**求职者如何留下好的第一印象**

同样都是大学毕业生，条件都差不多，到就业市场应聘，为何有人马到成功，有人却屡试不第?这里有个“第一印象”问题。那么求职者如何留下好的第一印象呢?看看下面的几个面试技巧。



**1.首因效应：穿着张扬让人惊**
**案例：**小杨是工科名校毕业生，专业对路、成绩优良，在厚厚的应聘材料中脱颖而出，入列预选名单。但她面试时，穿着过于新潮：鲜艳的短上衣、破旧的低腰裤，很夸张地戴着热带风情的大耳环，一进门就让由高级工程师组成的考官们一愣，考官们没问几个问题，就结束了面试，结果当然是她被淘汰出局。
 **45秒钟内就能产生第一印象**
 **点评：**“首因效应”，也叫“第一印象”效应。心理学研究发现，与一个人初次会面，45秒钟内就能产生第一印象。第一印象能够在对方的头脑中形成并占据着主导地位。面试中首因效应的作用不可小瞧。虽然考官的“印象”标准不一样，但总体来说有些标准是一致的，这就是：踏实、开朗、精神饱满、信心十足、坦诚、机敏、干练的人，会给人留下良好的第一印象。理工类专业要求“踏实、耐得住寂寞”，而小杨的穿着，却给招聘考官留下了“华而不实、喜欢张扬”的第一印象，她的出局，是自然的了。
**2.近因效应：相貌平平却自信**

**案例：**毕业生小林是个相貌平平的小男孩，到一个单位参加面试，进考场后，考官只轻描淡写地问了他是哪个学校毕业的，是哪个地方的人等几个问题后，就说面试结束了。正当他要离开考场时，主考官又叫住他，说：“你已回答了我们所提出的问题，评委觉得不怎么样，你对此怎么看?”小林立刻回答：“你们并没有提出可以反映我的水平的问题，所以，你们也并没有真正地了解我!”考官点点头说：“好，面试结束了，你出去等通知吧。”结果是录取通知书如期而至。

**最近、最后的印象，往往最强烈**

**点评：**最近、最后的印象，往往是最强烈的，可以冲淡在此之前产生的各种因素，这就是“近因效应”。其实，考官第一次说面试结束，只是做出的一种设置，是对毕业生的最后一考，想借此考查一下应聘者的心理素质和临场应变能力。如果这一道题回答得精彩，大可弥补“首因效应”的缺憾;如果回答得不好，可能会由于这最后的关键性试题而使应聘者前功尽弃。

**3.鲇鱼效应：组织应聘显活力**
**案例：**小陈是班长，他希望班上同学都能尽快地有个好工作，所以每次参加应聘活动，他都会成为热情的组织者，在应聘场上，帮助同学出谋划策，并让男同学为女同学在热门单位拥挤的招聘台前开路，一起递上简历等。他的简历还没递出，就有几个单位主动来询问他的情况，有一个单位发现他和自己单位的用人需求对口，立刻就问他有没有意向到他们单位应聘。
**要力求主旨明确，观点鲜明**
 **点评：**小陈无意间展示了“鲇鱼效应”。鲇鱼效应源于一个典故。挪威人爱吃沙丁鱼，可上市的沙丁鱼只有一位老渔民捕的鱼是活的。其奥秘在于：他在捕来的沙丁鱼中掺了少量的鲇鱼，使得捕来的沙丁鱼一直保持兴奋状态，活蹦乱跳的，所以能卖出高价。“鲇鱼效应”在人才学中泛指与众不同的人、能给群体和企业带来活力的人。这样的人最受欢迎。招聘时，特别是在人才市场上有众多毕业生时，招聘人员会非常注意观察每一个人的表现，应聘者中，谁最有活力，谁最有创意，谁最受青睐。集体面试时，也一定要注意“鲇鱼效应”。如果轮到你发表意见时，要力求主旨明确，观点鲜明，论证有力，方能脱颖而出会对他的某一品质的强烈，而掩盖了弱点
 **4.晕轮效应：“班门弄斧”读画报**
 **案例**：小刘是个专科生，和一群本科生、研究生一起到外贸单位应聘，他知道如果就那样简单地递交简历，肯定没有一点希望。他想了个点子，在中午招聘人员吃午饭时，他拿了一张全英文版的画报在招聘台前，有滋有味地在那儿阅读。当招聘人员被彩色画报吸引过来之后，他就用流利的英语给他们讲画报上有趣的故事，当然最后的结果是，招聘人员收下了他那只有“专科”学历的简历，他也成功地被招进了这家单位。
 **要把自身优势充分展现出来**
 **点评：**晕轮，原指月亮被光环笼罩时产生的模糊不清的现象。“晕轮效应”是一种普遍存在的心理现象，即对一个人进行评价时，往往会因对他的某一品质特征的强烈、清晰的感知，而掩盖了其他方面的品质，甚至是弱点。毕业生在求职应聘中，如果能够巧妙地运用这种晕轮效应，把自身的优势充分地展现出来，一定会给招聘考官留下深刻的印象，赢得对方的赏识，取得应聘的成功，就如专科生小刘一样。当然，在运用这一效应时，一定要注意不能刻意制造“光环”效果，那种虚妄的行为，效果只能适得其反。