

IBM® 智慧团队学院

# 正在寻求顶尖人才？ 请使用移动招聘

*Haiyan Zhang* 博士和 *Sheri Feinzig* 博士



吸引优秀的职位候选人是 HR 在未来 10 年内将面临的巨大挑战之一。<sup>1</sup>可以理解，企业需要顶尖人才，因而高度重视能够招聘到顶尖人才的招聘策略。

其中一个日益流行的策略即移动招聘。随着移动设备的普及，潜在候选人开始偏向于采用移动招聘的企业。<sup>2</sup>但是就移动招聘而言，所有候选人的机会都是平等的吗？我们决定看看那些炙手可热的团队成员，了解他们对移动招聘的使用情况和态度。

使用我们的全球 WorkTrends™ 调研数据的高潜力员工子集，对那些表现远优于其他级别员工，并且具备更强的继任能力的顶尖人才，我们有能力<sup>3,4</sup>进行比较。调研结果提供了对移动招聘的全新见解并为希望吸引顶尖人才的企业提供了相关指导。

---

### 关于分析

本白皮书中的分析基于 IBM 智慧团队学院在 2015 年对 23 个国家 / 地区不同行业的数千家企业和所有主要工作类型的 16,000 多名工作者样本进行的 WorkTrends™ 调研。

在分析中，对调查问题“您是否被正式认定为高潜力员工，您当前是否参与了企业的高潜力开发计划？”回答“是”的员工为高潜力员工。而将回答“否”的员工归类为“其他员工”。

---

### 重要调查结果

在过去或现在的求职过程中使用移动设备的求职者中，高潜力员工与其他员工相比：

- 在求职过程中使用移动设备（74% 对 40%）
- 认为采用移动招聘的企业更具吸引力（69% 对 51%）
- 在未来的求职过程中使用移动设备（75% 对 56%）
- 担心数据安全（36% 对 26%）以及移动招聘网站的可用性（47% 对 40%）
- 利用移动设备所提供的广泛功能，例如通过短信接收职位相关信息（40% 对 23%）

---

*接近 70% 的高潜力员工认为采用移动招聘的企业更具吸引力。*

---

## 移动求职更受高潜力员工的欢迎

我们询问所有调查参与者在过去或现在的求职过程中是否使用过移动设备。略超半数的 (53%) 的参与者表示曾经使用过。仔细研究该数据会发现，高潜力员工更倾向于使用移动设备求职。具体而言，在求职过程中使用过移动设备的高潜力员工为 74%，而其他员工仅为 40%，相差 34% (图 1)。由于移动求职在高潜力员工之间的普及，移动招聘可提高获得顶尖人才的几率。

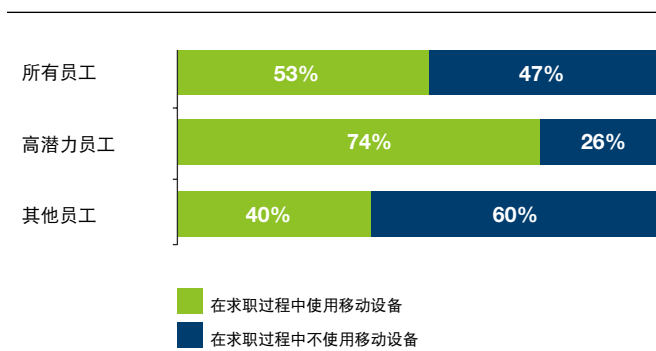


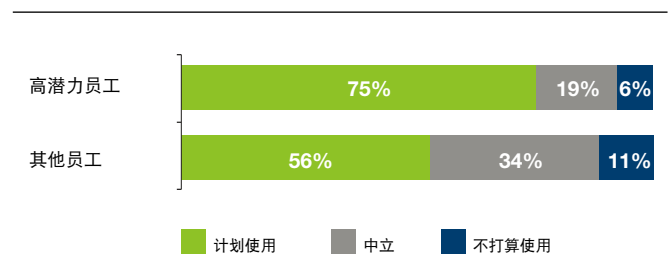
图 1: 更多的高潜力员工在求职过程中使用移动设备

来源: WorkTrends™ 2015 全球 (所有员工 N=16,212, 高潜力员工 N=5,345, 其他员工 N=6,906)。

注释: 各个群体之间的差异 (全体、高潜力员工、其他员工) 在统计学上非常显著 ( $p < 0.01$ )。

高潜力员工不仅在过去和现在的求职过程中更倾向于使用移动设备，而且在未来也同样如此。在过去或现在的求职过程中使用移动设备的求职者中，3/4 的高潜力员工 (75%) 表示希望在未来的求职过程中使用移动设备，几乎比其他员工高 20% (图 2)。

图 2: 很大比例的高潜力员工计划在未来的求职过程中使用移动设备



来源: WorkTrends™ 2015 全球曾在求职过程中使用移动设备的员工 (高潜力员工 N=3,946, 其他员工 N=2,732)。

注释: 两个群体之间的差异在统计学上非常显著 ( $p < 0.01$ )。计划使用 = 同意或非常同意下列陈述: “我计划在未来的求职过程中更频繁地使用移动设备”。不打算使用 = 不同意或非常不同意该陈述。

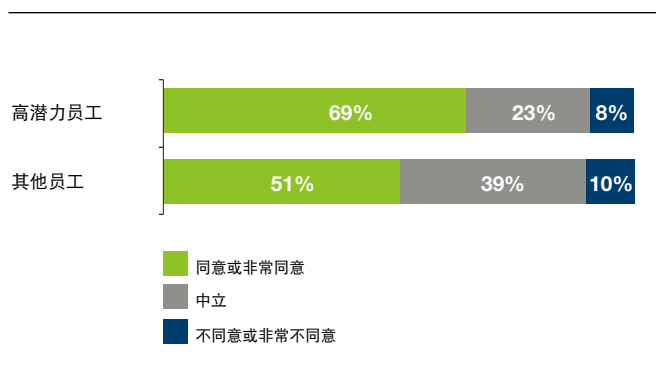
曾在求职过程中使用移动设备的高潜力员工比例为近 3/4 (74%)，而其他员工仅为 40%。

## 采用移动招聘的企业对于高潜力员工更具吸引力

移动招聘不仅有助于赢得顶尖人才，还可提高招聘公司对抢手候选人的吸引力。我们的分析显示，高潜力员工表示采用移动招聘的企业更具吸引力。在过去或现在的求职过程中使用移动设备的求职者中，接近 70% 的高潜力员工表示采用移动招聘的企业更具吸引力，而仅有略超半数 (51%) 的其他员工赞同该说法 (图 3)。

之前的调研表明企业越有吸引力，职位候选人越容易接受企业提供的工作机会。<sup>5</sup> 因此我们可以推断，采用移动招聘的企业更容易成功赢得顶尖人才。

图 3：采用移动招聘的企业对于高潜力员工更具吸引力



来源：WorkTrends™ 2015 全球曾在求职过程中使用移动设备的员工（高潜力员工 N=3,946，其他员工 N=2,732）

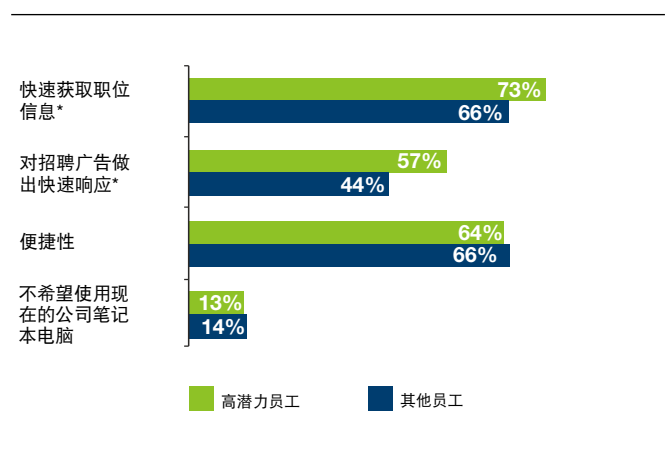
注释：两个群体之间的差异在统计学上非常显著 ( $p < 0.01$ )。

### 移动设备的时效性受到高潜力员工的推崇

如您所料，高潜力员工使用移动设备寻找和申请职位的主要原因之一是便捷性。与其他员工类似，在过去或现在的求职过程中使用移动设备的高潜力员工中，约 2/3 (64%) 的人表示他们使用移动设备是出于其便捷性。

除便捷性之外，与其他同事相比，高潜力员工更倾向于使用移动设备快速获取职位信息（73% 对 66%），并对招聘广告做出快速响应（57% 对 44%）。调研结果表明，顶尖人才推崇移动技术为招聘流程所带来的时效性。参见图 4。

图 4：顶尖人才推崇移动设备的时效性



来源：WorkTrends™ 2015 全球曾在求职过程中使用移动设备的员工（高潜力员工 N=3,946，其他员工 N=2,732）。

注释：标有星号条形图表示两个群体之间的差异在统计学上非常显著 ( $p < 0.01$ )。

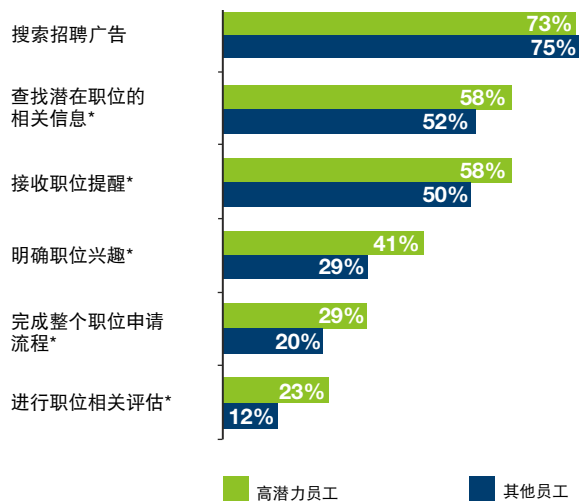
### 高潜力员工更多地参与移动求职活动

为了更好地了解高潜力员工在求职过程中通常如何使用移动设备，我们将高潜力员工与其他员工的移动求职活动进行了对比。不出所料，大多数求职者使用移动设备搜索招聘广告，无论是否为高潜力员工。然而，高潜力员工远不止如此。在过去或现在的求职过程中使用移动设备的求职者中，高潜力员工与其他员工相比：

- 使用移动设备查找潜在职位的相关信息，例如公司详情（58% 对 52%）
- 接收职位提醒（58% 对 50%）
- 通过移动设备明确职位兴趣（41% 对 29%）
- 完成职位申请（29% 对 20%）
- 通过移动设备进行职位相关评估（23% 对 12%）

高潜力员工在整个求职过程中对移动设备的广泛使用突出了企业在移动招聘过程提供全面功能的重要性，包括支持移动设备的集成式招聘网站、职位申请以及技能评估。参见图 5。

图 5：高潜力员工更广泛地使用移动设备



来源：WorkTrends™ 2015 全球曾在求职过程中使用移动设备的员工（高潜力员工 N=3,946，其他员工 N=2,732）。

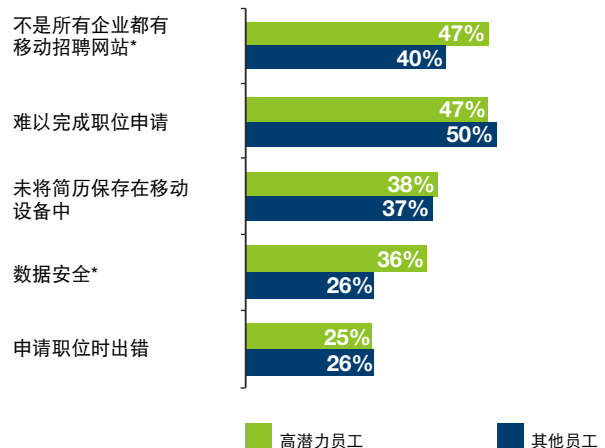
注释：\* 两个群体之间的差异在统计学上非常显著 ( $p < 0.01$ )。

### 高潜力员工对数据安全存在更多担忧

在求职过程中使用移动设备时，高潜力员工与其他员工有着诸多共同的担忧，例如：难以完成职位申请 (47%)、未将简历保存在移动设备中 (38%)，以及通过移动设备申请职位时可能出错 (25%)。

然而，高潜力员工和其他员工在两个方面存在显著差异。在过去或现在的求职过程中使用移动设备的求职者中，高潜力员工比其他员工更多地表达了对数据安全的担忧 (36% 对 26%) 以及移动招聘网站的可用性 (47% 对 40%)。参见图 6。

图 6：对移动求职的主要担忧



来源：WorkTrends™ 2015 全球曾在求职过程中使用移动设备的员工（高潜力员工 N=3,946，其他员工 N=2,732）。

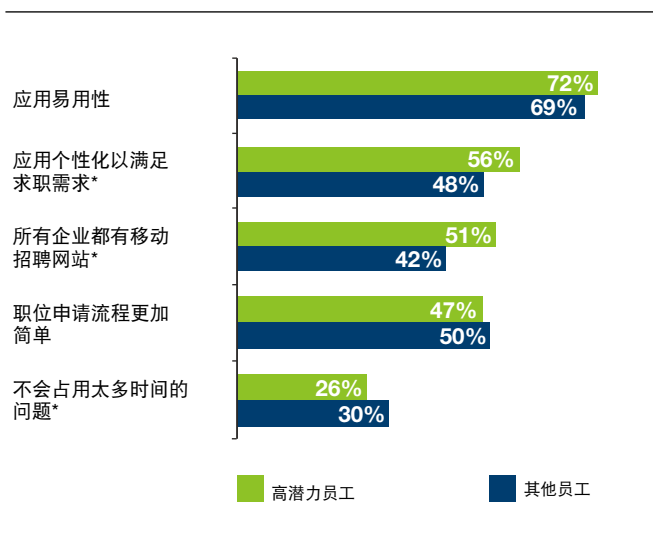
注释：\* 两个群体之间的差异在统计学上非常显著 ( $p < 0.01$ )。

### 易用性和个性化是未来的主要需求

就对移动求职应用的未来期望而言，与其他同事一样，在过去或现在的求职过程中使用移动设备的大多数高潜力员工 (70%) 希望求职应用更加易用，几乎半数 (48%) 希望职位申请流程更加简单。

对应用个性化的期望的确存在差异。与其他员工相比，更多高潜力员工希望应用更加个性化（56% 对 48%），他们也更加希望企业能够提供移动网站（51% 对 42%）。参见图 7。

图 7：对移动求职应用的未来期望



来源：WorkTrends™ 2015 全球曾在求职过程中使用移动设备的员工（高潜力员工 N=3,946，其他员工 N=2,732）。

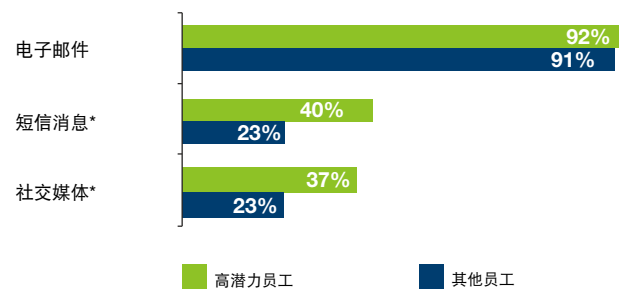
注释：\* 两个群体之间的差异在统计学上非常显著 ( $p < 0.01$ )。

## 高潜力员工更倾向于短信与社交媒体信息

在过去或现在的求职过程中使用移动设备的所有员工均强烈倾向于使用电子邮件接收职位相关信息，但是倾向于短信消息的高潜力员工几乎为两倍（40% 对 23%），且他们明显更倾向于通过社交媒体（如 LinkedIn）进行沟通（37% 对 23%）。

参见图 8。

图 8：偏爱的职位相关信息接收方式



来源：WorkTrends™ 2015 全球曾在求职过程中使用移动设备的员工（高潜力员工 N=3,946，其他员工 N=2,732）。

注释：\* 两个群体之间的差异在统计学上非常显著 ( $p < 0.01$ )。

## 结论和实际意义

本文表明，移动求职更受高潜力员工的欢迎。采用移动招聘的企业对于高潜力员工尤其具有吸引力，且高潜力员工更倾向于在未来求职过程中使用移动设备。此外，高潜力员工更加偏爱多种沟通渠道，包括短信和社交媒体。因此，强烈建议寻求顶尖人才的企业提升其移动招聘的能力。

在构建移动招聘策略的过程中，企业可能受益于以下考量：

- **积极培养人才库。**在出色候选人提出申请之前，通过对移动设备进行优化的候选人关系管理工具与其建立关系。从网络获取顶尖人才并构建稳健的人才输送通道。然后，通过电子邮件发送品牌营销活动培养潜在人才，使其保持注意力，直到出现空缺职位。
- **移动响应式申请流程。**正如消费者购物所期望的移动体验，高潜力员工同样认为采用移动招聘的企业更具吸引力，且他们期望所有招聘公司都能采用移动招聘。因此，支持移动招聘对于所有寻求顶尖人才候选人的公司至关重要。没有此类招聘方式，他们可能会眼睁睁看着顶尖人才流向别处。
- **个性化体验。**个性化是我们生活中持续的特色，而高潜力求职者也有着同样的期望。企业可使用可用搜索数据，为求职者提供可能符合其兴趣的新工作机会。
- **快速响应。**这对于招聘公司即时与优秀候选人再次取得联系至关重要。至少，在收到职位申请时能够发送自动邮件，通知求职者其申请正在处理中。
- **简化的职位申请流程。**为创建简化的招聘流程，了解高潜力员工如何完成申请流程非常重要，无论是否使用移动设备。衡量和监控人才招聘网站流量以获得对提升候选人参与度与体验的见解；并最终提高招聘有效性。

- **加强数据安全。**相对于其他员工，高潜力员工对数据安全存在更多担忧。如果他们感到个人信息无法安全地保存或发送时，可能会放弃职位申请。为避免失去潜在的宝贵顶尖人才，企业应考虑加强移动招聘中的数据安全并强调其安全性，从而使候选人感到安心。

本研究清楚地表明移动招聘对于高潜力候选人的重要性。最受欢迎的求职者不仅更积极地使用移动设备进行职位探索和申请，还会更加偏爱采用该技术的企业。如果企业想要吸引顶尖人才，就无法忽视移动招聘。

## IBM 智慧团队学院

IBM 智慧团队学院提供严谨创新的全球性调研，范围覆盖各种团队主题。该学院经验丰富的研究人员团队运用其广泛而深厚的内容与分析性专业知识生成报告、白皮书以及洞察力，可促进所有员工对工作和企业的了解。本白皮书是 IBM 对于提供高度可靠、最前沿的研究成果的持续承诺的一部分，可帮助企业通过员工实现价值。

要了解关于 IBM 智慧团队学院的更多信息，请通过 [ibmswi@us.ibm.com](mailto:ibmswi@us.ibm.com) 联系我们。关注我们的 Twitter: [@IBMSmtWorkforce](https://twitter.com/IBMSmtWorkforce) 或访问我们的网站: [www-01.ibm.com/software/smarterworkforce/institute/](http://www-01.ibm.com/software/smarterworkforce/institute/)

如果您想了解更多关于 IBM Kenexa Talent Acquisition 套件上的移动招聘功能的信息，请单击[此处](#)。

## 关于作者

**Haiyan Zhang 博士**是 IBM 智慧团队学院工业/组织心理学家。她的专业领域包括定性与定量方法、招聘与甄选、业绩管理、员工激励以及跨文化研究。她尤其对如何使用研究证据为人力资源实践提供信息感兴趣。她的当前研究集中在技术辅助式人力资源转型对吸引员工、员工敬业度以及业绩的影响。她曾出席众多会议，并在国内以及国际同行评审期刊上发表过多项研究成果。她还担任过众多会议与期刊的评论家，同时还是工业与组织心理学会 (SIOP) 的成员。Haiyan 拥有麦克马斯特大学德格鲁特商学院（加拿大）人力资源管理博士学位。在开始博士学业之前，Haiyan 已在中国积累了丰富的研究和管理咨询经验。

**Sheri Feinzig 博士**是 IBM 智慧团队学院院长，在人力资源研究、企业变革管理和业务转型方面拥有 20 多年的经验。Sheri 将自己在分析和方法学方面的专业知识应用到了众多以员工保留、员工敬业度、岗位设计和企业文化为课题的研究项目中。她还在全球主导了多项长达数年的销售转型计划，旨在优化销售领域和配额分配。其他领域的专业知识，包括社交网络分析、绩效反馈和知识管理。Sheri 拥有纽约州立大学奥尔巴尼分校工业/组织心理学博士学位。她曾出席大量全国性会议，并与人共同撰写了大量手稿、出版物和技术报告。她曾担任伦斯勒理工学院心理学系（纽约州特洛伊）和伊利诺伊理工大学（伊利诺伊州芝加哥）的兼职教授，在那里她负责教授博士、硕士和本科生有关绩效考核、测试和衡量标准的课程。

## 撰稿人

**Louise Raisbeck** 在 IBM 智慧团队学院负责营销传播。她在团队研究领域拥有 10 多年的工作经验，负责将研究洞察转换为引人入胜、发人深省且实用的白皮书、报告、博客以及媒体资料。Louise 是特许公共关系协会会员，并曾担任一家英国十强公关顾问公司总监。

**Abby Euler** 是 IBM 智慧团队学院人才招聘推广人员。她在消费品市场营销、雇主品牌、招聘营销以及人才招聘方面拥有 10 多年的经验。

## 参考资料

<sup>1</sup> 人力资源管理协会 (2012)。《Challenges Facing HR Over the Next 10 Years》（未来 10 年 HR 面临的挑战）。检索网址：

[www.shrm.org/research/surveyfindings/articles/pages/challengesfacinghrverthenext10years.aspx](http://www.shrm.org/research/surveyfindings/articles/pages/challengesfacinghrverthenext10years.aspx)

<sup>2</sup> Zhang, H. (2015)。《Mobilize to realize: Job seeker insights for mobile recruitment success》（从动员到实现：求职者对移动招聘成功的见解）。检索网址：

[www.public.dhe.ibm.com/common/ssi/ecm/lo/en/low14307usen/LOW14307USEN.PDF](http://www.public.dhe.ibm.com/common/ssi/ecm/lo/en/low14307usen/LOW14307USEN.PDF)

<sup>3</sup> Dorio, J., Rasch, R. 与 Feinzig, S. (2014)。《Are traditional HR practices keeping your organization average? Build a high-potential organization with workforce science.》（传统的人力资源实践让您的企业趋于平庸？运用团队科学构建高潜力企业）。检索网址：

[www-01.ibm.com/common/ssi/cgi-bin/ssialias?infotype=SA&subtype=WH&htmlfid=LOW14278USEN](http://www-01.ibm.com/common/ssi/cgi-bin/ssialias?infotype=SA&subtype=WH&htmlfid=LOW14278USEN)

<sup>4</sup> Ready, D. A., Conger, J. A. 与 Hill, L. A. (2010 年 6 月)。《Are you a high potential?》（您是否是高潜力员工？）检索网址：[www.hbr.org/2010/06/are-you-a-high-potential](http://www.hbr.org/2010/06/are-you-a-high-potential)

<sup>5</sup> Carless, S. A. (2005)。《Person—job fit versus person—organization fit as predictors of organizational attraction and job acceptance intentions: A longitudinal study》（员工职位的匹配度与员工企业的匹配度作为企业吸引力与接受职位意向预测指标：纵向研究）。《Journal of Occupational and Organizational Psychology》（职业与组织心理学杂志），78(3)，411-429。





---

© IBM 公司版权所有 2016

IBM Corporation  
Software Group (or appropriate division, or no division)  
Route 100  
Somers, NY 10589

美国印制  
2016 年 1 月

IBM、IBM 徽标和 [ibm.com](http://ibm.com) 是国际商业机器公司在全球许多司法辖区的注册商标。其他产品和服务名称可能是 IBM 或其他公司的商标。当前的 IBM 商标列表请见网站的“版权和商标信息”版块：

[www.ibm.com/legal/copytrade.shtml](http://www.ibm.com/legal/copytrade.shtml)。

本文档内容截至初始发布日期为最新，可能随时由 IBM 进行更改。并非所有产品或服务在 IBM 开展业务的所有国家/地区均有提供。

本文所载信息按“原样”提供，不做任何明示或暗示的担保，包括对适销性、特定目的的适用性的任何担保，以及针对非侵权的任何担保或条件。IBM 根据产品交付协议中规定的条款和条件为产品提供担保。



请回收再利用