

把招聘 做到极致

我这样做到世界
500强招聘经理

远鸣◎著

招聘，是我毕生的事业！



把招聘 做到极致

我这样做到世界
500强招聘经理

远 鸣◎著



中华工商联合出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

把招聘做到极致：我这样做到世界 500 强招聘经理/远鸣著. —北京：
中华工商联合出版社，2014. 7
ISBN 978-7-5158-0950-2

I. ①把… II. ①远… III. ①企业管理—招聘 IV. ①F272. 92

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 100811 号

把招聘做到极致：我这样做到世界 500 强招聘经理

作 者：远 鸣
责任编辑：于建廷 高 尚
责任审读：郭敬梅
封面设计：久品轩设计
责任印制：迈致红
出版发行：中华工商联合出版社有限责任公司
印 刷：三河市文阁印刷有限公司
版 次：2014 年 7 月第 1 版
印 次：2014 年 7 月第 1 次印刷
开 本：787 × 1092 毫米 1/16
字 数：220 千字
印 张：15.5
书 号：ISBN 978-7-5158-0950-2
定 价：42.00 元

服务热线：010 - 58301130
团购热线：010 - 58302813
地址邮编：北京市西城区西环广场 A 座
19 - 20 层，100044
http: //www. chgslcbs. cn
E-mail: cicap1202@sina. com (营销中心)
E-mail: gslzbs@sina. com (总编室)

工商联版图书
版权所有 侵权必究

凡本社图书出现印装质量问题，
请与印务部联系。
联系电话：010 - 58302915

博瑞森图书：企业阅读 本土实践

亲爱的读者朋友：

也许您是博瑞森图书的老读者，也许是新朋友，欢迎您阅读博瑞森图书！

当今中国，各行各业都存在着转型升级的压力与机遇。博瑞森图书与您一同应对转型挑战并发现其带来的机遇。

我们一直在问：什么样的书能为您解决管理难题并带来启发？

我们一直在找：哪些作品最能帮助企业从跟随到领先？

我们一直在做：把最好的作品以最便捷的方式呈现给您，纸质版、电子版、听读版、书摘邮件、微信……

我们策划图书的原则是：

- 企业阅读——与您一样，做水中的游泳者，而非岸上的观众或教练，企业的困惑就是我们的任务。

- 本土实践——与您一样，立足本土环境，追求卓越实践，传播最适合当下中国企业的管理之道。

针对部分读者朋友提出的“道理都懂了，但还是不知道怎么做”，2014年，我们将推出“作者见面会”，内容涉及营销、管理、生产、HR专员等诸多领域，让来自实战一线的专家作者现场指点、传授。

如果有一天，您把博瑞森图书视为您优秀的事业伙伴、管理助手，我们也就实现了自己的梦想。

博瑞森图书

010 - 51900529

bookgood@126.com

凡购买本书的读者，都将免费获赠本书全文电子版、同类图书推荐，发送短信“4062”和您的电子邮箱至13611149991即可获赠。

自序

专注的力量

我是2003年毕业的，掐指一数，从事招聘管理工作已有十余年。大学刚毕业，我就在一家国有大型企业集团从事招聘主管工作。我虽然毕业于工商管理专业，在校期间也跟随导师进行过人力资源管理领域的专业研究与企业咨询工作，但是招聘实战经验不足、专业基础薄弱，而且被筛选简历、招聘面试等日常工作淹没，工作中缺少自己的独特思考。于是，我决定打好人力资源管理基础，并在招聘领域建立自己的理解与创新。

那时，我每天提前30分钟到办公室，然后在安静的环境中认真阅读人力资源杂志。我能接触到的人力资源杂志有《中国人力资源开发》《人力资源（HR经理人）》《新资本》《首席人才官》《新前程》《财富》等，我如饥似渴、一篇不漏地把每本杂志看完，并结合日常工作进行思考与应用，摸着石头过河，每天琢磨着怎样把招聘工作做得更好。三年后，我看过的人力资源杂志已经可以垒成一米高的一摞，我突然对人力资源管理有了豁然开朗、融会贯通的感觉。我想，自己应该写点什么了，于是拿起笔来写了第一篇文章《让人才与企业无缝对接》，并投稿到中国最权威的人力资源中文核心期刊《中国人力资源开发》，没想到很快被发表了，这成了我的处女作。

从此，我充满激情地投入到招聘研究与实践中，从早到晚都在琢磨

怎样把招聘工作做得更规范、更职业、更有成效。通常是白天工作实践，晚上写文章总结，然后投稿到各家人力资源杂志，不知不觉已经发表了五十余篇人力资源管理专业文章。与此同时，我在人力资源行业也逐渐建立起职业品牌，被邀请在各种人力资源研讨会、论坛等进行专业分享，向更多招聘从业人士分享自己的招聘经验。这种分享的习惯不仅使我快速成长，还使别人得到成长。看到自己的招聘经验被复制、被传播，我获得了莫大的满足感，也让我看到了专注的力量，于是，我树立起“一生只专注于一件事，把招聘做到极致”的信念。

为了获得对招聘领域更多的实践与挑战机会，我曾两次“跳槽”，每次都到更广的平台、更高的职位锻炼，在招聘领域的造诣也越来越深。在从事招聘工作第七年的时候，我被一家世界五百强企业录用，成为其全球总部招聘高级经理，并开始以更宽广的视野从事招聘实践与研究

工作。为了和更多的人分享自己的招聘经验，我把十余年的招聘经验、成果做了梳理，所以，本书诞生了（由于本书属于个人经验总结，故对本人所任职企业保密，并以笔名出版）。本书只是一个开始，绝不是结束，在招聘之路上，我还会继续坚定地走下去，会有更多的招聘实践成果，以此实现“让世界上更多的人分享自己的招聘经验，让中国更多的人分享世界的招聘经验”的梦想。

远鸣

2014年4月12日

2014 新书预告：“变局”系列丛书

实体店销量下滑、线上线下冲突不断，互联网、大数据、OTO……，市场一线的压力让企业痛苦，扑面而来的新名词、新玩法又让企业焦虑甚至恐惧。

谁都不想成为恐龙，怎么办？希望2014年陆续推出的“变局”系列丛书，能帮助企业看清方向，心中有数！

- 《**变局下的营销模式升级**》程绍珊 叶宁著

营销模式怎么变，无外乎三种方式：客户驱动模式、技术驱动模式、资源驱动模式！

- 《**变局下的白酒企业重构**》杨永华著

白酒行业从扩容式增长——“你增长，我也增长”，变成竞争式增长——“你死我活”，产业整合大势中，谁能活下来？需要哪些条件？怎样才能做到？

- 《**变局下的快消品营销实战策略**》杨永华著

通胀了，成本增加，涨价也不是长久办法，如何从一招一式的被迫应战变成心中有数“系统战”？

- 《**变局下的工业品企业7大机遇**》叶敦明著

产业链条的整合机会、盈利模式的复制机会、营销红利的机会、工业服务商转型机会、渠道的合纵连横机会、借船出海的资本机会、电商机会……

- 《**变局下的农牧企业9大成长策略**》彭志雄著

食品安全、纵向延伸、横向联合、品牌建设……是挑战，又都是机遇！

- 《**变局下的……**》敬请关注



为了帮助读者更快、更方便地找到自己需要的书,让书发挥最大价值,我们精心制作了这份导读,希望对大家有所帮助!

博瑞森的书,最适合谁来读?

经营者(老板、总经理、董事长、企业家、合伙人、厂长等)和**管理者**(企业高层、中层和部分基层管理者)以及企业的**骨干员工**(思考如何为企业创造更大的价值),你就是我们的读者,共同的战友!

因为我们相信,你就是影响企业发展大局的关键人物,影响你,帮助你,和你共同学习成长,就是和中国企业一起成长!

博瑞森的书,最大特点?

我们坚持“企业视角,本土实践”的出版理念,要对企业实践产生实实在在的作用。

“本土”——理论和思想可以来自古今中外,但一定要适应本土;

“实战”——作者都是从企业、市场中摸爬滚打出来的,实战性是渗到骨子里的;

博瑞森的书,怎样“读”,作用好?

免费电子版,手机随时“读”

我们90%的书都提供免费的全文电子版,下载到手机(或Pad、电脑)里,让惜时如金的你,获得最大程度的阅读自由!

操作方法:回复图书编号(封底下部或内文第1页底部的4位数字)和你的邮箱地址。例如回复“1205 + zhang *** @ 126. com”到手机13611149991,2个工作日内即可在邮箱收到图书的全文电子版。

QQ群,读者间讨论着“读”

加入“博瑞森读者群(202230847、190415943)”的QQ讨论群,你的困惑、感受和读者、作者随时深入讨论!

操作方法:入群口令为“图书名称+手机号”。提个醒,群里有事说事,别乱发广告、搞笑段子,会被踢的。

作者见面会,带着问题“读”

“书看了,很好,但还是不知道该怎么办!”——正常,实践没有那么容易。参加作者见面会,带着自己的问题,现场指点很重要!

操作方法:作者见面会每月都有,不收取任何费用。加入我们的微信公号

(bookgood2005) 查看或给 bookgood2014@126.com 发封邮件, 咨询详情。

微信、书摘邮件, 天天点滴“读”

“书太厚, 不容易读”——通过我们的微信公号(bookgood2005)或者你的个人邮箱, 你每周都会收到2次博瑞森书的精品书摘, 三五百字, 便于精华快速地吸收。

操作方法: 加入我们的微信公号, 或回复你的邮箱地址即可。


更多方式的“读”

我们知道, 以上这些还远远不够, 你的感受、不满随时告诉我们(13611149991, bookgood@126.com), 我们一起创造更多、更精彩的“读”……

分类导读图 + 书目



更多实战好书, 请关注“博瑞森图书直营店—淘宝网”

 <http://qiyesudian.taobao.com/>

行业类：零售、白酒、食品/快消品、农业、医药、建材家居

	书名、作者	内容/特色	读者价值
零售	涨价也能卖到翻 村松达夫 【日】	提升客单价的 15 种实用、有效的方法	日本企业在这方面非常值得学习和借鉴
	1. 总部有多强大, 门店就能走多远 2. 超市卖场定价策略与品类管理 3. 连锁零售企业招聘与培训破解之道 4. 中国首家未来超市模式解密 IBMG 国际商业管理集团 著	国内外标杆企业的经验 + 本土实践量化数据 + 操作步骤、方法	通俗易懂, 行业经验丰富, 宝贵的行业量化数据, 关键思路和步骤
	零售: 把客流变成购买力 丁 昀 著	如何通过不断升级产品和体验式服务来经营客流	如何进行体验营销, 国外的好经营, 这方面有启发
	变局下的白酒企业重构 杨永华 郭旭 著	帮助白酒企业从产业视角看清趋势, 找准位置, 实现弯道超车的书	行业内企业要减少 90%, 自己在什么位置, 怎么做, 都清楚了
白酒	1. 白酒营销的第一本书 2. 白酒经销商的第一本书 唐江华 著	华泽集团湖南开口笑公司品牌部长, 擅长酒类新品推广、新市场拓展	扎根一线, 实战
	乳业营销第一书 侯军伟 著	对区域乳品企业生存发展关键性问题的梳理	唯一的区域乳业营销书, 区域乳品企业一定要看
食品	食用油营销第一书 余盛 著	10 多年油脂企业工作经验, 从行业到具体实操	食用油行业第一书, 当之无愧
	中国茶叶营销第一书 柏龔 著	如何跳出茶行业“大文化小产业”的困境, 作者给出了自己的观察和思考	不是传统做茶的思路, 而是现在商业做茶的思路
	变局下的快消品营销实战策略 杨永华 著	通胀了, 成本增加, 如何从被动应战变成主动的“系统战”	作者对快消品行业非常熟悉、非常实战
	调味品营销第一书 陈小龙 著	国内唯一一本调味品营销的书	唯一的调味品营销的书, 调味品的从业者一定要看
农业	农资营销实战全指导 张博 著	农资如何向“深度营销”转型, 从理论到实践进行系统剖析, 经验资深	朴实、使用! 不可多得的农资营销实战指导
	农产品营销第一书 胡浪球 著	从农业企业战略到市场开拓、营销、品牌、模式等	来源于实践中的思考, 有启发
	变局下的农牧企业 9 大成长策略 彭志雄 著	食品安全、纵向延伸、横向联合、品牌建设……	唯一的农牧企业经营实操的书, 农牧企业一定要看
医药	新医改下医药营销与团队管理 史立臣 著	探讨新医改对医药行业的系列影响和医药团队管理	帮助理清思路, 有一个框架
	医药营销与处方药学术推广 马宝琳 著	如何用医学策划把“平民产品”变成“明星产品”	有真货、讲真话的作者, 堪称处方药营销的经典!
	新医改了, 药店就要这样开 尚锋 著	药店经营、管理、营销全攻略	有很强的实战性和可操作性
建材家居	建材家居营销实务 程绍珊 杨鸿贵 主编	价值营销运用到建材家居, 每一步都让客户增值	有自己的系统、实战
	建材家居门店销量提升 贾同领 著	店面选址、广告投放、推广助销、空间布局、生动展示、店面运营等	门店销量提升是一个系统工程, 非常系统、实战
工业品	解决方案营销真案例 刘祖轲 著	用 10 个真案例讲明白什么是工业品的解决方案式营销, 实战、实用	有干货、真正操作过的才能写得出来
	变局下的工业品企业 7 大机遇 叶敦明 著	产业链条的整合机会、盈利模式的复制机会、营销红利的机会、工业服务商转型机会……	工业品企业还可以这样做, 思维大突破
金融	精品银行管理之道 崔海鹏 何屹 主编	中小银行转型的实战经验总结	中小银行的教材很多, 实战类的书很少, 可以看看

续表

经营类:企业如何赚钱,如何抓机会,如何突破,如何“开源”			
	书名·作者	内容/特色	读者价值
抓方向	让经营回归简单·升级版 宋新宇 著	化繁为简抓住经营本质:战略、客户、产品、员工、成长	经典,做企业就这几个关键点!
	公司由小到大要过哪些坎 卢强 著	老板手里的一张“企业成长路线图”	现在我在哪儿,未来还要走哪些路,都清楚了
	企业二次创业成功路线图 夏惊鸣 著	企业曾经抓住机会成功了,但下一步该怎么办?	企业怎样获得第二次成功,心里有个大框架了
	老板经理人双赢之道 陈明 著	经理人怎养选平台、怎么开局,老板怎样选/育/用/留	老板生闷气,经理人牢骚大,这次知道该怎么办了
	企业文化的逻辑 王祥伍 黄健江 著	为什么企业绩效如此不同,解开绩效背后的文化密码	少有的深刻,有品质,读起来很流畅
	使命驱动企业成长 高可为 著	钱能让一个人今天努力,使命能让一群人长期努力	对于想做事业的人,‘使命’是绕不过去的
思维突破	跳出同质思维,从跟随到领先 郭剑 著	66个精彩案例剖析,帮助老板突破行业长期思维惯性	做企业竟然有这么多玩法,开眼界
	7个转变,让公司3年胜出 李蓓 著	消费者主权时代,企业该怎么办	这就是互联网思维,老板有能这样想,肯定倒不了
	麻烦就是需求 难题就是商机 卢根鑫 著	如何借助客户的眼睛发现商机	什么是真商机,怎么判断、怎么抓,有借鉴
	重生战略:移动互联网和大数据时代的转型法则 沈拓 著	在移动互联网和大数据时代,传统企业转型如同生命体打碎与再造,称之为“重生战略”	帮助企业认清移动互联网环境下的变化和应对之道
管理类:效率如何提升,如何实现经营目标,如何“节流”			
	书名·作者	内容/特色	读者价值
通用管理	1. 让管理回归简单·升级版 2. 让人回归简单 3. 让经营回归简单·升级版 宋新宇 著	宋博士的“简单”三部曲,影响20万读者,非常经典	被读者热情地称作“中小企业的管理圣经”
	边干边学做老板 黄中强 著	创业20多年的老板,有经验、能写、又愿意分享,这样的书很少	处处共鸣,帮助中小企业老板少走弯路
	阿米巴经营的中国模式 李志华 著	让员工从“要我干”到“我要干”,价值量化出来	阿米巴在企业如何落地,明白思路了
	欧博心法:好管理靠修行 曾伟 著	用佛家的智慧,深刻剖析管理问题,见解独到	如果真的有什么‘中国式管理’,曾老师是其中标志性人物
	1. 用流程解放管理者 2. 用流程解放管理者2 张国祥 著	中小企业阅读的流程管理、企业规范化的书	通俗易懂,理论和实践的结合恰到好处
	跟我们学建流程体系 陈立云 著	畅销书《跟我们学做流程管理》系列,更实操,更细致,更深入	更多地分享实践,分享感悟,分享从实践总结出来的方法论
人力资源	走出薪酬管理误区 全怀周 著	剖析薪酬管理的8大误区,真正发挥好枢纽作用	值得企业深读的实用教案
	回归本源看绩效 孙波 著	让绩效回顾“改进工具”的本源,真正为企业所用	确实是来源于实践的思考,有共鸣
	集团化人力资源管理实践 李小勇 著	对搭建集团化的企业很有帮助,务实,实用	最大的亮点不是理论,而是结合实际深入剖析
	人才评价中心·超级漫画版 邢雷 著	专业的主题,漫画的形式,只此一本	没想到一本专业的书,能写成这效果
	我的人力资源咨询笔记 张伟 著	管理咨询师的视角,思考企业的HR管理	通过咨询师的眼睛对比很多企业,有启发
	本土化人力资源管理8大思维 周剑 著	成熟HR理论,在本土中小企业实践中的探索和思考	对企业的现实困境有真切体会,有启发
	把招聘做到极致 远鸣 著	作为世界500强高级招聘经理,作者数十年招聘经验的总结分享	带来职场思考境界的提升和具体招聘方法的学习

续表

企业文化	华夏基石方法:企业文化落地本土实践 王祥伍 谭俊峰 著	十年积累、原创方法、一线资料,和盘托出	在文化落地方面真正有洞察,有实操价值的书
	企业文化的逻辑 王祥伍 著	为什么企业之间如此不同,解开绩效背后的文化密码	少有的深刻,有品质,读起来很流畅
	企业文化激活沟通 宋籽宸 安琪 著	透过新任 HR 总经理的眼睛,揭示出沟通与企业文化的关系	有实际指导作用的文化落地读本
生产管理	高员工流失率下的精益生产 余伟辉 著	中国的精益生产必须面对和解决高员工流失率问题	确实来源于本土的工厂车间,很务实
	车间人员管理那些事儿 岑立聪 著	车间人员管理中处理各种“疑难杂症”的经验和方法	基层车间管理者最闹心、头疼的事,‘打包’解决
	1. 欧博心法:好管理靠修行 2. 欧博心法:好工厂这样管 曾伟 著	他是本土最大的制造业管理咨询机构创始人,他从 400 多个项目、上万家企业实践中锤炼出的欧博心法	中小制造型企业,一定会有很强的共鸣
	欧博工厂案例 1:生产计划管控对话录 欧博工厂案例 2:品质技术改善对话录 欧博工厂案例 3:员工执行力提升对话录 曾伟 著	最典型的问题、最详尽的解析,工厂管理 9 大问题 27 个经典案例	没想到说得这么细,超出想象,案例很典型,照搬都可以了
营销类:把客户需求融入企业各环节,提供“客户认为”有价值的东西			
	书名·作者	内容/特色	读者价值
营销模式	变局下的营销模式升级 程绍珊 叶宁 著	客户驱动模式、技术驱动模式、资源驱动模式	很多行业的营销模式被颠覆,调整的思路有了!
	卖轮子 科克斯 【美】	小说版的营销学! 营销核心理念巧妙贯穿其中,贵在既有趣,又有深度	经典、有趣! 一个故事读懂营销精髓
	弱势品牌如何做营销 李政权 著	中小企业虽有品牌但没名气,营销照样能做的有声有色	没有丰富的实操经验,写不出这么具体、详实的案例和步骤,很有启发
	老板如何管营销 史贤龙 著	不要认为营销就是 4 个 P、C、R 的概念游戏,揭开营销智慧助力企业成功的内在奥秘	高段位营销 16 招,好学好用,老板能看,营销人也能看
组织和团队	升级你的营销组织 程绍珊 吴越舟 著	用“有机性”的营销组织力替代“营销能人”,把营销团队变成“铁营盘”	营销队伍最难管,程老师不愧是营销第 1 操盘手,步骤、方法都很成熟
	用数字解放营销人 黄润霖 著	通过量化帮助营销人员提高工作效率	作者很用心,很好的常备工具书
	成为优秀的快消品区域经理 伯建新 著	37 个“怎么办”分析区域经理的工作关键点	可以作为区域经理的‘速成催化器’
	一位销售经理的工作心得 蒋军 著	一线营销管理人员想提升业绩却无从下手时,可以看看这本书	一线的真实感悟
案例	我们的营销真案例 联纵智达研究院 著	五芳斋粽子从区域到全国/诺贝尔瓷砖门店销量提升/利豪家具出口转内销/汤臣倍健的营销模式/娃哈哈联销体	选择的案例都很有代表性,实在、实操!
	招招见销量的营销常识 刘文新 著	如何让每一个营销动作都直指销量	适合中小企业,看了就能用
产品	产品炼金术 史贤龙 著	帮助企业对打造畅销产品有一个全局性、框架性的认识	必须具备的思维和方法,避免在产品上再犯大的错
品牌	中小企业如何建品牌 梁小平 著	中小企业建品牌的入门读本,通俗、易懂	对建品牌有了一个整体框架
	采纳方法:破解本土营销 8 大难题 朱玉童 编著	全面、系统、案例丰富、图文并茂	希望在品牌营销方面有所突破的人,应该看看

续表

渠道 通路	传统行业如何用网络拿订单 张进 著	给老板看的第一本网络营销书	适合不懂网络技术的经营决策者看
	采纳方法:化解渠道冲突 朱玉童 编著	系统剖析渠道冲突,21个最新的渠道冲突案例、情景式讲解,37篇专题讲义	系统、全面
	快消品营销与渠道管理 谭长春 著	将快消品标杆企业渠道管理的经验和方法分享出来	可口可乐、华润的一些具体的渠道管理经验,实战

目录

Contents

第1章 制定招聘策略，定好大局

- 第1节 招聘工作者的战略视野 / 002
- 第2节 企业招聘的“蓝海战略” / 006
- 第3节 低成本、高效率的招聘策略 / 016
- 第4节 如何在节后招聘高峰出招 / 022
- 第5节 妙用“跨界招聘” / 030

第2章 建立招聘组织，打好基础

- 第1节 建立有战斗力的招聘组织 / 038
- 第2节 招聘团队的规范化管理运作 / 042

第3章 开拓招聘渠道，广储人才

- 第1节 招聘渠道往哪里去 / 046
- 第2节 突发性招聘的渠道之战 / 051
- 第3节 让招聘效率倍增的人才官计划 / 059

第4章 简历筛选，提升效率

- 第1节 好简历的标准是什么 / 070
- 第2节 洞悉简历背后的含义 / 073

第5章 面试甄选，练就火眼金睛

- 第1节 通过三层“匹配”选人 / 090
- 第2节 高管人才的面试技巧 / 099
- 第3节 压力面试：寻找逆风飞扬的人才 / 110
- 第4节 做人才价值的评鉴者 / 117
- 第5节 你会解读肢体语言吗 / 123
- 第6节 妙用招聘新思维 / 127

第6章 校园招聘，培育新芽

- 第1节 实习生计划，提前抢人才 / 136
- 第2节 洞悉应届生的专业素质 / 144
- 第3节 妙用心理学提升吸引力 / 147
- 第4节 校园招聘的蓝海在哪里 / 151
- 第5节 你认识“南极人”吗 / 153

第7章 猎头管理，谋求共赢

- 第1节 招聘HR专员如何与猎头共舞 / 162
- 第2节 直面“猎挖”，打好人才保卫战 / 171

第8章 招聘秘技，助你成功

- 第1节 薪酬谈判，踢好临门一脚 / 184
- 第2节 背景调查，构建“防火墙” / 193
- 第3节 用人才库做好长线招聘 / 200
- 第4节 给招聘做个全面体检 / 207

第9章 打造名片，长远发展

- 第1节 做业务部门的伙伴 / 218
- 第2节 成为企业的靓丽名片 / 223
- 第3节 优秀招聘经理的修炼 / 227

第1章

Chapter 1

制定招聘策略，定好大局

招聘，归根到底是一场人才的竞争。因为人才资源是有限的，要比竞争对手更快、更准地得到人才，不讲策略、谋略不行。而策略在于提前进行充分的市场分析、业务战略规划分析，从而推导、解码人力资源的需求，再根据这个需求，拟定“作战沙盘”，做出具体的“作战部署”与“排兵布阵”。另外，为了获得差异化的人才竞争优势，还要采取差异化的人才竞争策略，比如，蓝海战略、跨界招聘、低成本高效率的招聘策略等。

第 1 节 招聘工作者的战略视野

很多企业的招聘经理在招聘工作中一直处于救火状态，因为业务部门在年初没有提出自己的年度人力资源需求，或者是年初提出的需求只是“拍脑袋”的决定，没有经过充分的论证及分析，导致从年初到年尾不断提出招聘要求，而且都很紧急。招聘经理被这些突发性的招聘工作弄得焦头烂额，有时费了很大劲才找到意向候选人，业务部门却说招聘需求取消了，让招聘经理备受打击。

上述问题的根本原因在于，企业招聘工作者没有帮助业务部门对自己的人力资源需求看得更远，或者业务部门已有业务规划，而招聘工作者没有将其推导、应用到人力补充策略和招聘计划中。这是很多企业招聘工作的通病，招聘工作者没有成为业务部门的战略伙伴，自己没有“望远镜”，也没有给业务部门一个“望远镜”。