



营销自我 最佳

杰伊·布洛克 著

BEST RESUMES FO SELL YOURSELF

英文简历

- 顶级简历作家撰写
- 精典英文求职信范文
- 适用于不同的工作岗位
- 涵盖70多个职业领域
- 200条助你求职成功的实用技巧

世界图书出版公司

营销自我

最佳英文简历 101 份

〔美〕杰伊·布洛克 著
王天海 译
朱 珠
田 庆 审校

世界图书出版公司

北京·广州·上海·西安

图书在版编目(CIP)数据

营销自我——最佳英文简历 101 份/(美)布洛克(Block,J.A.)编. —北京:世界图书出版公司北京公司,2003.7

ISBN 7-5062-6083-2

I. 营… II. 布… III. 英语—履历表—写作
IV. H315

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 061828 号

Copyright © 2002 by Jay Black. All rights reserved.

Chinese Translation Copyright ©2003 by Beijing World Publishing Corporation.

This edition authorized for sale in the People's Republic of China only.

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced in any form or by any means without the permission of the publishers.

书 名: 营销自我——最佳英文简历 101 份

著 者: 杰伊·布洛克

译 者: 王天海 朱珠

审 校: 田 庆

责任编辑: 苏秀平

装帧设计: 董莉丽

出 版: 世界图书出版公司北京公司

发 行: 世界图书出版公司北京公司

(北京朝内大街 137 号 邮编: 100010 电话: 64077922)

销 售: 各地新华书店和外文书店

排 版: 北京中文天地文化艺术有限公司

印 刷: 北京世图印刷厂

开 本: 880×1230 1/16 印 张: 16

字 数: 475 千

版 次: 2003 年 7 月第 1 版 2003 年 7 月第 1 次印刷

版权登记: 图字 01-2003-1333

ISBN 7-5062-6083-2/H·620

定 价: 23.00 元

版权所有 翻印必究

序

1989年，我有幸结识了杰伊·布洛克——职业产业界最具创新精神的思想家和贡献者之一。通过与他多年来的共事，我受益匪浅。杰伊常常反思传统的思维模式，并将其演化为新的概念和方法，从而搭建起迈向事业成功的桥梁。不仅如此，他还是这一领域中杰出的国际作家和演讲者。

你现在拿着的这本书不同于其他任何书，杰伊针对简历提出的“组织信息图”（OMC）和“亮点型”简历已经受到整个北美的专业简历撰写人员和就业指导者的称赞。事实证明，自杰伊工作室2000年成立以来已经取得了一系列的显著成就，因此，职业领域里经验丰富的同行们非常欣赏这个具有突破性的组织信息图方法，并且正在对他们的客户应用这种新方法。

这里还有一个小秘密：杰伊在构建“组织信息图”中提及并解释的“总裁信息”概念，其用途决不仅仅限于写一份简历或者找一份工作，实际上，这一理念的灵活运用会增强我们日常生活中驾驭各种信息的能力。以我为例，我发现搜寻“总裁”中心信息这一思路适用于我的生活和工作的方方面面：既包括统领我生活与工作中必要的交流信息，也涉及解读他人传达给我的信息。

总之，这是一本对你非常有用的书。不论你在认真阅读后将它借给朋友、同事或家人，还是收藏，这本书都会为所有的读者提供实用而恒久的帮助。最后一点建议：请认真阅读正文——许多读者购买这本书仅仅为能简单地复制一份简历范文。阅读正文将会改变你对简历和求职过程本身的认识。

弗兰克·福克斯

简历写作与职业指导协会的创始人及执行董事

于佛罗里达州圣彼得斯堡市

前言

多年前，我得出一个结论，即我能够帮助人们改进其生活质量的最好方法就是写作简历和做一名职业指导者。我可以将我的营销及写作技巧与我的热情相结合，进而使之成为一种对人们的生活有积极作用的力量。为了让人们能够更加充分地意识到自身的技能、才干和资历，激发他们的求职热情和信心，从而能够更有效地推销自己，让更加广阔的事业人生得到展现。我坚信个人简历的写作和顶尖商业营销有着异曲同工之妙。而不同的是，我精心包装并促销的是世界上最完美的产品：人！掌握我所创造的简历风格与形式并不需要太长的时间。不仅我的成百上千的客户们找到了他们期待已久的工作，得到了令人满意的薪水，而且诸多著名的简历专业人员和作家已经开始纷纷效仿这种新的简历写作风格。一个全新的产业正在蓬勃发展。

年复一年，我们所遵循的模糊的标准、失衡的规则以及缺乏自信的就业策略，已经被一次次在证明它们缺乏实用性。

我是1990年成立的简历写作及职业指导协会的创始人之一，并在简历认证委员会就任要职。简历认证委员会为简历写作专业人员建立了第一个世界性的认证标准。从那时起，我便频繁地为全国范围内的各大团体和协会从事有关简历写作和就业方面的讲座，并在1994年拉斯维加斯简历写作职业指导协会的年会上，作为主要发言人阐述了我在这一领域的见解及观点。随后，我开始写书，并将其内容制作成光盘，为的是让更多的人能够意识到传统的简历写作和就业策略所存在的问题。年复一年，我们所遵循的模糊的标准、失衡的规则以及缺乏自信的就业策略，已经被一次次地证明它们缺乏实用性。

试想一下，为了让自己区别于他人，为了能够在事业的阶梯上攀登得更高，我们在学校努力学习，取得优异的成绩。但是，为什么当我们面对一个能够充分展现自我和能够在事业阶梯上攀登得更高的机会的时候，我们却黯然了。如果百事可乐（Pepsi）拥有和可口可乐（Coke）一样的包装，如果戴尔电脑（Dell）采用像捷威电脑（Gateway）一样的外观，如果拜尔（Bayer）生产出与安纳辛（Anacin）一样的款式，人们如何能够区分这些彼此竞争的品牌呢？如果我们的简历和就业策略与其他人如出一辙，那我们如何能够展示出自我个性，使自己不同于他人呢？答案当然是不可能的——事实证明，87%以上的美国就业者从事着并非他们理想的工作。

营销策略是根本

不管一件产品多么出色，如果使用不良的营销策略，结果终将失败。如果可口可乐公司（Coca Cola）使用流行音乐向老年人推销他们的产品，则必然行不通，那将会是一个考虑欠缺的策略，结果也会令人失望；如果在纳什维尔运用和在纽约同样的营销策略，尽管产品相同，但一样也会失败。问题的关键在于需要针对不同的市场运用不同的营销策略。但是，如果你提问大部分求职者：他们在写作简历和对潜在雇主的自我营销上采用何种营销策略？猜猜他们怎么回答？是的，他们会问：“什么策略？”

掌握你的前途

这本书所提供的多种先进策略是你掌握简历写作，驾驭事业和人生，最终步向成功的通行证。你将学会如何包装、营销和促销自己，从而在你的简历写作和就业竞争中成功地推销自己。为了提高你的事业和生活的质量，我将为你提供全新的、最有效的求职建议、面试窍门、致胜的简历写作方法及就业哲学。

大多数运动员都热爱他们的事业，你也可以；大多数艺人对他们的演艺事业充满激情，你也可以；大多数教育工作者和社会公益服务人员对他们的工作从心底感到充实和满足，你也可以。成功、快乐和事业的成就感是每个人毕生所追求的理想——但是大多数人对这一追求的过程本身还知之甚少。

你的简历：求职过程的灵魂

在这本书里，我将向你介绍的是一个过程，一个非常行之有效的简历构思和写作的过程，这种简历写作方式对你的整个事业规划和就业活动具有支持作用。你的简历必须与所有其他的求职运动相呼应。例如，如果你正在以招聘代理机构或职业介绍所的方式作为你的主要求职策略，你递交的简历将会完全不同于你采用通过社交网络找工作时的简历及发放在互联网上的简历。你的简历、求职策略、介绍信和求职面试都必须步步合拍。你的推荐人和推荐信必须与你简历上提供的信息相符。你必须有能力在面试过程中把简历中的要点一一沉着并精彩地叙述出来。你将很快发现——多数人并不明白——一篇制作精美的简历，将是整个求职过程的灵魂。

衷心的感谢你购买这本书，但更重要的是，感谢你为自己做的这一投资。翻开书，让它改变你的人生。

——杰伊·布洛克

目 录

序	I
前 言	I

第一部分 如何用简历来营销自我

1. 在简历上突出你的价值	3
2. 优秀简历的基础：组织信息图	16
3. 建立有效的亮点型简历	28
4. 从暗淡无光到令人难忘：对比五份修改前后的简历	39
5. 你的个人简历工厂：为自己的成功绘制蓝图	52
6. 让你的简历上网	68
7. 怎样写一封成功的求职信	73

第二部分 简历范文

8. 商业 (Business)	85
9. 建筑工程 (Construction and Engineering)	107
10. 高科技 (High Tech)	119
11. 教育 (Education)	139
12. 金融 (Finance)	153
13. 政府 (Government)	169
14. 卫生保健 (Health Care)	183
15. 非赢利组织 (Nonprofit)	197
16. 专业 (Professional)	213
17. 贸易 (Trades)	231
简历范文译名及关键词索引	243

第一部分

如何用简历来营销自我

1

在简历上突出你的价值

这是一本能够改变你命运的关于简历撰写的指导用书！这本书的作用真的有这么神奇吗？答案是肯定的。因为书中介绍了两种撰写简历的新方法，这些方法能够帮助你从激烈的竞争中脱颖而出，如愿以偿地获得那份你渴望已久的工作，从而得到那份你应得的薪水。这两种方法是：

1. 组织信息图：一个强大的、具有突破性的简历写作准备工具。
2. 亮点型简历：一种令人激动的、向你的潜在雇主提升自身价值的方法。

当你把这些强有力的理念付诸实践时，你会发现保住自己的高层职位和高额的薪酬是一件很平常的事情，绝非份外之举。当你从事一些有目标、有意义并且能得到经济回报的工作时，你从中获得的成就感将会改变你的一生。

用更好的方法来撰写简历

在过去十年里，求职/招聘行业已经极大地发展和成熟起来。一些知名的记者、作家、专业简历撰写人员、职业指导者，还有其他各行各业的专家们都对如何写好简历提出了新的、改进过的建议。我们也在逐渐远离那些陈旧、古老的观念——即那些仅仅按照时间顺序罗列的时间型简历，或是一页纸到两页纸的标准套话。如今，就业指导者们和简历写作者们着重讨论的是业绩简历，亮点型简历，以及任职经历总述。这是一个很重要的转变，这些简历带给人们面目一新的感觉，并深受大家的喜爱。然而，尽管简历在作为我们职业生涯的设计和求职工具方面有了很大的进步和发展，但大多数人投递的简历并没有真正地体现出他们自身的价值。人们所接受并从事的工作往往低于自己的能力，以致压抑了自己大量的潜能。在我们推动简历发展进步的过程中，人们仍然忽略

了一些很重要的简历撰写成分，这会阻碍我们求职的进程，并导致大多数人在其职业生涯中受挫。

组织信息图

上面所述的被忽略的成分正是组织信息图。组织信息图（OMC——The organizational message chart）是一个改变我们撰写简历方式和面试准备的模型。世界上一些著名的简历案例和成功的就业专家都认为，组织信息图是一个极具革新意义并能够强有力地促使候选者在求职过程中充满信心的工具。组织信息图作为简历中的核心部分，已经成为专业的简历写作中心和就业指导者们检验你的简历成功与否的重要程序。更为重要的是，成千上万的人已经通过这个强有力的工具成功地获得了以前梦寐以求的工作。

“组织信息图”是一个强有力的工具，能够帮助你改变写作简历的方法并辅助你准备面试。

组织信息图为我们提供了一种向潜在雇主“自我营销”的全新方式，该图在很多重要的方面都不同于标准型的简历模型。传统型的简历通常只是按时间顺序（从你最近的工作和工作背景开始）简单将你的工作经历以及你的工作性质、责任罗列起来，这仅仅是一个简略的工作传记，传达给读者的信息很少，价值也很低。功能型的简历形式是把主人公突出的技能和成就放在首位，接下来才是一些基本的工作经历的相关陈述。这种形式因而太注重表现自我往往会适得其反，这也正是功能型简历的缺憾所在。一次接一次的调查显示，大部分的职业雇主并不欣赏这种形式的简历，原因在于其内容是被分离开来的，有价值的信息甚至还不如按时间顺序排列的简历所反映出的多。而综合型简历，即介于时间顺序型和功能型简历之间的结合物，可以简明地表述出求职者的各种技能、工作经历、以及工作性质和责任。大纲型简历是一种特殊的表达形式，其中列出的信息不需要做任何的解释，例如你的工作性质或成就等等。从另一方面看，组织信息图是一种方法，他可以向潜在雇主证明求职者的个人价值，并在肯定求职者价值的基础上，进一步向雇主提供求职者的能力信息，由此反映出你将怎样给潜在雇主和企业带来收益，以及他们为什么应该雇佣你。

如何运用价值型简历进行“自我营销”

一份有力的、有效的简历能够表达出你的个人价值。简历应该明确地针对你的潜在雇主，告诉他你将如何使其受益，你将如何解决问题，以及你为什么适合他们的组织和团队的需要。总而言之，简历是你进行“自我营销”过程中迈出的第一步，因为它将你的各种技术、能力、和工作经历“包装”起来，并将其推销给你的潜在雇主。

雇主不会因为你需要一份工作而雇佣你，也不会根据你参加工作时间的长短来付你酬劳。只会根据你为市场带来收益的多少或是你工作的期间为企业创造了多少收益而付给你报酬。

表现个人价值的简历——我称其为价值型简历，是利益导向型的，就像一个出色的市场营销活动所瞄准的收益来源，正是那些选择他们的产品和服务的潜在消费者们。价值型简历可以表达出，当你被雇佣后你将怎样为企业带来收益。与传统型的简历不同，价值型简历能够很好地回答出“企业为什么要雇佣你？”的问题。当然，招聘经理也很看重你的各种技术、能力、资质、才能、工作经历以及教育背景。但他们首要考虑的是“你能给他及他的公司带来多少价值？”

现今的雇主只对收益感兴趣，也只会根据收益进行投资。他不会因为你需要一份工作而雇佣你，也不会根据你参加工作时间的长短来付你酬劳。而只会根据你为市场带来收益的多少或是在你工作期间为企业创造了多少价值来付给你报酬。在市场经济中，一个每小时收入 100 美元的人所创造的价值是一个每小时只收入 10 美元人的 10 倍。

这本书将教你如何借助简历来让你的潜在雇主认识到你的个人价值，帮助你在求职面试中突出自我价值，并对其予以扩展。当然，你的价值型简历必须与你自身的才学、技能、资历和能力相匹配，并符合潜在雇主劳动力的需要。

摆脱陈规

书写价值型简历没有什么一成不变的、必须恪守的准则——惟一的标准是在简历中必须有效地表达出你的个人价值。陈规意味着束缚。如果你和别人看起来很相像，你应该如何从竞争者中脱颖而出呢？要获得良好的机遇，就必须成为一个有竞争实力的优秀候选者——那么为了有效地达到这一目的，你就必须将自己的优势通过简历表达出来，即从简历中胜出！结果如何将取决于你战略上的考虑以及是否有创造性的特色写法，而不仅仅在于遵循每个人都在执行的准则。

21 条撰写价值型简历的要领

为了获得难得的面试机会，你必须表现为一个优秀的候选者。将你的价值都呈现在简历中，可以更有效地帮助你实现这一目标。

撰写价值型简历，虽然没有什么必须要恪守的准则，但我还是有必要介绍一些写作要领。其中最重要的是：你必须强有力地向潜在雇主展示出你的个人价值。你将如何有效出色地完成简历的撰写工作，最终还是取决于你自己。为了帮助你，我提供以下 21 条要领，这是一套久经实践考验的精要总结，并且都是在多次的实践中证明过的技巧与方法。当然，最后还是由你自己来决定下列中的哪些要领能够更适合你的求职策略，以及哪些要领能最好地帮助你完成自己的简历。

要领一：确定简历中的文字书写工整、正确，输入无误，没有语病，语句通顺流利。

要领二：在不影响你表述个人价值的基础上，尽量使简历内容简练。1~2 页的篇幅是比较合适的，但有时也会有例外。

要领三：思考一些实质性的问题。例如，你将如何改善公司的经营状况等。

要领四：思考目标。例如，在实现企业目标的过程中你将能做些什么？

- 要领五：思考能够超越期望的方法。例如，你如何使完成的销售额超出预计任务？你如何能为更多的客户进行服务？这里指超出自己的业务所必需服务的客户的范围。
- 要领六：仔细斟酌你的措词。简历中的词汇应该是有力的，引人注目的，而且需要包括一些关键词——即那些被你所从事的领域认可的专业术语。
- 要领七：谨记你的简历是一种销售工具。千万不要把它写成你的自传或是专业论文。
- 要领八：撰写简历应讲究策略布局，忌讳表述含混和掩饰。比如隐匿时间或是不恰当地省略。
- 要领九：在你投递简历之前应该先对其试用、试销。例如，向你所尊敬和佩服的人们请教意见，从中得到反馈信息。
- 要领十：简历应做成“易读”格式。重点突出，易于理解，容易接受。
- 要领十一：展现出人性化的一面。在背景和成就后面你还应该动之以情。
- 要领十二：不要害怕自我褒扬。记住，那会使你更具竞争力。
- 要领十三：切勿长篇大论，因为那会使人不易阅读。使用简短的篇幅、段落或提示栏。
- 要领十四：不要提及薪水或其他与你职业目标不相符的信息和要求。
- 要领十五：在每段工作经历中，应该将你的职责和业绩分开叙述。例如，可以将职责在段内进行简单的描述，而业绩则要分出来突出介绍。在大多数情况中，你做得有多好会比你做什么工作更能说明并测定出你的工作能力。
- 要领十六：在你描述自己过去的成就、业绩和总结概要的时候，不要过于自谦。因为业绩反映着你的工作能力。
- 要领十七：在撰写简历之前应该了解你的读者对象，要针对他们而写。
- 要领十八：避免过多介绍“软能力”，即那些人所共有的能力。例如，本人有很好的交际技能，可以和各个阶层的人合作、共事等。在很多情况下，简历中包括的“软能力”信息是指性格特点（努力工作、精力充沛、和注重成果）。“软能力”信息不能迅速将你和其他竞选者区分开来。
- 要领十九：寻找真正适合自己 and 真正需要你的雇主。你的简历中的内容应该是潜在雇主想看到的信息。
- 要领二十：充分明晰地证明自己特有的才干，例如节约开支、增加销售额、提升产量、或是提高效率。它们都是非常显著可贵的价值。
- 要领二十一：你的简历应该充分地表现出自豪、自信和胸有成竹。当你这么做的时候，你的面试将会进行的十分顺利。

创作价值型简历的“6P”原则

除了以上的 21 条写作要领以外，在创作价值型简历时，还应该谨记六个重要的原则。这“6P”原则是你在求职竞争中进行自我营销的基础。

1. 意图 (Purpose)
2. 包装 (Packaging)
3. 布局 (Positioning)
4. 关键信息 (Punch)
5. 个性 (Personality)
6. 专业 (Professionalism)

意图

撰写价值型简历的第一个原则是你必须明确地理解并清楚地表达出自己的意图。一个求职者经常得不到预期想要的结果，其原因在于你没有在简历中将想要的东西充分、明显、令人兴奋地表达出来，甚至只是不明确、简单的说明而已。这就好比你想去什么地方度假都不清楚，那么你又该如何去收拾行囊，选择该往手提箱里装些什么东西呢？同样地，如果你不是清楚地确定自己想要从事什么，或是到底想去什么地方求职的话，那么你的简历该从何下笔，简历上又该写些什么内容呢？

当一个人在海港中徘徊的时候，没有最适合他的风浪。

——塞内卡语

我们想要得到的最好的礼物之一，就是获得自由——选择的自由，对未来期望的自由！如果你还不能够确定自己的职业方向，那么你需要站在这个十字路口上寻找答案，这是一个自我发掘的时刻。你可以借鉴睿智的职业咨询专家的意见，也可从就业指导者们那里学习一些技巧，或是利用各种书籍、广播电视节目、以及录相带来引导协助自己以便使自己的意志坚定，方向明确。但是如果你没有足够的事业进取心和远大的发展志向，那么你将不会走得很远。一份成功的简历通常在开头就表明了自己的意图和职业目标，此举强调了你想得到的东西。我们一定要清楚地认识到自己想获得什么以及如何去争取，因为如果连自己都不明白想要的究竟是什么，那么你就会生活得过于安逸，满足于现状，并不思进取。

包装

如今手纸的包装较于过去真的是改善了很多，并且比99%的简历包装都要更为精美。厕纸的制造厂商们将其改名为卫生纸，并要求他们的销售人员试图去改变人们的传统印象。在企业花费无数的时间和金钱对自身的产品进行包装及销售的同时，求职应聘者也应该继续坚持改进自己简历的包装，例如，保证投递出去的简历使用的是洁白的纸张，并用黑色签字笔书写，所有的表述都使用同一种格式、布局等等。

最近的一项由伯克 (Burke) 市场——受雇于罗伯特国际公司，一家在全美国地区规模最大的职业介绍组织之一——做的调查表明，如果我们将当日投放的各份简历的头对尾地拼接在一起，形成一个循环，那么它的长度足以沿着赤道旋转26圈，即650,000英里长度的简历！而其中的绝大多数简历都是那些在求职市场中缺乏竞争力的、缺乏吸引力的简历。

模仿，雷同是悲剧的开始。

包装是一项衡量、鉴定人们市场进取心的很好的指标。而惟一性的、独特的与个性化的才是成功的因素。优秀的、成功的简历包装可以将你的（包括学历、资历、资格或成就等）与众多的求职者区分开来，令你脱颖而出。选择纸张的质地、图标、台式印刷系统、印刷字体、以及富于创造性的表达都是简历包装的组成部分。我不建议大家使用亮粉色的、配有铃声、哨声效果的音乐式简历，除非这种形式的简历非常有助于并且和你的应聘职业很好地匹配。相反地，选择一种恰当的包装策略将会使简历更加美观、更显专业化，并且独具匠心。高品质的纸张、清晰易读的字体、以及恰当的标识语和图解将会把你的简历与其他应聘者区分开来。

良好的包装还意味着高品质和对细节上的关注。即使这个商品非常好，非常令你心怡，但如果它的包装有破损或被损坏，我想你可能不会去购买。那么同样来看，如果你投递的是一份溅污的、系统紊乱的、冗赘麻烦的、不易阅读的简历，不论你的能力、雇佣背景有多么的有说服力，这些信息也是没有用处，没有价值的。潜在雇主们会选择将那些拙劣陈述的简历扔掉。

布局

专业的招聘人员平均只花费 15~20 秒钟的时间来对求职者的简历进行评估，以此来决定他们是否有必要再继续阅读下去。

出色的资料信息布局意味着将你的简历有机地组织起来，使你简历中的格局和流程都清晰明快，易于阅读，并且能很好地将你的个人价值突显出来。一般地，专业的招聘人员平均只花费 15~20 秒钟的时间来对应征者的简历进行评估，以此来决定他们是否有必要再继续阅读下去。这意味着你要在 15 至 20 秒钟的时间内给你的潜在雇主留下一个最初的可认可的印象。

亮点型简历正是以一种高效的方式来帮助你完成这件事情的简历。该类型简历是一个能够强有力地对你的潜在雇主快速清晰地突显出你的优点及个人价值的工具。这本书会向你展示如何撰写亮点型简历，并通过亮点来吸引读者的眼球，从而避免不良的信息，最终获得面试的机会。

关键信息

这个“P”是极其重要的。在陈述关键信息这部分内容时，你向潜在雇主所表达的核心信息应该是他们想要看到的内容。在市场营销的专业术语中，这些核心信息被称作“热键”（hot button）。关键信息——或者说重量级信息——在我们的简历中向读者所表达的信息应当是雇主们正在寻找的东西，我们可以通过自己的各种技术、能力、资历、信誉、以及个人价值来迎合他们的需要。

而这也正是求职策略来发挥核心作用的时候了。但难点在于我们应该如何去表达招聘经理们所关心的内容，如何把握说话技巧，又该怎样以他们思考问题的角度来判定事物。雇主们想在招聘中看到什么样的应征者呢？他们想从中获得的信息又是什么呢？以及你怎样来撰写自己的简历，使得招聘人员能立即对你的简历产生阅读的兴趣及热情呢？

个性

招聘经理喜欢雇佣那些具有个性独特、善于相处的人。你的简历应该反映

出自己的个性，这就如同一面能够呈现自我的镜子。而简历的包装应该表达出你的特殊品质，使其从自己的个人价值信息中独立出来。另外，文字是一种很强大的工具，它能够充分地表达出你的个性，必须斟酌慎用。在使用华丽的词藻时，会使你暗淡的陈述变得精彩、丰富，所以可以适当地对你的用词和文字进行升华。例如：使用“你曾是一个做出重大成绩的功臣”，代替“岗位的负责人”这种轻描淡写的描述。让你的简历闪亮起来吧，轻舞、如歌地表达可以娱乐读者——通过这些不经意的精妙的专业手法必会达到很好的效果。展现个性，即展现情感——动情地推销！

专业

我们假设你已经遵循了以上的五“P”原则。现在，应该来考虑考虑下面的选择：

- | | | |
|----------------------------------|----|--|
| ——投递的是没有信封的简历。 | 或者 | ——使用一个极具个性化的简历信封。上面的地址要详细明确，并应针对具体收信人。 |
| ——将简历叠成三折，然后塞进普通的信封。 | 或者 | ——将没有任何褶皱的简历放入一个大小恰好、平整并引人注目的信封中。 |
| ——通过平信邮寄简历。 | 或者 | ——在前一天晚上或是提前两天的时间邮寄简历，以争取有利的入选机会。 |
| ——在投递完简历后期待你的未来雇主打电话约你面试，处于被动状态。 | 或者 | ——在发送简历之后不久，主动打电话进行确认，以争取对方来安排你面试，处于积极的状态。 |

经理们明白，求职者选择何种方式来表达自己可以反映出他的素质如何。能够跃然纸上专业化的表述，面试中的良好形象，都能够预见出这个人的专业水平，将在公司发挥什么作用，以及会如何应对今后的工作。让我们想想看：你通过购买非常昂贵的衣物包装形象，练习端庄得体的举止来完善自我的谈吐，使得自己在面试的时候看起来是最出色的，这一切都只为了在最初的阶段能留给招聘人员一个持久的、专业化的良好印象。而投递、包装你简历时也应当如此。

在看过以上的这些选择后，哪一项对你来说是更专业的？招聘权威人士大都认为在应聘者中间，专业的求职者并不多见。所以，如果将这个“P”融合在你的简历中，相信你将获得更多的面试机会，被工作录取的概率会成倍地增长。

目标型简历与鉴定型简历的选择

当前只有两种比较有效的简历形式：目标型简历和鉴定型简历。我们也许知道自己想要的是什么，也许不明白自己有何种需求。如果我们对自我的职业目标很明确，就应该运用目标型简历。如果对自己的职业目标并不能确定，或是不想在求职过程里将自己局限于某一领域，那么你就该选用鉴定型简历。

目标型简历

目标型简历是将自己的职业生涯瞄准于某一特定的环境中/或是行业。你明白你要拜见什么样的人，你可以清晰地、明确地了解关于受雇者的具体标准。一旦你确定了自己的目标，你就能创作出一份能够突出你自身价值的简历。当然这其中应该包括你的各种技术、能力、资历、信誉——在此统称它们为“劳动力资产”——这些都应符合你受雇的标准。例如，协会理事应该具备招募新成员的能力技巧，同时要留住现有的团队成员，另外还需兼任发展培训项目的职责，使得员工们不断地成长直至公司成功繁荣——这些技能对协会的可持续发展和财政、经营状况都将是极富价值的。

鉴定型简历

如果你还没有一个特定的目标，或是还不想在自己简历中将求职意向局限于某一特定职业或行业，那么目标型简历就不是合适的选择。此时你应当保持简历的普遍性，不可偏向于某一特定的领域，在此情况下，你可选用鉴定型简历。什么是鉴定型简历呢？把你的简历假想成一个为不同顾客准备的，并被琳琅满目的商品填满的货架。而货架中的各种技能、资历、以及劳动力资产都是你销售计划中的重要部分。一旦你确定了自己的销售价值（各种技能、资历、以及劳动力资产），你的简历就可以它们为中心清楚精确地展开。

无论你选择哪种形式的简历，你都应该将相关适用的信息统一起来传达给你的潜在雇主。记住，你只有大约 20 秒的时间通过简历呈现出你的个人价值。

选择恰当的简历形式

形式	何时适用
目标型	■ 你知道自己想从事的工作职位或是行业 ■ 你可以确定自己的工作职位，行业，或是两者 ■ 所有的信息都应围绕你的特定目标而展开
鉴定型	■ 你将有多重选择 ■ 你还不能清楚地确定自己想要从事什么工作 ■ 你可以鉴别出自己的价值——销售技能、资历、无形资产