



从0到1 在vivo做雇主品牌传播



罗斯文 (Rose Van) · 2nd
Vivo Smartphone - HR
Vivo Smartphone · Sichuan University
Shenzhen City, Guangdong, China · 500+

从业经历：
2015年通过校招，加入vivo，虽然作为雇主品牌经理入职，但是由于vivo处于起步阶段，在很长时间里同时负责校招、社招及雇主品牌三方面的工作。

我的雇主品牌关键词：
创新 不断尝试 紧密与业务相结合

个人优势：
招聘经验与雇主品牌实践完美结合

与靠谱的合作伙伴共同探索进步

近两年，随着互联网时代影响深化，vivo海外市场业务拓展，如何有效吸引成熟、高端人才，并有效配合业务战略的实施，成为本年度的雇主品牌传播工作重点。考虑到vivo雇主品牌传播经验的缺乏，我们选择领英作为我们的战略合作伙伴，帮助我们快速启动基于社交平台的雇主品牌传播实践。

合作之初，领英为我们提供了累计10小时的雇主品牌赋能培训，分别针对雇主页面、企业动态发布和招聘广告的策划。让我们印象深刻的是，领英提供的支持，不是简单的产品培训，而是基于对vivo业务发展的了解，雇主品牌传播目标受众的分析，提供的极具针对性和定制化的指导与支持。

2017年1月-8月期间，我们累计发布了35条企业动态，完成了6轮广告投放，包含3轮赞助企业快讯（SU），1轮页面引流广告（Traffic Driver）以及2轮职位推广（RA），累计取得约95万次曝光，取得超过5600次点击与互动。各方面表现远超行业均值。vivo领英主页的粉丝数量在8个月内增长率为218%。近30日中，平均每发布一条企业动态获得10000次展示以及100次互动。有效支撑和影响了我们在全球的人才获取。

在vivo做雇主品牌的挑战：

vivo更像是一个传统的工厂企业，相对来说我们的管理思维，模式和风格更偏保守，导致我们雇主品牌工作在前期不太敢于去尝试。但是随着公司业务在全球范围的迅猛发展，对人才的需要呈现高端化，精细化的趋势后，雇主品牌特别是雇主品牌传播在其中的价值日益突显。这就要求我们雇主品牌工作，玩出新的花样，去接触目前比较热点的东西，走新的形式，通过不断突破自我，让雇主品牌工作实现小步快跑，产生阶段成绩，从而争取管理层的支持。



领英对于塑造我们的雇主品牌具有非常重要的价值！
东亮 vivo人力资源总监

寻找共同的人才痛点，获得业务部门的支持：

在我们刚开始推进雇主品牌工作的时候，会有针对性地寻找一些“新潮”部门的支持，他们的接受能力更强一些，跟他们去做一些宣传上的合作，不断加深双方在人才需求上的理解。作为关键业务部门，他们开始在雇主品牌层面发声，更容易获得管理层的关注和支持。比如我们与vivo的互联网中心部门的合作就是一个典型的案例。

我们的互联网业务是基于我们手机互联网的业务，包括应用商店、浏览器等服务。近几年进入高速发展期，需要大量的人才。但是在招聘、面试的过程当中，HR部门曾积极地去找一些互联网公司的且符合我们要求的目标候选人来面试，大家对于vivo会做互联网业务这件事，都表示非常吃惊。互联网部门自己也很苦恼，在邀约面试时，从一开始就很难取得候选人对于业务发展层面的认同，耗费了大量的沟通时间来解释相关业务发展。

所以从去年底到现在，我们着力侧重互联网部门的雇主宣传，让更多潜在候选人知道：vivo互联网业务发展迅猛，应用商店国内排名位列前三，通过清晰的业务发展内容传播，让候选人相信，vivo可以提供给他们广阔的职业发展平台。我们还邀请该业务部门的同事，在领英上现身说法，分享他们对于相关领域的见解和看法，从而吸引专业人士对vivo的关注。寻找业务部门与HR部门对于人才需求的共同痛点，是携手合作的重要一步。通过与互联网中心的成功合作，也带动了公司其他业务部门对于雇主品牌宣传方面的合作需求和意愿。

观察-尝试-总结-提升，找到适合自己的雇主品牌执行节奏

在雇主品牌专业人士加入前，vivo HR团队的雇主品牌实践是从观察和模仿开始的。刚开始接触领英时，我们会去看知名企业的领英主页是什么样的，关注了大量公司，去分析为什么一篇文章可以有这么高的阅读量，怎样找到合适的切入点，如何更好地结合公司现有情况和目标宣传的重点。

在大量分析基础上，我们更进一步尝试推出，具有vivo特色，并具有自我突破性的宣传项目，比如针对互联网中心对工程师人才的需要，我们曾举办以招聘为最终目的的技术交流大会，现场不但有最新款vivo手机展示，互联网中心同事现场参与技术交流，和候选人近距离沟通，更针对工程师这个人群的特色，邀请参与过奇葩说录制的vivo网红姐，作为现场主持人，调动参会工程师的面试积极性。活动不但收到了大量候选人投递，更为专业人才更好地了解vivo进而选择加入vivo起到了积极影响。

随着包括高端招聘，雇主品牌相关经验的积累，我们也在不断进行总结，为下一阶段的工作做准备。雇主品牌工作体系化进程不断加大，通过包括领英提供的人才大数据等量化的结果，我们也在不断寻找下一个在雇主品牌层面的突破，实现量与质的全面提升。