职场人生

为自己做好准备就能抓住最佳机会

# 自荐的艺术

Recommend self

## 让老板不得不用你

事业舞台永远接纳做好准备的人，本书会助你步出众人行列，做个不同凡响的自荐高手。

林凌一 编著

中国纺织出版社

职场人生

# 自荐的艺术

self

让老板不得不用你

职场人生 备就能抓住最佳机会



# 自荐的艺术

Recommend self

## 让老板不得不用你

林凌一 编著

中国纺织出版社

**图书在版编目(CIP)数据**

自荐的艺术/林凌一编著 .—北京:中国纺织出版社,
2005.2
ISBN 7-5064-3287-0/C·0057

Ⅰ.自… Ⅱ.林… Ⅲ.职业选择-基本知识
Ⅳ.C913.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 137156 号

---

责任编辑:王学军　　特约编辑:谢捷好
责任印制:刘　强

---

中国纺织出版社出版发行
地址:北京东直门南大街 6 号
邮政编码:100027　电话:010—64160816
http://www.c-textilep.com
E-mail:faxing@c-textilep.com
北京宏飞印刷厂印刷　各地新华书店经销
2005 年 2 月第 1 版第 1 次印刷
开本:889×1194　1/32　印张:10.5
字数:170 千字　印数:1—6000　定价:25.60 元

---

# 前　言



现代商品社会的一个明显特征就是商品供大于求，由此带来的后果是：每一家企业都必须将企业行销的重点从生产转向销售，努力地传播自己的品牌、推销自己产品，否则就会被顾客很快遗忘与抛弃。

与商品供大于求这一特征相符的是：当今职场也出现了普遍性的供大于求的现象。批量“生产”的大学生再也找不到半点“天之骄子”的感觉，硕士、博士的工薪也一年不如一年，甚至MBA学子也备受企业的冷落。其中，有些人勇敢地面对挑战，从“生产自己”转向“销售自己”。他们走了出去，面带微笑，勇敢而又真诚地告诉别人——自己是谁？能为别人带来什么？为什么自己能够做到？自己想从中得到什么……他们最终在得到了施展自己拳脚的舞台的同时，也为自己赢得了丰厚的回报。他们成功的理由很简单：很多人不愿开口，更多的人不知道如何开口，因此失败了；而他们开了口，也知道如何开口，于是他们就成功了。

其实，这种以主动的姿态走向他人以实现自己抱负的行为，早在我国古代就有了。南朝时出身卑微的鲍照，曾投奔声名显

赫的临川王刘义庆，却未受到重用。于是他想到向刘义庆献诗以表明自己的才能，不料此举被朋友极力劝阻，朋友说："你现在地位很卑下，最好还是别轻易触犯刘义庆。"鲍照大声地说："历史上有才华却怀才不遇的落魄人士，实在是数不胜数，就像兰草与艾草混合一处，不被人识；大丈夫岂能隐藏自己的聪明才智，终日碌碌无为，同燕雀之辈相厮守呢！"鲍照执意将自己的诗文呈献刘义庆。刘义庆读完鲍照的诗文后，对鲍照极为欣赏，先是赐给鲍照20匹帛，不久又将他提拔为国侍郎。

无论古今，能够像鲍照般勇敢地自荐的人实在不多，因为我们从小所受的教育，大都是做人要谦虚一点、含蓄一点、内敛一点，总奢望能够重演"三顾茅庐"的故事而不希望温习"毛遂自荐"的功课。大家觉得只有被伯乐"三顾茅庐"才有面子，但别忘了，现在的人才市场有一个"供大于求"的特征，我们不主动走向市场，就将失败于职场。

别太在乎自己的面子和架子，花点心思花点力气将自己推销出去，否则就不会有人在乎你是谁。想要证明自己，最好先主动地让别人认识自己、记住自己、接受自己、欣赏自己。记住：即使是诸葛亮活在今天，他也得拼命地推销自己。

编　者

2004年12月

# 目　录



## 第 1 章　主动推销自己

认清自我价值…… 2
卖别人想买的…… 4
发现自己的卖点…… 6
包装好自己…… 9
努力地推销自己 …… 11
成功推销自己的手段 …… 15
投其所好则攻无不克 …… 23
畅销的理由 …… 36

## 第 2 章　自荐需要能力

有利于自荐成功的五种能力 …… 41
拿出成绩来 …… 47
不要在工作上被人看轻 …… 52
以“勤”补能力的不足 …… 54

使上司感到不能缺少你 …… 56

## 第 3 章 勇于自荐的人最自信

莫让自己打败自己 …… 60
将自卑踩在脚底 …… 63
告诉镜子中的自己——我行！ …… 70
建立自信的六个步骤 …… 74

## 第 4 章 说话是自荐的工具

如何妙语生花 …… 82
说话要看对象 …… 85
巧妙提出要求的方法 …… 87
说服他人的三种技巧 …… 92
学会赞美的艺术 …… 94
面对异议迎难而上 …… 103

## 第 5 章 自荐贵在把握机会

细节成就机会 …… 109
争取机会自我推荐 …… 112

通过选择增加机会 …… 115
没有机会就创造机会 …… 119

## 第 6 章 品格决定成败

高尚人格成就事业 …… 127
诚、信、宽是人的重要品质 …… 131
是非面前要清楚 …… 133
言必信,行必果 …… 135
重视自己的尊严 …… 138

## 第 7 章 做一个有风度的自荐者

别败在形象上 …… 142
打扮的五个原则 …… 143
第一印象多来自于衣着 …… 145
造就自己的特殊标识 …… 148
做到干净整洁 …… 150
行为举止要文明优雅 …… 152
用微笑面对每一个人 …… 157
塑造迷人的气质 …… 162

## 第 8 章 求职自荐——如何使材料抢眼

如何获取招聘信息 …… 166
写作简历的三大原则 …… 169
完整简历的十要素 …… 172
英文简历的写作技巧 …… 177
巧妙应对不利的履历 …… 178
简历写作八不要 …… 180
在过期的招聘信息里寻宝 …… 185
像写求爱信一样写求职信 …… 187
求职信的构成要素 …… 189
求职信的具体要求 …… 192

## 第 9 章 求职自荐——如何在面试中胜出

树立科学的求职观念 …… 198
新世纪择业三法则 …… 200
企业喜欢什么样的人选 …… 203
如何看清招聘方 …… 205
面试的五种常用方式 …… 208

一点一滴塑造良好形象 …… 210
说好开场白 …… 215
推销出独特的自己 …… 218
与不同性格的考官过招 …… 221
千万别把自己给贱卖了 …… 223
走好最后一步棋 …… 226
面试应该注意的八个细节 …… 229
面试中常见问题的破解之道 …… 232

## 第10章 通过自荐实现升职

摸清上司对自己的看法 …… 250
赢得周围人的拥护 …… 253
活用自荐手段 …… 260
自荐应讲究方法 …… 261
找准权威人物 …… 265
做个有分量的自荐者 …… 267
自荐的五大戒律 …… 280
自荐遭到失败怎么办 …… 286

## 第11章 竞选演说——成功自荐者的利器

竞选演说的特点 …… 292
好的开头是成功的一半 …… 297
有条有理才有效 …… 298
用平常的语言演说 …… 301
让语言更加活泼 …… 304
把握好演说时的情绪 …… 310
打造自己的演说风格 …… 311
结尾别忘了“点睛” …… 316
成功的竞选演说七要点 …… 318
失败的竞选演说五误区 …… 321

# 第一章　主动推销自己



一个人不管有多大的本事，如果不为人知，不被人发现，就像地下尚未被开采的煤，深深地埋在地下，永远也不会有出头之日，不会得到人们的承认。在传统的观念里，人们只注重知识的积累，却不懂得自我表现；如今，在这个充满竞争的时代，如果不善于表现自我，就会被无情的竞争淘汰，无法获得成功。

每逢新生开学，对同学们不十分了解的老师不知道选谁当班干部。后来，一个老师说："谁要认为自己有能力当班干部，就主动来找我，我会给他施展的机会。"

大部分新生都没有主动跟老师说。这时，一个很不起眼的女孩毛遂自荐，当上了班长。刚开始，大家都有点不服，像她这样一个"丑小鸭"式的女孩，能胜任吗？

但事实并不像学生们想像的那样，她在管理方面确实有技巧，帮助老师把班级管理得井井有条，得到老师和同学们的高度赞赏。试想，如果她不主动推销自己，即使她再有能力，也不会有表现的机会。

> 千万不要恐惧失败，只要明白失败是为了下一个目标获得成功所做出的准备，那么，现在的你不正是走在成功的路上吗？

## 认清自我价值

一个刚踏入社会的年轻人在一家快餐店打工，因为疏忽而犯了一个严重的错误，店经理指着他的头骂："大学生有什么了不起？你以为你值多少钱？一个小时几块钱，连吃个汉堡套餐都不够！"那个年轻人呆在那里，惊觉到自己的确不值几个钱。

事实上，很多人在买东西时，都会斤斤计较，但在找工作时却便宜售出，为什么会有这么奇怪的现象呢？那是因为大部分人都忽略了，在市场经济制度下，任何东西都有价值，换言之，每一个人在这个社会里，都是某种形式的商品，都需要花时间去经营属于自己的品牌，行销自我，才能在这个社会中为自己争取最好的价格，更何况，未来人才的竞争是全球性的，21 世纪最重要的商品投资就是人才。

一件商品有没有竞争力、值多少钱？除了它本身的品质，最

重要的决定因素当然是顾客的感受。广告中大量的顾客见证、明星见证,就是为了告诉受众:他们用了都说好,你为什么不试一试呢?毕竟只有使用的人认为它物有所值,甚至物超所值,那才是有竞争力的商品。

求职者不就是这样吗?学历、能力和资历当然是一种竞争力,可是老板花钱雇人,都有自己的期望值。当你的表现和他的期望基本吻合,他会认为你物有所值,当你的表现超出了他的期望,他会认为你物超所值。真正的竞争力是不容易被取代的,体现在我们的表现和老板的满意度上,而不只是我们手头的几张"质量证书"。

所以在打算销售自己之前,我们最好先搞清楚老板对自己的期望值。如果你是管理者,率领团队达到目标似乎是理所当然的,你能做到这些,自然你是物有所值。要是你还能训练员工、激励员工、营造高效的工作氛围,那就身兼领队、教练和队长的角色了,自然就是物超所值。想一想,做老板的通常会选择哪一种人?

如果你只是职员,把事情做对,帮主管"救火",那些只是分内的;懂得自我教育、始终保持成长、主动沟通、积极合作的人,才是物超所值、有竞争力的。难怪很多公司找人的标准已经从原来的看学历、看技能、看资历,到现在变成看态度、看价值观、看综合素质了。

在今天的商场，要想获得高额回报并且甩开竞争者，就得提高产品和服务的附加值，这条规则在职场上同样有效。拿多少钱做多少事的年代早就过去了，竞争迫使我们不得不去思考自己的附加值是什么。

如果你总是把分内的事做得妥妥帖帖，却总是因为没能获得更多的空间而困惑。建议你想一想，除了应该做的事，你还能做什么？对你的老板来说，一个有着更高附加值的员工意味着效率、价值和榜样；而对你来说，它意味着机会、成长和实力。用不着抱怨什么，其实没有什么可以阻挡我们，只要我们的表现能够超出老板的期望，我们就有机会。

一旦我们拥有更高的附加值，自身的价钱就会自然攀升。

## 卖别人想买的

商场如战场，在对手如林的情况下如何将自己的产品卖个好价钱，是令所有生意人绞尽脑汁的事。市场营销学中关于产品的销售有一条众所周知的铁律，即：要想卖自己想卖的产品，很难；而要想卖顾客想买的产品，则容易多了。

其实职场何尝不像一个商场，人人都如同商品架上陈列的商品，都希望能被赏识自己的人买下。而要将自己卖个好价钱，

则一定要知道自己的“顾客”想要买的是什么。

因此，老板想买什么？这一点我们必须非常清楚，因为他们就是我们的客户。

不要认为自己有学历、有能力、有经验，别人应该会买。或许你的老板认为这是最起码的条件，他们可能更在乎你未来的潜力，而不是过去的表现；也可能不在乎你个人的实力，而是看你能不能融入团队；甚至有可能希望你是一张白纸，而不是靠经验来应对瞬息万变的挑战……反正，你有的和你老板要的可能不完全是一回事。不要抱怨为什么在职场走得那么辛苦，没有找准卖点，自然就卖不出去。

顶尖的推销员总喜欢和他们的客户做充分的互动，这既是对客户的尊重也是绝对自信的表现，因为他们相信自己能够满足客户的任何需要。你正是要这样去做，不要害怕和你的老板沟通，经常问他一些只有顶尖的推销员才问得出口的问题，比如：“对我的工作您还有什么建议和要求吗？我真的很想知道！”“您能告诉我还有什么环节需要改进吗？我会努力去做！”“只要对我的表现不满意就告诉我好吗？请相信我能做好……”

我敢保证，没有一个老板会不喜欢如此主动的员工，但更重要的是你可以了解你的老板究竟要什么。这是一条捷径，一条让能力迅速提升并使我们脱颖而出的捷径。