

应届毕业生求职系列

WWW.YJBYS.COM

Roland Berger
Strategy Consultants

YJBYS求职网 编著

罗兰贝格 2014求职宝典



YJBYS致力于提高应届毕业生就业率
以及实现社会人力资源的最优配置

罗兰贝格求职宝典

前言

罗兰·贝格国际管理咨询公司（RolandBerger）自 1967 年在德国建立以来，已经发展成为全球最大的源于欧洲的战略管理咨询公司。目前，罗兰·贝格在欧洲、亚洲、南北美洲 25 个国家设有 36 家分支机构，咨询顾问来自近 40 个国家，形成了行业中心与功能中心互为支持的跨国服务力量。借助紧密联系的公司内部网络和全球知识库，我们的多文化咨询团队为客户提供国际水准的优质服务。

为了帮助广大想进入罗兰贝格工作的应届毕业生在竞争中脱颖而出，顺利得到罗兰贝格的 offer，应届毕业生求职网（www.yjbys.com）职场专家收集相关的资料，根据近几年的罗兰贝格校园招聘的实况，总结出罗兰贝格的求职宝典（2014 修订版），供 2014 届应届毕业生参考和借鉴。

本宝典本着为想进入罗兰贝格的同学服务的目的，帮助大家更好地了解罗兰贝格而编撰。宝典分为八部分，包括企业背景、福利待遇&职业发展、校园招聘、宣讲会秘籍、网申秘籍、笔试秘籍、面试秘籍、常见问题（FAQ）。其中前两章介绍了罗兰贝格的背景资料，比较详尽。在这两章中，我们对罗兰贝格发展历程、企业文化、主营业务、业内地位、福利待遇、员工关怀、职业发展空间等大家最关心的问题进行一一阐述，详尽直观。在其后的六章中，我们通过对罗兰贝格的整个校园招聘流程的分步解读，为关注罗兰贝格的求职者提供了详尽、实用的求职攻略。让同学看完本宝典后，对罗兰贝格的校园招聘有一个更深的了解，求职时更加得心应手，成竹在胸。

下面，让我们站在应届毕业生的角度，以职场第一手信息，从根本上解决求职者的疑惑，详细解答进入罗兰贝格的每一个关键步骤。

目录

前言.....	2
目录.....	3
一、 企业背景.....	4
1.1 罗兰贝格概况.....	4
1.1.1 企业名片.....	4
1.1.2 发展历程.....	4
1.1.3 组织机构.....	5
1.1.4 企业文化.....	6
1.2 主营业务&业内地位.....	7
1.2.1 主营业务.....	7
1.2.2 业内地位.....	14
1.3 工作地点.....	15
二、 福利待遇&职业发展.....	16
2.1 福利待遇.....	16
2.2 员工关怀.....	16
2.3 职业发展.....	16
2.3.1 晋升机制.....	16
2.3.2 培训机会.....	17
三、 校园招聘.....	18
3.1 2013 年罗兰贝格校园招聘岗位&要求.....	18
3.1.1 校招岗位&要求.....	18
3.1.2 校招岗位对比.....	19
3.2 2013 年罗兰贝格校园招聘流程&日程.....	19
四、 罗兰贝格宣讲会秘籍.....	20
4.1 宣讲会信息查询.....	20
4.2 宣讲会小贴士.....	21
五、 罗兰贝格网申秘籍.....	23
5.1 网申入口.....	23
5.2 网申内容.....	23
5.3 网申小贴士.....	23
六、 罗兰贝格笔试秘籍.....	24
七、 罗兰贝格面试秘籍.....	24
7.1 面试概述.....	24
7.2 面试经验.....	24
7.3 面试小贴士.....	29
八、 常见问题（FAQ）.....	29

一、企业背景

1.1 罗兰贝格概况

1.1.1 企业名片



公司 Logo:

公司全称：罗兰·贝格国际管理咨询公司

中国公司总部：中国上海

创办时间：1967 年

创始人：罗兰·贝格

开展业务：营销咨询

地址：上海南京西路 1515 号嘉里中心 23 层

邮编：200040

客服电话：+86 21 5298-6677

公司官网：<http://www.rolandberger.com.cn/index.html>

1.1.2 发展历程

1967 年：独立创业

1967 年，罗兰·贝格先生在慕尼黑建立了自己的公司--“罗兰·贝格国际营销咨询公司”，当时他的支持工作人员只有一人。一次，在为一家名为 Touropa 的旅游公司解决营销问题之后，他幸运地获得了一个大项目--帮助 Touropa、Scharnow、Hummel、Dr.Tigges 四家企业合并，打造巨型旅游业航母 TUI 集团，这也是罗兰·贝格公司成立之后的第一笔重要生意。此后，一些重要项目接踵而来，包括为印染企业 Hoechst 的某种产品制定垂直市场战略，以及为一家德国大银行的财务顾问业务提供创新性的营销理念。公司的业务规模每年翻番，仅仅三年后的 1970 年，公司咨询业务收入就达到 560 万德国马克。到 1973 年，罗兰·贝格已发展成德国第三大咨询公司。

与此同时，公司的组织形式也在迅速改变，从创立时的个人公司发展成合伙制企业，提供的服务也从营销战略扩展到更广泛的领域，形成了多种咨询服务的业务组合。自创立之始，公司就以国际化为理念，70 年代中期，公司在米兰、巴黎、伦敦、纽约和圣保罗等地建立了办事处。此外，在控股公司之内又建立起猎头服务等业务分公司。

经过十年的成长，罗兰·贝格公司的员工已超过百人，每年的咨询业务收入近 2000 万德国马克。公司在德国本土建立了多家分支机构，同时继续着国际化的征程：1977 年，与英、法、意、瑞、荷等国的企业组成国际咨询联盟 TIG；1979 年，与日本最大的咨询企业之一“日本管理会”建立合资企业。1980 年，罗兰·贝格公司被美国历史最悠久和盛名卓著的咨询协会 ACME 吸纳为会员，成为进入该协会的第一家欧洲企业。

80 年代至今：发展为业务国际化的领先战略咨询公司

在 80 年代中期以前，罗兰·贝格公司超过半数的业务来自战略咨询业务。而从 80 年代中期开始，它迅速发展成为服务多元化的顶级管理咨询公司，并相继在圣保罗、巴塞罗纳、马德里、东京、维也纳、里斯本、巴黎和布宜诺斯艾利斯等地建立了分支机构。进入 90 年代，公司员工扩大到近 500 人，年咨询收入达到 1.75 亿德国马克（1990），收入中的 28% 来自国外业务。

随着欧洲铁幕时代的结束，公司在 90 年代早期把业务扩张到中东欧，在莫斯科、布拉格、布加勒斯特开设了办事处。继此之后，公司又先后在布鲁塞尔、上海、苏黎世和布达佩斯开设新的办事处。虽然早年已在纽约开设办事处，但由于 1987 年德意志银行收购罗兰·贝格公司，其在美国市场的扩张在一定程度上受到了银行控股条款的限制，公司在美国市场的发展一度主要通过当地伙伴建立战略合作关系的方式展开。直至 1998 年，罗兰·贝格公司进行了管理层回购，罗兰·贝格先生及其伙伴从德意志银行手中买回股权，使公司重新成为一家完全由合伙人所有的独立企业，其在美国的业务发展的障碍才得以消除。同年，底特律办事处设立，新的纽约办事处和旧金山办事处也分别于 1999 和 2001 年开业。

2002 年 12 月，罗兰·贝格战略咨询公司的合伙人选举出了新的管理层，于 2003 年 7 月 1 日履任。公司创始人罗兰·贝格博士进入公司顾问委员会。为适应公司迅速的国际扩张要求，非德国合伙人进入了最高管理层。布克哈德·施万克先生被任命为新的执行委员会负责人，安东尼·博纳尔多先生担任常务负责人。经过长期而精心的准备，新一代管理层成功地接过了罗兰·贝格公司的接力棒。

2004 年 10 月，罗兰·贝格公司对最高管理层进行了扩充，德克·瑞特先生和文森特·麦西尔先生加入公司执行委员会。布克哈德·施万克先生被选举为首席执行官，安东尼·博纳尔多先生继续担任常务负责人。最高管理层的力量扩充为公司业务的国际化扩张提供了更有力的支持。2006 年 12 月，合伙人再次推选原执委会继任。

1.1.3 组织机构

罗兰贝格全球 CEO——马丁·C·威蒂什

马丁·C·威蒂什（Martin C. Wittig）（1964 年出生于德国）。他于 2010 年 7 月被全体合伙人推选为罗兰贝格管理咨询公司首席执行官。威蒂什于 2003 年 7 月入选罗兰贝格全球董事会。在 2010 年当选首席执行官之前，他担任公司的首席财务官。

马丁·C·威蒂什曾在亚琛工业大学主修采矿工程和工商管理，于 1990 年获得学位。他还在柏林工业大学取得了工程学博士（最高荣誉）学位。在入学前和就学期间，马丁在采矿行业做了近两年普通工人。毕业后，他在柏林工业大学担任讲师，并从事采矿业项目融资。他于 1995 年加入罗兰贝格管理咨询公司，并于 1999 年当选为合伙人。

2001 年 1 月，他出任罗兰贝格苏黎世办公室的执行合伙人及董事。在他的领导下，苏黎世办公室逐步获得市场第三的地位。他于 2003 年 7 月被全体合伙人推选为罗兰贝格管理咨询公司全球董事会成员，并于 2006 年 12 月再次当选。

罗兰贝格亚洲区总裁——常博逸

常博逸先生现任罗兰贝格管理咨询公司亚洲区总裁，并于 2010 年 7 月当选公司全球董事会成员。常博逸先生加入罗兰贝格后曾担任巴黎办公室的资深合伙人，主要负责金融与私募股权、能源及公用事业领域的业务。常博逸先生的职业生涯始于巴黎和伦敦，当时他是法国兴业银行的投资银行家，1997 年至 2001 年期间在另一家著名战略咨询公司任副总裁。常博逸先生重点关注欧洲、中东、美洲和亚洲地区，负责战略、并购和大型绩效改进等领域的项目。常博逸先生是法国政府的在华经济顾问（外贸顾问），同时是欧盟商会上海分会的董事会成员，致力于推动中欧两地公司、政府和商业团体之间的合作。2010 年，上海市政府授予常博逸先生白玉兰奖章，以表彰其杰出的领导才能以及对上海经济发展所作出的贡献。常博逸先生经常接受彭博电视、CNBC 电视等财经媒体的采访。常博逸先生是《中国的管理革命：精神、土地、能量》一书的作者。常博逸先生拥有哈佛商学院 MBA 学位，Ecole Centrale 学院授予的理工学硕士学位以及巴黎大学的法学硕士学位。

1.1.4 企业文化

“出色的管理咨询顾问不仅仅是睿智的分析家和战略家。此外，他们还拥有多样化的背景的和极具创造力的人格魅力。每一位罗兰贝格的咨询顾问都致力于我们的三个核心理念：卓越精神、企业家精神及合作精神。这些理念引领着我们所有的商业行为。因此，我们能创造出持久的可衡量的价值。”

卓越精神

全面细致的分析、富有创造性的战略设计以及值得信赖、系统缜密的解决方案都是一家顶级的咨询公司所应具备的特点。然而，思维敏锐深邃，想不敢想，为不可为同样至关重要。对罗兰贝格而言，追求卓越是我们每一位咨询顾问不可或缺的品质。

百尺竿头，更进一步

我们的研究范围覆盖每一个对客户成败攸关的战略课题：企业成长，资产组合优化，国际化运作，跨国兼并和收购，并购后整合，营销和品牌战略，战略联盟，企业重组以及价值管理。我们有 76% 的项目是具有国际化特性的，因此，我们的优势在于用全球化的视角来整合当地的专业资源。我们在每一个项目中，都非常注重启用对项目所在国有着透彻了解的当地专家。项目期间和项目之后的严格质量控制可以保证我们所有的项目成果都符合同样卓越的质量标准。我们不会轻易的满意，直到让我们的客户满意为止。

最佳理念——最佳实践

在吸纳新的咨询顾问加盟的时候，我们十分注重个体的差异性，我们深信这将有助于提高团队的创造力。我们年轻的咨询顾问团队是来自于世界享有声望的一流高等学府的毕业生，拥有不同的文化和学术背景。我们许多资深的咨询顾问在加入罗兰贝格之前都曾在知名公司身居要职，对他们曾经服务的行业有着透彻的理解。我们的人力资源管理体系专注于帮助员工不断地成长，激发他们蕴藏的潜能。对我们而言，追求卓越同时也意味着和一流的学术机构携手，大胆尝试推广富有开创性的管理战略。

企业家精神

对我们来说，企业家精神就是事业的成功以及为追求成功而勇于承担责任的气概。企业家精神意味着特立独行地工作，无畏地承担风险和探索非同寻常的创意，只有这样，我们才能为客户提供超越想象的价值。这种企业家的精神是罗兰贝格的根基，是与生俱来特质。

承担责任

我们核心任务之一就是帮助商业和政治领域的高层决策者成为企业家。我们致力于把罗兰贝格塑造成优秀企业家分享资源的网络 and 平台。作为一个独立的，值得信赖的伙伴，我们所处的特殊位置使我们能为客户提供客观的信息。帮助客户敏锐地预测和回应市场的趋势和发展，是我们责无旁贷责任。作为具有开拓精神的企业家，我们对成功的商业创意深怀敬意。从 2005 年起，我们开始在欧洲举办年度性的——欧洲最佳企业评选活动(BEB)，以此对欧洲取得杰出成就的企业给予奖励。

为了持续推进具有开拓性的最佳实践，我们一直与全球政治、工商、学术领域以及相关媒体的思想领袖保持着紧密的联系，这使得我们在坚实的国际化经验和专业知识的基础上，始终保持着开阔的全球视野。无论你身在何地，我们匠心独具，环环相扣的解决方案都可以应用到各个相关的市场。

合作精神

见证客户的成功是我们全部事业的基点，是我们倾注所有精力不断追求的目标。这需要我们拥有极致的专业素养、忠诚的敬业态度和坦诚开放的心胸。因此，我们致力于营造和建立诚挚互信的精神和有益于建设性对话的氛围，不断努力，把客户和我们的咨询顾问锻造成真诚合作的团队。这就是为什么合作精神是我们的核心理念之一。

客户：我们的合作伙伴

作为细致入微的伙伴，我们坚持不懈，用毫无保留的奉献精神 and 我们的客户通力合作。我们绝不会停

下追求完美的脚步直到为客户提供量身定制，令其受益颇深的解决方案。我们每一个项目的每一个步骤都和客户的管理模式环环相扣，紧密结合。定期合办的专题研讨会保证每一位参与者对我们建议的方案心领神会，并为他们提供全面的支持使方案付诸于实践。

团队合作——共同解决

我们同时致力于和我们的顾客共同攻克实践的难题，以期我们的战略设计能够达到预想的目标。合作精神是我们一贯秉承的座右铭。我们不断地完善自身能力，培育富有建设性的团队合作。根据每个项目不同的特质，我们始终坚持精挑细选行业内专家和各类专业人才组建能够准确满足客户需求的精英团队。

1.2 主营业务&业内地位

1.2.1 主营业务

行业中心

我们专注于从自动化到旅游业等各个最重要的领域。

汽车

汽车行业中心与全球领先的乘用车及商用车、汽车分销商和零售商，以及汽车供应商和汽车服务提供商一起紧密合作。

服务领域：

- > 评估市场及竞争环境，制定总体战略
- > 优化公司管理架构，实现重组和业绩提升
- > 设计合理的品牌定位和品牌架构
- > 规划产品型谱战略，支持新车型上市，制定实施计划
- > 诊断和优化企业研发体系
- > 制定和实施全球/区域采购战略
- > 制定并优化供应链管理及物流管理策略

政府与公共组织

我们帮助政府部门与公共机构改善运作，以满足服务公众的需求和应对预算不断减少的现状。我们理想的公共机构是：精简、有力的组织，将创新性的解决方案与具有可操作性的想法相结合。我们吸取欧洲及世界各国政府部门的运作经验，并将它们运用到我们的咨询项目中。

能源、公用事业及化工

随着经济社会的快速发展，能源已经成为中国及世界其他主要国家都必须面对的最突出的战略性问题。全球各主要国家给予能源及公用事业(包括电力、燃气和供水)行业前所未有的政策及资金上的扶持。中国能源、公用事业及化工行业正处于市场竞争加剧、行业转型初显和价值链整合加速的时期。企业在战略选择、运营效率、管控能力、价值链整合等领域都需要不断优化提升，才能在市场上立足与发展。

服务领域：

- > 设计企业的愿景及战略以实现持续的成功
- > 协助中国企业制定走向世界的国际化战略
- > 协助跨国公司制定开发中国市场的战略
- > 评估市场机会，制定市场战略
- > 制定品牌和营销战略

- > 设计管控体系及组织架构
- > 评估运营业绩，设计内部绩效考核体系
- > 通过运营优化及业务转型来帮助企业提高组织及运营绩效
- > 改善核心业务流程
- > 提升供应链管理能力
- > IT 战略和结构设计
- > 企业收购与兼并支持（评估并购目标、协助并购后整合等）
- > 寻找适当的合作伙伴并评估合作风险
- > 对公用事业体制改革、产业结构调整及风险管理提出建议
- > 节能减排的解决方案及机制建议
- > 对新能源和可再生能源产业的发展提出建议
- > 新能源和可再生能源的技术、政策及风险评估
- > 新能源和可再生能源的市场分析、进入战略及国际合作

工程产品及高科技

工程产品及高科技行业中心为企业在主要商品及与项目相关领域中提供综合性的策划管理顾问咨询。我们把丰富的行业技术实践经验与罗兰贝格用户化工具、一个博大的国际专家网络、同样重要的是，与我们的目光敏锐的、有很大积极性的咨询顾问们结合起来，支持我们的客户，帮助他们扩大经营、产品、项目与服务。

服务行业：

- > 基础材料:我们为钢铁、煤炭、有色金属、贵金属以及建筑材料等行业的企业提供战略及运营咨询服务，包括帮助客户制定差异化发展战略、市场进入战略以及寻找战略联盟等
- > 耐用工业设备:包括机械设备、工业生产系统、能源及环保类设备、以及其他高科技系统设备生产企业，我们帮助客户实施个性化且有效的解决方案
- > B2B-电子设备:涉及电气工程与制造、自动化技术以及微电子等最具竞争力的设备生产行业，帮助客户解决现状问题并积极迎接未来的挑战

服务领域：

- > 设计企业战略及愿景以实现持续的成功
- > 协助中国企业走向世界，协助国际性企业开拓中国市场
- > 帮助国际企业理解中国客户需求和市场竞争态势
- > 进行产品定位、品牌定位及地域扩张策略的设计
- > 现场力——通过优化运营能力提高竞争优势
- > 通过运营优化及业务转型来帮助企业提高组织及运营表现
- > 提供方案帮助企业实现从优秀到卓越的转变
- > 建立企业内部核心能力，如预算体系和业绩考核体系等
- > 对企业间并购的战略联盟提供建议，并帮助企业选择潜在合作伙伴
- > 帮助合资双方降低合资企业之间的利益冲突并就关键问题达成一致

金融服务

金融服务业正面临全球范围内的重大挑战。由于存在瞬息变化的限制因素和竞争强度的激增，企业要想获得长期稳定的业务模式比以前更为艰难了。

服务领域：

- > 帮助客户理解其客户的需求，并将市场潜力转化为价值
- > 帮助客户建立五年战略规划
- > 进行细分领域的品牌定位

- > 评估并调整销售架构、关键流程以及管理方式，进而提高销售业绩
- > 提升运营效率、改善核心业务流程
- > 建立信用风险模型、重新设计信贷组织架构
- > 重新设计组织架构，帮助客户实现增长计划
- > 帮助客户成为业内领先企业

零售及快速消费品

随着消费品和零售业的竞争日益激烈，消费者的要求也越来越苛刻。他们希望以更少的金钱、时间和精力换取更高的质量与价值。

服务领域：

- > 制定公司总体发展战略
- > 制定包括收购兼并在内的中国市场进入战略
- > 建立客户细分并设计合理的品牌架构
- > 理解消费者需求并制定合理的产品组合策略
- > 协助提升营销运营管理效率
- > 设计合理的组织架构及绩效考核体系

医药

我们采用的方法充分考虑到客户特定的业务模式。我们所提供的不仅仅是一些概念-而是要将它们成功地实施。

服务领域：

- > 企业的战略定位及长远发展规划
- > 帮助国际医药行业企业进入中国市场，以及帮助中国医药企业
- > 走向世界
- > 地域扩张战略
- > 新产品开发战略
- > 研发战略
- > 企业运营业绩提升战略及实施支持
- > 医院管理机构业绩提升及连锁扩张战略

信息及高科技

信息及高科技行业在传统电信与新兴信息产业竞相发展、高科技行业方兴未艾的背景下，在互联网及移动互联网需求升级和关键技术加速突破的推动下，已经呈现出产业链不断整合、新兴产业领域不断衍生、市场机会不断变化的发展特点。对于传统领先企业而言，快速变化的产业环境正成为一把双刃剑：既创造了蓝海商业机会、又加速了传统优势的丧失。如何有效协同已有竞争优势和核心竞争力，快速把握最新市场机会，实现基业长青，已经成为这些企业的核心战略议题。

另一方面，新兴崛起的企业正凭借对最新商业机会的敏锐嗅觉快速发展，但也很快便面临如何在强者如林的竞争环境中突出重围，打造稳固的核心竞争力的战略议题。而那些在产业链中或主导、或跟进的各环节参与者，则在纷繁变化的产业环境中，积极寻求新的突破点，力图通过自身定位的灵活调整，适应未来的发展趋势。

中国在传统电信、新兴信息产业及高科技行业领域，既呈现出类似于国际前沿趋势的发展态势，也表现出个性鲜明的“中国特色”。多元化的用户需求、开放与垄断并存的产业结构、传统与前沿并存的竞争主体等等，都为国内电信及高科技企业设定了更加苛刻而复杂的市场环境。准确洞察用户、明晰自身战略定位、寻求差异竞争点、提升综合竞争实力，将越来越成为产业链各环节参与者未来竞争的取胜之道。

罗兰贝格的信息及高科技行业中心经过十多年的发展，其服务对象已经从最初的传统电信运营商，扩

展到包括电信设备与系统、手机制造与销售、消费电子零售、互联网运营、三网融合、信息服务等在内的广泛产业链范畴。服务范围的不断扩大，使得我们能够基于全产业链视角审视不同参与者的角色，能够从更广的视野为客户提供面向前沿趋势的战略和策略建议。与此同时，罗兰贝格大中华区信息及高科技行业中心借助同罗兰贝格全球团队的广泛协作，已经建立起兼具国际化视野和本土特点的综合行业能力，能够协助客户基于国际化起点谋划未来。在过去五年中，我们已在国内十多个省市完成了近百个电信及高科技行业咨询项目。

服务行业：

- > 电信运营：包括国内领先电信运营商集团总部、省公司及重要地市公司，我们为客户提供涵盖公司业务及品牌战略、市场及渠道运营策略、营销设计与业务开发在内的多层次综合服务
- > 手机产业：包括手机终端厂商、大型分销与零售商、消费电子运营商（电信运营商），我们为客户提供竞争环境下产品发展战略、新兴市场进入战略、产业链合作与运营策略等前沿解决方案
- > 互联网领域：包括 B2C 电子商务、网络视频、移动支付等互联网前沿领域的参与者，我们通过深入、独到的视角为客户提供面向未来的差异化竞争策略以及卓有成效的运营提升建议
- > 电信设备与系统：包括电信设备制造商和系统服务提供商，我们通过同客户建立长期协作关系，推动在国际化趋势和业务转型战略背景下的业务战略及组织模式转型
- > 信息服务：包括系统集成与信息服务提供商，我们帮助传统的 IT 企业把握云计算等前沿技术的机会实现战略转型，与新创企业共同构建创新商务模式，积极拓展领先的业务与服务领域

服务领域：

- > 基于全球视野和最佳实践研究，为客户提供最新的产业理念、发展动态，快速把握产业脉搏
- > 为客户提供基于用户需求洞察的独特市场理解，识别未来的商业机会所在
- > 通过系统扫描产业链，帮助企业识别竞争环境下的发展机会，并提供兼具创新与务实的公司发展战略
- > 协助客户明确重要产品或业务的最新发展规划，及与之对应的实施策略
- > 针对客户的渠道运营、业务开发、客户服务、市场营销等专业领域，提供系统化的提升建议
- > 通过提供极具实操性的运营建议，帮助企业快速推进战略
- > 利用专业品牌分析工具，明晰客户的品牌定位、品牌架构及品牌演进路径
- > 依托罗兰贝格广泛的商业关系，为客户创造潜在的商业合作机会

投资者支持

现在，全球投资者不仅面临着来自投资自身业务周期（发现机会、投资实施、创造价值和退出）的挑战，更面临着如何以战略的和实效的角度选择行业与目标企业的挑战。由于像中国这样的新兴国家透明度低于成熟国家，投资者必须既有战略性的观点同时又拥有实际运营操作的能力才能获取预想的收获。从另一个角度来说，被投资对象也在寻找着更“聪明”的投资者，以带来丰富的经验从而帮助企业获得进一步的提升与发展。在这样的投资环境中，应付这些艰巨挑战的难度将更加提高。罗兰贝格所拥有的与投资者和实体企业紧密的联系将帮助我们做到以下几点：

- > 在投资方和被投资方之间建立专业和个人层面的信赖感
- > 基于对全球趋势的把握和对本地因素的透彻理解，寻找战略性
- > 投资的最佳时机
- > 充分运用敏锐的战略洞察力和丰富的行业知识积累，帮助投资者
- > 准确地评估审核投资机会
- > 通过对被投资企业业绩表现的优化提升以保障投资获得成功
- > 推进企业并购和行业整合
- > 规划最佳的退出方案，并获取最优的成果

服务领域：

对于 PE 投资机构和其它投资者，罗兰贝格可以提供能广泛覆盖整个投资周期所有关键课题的咨询服务：

- > 投资主题和交易审视
- > 战略尽职调查
- > 被投资公司优化提升
- > 卖主尽职调查

房地产

自市场化改革伊始，中国房地产行业就在市场的客观规律、政策的频繁更迭、以及民众的爱恨交加之中毁誉参半的艰难前行。在这样的环境中，中国房地产行业大浪淘沙，孕育着理性成长的市场力量、边界清晰的政府干预、与诉求明确的消费需求。

在中国经济增长进入模式调整 and 城市化进程放缓的时点，中国房地产市场将经历深刻的变革。以住宅开发、土地增值、投机性快速变现为主的发展模式，需要向综合多业态开发、开发与运营并举的模式转变，并最终进入通过物业运营管理来实现土地红利，并依靠物业长期持有实现盈利的成熟模式。在这一变革的过程中，中国房地产企业必将更加尊重理性的力量，更加谋求长远的战略布局，更加注重稳健的运营能力。

罗兰贝格，作为全球顶级的战略与管理咨询公司，结合丰富的全球市场经验与中国本土市场的深刻理解，已经并仍将荣幸地作为中国房地产行业参与者之一，为中国房地产市场贡献独立理性的思考，提供前瞻并可实施的咨询服务。我们愿与中国房地产行业真正伟大的公司一同，推动中国房地产行业持续深入的变革。

服务领域：

- > 制定公司总体发展战略
- > 制定项目、区域开发规划
- > 进行商业项目定位与规划设计
- > 理解消费者需求并制定合理的产品组合策略
- > 设计品牌架构
- > 制定企业管控、组织与绩效薪酬体系
- > 核心流程优化，运营管理效率提升

交通运输、物流和旅游

客运和货运出现至今已经有很长一段历史了。罗兰贝格在这一领域的项目经验也同样如此。从公司成立之日起，我们就已经参与到调整与推动运输行业发展的行动当中。

服务行业：

- > 航空：客运航空公司、货运航空公司、机场、航空器的制造商以及供应商、航空辅业如航空维修等
- > 航运：航运企业、港口和造船企业
- > 公共交通运输：铁路、地铁、公交运营企业以及运输设备的制造商
- > 物流：物流服务提供商、快递企业和邮政
- > 供应链：制造和零售企业所涉及的供应链领域
- > 旅游：旅行社、酒店和度假村
- > 政府机构：所有与以上行业相关的政府规划项目

服务领域：

针对 "大运输" 和物流行业客户：

- > 战略再设计
- > 价值管理
- > 枢纽和网络管理
- > 运营流程改进
- > 重组与扭亏
- > 联盟与伙伴选择

> 零售和房地产管理

针对供应链领域客户：

> 供应链表现评估

> 采购优化

> 生产计划优化

> 生产效率提升和精益生产

> 生产布局设计及优化

> 物流布局设计及优化

> 类管理

> 库存管理

针对旅游行业客户：

> 旅行团整合战略

> 航线战略与航空公司优化

> 创新定价系统

> 资源管理

> 多渠道销售战略

> 组织结构重建与优化

> 全面成本管理

> 旅游目的地开发

功能中心

我们高水平的专家经验，确保能够为我们的客户带来一流的战略服务。

公司发展战略

越来越多的中国企业在企盼抓住市场机遇和获得持续增长的过程中，感受到了制定发展战略的重要性。在这片土地上，市场环境成熟的市场经济国家并不相同：总的来说，透明性较低而变化更快。正因如此，持续的战略支持成为许多企业致胜的关键。

罗兰贝格的咨询服务可以帮助企业：

- 设计市场进入战略
- 发展企业战略
- 评估业务多元化机会
- 开发新的渠道营销方式
- 保证关键资源的长期稳定供应

我们通过观察发现，中国市场的迅速膨胀在很多情况下可能导致资本的有效分配和错误的投资决策。而在未来，企业重组和重新确定业务重点将可能成为许多企业共同的需求。

信息管理

对我们来说，信息管理咨询意味着把我们广泛的战略专长与相关的 IT 领域经验相结合。我们的管理背景使我们懂得企业经营推动力、技术要求和不断出现的经营需求之间的联系。我们运用 IT 资源协助企业创造价值。我们了解 IT 管理结构与经营程序在获取价值中扮演着关键的角色。我们有取得全球资源的途径，有开展大型项目的人力。

我们了解企业技术的能力与局限性，因为我们的专家已经设计、执行与运作过这些技术。我们对实施成本及与替代技术相关的风险了如指掌，因为我们的咨询顾问们是 IT 领域的专家。

市场营销

随着居民收入的提高、国内外企业不断加入竞争以及市场需求和购买行为的不断复杂化和多样化，仅仅依靠价格优势已经不能完全吸引消费者的眼球，市场份额、收入和利润的增长越来越需要适应本地市场特征的销售策略和与众不同的品牌营销战略进行支撑；另一方面，在大量的产品和服务充斥市场，“产品同质化”的趋势波及越来越多的行业的今天，所有的企业都希望自己的产品和服务能在市场上脱颖而出。这就是为什么营销和销售已经变成企业高层领导者关注的焦点。

运营和供应链

首先是如何从中国进行采购。“中国制造”已经成为廉价的代名词。无论一个国际企业处于什么行业中，中国的供应商报价总要便宜 20%-30%。其次是如何在中国市场进行销售。打开一个 13 亿人口的新市场将对企业的销售收入产生深远的影响，在许多行业中国正逐渐成为世界最大的消费市场，而在某些领域这已经成为事实。再次是如何充分利用中国市场的相对优势。在国际市场中，中国供应商的竞争力在不断加强，他们正在重复日本、韩国和台湾所展示过的优势，即以优质但更为便宜的产品来挑战知名的品牌厂家。

面对上述机遇和挑战，每个参与全球竞争的企业都需要不断审视自身的经营能力，尤其是如何在中国开展经营活动，如何以中国为基地服务于全球市场，罗兰·贝格的运营专家透彻理解这些问题并能够利用专业、系统的方法来帮助国内外客户寻求答案，我们有能力针对与价值链相关的各种问题提供相应的解决方案，帮助客户提升运营效率。

对于一些国际企业而言，在拥有精简、高效价值链之后再寻找成本节约的机会是非常困难的，而将中国供应商整合到现有价值链中则可以满足成本削减的要求。然而，在规模庞大而信息不透明的中国市场中寻找、评估和整合供应商并不是一件简单的事情。凭借专业的方法以及对中国市场的理解，罗兰·贝格的专家能够帮助客户在保证产品质量的前提下实现成本削减的目标，并且在采购组织结构重整或建立中国采购中心方面提供有力支持。

除廉价的采购外，中国市场还提供其他的商机。企业如果希望在中国建立生产基地来服务于全球市场或国内市场，需要通盘考虑全球的生产布局从而最大限度发挥中国生产基地的价值。在这个方面，我们能够帮助客户综合考虑目前需求以及未来行业和市场需求的演变，规划高效的生产布局。

将采购、生产和销售成功、高效地整合起来是价值链管理方面的重大挑战，对于希望以中国为根据地服务全球市场的企业而言尤为如此，罗兰·贝格的运营专家能够为客户设计创新的解决方案以减少库存量、降低供应链成本、提升服务水平以及提高整个供应链的效率。罗兰·贝格的全球运营和供应链管理功能中心能够协助国内外客户全面提升运营效率，仅去年我们就为博世、长虹、华润创业、戴姆勒-克莱斯勒、斯托尔、立达、卫德米勒等客户提供了满意的服务。

重组与公司财务

我们相信，公司的组织结构是由企业的战略目标所决定的。而反过来，一个企业的发展战略如果得不到有效的组织结构的支撑，企业的战略目标也将受到严重影响。因此企业内部的结构重整、流程再造、以及战略定位都是息息相关的。

罗兰贝格组织与结构重组功能中心致力于采取全面、整合的方法来帮助企业解决组织结构方面的问题，在充分了解企业战略目标的前提下，我们可以在以下的领域为客户提供优质的服务：

- 根据企业战略制定组织结构
- 定义分权管理/集中化管理的尺度
- 进行企业流程再造以提高效率
- 为亏损企业起草结构重组方案

1.2.2 业内地位

罗兰贝格于 1967 年在欧洲大陆孕育而生，目前是全球顶级的战略管理咨询公司之一。罗兰贝格在全球 36 个国家设有 51 家分支机构，拥有 2,700 多名员工，并在国际各大主要市场成功运作。罗兰贝格管理咨询公司是一家由近 250 名合伙人共有的独立咨询机构。

主要竞争对手是：麦肯锡公司、埃森哲公司、波士顿咨询公司、毕博管理咨询公司、科尔尼公司。

麦肯锡

麦肯锡公司是世界级领先的全球管理咨询公司。自 1926 年成立以来，公司的使命就是帮助领先的企业机构实现显著、持久的经营业绩改善，打造能够吸引、培育和激励杰出人才的优秀组织机构。

麦肯锡采取“公司一体”的合作伙伴关系制度，在全球 52 个国家有 94 个分公司。麦肯锡中国分公司包括北京、香港、上海与台北四家分公司，共有 40 多位董事和 250 多位咨询顾问。在过去十年中，麦肯锡在大中华区完成了 800 多个项目，涉及公司整体与业务单元战略、企业金融、营销/销售与渠道、组织架构、制造/采购/供应链、技术、产品研发等领域。

麦肯锡的经验是：关键是找那些企业的领导们，他们能够认识到公司必须不断变革以适应环境变化，并且愿意接受外部的建议，这些建议在帮助他们决定作何种变革和怎样变革方面大有裨益。国外许多行业的公司很早就知道，他们不可能在所有他们涉及的领域都处于世界先进水平，因此没有必要拥有那些在偶然情况下才会用到的专家。

官方网站：mckinsey.com

埃森哲

埃森哲公司是全球最大的管理咨询公司技术服务供应商，它原是全球安达信(Arthur Andersen)会计事务所的管理咨询部门，1953 年安达信会计师事务所为帮助通用电气公司(GE)提高薪资处理效率，安装了美国第一台商用电脑，从此开创了数据处理时代，当时的项目领导人 Joe Glickauf 之后被称为是电脑和高科技咨询之父，为管理咨询开创了使用电脑和高科技解决问题的先河，这个项目标志着安达信咨询业务的开始，随着咨询业务的利润最终超过了审计部分，膨胀的咨询部门已经不甘寄人篱下，1989 年成立安盛咨询公司(Andersen Consulting)，2000 年与安达信从经济上彻底分开，2001 年公司更名为埃森哲(Accenture)。

官方网站：www.accenture.com

波士顿

波士顿咨询公司(BCG)是一家著名的美国企业管理咨询公司，在战略管理咨询领域公认为先驱。公司的最大特色和优势在于公司已经拥有并还在不断创立的高级管理咨询工具和理论，管理学界极为著名的“波士顿矩阵”就是由公司 20 世纪 60 年代创立的。BCG 的四大业务职能是企业策略、信息技术、企业组织、营运效益。作为一家极具创新精神的咨询公司，从该公司走出了不少的咨询界的奇才，国际著名咨询公司的创始人都是来自波士顿咨询公司。

官方网站：www.bcg.com

毕博

毕博(BearingPoint)管理咨询公司是世界上最大的商业咨询、系统集成和管理外包服务提供商之一。总部设在美国弗吉尼亚州麦肯林市；毕博于 2001 年 2 月 8 日在美国纳斯达克上市(KCIN)，2002 年 10 月 3 日转至纽约证券交易所交易(BE)；毕博(BearingPoint)管理咨询公司在公共和私人领域为全球 2,500 余家客户提供服务，其中包括 430 家《财富》前 1000 强企业，和 72 家《财富》前 100 强企业；在全球 40 个国家和地区有 17,000 余名咨询顾问，平均拥有超过 12 年的行业经验；毕博(BearingPoint)管理咨询于 2001 年 8 月正式进入中国市场，公司总部位于上海，在北京、广州和大连设有分公司。

官方网站: www.mzbao.com

科尔尼

科尔尼管理咨询公司(A.T. Kearney)于 1926 年在芝加哥成立, 经过 80 多年的发展, 科尔尼咨询已发展作为一家全球领先的高增值管理咨询公司, 科尔尼在所有主要行业都拥有广泛的能力、专门知识和经验, 并且提供全方位的管理咨询服务, 包括战略、组织、运营、商业技术解决方案和企业服务转型。科尔尼公司在全球 38 个国家和地区、55 个商业中心设有分支机构, 在全球拥有超过 2000 名咨询顾问。科尔尼的咨询顾问拥有广泛的行业经验, 均毕业于一流商学院和各地著名大学。全球坚持一致的聘用原则来吸引世界一流人才。

科尔尼从运营和制造业咨询起家, 通过不断拓展的服务范围, 来满足时刻变化的商业世界、技术环境和全球市场的需要。科尔尼将重点放在 CEO 所普遍关注的议题上, 常见的问题如领导能力、全球化、企业转型和产品战略, 尤其是如何应对经济困难所带来的挑战。科尔尼公司具有能把高价值的管理咨询、广泛的能力与能够带来有形成果的解决方案结合起来的领先能力。

科尔尼 90%的业务来源于老客户。2005 年的客户满意度调查结果显示, 98.4%的客户将科尔尼的表现评定为突出或良好。

官方网站: www.atkearney.cn

1.3 工作地点

上海

南京西路 1515 号嘉里中心 23 层

北京

东三环北路霞光里 18 号佳程广场 A 座 20 层

香港

中環干諾道中 41 號盈置大廈 16 樓

台北

台北市信义路 5 段 7 号台北 101 大楼 37 楼 110

广州

广东省广州市林和中路 8 号 10 楼

二、福利待遇&职业发展

2.1 福利待遇

麦肯锡、贝恩、波士顿咨询集团、摩立特集团、美世、艾森哲等海外一流咨询公司，其中可分为管理咨询、投资咨询、人力资源咨询、市场咨询、技术咨询等多个板块。咨询公司工资差距比较大，但工作 3-5 年都能有大幅度的涨薪，资深咨询师工资不下于投资银行家。在咨询公司申请美国顶级商学院基本都能成功，而且 MBA 毕业后前途更宽广。

咨询公司参考工资（同上）：麦肯锡、贝恩、BCG、罗兰贝格 15 万-20 万 RMB/年，其余略低。第二年工资涨 100%，第三年涨 50%-100%，三到四年后年薪一般可超过 50 万 RMB。

2.2 员工关怀

您的项目经理会在每个项目结束后对您的工作进行评估。同样，您也可以对您的项目经理做一个评估。我们虽然设计了标准化的评估表格，但项目评估通常是在开放式的、面对面的信息反馈会议上进行的。您也会发现，您的项目小组成员会在整个项目过程中，在信任与尊重的气氛下，对您的工作不断地给予意见反馈。

您的导师将每年两次向评估委员会报告您的工作情况，他们将对您的工作进行评估，以提职或提薪的方式奖励您的进步。

2.3 职业发展

2.3.1 晋升机制

在罗兰贝格，您会在一种具有浓郁创新与创业精神的企业文化中得到良好的职业发展机会，从而选择一条适合您的职业发展之路。

暑期实习生——第一学年的 MBA 候选人

罗兰贝格的暑期实习生项目向您提供一个独一无二的渡过暑期的工作良机，也就是作为一位全职项目小组成员与其他罗兰贝格咨询顾问们一起工作。分配的任务会持续 8 到 12 周，有可能与一些不同的项目小组一起工作，这取决于个人的项目长度。量身定制的项目使全世界的罗兰贝格暑期实习生聚在一起，使他们初步了解咨询工作的关键技能。在此期间，您将得到一个指定的顾问的指点。

任务完成后，我们将对您的工作做出评估，并据此决定是否正式聘用您。我们会尽可能地考虑您对工作地点和专业领域的愿望。

初级咨询顾问——应届毕业大学生

作为一个初级顾问，在开始工作的第一天您就是一个‘真正的顾问’。您将是一个成熟的项目成员，通常的任务将是：从事一到多个项目问题；与客户进行会谈；准备与参加专题研讨会；进行市场调查；分析数据；向您的项目经理做工作结果报告；准备及做报告。您将面对很广的项目范围，从中您将获得非常丰富的行业和职能经验。通常您所从事的每个项目会持续三到六个月。您的基本目标是扩大视野。为此，您将参加各种培训，不断接受对您工作的反馈和来自导师的指导。很快您将意识到，分配给您的任务与责任

完全取决于您的工作表现。

咨询顾问——具有一至三年工作经验的大学毕业生

作为一个咨询顾问，您的工作从一开始就是增加您的项目团队的价值。通常您将：负责一个项目模块；与客户进行会谈；准备与参加专题讨论会；分析数据；向您的项目经理演示工作结果报告；准备工作报告。

您将面对很广的项目范围，从中您会获得丰富的行业与功能经验。通常来说，您参与的每一个项目会持续三到六个月。您的基本目标是开阔视野。为此，您将参加一些培训，不断地得到对您的工作表现的反馈信息，得到个人导师的指导。

很快您将意识到，给予您的任务与责任完全有赖于您的工作表现。

高级咨询顾问——具有三至五年工作经验的专业人士,或优秀商学院 MBA 毕业生

作为一个高级顾问，您将是我们的组织中一位关键人物，向我们的客户提供行之有效的创新战略。通常，您将：负责一个或多个项目模块，甚至小的项目；直接与客户打交道，确保各层面的交流畅通；指导带领您的项目成员，比如客户与同事；参与项目竞标准备；为客户做演讲。

考虑到您的专业能力与愿望，有可能会分配给您完全不同领域的项目。我们将从行业中心或功能中心为您指派一位导师，他会在个人和职业方面指导您，帮您定位到一个专业领域。不断的反馈、评估与培训将使您的个人素养与职业水准得到提高。

很快您将意识到，分配给您的任务与责任完全取决于您的工作表现。

项目经理——四年以上咨询行业工作经验,并拥有 MBA 学位

作为项目经理，您将在我们的咨询项目中扮演极其关键的角色：您将成为和客户沟通的关键人物，并和客户建立起长期合作的关系；您将负责项目的成果和项目的预算；您将负责向合伙人汇报项目的进展；您需要同时关注项目的宏观和微观层面；将指导项目成员形成咨询意见，并提出关键性的观点；您将负责在项目过程中对项目成员进行培训，为他们分配任务，并给予项目成员工作反馈；您将负责项目的竞投标及专业工具的开发。

作为项目经理，您的工作会涉及到咨询项目的所有方面，但通常来说，一个或几个专业领域将是您的工作重点。您将被指派一位公司内部管理人员，通常是合伙人或者项目总监，作为您的导师。他将从个人及职业发展的角度对您进行指导和帮助，当然，他也将负责您在公司的晋升。

项目总监/合伙人——咨询及行业专家

作为合伙人/项目总监，您直接拥有罗兰贝格公司的股份。罗兰贝格公司的大多数合伙人/项目总监都是经验丰富的咨询顾问，经过内部提拔，进入公司的高级管理层。他们具备过人的智慧、出色的组织和客户管理能力。作为合伙人/项目总监，您将负责全球的某个业务中心，或者负责我们在世界各地的某个分支机构。您将负责咨询项目的竞标和管理。在客户面前，您将成为罗兰贝格的‘使者’，代表您所在的业务中心和客户进行交流和沟通。

2.3.2 培训机会

入职培训

在入职培训期间，您会对公司的文化与组织架构取得初步了解。我们还会向您介绍公司的内部系统，训练您适应我们的常见项目运作方式和工作方法。这样一个由各种会议和讲座组成的强化培训项目将帮助您以咨询顾问的身份很快投入工作。

娱乐与休闲也是入职培训的内容之一。您将会有机会认识来自世界各地的同事，与他们建立关系，这

对今后的项目工作有极大的价值。

工作培训

我们向您提供形式多样、不同职业技能的培训：商业技能；方式方法技能；社交技能；IT 技能；领导技能。

我们设置了必修和自选的培训研讨会，这些项目是针对不同级别咨询顾问的需求和个人需要安排的。培训人员将是我们公司内部或外部的高水平专家。

导师制度与在职学习

如果您加入我们的行列，一位公司合伙人将成为您的个人导师，他会监督您的个人与职业发展：他会定期与您见面，决定您参加哪些培训，与您谈论今后的项目，观察您的工作情况。您的导师也会与您一起制定年度目标，这也是罗兰贝格公司目标管理体系的一部分。每日的工作将不断地向您提出新的挑战，使您在个人与职业方面发挥出最大的能量和潜力，从而得到积极的发展。您将在职业生涯的各个阶段得到指导、信息反馈与启示——不仅从您的导师、项目经理与小组成员那里，而且从客户那里。

三、校园招聘

3.1 2013 年罗兰贝格校园招聘岗位&要求

3.1.1 校招岗位&要求

招聘职位：初级咨询顾问

工作地点：上海、北京、广州

应聘条件：

- 本科或以上学历 (2013 年应届生)，专业不限；
- 对咨询行业充满热情并具备基本商业知识；
- 富有创新精神；
- 清晰的逻辑思维能力；
- 良好的沟通能力和分析能力；
- 团队合作精神；
- 中英文表达流利。

申请材料：英文申请信、中英文简历、本科至最终学历成绩单

申请截止日期：2012 年 10 月 28 日

应届毕业生招聘

应届高校毕业生

我们建议高校毕业生应聘我们的初级咨询顾问职位。每年10月至12月，我们将在上海、北京等城市的著名院校举办数场校园招聘会。招聘会上，我们将详细介绍罗兰贝格公司，罗兰贝格在中国的业务以及招聘流程。我们将对所有的简历进行统一的遴选，并在简历接收截止日期后的两周内发出面试通知。申请人将参加3轮面试。我们将在所有的面试结束后，经过综合评估，向合适的人选发出聘用意向书。整个面试过程为3-4周左右。在每一场校园招聘宣讲会上，我们都会公布相应的申请截止日期。无法参加宣讲会的申请者也可以访问校园招聘日期网页，获得具体信息。

应届 MBA 毕业生

我们建议 MBA 毕业生应聘我们的咨询顾问或高级咨询顾问职位。

我们将根据商学院的毕业时间不同，为申请人安排面试。面试共3轮，整个过程约为4-5周。我们可以为海外申请者安排电话面试。

3.1.2 校招岗位对比

罗兰贝格2012校园招聘

招聘职位：初级咨询顾问

工作地点：上海或北京

应聘条件：

- 本科或以上学历 (2012 年应届生)，专业不限
- 对咨询行业充满热情并具备基本商业知识
- 富有创新精神
- 清晰的逻辑思维能力
- 良好的沟通能力和分析能力
- 团队合作精神
- 中英文表达流利

关于初级咨询顾问

作为一名初级咨询顾问，在开始工作的第一天您就是一名"真正的顾问"。您将是一名成熟的项目成员，通常的任务将是：

- 从事一到多个项目
- 与客户进行会谈
- 准备与参加专题研讨会
- 进行市场调查
- 分析数据
- 向您的项目经理做工作结果报告
- 准备及做报告

在罗兰贝格，您将和其它卓越的人才一起工作，并在一种具有浓郁创新与创业精神的企业文化中得到良好的职业发展机会。

申请方式

申请材料： 英文申请信、中英文简历、本科至最终学历成绩单

申请截止日期：2011 年 10 月 24 日

3.2 2013 年罗兰贝格校园招聘流程&日程

- 1、网申：09 月 19 日 -10 月 28 日
- 2、笔试
- 3、面试
- 4、结束

四、罗兰贝格宣讲会秘籍

4.1 宣讲会信息查询

2013罗兰贝格校园宣讲会安排和校园招聘

2013 Campus Presentation Schedule			
School	Date	Time	Venue
北京大学 (Peking Uni.)	Sep. 24 (Mon.)	19:00--21:00	英杰交流中心阳光大厅 (Yingjie Conference Center)
复旦大学 (Fudan Uni.)	Oct. 10 (Mon.)	15:30--17:30	光华楼东辅楼102室袁天凡报告厅 (Room 102, East Sub-building, Guanghua Tower)
清华大学 (Tsinghua Uni.)	Oct. 11 (Thur.)	19:00--21:00	第二教学楼会议室 (Conference Room of the No. 2 Classroom Building)
上海交通大学 (Shanghai Jiaotong Uni.)	Oct. 16 (Tues.)	19:00--21:00	光彪楼一楼多功能厅 (Conference Hall, Guang Biao Building)
浙江大学 (Zhejiang Uni.)	Oct. 25 (Thur.)	18:30--20:30	玉泉校区永谦活动中心二楼排练厅 (Second floor Rehearsal Hall, Yong Qian Building)

2012罗兰贝格校园宣讲会安排和校园招聘

2012 Campus Presentation Schedule			
School	Date	Time	Venue
北京大学(Peking Uni.)	Sep. 28 (Weds.)	19:00--21:00	英杰交流中心阳光大厅 (Yingjie Conference Center)
复旦大学(Fudan Uni.)	Oct.10 (Mon.)	15:30--17:30	逸夫科技楼报告厅 (Conference Hall, New Yi Fu Technology Building)
上海交通大学(Shanghai Jiaotong Uni.)	Oct.11 (Tues.)	16:00--18:00	光彪楼一楼多功能厅 (Conference Hall, Guang Biao Building)
清华大学(Tsinghua Uni.)	Oct.12 (Weds)	19:00--21:00	第二教学楼会议室 (Conference Room of the No. 2 Classroom Building)
浙江大学 (Zhejiang Uni.)	Oct.19 (Weds)	19:00--21:00	永谦学生活动中心第二报告厅 (No.2 Conference Hall, Yong Qian Building)

罗兰·贝格校园招聘会的信息将于每年9月份陆续发布，敬请留意应届毕业生求职网校园招聘频道：

4.2 宣讲会小贴士

注意事项:

1. 宣讲会具体行程及到场成员单位名单将提前通过宣讲学校就业网站和 BBS 等渠道公布, 宣讲会到场成员单位将现场收取简历;
2. 为便于后期面试、笔试等环节统一开展, 所有同学均需通过网申系统投递简历 (包括已现场投递简历的同学);
3. 简历初筛结果主要通过短信或邮件方式通知, 请务必填写准确信息。因简历量较大, 简历初筛未通过情况不再单独通知。

小贴士

- 1、名企的宣讲会一般选在一些知名学校举行, 学校为了让更多本校的学生受益, 往往需要让参会的学生出示一些本校的身份证明, 甚至需要提前经过报名, 因此, 外校学生为进入名企的宣讲会, 可以提前向举办宣讲会的学校的朋友或同学打听消息, 若没有这方面的资源, 也可以去举办的学校的论坛或一些网上交流的社区提问, 一般都能得到准确地答案。
- 2、有些名企会在宣讲会结束后现场收一些简历或现场进行面试, 因此参会的学生要提前做好功课, 尽量了解多一些该企业的企业文化、业务范围、历年招聘的岗位和相关的岗位要求、历年应聘过该企业的学生的面试经验、笔试经验等相关信息, 同时带好纸笔和自己的简历还有学生证等, 最好能穿上求职正装, 这一点一滴的小细节说不定都可以为你加分。什么样的简历能让你加分? 请参考应届毕业生简历频道: <http://jianli.yjbys.com/>
- 3、部分学生参加宣讲会很盲目, 并不知道为什么要去, 要获得什么职位, 仅仅是因为别人去了他(她)就去。在参加宣讲会之前, 应确立为什么要参加宣讲会, 都有什么途径可以更容易获得职位信息。多问几个为什么, 要选择自己感兴趣、专业对口的单位, 不必逢场必赶。尤其毕业找工作时, 节约时间成本, 对毕业生来说十分重要。
- 4、坐在前排, 一个微笑, 一个坚定的眼神都可以传递信息。有这样一个试验, 一位教授要求他的学生毫无顺序地进入一个宽敞的大礼堂, 并独自找个座位坐下, 反复几次后发现, 有的学生总爱坐前排, 有的学生则盲目随意, 四处都坐, 还有一些学生特别钟情于后面的座位。试验者分别记下他们的名字, 10年后, 对他们的调查结果显示, 爱坐前排的学生成功比例远远高出其他两类学生, 这样的测试在企业面试时也得到了印证, 往往坐前排的人入选几率较高。
- 5、如果想和企业宣讲人员进行深入沟通, 要记得“早来晚走”, 争取单独交流的机会。单独交流留下的印象要比单纯递简历留下的印象大数百倍。平时要眼观六路, 耳听八方, 特别是一些知名企业的宣讲会由于受场地限制, 如果准时去到会场, 也许站着听都没地方, 因此一定要提前去。
- 6、企业宣讲会一般会提前在学校公布, 一定要学会抓住机会。除了校内宣讲会, 也可以到其他学校“吸氧”。企业宣讲会通常在大城市的重点高校举行, 非重点校的学生常认为这样的宣讲会很难获得信息, 其实不然。企业选择在某个高校举行活动当然有对该校学生青睐的成分, 但企业要避免“近亲繁殖”, 发展企业文化, 不会只录某一个高校学生。
- 7、宣讲会上要用心听。某高校的一场企业宣讲会上, 到了提问时, 几个同学站起来问的大都是工作地点、薪酬待遇、怎样投递简历等问题, 让主讲人不停地皱眉头。其实很多问题都是宣讲人员刚讲过的, 这就不仅会让对方给你减分, 而且会对学校学生整体素质打问号。
- 8、早在9月份就进校园的宣讲会, 往往是招聘的“先头部队”, 通常“雷声大雨点小”, 招聘的名额并不多。不过, 应届毕业生不妨借这个机会锻炼一下, 把它作为正式应聘的“热身”, 演习怎样和职场人对话, 才能愈挫愈勇。
- 9、对大二、大三的学生来说, 参加宣讲会更有意义, 低年级提前听一下宣讲会, 及早接触企业, 了解企业对人才的定义和描述, 有利于树立明确的目标和努力方向。即使在宣讲会中不投简历, 也可以看看企业如何宣讲, 如何处事, 开阔眼界。

FAQ

1.网站上没有说现场收简历，宣讲会时需不需带？

宣讲会请一定携带详细的简历，即使没有“详细的”，也请带着你最基本的中英文简历。

一般宣讲会后，用人单位都会现场收取简历。不要问招聘者：我没有带简历，能不能发邮件投简历？招聘者一般会告诉你“可以”。

但是，实际上，投递到招聘邮箱的简历，很少有人去看。

2.宣讲会时听什么？

宣讲会时，请认真听用人单位的要求，这包括：需要应聘者明确标注在简历上的信息(比如：英语等级、政治面目等)、用人单位所招收的专业、需要应聘者标注的应聘职位或者应聘方向。

大家可以想象一下，招聘者需要以 1 小时 50-60 份简历的速度浏览应聘者的信息。那些他们提到的需要明确标注的信息，一般就是他们最关注的信息，如果你不标注出来，简历很容易就被扔掉了。

有些用人单位会明确说明他们招收的专业，如果专业不匹配，我建议大家就不要投递了，一般是不会看的。

3.宣讲会时需不需要提问？

宣讲会一般会给应聘者留出提问的时间，请大家一定要将你希望了解的内容都问出来，而不要到面试的时候再问。

为什么呢？

其实，招聘者不太希望应聘者过分关注工资、福利等等有关利益的内容，但如果这些信息招聘者没有明确说明，就需要大家找机会问明白。最好的时机就是宣讲会，而面试时反复追问招聘者企业待遇、福利等信息很容易引起反感(我就遇到过一位学生问未来有没有去国外进修的机会，而被面试官 pass 掉的)。

4.宣讲会应该问哪些问题？

所有涉及你个人利益的问题都可以问，比如：工资、福利、户口、培训机会等等。放心，招聘者不会记得是谁问的。

不要问“公司是不是更愿意招收男生”之类的问题，即使“是”，公司也会告诉你“我们看的是综合素质，不会对性别有歧视”。没有必要问公司未来发展方向之类的问题，首先，来进行宣讲的人不一定知道的那么清楚，其次，这种问题实在没有什么意义。

5.自信，完全自然的自信

告诉自己,当他们是自己的朋友，自己来，是想告诉他们一些事情，真诚些，其他的就不用顾虑了；在宣讲之前，一定要进行自我模拟训练，模拟几种情况下的场景，顺利场景、尴尬场景、冷场场景、鼓动场景，如果可以的话，每种场景准备个两套，在家模拟熟练，一定要模拟熟练。

五、罗兰贝格网申秘籍

5.1 网申入口

http://www.rolandberger.com.cn/join_us/recent_graduates/application_package.html

此处是罗兰贝格职位申请的说明。

5.2 网申内容

如何申请？

请将应聘材料发送到以下邮箱：

CAMPUS_SH@cn.rolandberger.com (应聘上海职位)

CAMPUS_BJ@cn.rolandberger.com (应聘北京职位)

并在邮件标题中注明：院校、专业、姓名及其他相关信息，材料包括：

- ◆ 英文求职信
- ◆ 中英文简历
- ◆ 成绩单

罗兰贝格的职位申请是采取简历邮箱投递的方式。

5.3 网申小贴士

以下是罗兰贝格官网发出的网申特别提醒。

提交申请特别说明

亲爱的申请者：

感谢您对罗兰贝格公司的关注和加入我公司的意愿。

我们的人力资源部是公司唯一的招聘负责部门和招聘事宜的联络部门。除此之外，网站上公布的其他联系人均系为满足客户联络之用。向他们寄送求职信及简历不仅会给工作繁忙的他们造成困扰，亦将导致您的求职申请得不到及时处理。

鉴此，请将求职资料直接发至人力资源部为盼。

十分感谢您的理解！

罗兰贝格公司人力资源部

六、罗兰贝格笔试秘籍

罗兰贝格近几年没有笔试，资料暂缺，值得注意的是，罗兰贝格对简历的筛选比较严格。

七、罗兰贝格面试秘籍

7.1 面试概述

高校毕业生面试

面试共3轮，每轮1-2次面试。我们将在每一轮面试结束后的一周内，公布进入下一轮面试者的名单。在第三轮面试结束后，我们将向顺利通过面试的申请人发出录用意向书，并安排人员与你联系。

- 1、第一轮面试：申请人将与我们的咨询顾问进行一对一的面谈，面谈大约持续45分钟。
- 2、第二轮面试：面试将采取案例形式，申请人将需要独立解决案例中的若干问题。

案例内容涉及：

市场进入战略

产品定价

降低成本

预测市场规模

提高销售额等

面试大约需要45分钟。

- 3、第三轮面试：申请人将与我们的合伙人进行一对一的面谈，面谈大约持续45分钟。

应届 MBA 毕业生面试

案例准备：

案例分析的主要目的是测试申请人的分析能力，结构性思维能力，创造力以及沟通能力。

7.2 面试经验

分享一：

因为准备6月份的 CFA 考试，错过了很多实习机会，虽然后来面了几家国内的证券公司，不过总是被 bs。转眼就到了7月中旬，依旧无所事事，人也越来越焦急。整天挂在 bbs 上，隔几秒刷屏一次，就盼着有公司招人，前几天，bbs 上看到一个咨询公司招项目助理，于是就投了，昨天收到电话，原来是罗兰贝格，叫我今天下午去面试。下面我就具体谈一谈面试内容，希望能给同学们以后面试类似公司多点帮助和参考。

我的面试时间定在下午两点，从 traffic 精华区，我查到去嘉里中心的路线，然后选择了537和939。差不多提前10到15分钟到公司。记得一个工作了的朋友说，面试外企最重要的是形象和英语。于是，我从仅有的衣裤中，选了一套白衬衫、领带和黑裤子，尽量让自己看

上去比较精神、professional。因为天气比较热，领带是到公司后，再找个僻静处戴的。

罗兰贝格在嘉里中心23层，不是很大，但是布置得很温馨，我和前台说明了来意后，她就让我先在一个小会议室里等待。大约5分钟后，一个看上去很 nice 的男的 consultant (大概是香港人) 进来了，和我寒暄了一会儿，递给了我一张名片。我小心翼翼的接着。(以下过程全英文，他好像不会说普通话)

大概是为了让我放松，他先夸了下我的简历很 impressive。紧接着，花了5, 6分钟向我介绍了公司，他自己的经历和项目的大致内容。然后，他阐述了 intern 需要做的工作和他们对 intern 大致的期望。从他的介绍，感觉这份工作不是简单的打杂，而是需要全程参加的

(7月底到10月底)，协助作些 research 和 support 的工作，包括参加和客户上层的 interview 啦，翻译啦，data research 等等。对 intern 的要求大致如下：1，有比较好的经济学、金融学、管理学的功底，能懂一些项目相关的知识更好。2，因为要和客户打交道，所以需要比较好的沟通能力。3，较强的英语和中文说写能力。然后，他让我简单的介绍下自己。

我先简要复述了上述3点要求，然后从以往的经历中反复论证自己是非常合格的。比如说，刚考过 CFA 啦，金融功底比较强(其实，考试发挥不好，专业学经济，金融知识不是很扎实，但是也只能吹了。)我又说，过去在某公司的实习经历能 demonstrate 我的沟通能力云云。最后，为了证明自己的英语水平，提到曾经帮助 CEIBS 的一个 marketing 教授翻译一些 interview 的资料。然后详细叙述了过程，说被访人往往说话说不道问题上，不着边际，所以一开始要理清思路，把被访人的主要想法写出来，再组织语言，修饰词藻力求翻译的文字 comfortable for reading。这是，我发现他频频点头，于是有了些信心。接下来，他就重点考察我的管理学思维。说项目索要研究的相关市场在中国才刚刚起步，如果你是 consultant，如何来分析等等，同时给了我一些提示。于是，我就从 market (how big is the market, how fast the market grow 等)，competitor, customer, client 以及市场成熟国家作为 benchmark 提供的参照等角度谈，感觉他大体还是满意的。不过，他总觉得我漏掉了些什么，还提到一些操作性的问题，比如这个市场不像 banking 之类的有很多研究成果，你怎么着手收集资料等等，当时我回答得不大好。然后，他问我是不是个好地 team player。我就拿过去组队参加“挑战杯”创业比赛的事谈，说了下自己的职责和发挥的作用，不过只拿了3等奖。于是，他就挑刺，为什么没拿一等奖。我就说，我们项目的产品不够 fancy 云云，评委在我们做 presentation 时评价也不错，我也有点 confused，为什么没拿一等奖。他似乎觉得我说得蛮有道理。接下来的问题就比较次要了，例如关于我的 excel、ppt 技术，时间安排，报酬要求啦等等。最后他让我提问，我就谈到罗兰贝格在北美只有三家 office，在中国的业务发展很快，感觉罗兰贝格比较重视 emerging market, 能否介绍下罗兰贝格的 expansion strategy。虽然，问题挺傻的，不过他还是很兴致勃勃地作了回答，还谈到了罗兰贝格在中国的发展以及和其他咨询公司得比较。这个时候，面试已经持续了40多分钟，我有点撑不住了。不过，接着他的话题，我就又谈了谈 bain 在上海开 office 啦，咨询公司向客户推荐使用 sap，然后 sap 赚得更多啦，尽量让他觉得我确实比较关心这个行业。

等我握手告别时，3点左右，前台已经有一个 mm 等着面试了。

总体而言，罗兰贝格感觉还是蛮人性化的，大概一流的咨询公司都是这样的吧，今天面试我的 gg 也非常礼貌，感觉很舒服。想想也是，他们要和客户沟通，不让人觉得好打交道，是没法吃这碗饭的。

最后，总结一下：

1，面试外企穿着要得体，be professional，这样可以给面试官留下好印象。

2，时刻保持微笑和自信，即使在答题不顺利，非常困难的时候。

3，尽可能发掘自己以往经历的闪光点，用经历去证明自己的特点，投其所好。其实，大多数公司也不会要求学生做过什么惊天动地的大事，哪怕是一点小事，只要能让他看到你处理问题的果断，机智和得体，就可以了。

4，回答提问思路要清晰，尽可能逻辑性强。

5，最后也是最重要的一点，不要放弃希望。机会总是有的，好好准备，然后在机会垂青你的时候，把握它。

分享二：

罗兰贝格 (Roland Berger) 面试-pre 职位

之所以叫 pre 一面是因为我也不知道应该叫什么，呵呵，总之就是稀里糊涂的就被电话通知面试，欣喜之余也没弄懂是不是 pretalk。早上 9:30 的面试，在三元桥佳程广场，留了过分充足的时间结果在写字楼大堂等了半个多小时。还有比我更惨的，10 点面试的 gg 比我到的还早，呵呵。提醒周末面试的 xdj，从小西门坐 718 就可以直达，我早上不太堵车，45 分钟就到了。

面试的 jj 是那天宣讲来过的一个 jj，先告诉偶面试分成两个部分，首先 20 分钟是关于简历之类的问题，然后 10 分钟一个估计市场份额的小 case。

花了 1 分钟介绍一下自己，遂拼命往脸上贴金，然后问你说了这么多优点，告诉我你的三个弱点吧。昨天准备了一个最大的弱点，临时又想了一个，结果到第三个的时候没词了 555555，这个，这个，不具有杀伤力的弱点还真难编啊....

然后是一道小的数学题，说你有 60 块钱要买东西，买 a 花了几分之几，买 b 花了多少块，买 c 用了百分之多少，最后剩多少钱。由于是我一向对英文的数字极不敏感，中间的那个没有听清，做一脸无辜状说我实在没听清，jj 很慈眉善目的告知：你 challenge 一下吧：（反正没作对。

下一题说你想要找 8 个朋友来开个 party，但是只有一瓶 wine，如何能够让每一个朋友都 enjoy。我贼贼的一笑说，我最大的爱好之一就是自己酿酒，呵呵（不过这个是真的，我夏天都会自己酿葡萄酒的：）然后 jj 狂笑，说这个不错。不过这个题目还是没能躲过去：（最后是估算中国的冰淇淋市场的每年的 revenue。这个做的还可以。

总结的时候 jj 说优点是英语还不错，缺点是少答了一个缺点——还有就是开 party 的那个不够 creative。

我提了一个关于 jc 第一年的收获之类的问题，jj 说了一堆，我附和道：sounds perfect! 然后满脸狗腿的说真希望有机会能够做这样的工作，jj 居然不理我的暗示，说 hr 会通知给你的。于是我就凉了半截，hoho。

大概就是这样，我的基本是全英语的，不过 jj 说如果觉得不能表述很好的话用中文也没有问题。

分享三：

1. 申请

罗兰贝格今年在北大不但举行了宣讲会，还和 PCA 一起合办了 consulting workshop，让大家对他们家、对案例面试有了更加深刻的理解。虽然没能有幸入选 workshop，参加模拟面试，却也让我对于自己的简历有了一些怀疑。私下和朋友聊了不少，将简历又不断充实再充实，加上咨询喜欢的关键词，终于形成了现在投咨询的 final version。

2. Pretalk

罗兰贝格今年的招聘流程很复杂，有的人是没有经过 pretalk 直接一面的，有人则是要参加 pretalk，比如我。事实证明，这无关 candidate 的素质，所以大家大可不必介怀自己比人家多面一轮，只要表现优秀，谁都有机会拿到 offer 的。Pretalk 大约 30 分钟，由 rb 的 hr 主持，5 人一组。先是英文的自我介绍，然后用中文讨论一个开放性话题，我们组讨论的是关于政府该如何抑制房价上涨的问题。由于我平时对这方面关注的不是很多，加上本组其他都是经管、信管的研究生 gg，所以在讨论部分并没有表现得特别出色。总体说来，pretalk 中，英语水平、说话的条理性应该是 hr 比较看重的。

3. 一面

周四 pretalk，周六就通知我周日去三元桥 RB Beijing Office 一面，据说进一面的有 200 人左右。一面是 case study 的形式，5 人一组，简单的英文自我介绍之后，1 个小时讨论 case，全中文，10 分钟准备 presentation。接下来的 presentation，每个人都要上场，全英文，consultant 会随时打断你，challenge 你。具体的 case 形式，跟 workshop 做的一样，给你一沓 ppt，里面有关于 case 的背景文字材料和数据图表。我们组做的是一个 profit falling 的问题，还是比较常规的。在讨论过程中，关键是对于数据要有一个好的把握，再就是团队之间要有一个好的合作与分工。在 presentation 部分，主要看重的就是英语和讲话的逻辑性啦，面试官会

challenge 你一些问题，这个时候千万要沉着冷静，一般都不会太难。最后面官给我们组的 feedback 是由于大家都致力于自己讲的那一块，所以有点 lose whole picture，没有将大的市场环境交代清楚，这可能也是小组讨论的通病。不过，我们组整体是做得不错的，抓住了问题所在，给出了很好的建议，小组讨论气氛不错，面官是比较满意的。所以，小组的案例讨论主要看重以下几点：1. 团队合作 2. 案例框架 3. presentation 4. 被 challenge 时的应对。

4. 二面

一面后的一周去二面，形式是 1v1 的 paper-based case interview，据说中有 80 个人参加。面官是一个 project manager，在德国工作了很多年，对于我一外是德语这件事很感兴趣，两人用德语寒暄了一下，就转到英语做 case。流程大概是我独立阅读 case 25 分钟，回答 case 后面的 2 个问题，做一个简短 presentation，后面面官会就我的回答 challenge 我一些问题。面官不断强调我的回答要有好的框架，同时找出一些证据证明我的观点。Case 材料总共有 4 页 A4 纸，其中包括一些财务报表，所以真正的文字部分在 2 页左右，不过鉴于英文字体偏小，加上你要在短时间内对于公司和市场情况有一个很好的把握，所以阅读量还是很大的。后面附的 2 个问题不是太难，加上我没有太多富余时间思考，所以 presentation 做得非常简短。接下来面官就针对我的 presentation，开始提问。有的问题是让我证明我的结论，有些是将我的一些 idea 深入挖掘，问到实际操作的层面，我会如何处理，有些则是 hint，让我重新思考自己的结论正确与否。最后的结果还是很不错的，面官提的所有问题，我都给了很好的 response，虽然中间也做过错误的结论，但经面官一提醒，重新思考，马上修正了自己的错误。

总之，对于这种 paper-based case，我觉得 1. 英语阅读要快，summarize 的能力要好；2. presentation 要有好的框架，同时有 evidence 来 back up；3. 面对面官所提的问题，保持冷静，运用日常的 business sense，给出一个很好的回答，同时也要读出面官问题中的言外之意，向正确的方向进行分析。

5. Final

二面结束的晚上就收到第二天 final 的电话，这真是一个 super weekend。在网上搜了搜面经，无果，决定好好休息，随机应变。周日早上继续来到三元桥 RB Beijing Office，我是早上第一个面的，之前因为这个胡思乱想了半天，事实证明，只要你足够优秀，放到第几个面都是无所谓的，毕竟，已经到了 final，公司对每个 candidate 都是很负责任的。Final 会见 2 个人，分别是 principal 和 partner，都有 interactive case，和面官的交流会更多，对于获取信息的能力要求更高。Principal 那边做了一个比较完整的 case，他 challenge 的问题比较难，让我一度有 desperate 的感觉，不过表面上还是要镇定的，同时绞尽脑汁想办法回答问题，途中看到他看了几次手表，有点害怕自己会做不完这个 case，也许，这就是所谓的压力面试把。当然，最后还是下了一个结论，算是 close the case。虽然感觉没有二面那么顺畅，但是想着还要见 par 呢，所以依然打起精神，继续保持自信见 par。北京 office 的 par 宣讲会曾经来过，当时跟他聊过几句，所以再次见到我，他一眼就认了我出来，大家又用德语寒暄了几句，开始做 case。Par 的 case 就比较随意啦，我觉得除了考察基本的商业知识，par 更看重的是 creativity，就是说你怎样 think out of the box。Par 问了许多 business idea 的问题，最后也让我举了一个证明自己 creativity 的例子。总体感觉是非常好的，大家聊得很开心。

6. Offer

接下来的几天就一直在等电话，毕竟，final 的表现并不完美，谁知道结果会如何呢。就在我忐忑了好几天，去参加 lek pretalk 的时候，在笔试和面试的间隙接到了 rb 的电话，让我提供班主任的电话用于背景调查，这时候 offer 就基本有啦。由于这一兴奋，后面的 lek 面试也就是乱说一通。周五，接到了 hr 从上海打过来的电话，发了 offer，至此，我的罗兰贝格之旅划上了一个圆满的句号。

7. 感言

罗兰贝格是我开始面的第一家咨询公司，是最 dj 我的一家，让我走到了最后，圆了我的咨询梦；也是最有缘分的一家，作为一家德国的咨询公司，它对于我这个一外是德语、与德国有着深刻缘分的人而言，其意义，非同小可。最后，要感谢很多人，感谢我的父母，你们很开明，总是在我背后无条件支持我的决定；

感谢 PCA 的 xdjm，谢谢 Erick，Allen 无私提供面经，告诉我案例面试的 tips；谢谢主席团各位在我找工作

过程中的鼓励与帮助；感谢“我的战友们”群中的各位 xdjim 的鼓励和支持，尤其感谢希希陪我练 case, mock interview，帮我换冲突的面试时间，你会拿到大 offer 的；感谢 simon，从你身上，我学会了自信与坚持，决定要实现自己关于咨询的梦想。

祝愿找工作，找实习，申出国的各位 xdjim 都拿到好 offer！

分享四：

上个周六下午面的 RB,结果我到那里后比我预约的时间等了半个多小时才面试...（无语他们的 time insensitive）第一次面咨询，所以忠于过程把自己记得的部分都流水帐下来，可能不是别人有条理的 case book 的形式，因为没有经验，贴出来给大家借鉴吧！

一个朋友开的家常菜餐馆，每个月利润 3 万，给提高利润的建议

问：什么样的餐馆

五环外的一条商业街，普通家常菜，没有外卖（下面划线是我后来回想当时对方给的关键信息）

开始想用常规的框架（生硬了，我说完他就说这个太笼统了，想知道具体怎么分方面）：1 市场，分供给和需求两个角度，供给（同时考虑帮竞争放进去）问商业街上还有多少同等级的餐馆，他们平均利润是多少，答有 3,5 家但是平均利润 10 万，即远低于平均水平，问规模和就餐人数情况，说大概十几个桌子，具体是中间四人桌 10 张，旁边 8 人的还有几张，最多一餐可以接待 80 人这样，人数说的 是每家餐馆都有人在排队。（当时忽略考虑上座率，当时对方已经提醒了这个不是实际能接待那么多的，却没有追问上座率和其他竞争者相对比）需求说想办法估计在那里上班或者购物的人数（无用，当时好像就是这里提到排队的）。

2 财务数据，分收入和成本，收入问了平均就餐价格，答大概 25 元，但是定价也和其他家差不多，平均就餐额也差不多，再说成本，我说想知道成本结构，对方回答成本没有问题，材料人工水电租金都差不多，所以这时候我得到是消费人少的问题 3 营销策略和广告，我问有没有什么促销，打折，招牌菜特价菜什么的，他说有，和别人也都一样

这时候我总结说排除了成本的问题和定价的问题，收入低导致利润低就是消费人数不足，所以想到几个原因为什么不足（这里有点 hasty assumption 了，当时没有切中电子所以没有清晰结论）说可能有几个：1 菜单--人家说菜单大概 40 中，和其他餐馆也类似，我说方法是改进菜单，问一些最受欢迎的和最不受欢迎的，对方说家常菜嘛就是那些，不是每个人都会点一样的（我当时没听出来这不是有意义的点，还纠结不放）说修改它通过促销和特价的广告突出自己的最受欢迎的菜另一方面进货的话俺欢迎程度准备材料，少准备些不受欢迎的（其实都没意义.....）2 质量，我说想搞个调查看看是不是口味不好，经理说今天做不了了，口味没问题，大家都一样，我又说问题就在都一样没有区分（对方也没同意，家常菜没什么区分的）

这时候经理提醒我最关键的问题：说顾客在排队，但是他们接待的客人只有别人的一半！但是同时收入只有别人的 1/3!我当时一心想着人数，于是问人数少是不是用餐时间特别久（终于开始上正轨了...），答是，问是等待时间长还是吃的慢，答等很久，问是厨师做的慢还是服务员上菜慢比较混乱，答都慢，问厨师是不是技术不行，答说到不是超出的问题，是备菜切成段助手不够，再说服务员是人少还好没有经过训练不熟练，答就是人少，是熟练的--于是，基于这两点我的建议是雇助手和服务员（当时还多余问工资啊能不能一个做两个职位什么的...），另外一个基于前面问上座率的时候提到 4 人桌子常常 2 人做，我提出重新布置桌椅（又举例说了一堆餐馆）

最后经理又提醒我另一个重要但是我忽略的，人比别人少 1/2 但是利润少 1/3 为什么呢，（我当时其实并没有马上意识到含义：顾客群的划分（customer segmentation）在门店的顾客导致的收入少应该是 1/2，但是比别人收入少更多说明有另一个群体是不来店里吃的，打包和外卖！），但是直觉告诉我必须增加新的收入来源，接下来说了卖饮料啊小吃啊什么的都不是点子上，最后说出来了外卖，还说了依据是在商业街给上班的人增加外卖服务---这时候经理满意了，他总结说三点：1 该雇人的雇人 2 重新布置桌子，是布局更加合理

3 增加外卖和打包服务，顾客有两部分，原来没有打包业务就把别人丢失了一个很大的群体-隐形客户

所以收入比别人少

总结自己做的过程：走了不少弯路，如经理说的由于对商业模式不熟悉我套用的框架有些生硬，开始说了很多都没有用却没有马上反应出对方给的有价值信息--了解实际运作，商业敏感性（intuition 真的是在经验上养成的），不过他最后说我分析能力还行，在引导下最终找出了问题所在。

General question: (英文写的英文问题，中文的中文问题)

1 self-introduction

2 why consulting

3 three weakness

4 three dislikes about consulting ---我当时没有回答上来，被 HR challenge 说 you love everything about consulting...我当场无语中

5 中国未来最有前景的三个行业

6 对我国房地产价格的看法

7 一句话总结自己

7.3 面试小贴士

面试技巧：

——仔细聆听/阅读案例描述及问题：避免答非所问。如果你对问题不确定，把问题向面试官重申一遍或直接询问。

——组织思路：找到关键问题，形成合理的分析框架。先从广度，再从深度展开分析。

——把想法说出来：让面试官知道你在想什么，向他们展示你的逻辑思维过程往往比你得出的最终结论更重要。

——向面试官提问：你可以通过面试官获得你需要的信息，直到他们不再提供进一步的帮助。此时你就要运用你的商务知识和常识来假设和推理。但是最好让面试官了解你问每个问题的原因。

——抓住面试官提供的线索：在你分析方向有所偏离或发生错误时，面试官可能会给你一些暗示。注意这些线索会帮助你得出比较合理的结论。

——及时总结：在分析过程中，及时小结每一步的结论及启示。在分析结束时，总结你的假设，发现的问题和可供选择的建议。必要情况下，你也可以借助一些草图来说明你的想法。

面试准备：

——熟能生巧：案例分析也是一种可以学习的技巧。为了使你的分析更加合理，准确，我们建议你和朋友、家人或对着录音机、镜子进行练习。你还可以从学校的职业发展中心或在咨询公司工作的校友那里得到相关的帮助和指导。

八、常见问题（FAQ）

Q: 罗兰贝格的校园招聘什么时候开始?将招聘多少咨询顾问?

A: 我们会在每年的秋季到各大高校进行校园招聘。具体的招聘人数将根据当时的业务需求来决定。详情请参阅校园招聘日期。

Q:我应该在什么时候递交申请比较合适?

A:应届毕业生可以在毕业前4至9个月内投递简历,有经验的工作人士需要为面试以及与原单位终止劳动关系预留足够的时间。而应聘暑期实习职位,需要提前3个月左右申请。

Q:申请罗兰贝格的职位需要满足什么条件?

A:要成为合格的咨询顾问,您应该具有出色的分析能力、抽象理解力以及创新思维和团队精神。您学什么专业并不是最重要的,我们更看重您的成绩。假如您有过相关工作、实习或海外经历,你被邀请参加面试的机率将相应增加。能在富有挑战性的工作环境中应付自如的人将使我们的理想人选。当然,我们的标准也是很灵活的。

Q:要成为咨询顾问必须要有商科文凭吗?

A:答案当然是“不”。我们的咨询顾问只有50%左右毕业于商学院,另外的50%都毕业于理工科及文科专业。他们的想法经常能帮助整个项目组从不同的角度去看待问题,解决问题并发现可行的方案。当然,每个咨询顾问都应当具备基本的商务知识,在工作中,我们也会为没有商科背景的顾问提供进一步的商务知识培训。

Q:我是北京的毕业生,可以申请到上海办公室工作吗?

A:我们在北京、上海和广州设有三个办事处。工作地点取决于咨询顾问的个人选择和公司业务发展的需求。