

有声书

A U D I O B O O K S

3

你想获得高薪职位吗？那就来听吧！



我贵我值

叫板！高薪职位

孙路弘 ©主讲



机械工业出版社
China Machine Press

你找过工作吗？有过被人力资源部挑来挑去，完全处于被挑选、被宰割的经历吗？你舒服吗？你不舒服！你要吸引他们的注意！你要脱颖而出！你要让他们想都没想过！你要让他们在你面前败下阵来！孙路弘博士从营销的角度出发，详细而生动地告诉你只要你有实力，再加上一点点技巧，高薪职位就在你的掌握之中。

- ◆ 他的简历如何被放到800份求职者简历的第一份？
- ◆ 他是如何回答薪酬问题的，竟使HR告诉了这个职位的待遇范畴？
- ◆ 3个月内，他屡次被拒绝，但是他如何只花了20元钱，就赢得了这个职位？
- ◆ 他竟在2个月的时间里，获得了三个高薪职位，待遇从年薪13万到了44万！

《我贵我值》通过实例讲述了成功获取高薪职位的技巧

总策划：韩 焱 (投稿热线：010-88379007)
执行策划：谢小梅
质量总监：邓瑞华
营销总监：张渝涓
封面设计：吴 刚

ISBN 7-111-12440-5



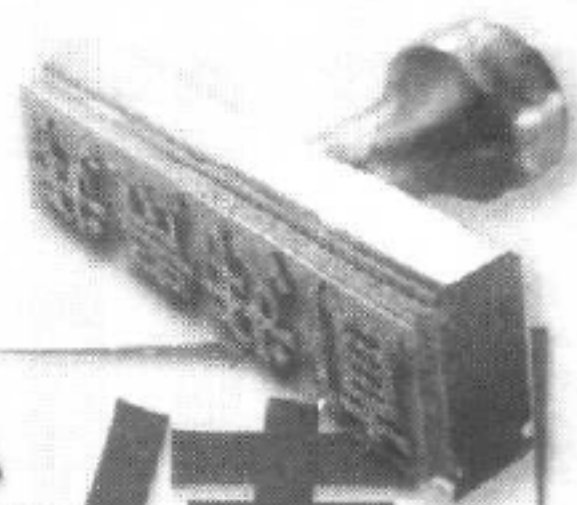
9 787111 124405

www.hzbook.com
www.china-pub.com

北京市西城区百万庄南街1号 100037
购书热线：(010) 68995261
总编信箱：chiefeditor@hzbook.com
营销中心信箱：marketing@hzbook.com

ISBN 7-111-12440-5/F · 1716
定价：38.00元

你想获得高薪职位吗？那就来听吧！



我贵我值

叫板！高薪职位

孙路弘 ◎主讲



机械工业出版社
China Machine Press

你找过工作吗？有过被人力资源部挑来挑去，完全处于被挑选、被宰割的经历吗？你舒服吗？你不舒服！你要吸引他们的注意！你要脱颖而出！你要让他们想都没想过！你要让他们在你面前败下阵来！孙路弘博士从营销的角度出发，详细而生动地告诉你只要你有实力，再加上一点点技巧，高薪职位就在你的掌握之中。

本书由机械工业出版社出版发行，未经出版者书面许可，不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何部分。

版权所有，侵权必究。

图书在版编目 (CIP) 数据

我贵我值：叫板高薪职位/孙路弘著. —北京：机械工业出版社，2004.7
ISBN 7-111-12440-5

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

中国版本图书馆CIP数据核字 (2004) 第065373号

机械工业出版社 (北京市西城百万庄大街22号 邮政编码100037)

责任编辑：贾梅 版式设计：刘永青

廊坊人民印刷厂印刷·新华书店北京发行所发行

2004年7月第1版第1次印刷

787mm × 1092mm 1/32 · 2.5印张

定 价：38.00元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换



“营销你自己”，是北京大学中国经济研究中心邀请我为北大国际MBA即将毕业的学生举行的一次演讲的主题。演讲的目的主要是帮助MBA的学生如何找到一个好的工作，或者说帮助他们如何找到一个满意的工作，甚至说是为了帮助企业有机会更好地以减少成本的方式找到他们合适的人选，缩短交易发生的过程。在这里，我把这个主题稍微延伸了一点、扩大了一点。

国际上很多大的猎头公司对中国研究的结果表明，在职场上，25~28岁是跳槽的关键年龄段，这个年龄段跳槽的一个主要特点是：希望找到一个职

II

位较高的工作，希望找到一个收入较高的工作。就中国目前的现状来说，这类职位的空缺是大量存在的，但是符合这类空缺职位的人却很少；想找这类工作的人其实很多，但是双方的交易过程却很困难。存在的问题主要表现在如何向企业展示我具备这个职位的能力，企业如何鉴定你可以为这个职位产生效益，双方之间存在巨大的差距。所以在中国目前就业环境严峻的情况下，我们来谈谈这个主题还是比较有现实意义的。这些求职者面临的是如何寻找渠道，通过什么样的渠道找到自己未来的雇主，怎样通过预先设计好的方案将自己销售出去。

首先我会讲到营销，然后会具体讲解你怎么营销你自己。

以营销为主题的演讲肯定应该运用营销理论，因为营销是从4P开始的（所谓4P，是指Produce、

Price、Place和Promotion、它分别是产品、定价、渠道和促销)。营销你自己,就是把自己当做一个产品,不仅要细致地描述作为产品的自己的特性,还要为自己确定一个价格,并制定相应的销售渠道和销售方法,最后可能还需要制定相应的广告策略、包装策略等。这样,将自己作为一个产品,就基本上完成了营销中的4P的确定。之后,还必须严格按照营销的思路,来落实自己这个产品的细分市场、目标客户以及对自己的有效定位,即营销理论中的STP。当然,随着营销的发展,4P组合已经完成了向4C组合的过渡,因此,在高效营销你自己的主题中,一定也会涉及到现代市场营销学中的4C,所以在最后我们还会涉及到4C的问题。

从营销学的角度看待求职问题,对于很多人来说是一个全新的东西,本着这个目的,我首先在北

IV

京大学进行了演讲，随后北京的其他高校邀请我就这个主题进行了多次演讲，并引起了轰动，多人在求职的实践过程中得到了理想的职位和待遇。

这本有声书是这个主题的精华，而这个手册是有关这个主题的一些延伸以及在录音中没有完全展开的细节，希望对读者、对听众有所帮助。

孙路弘



背景资料

1. 在市场上，高薪职位的空缺率达67%，即100个高薪职位中，有67个找不到合适的人选。
2. 在中国的跨国企业中，高薪职位的流失率平均达27%，即100个高薪职位中，一年会有27个流失。而在发展迅猛的行业，如汽车行业中，这一数字甚至高达60%。
3. 以满足企业对高薪人才需求为主要业务的猎头公司，在过去三年中发展迅速。一个合适的高薪职位候选人，一年内甚至被猎头公司推荐更换过三个职位，第一个职位年薪25万元，两个月后换第二个职位，年薪达32万元，三个月后到第三个职

VI

位，年薪就是40万元了。

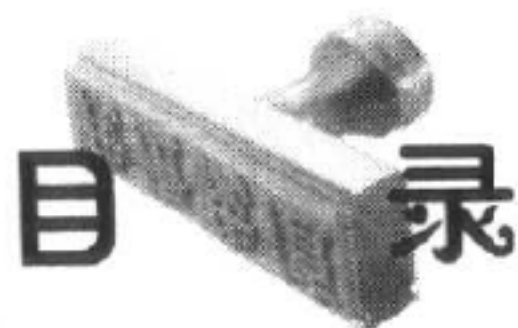
- ④ 有些跨国公司的某些高薪职位，空缺时间长达三年之久。如某跨国集团的内部管理学院的正院长一职，猎头公司在三年内为其推荐了14个候选人，企业只选中了其中的三个，但由于薪酬问题，没有一个到岗。该职位的年薪是40万元。
- ⑤ 跨国企业对目前在任的高薪职位的工作效率满意度很低。人力资源在评估中国高薪职位的人力成本时，将中国列为人力成本昂贵的国家。

上述这些统计资料与人们一般意识中的中国人多，劳动力成本应该比较低的印象完全不同。因为，在中国劳动力成本低的是那些不需要相应技术、不需要相应管理技能的初级工人，而获得跨国企业急需的高薪职位的人却不能满足企业的要求，尽管为这些岗位支

VII

付的工资不高，但是，在岗人员产出的效益更低。跨国企业甚至愿意提供与美国同样的薪酬，以期获得的人才工作时其贡献也应该与美国的产出相当。但是事与愿违，即使准备支付较高的薪酬，也无法获得有相应产出的人才。因此，中国管理层薪酬成本昂贵的结论就不足为奇了。

而另一方面，中国大学生毕业就是失业的现象普遍存在，甚至高级的EMBA、MBA的学生都无法做到完全就业，有许多EMBA的学生毕业一年后仍没有找到合适的工作。由此看来，中国目前的人才市场存在着严重的脱节问题，人才供需双方存在着严重的信息不对称，企业不了解未来的员工，员工也无法有效地展示自己的实力，甚至不清楚自己可以为企业做什么？



目 录

序

背景资料

第 1 章 研究作为产品的你1

从简历开始树立产品的观念2

产品描述的不同方式9

第 2 章 研究给自己的定价13

简历中的报价14

面试中的价格博弈16

如何获得市场平均价格20

第 3 章 研究推广自己的有效渠道	23
猎头公司	24
寻找隐藏的高薪职位	26
第 4 章 研究推广自己的有效宣传	33
试用的作用	34
另一种促销方式——宣传	36
其他形式的促销	37
第 5 章 扩展的营销常识	39
4P与4C之间的转换	39
市场细分、目标客户、定位	41
附录 绘制你的职业蓝图	
——作为产品的你的营销组合	51

第 1 章

研究作为产品的你

无论你将来从事的工作是否是销售，你一生中总要经历一次销售的过程，那就是销售你自己。你自己就是一个产品按照一个价格向未来的雇主销售，这同样必须经过如同产品销售过程一样的8个过程，有时，还不止8个。

在开始销售自己以前，首先应该充分了解产品本身，是一个技术领先型产品，还是一个可靠的、技术含量比较低，但是忠诚、敬业的产品，或者是一个时尚的，有着领先意识的产品。

目前 在中国各个领域竞争的产品中 给人印象最多的是同质化非常严重 比如你想买一台彩电 结果发现彩电个个都一样这个品牌具有的功能那个品牌也具备，很少有自己与众不同的功能。对于今天的人力资源，当你在寻找一个好工作的时候，你对未来的雇主来说就是在销售你自己。在这个销售过程中我们需要思考这样一个问题：我会不会陷入同质化的倾向中？

从简历开始树立产品的观念

在求职过程中 同质化的一个主要表现就是简历。当我们在看一个产品在买一部手机或者一台彩电的时候我们通常都会看产品说明书。而我们在做自我介绍时简历就是产品说明书。当你在写个人简历的

时候，实际上就是在对你自己进行包装。大多数人的简历基本上包括三个部分，第一个是教育经历第二个工作经历第三个是自己的特长和独特的地方，只有第三个才是可能差异化的地方。在这种情况下，产品就陷入了严重的同质化的描述中优秀人才很难从同质化的简历中脱颖而出 企业找不到你你也不可能区别其他的人独特地显现出来。

如果我们认为自己是一个好的产品，那么应该如何包装自己呢？应该如何从简历中脱颖而出呢？这就是营销你自己的第一步：定义自己是一个产品。如何突破同质化的倾向，如何写一份好的简历，许多职业辅导图书中都有详细介绍，几乎面面俱到这里就不一一细述了，但是，必须强调的是许多市面上流行的简历写法，经常让你作为一个产品陷入类同的境地，与其他的产品类似，没有任何领先的差异化。当

中国的彩电陷入同质化严重的时候彩电的价格就直线下降，如果所有找工作的产品的描述都类同，价格（也就是薪酬）自然不可能有任何提升。那么我们该如何制定有差异化的简历呢？

首先要跟大家说的方法是从简历的第一页开始。很多企业尤其是高薪职位的企业通常会要求求职者填写一个表格，这个表格里面包括求职者的学习经历、工作经验等。注意，这些都是企业要求的。而一个职位往往会收到500~1000份简历那么人力资源部门会有多少时间来看这份简历呢？如果从500份中选出10个候选人，再从10个候选人中选出1个来而這些工作都需要在一天的时间里决定。假设一天工作10个小时一个小时要看50份，算上中间的休息时间基本上是1分钟一份。当他看到很多简历都很类同的时候，还会1分钟一份吗？这绝对不可能，通常5秒钟、10秒钟一份