我们并不是要判断这种行为，而是要把这种行为与它最初的目的分离开来，并且为倡导一种新型的、经过改良的、更加积极

的能够达到目的的行为做准备。

9. 人们总是为自己做最好的选择。我们都有自己的经验、个人经历，从而形成了自己的价值观。我们都学会了以某种特定的方式去做事、去思考、去行动。从这些模式中我们做出自己的选择。也就是说，直到我们找到新的、更好的可为我们所用的选择。

10. 如果你正在做的事没什么意思，那么就去做点别的吧。做点别的吧。我们都有一种按我们习惯的方式做事的惯性。问题是，这样的行事方式使我们总是得到一些我们已有的东西。试着去做一些新的尝试和变化：生活中几乎所有的事情都可以有许多种选择。

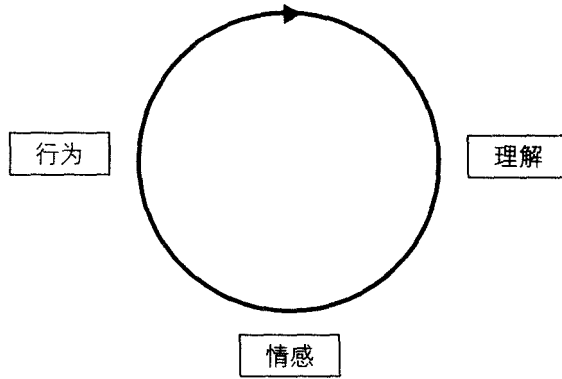
## 一般的沟通模式

这是沟通的基本模式，它为良好的沟通者搭建了一个平台。你需要用这种沟通技巧来发展你的个人品牌。你最好认真地学习它。我们已尽可能地使它简单化，但是你仍然得读它几遍。它真的值得你这样去做。

所有的沟通都是一种非线性的过程，都开始于要让人们理解。有意识的沟通多是通过一些语言和口头信息来进行的。运用语言的要旨是你能以一种有意义的方式与那些你以前没有更多联系的人沟通。作为与他人相协调的一种方式，语言的功用也是沟通的本质所在。

以知识为基础结构的沟通形式的问题就在于几乎从不产生大多数沟通都要产生的结果——行动。

理解通常不足以产生行动。我们大多数人都必须被激发：我们得感觉到要去做。当我们感觉不到时，我们就没有足够的动力



去行动。沟通可以创造足够的精神动力使我们能付诸行动。需要多少动力取决于所做决策的重要程度。例如，买一只牙膏所需的动力就比投票支持工党所需的动力要少得多，如果在此之前你总是投票支持保守党的话。

### 精神动力需要化为行动。

如果我觉得不喜欢某种事情，通常我就不会去做它。如果迫于某种压力去做了，我的情绪就会很坏，这种情绪会使整个情形变得很糟糕。

在商务来往中，我们应该明白这一点。如果顾客没有合适的感觉，那么就不会有足够的动力从而也就不会产生购买的行为。在生活里也一样。你也会需要动力去做一件事，而得到这种动力的途径是通过你的感情。有时，如果任务很轻，那么仅仅只需一点点动力就够了。但是，如果要完成的任务很重，那就需要很大的动力。而且，动力很容易丧失。例如，在糟糕的关系中和恶劣的环境中，动力很容易丧失。（我想，风水是指在任何环境里包括在家里和工作中保持高昂的动力的传统的中国哲学观和方法论）。生活，简单地说，就是一门动力平衡的艺术。

你得创造和培育你的动力源泉。大多数时候，“个人动力”来自于娱乐和有趣的生活：充满挑战但却令人愉快和相当安全。关系是决定形势的最基本的因素之一。有些人会让你丧失动力（我们通常称之为能量吸食者），而有一些人会给你一个额外的能量充电。在有些情况下，它会影响你的一天、一星期甚至你的一生。他们会为你提供能量，使你做出非同寻常的决策。如果你对其他的人来说是这样的人，你就拥有我们所说的极强的智力维。也许你已注意到了，你的朋友中，那些给予你动力的人比那些让你丧失动力的人使你感到轻松。

现在回到一般的沟通模式上来：理解从来都不足以产生行动所需的足够的动力。即使从逻辑上讲应该有所行动，你仍需要行动的激情火花。许多沟通者都由此遭受到了挫败。他们似乎都没有这种洞察力，或者至少没有运用他们所有的洞察力。政府、官员们、大公司在沟通时都倾向于依赖理解。他们都等候着行动，但通常什么也不会发生。然后他们更加感到受到挫折，为了取得理解，他们通常到了大声嚷嚷的地步，他们强调做某件事是合乎逻辑的有道理的。然而，仍然是什么也不会发生。

很多做市场营销的已经花了数百万元来获取信息以增进了解，所做的这一切都是合乎逻辑和合理的。但市场上什么也没有发生，或者事与愿违。人们不愿意被当作孩子或是傻瓜；太多的理由也许会被误解为“说那么多干什么？你以为我是傻瓜还是什么。”

《Cluetrain 宣言》（由克利斯多夫·洛克和瑞克·莱凡所著的书以及发起的运动）最基本的思想就是关于共同的呼声，大多数大公司在他们沟通时完全做错了。而我们，多亏有了互联网，使我们可以进入一对一的交流环境，大公司仍然坚持以优势地位语言居高临下地对人们说话。在我们生活的这个时代，这是致命的错误：大公司在这一点上，应该与顾客、雇员、供货商以及其他社

会成员站在平等的位置上，并且表现出他们的人文关怀。

成功的沟通者都懂得如何深入感觉情感的领域，以激起足够的动力去行动。

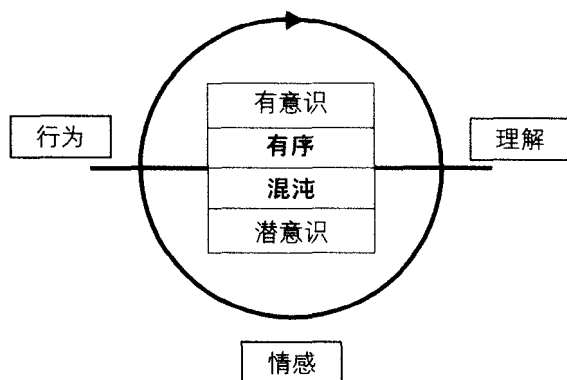
采取行动，通常意味着以某种方式做出反应，并且想要知道得更多；在这一点上，理解对于沟通的顺利进行确实很重要。今天，互联网为我们的行动和回应提供了绝妙的工具，我们能够并将利用它来获取事实。冲浪运动无疑是一种情感驱动型的活动，随意的开始，但通常会变得越来越有条理。

那些富有激情并能引起极大关注的人们，确实为行动创造出大量的动力，但同时也该注意到自身的特长，因而，对他们提供与自己相关的事实和信息也提出了更高的要求，这就值得好好考虑了。通常这些富有激情和感性的人是非常不善于提供事实和信息的，并且很随意。例如，在被引荐之后，他们不会留下履历表以及其他可以让别人对他们加深了解和印象的任何东西。这是危险的，我们的整个思想就是使你的沟通过程更完整，不要遗漏或忘记它的任何一个部分。

另一方面，如果你不能运用情感，显示个性，倾情奉献你自己，不管你给了多少信息和事实也无济于事。这也许是生活最残酷的自相矛盾：你给出的信息越多，越没人愿意听。这使得博学的人感到非常沮丧。他们似乎会对自己说“假如人们肯听我说，他们就会注意到我是一个多么有趣的人啊！”

所有的这些都归结为领导气质的问题。领导气质对于销售、演出、说服、领导以及使事情发生都是如此有用。当然，问题是：你是否具备这种气质？这种气质是与生俱来的才能吗？或者一个人可以通过后天的学习获得这种气质？

我们的回答是每一个人都能以他或她自己的方式使自己具备



这种气质。正如颇具超凡魅力的个人一样，成功的领导气质也有许多种版本。

为了成为成功的沟通者（一个颇具魅力的人），你需要使自己熟悉形象、象征和符号的世界，而且要接受混沌的状态并在其中感到舒适。人们总是为有序而奋斗，那是我们的天性。但是那些在艺术的、不合常理的、无条理的和混沌离散的世界里感觉无拘无束的人将有一个很大的机会成为良好的沟通者。这儿有一个小小的试验：你花了整个晚上和朋友们在一起谈论一个话题，从功用的意义上来说完全没有意义，也不会产生什么实质性结果，那么，你会感到有多舒畅？如果用 1~10 的等级表示会怎样？如果你的期望值小于 10，你也许真的需要用一些艺术的体验，诸如绘画或是写诗去打开你的心扉了。然后欢迎你再回到这儿来！

失控一会儿，尝试让事情的发生顺其自然，这对好的沟通者来说是很重要的。

如果你想与你的内在自我交流，这就是必须的。一旦你经历了在你的潜意识里预先设计打造个人品牌的这个过程以后，你就会编排你的潜意识并依赖它给你的引导。你就会拥抱混沌甚至毫无恐惧地欣赏它。由你自身内在而来的引导，将使你一直沿着正

确的道路走下去。

我们认为选择感知这一概念是检查这个模式有效性的好办法。现实通过你的情感被接受，再被你大脑中目前占上风的思想以及通过培养和教育而形成的你的个性所过滤。

例如，一个怀孕的妇女到处都会看到婴儿车，然而，没有怀孕的妇女即使去了同样的地方，也不会看到这些。但她也许会看到有年轻的男士在那儿徘徊。认识事物的不同方式的基本常识告诉我们，在我们感觉里的过滤器是很重要的，这些通常都是靠潜意识。我们的行为方式也是同样的：很大程度上我们是靠潜意识去做事，但是，我们也在有意识地去许多事。

这样，如果你想要改变你的生活，或者至少改变别人对你的看法，你不能简单地理解什么是对的或错的，并且照此去行动，以改变你的行为，即使这在非常特殊的环境里很管用。你也可以集中你的意识去改变某些行为，但是一旦你转移注意力，大脑就会退回它原有的模式，你就会一次又一次地重蹈覆辙。

下一步是与你自己进行更深层次的沟通，并且通过完全进入你的潜意识来感觉变化。

## 真正地去理解现实

真实的现实与感知的现实相比的问题会使你陷入哲学的泥沼。

有些哲学家，比如说德国哲学家康德就竭力主张只能亲自感知现实。康德详尽论述了我们以一种与众不同的方式感觉一张桌子；我们仅仅只是以类似的方式来描述它，如果这张桌子是用木头制成的，我们在上面敲，所发出的声音在不同的人听起来声音都会有所不同；它的表面给人的感觉也会有差异，诸如此类等等。

基于此，康德认为，也许存在一个客观现实——Das Ding an sich——但它永远不会为两个不同的人以同样的方式所感知。这在日常生活中无疑会不切实际。例如，没有客观现实，谁会想要成为物质世界的主宰者？也许没有人能做到……

在实际生活中，你也许想要有一些被称作“真实的现实”的事。但是，如果考虑到用你的个性来创建品牌并有所建树，那就忘掉它吧。每当考虑到“现实”的你是什么，或你想要什么样的现实时，你就要注意了，你几乎可以肯定别人并不这样认为。否则，对你而言，它不能算大事。

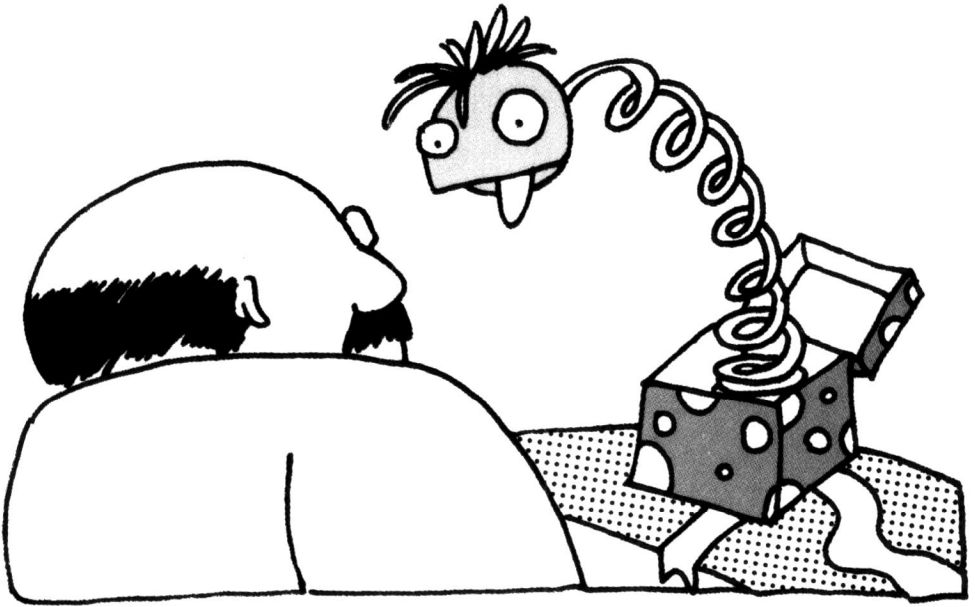
我们所有的人有时会感到受了误解，也可能常常被误解！最好的对策是保证你仅仅用一种现实来让别人认识。

所有的感知都要通过我们自己的潜意识过滤，这样，我们所看到的、所听到的、所感觉到的和嗅到的，凡此种种，就是我们对现实的看法。

换句话说，不管你在别人面前多么透明，不同的人对你仍然有不同的诠释。但是这也有助于你认识自己的那个常常用来过滤“现实”的“过滤器”。让我们假设你的过滤器是适配或者误配，这就意味着，你是以自己的经验判断所看到的事物是否和你的经验中的事物相配得宜。“我喜欢这个人，因为这个人的风格与我的风格相像。”如果你像这样思维，那么你的大多数决策和你的思想都将基于这一适配的认知。

透明度，以及如何操纵你的潜在人格

在最近几十年里，西方社会已变得更加引人注目、更加开放。而所有这些改变以致开放的动因都源自于现代信息的自由传播。当然，在这里，互联网只是一个信息传播的工具而已，但



“我喜欢这个人，因为他的风格与我的相似”。