

2022 | 行业招聘白皮书

- 互联网行业·招聘白皮书 -

个体价值崛起

 Moka

 摩卡研习社

Moka研究院

 2003
广东省人力资源管理协会

联合发布

2022 Moka 行业招聘白皮书

互联网行业招聘白皮书

个体价值崛起

行业竞争加剧，人力成本持续增加	4
打造赋能型组织，关注个体价值实现	8
个体对招聘的影响	13
个体如何在招聘中发挥价值	20
应用实践	32

引言

5G 时代的到来，标志着互联网从移动互联网时代进入产业互联网时代。这一转变也给行业带来巨大影响。云计算、大数据、人工智能、物联网等新技术的应用，给整个行业带来新的生机。互联网医疗、共享经济、智慧城市、电子政务、工业互联网等产业互联网蓬勃发展，以电子商务、网络游戏、MCN、社交网络为代表的消费互联网竞争愈发激烈。

新兴产业的发展压力，成熟产业的增长焦虑，根本的解决途径还是“人”。所有对业务的规划和未来的构想，都需要通过“人”来实现。也因此，互联网行业是最注重人才的行业之一，这点从互联网的普遍高薪就可窥见一斑。

数字时代带来的是人与组织管理的新趋势。互联网行业迭代速度快，倡导敏捷型组织，这就要求组织要去中心化、扁平化、分布式，以便更快速地响应外界变化。在这样的时代特征和组织要求下，企业要推动员工“自上而下”的自我管理，形成从被动到主动的自组织管理形态。要在去权威的环境中帮助员工自我管理、自我驱动与自我实现，因此，新型的组织应该是赋能型的和尊重个性的，让员工个体价值实现最大化应该成为组织管理的核心目标。

Moka 作为智能化 HR SaaS 的引领者，深耕互联网领域多年，立足行业发展前沿，以“让每个人在组织中成就更多”为使命，希望携手企业一起践行“个体价值最大化”的目标。

Moka 研究院以“调研 + 分析”的方式，通过分析各项行业数据、现象及 600 个互联网行业 HR 的调研结果，旨在呈现数据背后个体在招聘中的价值，并对未来如何实现个体在招聘中的价值最大化提供参考性建议。

摘要

行业背景分析

04

互联网行业流量见顶，存量竞争激烈，人力成本也不断增加。不断变化的环境要求组织要具备超强的灵活性，新时代人才工作观念的转变要求组织关注和尊重个体，也因此，赋能型组织成为新型组织发展趋势，激发个体价值成为组织管理的核心目标。

个体价值呈现

08

人才是企业的核心竞争力，通过对一系列数据的分析，我们发现：个体在人才招聘中发挥的价值可能远被低估，因此，我们希望通过数据将个体在招聘中的价值呈现直观展示出来，也希望，个体的价值能够被更多的关注和挖掘。

落地应用实践

32

个体价值的最大化需要不断挖掘和激励，我们结合服务 1500 多家客户的经验，总结出实现个体价值在招聘中最大化的方法，希望能给企业一些参考。

研究重点

个体价值的重要性以及个体如何在企业招聘中发挥最大价值

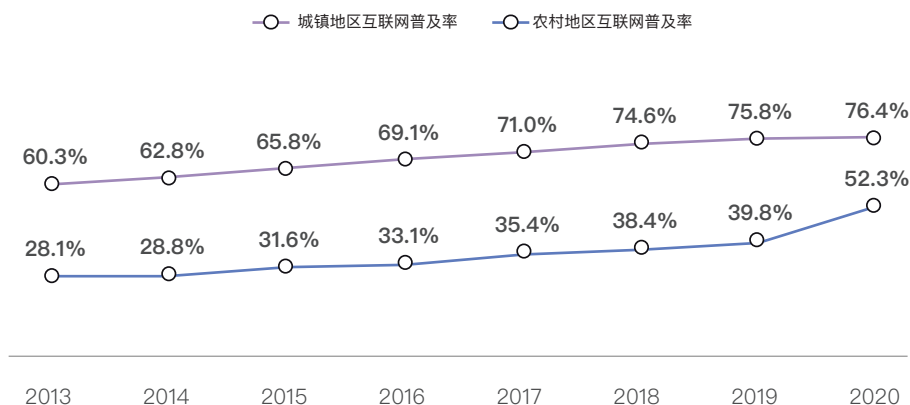
注：我们将组织中的每个人都看做一个独立个体，不做角色和职级区分，所以这里研究的也是每个独立个体的价值呈现。

行业竞争加剧 人力成本持续增加

人口红利消失，行业流量见顶

我国互联网普及率逐年增长，另据《中国互联网络发展状况统计报告》的数据显示，截止今年上半年，我国网民数量 10.11 亿，互联网普及率已经达到 71.6%，到 2025 年，我国互联网用户数预计将超过 11 亿，渗透率将高达 78.5%，很明显渗透率和普及率目前均处于高位，可开垦的新用户已经不多。互联网已进入存量时代。

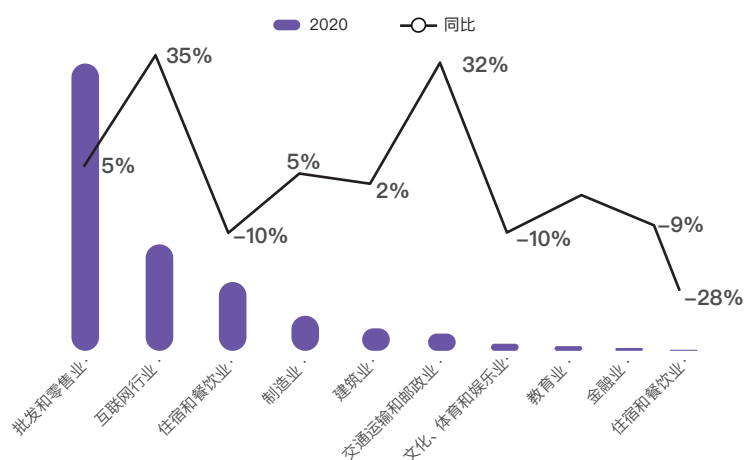
2013-2020 年中国互联网普及率变化情况



行业内卷加剧，存量竞争激烈

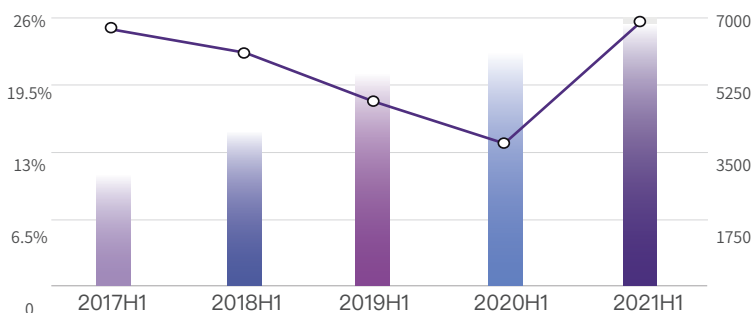
过去很多年，中国互联网产业几乎全是在商业模式的创新和模仿，这就导致整个行业都存在壁垒低、产品和服务模式同质化严重等一系列问题。后进生源源不断涌入，致使行业步入红海竞争。受疫情影响，2020年开始，各行业新增企业数同比大幅下降，但互联网行业却逆势增长，同比增长35%，部分细分领域甚至实现爆发式增长。

2020 年各行业新增企业数变化趋势



另一方面，虽然互联网企业收入 2021 年上半年收入明显增加，但自 2017 年以来的同比增长率却连年下降。存量竞争下，新企业不断涌入，人力成本逐年增加，企业利润一压再压，互联网企业普遍面临增长乏力问题。

互联网企业业务收入及同比增速

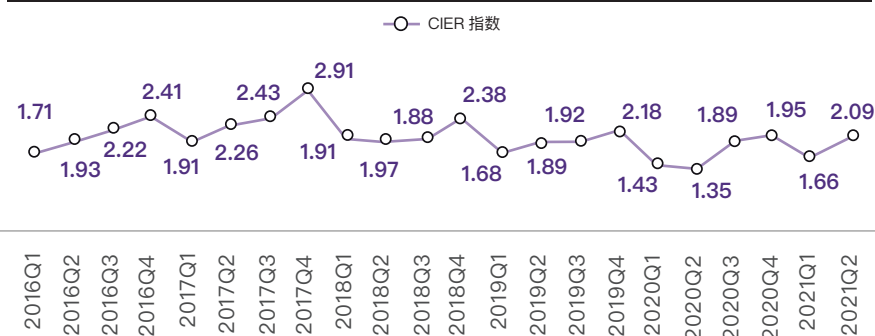


数据来源：工信部

人力成本持续增加，中高端人才招聘困难

互联网行业人才流动频繁，在 2020 年各行业人才流动率普遍收缩的情况下，高科技行业的平均离职率 (15.5%) 仍然高于全行业的平均水平 (14.8%)。据统计，第一份工作的平均在职时间呈现出随代际显著递减的趋势。因此，员工普遍年轻化、工作强度相对高的互联网行业人才流动频繁的问题将日趋严重。从互联网人才总体供需来看，近年互联网行业人才需求规模指数经历了明显的下降与回暖，人才供给规模相对稳定，但整体仍然存在缺口。

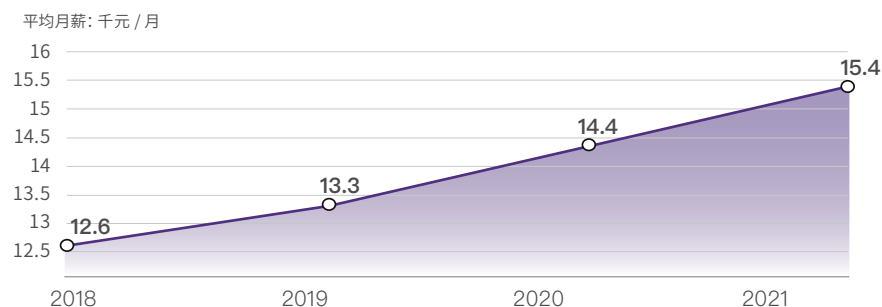
2016Q1-2021Q2 中国就业市场 CIER 指数



注释：CIER 指数是用来反馈就业市场景气程度的指标，其计算方法为：CIER 指数 = 市场招聘需求人数 / 市场求职申请人数
来源：智联招聘 国家统计局 Moka 研究院根据公开资料研究绘制

整个互联网行业的发展速度在变缓，供需平衡在发生变化。一方面，人才的频繁流动使企业承担了大量人才替换成本与运作损耗；另一方面，行业内卷导致的人才紧缺加剧了行业招聘竞争，相对应的行业薪资水平不断上涨。自 2018 年以来，4 年间，互联网行业薪资涨幅高达 22%。

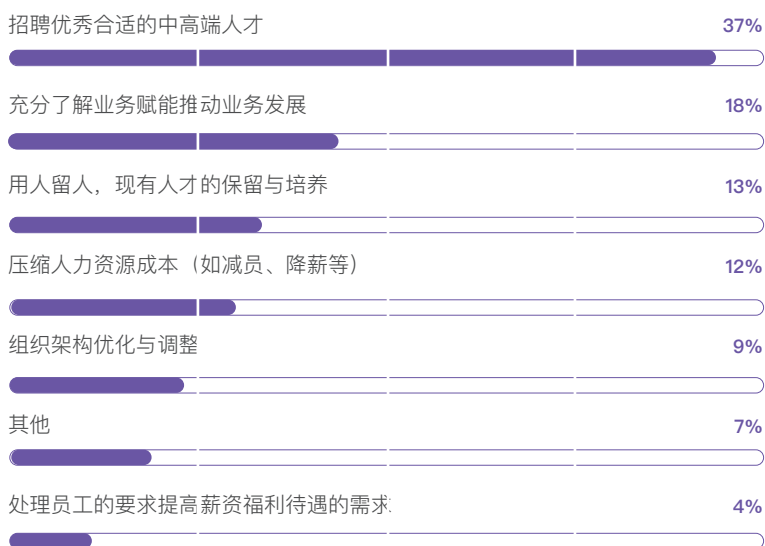
2018-2021 年互联网平均薪资



数据来源：拉勾数据

与行业发展速度变缓相对应的是，整个行业的成熟度在提升，人才的职级体系、薪资也越来越稳定。企业对人才成熟度和综合能力的要求不断提高，对中高端人才需求也逐渐增加，调研显示，招聘优秀合适的中高端人才成为后疫情时期 HR 面临的最大的挑战。

后疫情时期 HR 面临的最大的挑战

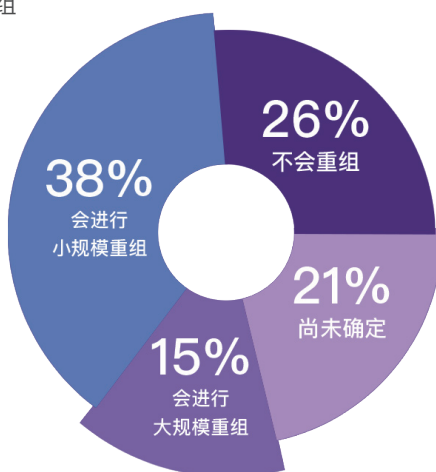


打造赋能型组织， 关注个体价值实现

53% 的企业将在 2021 年进行一定程度的重组

新冠疫情极大影响了企业营收，也给很多企业带来了深远影响。正如爱因斯坦所说“衡量智慧的标准是适应变化的能力。”因此，适应不断变化的环境是企业的首要任务。许多受访者认为，重新审视组织架构对于企业未来的恢复和发展必不可少。

据 Michael Page 《中国 2021 人才趋势》显示，仅 26% 的企业认为他们在 2021 年不会进行任何形式的重组。企业处理组织变化的方式将对保留和吸引人才产生重大影响。敏捷和不断进步的工作环境将会是众多求职者的首选。



新时代人才工作观念转变，更注重自我价值实现

在物资不匮乏的时代，当代人更追求精神财富。作为在互联网下成长起来的一代，Z 世代大都有比较强的自我意识，对新鲜事物有较高的接纳度。与老一辈追求“铁饭碗”不同，他们更乐于突破传统的工作模式，追求自己的价值感。他们要高薪、要期权、要生活有质量，但不要 996，也想摆脱内卷，也因此，他们跳槽的频率愈发频繁。

据脉脉数据研究院《互联网新人职业选择报告 2021》显示，候选人选择工作时，将“可以实现自己的想法”、“为更好的结果奋斗”和“创造更大价值”作为首选，这也意味着新一代求职者将自我价值的实现比较看重。

受访用户选择工作时最看重的点

可以实现自己的想法，有独立负责项目带领团队的机会

公司包容性强，英雄不问出处，大家为更好的结果奋斗

公司重视创新并鼓励员工通过创新创造更大价值

有发展前景

公司氛围好，团队和谐

钱多事少离家近

职位有挑战，个人发展有想象空间

工作明确有目标，结果及时有反馈，成绩有认可

给的职位跟待遇达到我的期望值

弹性工作时间，人性化管理，条条框框少

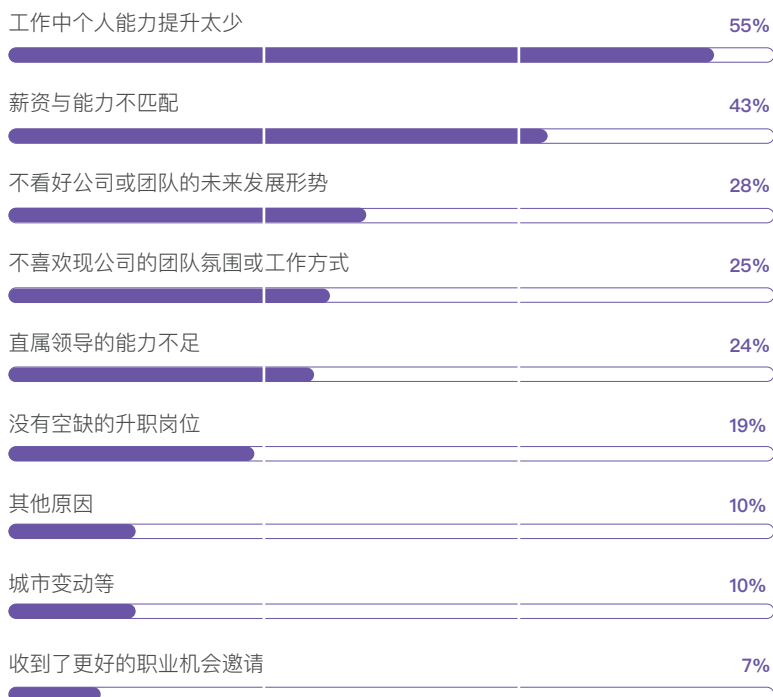
所在公司有我崇拜的业界大拿

不用加班

数据来源：脉脉数据研究院

同时，在一份关于互联网人才离职原因的调查中我们发现，因“工作中个人能力提升太少”而离职的占比高达 55%，由此可见，员工对自我实现的需求越来越高。因此，在未来的人才招募中，企业对候选人的吸引力除了向薪资福利和公司本身的实力外，对员工个人成长和价值实现的培养体系也非常重要。

中国互联网人才离职原因情况



打造赋能型组织，不断激发个体价值

“未组织最重要的管理任务是赋能，而不再是管理或激励。”

--- 阿里巴巴学术委员会主席 曾鸣

“组织管理不再是我们原来看到的命令管控和彼此之间的交易关系，而是赋能、共生和协同。组织中的个体能力发展以及与组织发展的匹配程度是组织获得高绩效的基础。”

---- 北京大学国家发展研究院 BiMBA 商学院院长 陈春花

数字时代带来了人与组织管理的新趋势

[从人的角度看]

工业经济时代 关注的是标准，管理的是群体行为；

知识经济时代 关注的是信息，管理的是群体知识；

数字化时代 管的是人性，理的是人心，强调的是对个性的尊重，在去权威的环境

中帮助员工自我管理、自我驱动与自我实现。

[从组织的角度看]

过去组织 强调大型化、内部化、集中化

现在组织 更强调小型化、外部化、分离化这些特征

去中心化、扁平化、分布式的组织，可以更快速地响应外界的变化。所以，企业应该推动员工“自上而下”的自我管理，形成一个从被动到主动的自组织管理形态。

[从求职者的角度看]

Z 世代步入职场，他们更看重工作能力的提升和自我价值的实现。所以，未来人力资源管理者要做的核心是赋能个体、团队与组织，激活各主体，让他们进行协同价值创新，发挥集体智慧。



人效时代

个体重要性逐渐凸显

企业未来应更注重个体价值挖掘



个体价值在组织中的重要性越来越明显
那么,如何激发个体在招聘中的价值呢?

个体对招聘的影响

招聘作为企业人才选用的重要环节，重要性不言而喻。Moka 调研了 600 家互联网行业 HR，对招聘过程中的行为及相关问题做了调研，通过对数据和结果的分析，越来越发现个体在招聘中的重要性。

所有招聘参与者的专业度通过招聘漏斗和效率体现

招聘各阶段通过率是各阶段负责人站在自身专业角度对候选人的评判和筛选。

招聘各阶段通过率除了可以反映各阶段承接部门的沟通情况外，还可以评估岗位画像和候选人画像的匹配精准度，一般情况下，两者匹配度越高，用人部门筛选通过率和面试通过率越高，招聘效率相对也会更高。

员工对企业招聘的贡献度越来越高

员工内推逐渐成为互联网企业非常有效的招聘渠道之一，互联网行业整体内推占比约为 20% 左右，有的甚至高达 40%，除了整体入职占比外，员工内推的入职率也远高于其他渠道。

候选人体验对企业招聘的影响越来越大

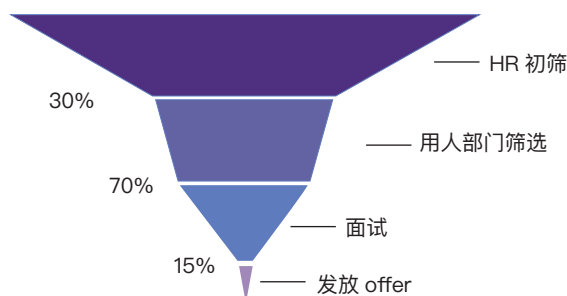
从投递到面试，候选人的体验对企业招聘的影响越来越大，简历投递反馈速度、面试官态度和专业度、面试结果的及时性、招聘周期、入职前的关怀等等，都对候选人体验都非常大的影响，值得企业重点关注。

整体招聘情况分析

整体招聘漏斗

用人部门筛选通过率约为 70%，offer 发放率仅为 15%

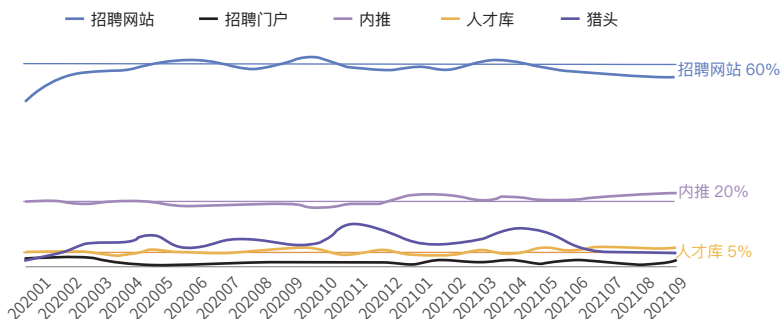
互联网行业招聘漏斗，HR 初筛通过率约为 30% 左右，用人部门筛选通过率约为 70% 左右，整体来看，HR 对岗位画像的理解与用人部门整体契合度比较高。



整体招聘渠道

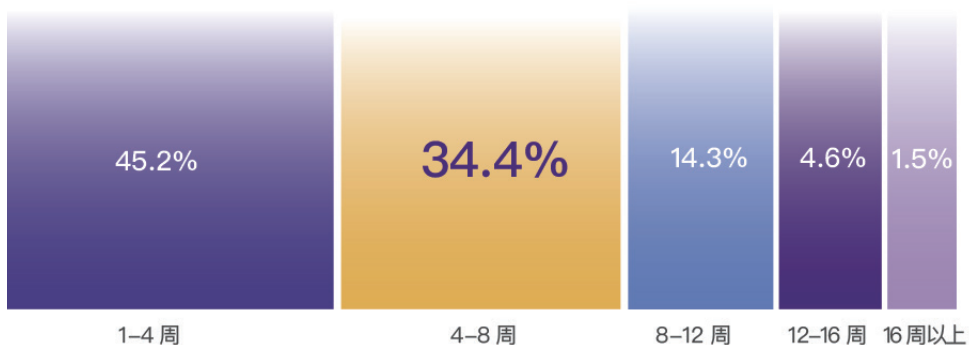
虽以招聘网站为主，但内推和人才库占比逐渐升高

受招聘淡旺季影响，各渠道入职贡献占比会有轻微波动，从整体来看，目前企业招聘候选人来源仍以招聘网站为主，约占 60% 左右，呈下降趋势；内推和人才库入职贡献占比分别为 20% 和 5% 左右，呈轻微上升趋势，未来有望成为企业招聘的核心渠道。



整体招聘周期

近一半能在 1 个月内完成，近 3 成需要耗时 1 至 2 个月



候选人整体体验

反馈及时性和招聘过程的沟通成为影响候选人体验的重要因素

「投递环节」

80% 希望简历投递后 3 天内反馈

60% 候选人花 2-4 周找工作

「面试环节」

60% 认为面试等待时间不能超过 10 分钟

95% 认为如果被拒应该给反馈

「Offer 环节」

46% 认为应该保持一定频率联系

50% 以上希望得到入职前关怀



主要岗位招聘情况分析

结论 1：产品、技术、设计等岗位用人部门筛选通过率远低于平均水平，后续应注意提高岗位画像和候选人画像的匹配精准度。

结论 2：技术、设计、销售等岗位通过内推入职的占比及入职率较高，对这三类岗位的招聘可以重点关注内推宣传。

[a. 产品]

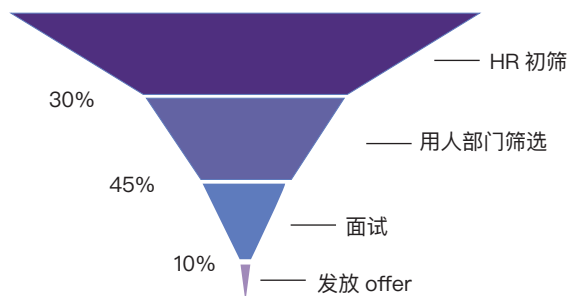
主要依靠招聘网站和人才库，offer 发放率较低，大部分招聘周期在 1-2 个月

招聘渠道

产品岗位通过招聘网站和人才库渠道的入职率比较高；

招聘漏斗

产品用人部门筛选通过率较低约为 45%，offer 发仅为 10%
整体招聘难度较大；



招聘周期

超过 60% 的企业招聘周期在 4-8 周，30% 可以在一个月内发放 offer；

[b. 技术]

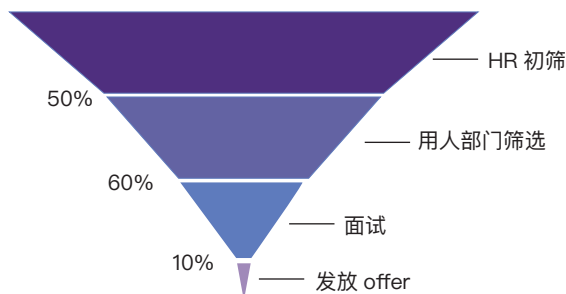
内推和猎头入职效果较好,整体漏斗偏低,招聘周期主要集中在 1-2 个月

招聘渠道

技术通过内推和猎头渠道的入职率比较高;

招聘漏斗

HR 部门筛选通过率为 50% 左右, 高于整个行业的 20%, 用人部门筛选通过率为 60% 左右, 低于行业整体水平, 导致这一现象的主要原因在于: 在技术等专业性比较强的岗位招聘中, HR 在岗位画像和候选人画像的判断上比较容易出现偏差; 技术岗位面试通过率仅为 10% 左右, 低于行业整体 15% 左右的水平, 这也印证了技术岗位从业者多, 合适的候选人却难寻的招聘特点。



招聘周期

58% 在 4-8 周, 33% 在 1-4 周

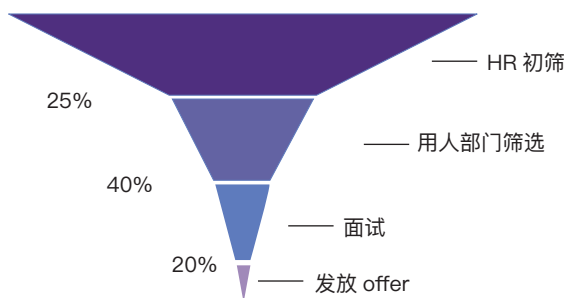
[c. 设计]

整体简历数量较多, 但质量偏低, 筛选通过率低, 但 offer 发放率高于行业平均水平

招聘渠道

设计虽然通过招聘网站投递的简历比较多, 但简历质量和匹配度比较低, 内推和猎头仍是入职率比较高的渠道;

招聘漏斗



招聘周期

58% 在 4-8 周, 38% 在 1-4 周

[d. 销售]

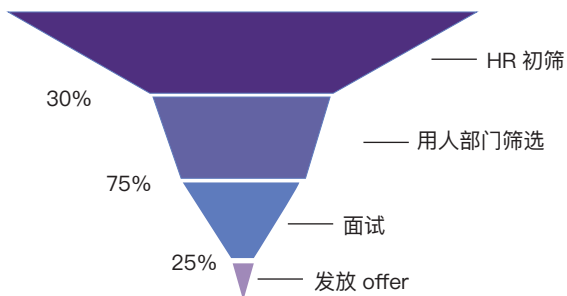
招聘周期短, 简历数量较多, 内推入职率最高, 面试通过率远高于行业平均水平

招聘渠道

销售呈现与设计相同的趋势: 通过招聘网站投递的简历很多, 但是入职率却不高; 内推的入职率比较高;

招聘漏斗

销售的面试通过率为 25% 左右, 高于行业整体水平, 这也印证了销售类岗位普遍要求较低的岗位特点。



招聘周期

62.5% 在 1-4 周, 37.5% 在 4-8 周;

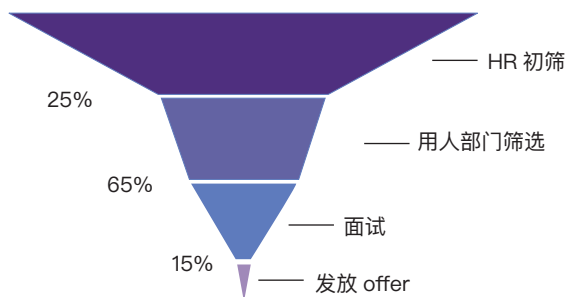
[e. 市场 / 运营]

招聘渠道以招聘网站为主，整体通过率与行业平均水平基本一致

招聘渠道

市场 / 运营主要依靠招聘网站，简历占比在 80% 以上，入职占比也在 60% 以上；

招聘漏斗



招聘周期

45% 在 1-4 周，42% 在 4-8 周，13% 在 8-12 周，存在个别岗位招聘难度较大的情况；



个体如何在招聘中发挥价值

通过对招聘中各项数据的分析，我们可以看到个体对招聘的影响力越来越大，因此，企业在后续的招聘中应该重点关注个体，通过对招聘各环节的优化提升整体招聘满意度，同时，也进一步释放个体在招聘中的价值。

招聘提效 让“人”聚焦在更有价值的事情上

整体招聘效率的提升需要从多方面入手，从基本的招聘流程优化到与用人部门协作效率和候选人与岗位画像匹配度的提升。这些都可以依靠数字智能化工具实现。

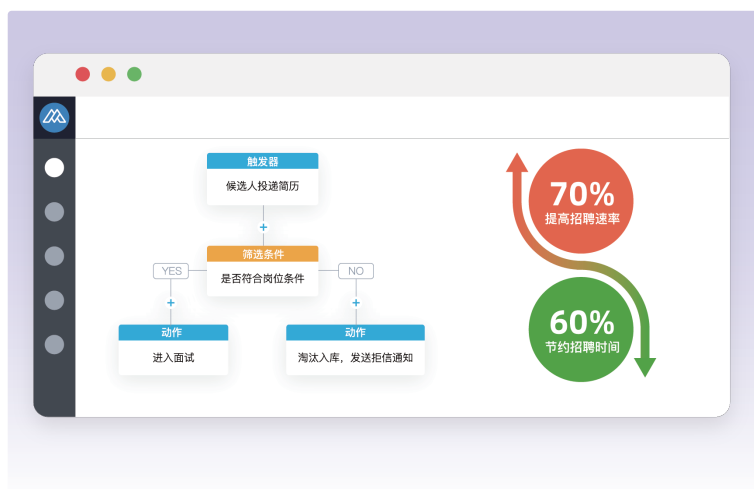
招聘流程优化

招聘流程的优化除了流程本身的流畅度和效率外，整个过程中各方的体验也非常重要。

招聘流程中低效且重复的事务性工作占用 HR 大量时间。Moka 结合 RPA+AI 技术推出自动化平台，从简历初筛、用人经理筛选、考试 / 测评、初试阶段、复试阶段、offer 阶段，到最后的入职阶段，实现招聘全流程的自动化管理。



及时有效的投递和面试反馈，能为企业赢得候选人的好感。Moka 支持简历淘汰、面试安排等环节短信和邮件的自动触发，发送通知提醒候选人，用系统和机器代替 HR 做重复低效的工作，不仅提升 HR 工作效率，也让候选人有更好的应聘体验。



协作效率提升

HR、面试官、候选人三者之间的协作是影响整体招聘效率和招聘体验的关键因素。流畅、高效的协作，不仅提升招聘效率，也能为 HR、面试官和候选人带来更好的招聘和面试体验。

Moka 支持 HR、面试官、候选人等多方协同安排，候选人直接预约面试官面试时间，自动生成面试日历，降低沟通成本；自动提醒 HR、面试官、候选人时间，填写面试反馈，提升整个面试过程的协作效率。

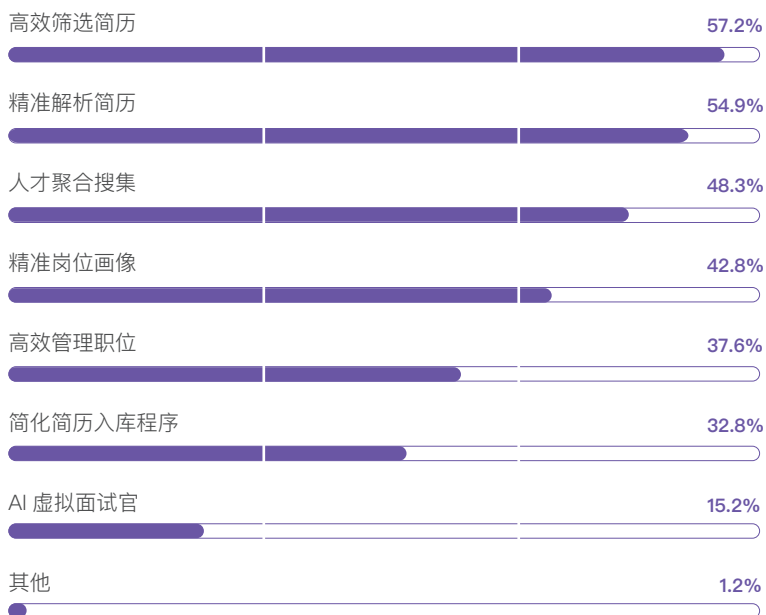
Moka多方协同			
	智能提醒	使用便捷	用户体验
HR与面试官	面试日历自动匹配 邮件、移动端提醒、@提醒	支持移动端、PC端多端便捷操作，无需下载、安装	提升面试官参与感 更方便协调时间、减少沟通成本 反馈及时、提升效率
HR与候选人	移动端、邮件提醒候选人 候选人可选择是否能按时面试 HR及时收到反馈信息	候选人无需下载、安装应用，微信扫码二维码面试签到，或点击链接进入视频面试测评、考试对接 线上操作，直接反馈结果	面试官完成提醒候选人填写面试反馈，提升雇主品牌形象
HR与HR	系统内部@提醒 信息及时更新与同步 可视化数据面板实时反馈工作进展	招聘动作记录，方便回溯 针对候选人的沟通都可以在系统进行	HR打开界面一眼可见关键信息 工作进展、@提醒清晰呈现 支持招聘流畅数据穿透，交互顺畅
HR与猎头	通过猎头公告、@提醒直接对话猎头	HR可为猎头设置标签，分类管理 猎头可自主管理职位和简历、查询候选人进度，便于沟通	各个节点数据追踪分析猎头效率 猎头推荐简历可系统查重，减少损耗
HR与管理者	管理者、HR可概览招聘进展	自定义报表 涵盖日报、周报、复盘报告等多场景 招聘动作全记录、方便回溯	工作进展、@提醒清晰呈现 支持招聘流畅数据穿透，交互顺畅 形成可视化面板，直观呈现

人岗匹配 把人放到合适的位置

新经济发展环境下，人效对于企业竞争力的影响不断提升。因此，企业在招聘过程中需要高效筛选优秀且合适的人才，而智能筛选、解析简历能够解决传统人工模式造成的时间和精力消耗，也是企业对招聘数字化服务最主要的需求。

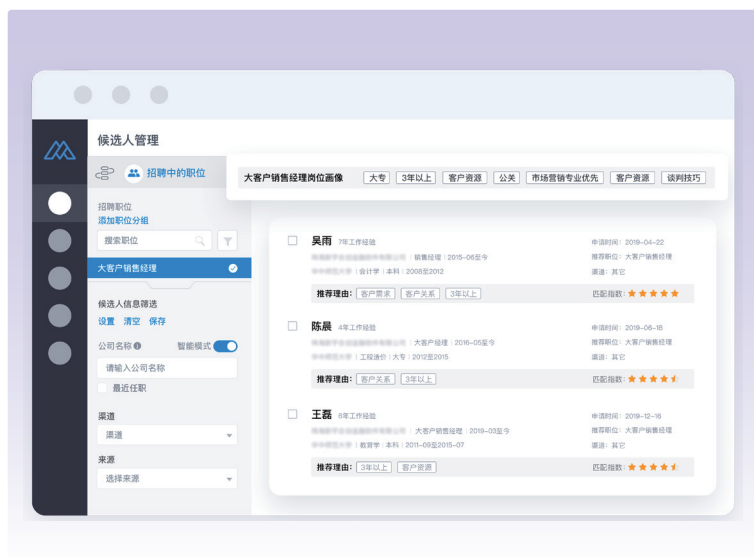
在一份调研中，我们了解到：希望招聘数字化能提供高效筛选简历、精准解析简历功能的受访企业占比过半。

2021 招聘数字化服务需求调研



数据来源：艾媒咨询《2021 年中国招聘数字化现状专题研究报告》

Moka 智能招聘系统通过设置自动筛选条件如工作经验、行业、技能要求等，快速过滤“无效简历”，提升 HR 简历筛选速度；通过岗位画像和候选人画像的对比，依据多路召回算法为 HR 智能推荐，并展示候选人与岗位的匹配度及具体匹配项，根据匹配程度自动排名，方便 HR 做快速筛选。



强化雇主品牌 提升候选人求职体验



雇主品牌是企业吸引顶尖人才的一个重要因素，因为职场人士已经开始重新审视自己的目标和价值观，并考虑到这些目标和价值观是否与就职的企业相符合。从雇主点评网站到社交媒体再到企业网站等资源能够为潜在候选人提供大量的资讯，让他们变得越来越有鉴别能力。因此，雇主品牌能够决定企业在吸引顶尖人才竞争中的成败。

在关于“影响候选人投递因素”的调研中，雇主品牌成为与“公司发展前景”并列的第二大因素：

影响候选人投递因素



45% 的受访者表示申请职位前，他们会进行大量的调查

候选人用于研究企业的前三大平台



企业网站



社交媒体



点评网站

「选」——「用」——「育」——「留」

选拔优秀人才 用好优秀人才 培育优秀人才 减少人才流失

招聘与求职的关系是双向选择,现今的求职者更注重个人感受,因此,企业雇主在人才招聘与管理的过程中如何做到更有关怀和人性化,让求职者更认同企业,在企业中收获成长,是企业雇主需要侧重考虑的问题。

60% 的受访者表示,

面试过程中的负面因素会影响他们决定是否接受工作计划。

面试过程中最常见的三大负面因素:

无后续跟进

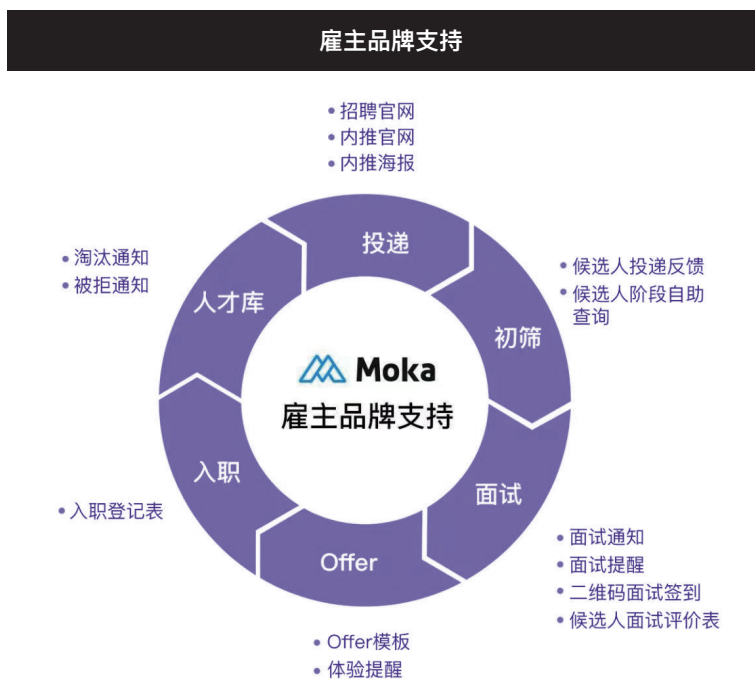
职位期望、薪资报酬等不透明

面试人员与招聘人员标准不一致

人才招聘过程



良好的求职体验由多个要素组成，其中包括：减少申请过程中的阻碍和重复工作；将耗时的“低接触”流程自动化，以加快节奏；建立起与求职者的沟通机制，尽可能实时回答求职者的问题等等。



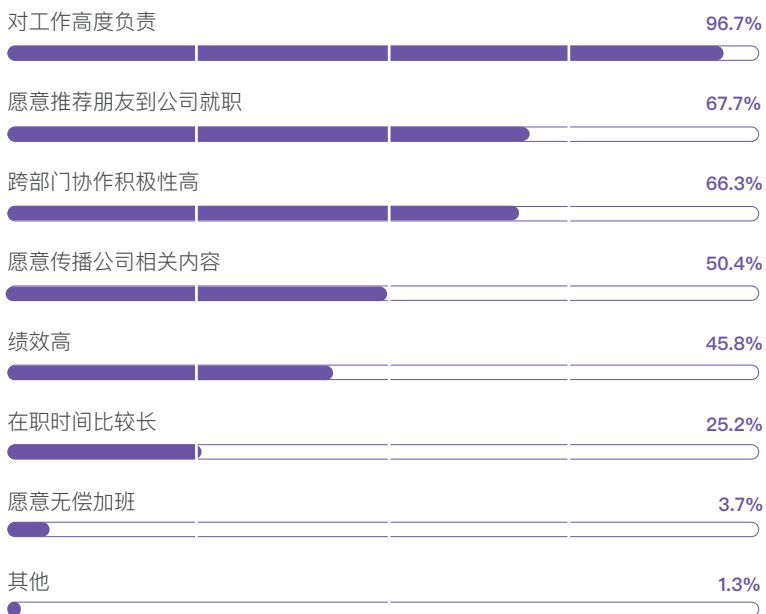
盘活内部资源 挖掘企业人力资本价值

人力资本是企业最核心的资产，所以企业在招聘中，除了针对候选人端的直接推广外，还可以盘活内部资源，不断挖掘企业人力资本的价值。员工内推和人才库是招聘中非常有效的渠道和方式。

发挥员工社交价值 – 内推

针对个体对企业的贡献呈现，我们也做了调研，除了对本职工作负责外，有近 70% 的 HR 认为“愿意推荐朋友到公司就职”是员工对个体价值对企业贡献的体现。

员工个体价值对企业的贡献体现在哪些方面



内推对于降低招聘成本有显著作用。除了直接降低招聘成本外，还可以缩短招聘周期。除此之外，内推获得的人才，稳定性和岗位匹配的精准度相对更高。所以，有效的搭建、运营和管理内推体系，调动员工内推积极性可以大幅提升内推效果。



结构化沉淀企业人力资产 – 人才库

人才数据的结构化和分层运营可以帮助企业形成有效的人力资产留存。

· 历史简历再复用 维护候选人关系 提前获知求职意向



· 做好人才库运营的关键

1 定义人才标准并分级

根据企业人才标准, 定义优秀人才的标准, 并对优秀人才进行分级管理, 在未来的运营中, 优先激活最优质人才。

2 人才留痕, 前人栽树后人乘凉

在与候选人接触中, 尽可能多的留下候选人信息, 不限于备注、面试评价、归档原因、其他说明等。为后续的人才搜索、复用, 提供快速了解候选人的途径。

3 高端人才, 持续联系

对于高 P 岗 / 高精尖技术岗人选, 长期关系的建立很有必要, 他们的价值远不止他们本身, 还有他们的人脉资源; “高素质 + 高质量”的人, 绝大多数都不会拒绝来自别人真诚的对待。

4 两个优先

人才往期履历与岗位高匹配度者优先; 多次投递职位, 意向度高的候选人优先

BI 智能分析 挖掘数据背后的人力价值

“如果不能衡量，就无法管理”

-- 彼得·德鲁克

数据的含义，并不只是数据表面的特征，更深层次地是要能起到指引性的作用，比如与去年同时期人力成本的变化，反映出的公司经营是否存在了潜在的改进可能，或是团队画像中产研占比是否有波动，该波动是否和业务正循环状况有冲突。所以商业智能（BI）的意义在于能够随时提供数据依据，帮助企业洞察数据背后的业务关联，从而驱动公司业务的健康运营。



· Moak 智能分析平台

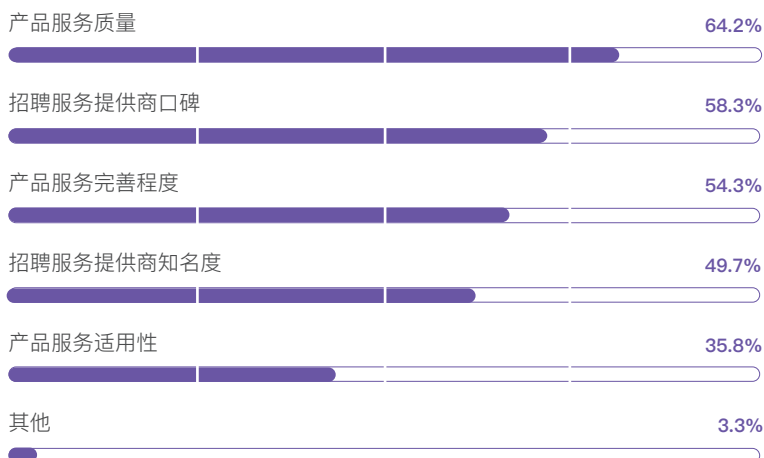
沉淀招聘数据，深度报表分析，洞察业务现状



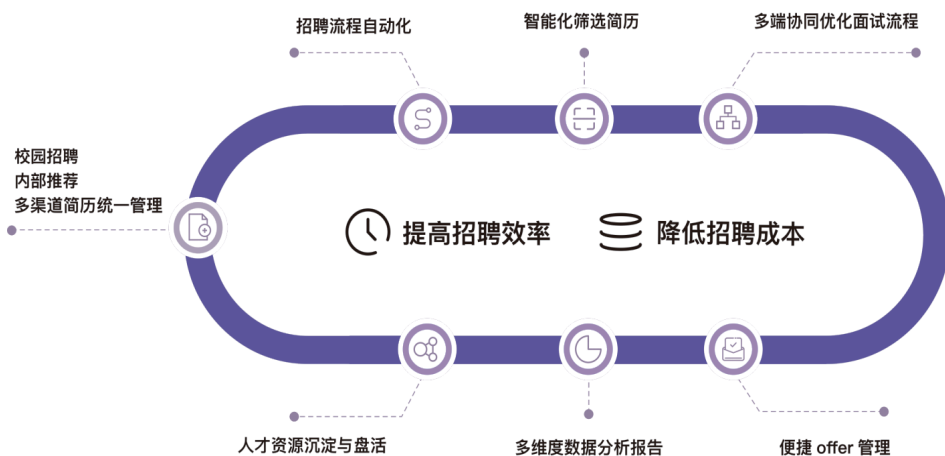
Moka 通过汇总招聘各个流程的数据，结合业务场景提供多维度的数据分析，帮助企业更好的定位和优化问题，最终实现业务增值和赋能。

据艾媒咨询《2021 年中国招聘数字化现状专题研究报告》，2021 年中国招聘企业选择招聘数字化平台考虑的主要因素中，产品服务质量和招聘服务提供商口碑是受访企业选择招聘数字化平台的首要考虑因素，招聘服务提供商口碑同样是企业选择时的重要参考之一。

2021 年中国招聘企业选择招聘数字化平台考虑的主要因素



Moka 招聘全流程数字化管理



应用实践



“用人部门面试官对于候选人面试反馈的不及时回复是 HR 老大难的问题，会经常为此造成候选人的流失，通过 Moka 招聘管理系统的人性化设置，大幅度提升了用人经理、面试官的使用感受，面试回复耗时也有显著的缩短，据统计，平均回复耗时缩减 12 分钟。”

“内推其实一直以来是企业招聘的重要途径，但是并没有真正刺激内推有效实现增长，知乎通过 Moka 招聘管理系统内推奖励机制的建立，实现了内推的大幅度增长，据统计，相较之前，内推岗位的入职率提升了 11%。”



“由于招聘数量大，传统的招聘工作流程会给 HR 带来很大的负担，使用 Moka 招聘，整个流程在系统内都可以实现自动的衔接，HR 不需要再通过微信或电话一次次跟候选人和面试官沟通，很大程度上提升了值得买科技的招聘效率。”



“非常喜欢面试评价这个功能，一方面体现我们“以人为本”的理念，我们尊重并且愿意倾听每个候选人的看法；另一方面，候选人对面试官的印象和评价，也是希望我们的面试官能不断改进面试过程中的一些问题。”



“喜马拉雅非常注重候选人、HR、用人经理等招聘参与者的体验，Moka 支持面试官和候选人双向面试评价，候选人直接在移动端填写面试反馈很方便。Moka 至简的界面设计与优越的交互体验，给候选人带来很强的科技感；候选人保温期设置，能提醒 HR 及时给候选人反馈，让我们和候选人之间始终保持“高温”状态，HR 得到关怀，候选人得到尊重，提升雇主品牌的同时也提高了入职效率。”



“Moka 注重人性化的体验，每一个细小功能的设计都深度结合 HR 使用场景，所以设计出来的产品更人性化。招聘过程中，凡涉及到面试的事项，需要协同的部分，会触发不同类型的通知到面试协作人员，以确保面试消息的及时告知。在面试提醒上，系统可通过邮件、移动端提醒、@ 提醒，不仅提醒候选人，还会依据面试官约定好的面试时间进行提醒。面试完成之后，系统还会提醒面试官及时填写面试反馈，如果面试反馈一直未完成，面试官将持续不断地收到提醒。在面试管理环节，系统还支持候选人对面试进行评价，帮助企业完善 HR 的招聘工作，也提升雇主品牌形象。”



内推浏览量：通过 Moka 招聘管理系统的引进，带动了搜狗内推近 5000 量级的浏览转发，信息传播同时，带来超 2 万份高质量简历；

推荐量：通过 Moka 招聘管理系统，搜狗累计完成超 2 万次高质量候选人推荐，内部推荐周期缩短平均 1.5 小时内；

入职情况：通过内推入职的员工占整体入职员工人数的比例超过了 30%。



“内推是小米集团获取优秀毕业生的重要渠道之一，在小米我们鼓励内推，由已经毕业且在小米工作一年左右的学长学姐做背书，推荐即将毕业的师弟师妹，效果好，人才质量更高。通过 Moka 智能化招聘管理系统，建立内推管理和奖励机制，HR 可进行内推进展的跟踪查询，设置内推奖励机制等，员工操作简单，HR 也省时省力。”



Moka (北京希瑞亚斯科技有限公司) 成立于 2015 年, 为企业提供极致体验、数据驱动的智能 HR SaaS 产品, 致力于通过一流技术和服务赋能企业人才战略。作为国内发展最快的 HR SaaS 厂商之一, 成立以来, 先后获得峰瑞资本、GGV 纪源资本、金沙江创投、高瓴创投、襄禾资本、蓝湖资本、老虎环球基金等多个国内外知名资本青睐, 并于 2021 年 11 月完成 C 轮融资 1 亿美元。

截至目前, Moka 累计服务包括小米、滴滴、麦当劳、安踏集团、上海医药、华东医药、松下、元气森林、Shopee、作业帮等超过 1500 余家客户, 业务涵盖互联网、连锁零售、生物医药、智能制造、电商、教育等多个领域, 在北京、上海、杭州、南京、武汉、成都、厦门、深圳、广州等城市均设有办公室。

moka.hr.com



用户体验

User Experience

数据洞见

Data Insight

智能化

Intelligence

☎ 400-101-6133

✉ marketing@mokahr.co

🌐 www.mokahr.com

2022 | 行业招聘白皮书

互联网行业招聘白皮书



摩卡研习社
具有媒体属性的HR交流学习平台

Moka研究院
专注人力资源信息化