

南富士育人丛书

漆
勇
编著

成为被需要的人

你靠什么拼职场？

清楚明白地告诉你从新人到精英的成功路径

北大纵横管理咨询集团首席专家
中国职业经理人协会特聘会长

王璞

诚意推荐



中国人民大学出版社
China Renmin University Press

成为被需要的人

漆勇 编著

中国人民大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

成为被需要的人/漆勇编著. —北京: 中国人民大学出版社, 2013. 6

(南富士育人丛书)

ISBN 978-7-300-17440-2

I. ①成… II. ①漆… III. ①大学生-职业选择-研究 IV. ①G647.38

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 090729 号

南富士育人丛书

成为被需要的人

漆勇 编著

Chengwei bei Xuyao de Ren

出版发行	中国人民大学出版社	邮政编码	100080
社 址	北京中关村大街 31 号		
电 话	010-62511242 (总编室)		010-62511398 (质管部)
	010-82501766 (邮购部)		010-62514148 (门市部)
	010-62515195 (发行公司)		010-62515275 (盗版举报)
网 址	http://www.crup.com.cn		
	http://www.ttrnet.com (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	北京中印联印务有限公司	版 次	2013 年 6 月第 1 版
规 格	170 mm × 240 mm 16 开本	印 次	2013 年 6 月第 1 次印刷
印 张	12.5 插页 1	定 价	39.00 元
字 数	176 000		

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

序

国家之间的竞争，归根结底是企业之间的竞争。那么，企业间竞争的关键又是什么呢？产品、技术、资金、管理、品牌、关系等都很重要，但人才作为企业经营中最为活跃的因素，是最具创造性的资源。“人才是一种资源”早已成为共识，更有不少企业将人才作为第一资源加以重视。可以说，企业竞争的关键是人才的竞争。

人才竞争的关键又是什么呢？例如，企业在招聘人才的时候，为什么要张三不要李四？企业在用人的过程中，为什么重用王五却轻用赵六？因为不同的人做同一件事会有不同的结果，在其他条件相同的情况下，导致这种不同结果的原因必定是人的不同。人才竞争的关键需要从人的不同之中来找。表面上看，有的人比别人更有亲和力、更有团队合作精神、更有沟通表达能力、更有思维能力和执行力，有的人比别人更讨领导喜欢、更讨客户喜欢，也有的人会因为不能融入团队、能力不强、和领导关系不好而失去发展机会。实质上，从企业用人的角度看，人的不同主要是人的职业化水平不同。

职业化之所以成为人才竞争的关键，是与市场经济的发展密切相关的。自1992年重启市场化改革以来，对大学生就业和企业用人产生重大影响的有三件大事：1998年基本取消国家分配工作、1999年大学扩招、2001年中国加入世界贸易组织。但是，这三件大事所产生的影响直到2008年全球金融危机爆发后才

凸显出来：许多大学生找不到工作，同时，优秀的企业招不到合适的人才。麦肯锡的一份报告称“只有10%的大学生符合跨国公司的人才要求。”

又过去了四年，在全球金融危机笼罩下读完本科的一届大学生已经毕业。四年来，企业界、教育界为解决企业用人需求和大学生就业问题付出了努力，情况却未有根本的改观。原因固然很多，根源却在于教育理念逡巡不前。其一，职业化教育不等于职业教育，也不等于素质教育；其二，在体制之内解决人才问题的思路行不通。

职业化教育需要体制内外联合发力。南富士职前培训作为体制外的新生力量，已经为中国的职业化教育奋斗了八年多。那里有一群朝气蓬勃、勇于挑战的年轻人，他们将职业化作为解决大学生就业与发展的根本途径；从一个侧面来说，职业化也是提高企业竞争力、富民强国的重要方式。

本书根植于南富士职前培训的教育实践，既广泛吸收了前人的育人经验，又结合实际作了大量的创新，如对职业人的全新定义、对行业趋势的判断方法、对沟通表达的模块化梳理，都令人耳目一新。教育更多地是一种实践，而不是一种理论。大学生要实现真正的职业化，必须走出大学、走向社会。

北大纵横管理咨询集团首席专家

中国职业经理人协会特聘会长

王璞

努力成为被需要的人

在找工作的时候，有的人能拿到很多 Offer，有的人只能拿到几个，有的人却一个也拿不到；工作了之后，有的人发展得很好，有的人发展得一般，有的人却几乎被淘汰。还有，有的人能进入自己理想中的大学，加入理想中的大学社团，收获甜蜜的爱情，有的人却不能。人比人，能与不能，原因可能有很多，但他们都有一个共同点，那就是：一个人是不是被对方所需要。

被需要，代表社会认可和价值确认，是实现个人需要的基本途径。个人的基本需要是生存和发展，但生存和发展不能靠孤军奋斗，要融入社会才能顺利进行。当然，融入社会不代表丢掉个性，成为被需要的人和成为你自己并不矛盾。一个人越被需要，价值就越大；价值越大，收获就越多；收获越多，就越能发展个性。适当地表现个性能拉近人与人之间的距离，能帮助一个人更好地融入社会。但是，一味地张扬个性可能导致难以融入社会，势必缩小个性发展的空间。

那么，如何成为被需要的人呢？这是一个见仁见智的问题，一向是“八仙过海，各显神通”。在这本书里，南富士职前培训的成长教练们向我们展示了一套解决方案：从剖析社会用人需求入手，提出：社会真正需要的是职业人，职业化是实现大学生就业与发展的根本途径，并由此构建了“职业化 6+1 模型”，打造了职业化的七项修炼培训课程体系。当然，这种独特的培训体系的形成并非一日之功，而是浓缩了南富士职前培训近八年的培训经验。在本书

中，既有职业生涯规划理论的介绍（知己、知彼、决策、行动），又有独创的职业竞争力理论的运用（职业竞争力 = 战略 × 资源；战略 = 目标 + 路径；资源 = 内部资源 + 外部资源）。

职业生涯规划理论强调以下几个要点：（1）知己：“自我认知”、“发现优势”帮助大学毕业生以科学有效的方法更清楚、更全面地认识自己。（2）知彼：“行业研究”、“职业人格”帮助大学毕业生以科学有效的方法清楚地认识行业、企业的用人条件。（3）决策：虽然没有这个主题，但在“知己”、“知彼”之后综合两方面信息、情况，即可基本得出。（4）行动：“沟通表达”、“独立思考”、“时间管理”、“人脉管理”是运用“知己”、“知彼”主题传授的方法所必需的助力，更是不论投身什么行业、去什么企业、从事什么职业都必须具备的基本能力和素养。

从职业竞争力理论的角度看，“自我认知”、“发现优势”、“行业研究”、“职业人格”有利于确定个人发展目标和路径。在比较确定的战略指引下，运用“独立思考”、“沟通表达”、“人脉管理”、“时间管理”的工具，我们才能开发、整合和积聚资源，从而打造个人的职业竞争力。

2012年，全方位的职业核心能力修炼计划（简称“全能计划”）在武汉上市。全能计划包含“自我认知”、“发现优势”、“行业研究”、“职业人格”、“沟通表达”、“打造形象”、“人脉管理”、“时间管理”等八大主题，旨在帮助大学生创造最棒的大学生活，提升未来的职业竞争力。这是南富士职前培训在发现青年、成就青年的事业愿景指引下推出的“完美大学必修课、卓越职场直通车”，希望能帮助更多的大学生成为社会需要的人，最终实现事业成功、人生幸福。

目 录

第一章 社会需求：大学生成长的指南针

- 002 一分钟自我介绍怎么说
- 004 杨正的启示
- 005 专业能力和核心能力
- 006 宏观需求和微观需求
- 006 如何读懂社会用人需求
- 007 杨正的发掘过程
- 013 什么是用人单位的实际需求

第二章 职业人格：职场需要什么样的人

- 015 企业需要的是职业人
- 017 职业人模型
- 019 取得职业资格证书就是职业人了吗
- 021 从业时间较长就是职业人了吗
- 022 职业级别较高就是职业人了吗
- 023 不职业的表现和危害
- 025 职业化的好处
- 026 大学毕业生如何走向职业化

第三章 成长七步：职业化的七项修炼

- 032 优势+能力：我让你飞
- 034 为什么处于核心地位的是“优势”
- 035 六个“大力士”来助阵
- 039 非常6+1
- 041 七项修炼如何落到实处

第四章 自我认知：人生规划的起点

- 048 什么是自我认知

050	自我认知的主要内容
051	大学毕业生自我认知与职业规划的关系
053	如何进行自我认知
055	性 格
057	能 力
059	兴 趣
061	价值观

第五章 发现优势：确立个人成功的方向

066	关于个人发展的两个认知误区
068	个人成功的关键
071	什么是优势
075	如何发现自身优势
080	专才 or 全才

第六章 行业研究：择业导向的行业研究方法

083	什么是行业
084	行业对择业的指向作用
086	大学生行业认知的常见区间
087	大学生行业探索的常见误区
089	行业研究的基本方法
090	搜集信息的渠道
92	可供选择的动手方法
93	专题解析：如何判断行业趋势
97	对大学毕业生的一些实用建议

第七章 时间管理：做自己时间的主人

102	三 mang 的大学生
103	大学生为什么 mang
104	时间管理管的是什么

- 106 时间管理的目的是什么
- 108 时间管理与目标管理
- 110 时间管理四象限法则
- 112 个人时间管理四步骤
- 115 做自己时间的主人

第八章 独立思考：点亮自己大脑里的火种

- 120 关于思考这件事
- 124 海绵式思维与淘金式思维
- 128 独立思考者的特点
- 130 批判性思维的含义
- 131 批判性思维的基本步骤
- 135 做自己思想的主人

第九章 有效沟通：1+1>2 的艺术

- 139 有关沟通的一些常识
- 141 有效沟通的内涵
- 143 好心态 + 好技巧 = 有效沟通
- 146 沟通从心开始
- 150 沟通五技巧
- 156 1+1>2 的艺术

第十章 人脉管理：拓展与分享你我的价值

- 160 人脉是什么
- 161 人脉能带来什么
- 164 人脉有哪些类型
- 166 获得人脉的基本路径
- 168 如何进行人脉管理
- 174 参考文献

第一章

社会需求：大学生成长的指南针

- 一分钟自我介绍怎么说
- 杨正的启示
- 专业能力和核心能力
- 宏观需求和微观需求
- 如何读懂社会用人需求
- 杨正的发掘过程
- 什么是用人单位的实际需求

为什么社会需求是大学生成长的指南针？

如何读懂社会用人需求？

社会对大学生的核心能力有哪些需求？

社会需求最旺盛的核心能力是什么？

什么是用人单位的实际需求？

一分钟自我介绍怎么说

“我叫钱龙，是江城大学工商管理专业大四的学生。我今年22岁，来自十朝古都、七朝都会开封。开封有个包青天，我这个人也是嫉恶如仇、非常正直。我非常热爱学习，经常去图书馆看书。我性格外向，喜欢结交朋友。为了锻炼能力，我在大学里做过很多兼职，比如发传单、做家教都干过，我的座右铭是没有做不到，只有想不到……我非常喜欢贵公司，希望能到贵公司去工作。我保证，给我一个机会，还你一个精彩。”

“尊敬的梁经理，您好！我是杨正，在此向贵公司申请市场助理岗位。来之前，我将该岗位的招聘要求阅读了十几遍，提炼了五个关键词：客户意识、沟通表达、开拓创新、逻辑思维、精力充沛，我认为自己身上具备这些素质；我从大二开始就对贵公司所在的电商行业有兴趣，大二、大三两个暑假都在该行业龙头公司实习，了解到了很多在学校里不知道的情况，贵公司虽然还处于创业初期，但人才济济，让我非常向往。我希望自己能够通过您的面试，成为你们中的一员。谢谢！”

.....

眼前是橙子公司校园招聘的面试现场。朝门正面而坐的是人力资源部梁经理，坐在他对面的是钱龙、杨正等五名大学生，他们都是江城大学的应届毕业生，正在应聘橙子公司市场助理一职，上面的两段话分别是钱龙和杨正的自我介绍。

钱龙和杨正是同班同学，刚进大学的时候两人都对未来充满了憧憬，经常一起折腾点事儿，为看不见摸不着挥之不去的梦想而上下求索。有一天，杨正在学校海报上发现了一个关于职前培训的讲座，就带着极大的热情拉着钱龙去听了，第一次听到“90%的大学生不符合跨国企业的用人需求，在已经找到工作的大学生中，60%认为目前的工作与自己的职业期待不合。大学教育与社会需求有很大差距，大学生在工作能力、职业素养等方面达不到社会要求，是造成就业难与招聘难并存的重要原因。”

听完讲座后，钱龙认为现在才大一，离就业还远着呢，就继续过着那种忙碌而逍遥的大学生活，还担任了学生会干部；而杨正却像突然被点醒了一样，报名参加了职前培训，在职业教练的指导下进行个人定位和实习。他慢慢了解到：自己是一个什么样的人，喜欢干什么、能干什么、需要什么；在大二时，他就对互联网、电子商务这两个行业产生了浓厚的兴趣，经过研究和实习体验，他决定从事电商行业，做市场方面的工作；他分析了电商企业以及市场工作的用人需求，为此安排了自主学习的内容，致力于提升自己的沟通表达、逻辑思维和开拓能力。

在职前培训和社会实践中，杨正学会了客户意识和换位思考。为了应聘橙子公司市场助理岗位，他除了盘点自己的家底之外，还花了大量精力仔细研究橙子公司的经营状况和招聘需求，力图一投即中。简历这一关不出所料地过了，钱龙那小子也过了，过几天就要一起去参加橙子公司的面试。钱龙早就发现杨正对橙子公司非常在意，因此对自己轻轻松松就能和杨正一起参加面试感到高兴。杨正则在想，在面试时，面试官需要获得什么信息呢？个人基本信息在简历上都写了，相信面试官也看到了，在一分钟自我介绍时再重复一遍是不是在浪费时间呢？他记得在职前培

训时老师讲过，一分钟自我介绍是简历和正式面试之间的桥梁，要承前启后。有了，先报出姓名和求职意向来承上，然后根据招聘需求来启下，尽量用自身的经历为面试官提问提供话题。有此思路，杨正的一分钟自我介绍就出炉了。

最终，杨正进入了他梦寐以求的橙子公司，公司发展得很快，他也干得很出色。钱龙没有通过这次面试，但也找到了工作，不过不到半年就换了两次工作，在QQ签名上还经常慨叹“如果再回到从前……”

杨正的启示

现在，让我们再思考一下为什么杨正能进入橙子公司并且发展得很好，而钱龙却在职场上陷入了窘境。有人可能会说，杨正参加了职前培训，而钱龙没有参加。这种回答只看到了现象，而没有看到本质。那么，本质的原因是什么呢？其实就是杨正满足了橙子公司的用人需求。

这种原因太老套了，以至于被许多年轻气盛的大学生所忽视，甚至看不上眼。但是，让我们再仔细分析一下，就不能不对此原因刮目相看了。

招聘与求职是一个双向选择的过程，其实质是交易。求职者为了满足自己的生存、生活和事业发展的需要，就要把自己“卖”给用人单位。“卖”得怎么样，取决于“买方”的需求；用人单位招人，不是什么人都要，而是对人才有特定的需求，只有能满足需求的人才会被择优录用。

可以这么说，社会用人需求是大学生成才、就业、发展的指南针。其实，社会需求的对象并不是人，而是一个人完成工作任务所必需的主观条件，我们把这种主观条件称为工作能力。劳动者作为一个具有自由意志的个人不可以被买卖，但他的工作能力作为一种商品却可以在人力资源市场上进行交易。像其他商品上市交易之前必须经过市场调研、需求分析、研发、生产、测试、改进、成品等步骤一样，工作能力的形成也需要对人力资源需求进行调研和分析、根据需求制订

学习和能力提升计划、通过实习进行测试和改进等过程。

杨正的经历给在校大学生以重要启示：提前了解社会用人需求、主动提升个人能力以满足社会用人需求，对顺利就业和职业发展来说至关重要。

专业能力和核心能力

那么，用人单位究竟需要什么能力？总而言之，用人单位需要的是综合能力。一般地，可以从两个方面考察一个人的综合能力：专业能力和核心能力。

专业能力是指一个人胜任特定工作所需的专门能力，如胜任教师所需的教学能力、胜任会计所需的财务能力、胜任总经理所需的领导能力。专业能力多与大学里所开设的专业相关联，但是由于目前的教育存在脱离实际的严重缺陷以及教育质量不高等原因，即使一个人在大学里拿到了某个专业的学位证书，也并不能证明这个人具备胜任相关工作的专业能力。

核心能力是指一个人“专业能力之外的能力”，如沟通能力、团队合作能力、自我管理能力和信息处理能力等。1972年，德国劳动市场与职业研究所所长梅滕斯教授提出了“核心能力”的概念，迅速得到全球的认同。事实上，最先觉悟的是企业的人力资源管理者，他们发现，很多学习成绩很好的应聘者来到工作岗位后，面对新的工作常常显得困顿和无能为力，高分低能的现象十分突出。于是，越来越多的用人单位开始把选人和用人的目光从名牌大学和学习成绩转向综合能力。如果说专业能力可以使人胜任自己的工作的话，那么核心能力可以帮人获得更多的机会，为更好地从事工作创造条件、搭建平台，从而提升专业水准并从中获得更多的成功，受益终身。

问题是，该如何提高核心能力呢？从大的方面讲，需要革新整个教育体系；从小的方面讲，大学生要提升个人的核心能力，需要强化意识、加强实践、适当培训、自我教育。帮助大学生提升核心能力，正是这本书的使命。

宏观需求和微观需求

社会用人需求可以分为宏观需求和微观需求。宏观需求的主体是社会用人单位的集合，内容是一般需求，对大学生成长起普遍引导作用。微观需求的主体是具体的企业、部门，甚至用人单位，内容是特殊需求，对大学生成长起具体指导作用。

如何读懂社会用人需求

大学生如何读懂社会用人需求，是一个非常重要的实际问题，但往往为许多人所忽视。在此，让我们先打开思路，尽量想到更多的答案，然后锁定某个具体的方法，进行详解。

假定这个大学生是杨正。杨正要读懂社会用人需求，可以主动发掘自己的答案，也可以被动获悉别人的观点；他既要读懂宏观需求，又要读懂微观需求。那么，杨正可以根据如图 1—1 所示的框架来读懂社会需求。

	宏观需求	微观需求
主动发掘	A	B
被动获悉	C	D

图 1—1 获取社会需求的渠道

说明：A：主动发掘宏观需求的方法：搜集信息、统计、数据分析、询问资深人士；

B：主动发掘微观需求的方法：调查、实习、询问资深人士（如目标企业的 HR）、查阅招聘简章；

C：被动获悉宏观需求的方法：阅读相关报道和报告，如阅读《社会用人需求蓝皮书》等；

D：被动获悉微观需求的方法：等着某个人来告诉你。

在所获答案的有效性上，主动发掘和被动获悉没有优劣之分；但在所获答案对个人的适用性上，主动发掘比被动获悉更符合个人的需要，也更可能带来理想的结果。

现在，杨正决定主动发掘需求，他既想读懂宏观需求，也想读懂微观需求，他想通过对微观需求的总体分析来探究宏观需求。具体来说，杨正想知道：用人单位在招聘简章中对应届大学毕业生有哪些核心需求。他锁定的具体方法是：

(1) 挑选 50 多家有代表性的用人单位，搜集它们最近一年大学校园招聘的招聘简章；

(2) 将这些招聘简章整合到一个可供统计的文档中；

(3) 将注意力放在那些能够表现核心能力的关键词上，如“学习能力”、“团队合作”、“沟通能力”、“创新意识”等；

(4) 统计核心能力关键词出现的频率，以次数表示（假设：频次越高说明对此核心能力的宏观需求越旺盛）；

(5) 对核心能力关键词进行分类和排序；

(6) 分析、再整理。

杨正的发掘过程

1. 挑选用人单位

杨正在当年开展校园招聘的用人单位中选了 53 家，有国企、外企、民企，也有政府机关和事业单位，涉及金融、能源、通信、计算机、制造、电商、物流、食品、餐饮、快消、媒体、咨询、教育、互联网、医药、百货、房地产等十几个行业，涵盖了行政、财务、产品、技术、营销、销售、人力资源、管理等大类的 500 多个岗位。以下是他挑选的用人单位名单：

中国移动、中国联通、国家电网、中国石油、中国银行、招商银行、中国人寿财产保险公司、中国长城资产管理公司、海尔、联想、武汉烽火科技、伊利、麦肯锡、迪卡侬、沃尔玛、亚马逊、松下电气、可口可乐、肯德基、雀巢、东风日产、宜家、武汉大学、凤凰出版传媒集团、南方报业传媒集团、新华社、河北