

让你的 CV 讲故事

英国《金融时报》中文网特约撰稿人 南桥

2007年5月28日 星期一



惠

普公司前总裁卡莉·斐奥瑞纳 (Carly Fiorina) 年少时曾追随父亲去非洲，他的父亲参与过非洲部落的谈判，他的非洲学生有时候会到他们家来做客，与卡莉父亲辩论。

这个经历看似无厘头，这对她作为一个经理人的成长有什么帮助呢？斐奥瑞纳在传记中表示：她从父亲和非洲学生的讨论中发现，这些部落很多人都只看重部落利益，无法形成一个顾全大局的，强调国家身份的视角。

惠普这样大的企业，也是成千上万个“部落”组成的。领导者的高明，是把各怀鬼胎的局部利益，整合到这企业的全局上来。经她这样的叙述，一个看似无关的细节，突然变得十分重要起来。我们的职业生涯中，最引人入胜的，未必是我们的头衔和职责，而是一个个这样的故事。

戈尔的前撰稿人丹尼尔·平克 (Daniel Pink) 曾表示：今日的人类和洞穴时代没有什么两样，大家都等着那智者来山洞里，给我们讲故事。当我们找工作的时候，那些招聘的人也是在写字楼的某个“洞穴”里，等着你的讲述。

故事是最有效率的讲述方式。以前在一家顾问公司做事的时候，我们常说到个人演讲演示的“电梯原则”：假如你在电梯里遇到你的潜在客户，你要赶在他下电梯前引发他对你、你的业务的兴趣，想象你演示如何一剑封喉，在这几秒钟，一下子把对方吸引住。简历也是一样，猎头顾问 Laura Otting 说过，猎头筛选简历时间为 8 秒钟。一般企业招人，收集来的简历堆积如山，招聘负责人看简历的时间可能也同样走马观花。如何让对方一下子对你这个人了解个八九不离十，继而产生兴趣，约你面谈呢？

简历所说的故事并非狭义的“很久很久以前，我生于某地”这样的个人传记，而是你怎样通过你的设计，让人看出你的人生轨迹来，以及它与你申请职位之间的联系。

前麦肯锡公司沟通专家、管理顾问德蕾莎·伍德兰 (Teresa Woodland) 曾为诸多管理顾问的简历设计 (提交给客户) 提供指导。我最近与她谈到了简历的写作时，她说：“不要只写你在某个职位上所做的事，而强调你的影响 (impact) 是什么。”伍德兰说：“写简历的时候，你必须问自己：你留下了什么传统 (What is your legacy)？你的故事是什么 (What is your story?)”

寻找一个属于你的故事，这就是在你的经历当中，梳理出一个脉络出来，让你的经历不再是一堆零散的连缀，而是一个不断发展的情节，你是一个发展中的主角。很多人在简历中只是记流水账般，列举自己的职位和工作职责，比如“领导一支三个人的销售队伍”。伍德兰反问：“你

领导这三个人都做成了些什么事？”你不说，别人怎么知道你带着三个人是一年内销售了一个亿的产品呢，还是打了一年的牌呢？

另外一个好办法，就是突出升职、换岗、获奖这些“里程碑”式的事件。如果这些事件串起来，很可能就你这个人说清楚了。但是，一些过于久远的“光辉业绩”，比如你在中学阶段获得获得钢琴比赛第一名，你被当地报纸誉为神童，雇主或许并不关心，即便它是你最值得骄傲的背景之一。

教我们讲故事的伍德兰有什么故事呢？她说人们看简历的时候，最为关注的是职业或工作的转换，当你在简历上有这些转换的时候，你得准备好对这些转换作出阐释，使之成为发展，而不是跳跃。我从她的简历上看到，她原来学的是教育，后转入咨询，后开展自己的领导力培训和辅导业务。我很好奇她为何都有这些转换。

伍德兰 80 年代来中国教书的外教之一，先后在齐齐哈尔、秦皇岛、天津的三所大学任教。那时候中国还用布票粮票，外教有钱，但是没有“票”，同样无法去食堂买饭。她要买面包的话，缺的不是黄油，而是粮票。外事办有时候还找到中国老师问，“大家有没有粮票捐给外教？”

不久，这种管治就结束了，但是又出现了新的问题。在秦皇岛，她出去买米，第一次和人一起买是五毛钱一斤，第二次她自己买是九毛五一斤，她很生气：怎么，看我是老外，想蒙我呢？后来才发现，这段时间粮食大为涨价了。生活在中国过山车一样的急剧变化时期，伍德兰发现了经济和商业对普通人生活的影响，于是决定进入商业。

伍德兰表示，即便你的职业实现了在不同行业里发生了变化，你也要让人看出你跨越不同工作，不同区域，不同行业的能力。比如不管她做什么，是在大学英语系建立一套新课程，是在麦肯锡北京或汉城分公司开创领导力培养、内部沟通等新职能，她都是一个“建立者”

(builder)。她说这一点你对自己的定位要明确，如果她是一个天生的销售者 (seller)，那么她或许同样进入在华美国企业，或许就应该选择卖可乐，卖巧克力的公司。

伍德兰还说，在简历当中，应彰显你背景如何能够综合起来，为你要做的事做预备，如有可能，也要彰显你独特，胜于一般人的一面。

作者：南桥，美国马歇尔大学课程设计师

作者邮件：berlinf@yahoo.com

个人网站：<http://family.mblogger.cn/berlinf>

《FT 商学院》

未经英国《金融时报》书面许可，对于英国《金融时报》拥有版权和/或其他知识产权的任何内容，任何人不得复制、转载、摘编或在非 FT 中文网（或：英国《金融时报》中文网）所属的服务器上做镜像或以其他任何方式进行使用。已经英国《金融时报》授权使用作品的，应在授权范围内使用。