携程集团

以人才驱动全球化战略 打造全球人才吸引的品牌"磁石"

成功故事

携程集团创立于1999年,是全球前沿的一站式旅游服务供货商,旗下品牌包括 Trip.com、携程、Skyscanner及去哪儿网;2003年在纳斯达克上市,2021年在香港 交易所正式挂牌。携程集团为世界各地旅客全方位搜罗及整合旅游信息,让用户可 以轻松预订旅游产品及服务,做出最明智的选择。集团品牌已构建先进成熟的交易 平台,包括移动客户端、网页以及24小时全球客户服务支持。通过丰富的产品及创 新的营销策略,合作伙伴及供货商得以接触快速增长的全球用户。

随着全球化战略的深化实施,企业的工作重点也将集中于吸引全球人才上。携程除了致力于维持公司在国内的良好声誉外,更需要考虑到网罗全球人才的需求。携程相信:雇主品牌的本质就是员工体验,因此,公司着手打造雇主品牌,提升员工体验,并利用领英人才解决方案,为更长远的人才吸引打好品牌知名度的基础,精准、高效、科学触达目标人才,做到有的放矢。



支持企业全球化战略

凭借全球 8.1 亿人才库、遍布超 200 个国家/ 地区的业务,领英人才解决方案帮助携程实现 了品牌内容在海外的目标人群中的广泛触达和 覆盖,为其更长远的人才吸引打好了雇主品牌 基础,加速推动了企业的全球化战略布局。



快速构建全球人才资源库

随着企业全球化布局的加速,招聘全球高端人才成为携程面临的最大挑战。携程依托领英平台打造全球雇主品牌影响力,并精准、持续且高效地吸引和网罗国内外顶尖人才,快速构建了企业全球人才库,支持出海业务的快速发展与变化。



Linked in 领英 人才解决方案

Linked in 领英 人才解决方案

挑战

如何让企业人才吸纳速度与全球化战略扩张保持同频?

在企业全球化战略的驱动下,携程需要在全球广纳人才,这便要求企业在国内维持良好的声誉,在国外加大雇主品牌的宣传,对全球范围内的年轻人群以及技术人群保持持续的吸引力,让企业品牌在海外市场引发共鸣。如何选择合适的海外渠道进行雇主品牌建设,如何广泛触达和覆盖目标候选人,如何为长远的人才吸引战略打好品牌知名度基础,是携程面临的挑战和困难。

解决方案

"精准招聘"与"广泛传播"双轮驱动, 提升招聘成功率,扩大企业人才库

携程更新了集团的雇主价值主张,融入了大量海外员工的声音,兼顾了其诉求和偏好,能够让雇主品牌在海外市场引发共鸣;同时,在海外人才吸引的渠道上加大了投入,基于领英国际化招聘平台 8.1 亿大数据,传播携程品牌,为持续的人才吸引打好了品牌传播的基础;并通过领英大数据洞察精准高效地触达、招聘全球人才。

在进行价值主张落地方面,携程会格外关注主张当中所提到的公司特点,是否已经被员工感知和体验到。如果尚有提升的空间,企业便会着重在内部进行相关建设。比如,为期半年的混合办公试验结果显示,员工参与混合办公的意愿上升至近六成,在绩效无明显影响的情况下,离职率下降约三分之一。

领英让我们的品牌相关内容在海外的目标人群中获得了很好的触达和覆盖,为 长远的人才吸引战略打好了品牌知名度 基础,让我们的企业品牌和价值主张在 海外市场引发了共鸣。



曹洁 Jennifer Cao 组织人才发展与文化负责人 携程集团

咨询热线: 400-062-5229

了解更多方案详情