



优才通职业发展丛书

KILLER CVs & HIDDEN APPROACHES

第三版

求职

教你如何打动招聘官

[英] 格雷厄姆·帕金斯 / 著 寿志钢 / 译



安稳的工作已不复存在，
一个有雄心壮志的人必须掌控自己的职业生涯。



第三版

求职

教你如何打动招聘官

[英] 格雷厄姆·帕金斯 / 著 寿志钢 / 译

KILLER CVs &
HIDDEN APPROACHES

安稳的工作已不复存在，
一个有雄心壮志的人必须掌控自己的职业生涯。

华夏出版社

图书在版编目(CIP)数据

求职/(英)帕金斯著;寿志钢译.-北京:华夏出版社,2009.1
ISBN 978-7-5080-5113-0

I. 求… II. ①帕… ②寿… III. 职业选择 IV. C913.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 001998 号

GRAHAM PERKINS: KILLER CVs & HIDDEN APPROACHES

Copyright © Pearson Education Limited 2001, 2007

First published in Great Britain in 1995

Revised edition 2001

Third edition 2007

Simplified Chinese translation Copyright © 2008 by HUAXIA PUBLISHING HOUSE

All Rights Reserved.

本书英文版由 Pearson Education Limited 于 2007 年出版。

本书中文简体字版专有版权由 Pearson Education Limited 授予华夏出版社,版权为华夏出版社所有。未经出版者书面允许,不得以任何方式复制或抄袭本书内容。

版权所有,翻印必究

北京市版权局著作权合同登记号:图字 01-2007-5768

求职

[英]格雷厄姆·帕金斯 著

寿志钢 译

出版发行:华夏出版社

(北京市东直门外香河园北里 4 号 邮编:100028 电话:64663331 转)

经 销:新华书店
印 刷:北京建筑工业印刷厂
装 订:三河市李旗庄少明装订厂
版 次:2009 年 2 月北京第 1 版
2009 年 2 月北京第 1 次印刷
开 本:787×1092 1/16 开
印 张:16.25
字 数:310 千字
插 页:2
定 价:32.00 元

本版图书凡印刷、装订错误,可及时向我社发行部调换

前言

你是否：

- 因求职而疲惫不堪而且还没有得到一份面试通知呢？
- 厌倦了等着招聘顾问给你回电话的感觉呢？
- 因为被告知过于胜任^①某个看上去很适合你的工作而烦恼呢？
- 因为某人没有礼貌地回复你的求职信或电子邮件而生气呢？
- 发现在网上求职是令人困惑和沮丧的呢？

如果你正经历了以上烦恼，那么，就到了你应当改变整个求职方法的时候了。你应当直面当今职场的现实，应当开始管理你的职业生涯而不是让它管理你。应当停止抱怨招聘者，开始从他们的视角来看问题，并利用由此悟出的道理来帮助你得到自己想要的工作。

但是如何能够获得更好的洞察力呢？面对众多的求

① 很多组织往往不愿意招聘过于胜任某个职位的员工以避免不必要的成本开支，“过于胜任”也是很多招聘者拒绝应聘人员的一种借口。——译者注



职者，大多数招聘者（人力资源专家以及招聘顾问）根本没有时间为每个人提供具体的建议和反馈，而那些带着神秘光环的猎头公司更是难以接近。

本书向你展示了招聘者的深入见解，可以帮助你在求职竞争中获得优势。本书作者是一位专业的求职顾问，在此之前 20 年间，一直从事于寻找和选择招聘顾问的工作。

尽管求职中充满了竞争，但本书可以告诉你如何在竞争中领先一步。她不仅向你提供了怎样在求职中获得面试机会而不是收到拒绝信的方法，而且还解释了为什么在求职时不能只将精力局限于应对招聘广告上，因为在任何情况下，对外招聘的职位都不会超过就业机会的四分之一。

绝大多数获取新的管理或专业职位的有效途径都需要依靠一些秘诀。如果你相信这些秘诀在此类任命中能够起到 50% ~ 75% 的作用，那么令人难以置信的是，有如此多的求职者根本没有去利用这些隐藏的方法。

可能在某种程度上是因为这些方法相对较新，人们根本不了解或完全不知道如何去使用它们。尽管在很多时候，我们不得不怀疑求职者所抱怨的并不是事实，而只是一种情绪化的反应。但是，在经历了失业、工作动荡或已经被列入裁员名单之后，他们的自信和自尊已经受到了威胁，人们希望用一种看上去更有自尊的方式去寻找新的工作，而不希望通过依靠人际关系和四处递交求职申请的方式来兜售自己。这确实令人遗憾，因为事实上，为避免应聘时被拒绝，人际关系网络确实比自尊更有效。

另一个同样让人吃惊的事实是，很多使用了大多数有效求职方法但却失败的人，在使用这些方法时的熟练程度是如此低下。

这些求职秘诀正是本书的主题。因为，在当前环境下，尽管你不会忽视可能提供工作机会的资源，但是仅仅了解哪里有工作机会是不够的，你还必须学习如何去驾驭这些机会。

因此，我们首先要确保你能有效地管理自我营销活动（正在为此尽责努力的许多人都发现，自我营销比想象中要难得多），本书将逐条检验可能让你找到下一份工作的路径。随后，将通过聚焦于：你出售的东西、向谁出售，以及出售渠道，来帮助你为各类求职途径准备一套正确的营销材



料（简历和可能要用的多份求职信）。然后，我们将关注销售展示——面试。本书在最后部分，将引导你通过招聘测试和评估，帮助你决定是否接受某份工作合同，帮助你进行薪酬谈判和查阅雇主的相关信息，以及如何为下一次的求职作更好的准备。

还有下一次吗？是的，当你获得一份新工作时，不要将此事抛之脑后，你会有这么一天的。最近有人预测说，受到技术进步、内部重组以及组织并购等因素的影响，当今刚参加工作的人在未来的整个职业生涯中可能会至少更换 10 次工作。引用英国工业联盟前负责人霍华德·戴维斯的话，“人们可以不再为生活而工作，但是人们必须为频繁地迁徙，为应付失业作好准备”。

如何使用本书

仅仅阅读本书是不够的，还需要一些互动的行为，如：就你现有的一些假设作些问卷调查；列出清单以免遗漏关键环节；列举有用的词汇以更好地编写简历；编写用于联络的信件样本。

所有这些行动中最重要的是，了解招聘游戏中的对方会如何看待你，如，人力资源专家、招聘顾问、猎头、网站联系人、应聘电话的接听者、求职信及求职电邮的接收人。花时间检视他们对你的印象，精心地对待你和他们的接触瞬间，这可能是你做过的最有价值的投资。

开始行动吧。但是你应当如何阅读本书呢？是按顺序逐章阅读还是有选择地去读其中的某些章节？

由于不同的读者处在不同的求职阶段，简单地确定从哪一章开始阅读本书确实是一件难事。本书的章节顺序是根据以下假设安排的：你是一位从零开始，渴望找工作的人，你刚开始行动但是还没有制定自我营销计划，也没有作任何的自我分析或市场分析。

那些急需编写简历或过几天就要参加面试的人，可能希望先直接阅读能解燃眉之急的相应章节，如果本次应聘不成功，再从开头开始阅读本书。而那些因最近的裁员而经历着气恼和沮丧的人，也许可以直接先去阅读与此问题相关的章节。



通往成功的路标

针对不同的读者，下表列出了一些相应的阅读起点：

读者类型	开始阅读的章节
因年龄而受歧视者	第 4 章
沮丧、生气者	第 7 章
回应招聘广告者	第 8 章
猎头第 9 章互联网	第 12 章
临时岗位	第 15 章
简 历	第 16 章至第 18 章
缺少经验和技能	第 4 章
面 试	第 19 章至第 22 章
测试和评估	第 23 章
工作合同	第 24 章
求职秘诀	没有捷径。去看看为何需要从头到尾通读



前言 1

第一部分 创造性的求职活动

第 1 章 鞋匠的孩子没鞋穿 3

你应当知道：没有人对给你一份工作感兴趣。

第 2 章 了解产品 13

你必须给人们留下深刻的、美好的印象。

第 3 章 了解市场 21

你将会获得一份你是头号候选人的工作。

第 4 章 克服障碍 31

别小心翼翼，去占据有利地形。

第 5 章 不要限制你的选择 41

工作只是生活中的一个部分。

第 6 章 你的投资回报是什么 49

你必须将自己任命为求职活动的经理。



第7章 有志者事竟成 57

变换工作……被认为是人生的三大痛苦之一。

第二部分 开启隐蔽之门

第8章 通过回应招聘广告求职 69

慎选、专业、创新。

第9章 别给我们打电话，我们会打给你 79

招聘顾问的职责是为工作找人，而不是为人找工作。

第10章 建立人际关系网 87

你将会向熟悉的人打出第一批电话。

第11章 从人际关系网络中收获 97

你从人际网络中所获东西的质量主要取决于你所问问题的质量。

第12章 人际关系网：互联网 105

关键是重在质量，而非数量。

第13章 投机性申请 111

一些人通过大量邮寄求职信来获取工作，这就像中奖一样。



第 14 章 看与被看 121

不只是你读的内容，还有你读的方法。

第 15 章 临时工作和兼职工作 129

很多长期性职位都是通过临时工作来找到的。

第三部分 你的市场宣传手册

第 16 章 为什么大部分宣传手册都没人理睬 139

简历为何而做？为谁设计？

第 17 章 简历杀手 151

好的外观永远无法弥补贫乏的内涵，但丰富的内涵却很容易被糟糕的外观所抹杀。

第 18 章 漂亮的求职信 173

你需要引起读者的食欲，并且不能让他们消化不良。

第四部分 达成交易

第 19 章 面 试 191

每次面试都使你陷于非成即败的境地。



第 20 章 绝对不容错过的章节 199

最重要的准备阶段是调研。

第 21 章 专业的形象 211

面试官也是人，他们接收信息的能力并不比别人强。

第 22 章 为什么最强者并不总是胜者 221

如果你想得到这份工作，你应当尽力去了解面试官。

第 23 章 面试辅助工具 231

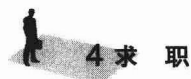
粗心大意者的雷区。

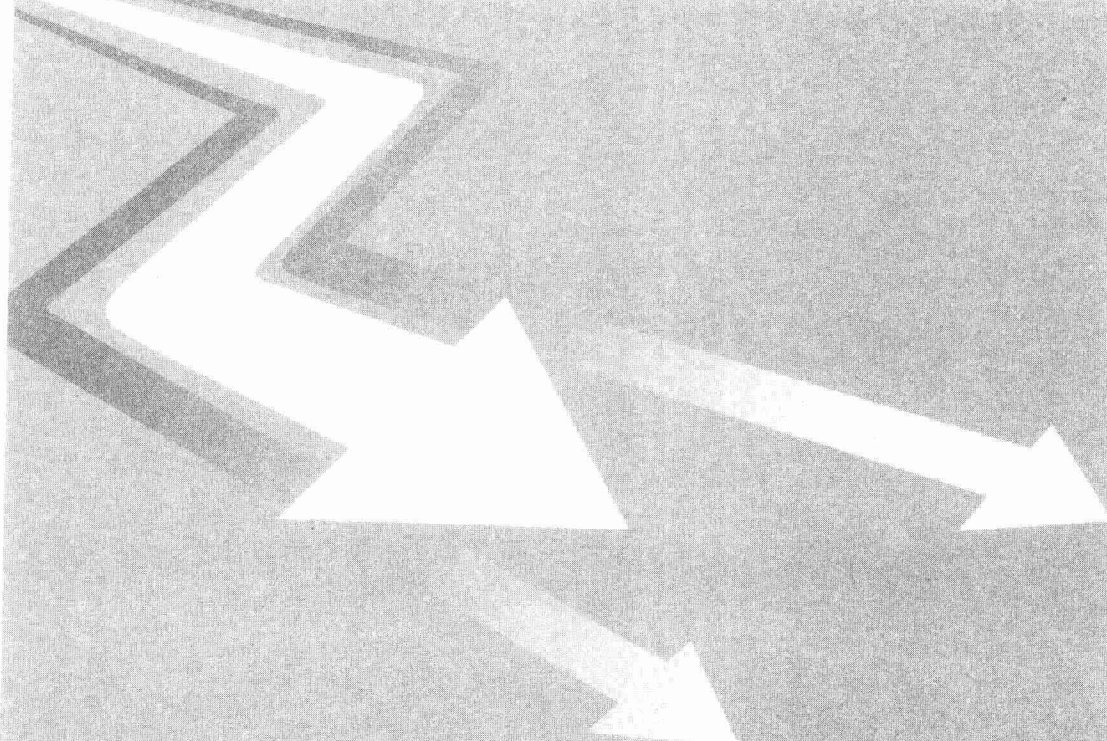
第 24 章 一鸟在手 241

整件事情有点像扑克牌游戏。

第 25 章 保持领先一步 251

你必须做的事情是保持领先。



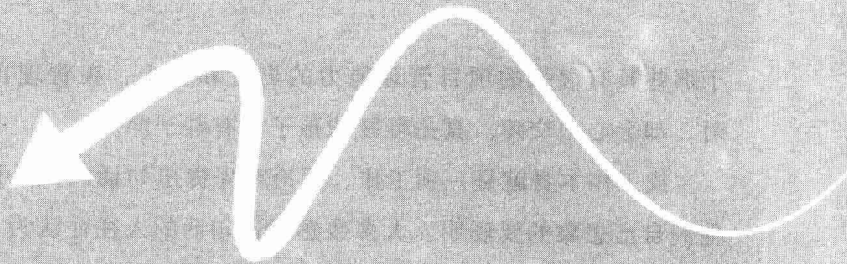


第一部分

创造性的求职活动

找工作本身就是一项工作





1

鞋匠的孩子没鞋穿

为什么营销专家不能营销自己

你应当知道：没有人对给你一份工作感兴趣。

“我总是感到忧虑，”城市再就业专家咨询公司的常务董事克里斯·考卡特说，“当人们到这里来进行他们的第一次咨询时，都会自豪地宣称他们已经有了一个广泛的人际网络。”他继续解释道：“他们中的大多数人，十有八九，一点都不知道有效的人际网络是什么。他们总是不善于管理所打的电话，并且总是首先与最可能找到工作的地方联系，从而浪费了他们潜在的、最有价值的优势。”他做了一个放弃的手势说：“一个樱桃，你不可能咬两口。”

令人遗憾的是，克里斯·考卡特所描述的事情并不完全地让人吃惊。这种现象非常普遍而且完全可以理解。一个正在求职的人，尤其是那些刚刚失业的人，都会急于去找一份新工作。同时，可以想象，人们会不熟悉和误解一些像人际网络这样相对新的技术，从而不能很好地运用它们。

让人吃惊的却是大多数人组织和管理他们整个求职活动的方式。甚至

于那些具有很强的项目管理能力的男士和女士，在管理自己的职业生涯时，却会心力交瘁。真是鞋匠的孩子没有鞋子穿。

找工作本身就是一项工作，无论首先提出句话的人是谁，实际上都比他们自己想象的要聪明。大多数熟背这句话的人往往认为，此言只意味着找工作需要付出很多努力，以至于需要全天候地去求职。事实上，这句话的含义远非如此简单。

如同任何重大的项目一样，求职也可以按照有效程度分为不同的等级。也如同你在职场中承担的项目一样，导致项目失败的最普遍的原因就是没有打好根基就开始深入地执行项目计划。阐明问题、分析环境和设定清晰的目标是任何一个有能力的经理都应当具备的习性，但是，这些经理们在处理他们自身的职业生涯时，往往会忽略这些基本的方法。

全球最大的再就业服务公司——瑞特国际咨询公司——的副总裁约翰·伍杰准确地概括了这种情况，“大多数人花费在年假计划上的时间都多于花费在自己职业规划上的时间，”约翰表情冷漠地说，“他们在职业规划上没有一个战略目标，毫无理性地根据便利来变换工作。这就像乘坐公共汽车时，他们总是就近跳到开来的第一辆汽车上，尽管这辆车的目的地可能是错误的。”

之所以出现以上这种现象，恰恰是因为很多人错误地认为，得到了第一个或是最大的一个机会就会在竞争中领先一步。也有人认为，在刚开始追逐一份职位或工作合同之前，就控制自己的热情而去作深入细致的研究和分析，这似乎会令人泄气。正因如此，很多求职者不愿意这样做的，尽管从长远来看，这些分析和研究将帮助你更快和更有效地实现求职目标。

说到目标，那么你的求职目标是什么呢？一份更好的工作？一份理想的工作？还是任何工作都行，只要能赚钱？

如果你的答案如上，就应当重新思考一下了。你应当避免重蹈别人的覆辙，你更应当明白一个事实：没有人对给你一份工作感兴趣，雇主们所感兴趣的事情是，你如何能使他们的组织受益。这并不只是在玩文字游戏，这是两种完全不同的看问题的方式。忘记你的求职吧，开始想想你的营销活动。



营销的概念

对于大多数不从事营销工作的人而言，销售和营销这两个词都会让他们产生出于本能的消极反应，这种消极心理甚至可能产生于从事营销工作的业内人士。这两个词总是让人想到上门推销双层玻璃的销售员和令人作呕的、让你想立即拿遥控器换台的商业电视广告。让你把自己当作产品，并在一个你毫无兴趣的市场上叫卖，这个建议对你似乎是一种侮辱。

但是有另一种销售方式，它与低级的推销员和可怕的电视广告几乎没有共同之处。这种方法常被律师事务所、会计师事务所以及管理咨询公司中的人员使用。由于他们提供的是专业化的服务，必须使用专业的方法营销和销售这些服务，正如你必须做的一样。这种方法真的与低级的推销员和可怕的电视广告毫无共同之处吗？当然，它们都基于相同的基本原理：营销的基本概念。表述此概念的最简单的话是：如果你先去了解潜在的购买者是否需要，以及为什么需要某种东西并且据此提供产品，你将无需去推销它们。

如果你认为这个基本原理看上去太简单了，那么停下来自问一下，你是否将你的求职活动建立在这一基本原理之上呢？如果没有这样做，那么你很可能会在找工作时浪费大量的时间和精力。你现在需要做的事情就是停止这种浪费，将时间和精力用在其他方面。首先要做的事情是必须学习一些专业的营销方法。

如何成为一个营销专家

对于任何一个从事销售或营销的人而言，如果有人怂恿你在阅读时跳过这一节，你不应当接受（这样至少会让非营销专业的人士舒服一些）。正如管理者不能很好地管理他们自己的工作计划一样，营销人员在识别潜在的雇主或与之达成交易时，似乎并不一定比其他人员做得更好。又是一个没鞋穿的鞋匠的孩子！



对实际情况了解的某些人证实了这一观点。劳埃德（Lloyd）集团营销部门的招聘经理尼尔·卡梅伦十分肯定地说：“没有证据表明，营销人员在求职时，会比其他专业的人员更多地使用一些公认的营销技巧。”

但是这些营销技巧是什么呢？真的可以用销售服务和产品的商业方法来营销一个人吗？

尼尔·卡梅伦并没有将营销一个人比做营销一种全新的产品或服务，而是将其比做对一种现有产品的重新定位。你不可能从头开始整个职业生涯。例如，现在非常需要一个脑外科医生，如果你是一个从事了20年零售管理的求职者，这种市场需求对你而言是毫无帮助的。你能做的事情，要么是针对现有的技能和经验去发现一个新的市场；要么是通过培训增加一些新的技能以及通过职业咨询去获得更多的求职经验；或者是通过完善你的求职信和简历、改善你的形象和面试技巧等方法来将自己重新包装一下。

随后，尼尔进一步指出：“在对自己重新定位之前，你必须知道应当从哪里开始。你需要核查一下能够为你的雇主带来些什么，然后再考虑这些贡献能否被进一步扩展和提升。”

在下一章，你将会发现一些用于核查的工具。这些问卷能够教你如何使用 USP（即 unique selling proposition，独特的销售主张。——译者注）和 SWOT 分析等营销技术，以帮助你对自己的贡献作出更清楚的审计。尼尔·卡梅伦还指出了有效营销活动的另一个重要基础：了解谁是你的顾客以及他们的需求是什么。在接下来的一章，你将了解如何去做这些工作。

了解你自己

以上的所有内容，都是假设你已经知道想要找的是何种类型的工作。然而，如果你或你的雇主都已为一个再就业培训计划支付了几千英镑，在关注自己的技能和经验或是为这些技能和经验寻找一个市场之前，首先应当做的事情是写出一份通俗易懂的自我评价，主要包括你对什么工作感兴趣、适合于做什么工作，以及这些因素和你的生活（如，家庭、闲暇等）

