

站内公告

会员登录

名称

密码

验证码  5244

超级搜索引擎

栏目

类别

关键词

广告服务

热门文章TOP10

- ▶ 面试基本方法
- ▶ 解放HR的七把金钥匙
- ▶ 某公司新员工职业生涯规划探索
- ▶ 年终奖金如何发，最起作用？
- ▶ **第一章 人力资源概述(E)**
- ▶ 员工关系管理的最高境界
- ▶ 一名HR在两家西门子的面试经历
- ▶ 观察：电力企业绩效建设重在数据管理
- ▶ 惠普：文化魔力
- ▶ 论人力资源部在企业中的地位

版权及免责声明

本站资料文章其版权归原作者本人所有。

如果有任何侵犯您的版权的地方，请尽快与本站联系！

您现在的位置：经典教程>>正文

查看：[ 大字 中字 小字 ] [双击滚屏] 查看权限：普通文章

校园招聘：如何更完美

作者：蔡阳阳 来源：人力资源杂志 阅读次数：169 发表日期：2007-9-20 14:59:34

虽然近几年高校毕业生逐年增加，就业市场供大于求的状况仍然持续，企业尚处于优势主导地位，但是双向选择在一定程度上弱化了这种优势，因此成功实施校园招聘也是需要费一番功夫的。笔者针对双向选择过程中的常见问题，归纳了几条规避招聘风险、提高招聘有效性的措施，以期HR工作者把校园招聘做得更完美。

根据单位情况，做好招聘定位

校园招聘中，企业首先要做好准确定位，包括自身定位和对应聘者的定位，这是决定校园招聘能否成功的重要因素。对于知名外企或者效益好的大型企业来说，定位往往比较准确；而对于那些“名不见经传”的中小企业而言，则需要认真考虑，找准自己的定位。企业自身的准确定位，是对目标应聘者进行准确定位的基础。招聘到优秀学生是每个企业所期望的，但并不是所有企业都能如愿，因为优秀的应届毕业生毕竟是少数。那些大的知名企业，凭借自身实力，大多有能力吸引重点高校的优秀毕业生，并从中反复筛选以确定最佳人选；而对其余企业来说，只能从“次优”的学生中进行选择。不过对招聘而言，“适合”比“优秀”更重要。如果只把目光停留在优秀毕业生身上，可能最终连“次优”的学生也招不到。

有一家企业，上一年由于“动手较晚”，没有招到好学生，所以这一年提前开始，以为这样就能招到好学生。这次招聘只有1个名额，招聘条件也很高，要求男生、中\*\*员、班干部、成绩优秀等。于是该企业迅速网罗了一批优秀毕业生的简历，初步筛选后开始通知面试。通知了5个，结果只来了3个。因为单位提供的条件一般，尽管参加面试的3个人先后都接到了录用通知，但却没有一个人来签约。面对这种结局，招聘主管的失落可想而知。分析原因，主要是企业的自身定位不准确，对目标应聘者选择有误。

根据需求计划，细化招聘要求

在招聘会上，有些企业只标明了需求专业，没有列出明确的岗位要求，导致投递简历的学生蜂拥而至，给后来的简历筛选带来许多不必要的麻烦，降低了招聘效率，客观上也增加了学生的应聘成本。

笔者的一位朋友在一个学校举办招聘会的经历就很说明问题。尽管单位只招5个人，但在招聘会上收到的简历却有好几百份。由于是出差在外地，时间太紧，来不及仔细筛选，他只好把沉甸甸的简历全带回了单位，再从头至尾逐个过滤，由此受到的身心劳累让他苦不堪言。所以，企业在招聘之前一定要根据实际需求，制定详细的招聘计划，尤其需要根据岗位说明书，细化对岗位的具体要求。根据岗位要求接收和筛选简历，可以大大提高招聘工作的效率。当然，在接收简历的环节中还有一个问题需要注意，那就是应聘者要学会拒绝不符合条件的应聘者。招聘者体谅学生应聘时的心情自然值得理解，但是，对于不符合条件的简历如果先勉强收下，然后回去再处理掉，对应聘者本人的损失或许更大。因为他在投递简历时是满怀希望的，简历被接收后这种希望在他内心就变成一种被录用之可能，而事实上他的简历早就被扔进垃圾堆了，这对学生而言是物质上和精神上的双重损失。所以，招聘者在接收简历时要学会委婉拒绝不符合条件者，这对双方都有好处。

突出招聘特色，淡化宣传色彩

有些企业参加校园招聘，“醉翁之意不在酒”，主要意图是为了宣传企业而非招聘。当然，招聘确是宣传企业尤其是企业文化的一个契机，但如果本末倒置，把招聘演变为作秀和宣传，结果可能适得其反。本来很优秀的企业，也可能因此让学生和学校产生一种抵触或反感。

去年，一家知名企业在四川某大学举办校园招聘会，最终效果不尽如人意，原因盖出于此。满怀希望的学生挤满了阶梯教室，公司的小礼品也摆满了讲桌。在对企业文化进行一番宣讲之后，主讲人不是发布招聘信息而是向台下学生发问：谁能说出我们公司的12种产品？下面的学生一片哗然：这是招聘会吗？怎么变成产品推介会了？有的企业更过分，不仅不介绍招聘计划，就连企业需要什么样的人才也只字不提，一进场就把企业的产品介绍单塞给同学们，然后从头到尾地介绍他们的产品有多好，性价比有多高。当有学生跑上前去询问对方招聘事宜时，竟然被告知：“现在谈这个还太早，我们还没计划好。”类似的情况在许多校园招聘中都曾发生过。企业的这种“瞒天过海”、完全不顾学生感受的行为，自然会引起学生的强烈反感，对企业形象造成损害也在情理之中。

大家知道，平时企业进校园会受到严格的限制，但以招聘名义进学校宣讲就相对容易，甚至有时候连宣讲场地都免费。正如有的人事主管所说：“这种省钱又有效的‘软广告’，没有哪个企业会拒绝。”但是参加校园招聘，企业的首要目的是招聘到合适人选。宣传只能是招聘的辅助手段和“副产品”。因为过多的宣传会冲淡招聘的主题，在学生中造成的负面影响，有可能给企业带来不可估量的损失。再说，企业完全可以通过科学、规范的招聘流程给应聘者留下美好的印象，以此来实现宣传企业的目的。总之，通过突出单位的招聘特色，在学生中形成良好口碑，往往比直接的大规模宣讲更为有效。

#### 把握签约时机，规避毁约风险

同样参加校园招聘，同等条件的企业，有的能招聘到优秀、适合的学生，有的不是招到的学生不理想就是“竹篮打水一场空”，这是为什么呢？机遇自然是一个因素，但更重要的是对签约时机的把握。这几年，虽然大学毕业生供大于求的状况一直在持续，但对于优秀大学生的影响并不大。与前几年相比，他们的选择机会反而更多了，容易出现“这山望着那山高”、“脚踩几只船”的情形。具体表现为：面试的时候，他们表现出强烈的求职愿望，到单位工作的热情非常高，对任何问题和挑战都乐于接受，但接到录用通知后却迟迟不愿签约。少数学生签约以后，若有了更好的选择时，往往会选择违约，严重影响了招聘的到职率。令人不解的是，有的媒体还把这种行为，当作一种能力或能力的象征加以报道、宣传。做为招聘人员暂时是无法左右这种局面的，只能从自身找原因了。之所以发生这种事情，往往与招聘人员对签约时机把握不准有直接关系。根据以往经验，接到签约通知后立刻就同意的学生，一般是那些对进入本单位工作有强烈意愿的学生，可以在体检合格后立即签约，单位不应拖延；接到签约通知后表示要考虑一下的，其进入本单位工作的意愿可能并不强烈，单位可以给予其一周左右的考虑时间，最长不应超过两周。因为在此期间他可能在等待另外一个更好的机会，而使长时间等待中的企业陷入被动。

[1] [2] 下一页

[录入：人力资源杂志 责编：蔡阳阳]

上一篇：部招聘，如何达到“事半功倍”？

下一篇：员工离职率计算方法

❖ 【公共评论】 [目前共有 0 条评论] [发表评论]

暂时还没有评论

第0页，共0页，共0条评论

❖ 【相关新闻】

❖ 【相关文章】

❖ 【相关软件】

| [友情链接](#) | [版权声明](#) | [超级搜索](#) | [网站帮助](#)

鄂ICP备06020178号 建站时间：2006-9-13

Copyright © 2006-2007 武汉科技大学人力资源开发研究所。 网站维护：[hrm2008@yeah.net](mailto:hrm2008@yeah.net)