

“为什么每当有重要的客户的案子，领导都不会交给我，我觉得我的策划能力完全可以胜任！”35岁的Linda跳槽到某知名广告公司不久，她能力超群，职业背景无可挑剔，但在公司会议室里就是没人重视她的意见。她无法影响同事，更谈不上打动上司。

“个人品牌”成了Linda的限制，而不是帮助她实现自己的目标。你的个人品牌又如何呢？见习记者 王鹏

# 你是CHANEL 还是可口可乐？

## 你有没有 “个人品牌”意识

慧婕对人热情，做事认真，总是细心打点每一件事，同事都叫她“小保姆”。很多时候，浑号——身边的人给贴的标签，某种程度上，就是所谓的“个人品牌”，“标签”代表着别人对我们是什么样的人的看法。

像前面讲到的Linda，身边的朋友都认为她为人友善、有时在生活上甚至显得天真。但是，她没能把这些生活中的积极品质和自己工作上的优点，如可靠、正直、注重细节等很好地平衡，这损害了她在事业上的可信度。

人们都觉得“个人品牌”像是遥远飘渺的名词，但实际上，“对于每个人而言，我们在平时的一言一行待人待物中，就在向别人传递着属于自己的这样一种特点，久而久之，就形成了周边人对我们的认知，也就是所谓的个人品牌形象。直白讲，就是别人对我们自己产生的一种心理感受。”南京茶言心理服务中心的心理专家徐琳表示，有个被忽略的重要问题，“我们知道自己所展现的形象是哪一种类型吗？”

多数情况下，我们自己可能完全不知道这个问题的答案。我们甚至都不曾留意过自己在别人眼里是什么样子的。想知道答案么？个人品牌策略顾问徐苑思建议：“别自己猜，还是要老老实实地问，向朋友、家人、同事们直接去问。至于怎么问才有效果，可以干脆这样开始：‘假设我是一个包包或一辆汽车，会是那个品牌？为什么？’接下来，你就会知道你在别人眼里是什么样了。”

## 个人品牌是 表达最真实的自我

有人认为个人品牌和个人形象是一回事。其实，个人形象是一个人内在力量、价值和独特性的

外部展现。只有内在和外在品质完全地整合在一起，个人品牌才可能清晰传达。正如前不久同时参加戛纳电影节红毯秀的范冰冰和杨幂，两个人的内在气质完全不同，造型师巧妙地通过不同的服装，让两人的个人品牌直观地展现在大家的面前——杨幂不论是紫色连衣短裙配波点丝袜，还是黄色亮片抹胸礼服，都显现出杨幂的娇俏可爱并不失性感；而范爷连续三年参加戛纳电影节红毯，从“龙袍”“鹤裙”，到今年的“China瓷”，将自己强大的气场展露无遗。如果将两人的造型对调，恐怕不仅她们自己会不自在，各位看客也会觉得怪怪的。

同样的，逆推理而言，当一个人不了解自己内在的“个人品牌”，只一味地寻求外在形象打造，即使奢侈品牌贴满全身，也令人感受不到奢侈品牌传达的奢华、高雅的气质。

个人品牌导师威廉·阿鲁达(William Arruda)认为，一个强有力的个人品牌有赖于明晰(clarity)、连贯(constancy)、恒定(constancy)。

这3个“C”和“真实”一起，将有助于建立稳固的个人品牌。这意味着，你所说的所做的，你的穿着以及生活方式，都将清晰地界定、传播你的个人品牌。

徐苑思表示，建立个人品牌最关键的一步，就是提炼出我们自身所有的独特性和力量，而不是吹嘘我们并没有的品质。也就是说，你的个人品牌表达你真实的、最好的自我。比如因致力于“帮助人们更好地生活”而著称的知名主持人奥普拉，她来自自己艰辛的童年获益良多，成年后转而成为那些被剥夺者，尤其是女性的人生榜样和导师。她捐赠大量资金帮助非洲妇女接受教育；她的节目风格坦诚，直接，触及灵魂；她在着装上穿大胆的亮色，以配合她的温暖、勇于扩展生活的个性和个人品牌。

稳固的个人品牌只能来自你

实际上“是”的那个人，而不是你假装成为的那个人。

## 如何打造“个人品牌”

徐琳介绍说：“不同职业有不同的特性要求，比如做财务工作的人需要严谨细致，从事广告工作的人需要创新活力、从事管理工作的人需要沟通能力，因此，具有和自己职业相吻合的品牌形象的人，往往更容易获得别人的认可，取得更好的工作业绩。”

我们如何建立自己的个人品牌呢？徐苑思表示，首先是需要“提取”——这意味着寻找和发现我们真实的自我和独特性，以及了解我们可以如何利用这一独特性，通过我们的工作来帮助公司和社会。然后，下一步是“表达”——表达我们的独特优点，以贯彻和明确的方法，能让外界了解我们。这样，我们就能吸引志同道合的人和机会，来表现我们的天赋。“包括我在内的很多华人都很难接受‘推销自己’的观念。然而，在我读了一本由世界顶尖推销员乔·吉拉德(Joe Girard)写的书之后，我改变了自己的观点。他写道‘如果你有一种独特而有效的药品，可以造福这世上许多人，你能不去积极销售么？事实恰恰如此——当我们真正欣赏自己、为自己的优势而自豪时，我们会知道自己命中注定将在世上有一番作为……我们就像那独一无二的药，值得让别人知道，值得让自己夺目。’

“个人品牌塑造的过程，更是一个人自我完善，自我成长的过程。”徐琳说：“无论你是如‘可口可乐’般直爽、亲和；还是如香奈儿般优雅、时尚，本身并无高低，都是在表达最真实的自己，都会在生活中焕发出自己独特的光芒。”



周迅成为香奈儿首位亚洲代言人

杨幂



范冰冰

