

大街网——中国最先进的大学毕业生求职互动平台



L'ORÉAL

欧莱雅集团

2012 校园招聘大礼包
——大街网倾情奉献

大街网企业俱乐部

<http://company.dajie.com/>

欧莱雅集团讨论区

<http://loreal.dajie.com/>



欧莱雅集团 2012 校园招聘简介：

欧莱雅是知名度最高、历史最为悠久的大众化妆品品牌之一，主要生产染发护发、彩妆及护肤产品，它的出众品质一直倍受全球爱美女性的青睐。欧莱雅在整个 20 世纪中的发展史，是日化工业发展史上很有代表性的一部分。巴黎欧莱雅拥有骄人的产品研发背景，一流的药理学实验室及皮肤学中心，遍布全球的研究测试中心，使其不断推出适应全球消费者不同需要的优质科研产品。

欧莱雅集团 2011 校园招聘回顾：启动于 2010 年 9 月，招聘岗位有管理培训生及区域销售人员，招聘对象为 2010 届全日制本科和硕士应届毕业生，无专业限制。招聘地点覆盖南宁、哈尔滨、重庆、昆明、长沙、兰州、合肥、济南、南昌、福州等城市，并且在多所高校举办了校园宣讲会，但应聘者须在线投递简历。

欧莱雅集团 2012 年校园招聘的情况请同学们随时关注[大街网欧莱雅集团 2012 校园招聘俱乐部](#)的最新信息。



此次大街网推出了[欧莱雅集团](#) 2012 校园招聘大礼包供同学们备战。

此外，我们会随着 2012 年度各名企校园招聘项目的进度，适时地为同学们提供欧莱雅集团 2012 校园招聘第一时间上线通知、网申攻略图解、HR 官方答疑、应聘笔试面试指导等各种求职信息，助你在面试路上披荆斩棘，通关获胜。

让我们·赢在 2012 ！

欧莱雅集团 2012 校园招聘大礼包——目录

一、欧莱雅集团简介	5
1.1 欧莱雅集团概况	5
1.2 欧莱雅集团历史	5
1.3 欧莱雅集团中国分公司	6
1.4 欧莱雅集团主营业务/品牌	6
1.5 欧莱雅集团文化/价值观	7
1.6 欧莱雅集团工作地点	7
二、欧莱雅集团 2012 校园招聘项目介绍	8
2.1 欧莱雅集团 2012 校园招聘介绍	8
2.2 欧莱雅集团校园招聘流程	8
三、欧莱雅集团招聘常见问题解答	9
3.1 欧莱雅集团校园招聘 FAQ	9
四、欧莱雅集团职业发展&薪酬待遇	11
4.1 欧莱雅集团职业发展	11
4.2 欧莱雅集团薪酬待遇	11
五、欧莱雅集团校园招聘笔试经验	14
5.1 管理培训生 Open Question	14
六、欧莱雅集团校园招聘面试经验	15
6.1 上海一面 2011-06	15
6.2 Market 一面 2011-06	16
6.3 欧莱雅面经分享	16

6.4	欧莱雅管培面试经验总结	20
6.5	欧莱雅面试归来	21
6.6	欧莱雅 ASDP 面试归来	22
6.7	欧莱雅 Finance 一面归来	24
6.8	欧莱雅管培面经分享	24
6.9	欧莱雅 HR 面问题题库	25
七、	欧莱雅集团工作经历&感悟	27
7.1	欧莱雅的培训生感言	27
八、	欧莱雅集团相关资料延伸阅读	28
8.1	在宝洁和欧莱雅工作的不同	28
8.2	欧莱雅品牌管理法则解析	28
8.3	欧莱雅各部门工作内容及员工要求	30

一、 欧莱雅集团简介

1.1 欧莱雅集团概况

欧莱雅集团是全球最大的化妆品公司和《财富》500强之一，由发明世界上第一支合成染发剂的法国化学家欧仁·舒莱尔创立于1907年。2004年，欧莱雅集团的全球销售额达145.3亿欧元，并连续第二十年实现税前利润两位数增长。

欧莱雅集团虽然是一家专业的化妆品公司，但其产品却极为丰富多彩。欧莱雅认为，美的概念在不同国家、不同地区都是不同的。所以，欧莱雅从未试图去推广一种美的模式。相反，为了反映出各地本土的美、文化和传统的形式，在每一个国家，欧莱雅的产品都是精心设计，互不相同的。

欧莱雅的品牌源自不同的地区和文化背景，有法国的（如巴黎欧莱雅和兰蔻），也有美国的（如美宝莲和美奇丝）和亚洲的（如植村秀和羽西）。目前，欧莱雅集团拥有巴黎欧莱雅、卡尼尔、兰蔻、赫莲娜、碧欧泉、植村秀、欧莱雅专业美发、卡诗、美奇丝、薇姿、理肤泉、美宝莲、SoftSheen-Carson、Redken、Kiehl's、Giorgio Armani和Ralph Lauren等十七个国际知名优质品牌，产品包括护肤、防晒、护发、染发、彩妆、香水、卫浴、药房专销化妆品和皮肤科疾病辅助护肤品等。

与产品的多样化相匹配，欧莱雅集团实现了经营的全球化，其业务活动遍及150多个国家和地区，在全球拥有42家工厂（其中三家在中国），每年生产的化妆品达40亿件。

欧莱雅集团的全球化经营策略还充分体现在其员工的世界化。截至2004年底，欧莱雅在全球拥有员工52,000名，他们来自世界各大洲的近百个国家和地区。在巴黎，说不同语言、代表不同种族背景的员工，把公司总部变成了化妆品世界的联合国。

长期以来，欧莱雅公司超越纯商业模式，把可持续发展和对社会及环境的责任意识结合在一起。早在14年前，欧莱雅就设立了专门的环境部门，建立了统一的质量标准。2001年，欧莱雅集团被纳入了三大反映欧洲上市公司的可持续性发展指数内（即FTSE4 Good, Aspi-Eurozone和道琼斯可持续发展指数Dow Jones Sustainability Indices）。

事实证明，欧莱雅的努力是有回报的。从1992年以来，欧莱雅已经将工厂的耗水量降低了几乎50%。现在，欧莱雅全球的工厂基本上都循环使用90%的废弃物。

通过百货、超市、免税店、发廊、药房及邮购等方式，欧莱雅就象一个美的使者，把高品质的产品带到世界每一个角落，并以创新和激情引领美的时尚。

1.2 欧莱雅集团历史

1907年，年仅28岁的法国化学家欧仁·舒莱尔发明了世界上第一支无毒染发剂，并由此创立了欧莱雅欧莱雅历届代言人：李嘉欣集团。

欧莱雅在中国的商务始于1966年设在香港的经销处。事实上，该公司1933年曾对广州、上海、北京等大城市进行过市场调查。

1996年，欧莱雅公司和苏州医学院合作建立了苏州欧莱雅有限公司，同年又在苏州建立了第一家化妆品生产厂家，专门生产美宝莲(Maybelline)系列产品。两年后，第二家生产厂家在苏州建立，生产巴黎欧莱雅(L'Oreal Paris)系列产品。

1997年，欧莱雅公司在上海开办了中国总代表处，负责在中国经销欧莱雅公司各类产品，目前已在50多个城市开办了几百个销售点。

欧莱雅公司聘请了巩俐、李嘉欣、张梓琳、李冰冰、吴彦祖作为其在中国的形象代言人。

1.3 欧莱雅集团中国分公司

自 1996 年底进入中国市场以来，欧莱雅公司凭借先进的营销方式及对中国消费者及市场的准确把握，在中国的业务突飞猛进，员工队伍也迅速发展至 7000 多人。目前，欧莱雅已成为中国市场上最知名的跨国企业之一。

销售持续、稳定、快速增长

欧莱雅在中国的业务保持了持续、稳定、快速发展的良好态势。2006 年，欧莱雅集团在中国实现销售 4.2 亿欧元，较上年增长 21.2%，连续六年实现两位数增长，并继续跻身欧莱雅集团全球十大市场之列，同时也是亚太地区最大的单个市场。短短十年间，欧莱雅从零开始，在中国市场上的地位稳步上升，目前已成为中国化妆品市场的领袖之一和中国最知名、最受尊重的跨国公司之一。品牌架构日趋完整

欧莱雅集团旗下 18 个国际知名大品牌(占集团销售的 94%)中的 14 个已经在中国上市，另加两个本土品牌，集团目前在中国的共有 16 个品牌，覆盖了大型百货商店、超市、药房、高档专业发廊和免税店等各种销售渠道。在中国建立研发中心

随着中国在欧莱雅集团全球战略中的重要性的日益凸现，欧莱雅集团在中国的研发中心于 2005 年 9 月在上海开业，这是继巴黎、纽约和东京之后欧莱雅集团的又一个创造力中心，专门从事中国原材料和配方方面的研究和开发，并与设于东京的研发中心一起为中国及亚洲的消费者提供最好、最适合的产品。此举进一步表明了欧莱雅集团对中国市场的长期承诺，也表明了中国在欧莱雅集团全球版图中的重要性。

1.4 欧莱雅集团主营业务/品牌

按照团队的 12 大金字塔之名，我们可以看到欧莱雅的品牌囊括了高端，中端，低端 3 个部分。

塔尖部分：高端第一品牌是赫莲娜，无论从产品品质和价位都是这 12 个品牌中最高的，面对的消费群体的年龄也相应偏高，并具有很强的消费能力；第二品牌是兰蔻，它是全球最著名的高端化妆品牌之一，消费者年龄比赫莲娜年轻一些，也具有相当的消费能力；第三品牌是碧欧泉，它面对的是具有一定消费能力的年轻时尚消费者。欧莱雅集团希望把它塑造成大众消费者进入高端化妆品的敲门砖，价格也比赫莲娜和兰蔻低一些。它们主要在高档的百货商场销售，兰蔻在 22 个城市有 45 个专柜，目前在中国高端化妆品市场占有率第一，碧欧泉则是第四。而赫莲娜 2000 年 10 月才进入中国，目前在全国最高档百货商店中只有 6 个销售点，柜台是最少的。

塔中部分：中端品牌分为两大块：一块是美发产品，有卡诗和欧莱雅专业美发。卡诗在染发领域属于高档品牌，比欧莱雅专业美发高一些，它们销售渠道都是发廊及专业美发店。在欧莱雅看来，除了产品本身外，这种销售模式也使消费者有机会得到专业发型师的专业服务。还有一块是活性健康化妆品，有薇姿和理肤泉两个品牌，它们通过药房经销。欧莱雅，率先把这种药房销售化妆品的理念引入了中国。

塔基部分：中国市场不同于欧美及日本市场，就在于中国市场很大而且非常多元化，消费梯度很多，尤其是塔基部分上的比例大。在大众市场，欧莱雅目前在中国一共有 5 个品牌。其中，巴黎欧莱雅是属于最高端的，它有护肤、彩妆、染发等产品，在全国 500 多个百货商场设有专柜，还家乐福、沃尔玛等高档超市有售。欧莱雅的高档染发品已是目前中国高档染发品的第一品牌。第二品牌是羽西，羽西秉承“专为亚洲人的皮肤设计”的理念，是一个主流品牌，在全国 240 多个城市的 800 家百货商场有售。第三品牌是美宝莲——来自美国的大众彩妆品牌，它在全球很多国家彩妆领域排名第一，在中国也毫不例外，目前已经进入了 600 个城市，有 1.2 万个柜台。第四品牌是卡尼尔，目前在中国主要是引进了染发产品，它相比欧莱雅更大众化一些，年轻时尚，在中国 5000 多个销售点有售。第五品牌是小护士，它面对的是追求自然美的年轻消费者，市场认知度 90% 以上，目前在全国有 28 万个销售点，网点遍布了国内二、三级县市。

1.5 欧莱雅集团文化/价值观

企业文化：

法国公司深受国家文化的影响，把职业与个性紧密结合在一起。欧莱雅是做美的事业的，员工的时尚感很强，热爱自己的工作和品牌。欧莱雅从来不用“企业文化”来给工作设框架。而会给员工很大的自由空间，让他充分发挥自己的才能，甚至犯错误都没有关系。高层管理人员更是鼓励下属挑战，为公司的发展提出意见和建议。

价值观：

追求卓越

力争完美是我们的目标。我们决心持续开发创新产品、提升品牌组合，并在产品品质和安全上始终达到最严格标准的要求。

勇于探索

我们的专长技术推动我们在化妆品世界不懈探索全新发现和创新成果。

我们取得的每项成就和每次进步对我们而言均意味着全新的开始。

多元发展

我们的企业文化强调对个体的理解和重视。

在来自不同背景的员工共同努力下，我们通过不同渠道为消费者提供全方位产品。我们力求满足全球不同文化背景的对美丽和福祉的追求。

重视人才

正如我们致力提升消费者的福祉，

我们也重视通过个人和职业发展，

为每位员工发挥潜能创造机会。

引领创新

我们高度重视研究与营销，认为严谨开展科研与敏锐捕捉需求、技术专长与直觉认知具有同等重要意义。

以无与伦比的丰富经验和专长技术为基础，我们尤为重视开展基础研究，以激发创造力并开发迎合未来需求的化妆品。

1.6 欧莱雅集团工作地点

欧莱雅中国总部位于上海，在北京，广州，深圳等各大城市均有职位。

二、 欧莱雅集团 2012 校园招聘项目介绍

2.1 欧莱雅集团 2012 校园招聘介绍

欧莱雅集团 2011 校园招聘回顾：

启动于 2010 年 9 月，并于 10 月至 11 月在同济大学，浙江大学，复旦大学，清华大学，北京大学，南京大学，四川大学，东南大学，上海财经大学，中山大学等多所高校举办了校园宣讲会。招聘岗位是管理培训生，招聘对象应届毕业生，无专业限制。招聘地点覆盖南宁、哈尔滨、重庆、昆明、长沙、兰州、合肥、济南、南昌、福州等城市，并且应聘者须在线投递简历。

欧莱雅集团 2012 年校园招聘的情况请同学们随时关注 [大街网欧莱雅集团 2012 校园招聘俱乐部](#) 的最新信息。

具体说明：

2011 Management Trainee Program

To apply, it is essential you:

Have attained or are in the process of attaining a University Degree
Are able to proficiently converse, read and write in English and Mandarin
Are eligible to work in China
What is the Management Trainee Program?

The Management Trainee Program is a yearlong program designed for young graduates who have finished their studies and are beginning their career at L'Oreal. It is a preparatory integration stage, giving successful applicants a tailor-made, all-rounded experience and exposure to several different aspects of one function (sales, marketing, finance, operations, communications/PR...) before being assigned to a specific post.

What function can you Apply? (NOTE: please apply only one function. If you apply two or above functions, your personal information will be turn down by screening and cannot be invited to interview)

1. Sales Function
2. Finance Function

2.2 欧莱雅集团校园招聘流程



三、 欧莱雅集团招聘常见问题解答

3.1 欧莱雅集团校园招聘 FAQ

以下为欧莱雅集团 2010 校园招聘中的热点问题总结回顾，供同学们参考：

问：欧莱雅在招聘的时候是否会看重专业对口？

答：其实专业要求是从岗位出发的。对一些技术性很强的岗位，我们可能会强调专业对口，但是从总体而言，公司更希望有来自不同文化和教育背景的年轻人共同组成一支富有创造力的生力军，所以我们更看重应聘者的个人素质，淡化专业色彩。

问：我可以直接到欧莱雅官方网站上填写申请表吗？

答：当然可以，但我们建议你先浏览我们的欧莱雅校园在线，得到更多有关招聘的信息，帮助你填写申请表。

问：我申请时能否用中文填写？

答：除了欧莱雅要求用中文填写的内容，其他请用英文填写。

问：我有个朋友在欧莱雅工作，我可以通过他提交简历吗？

答：你可以通过你所认识的欧莱雅员工获得更多有关欧莱雅的信息，但我们仍然希望你通过官网注册递交简历，这样你的简历才会在我们的数据库里存档。

问：投完简历后我是不是一定能来面试？大约多久我会得到面试通知？

答：并不是每一位投了简历的申请者都有机会参加面试，但是我们会保存你的档案，一旦有适合你的职位，我们会优先通知你。每个部门发出面试通知的时间都不同，但是所有面试邀请会在规定期限前给出。

问：欧莱雅评判应聘者的标准是什么？

答：普通评判标准比如沟通时清晰阐述观点，简洁回答问题，能快速领悟面试官的要求等等是必不可缺的。但我们更看重申请者的性格和个人素质方面的特点，这些往往会在面试中起到重要的作用。

问：我是大一大二的学生，我对欧莱雅很有兴趣，我可以参加欧莱雅的竞赛活动或申请实习吗？

答：目前欧莱雅的三个校园竞赛和校园招聘不对大一大二的学生开放，但是你可以参加欧莱雅的其他校园活动如欧莱雅校园义卖、欧莱雅的校园宣讲会等获得与欧莱雅接触的机会。你也可以常来浏览欧莱雅校园在线，获得更多相关信息。

问：我是一个研究生，我有机会加入欧莱雅的校园招聘行列么？

答：我们欢迎在研究生们在读研的倒数第一年及第二年参与我们的校园招聘。

Q：我能用中文完成欧莱雅公司的网申吗？

A：如果没有特殊要求，同学必须用全英文完成网申过程，如果出现中文，可能会影响您的简历审阅。

Q：欧莱雅的网申系统网速如何？

A：我们的网申系统服务器设在国外，所以网速可能会有所限制，因此建议同学们在上午完成网申。

Q：在网申的过程中，如果突然有急事要离开座位，我能够暂存简历吗？

A：今年的网申在填写简历的过程中无法实现暂存，也就是说同学们必须空出足够的时间一次性完成网申。而且每一个页面如果同学在30分钟内没有任何操作的话，系统将自动关闭。

Q：我能申请多个职位吗？

A：每位同学只能申请一个管理培训生的职位，重复申请可能会影响您的简历审阅。

Q：我在网申主页注册个人账户所用的邮箱和联系方式能跟简历中的有所不同吗？

A：在我们的校园主页点击Apply后会自动连接到我们的网申系统，在注册过程中，建议同学们使用和简历中相同的邮箱和联系方式，以免在联系您的时候有所不便。

Q：如果我在最终提交简历后发现简历中有些信息填错了，我还能修改吗？

A：网申简历提交后将无法再进行修改，所以同学们在提交简历的时候一定要仔细检查。

Q：我应该如何能够在系统中快速有效的建立我的个人简历？

A：今年的网申系统较去年有所改进，同学们在完成了账号注册后将会进入到网申的第一个页面，在这个页面中，同学可以选择上传一份自己的word版简历，然后系统会智能的读取您的简历并做好整理工作，而同学在整个网申过程中只需要在系统中不断修改自己简历的格式，而不用再次输入大量的文字。毕竟系统读取的格式会有所差别，所以还是要提醒同学们不断的修改格式，而不要直接提交。并且在首页可以选择“保存”我的简历，这样的话如果同学由于种种原因退出了系统，当再次登陆时，先前填写的简历还是会被保存下来。并且在网申的最后程序中，系统允许同学上传自己制作的简历和照片，建议同学选择上传。

Q：系统中要求填写的简历内容我能有选择的填写吗？

A：系统中要求填写的简历内容分为两种，一种是必须要填写的，另一种是可以不填写的。但是为了使我们更加全面的了解同学们，建议大家全部填写。

Q：在网申的过程中，我能修改先前所填写的内容吗？

A：我们的系统每个部分的内容都是分页的，如果同学想修改先前填写的内容，直接点击返回上一页即可

四、 欧莱雅集团职业发展&薪酬待遇

4.1 欧莱雅集团职业发展

欧莱雅的领导人培训

欧莱雅是一家高度全球化的著名 500 强公司，在全世界 50 多个国家开展业务。欧莱雅在全球范围内需要大批的高层管理人员，而且是能够跨文化的商业领导人。承担领导人培训任务的是欧莱雅法国巴黎总部，即巴黎“欧莱雅管理教育中心”，对欧莱雅的全球高层领导进行培训。

每年，欧莱雅会选送全球有领导潜力的高级管理经理到法国巴黎总部参加高层培训，培训由欧莱雅集团与欧洲著名的工商管理学院 INSEAD 合作，设置名为“Leadership for Growth”的领导培训力课程，专门针对有工作经验的全球高层经理人。有机会参加这种培训的学员将与来自世界各地的管理精英在这所世界一流的商学院度过紧张充实的 20 天，从顶尖的 MBA 教授以及经验丰富的欧莱雅高层领导那里，吸收先进的管理理念。

这项培训课程由 INSEAD 为欧莱雅量身定制。授课老师包括 INSEAD 著名的教授、一些经济领域或政策领域非常有名的学者，欧莱雅的领导人也会亲自来自来给学员授课、演讲，为欧莱雅来自世界各地的优秀人才提供最顶尖的管理培训。欧莱雅高层亲自参与领导人培训，体现了公司管理层对培养领导人才的决心。

欧莱雅全球领导人培训有两个目的，其一让他们学习最先进的管理经验；其次为来自全球各地的欧莱雅高级管理人员提供相互沟通的机会，有利于他们今后在工作中的交流与互助。欧莱雅中国人力资源总监戴青谈起她在巴黎培训的经历时，对人才济济的欧莱雅感到自豪，对欧莱雅出色的领导人培训感到自豪。欧莱雅总部聘请了大批优秀的人才，如聘请了世界著名的专家教授进行基础研究，在巴黎培训总部，能够有机会结识许多国家的高级经理人以及研发人员，聆听充满智慧的专家教授们讲课，不但是宝贵的学习机会，更增加了对欧莱雅的认同、尊重感。所以，在激励员工士气、增加员工忠诚度等方面，巴黎总部领导力培训也起到了巨大的作用。

“责任激励”——在实践中培养领导人

欧莱雅拥有良好的领导人培养环境，培训倾向于工作实践。每一名欧莱雅员工都拥有自己的责任，这种责任本身就是为员工成为领导人做准备。不论是何种级别的岗位，责任就是对员工的激励，员工是责任的支配者与承诺者。这就是欧莱雅的“岗位责任激励”，营造出培养领导人的自觉环境。

欧莱雅是一个培养与发展经理人、领导人的“大学校”，有各种相关制度与措施来培养与发展员工。如欧莱雅开展管理培训生制度，根据需要，为培养未来欧莱雅领导人与管理人员做准备。但通常在实际工作中，欧莱雅并不会明确确认员工要做什么事情，而是让员工基于对公司以及自我使命的认识，对岗位职能以及公司发展战略的认识，以一名“企业家”的身份，来自己计划该如何开展工作，实现目标。这种像“诗人”一样自主的做法正是欧莱雅文化的体现。

欧莱雅认为，员工每天所做的工作，每天所承担的责任，就是对员工最好的训练。员工在工作岗位遇到的挑战都需要员工自己去用“诗人”般的智慧与“农民”般的勤劳去解决，通过在工作中激发员工的个性智慧，促进他们成功，是欧莱雅热衷的一种培养领导力的方法。欧莱雅崇尚让员工在日常工作中学习与成长，通过承担更大的责任成长。所以欧莱雅十分重视经理人对员工的激励作用，为员工创造机会，挑战员工，激励员工成功。欧莱雅的经理人承担的不仅仅是促进业务增长的任务，更担负着培养领导人的重任。盖保罗认为，欧莱雅最好的人事经理就是各业务部门的经理。

4.2 欧莱雅集团薪酬待遇

欧莱雅十分重视激励机制，树立诱人梦想，带来好的“收成”，当员工以“诗人”的梦想与“农民”的实干实现了一个又一个成就，欧莱雅的激励机制都会给予公平、及时的肯定，刺激员工取得更高的业绩，实现更

大的梦想。欧莱雅希望员工把公司的钱当作自己的钱来经营，把欧莱雅的生意当作自己的生意来看管，让每一名欧莱雅人都成为公司的“主人翁”。

在巴黎欧莱雅总部，对刚生完孩子的女性员工，除了政府规定要给的四个半月的薪水外，欧莱雅公司还给这些职工多加一个月的薪水，并可以在 2 年之内的任何时候领取。欧莱雅的 8000 名经理中，2000 名已有购股权。如此优厚的员工福利，使欧莱雅的人才流失率保持在很低的水平，每名欧莱雅员工平均在公司工作 14 年。欧莱雅负责人力资源关系的总裁 francois vachey 说：“员工的忠诚度对公司来说非常重要。他们来了，加入了欧莱雅，然后留了下来。”

关怀、信任、扶持人才，尤其是年轻人才，是欧莱雅保持朝气与活力的制胜之道。大大超出市场平均水平的优厚的薪资福利，灵活机动的晋升机制，全球内部员工股权认购、年终分红、利润共享的激励策略，吸引着全球各地的人才带着热情与智慧投入欧莱雅的怀抱。欧莱雅建立了由薪资、福利、奖金、利润分享、股权、巴黎培训等众多激励方式组成的激励体系。

薪资

在薪资方面，欧莱雅为员工提供在行业中位于中上水平、富有竞争力的薪资。资根据岗位责任与业绩而决定。

年终浮动奖金、利润分享

每年年底，根据员工的业绩表现，员工会得到相应的奖励。奖金的幅度完全与业绩挂钩，表现突出奖金也多，表现差的员工甚至拿不到奖金。同时，每年公司还有利润分享计划，拿出一定比例的收益与每一位欧莱雅员工分享。

股权

股权也是一种很重要的激励方式，得到股权激励的员工也意味着将有更多的机会在海外从事工作或培训。

晋升与岗位轮换

表现优秀的员工，毫无疑问将优先得到职位晋升的机会。欧莱雅有着众多的品牌与事业部以及各种产品线，当公司中某个职位出现空缺时，欧莱雅会优先考虑留给公司内部表现突出的员工，让员工感到欧莱雅用人的灵活性。

培训机会

欧莱雅人视能够被派往法国巴黎总部培训为一种很大的激励。能够被选送到巴黎培训不仅仅是去学习某项技能以及建立内部工作关系，更是一种荣誉，只有表现最突出的经理人才能够得到去巴黎总部学习的机会。

与高层沟通

欧莱雅高层与员工的沟通也起到很好的激励作用。例如，创造欧莱雅神话的 ceo 欧文中 2003 年初访问中国，与欧莱雅中国员工进行面对面地沟通，表扬他的爱将盖保罗，激励中国的欧莱雅人，为欧莱雅中国的“诗人”们带来了新的梦想与激情。欧莱雅中国公司的总裁盖保罗是一名很活跃的意大利人，他会利用各种机会在各种场合与员工沟通，每一次的新员工培训，他都亲自参加，向新人介绍欧莱雅，激励他们在欧莱雅实现梦想。

复旦应届本科，MKT 职位，年薪 71.5K+入职津贴 10K+每月饭贴 220+年终奖

欧莱雅为员工提供在行业中位于中上水平、富有竞争力的薪资。每年年底，根据员工的业绩表现，员工会得到相应的奖励，奖金的幅度完全与业绩挂钩。同时，每年公司还有利润分享计划，拿出一定比例的收益与员工分享。员工除享有国家规定企业员工应享有的各项福利和假期外，欧莱雅还为员工及其子女购买了商业保险。每位员工从入职的第一年起，就享有一定的带薪病假和带薪年假。

参考：

欧莱雅开给应届生待遇跟福利：工资是转正以后 5000 左右吧，一共发放十三个月的工资。

还有国家规定保险外的其他额外保险，比如商业医疗补充险，好像看病买药都可以报销~感冒药也报销每年一次的全国会议。与其说会议不如说是集体旅行。地点多选择在国外或则香港 三亚等旅游景区。当年业绩好会议的地点自然也就好。

每季度一次的福利品发放。这一季度都发 hr，下一季度可能就都发护肤泉。每季度都不一样。新品上市还有

额外产品发放。基本上全年都不用买护肤护发品。

差旅补贴。每天至少 100 元餐费，100 元车费。出差期间住宿干洗费全报。机场往返打车及机票实报。

通讯费。800 元以上/月车贴。1500 元/月年假。15 天以上上班时间也不用朝九晚五。只要工作做完，电话开机可以联系得上你，不去公司都可以。更不用打卡了。

五、 欧莱雅集团校园招聘笔试经验

5.1 管理培训生 Open Question

1. When choosing your first job/employer, what will you consider and why?
2. Share with us your understanding of Marketing function and why you should be a good candidate for this function.
3. Of all the cosmetics brands and recently emerged fashion trends, which is your favorite or most striking to you? Why?
4. Tell us your areas of interest and why do you choose Lon trend
5. Reflecting on your campus life, share with us your most unforgettable experience and why it is so.
6. Please describe a situation that your idea was not immediately accepted by others? How did you try to convince them? What was the outcome?

1. Would you please describe yourself in 3-4 lines? (limited in 500 words)
2. Could you tell us why we should choose you as a Loreal Person, and what makes you unique? (limited in 500 words)
3. What is your short-term and long-term career plan? (limited in 500 words)
4. What kind of group activities are you interested in and what type of role do you often play?(limited in 500 words)
5. Please use one sentence to give a definition of 'Beauty', and describe the most beautiful thing in your life. (limited in 500 words)

1. Please describe yourself about your characters, hobbies, etc. (limited in 500 words)
2. Please give an example of how you deal with a difficult situation. (limited in 500 words)
3. Please tell us your understanding of Loreal's image now, and how will you contribute to Loreal's image if you are part of Loreal? (limited in 500 words)
4. Please design a slogan for hair coloration product in China and describe your idea in details.(limited in 500 words)
5. Please use one sentence to give a definition of 'Beauty', and describe the most beautiful thing in your life. (limited in 500 words)

六、 欧莱雅集团校园招聘面试经验

6.1 上海一面 2011-06

早上没干别的，用巴黎欧莱雅男士洗个脸，涂点曼秀雷敦防晒霜（sorry...）穿着简单的浅蓝色衬衫，卡其色裤子白色板鞋就出发了，我犹豫了老半天要不要背包，然则终究还是没背，我不喜欢麻烦啰嗦的带一堆不需要的东西

2号线10号口出来，就是越洋广场侧面，找到大门进去后看到一个西装革履公文包的帅锅，找一楼大厅前台MM换了门卡就刷卡进去了，于是我也跟着做了一样的事，弄好门卡，西装男已消失

25楼，老远看着门口挂着广告板“2011欧莱雅暑期实习项目面试的童鞋们节日快乐”看到之后好开心嘿嘿，不过我没有急着进去，而是去另一侧找厕所（话说我一紧张就想上厕所.....）厕所的确是有，不过只有一个女纸的标志，我在想难道欧莱雅只允许女员工上厕所？？走到25楼前台，MM不太爱搭理的说面试旁边等，我很文雅的说，请问男士卫生间在哪里，于是她给我指向了墙上的一个把手，告诉我推进去就是.....好高级的男厕所.....藏宝密室么.....欧莱雅男银这么珍贵呀.....进去之后把自己的衬衫领子又多扣了一个，尽管这让我感觉呼吸有些困难，但是面对西装男们我还是不要太随便的好。出来的时候又遇到个西装男，感觉很眼熟，打了个招呼

等候区，我不由自主的跟在座的打了个招呼，然后破冰似的问大家都是来面PR的么，结果，他们居然问我是来面试的还是来被面试的.....好吧难道在我来之前你们之间就没有说过话么.....我一向很爱破冰的好不好.....

我们是中午12:00组，所以桌上有好多零食.....水果啊什么的，不过我没吃，因为我没带口香糖.....反正我又不饿.....

过了一会一个HR帅锅过来跟我们介绍下这轮面试流程，得知形式还是传说中那个，只不过自我介绍一定要英文一定要英文要英文英文.....之后跟我们侃了下REVEAL的事，告诉我们发REVEAL邀请的邮箱是他的，告诉我们应届生上的攻略他都看到了，告诉我们以后投简历不要用QQ邮箱，外企系统好多不识别，直接垃圾桶了.....宝贵的建议云云.....

这是旁边飘过一个戴着红领巾配着六道杠的欧莱雅员工.....好欢乐.....偶们可以这样来面试么.....

在座的分了号牌，我是幸运的蓝色8号，蓝色者，PR也，磁力吸在衬衫上，12位一组就这么上楼了

小会议室内一面墙全是金光闪闪的欧莱雅旗下品牌，长桌一侧中间坐着俩HR，一男一女，名字不记得了.....

自我介绍部分，每人两分钟准备，两分钟介绍，也就是前一个人介绍的时候你准备

题目我以为今年会有新的，不过我们这组回想起来好像还是之前面经那几个问题

- 1, 你最喜欢的书
- 2, 你最喜欢的国家
- 3, 你最感兴趣的校园事件
- 4, 如果你能回到过去，你是否要改变自己的大学生活
- 5, 不记得了，看看前面的面经吧，就是那些卡片

这组12个人，一个来自同济、一个来自上大、剩下的基本都是上外的，还有一个大牛居然是来自波士顿大学的，我的个鸭梨啊.....不过她口语真的是纯正的来.....

感觉大家都挺紧张的，有声音颤抖的，有语无伦次的，有说到一半就说不下去了的，还有我这种站起来就感觉时光飞逝，刚开好场列好阵时间就到了的.....不过还是有完整很到位的表达的，总之，刷的一下这个环节就过去了，来不及反应什么.....

第二轮抽卡片分小组讨论，前6号一组，后6号一组。上游那组的题目是策划一次欧莱雅的校园推广活动，我们下游这组的题目是鄙人抽的，说一个最近你最感兴趣的明星代言事件，并说说吸引你的原因

讨论开始，前面等候区那边的HR帅锅也进来了，三个HR在那里分别听我们两组在那BALABALABALA.....讨论15分钟，发言3分钟

我们从霸王洗发水转到黄晓明的凡客，讨论的时候大家配合的不错，进度很快，但是貌似有个决策性的错误就是不应该选择最后集体发言，每人分讲一点，因为把内容分散给几个人就意味着时间很难拿捏。上游组 BALABALA 一个女纸介绍好自己组的内容虽然也没讲完但是基本差不多了，我们下游组刚开了个头讲了一个点时间就到了，于是不甘心的我请求再说最后一句话总结下我们的观点，感谢 HR 我 BALA 完了，结果我们组的另一位 GG 又给总结加上个扣题，也是一句话，这回我们终于完整了，HR 也告诉我们句号了不能再加了.....

6.2 Market 一面 2011-06

topic :

能充分体现你个性的一件事

最喜欢的电影

大学里遇到的最大困难

大学里最遗憾的一件事

老师、同学、家长如何评价你

最喜欢或最不喜欢的一门课

小组讨论：

- 1) 如果欧莱雅要赞助一个体育赛事，你认为选择哪个产品和哪个赛事比较好？为什么？
- 2) 为羽西定制进军年轻人市场的营销策划

6.3 欧莱雅面经分享

周三拿到的欧莱亚——羽西的 Offer，受斑竹之托，也上来写写“面经”，一拖就是三天，向斑竹诚恳道歉！从来没写过，也没想过自己会写，其实个人感觉，面经的用处并不是很大，以前也没怎么看过，不过至少也能让广大前仆后继的 XDJM 们心里踏实些。

说起欧莱亚，我之前从来没有对其产生过多么强烈的感情，基于仅仅知道是个跨国公司，而且貌似挺牛，就投了。算来算去正经八百地做的网申也就这么一个，然后就拿了 Offer。没什么厉害的，也没什么神秘的，由于没有笔试，就出现了我这种漏网之鱼。反倒是越往后，对其的认识和感触便愈发强烈。

一面是大家所熟知的“群殴”，11月23日上午11点。

我计划上午面完下午就坐火车回家，于是拎着手提电脑和一个旅行包打车到了赛特广场。身着黑色正装长裤，条纹正装上衣，外穿一件大红色的立材版型很好的瘦款风衣。当天我的着装还是比较乍眼的，但个人感觉良好，尽管吸引眼球，我还是自信地接受了大家的注目。毕竟没有穿着清一色的黑，那些传统的面试服装只能让你看起来更嫩，而非成熟。我可以很肯定地说，欧莱亚的三次较量，服装都是自己挑选搭配的，而非简单的套装，那件红色的风衣也的确给我加了不少分。在这里各位千万要注意，绝对不要在里面穿着整洁的套装，外面随便披一件棉袄或羽绒服，那样非常影响整体效果，而且非常不职业。

我在西门子的老板曾经对我说过，我们在世界 500 强里工作，学的就是如何变得更加 Professional，我的理解，Professional 绝不仅仅是在工作方面，更是举手投足之间，待人接物的气质。而在欧莱雅这样的时尚行业，更应处处留意，绝不可过于平庸，过于随便。

初面同组 10 个人，分为两个小组，首先是个人介绍，欧莱雅的特色：抽一张卡片，根据图片介绍自己，没有任何准备时间。中英文皆可。

我当时看大家都犹豫，便自愿第一个发言。我想既然无准备，所以第几都一样。我抽到的是一颗水滴跃出水面。我想既然是要联想就没有统一的答案，于是我在做完简单的自我介绍之后说（千万不要过于冗长，你的所有个人经历都已经在简历上了，他们既然选择了你就一定会认真看的），这颗水滴与其说是水滴，不如说是钻石（形状的确很像钻石），然而所有的宝石都需要细心打磨与雕琢才能彰显价值本质，金子到哪里都发光，

钻石更是光彩夺目，永世留传，我并非最出色，但我绝对拥有最出色的潜质，给我一个舞台，我会做到精彩……大概就是这个意思，这个时候千万不要谦虚，尽情地展现自己就好了，包括展现自己的自信。Presentation 的时候我选择了中文，虽然是学英语的，但既然没有规定必须英文，干吗要难为自己？后面有人选择英语自我介绍，但多数都弄巧成拙，本来这个环节就有一定的难度，HR 主要是看你的思维敏捷性与发散能力，所以没必要班门弄斧，再为自己增加难度了。

其他人有抽到水中的王冠，地板上的奶嘴，三色的冰淇淋，多面的水晶球，粉红的调色盘……抽到调色盘的女生很有趣，拿着图片反而一个一个问我们是什么东西，所有人都说调色盘，并加了各种各样的定语，轮到我这里的时候，我掷地有声地冒出来两个字“胭脂”，连我自己都吓了一跳，不过想想很贴切，所谓前面的人说的“五颜六色的调色盘”纯属胡扯，明明只有粉红色系的粉末与膏体……窃以为，这一创新也是给我加了些分的。所以，对于公司的文化了解，临危不惧的心态，高度紧张的思维运转都是非常重要的。

第二个环节是，5 人一组完成项目。假设你们为公司筹备一场年终晚宴，没有任何其他要求（真是够发散的）。

在这里，有必要跟大家讨论一下关于“Aggressive”的问题，很多面经里面也都提到了。我个人认为，在小组合作的过程中，视情况而定，自己需不需要做一个“Aggressive”的角色。千万不要在事前就给自己定位为“计时员”或者“Leader”，HR 都不是傻子。切忌为了显示自己而显示自己，而是要基于团队的合作来作出相应的定位；同时更没必要主动说“我来给大家计时吧”，简直就是有预谋地扮演傻瓜而已。如果有一个十分积极的人，你就多听听他说话，如果他说得不对，你要勇于提出自己的改进。“倾听”，“思考”，“探讨”和“妥协”四者缺一不可，重要性不分先后。这才是所谓的团队精神！

我上来首先说道“‘年度晚宴’决不能是简单的吃吃饭交流交流感情！我们要总结上一财年的工作成果，进行员工嘉奖，同时展望新一年的工作，邀请公司的重要客户，建立良好的新财年的业务发展远景。”由于我在西门子半年的实习学到的东西非常可观，于是发言也比较有力度。这一定位立刻得到了大家的支持，并提出了很多宝贵意见。我们组根本没有计时员，因为没有必要，Leader 也不是我，在后期我主动放弃了 Leader 的角色，因为大家都很出色，想法都非常有效。我们分工也十分明确，我作为最后的总结，要提出整场晚宴的财政预算支出。准备时间有限，没有来得及在纸上画的会场设计图也被我急中生智，随便抄了支笔边讲边画出来了。我们的 Presentation 非常完整，包装华丽，内容丰富，功能性强。实际证明，我们才是专业的。

而对手组则设计成了一场化妆晚会，更多着眼于精神传递与细节介绍，由此看来，我们已是胜利在握。事实证明最后进入二面的我们组有两人：我和一个北大的女生；对方组一名：一个北外的女生，也是唯一一个英文 Presentation 没有被搞砸的。

一面时长 1 小时。

中午大家都到旁边的麦当劳吃午饭。这个时候我才知道二面就定在了下午，然后果然半个小时之后接到了电话通知下午 3 点 20 面试，男朋友赶快去北京西站退票换票，折腾到 3 点终于把火车票改成晚上 6 点半的，才重又回到赛特广场找到我，原定 3 点 20 的面试一直被拖到 4 点才开始。

第二轮面试：一对一。面试官：新加坡女士 Josephine。

本轮就跟考官侃侃就行了，根本没有小组合作的内容，是技巧性最差的一个环节，同时也是能让考官最大限度了解你的环节。大家主要注意几点：

首先，不要像挤牙膏一样被动地回答问题，尽可能地在有限时间内展示自己，千万不要伪装自己，40 分钟，怎样天衣无缝的伪装都会被慢慢拆穿，相信自己既然能进入二面就是有实力。

其次，尽量多倾听考官的有限语言，这些都将是你在作答时需着重考虑的方向，他的每一句话都会带有一定的导向性，我们应当明白他问这些问题的目的所在，投其所好。

第三，不要像挤牙膏一样被动地回答问题，而是要主动地介绍自己，顺藤摸瓜式的积极态度最可取。考官给出话题之后我们将其拓展开来，并有目的地向有利于自己的方向发展。既满足了他的好奇，同时又将话题转到自己所熟知的领域。不要给考官留下太多时间问问题，最好由你自己来控制安排时间，否则他很可能突然想到一个刁钻的问题来让你解答，或者随手抄来一本杂志让你分析里面的广告设计（这种情况我在上海三面的时候，听一个清华的研究生姐姐很无奈地抱怨过，不过我个人没有遇到）。

第四，不要自以为是地说太多校内的细枝末节，也许在你看来很重要，但是走进社会你会发现，在校园里面的小风小雨，经历的那些琐碎事情实在是玩儿过家家而已，既然走进欧莱雅二面，大家在校园里面都应当是出类拔萃的，你经历的那些学生活动啦，大家都经历过，所以尽量找几个自己的闪光点来准备，其他一带而过，或根本不提反倒体现了自己有一定阅历的成熟。如果有实习经历，一定要着重介绍实习期间的所学所想，这才是校园与社会的最佳过渡期和结合点，最能体现你对工作的适应性和可塑性的方面。

我个人主要介绍了我在西门子的半年工作经历，如何在原有的业务基础上，加入了个人才智附加值，将原有工作进一步拓展和改进，建立良好的客户关系，同时强调了个人责任感与工作态度的体现方面。

我在实习期间从来不把自己当作实习生。否则将有如下两种结果：一，你事事低人一头，自己从心理上就觉得自己是个实习生而已，根本找不到那种“主人翁的责任感”。二，别人也仅仅把你当作实习生，很多工作根本没法要求同事们与你配合。有些工作无法达到目的，不要动不动就找上级去用权力给别人施加压力，而是要找合适的出口自己解决。声音洪亮地告诉他们：你是某某部门负责某某事务的 XXX，现在遇到问题需要他们全力配合。

时值被卷入公司的一场小型内部斗争，感慨良多，有针对性地同时带有一定保留地向 HR 大概介绍了一下，显然就比其它简单实习经历略胜一筹。其他在北京电视台，中国教育电视台，以及校内的各种活动荣誉有的根本没提，有的一带而过。Josephine 很感兴趣问我为什么这些工作经历没有谈一谈呢？我说，相比之下在西门子半年才是真正的工作经历，仅此而已。其余都是让简历上好看些，无甚实际意义，顶多拓展了些人脉关系（笑）。

第五，既然一对一，就是一个平等的谈话关系，不卑不亢是重中之重，不要有考官高高在上的错觉，这样谈话效果才能最佳，在遇到一些自己没有准备好的问题或突如其来的发问才可以随机应变。试想大家在家跟父母争论某事时，从来都是语言流畅，思维敏捷吧。面试也是一个道理。

其间，Josephine 问了我一些对于羽西的了解，我坦言我是今天刚刚知道羽西已经被欧莱雅收购了。但谈话期间我的一些个人创业思想与羽西的精神不谋而合。

最后面试结束，Josephine 作了一个简短的总结，

她笑着说：“我们的谈话很精彩，我很喜欢你，不过我看不到你对于欧莱雅的 Strong Motivation。”

我也笑，回答说：“是的，欧莱雅目前只是我眼中众多光鲜外企中的一个，我对于她的了解太少，不像在西门子半年错综复杂的感情，没有培养过，哪里来的 Strong Motivation 呢？但我就是一萝卜，扎进一坑里就老老实实长根，不太喜欢频繁变动，变动本身就带来了成本的浪费，每个员工的离开都是身负许多重要责任的，就算是变动也应当等作出一定成就来再无愧地离开，否则便是在违背我的做人原则。”

Josephine 又笑，“如果你能够进入第三面，请注意面试你的将是品牌经理级别的人物，她也许会问你一些更为专业的问题，同时你也应该多多作些 Homework，在网上多作些调查哦！”我表达了感谢之后，保证一定会做充足的相关工作的，同时说，“期待我们上海再见！”起身，离开。

关于二面，我想跟大家说的是，在准备进场之前的时间内，不要漫无目的地跟所有人闲聊。我个人是很讨厌那种表面八面玲珑的活跃分子，谁都知道在场的诸位都是竞争对手，那么表现得过于亲热反而虚假，也没什么意思，更不要妄图从对方嘴里套话出来，大家都是聪明人。有的学生会说两句奉承话，诸如“你们学校学生英语好呀”，“你们学校如何如何呀”云云……，我坦然接受称赞，但是绝不盲目赞美别人。拍马屁这样的事情还是少做为妙，大家就拿实力说话。若单纯论学校而言，我们学校声誉显然不如北大，清华高。但学生水平却未必比他们差，相反和一些所谓北大清华的学生或研究生聊两句话，我就很明显地感觉到自己强大的优势，根本没有必要妄自菲薄。如果不想让自己的心情受一堆叽叽喳喳等待面试的对手影响，就干脆缄口不言，坐在一旁看书，保持“神秘”就行了。

以上便是我的二面经历。时隔 10 天，周二的下午我接到来自上海的电话，通知我 12 月 10 日下午 2 点去上海三面，那个时候我的浙江神州行手机号码刚刚换成北京动感，虽然电话通知了北京欧莱雅人事，但因为是用小灵通接到的，所以由此看来北京 HR 们并没有将信息传递给上海，上海人事应该是翻出来我的简历查到的，推测之后对于上海总部人事的尽心负责表示感谢。

在此不说太多关于面试的事情，因为同样是一对面，只是面对的是羽西品牌经理。我是个很懒的人，不过在最后一面之前还是拜 Josephine 的嘱托做了很多功课的，包括对于整个收购过程的了解，靳羽西女士本人

的态度，前前后后的代言人的更换，由大众品牌向高端品牌的转型，品牌精神与公司给予的厚望等等……还包括前任，现任品牌经理的做事风格。

我终于发现，其实作调查并非是为了去应付面试，而是更深层次地发掘这个公司，了解这个职位到底适不适合自己。在做了很多搜索阅读之后，我终于发现，羽西，一个转型期的高端新秀将为我的职业发展积累可遇不可求的经验，带来丰厚的回报，因为变革总是会创造机遇。在 Doing homework 期间，我几次深深地产生共鸣，感同身受地受到陈学勤先生的无奈和蒋巧龄女士的抱负。我觉得这将是一片崭新的天地等待开发，像 Josephine 所说，这是欧莱雅人的一个使命，全世界的女性都有权利使用中国的羽西，而欧莱雅是在利用专业化的品牌打造理念，专业化的销售团队和销售网络在实现这一国际化使命。

“收购各种光怪陆离却代表形态各异的文化品牌，打造一整套法国式的优雅包装，然后推向有着不同细腻需求的细分市场，在各种品牌精确的市场定位和不同渠道中，欧莱雅可以以不同的形象接触差异性很大的不同客户群体。而非让人感觉到是在把西方人的审美情趣强加于世界人民。”这种定义非常准确。

我的飞机原计划于 10 日早上 9 点起飞，由于赶上北京的第一场大雪，全国各地的飞机几乎全部延误，一直到 12 点多才缓缓离开跑道，之前给上海打过电话解释情况，拜托他们为所有北京的面试另作安排，因为料想所有北京学生都将乘坐同一架飞机飞往上海。

晚上 5 点半我才走进欧莱雅的面试会场，大家都在有序地办公，我们的面试只是众多工作当中在悄悄进行的一项工作而已。没有紧张的感觉，坐在沙发上随便翻阅着公司内部杂志，和几个来自北大，清华，南京大学的学生闲聊，人很少，很清静。

由于上一个学生面试的时间非常长，所有等待面试的学生都不停地抱怨，说今天“点儿背”，“天降大雪不宜出行”云云……轮到我走进办公室，时间已经所剩无几了，况且我们晚上还要赶 9 点的飞机飞回北京，所以我一进门，蒋巧龄女士就跟我说，很抱歉，我们的时间只有 20 分钟……

遇到这种情况，不要慌张，更不要语无伦次。面面俱到，娓娓道来是不可能了，一定要捡重点说，把不必要的废话全部删掉，一针见血切入主题。如果你的话题足够有力，吸引人的话，面试官是不会打断你的，关键是怎样把她的兴趣调动起来。

最后蒋女士的点评道：“你非常聪明，能在如此有限的时间内把我吸引，把几乎所有的重点全部涵盖，而且向我充分展示了你的职业素养和才华。”

所以，有的时候不利条件同样可以转换为有利条件。我敢很肯定地说，我给蒋女士留下的印象并不比上一个面试学生差，相反也许会更为深刻。

她最后给了我一张名片说，我给你一个机会问我一个问题。

我问出了我在飞机上思考很久的一个问题：“为何欧莱雅在签订收购协议的时候要求附加条件是‘靳羽西女士今后不许再从从事化妆品行业’？”我说，“靳羽西女士被视为 8、90 年代改革开放浪潮中崛起的中国女性引领时尚的一个里程碑，这个传奇女人以及她打造的传奇品牌羽西化妆品更是有着千丝万缕的联系，如何能把二者割裂开来？羽西没有了靳羽西岂不就失去了灵魂？”

这个问题其实算是一个比较尖锐的问题，完全是我自始至终的一个必须要问的疑惑。在蒋女士的回答中我发现这个问题果然被我言中，欧莱雅在收购初期的确与靳羽西发生过一些摩擦，但现在摩擦已经消除，二者的关系逐渐升温，同时将越来越密切，一切后期转型尝试都将慢慢回归羽西本色。我感到如释重负……

送我出门之前，蒋巧龄女士跟我告别：“非常非常希望今后能在羽西团队中与你共事。”我微笑着说“希望我们下次再见。”然后差点又补一句，我是对外经济贸易大学的！呵呵~~

9 点的飞机晚点到 11 点起飞，半夜两点才回到宿舍。大家在上飞机前不停地抱怨，说公司应该给安排住宿一晚，改签机票……我只是听着，什么都没有说。我觉得，你要明白自己是来做什么的，抱怨如果有用我就跟你们一起抱怨，全程机票都是公司报销，难不成你打算做几个小时的火车回北京么？如果是来旅游的，你大可以去投诉公司，但是你是来面试的，不说最后能不能入职，我们现在根本没有任何资格去要求公司。如果你真的觉得自己不能容忍这家公司的“不以人为本”的恶劣工作方式，那么就直接告诉他们已经把他们的炒掉鱿鱼，不要再给你发 Offer 好了。无谓的抱怨，在我看来，实在幼稚可笑。

12月13日 从上海回来两天之后我接到了 Josephine 的电话 她笑着说：“猜到我为什么给你打电话么？”于是，我便拿到了欧莱雅—羽西的口头 Offer。她问我，手里有没有其他 Offer 呀？我很诚实：“没有，拿了一个就够了。欧莱雅开始面试后就没有再投其他的。”我真得很诚实，太诚实了.....>___<

另外，也看了很多网上，BBS 上大家对于欧莱雅的负面讨论，并非我拿到了 Offer 就有了狭隘思想感情，我只想说树大招风，公司发展到一定阶段，一旦机构庞杂人员繁多，就会出现各式各样难如人愿之处。具体到人际关系复杂这种情况，如果作为一个走出校门准备迎接社会挑战的职场人士还疲于应付或极力回避这些话，就只能说明你还没有做好准备步入职场。社会与校园的不同之处我已经有所感悟，因此也做好了足够的心理准备去迎接那些事与愿违，我们所能做的只有加倍努力，如果不想将就，就努力去改变。

而众口铄金，三人成虎，很多事情也许只是冰山一角，一人失意之感在网络上，众人舆论中都会被无限地扩大，几倍地脱离事实情况，最终造成一种普遍的认识偏差。我只是说有这种可能，当然，初涉世事还是小心谨慎为好，很多给我提醒的朋友我表示十分感谢，但是有一句话我很认同，就是“小马过河”的道理，做什么事情，自己先去试试水深，再决定趟不趟这条河.....

没想到一写就写出了这么多话，仅一家之言，没有任何权威性，稳操胜券的成功面霸在咱们学校海了去了，单凭我一人在这里妄加评论实在难服众心。在此谨祝贺大求职大军的所有兄弟姐妹们找到称心如意的工作，眼前一点点挫折不算什么，任何事情发生都是有它的道理的，塞翁失马焉知非福。对一本书，一门课，一个人，甚至是一个公司的爱都是可以培养的。

最后感谢我的男朋友，尽管这个工作岗位是在上海，家在北京，工作也在北京的他仍然对我表示绝对的支持，二面的时候整整等了我一天，临着包跑到火车站换票，替我解决了所有困难，为的是能让我安心面试。飞往上海前又给我找了很多很多关于公司的评论文章，没有这些，我根本不可能拿到 Offer。最令我感动的是，他目前也在努力寻找去上海工作的机会.....

离开学校之际，很多恋人都将要面临抉择，如果你的身边也有一个能够无条件支持你，敏感话题在敏感时期暂不涉及，只全心全意对你体贴入微的人，请你一定好好珍惜，好好爱他/她。

一张木头的大书桌，一直是我的愿望。可以在上面放上电脑，CD 唱机，音箱，洒红布面灯罩的黑铁台灯，很多木头像框，叠成一堆一堆的 CD，书和笔记本。包括铅笔，尺子，蜡笔，橡皮茶杯，香水，烛台，香熏炉，放水果的磁碟.....所有乱七八糟的东西，还有兰花和仙人掌。

天亮了，我也就该睡了.....

6.4 欧莱雅管培面试经验总结

前两天在培训的时候收到了我们公司 2010 年管理培训生的招聘邮件，公司希望我们能在各自的学校多多得宣传。

这一下就勾起我去年找工作的时候种种事情。

去年我们学校进了三个人，清华北大也各自进了三个，其他的学校就 1 个人或者 2 个人，复旦的人最多 11 个之多。

所以说，我们学校现在是越来越牛气了。ddmm 在找工作的时候也要多多自信。

话不多说，我就讲讲我在欧莱雅申请过程中的经验什么的和大家做个分享。

网申关：

网申是要多多准备的，欧莱雅的简历都是 HR 自己一个一个筛选出来的，所以简历要做的有特点些。要突出自己的个性。总之眼缘是个比较悬的事儿啦。

面试关：

去年的面试是分成了 4 面得，首先第一面是小组面，在这个环节里又分了 2 个步骤：1 根据自己抽到的卡片去介绍自己。2 再次抽卡片，然后根据卡片内容做演讲。在这个面试里没有什么特别的，只有你能说会道，演讲丰富，内容新颖就 OK。

当一面通过了以后,在下午会有第二面的。去年成都进入面试的是大概 30 个人,进入二面的是 12 个左右。筛选比例还是很高的。所以大家要多多努力。

二面是根据 function 不同进行不同的面试,在这个面试当中 HR 会问大家各自喜欢的品牌(大家多说说我们卡诗吧,哈哈,在怎么说也是奢侈品呢。)。MKT 的面试有案例讨论等等。销售的面试有模拟销售等环节。大概二面是要 45 分钟左右,就是和 HR 聊天,让他喜欢你,让他认为适合这个工作。二面完了公司会掏钱要合格的人飞去上海三面。成都飞去三面的人是 5 个。

三面是面品牌的 GM,就是 BRAND MANAGER。这个环节我个人认为是最轻松的一个环节。因为大老板们都很喜欢我们这些年轻人得。有些品牌的理解啊什么的。都是看感觉了。如果我能回去做宣讲,我会好好讲我面试的情景的。文字表述不出来的。哈哈。因为我的大老板一下就看上我了,直接当场就给我发了 offer 了。

四面是 VP 面,也就是副总裁,每个部门的最大的老板(欧莱雅有四个 division 的),可惜的是这四个 VP 不是法国人就是英国人。由于我的老板的极力推荐,我们的 VP 出来跟我聊了几句就给我了 offer。不过当你能见 VP 得时候,说明你已经 90%拿到 offer 了,因为 VP 只见有潜力的候选人。所以大家要努力!!!

欧莱雅是个什么样的公司,一句两句说不清楚,等大家慢慢去发现。一定要去听宣讲啊,有小礼物发的哟。哈哈。

6.5 欧莱面试归来

首先说明下,本人没有通过网申,而是斗胆直接发 MAIL 到他们公司,然后有幸接到他们 HR 经理的面试通知,今天上午 10 点到欧莱雅上海公司面试。

面试前准备:

由于我刚从英国回来没几天,所以在发 MAIL 前,还不知道有网申这个东西,囧...但是没想到直接叫我去面试了,后来才知道,是因为国外留学生的关系...在面试之前几天,我也没有特意准备什么,而只是把他们 2008 年的年报,和他们的大概资料看了下,包括旗下所有品牌,针对的目标客户,企业文化,对新人需求等等...(主要是怕 HR 提问的时候回答不出)其他也没什么准备...

面试:

我是 9:30 到达公司楼下,因为听说电梯超慢,结果提前是有必要的,9:45 才到的 25 楼,再囧...

踏出电梯后,明显感到气场不同,公司环境简直就是通透,干净异常...也许是我见识的少吧,呵呵

在前台做了登记,(前台 MM 长的不错~)电脑填写表格...(全英文系统)非常简单,之后就是等待了...

等了大概半小时,期间有很多同学来面试,貌似也不知道网申的,而是面试碧欧泉的,具体职位未知,看上去也是刚毕业的。

之后再发呆之时他们的上海公司 HR 经理叫我了,是个女的,气质非凡,年纪超轻,带我进入了小房间,1V1 的开始了面试~

接下来我主要说一下她所提的主要问题,因为答案大家都是千变万化的...

- 1、自我介绍一下你自己吧
- 2、平时有什么爱好呢
- 3、从爱好中,你获得了哪些好处呢
- 4、你最大的优点和缺点是什么
- 5、你为什么来欧莱雅
- 6、你希望进入哪个品牌
- 7、你希望进哪个部门做什么职位,为什么
- 8、你有什么想问我的么...--(所有面试必有)

其他分支问题的话有什么你的专业怎么样,对以后有什么用,你对于欧莱雅了解有多少(网上看到的全部搬了出来)乱七八糟的很多。

最后说没问题了，问我有没有兴趣参加 MT，我当然说好啊，然后说，等通知吧...

我估计会不会直接入取了？等着和其他 MT 一起一面二面了？

文笔很差，只是和大家分享下，呵呵~

6.6 欧莱雅 ASDP 面试归来

一月四号，去了重庆大学参加欧莱雅 2010 届 ASDP 的面试。还没有面试的童鞋仅作参考。

群面的时候，西南片区一共发了有 120 份通知出去的样子，实际前来参加面试的同学有 70 到 80 人左右。进二面的有 20 个同学，最后签了的 10 人左右。废话就不多说了，面经：

一面由两个部分组成，一面时间 45 分钟，时间掐的很死，每一组十个人。

第一部分，我把他叫做语言组织，思维逻辑能力测试。每一个人抽一个卡片，限时 2 分钟，以自愿者的形式抽取，谁先抽谁先说，没有思考时间，如果非要思考时间的话，就是 5 秒的样子。我抽到的是让你感到最挫败感的事情，怎么面对的。我觉得这个部分是考察一个求职者的语言组织与思维能力的，就是看你在平时的生活中你的语言组织能力强不强，还有就是语言的逻辑顺序强不强。千万切忌不要偏离话题，不要东说西说的，没有逻辑顺序，没有层次，最好在 2 分钟之内说完，规定时间内没有说完估计要影响你的成绩。

题目有：最让你自豪的一件事情；最喜欢的一本书，为什么；最喜欢的一部电影；让你感到压力最大的一件事情；你面临的最具有挫败感的一件事情，你是怎么面对，怎么解决的；你最崇拜的一个人，为什么；对你打击最大的事情；对你影响对大的事情；在日常生活中你遇到自己不喜欢的人，你是怎么与他们相处的.....（这个题目都是关于于日常生活里边的事情对你的影响，或者是你喜欢的书啊电影啊之类的，还有就是某些人对你的影响，比如什么最崇拜，最讨厌的人对你的影响以及你的看法，大致就是这么的了）

笔者建议：1.这个部分一定在规定时间内说完。2.有人可能会问要不要自我介绍，我觉得可以有两种处理方式：一，在阐述话题之前用 20 到 30 秒自我介绍，简短有力，开始一定要说我是什么学校，什么专业，叫什么。一定要说自己叫什么啊，不然 HR 怎么知道你名字。自我介绍之后，阐述话题。二，如果你比较幸运，抽到的话题是什么对你打击最大的事情，挫败感最大的事情，你可以在阐述话题的时候引入自我介绍，明白吧，就是说在阐述话题的时候说明你是一个什么样子的人。比如：什么打击最大的事情，在阐述完是什么事情的时候，说下你是怎么样的一个人，你是怎么处理的。呵呵，这就节约了自我介绍的时间也，融入到话题阐述里边，也是表现当场处理问题的能力以及语言能力是否 OK 的一种方式。3.如果你的话题，能够让你恰如其分的引入欧莱雅这个集团的什么东西，就更好了，就是把欧莱雅与你的话题联系起来，知道了吧。4.语言精简，逻辑顺序得当。5.呵呵，小窍门，大家可以准备两个话题，一个关于积极向上的话题，用来套什么让你感到最自豪的事情之类的题目。一个关于不好的事情，你是怎么应对的，用来套什么最失败，最挫败，对你影响最大的题目。如果抽到什么喜欢的书，电影之类的题目，就祝愿大家不要紧张吧。我一个同学，抽到最喜欢的电影的时候，都开始说了，说了几句话，结果卡壳看，又给 HR 说能不能思考下，结果没有进二面。这个就是关于卡片的问题了。

第二部分，是群殴了。十个人，分成两个小组，每组 5 个人，抽一个话题，然后开始群殴。15 分钟时间讨论，两个组分别有 5 分钟时间阐述结论。HR 说，希望在讨论过后的阐述时间里边，每个人都能说话。（呵呵，我的理解是，希望像个团队的样子。）这个部分看看你怎么处理，处理的好，随便能过。我知道的有两个话题，第一个：小护士要不要上彩妆，为什么。第二个：用欧莱雅旗下某个品牌赞助奥运会某个赛事，为什么。我们小组抽到的是：欧莱雅旗下某个品牌赞助奥运会某个赛事。两个小组分开讨论以后，就开始群殴了。我们这组比较惨烈一些。刚刚开始，我还没有来得及说话，A 女生就开始说了用美宝莲，赞助游泳。这个时候 B 女生就说赞助花样游泳，因为花样游泳激情，热情，与美宝莲的品牌形象相符.....剩下的我，另外两个女生难得插上一句话。可能是这样的群面面多了，大家都知道这样的无领导小组需要表现。我最郁闷了，第一，对美宝莲不了解，在他们说之前我甚至不知道有防水的彩妆。第二，奥运会？我基本上不看。花样游泳，我想了半天都没有反应过来是什么，有点紧张以为是游泳，看谁速度快。幸亏他们在讨论，我才知道一点情况，于此同时我在用笔记录他们说的。HR 来回走，看情况，看大家讨论的过程。我在开始 5 分钟之内都是蒙的，因为我不了解啊。

郁闷，五分钟内，我一边记东西，一边思考该怎么办，在插不上嘴的情况下如何应对。最后，我在 HR 在我们面前的时候，很大声的说：我对美宝莲还有奥运会不了解，我给你们做记录员吧，一会总结的时候我总结一部分，你们再补充。然后得到大家的同意。小组讨论继续。在整个讨论中就是 A 女生与 B 女生最积极，A 女生尤其积极。整个过程中，HR 来回看。我们小组另外两个女生都有一句没一句的插话，我也是在大家讨论比较惨烈的时候提醒一下时间，还有我们的目的是拿出解决办法。最后 15 分钟很快就过去了，在最后，我记录了很多东西，就我在分配阐述的内容。我负责阐述美宝莲的自身产品及特点，以及面对客户群体介绍。然后分配给其他童鞋介绍其他内容。之后就是向 HR 总结阐述观点了。最后结束~~~~~在阐述阶段，大家都说了说自己的看法，只有一个女生没有说话。

笔者建议：在这个阶段，就是无情的群殴，呵呵，其实很多人都参加过了，参加过的童鞋都知道这个无领导小组就是看有没有潜在的草根领导。在此情况下，大家都比较的积极，竞相说话，竞相表现。竞争很激烈啊。我提醒一下，参加过群殴的童鞋都知道要表现，但是表现归表现，别太出众，因为我们小组的 A 女生没有能够进二面，我分析可能因为太 aggressive 了吧。我认为这个部分主要是看无领导小组里边的配合，而不是谁谁的单个表现，也就是说，你说话太多，领导大家的目的性太强，你也就离 pass 近一些了。这个小组讨论，我认为，看的仅仅是你这个人小组里边起到什么作用。比如，打仗，有师长，负责指导整个战斗；也有军师，负责出谋划策；也有指战员与战士。看的是你在整个小组里边是什么作用，有特别想当师长的，A 女生，结果出局了。我觉得这个师长的角色别去尝试，因为在当时会让你失去一种分寸的把握，太 aggressive 让你出局的快一些。军师的角色，适当的去当，就是说在讨论的时候在大家偏离方向的时候，引导一下，特别是在 HR 面前，引导一下，一句话就可以了。还有，教大家一个小窍门，如果第一，你比较沉默一些，对抽到的题目不了解，或者是别的童鞋太强势，你就避而求其次。其实在整个讨论开始，大家讨论比较积极的时候，有两个角色容易被忽略，一个是时间记录员，因为开始讨论，谁能记住时间啊？还有一个就是，我充当的角色，记录员，记录下大家的言语。呵呵，当时我聪明了一下，在开始讨论的 5 分钟之内，反应过来了这个部分的考察内容，其实我觉得并不是考察你是不是无领导小组的领导，看你表现多积极。而是考察你在整个团队里边的作用，你个人是不是为团队尽了自己的一份力。太 aggressive 不行，不说话也不行。考虑一下记录员的身份，避开了激烈的讨论，但是在记录的时候偏偏又潜意识的会起到领导作用，因为你是记录员啊，一会的阐述需要你的资料。你可以让谁谁再说他的观点，让没有说话的同学说观点，然后在最后根据大家的意向分配每个人阐述的内容。呵呵，这个就是我的意见了。记录员的角色挺好，于是就荣幸的进了二面。

关于二面，谈谈个人的感受，在非常激烈的一面的第二天就二面了，二面是一对一的单面。气氛很融洽，不过对我来说，可能因为我自身的经历比较的坎坷，都在说自身经历对自己人生态度的影响了。HR 没怎么为难我，就问了我三个简单的问题：一，你的简历里边对你影响最大的兼职。（我的兼职比较多）我就开始谈关于兼职怎么做市场，怎么给顾客做咨询，怎么开拓市场，怎么做宣传的东西了。二，问我用不用男生护肤品。呵呵，我一般用区城市的，因为比较便宜，呵呵。然后 HR 问我，针对区城市，你觉得他的潜在客户群体是哪些人群。我就开始分析从区城市选址都是在商场、步行街、商业街这样的人流量大的地方存在；店铺里边货架稠密，折扣比较大，品种多等方面分析。得出结论：2000 到 4000 的白领以及部分学生群体。第三个问题，问我是否能够拿到学位证。因为之前我经历坎坷，呵呵，犯过错误。我的二面在 30 分钟左右就结束了。HR 问的东西很少，主要是听我说我的经历，我说的部分大部分是围绕我的做市场的兼职的经历，给他分析我怎么做市场之类的话题。哦，对了，还有些小问题：你之前有没有拿到过其他公司的 offer，我照实说了，拿了 TCL 的但是拒绝了。问我为什么拒绝了，我说因为家庭因素，家里不想我走太远。顺道问：据说欧莱雅是很人性化的公司，会根据员工的个人意见分配工作地点，是否确如其事。然后 HR 开始给我解释：是.....还问我，对工资的期待，我说 2000 到 3000，这个数能够让我活下去，也能够体现我的价值，不过也尊重公司的意见，因为比较喜欢欧莱雅。问我对 ASDP 有没有什么了解，我说了点自己的看法，他给我纠正了下，以及给我说了 ASDP 的员工发展计划。呵呵，很 nice 得就完了，最后当场签了协议。其事 HR 都很好的。

对于二面，一个很爽肯的建议：1.千万不要撒谎，因为 HR 会根据你的言辞开始攻击你的漏洞，最后发现你是撒谎，你也出局了。2.务实一些，表现的真诚的想进欧莱雅，并且做过一些关于公司，产品的了解。但是在不清楚的情况下，别乱说，影响他是否决定要你。3.just be yourself，展现自我就好，自己是什么样子就表

现什么样子的自己，不要给自己乱添加一些没有的东西，比如经历，兼职经验，除非你能够很完善的说出来龙去脉，以及自己的心得体会。4.对于问及你的家庭，也就是看看你是否愿意其他城市共组。5.问我对自己申请的职位是怎么理解的，就是说对 sale 是怎么理解的，包括工作内容，工作条件之类的东东。6，因为我是男生，我下来听说面试官女生的时候会问及你是否使用彩妆产品，用什么品牌，为什么不用欧莱雅的品牌。平日都怎么打扮自己的，出入一些场合自己怎么打扮自己。问及你对于美的理解，体现之类的问题。二面其实不难，就是跟 HR 交流，HR 考察的我觉得主要是：你是否足够的坦诚真诚。是否愿意在艰苦的条件下从事销售，是否能够接受压力的挑战。是否真的愿意进欧莱雅。是否有信心做好工作.....对于这些我都用自己的经历给回答了。呵呵，二面，我觉得很轻松的就结束了。有同学面试的时候，HR 直接说，你没有气质做销售，你的气质不符合我们公司。我觉得吧，看你自己怎么应对了，其实觉得就是打击你，看你的临场反应。难道 HR 一开始的气质就适合 HR 这个职位？呵呵，大家多多考虑。二面总结：一句话，真诚的展现自我，表现诚心就好，自然一点。

6.7 欧莱雅 Finance 一面归来

今天下午参加了欧莱雅的一面，面完后感觉很不好，不过还是来跟大家分享一下，也许叫做“面试感受”会更好。

如同之前上海、北京的一样，开始两分钟抽卡片回答卡片问题并自我介绍，好像题目涉及校园最自豪的事情、学习期间最大收获、学校内最关注的事件、“美”在你心中如何定位等等，记不清了。

关键就是不要紧张，要有条理一些，个人觉得自己这点没有做好，郁闷。

然后就是一个案例，自由分成的两个组都进行讨论，15 分钟后 2 分钟的案例陈述。我们抽到的是一家小型出口企业 09 年 11 月有 300 万美金将闲置 6 个月，作为财务经理的你如何安排。组内每个人都要有陈述，具体分工看组的安排。

总之，今天的总体感觉就是应该在高速运转下找到自己最佳的表现方式。不要慌，不要看到别人很牛就自惭形秽，表现自己就好。

PS: 感觉今天参加的人都很牛，最起码每个人拿到题目能够不间断地回答出来，并能够很好的讨论，没有特别刻意的表现（只知道自己的那组）。觉得大家都应该拿到属于自己的 offer，也确实小小自惭形秽了，呵呵，给自己也给大家的一些建议：

- 1、还是那句“不要紧张”，尽力做好自己。
- 2、语速不要太快，这一直是自己的弊病。
- 3、自信，成为炮灰并不是自己太差，而是没有遇到自己的缘分雇主。继续加油！

感慨很多，有点乱，大家凑合看吧~

6.8 欧莱雅管培面经分享

重庆片区面试人数 57 个 有大概 10 个人左右没有来 有好多来霸面的

考官温柔的拒绝了所有霸王面的同学

看到自己的名字进入了二面名单很高兴！（重庆 18 个人二面 和 OLAY 笔试人数一样）

先是每个人抽一张卡片 就卡片的问题自由发挥 2 分钟 考官会提示到时间了

后面是一个代表抽一组的讨论题目

最后一个人总结

整个过程大概是 25 分钟左右

我们这组问题：你最大的缺点？喜欢的作家？大学里面最辛苦的一个学科？是否曾经邮购化妆品，为什么？

补充：二面刚刚过去~（什么都不用带，面试官那里都有我们的简历）

我提前半个多小时去的 也提前了半小时面试 面试时间是 32 分钟（我自己计时的）

先是自我介绍~

确实都是一些常规问题 都是关于自己简历上的经历（或许是因为我经历比较特殊吧）

问了另外一个同学 就问了解欧莱雅多少 也没有用过欧莱雅的产品 还有一些见到过很多次的开放性问题

最后有 13 个人收到 OFFER 了！谢谢大家的面经！

补充一点：08 届冒充 09 届过了面试的 最后拒绝提供 OFFER 了，但是 08 届的前辈们还是不要灰心，现在还是有很多单位要招 08 届的毕业生的

总会找到自己满意的工作的

祝大家好运！

6.9 欧莱雅 HR 面问题题库

- 1、自我介绍
- 2、抽取题目：如果欧莱雅是种动物、食物、颜色、名人.....，那么你们认为她是什么？
- 3、你觉得你自己有那些特质或特长能够让自己最适合进入 marketing 部门？请列举出三条
- 4、根据你回答的三条内容——详细做一些了解（这个就因人而异啦）
- 5、让你描述自己遇到过最棘手的状况，并且详细说明自己是怎样说服别人的
- 6、你最大的缺点？
- 7、你喜欢的作家？
- 8、大学里面最辛苦的一个学科？
- 9、是否曾经邮购化妆品，为什么？
- 10、你了解欧莱雅多少？
- 11、你有没有用过欧莱雅的产品？
- 12、谈谈你最尊敬的一个人的
- 13、谈谈你最喜欢的一部电影
- 14、谈谈你目前最大的压力来源
- 15、谈谈你近期关注的校园事件。
- 16、谈谈你的朋友、老师、同学如何看待你。
- 17、谈谈你最喜欢的城市或国家
- 18、你最委屈的一件事
- 19、你的兴趣爱好
- 20、你最喜欢/讨厌的一门课
- 21、如果你可以代言一个品牌，会选择哪个？
- 22、推荐一款你最喜欢的欧莱雅产品。
- 23、电视购物的好处？结合你自己的看法谈谈。
- 24、理肤泉要找新的代言人，你该如何去做？
- 25、为兰蔻找一个本土代言人，你该如何去做？
- 26、你觉得“美”最贴切的表现是什么？
- 27、能否分析下 pull 和传统的 push 有什么区别？
- 28、能否谈谈你最不喜欢和什么人打交道？
- 29、能否谈谈你最后悔的事？
- 30、能否谈谈你对对 MKT 的理解？
- 31、在实习中有没有遇到什么 misunderstanding？如何处理的？
- 32、你为什么会选择读研？

-
- 33、如果你公司的是 MKT，如何让一种新产品进入市场？
- 34、请简单描述快销的 Mkt 和 Luxury mkt 的区别

七、 欧莱雅集团工作经历&感悟

7.1 欧莱雅的培训生感言

试用期即将结束，标记着我已经作为管理培训生加入公司三个月了。当初选择欧莱雅，就知道自己选择的是一次冒险，一场充满惊奇的旅途。

2007 年的管理培训生招募已经开始，在 PKU 的宣讲会之前，我想总结一下从入职到目前为止的培训生活。一来可以给大家提供更多关于欧莱雅 MT 的信息以供参考，二来也是为我正式的回顾报告做准备。

入职热身周：集团为所有的 MT 准备了为期两周的热身培训，这真是一段难忘的时光，30 位来自各地的同事们聚在一起，参与课堂与室外活动相结合的各种培训课程。从而对欧莱雅的生意、市场、消费者产生最初步的认识。也学习在外企中工作的基本职业习惯、社交礼仪。欧莱雅的管理培训生计划有明显的学院性质，所以 30 个 MT 的关系就仿佛一个班里的同学。短短两周，面对之后的分别，已经是那么的不舍。初入部门/品牌：两周的热身结束，MT 们就会按照先前的计划进入自己所属的部门或者是品牌，为了加速 MT 的融入，部门/品牌也为各自的 MT 准备了迎新计划。在这一周的时间里，从高档化妆品部的 HR，品牌总监，到日常工作中直接辅导我的同事，都一一为我安排了面谈。其中有的侧重于公司文化、品牌故事的介绍，有的则是引导我进一步探索化妆品市场与欧莱雅所处的竞争环境。经过这一轮的培训，作为 MT 会清楚的知道将会同谁在日后的工作中以何种方式发生联系，以及碰到问题时可以找谁寻求帮助。

个人发展计划：每一个 MT，都拥有一份自己品牌/部门总监为其量身定制的一年期发展计划，该计划需要经过人力资源部的认可并由其协助跟进实施。选择 sales 还是 marketing，是我在求职时就犹豫不决的问题，一方面，对其中区别不甚明了；另一方面，我认为自己的特质在两个职能都有发挥的空间。这样的想法与我的品牌总监不谋而和，因此我最后得到了一份非常特别的发展计划：一年期的培训被分割成为四块，sales、training、marketing、CRM 各占一块。这已经不是在一个部门内部的轮岗，我有机会在欧莱雅第一年的工作中学习，尝试经营一个品牌的几乎所有方面。这真是一个很棒的培训计划！看到这里，你是否觉得欧莱雅的 MT 很有意思呢？引用招聘总监的话：“欧莱雅的 MT，就像是让富有激情和才华的年轻人和公司一起玩一场游戏，同学们在体验，我们也在探索与创新中开拓。”2007MT 的招募，将会在我这只“小白鼠”的基础上走得更远，因为今年将 sales 与 marketing 的 MT 岗位完全整合了。

培训模块一：从 8 月下旬开始，我进入了第一个培训模块，在这一部分中，将会隶属于 TC 部门（Technical & Commercial）在 sales 和 training 的领域中探索、学习。首先我和一名新招募的美容顾问一样，参加了关于产品知识和服务技巧的培训，只不过我的培训是速成的，一般情况下我们的新人需要 41 天才能出炉，而我上了三天的课就到柜台了。多亏 beauty 版的积累啊。你可以想象一下，我身着全黑的化妆师制服，腰间挂着数把化妆刷从容给客人介绍产品和化妆的样子。而在欧莱雅，每一个 MT 都有这样的体验机会。当我在柜台初步熟悉的我们的产品、顾客、服务流程之后，新的任务开始了。我的身份变成了销售主管助理，日常在柜台除了继续体验一线生活之外，需要以主管的角度审视专柜的运行，掌握表征生意的关键数据并向主管报告。因此我会关注专柜产品的陈列，美容顾问的仪容仪表、产品知识、服务水准，同时搜集、分析整理每日销售数据。“我的竞争对手是谁？采用何种策略让单笔购买件数及总金额得到提高？”成为我每天心里思考的问题。杭州、深圳、成都……老板交给我照顾的柜台越来越多，在欧莱雅的每一天，心得与收获也逐渐积累。我想我已经开始找到工作的感觉与状态了，对于接下来的培训模块，也充满了期待与信心。你呢？如果你对欧莱雅的管理培训生计划感兴趣，就马上申请吧！

八、 欧莱雅集团相关资料延伸阅读

8.1 在宝洁和欧莱雅工作的不同

去年我找工作的时候，面过宝洁市场部、欧莱雅市场部。深刻认识到，在宝洁的工作和晋升是非常系统化的，而在欧莱雅则是纵横交错一切都有可能的。比方做一个瓶子，刚加入宝洁的新人可能需要负责它的瓶盖，把这个环节做到极致，而我们欧莱雅的新人则需要负责它整个瓶子的设计到制作。事实上，我经常看到一个刚加入公司半年的管理培训生亲自运作几千万的庞大项目 我的几位刚加入公司的同事也已经有和公司 CEO ,CFO , 总监接触甚至共事的机会这是很有挑战的经历。大家如果观察一下宣讲会的工作人员，也能发现宝洁全国负责各个地区的招聘人员，每个流程的人员都是不同的，加起来可能有三位数之多；而欧莱雅从头至尾，全国范围就是一个 3 - 5 人的队伍在负责。宝洁的工作是一条条清晰的直线，而欧莱雅的工作则是一个一个交错的圆。都很有挑战性，都很精彩，但所适合的人是不同的。；)

8.2 欧莱雅品牌管理法则解析

欧莱雅已经有近 100 年的历史，公司的历史也就是欧莱雅品牌管理的历史。”

—欧莱雅（中国）总裁盖保罗

喻细花欧莱雅，创立于 1907 年的法国，在 2003 年的财富 500 强排名中位居第 373 位，年销售收入达到 135 亿多美元。2004 年 1 月，英国《金融时报》公布的“全球最受尊重公司”排名中，欧莱雅集团在总共 72 家上榜公司中名列第 20 位。2004 年 7 月 26 日，美国《商业周刊》公布了按市值计算的全球 1000 家最大的公司，欧莱雅集团名列第 78 位。这一系列数据的背后无不折射出历经近一个世纪沧桑的欧莱雅惊人的成长步伐。

品牌兼并：组建全球联合舰队

翻看欧莱雅的发展史，其全球扩张战略算得上是一部鲜活的品牌兼并史。在其所拥有的 500 多个品牌中，只有欧莱雅染发等少数产品是集团自有品牌。

1996 年，欧莱雅出资 7.58 亿美元收购了美国拥有广泛知名度的美宝莲公司，并着力将“美宝莲”打造成一个适用于全球各种族年轻、时髦、喜欢彩妆的所有女性的国际品牌”，目前美宝莲已经成为美国乃至世界范围内最畅销的化妆品牌。“美来自内心，美来自美宝莲”，这句早已深入时尚女性内心的理念正在中国广为流传。欧莱雅以此收购为契机，开始了推进品牌全球化扩张的战略。1998 年和 2000 年，欧莱雅先后收购了面向非洲裔美国人的洗发用品生产商软泽和卡尔森。欧莱雅首先看中的是非洲市场，而在它背后，是随着人口流动扩散到世界各地的非洲裔移民，这势必蕴含着一个潜力巨大的金矿。

当欧洲、北美等市场日益饱和后，欧莱雅与其他公司在化妆品方面的竞争更多地集中于亚洲。1996 年，欧莱雅全面落户中国，在上海建立了欧莱雅(中国)总部。2003 年，欧莱雅（中国）市场占有率从第 6 升级到第 3，在中国的销售额达到 15 亿人民币，比上年增长 69.3%，对欧莱雅集团来讲是增幅最高的。2004 年初，欧莱雅收购小护士（中国第三大护肤品牌，仅次于玉兰油和大宝）之后，又闪电般地虎口夺食，从宝洁手中“抢”走知名化妆品牌——羽西。这些动作一时震惊了整个化妆界。欧莱雅深知：大众护肤品在中国有广大的消费群，而其在中国现有的品牌大多集中在中高档市场，尽管利润丰厚，但要长足发展品牌就一定要向两端延伸。小护士和羽西中低端的定位刚好弥补了欧莱雅产品线的缺陷。与此同时，小护士在全国拥有 177 个经销商、2.8 万个销售网点，这对于欧莱雅拓展二、三级城市是大有裨益的——为其中国市场攻略提供了强有力的通路资源。

品牌架构：独创“金字塔”布局

作为世界最成功的化妆品公司的欧莱雅，其成功的秘诀很大程度上要归功于其品牌布局。如何给各个品牌进行清晰的定位，以满足不同的细分市场，从而使这些产品品牌之间不至于互相混淆，一直是欧莱雅精心研究的课题。

目前，欧莱雅已经将 10 个品牌引入到中国，加上刚刚收入囊中的小护士和羽西，其在华一共拥有 12 个品牌。“全方位的品牌及产品结构”是欧莱雅最为独特的优势，即按价格欧莱雅在中国从塔底到塔尖都有产品和品牌。欧莱雅把投放在中国的 12 个品牌比做一个金字塔：兰蔻、碧欧泉、赫莲娜是定位在塔顶的高档化妆品品牌；薇姿、理肤泉是定位在塔中的保健化妆品品牌；而巴黎欧莱雅、美宝莲、卡尼尔等则是定位在塔底的大众化的品牌。这些品牌定位各异，针对不同特点、不同层次的消费群体。欧莱雅中国有限公司总裁盖保罗说：“我们的使命就是向不同层次的消费者提供相应的不同层次产品。”

欧莱雅就是这样以“品位”来进行品牌定位从而形成鲜明的品牌区隔。因为化妆品是一个以情感性利益和自我表现性利益为产品主要诉求的行业，品牌与品牌之间的最大区隔不是功能，而是品牌所代表的不同的身份、不同的品位、不同的生活方式、不同的审美风格。欧莱雅集团现任总裁欧文中认为：所谓好的品牌管理策略，就是针对合适的顾客群体投放正确的产品。

品牌整合：借产品分销渠道进行

欧莱雅除了从产品定位上进行品牌区分以外，还利用分销渠道对不同品牌进行整合。欧莱雅（中国）的市场营销通路分为高档化妆品部、大众化妆品部、专业产品部、活性健康化妆品部等四大部门。在分销渠道的设计上，欧莱雅充分考虑产品的目标消费群体定位：（1）大众化的产品价格要容易让大众接受，销售渠道要十分广泛，消费者随时能看到，随时能买到；（2）中端品牌，如欧莱雅专业美发则是专业护发品牌，需要通过发廊美发师的特殊技巧和极具个性化的服务，使顾客得到整体享受，所以仅限于发廊及专业美发店销售；（3）薇姿和理肤泉通常通过各大中城市的专业药房经销；（4）高档品牌如赫莲娜等则在一些大城市当中最好的百货商店、百货公司设有专柜来进行销售。欧莱雅以这四大通路为经，以品牌为纬，形成一个具有强大整合能力的品牌矩阵，与其他企业营销架构根据产品功能特性分类不同，欧莱雅依托销售通路的布局实施品牌组合策略，以整合庞大的品牌体系。

此外，为了保证品牌定位战略落到实处，更好地管理好品牌，欧莱雅实行品牌经理制。欧莱雅的每一个品牌都有自己的品牌经理和营销经理，不同的品牌就相当于一个小公司，它们各自有一套广告、渠道、促销和定价策略。对于每一个品牌经理来说，品牌就像自己的孩子一样，方方面面都要为它设想。欧文中要求欧莱雅的地区经理必须经常到销售点上去传授品牌管理理念。在世界 150 多个国家和地区，欧莱雅的地区经理们经常会出现于化妆品商店中，指导售货员把中档与高档的欧莱雅产品分开摆放。

品牌文化：塑造多元化品牌弹性

品牌的文化特色也是欧莱雅品牌管理的成功哲学。欧莱雅旗下不少明星品牌来源于不同的文化背景，但它们的母文化并未因受控于一家法国公司而消失。当很多公司都试图将不同的品牌文化同化以使其在众多文化当中显得更具吸引力时，欧莱雅反其道而行，有意识地使旗下品牌的文化流显得更多元化。

为领导世界化妆品潮流，欧莱雅根据当地的人文特点，将其品牌注入了本土文化品位，而又融合了欧莱雅自身所抹不掉的异域情调。正如盖保罗所说：“我们不认为美在世界上只有一种模式，在不同的地区、不同的文化背景、不同年龄、不同性别的人群中，对美的理解都是不一样的。人们对美的感知不一样，对美的产品需求也是不一样的。所以我们从来不试图在全球推广一种美的模式。”

欧莱雅希望不同的品牌更多地展现其母文化，因此将那些辐射范围相对较窄的文化元素转化为一种营销的价值。这一策略有着十分突出的商业意义，美宝莲便是最杰出的典型。1996 年欧莱雅收购美宝莲后进行品牌改造。欧莱雅并未对美宝莲的品牌文化予以颠覆，而是以“美来自内心，美来自美宝莲”的主张放大品牌原有的文化效应。此后，美宝莲的销售额三年中翻了一番，并进入 70 个国家，美国以外的市场的销售达到其总收入的 50%。如今，欧莱雅品牌代表着意大利的高贵、纽约的随意、法国的典雅和东方的神秘。正是这种多元化品牌文化使得欧莱雅的品牌具有更大的弹性，在今天需求各异的化妆品王国里得以凸显自己品牌的巨大包容力。

品牌资产：全方位提升顾客满意度

品牌资产，需要从企业的品牌联想、品牌忠诚度和品牌知名度等方面进行积累，而顾客的满意度的提升对企业品牌资产的积累却更重要。顾客满意度又分为外部顾客满意度和内部顾客（即员工）满意度两个方面。欧莱雅认为：公司的价值创造是建立在消费者价值的基础之上的，正是从这个角度出发，欧莱雅不但通过和外部顾客保持良好的沟通，而且还通过内部顾客的管理来同时为其品牌资产积累做“加法”。

顾客沟通提升外部顾客满意度。在消费需求日趋差异化的今天，企业必须尽可能在如何保证品牌的个性和产品利益点能够照顾到其目标消费者的特殊需要上做文章，并建立和提升这一群体对品牌的满意和忠诚。为了快速提高欧莱雅在非洲的品牌知名度，欧莱雅通过开办培训班的形式，向当地美发师介绍欧莱雅护发产品，并教给她们使用产品的方法。通过消费者教育，让她们自愿接受欧莱雅。一个典型的例子就是欧莱雅的染发产品，最初进入中国的时候，顾客很难接受染发的观念，他们认为染发并不适合中国人。欧莱雅为了帮助中国消费者了解染发产品，邀请巩俐作为广告模特。作为有国际知名度的中国影星的巩俐拥有标准的东方人的头发，她身上具有东方人的高贵、典雅和美丽，欧莱雅邀请她作为品牌代言人，目的是告知消费者：染发同样适合中国人。以此和中国消费者进行更好地沟通，从而来创造和引导需求。

除了对顾客进行教育和沟通外，欧莱雅还通过随时随地对消费者的需求的跟踪来进行自身的产品研发，从而牢牢把握住消费流行的方向标。欧莱雅认为要对消费者需求非常敏感，包括对消费者兴趣的敏感，对消费者鉴赏能力的敏感，对消费者的消费倾向和爱好的敏感等。进入亚洲市场之后，欧莱雅很快就发现：虽然西方人以被阳光晒出的小麦色皮肤为美，但亚洲人特别是中国人欣赏的则是白皙亮丽。于是，针对这样的审美心理，欧莱雅各大品牌纷纷开发了美白产品，专门供应亚洲市场。

员工管理提升内部顾客满意度。内部顾客满意是达成顾客满意的第一步，因为员工在经营中的参与程度和积极性，很大程度上影响着外部顾客满意度。所以欧莱雅认为：提高员工的满意度决不能仅仅依靠金钱，完善的培训、开放式交流环境以及灵活的组织机制也是必不可少。

为了让本土员工具备全球化的眼光，欧莱雅采取“三点一线”的模式来进行培训。首先要求他们在中国国内了解当地的市场以及营销等基本业务知识；然后，近一半的职员将被送到欧莱雅设在新加坡的亚洲培训中心，同来自亚洲以及澳洲的同行交流学习，并由欧洲著名高校以及欧莱雅总部的高层管理人员为他们授课；最后一部分优秀员工还将有机会来到巴黎总部接受培训，在公司的不同部门学习和实地感受欧莱雅的营销战略。培训的共同的目的就是要让员工尽早融入到整个公司的经营运作体系中来。

欧莱雅的企业文化中洋溢着宽松和谐以及国际化的浓厚氛围，这可以从其总部上班人流中，从员工衣着谈吐中体味出来。在公司的咖啡厅里，你不仅可以听到法语、英语，甚至德语和亚洲国家的语言也不时飘进耳廓。各种背景不同的员工使得公司的文化体现出巨大的包容力。欧莱雅鼓励每个员工参与决策，并向他们提供机会表达自己对职业发展的需求。正是这种开放而灵活的管理机制使得欧莱雅的员工满意度不断提升。

8.3 欧莱雅各部门工作内容及员工要求

市场部

市场部致力于打造品牌，其品牌目标便是消费者。我们的目标是定位目标消费者并根据目标消费者的特质，提供满足他们需要的产品，建立良好的品牌形象。营造产品和服务与众不同，建立品牌、产品、目标消费者之间的联系。我们的日常工作是首先通过大量定性、定量的市场调研，了解市场，界定这个品牌的目标人群，研究目标人群的特点，包括他们的需求和喜好并对之划分优先级。随后我们会和研究部门进行沟通，进行产品的研发。之后我们要把开发出来的产品通过一系列的宣传活动、公关活动、广告、店内陈列样品、分发手册等方法，清晰而生动的介绍给消费者，满足消费者最大的需要，加强品牌在目标消费者心中的形象。此外我们还要跟踪消费者对相关产品的满意度，例如去商店看销售结果并分析数据，看看有什么需要改善的地方等等，如此循环过程，把整个品牌不断地螺旋上升。

市场部是一个艺术和理性的结合。我认为从事市场部工作的人，需要有一定的创新意识，我们会遇到不断变化的情况，需要根据变化来做出自己的变化，我们也需要有很强的分析能力，因为我们的工作不单单是做广告、做设计，还有很多细节的内容需要我们根据公正客观的数字进行分析，打好进一步工作的基石。最后我认

为良好的沟通能力是必不可少的，市场部需要和很多人打交道，有效的沟通因此变得尤其重要。

销售部

欧莱雅的销售部门主要负责产品在各种渠道的销售工作，这些渠道有各档百货店、大卖场、发廊等。销售部门对外代表公司形象，销售公司产品，对内和各个部门进行合作，争取更多的资源。销售部是一个与人打交道的部门，它需要和不同类型的人沟通，非常锻炼人。此外销售部是一个长期的工作，其他部门在短期一两年内可能有明显的工作成果，但销售部不是这样，它需要一定的时间积累，积累到一定阶段后就会有许多的机会，能够成就一番伟业。化妆品行业在中国的市场前景非常好，单单就巴黎欧莱雅这个品牌，每年正已 50%以上的速度在增长。但是再和日本、韩国、台湾地区相比较，中国市场还有非常大的潜力，非常广阔的空间。所以在这个行业从事销售工作，非常的有挑战性。

对于学生朋友们，我觉得做销售除了要有良好的沟通谈判能力外，还必须要持续积极的态度，遇到挫折不能退缩，要学会承受压力，这是非常重要的。并且懂得个体分工和团队配合相辅相成，这样才能热爱销售工作、做好销售工作。

事业拓展与市场研究部

顾名思义分为两部分，前者主要是更多在宏观层面上进行信息的收集，整合，为公司的战略规划提供前瞻性的资讯和建议。我们研究的话题是广泛而具有深度的，有些信息的研究未必能产生短期而直接的效益，但对公司的长期发展却是至关重要的。后者主要是针对具体的品牌，产品，渠道，价格和广告等市场营销要素进行相关的定量和定性分析，与消费者研究紧密结合。在具体执行上，事业拓展与市场研究双方的工作经常是相互借鉴与补充的，是一个不可分割的整体，同时也是整个公司所有品牌共享的统一信息资源。

作为事业拓展与市场研究部门的一员，我们需要对市场和消费者具有敏锐的洞察力，能够透过现象看本质。我们要站得高，看得远，具有前瞻性，但同时脚又要牢牢的站在地上，脚踏实地，不断地积累自己。大学生们更加要有开放的眼光看新事物，心中要充满好奇，勇于打破思维定势，这样在我们事业拓展与市场研究部就可以大展鸿图。

财务部

欧莱雅的财务部的职责主要是通过财政规划、现金管理、财政建议等手段保证公司及旗下每个品牌达到预期的收益目标。欧莱雅的财务部门分为控制与计划部、会计部、法律部和采购部，每个部门各司其职。控制与计划部主要负责做出预算、年度预测等，从财务的角度给与公司商业建议，管理财务资源的配置调整，以确保生意目标的达成。会计部的职责包括帐务、现金和税收的管理，由于欧莱雅的国际性，外汇风险的控制也是会计部工作的一部分。法律部管理着与公司相关的法律事务，例如知识产权的保护等。采购部则是负责办公用品、礼品等非产品类的采购工作。

财务工作每天会面对大量的数字，对于数字敏感、细心是从事这个工作的人必备的素质。我从事财务这个行业近 20 年，一直觉得这个部门不是一个被鲜花和掌声簇拥的部门，它一直在公司的后台默默工作，所以要求从事这个职业的人要有耐心。做一个好的财务工作者，对经济敏感也是必不可少的，因为他要能对公司的运营提出财务方面的建议。在欧莱雅这样的企业做财务工作与在专门的会计公司有所不同，前者着眼于更细致、深入的公司运营，而后者更宏观，相对也比较表面。两者的选择则取决于同学们对于未来职业道路的规划。

人力资源部

我们的人力资源部主要分为招聘部、培训部，工资福利部和事业部，每个部门根据其侧重点不同工作内容也各有不同。招聘部门的 HR 每天会大部分的时间在招聘面试和简历删选，整理信件和发放招聘信上。培训部门的 HR 会把大部分的时间和精力用于安排培训课程及检查培训课程的效果上，其余的时间会用于培训资源的选择和安排培训课程的细节，如地点、人数等等。工资福利部在整个人力资源部内相对是一个比较基础、细致的部门，这个部门的 HR 有大部分的时间会花在整理数据，如员工的工资，个人资料等等。其他的时间会用于了解市

场的法律体系，工资福利情况等等。事业部的 HR 是以其他三个部门的工作为基础，以单一的窗口面对，处理所有事业部的同事的需求和任何问题。

HR 与其他工作不同，对经验和能力的要求是成对比的，所以要成为一个好的 HR，需要一定的时间，他必须有很丰富的人生经验和阅历，才能制造良好的工作环境，了解员工的问题和情况，让员工能热爱工作。要成为一个好的 HR，良好的沟通能力是必须的，其次他需要灵活开放的思维，能接受员工的各种言论。另外，HR 的工作性质决定了这份工作需要处理的事务繁多但又比较琐碎，如一天不停的看简历，面试等等，耐心和细致也是这份工作不能缺少的。总而言之，HR 是一份很具有挑战性的工作，也是一份需要无时无刻用一颗真诚和关怀的心来面对的工作。

公关部

对外交流与公共事务部门就是我们常称的公关部，它分为集团公关和品牌公关。集团公关的任务是帮助欧莱雅中国，建立、维护和提升她在受众中知名度和美誉度。品牌公关的任务则是建立、维护、提升欧莱雅品牌的知名度和美誉度，它直接服务一个或多个品牌。这个受众包括员工、潜在员工、媒体、政府、组织等。无论是集团公关还是品牌公关，都是为连接企业内部与外部而服务的。我们会举办活动，如在高校进行校园义卖资助贫困学生，与联合国科教文组织合作奖励杰出的女性科学家传播她们的美和精神。我们也会做非常细致的工作，如和新闻媒体的联络、资料的收集、细节的考虑等。如果用百分比来计算我们的工作，那 1% 是光鲜亮丽的台前活动，99% 是细致繁琐的准备工作。

我们希望从事公关工作的同学们，要有必须的沟通能力和专业能力，例如写作能力。同学们要有责任心，有热情，思维开阔，学习能力强，具有一定的敏感度，关心社会热点、切合时代脉搏，乐于接受挑战、懂得安排工作先后次序等。我们也希望同学们能够认真完成细致、繁琐的工作，处理好细节问题。当然，一定的应变能力、适应能力也是我们公关工作需要的。

物流部

作为物流部的员工，我每天的工作就是负责制定与管理业务指标，通过对指标的分析，更有效的配合销售部门运作；制定生产计划并与市场部进行分析讨论；和工厂沟通，确定产品的供应；与分销商沟通，确定分销商的进货与出货记录。

物流是非常灵活的体系，我们员工对变化的适应能力要强，也要有较强的沟通能力，这样才能很好的与公司内部以及工厂和分销商进行沟通；由于这个工作的细致程度，我们的员工必须具备较强的逻辑思维和分析能力；另外，对物流工作有激情、有创新精神、懂得怎样优化系统流程和节约成本也是非常重要的。

工业部

作为工业部的员工，我每天的工作就是追踪工厂生产过程中的细节，对工厂生产流程的控制。基本上每两个星期我都会去一次工厂，与供应商联系原材料、与市场部讨论产品细节、和不同国家的供应商生产沟通，去供应商所在的公司检查他们的产品是否符合我们的要求，并进行相关资格的确认，以期对所有的资源进行更好的整合。

我们的员工必须从基层开始学习，了解工厂的运作；了解从原材料的采购到半成品再到成品的整个过程；了解原料和包装、采购及生产线的运作；我们是一个强调统一化的部门，节约能源、重视细节、优化工作链是我们的责任；同时，我们的员工必须具备良好的沟通能力，这样才能在与部门内部人员、公司其它部门、工厂、供应商的交流中实现没有障碍的沟通。

产品研发部

我们的工作不是单一运作，而是与市场部门充分合作来达成的：首先，市场部通过调研和分析，确定一个理想的新产品所需具备的特性，我们会针对这些特性来调配出产品配方，并且与市场部讨论如何优化配方；其次，我们会和消费者配合来对该配方进行测试，以确定产品效果并提交测试结果的相关报告；之后，我们会将

通过消费者测试的配方交给工厂试产，并在此过程中进行技术性指导，最后出具产品试产合格报告；经过这样一个流程，这个产品就会正式投入生产了。当然，我们也会协助其他部门，提供物流或技术支持，同时也会协助解决消费者在使用过程中所遇到的问题。

我们要求员工有严谨而科学的工作态度，通过在基层的工作，了解相关的技术知识和安全知识，同时也要具备对开发工艺的创新性思维；就艺术性而言，我们员工对美和时尚的敏锐度和领悟力也是极为重要的。当然，这样一个专业的领域，相关的专业技术背景和良好的沟通能力也是必不可少的。

如需获取[欧莱雅集团](#)本年度校园招聘最新进度

了解最新[欧莱雅集团](#)笔经面经资料及招聘内幕、与同样关注该企业的应届毕业生交流讨论

敬请关注大街网[欧莱雅集团 2012 校园招聘俱乐部](#)



<http://loreal.dajie.com/>

声明 :欧莱雅集团 2012 校园招聘大礼包为大街网(www.dajie.com)原创总结,请不要用于其它商业用途。
内容为历年精华整理提取,不排除该公司今年改变流程或者细节,为此可能造成的误解或损失,与大街网无关。

-----豪华名企专属 CLUB 站点, 专为校园招聘服务-----

行业	公司	行业	公司
四大会计事务所	毕马威(KPMG)	网络	百度(Baidu)
	德勤(Deloitte)		腾讯(Tencent)
	普华永道(PwC)		谷歌(Google)
	安永(E&Y)		新蛋(NEWEGG)
消费品 & 零售 & 服装 & 家具	宝洁(Procter&Gamble)		阿里巴巴
	高露洁(Colgate)		搜狐公司
	联合利华(Unilever)		网易互动娱乐(163)
	欧莱雅(L'Oréal)		新浪Sina
	强生		盛大网络(SNDA)
	雀巢(Nestle)		摩托罗拉(Motorola)
	箭牌(Wrigley)		诺基亚 (NOKIA)
	可口可乐(Cocacola)		华为(HUAWEI)
	百事可乐(Pepsi)		中兴(ZTE)
	金佰利(Kimberly-Clark)		中国电信(CHINA TELECOM)
	英博		中国联通(CHINA UNICOM)
	中粮集团		中国移动(CHINA MOBILE)
银行类	沃尔玛公司	广东移动	
	中金(CICC)	江苏移动	
	中国邮政银行	北京移动	
	招商银行(CMBC)	BOSCH(博世)	
	中国银行(BC)	丰田(TOYOTA)	
	中国建设银行(CCB)	戴姆勒-克莱斯勒	
	中国工商银行(ICBC)	广州本田(Honda)	
中国农业银行(ABC)	汽车	CCTV	
		媒体	

	渣打		中国青年报
	花旗(Citibank)		新华社
	汇丰银行		外研社
	恒生银行(HBC)	保险	中国人寿
	国家开发银行		中国人保
	中国交通银行	能源/	BP石油
	中国人民银行	化工/生物/	陶氏化学(Dow)
	中信银行	制药	巴斯夫(BASF)
	深圳平安银行		斯伦贝谢 (SLB)
	深圳发展银行		壳牌(Shell)
	光大银行		中石化
	中国进出口银行		中石油
	澳新银行 (ANZ)		阿海珐集团
	中信证券		埃克森美孚(ExxonMobil)
	招商证券		勃林格殷格翰集团
	南方基金		中国广东核电集团
	浦发银行(SPDB)		中国核电工程有限公司
咨询公 司	麦肯锡(McKinsey)		艾默生(EMERSON)
	贝恩(Bain)		德固赛(Degussa)
	摩立特(Monitor Group)	物流	美国总统轮船公司
	奥浦诺(Opera)		TNT
	尼尔森(Nielsen)		马士基(Maersk)
	埃森哲(Accenture)		中集集团
IT	英特尔(Intel)		北京首都国际机场
	联想(Lenovo)	机械/	ABB
	微软(Microsoft)	电气设备/	施耐德(Schneider)
	IBM	自动化/重	西门子(Siemens)
	惠普 (HP)	工/轻工	中国南方电网
	思科(CISCO)		霍尼韦尔(Honeywell)
	甲骨文(Oracle)		三一集团
	威盛电子(WorkSoft)		国家电网
	神州数码(DigitalChina)	电子电	松下(Panasonic)
	朗讯科技	器	通用电气(GE)
房地产	万科集团		美国国家仪器(LG NI)
	中海地产		泰科电子(Tyco Electronics)
	保利		美的(MIDEA)
	龙湖地产		飞利浦(PHILIPS)
	碧桂园		索尼(SONY)

大街网(www.dajie.com)

大街网以实名制为基础，致力于为用户打造真实、高效、互动的求职/招聘平台。

大街网创新的将传统 SNS 应用到招聘领域，为用户提供 Web2.0 下真实、精准、高效、可靠的双向对接撮合服务，使用户时间与关系在互联网沉淀并创造实效 GDP，引领整个招聘行业走向高精度、高效率的价值革命。

大街网的使命——让天下没有难找的工作，难觅的人才

我们相信，创造与成就，是人的生存动力。大街网连接你和你的朋友，提供 Web2.0 下真实、精准、高效和可靠的双向对接体验，帮助个人求职者与企业招聘之间实现最佳匹配。

我们期待，良好的沟通为成长与发展的源泉。在大街网，给你的不仅仅是求职机会，更多的自身修养与职业人脉的沉淀，在沟通交流中产生 SNS GDP，创造新生的社会价值。

我们钦佩出色的精英，我们也敬重争吵不休却坚忍不拔的团队

在大街，企业 wiki 权威、鲜活、亲和、互动

在大街，用户求职高效、生动、沟通、分享

从社会实践、实习到应届求职、职场规划、职位升迁.....

在这里，聚合成就的原动力!

