



第二十五届中国招聘与任用年会

2021年6月23-24日，上海





联系我们

地址：上海市武宁路99号我格广场办公楼1001室

邮编：200063

电话：+86 21 6056 1858

Fax: +86 21 6056 1859

邮箱地址：marketing@hrecchina.org

网站：www.hrecchina.org



JDT 京东科技

用爱温暖每一个现在
用科技改变每一个未来

张东·京东科技集团雇主品牌负责人

张东

京东科技雇主品牌负责人

前央视记者，曾任企业文化总监，董事局主席助理。



目录

01

什么是雇主品牌？

02

我们做了什么？

03

雇主品牌触达路径

01

什么是雇主品牌？



**“ 你的品牌是你不在房间的时候
人们怎样谈论你的 ”**

**亚马逊创始人
贝佐斯**



How people see you as employer?

**你作为雇主，你的员工
是怎样看待你的？**



1.1 雇主品牌简述

雇主品牌是人力资源，尤其是招聘端对外传播的窗口
是互联网头部企业的标配



1.2 雇主品牌数据

数据来源：全球知名荷兰调查公司任仕达2018/2019全球雇主品牌调研报告
样本数来自30个国家的175000人

2倍

优秀雇主企业比普通企业收到的简历数

96%

认为个人价值观匹配企业文化的重要性

80%

因为不接受企业文化而离职

50%

认为即使加薪也不会加入声誉不佳的公司

54%

95后看重职业发展机会

49%

95后看重愉悦的工作氛围

1.3 雇主品牌传播路线

听闻

内容传播
职场传闻
亲友推荐
主动搜索

感知

内容传播
外访参观
入职引导
产品应用

了解

内容传播
产品应用
入职实习
同事访谈

传播

业务前景
个人发展
企业文化
薪酬福利

1.4 雇主品牌作用

1

文化基石

雇主品牌是雇主与雇员之间情感关系的体现，决定了雇员在企业中的工作满意度、文化认同感和工作责任感

2

人才宝库

雇主品牌将会成为企业在人力资源市场上的一面旗帜，吸引优秀人才前来应聘加盟同时提升企业品牌的影响力

3

员工留存

优秀的雇主品牌将会激发员工的自豪感，促进内推、口碑宣传以及员工留存，提升忠诚度和美誉度

4

减少成本

雇主品牌可以促进内推和简历获取，减少渠道及猎头端大量使用成本，挽留核心人才，减少人岗不适配带来的减员成本

02

我们做了什么？

2.1 京东科技雇主品牌：内外开花，两手准备

互联网公司最重要的是流量。用优质的内容，体系的运营，热点的把控，粉丝的留存等步骤来做雇主品牌，扩大品牌热度的同时做好私域流量池的保温，为京东科技提供源源不断的人才培养和吸收能力。



2.2 口碑营造：搭体系·做内容

1

系列化

2020年雇主内容发布更展现出系列化的特征，我们开发了“密探探秘”系列、“我和科技”系列、“一句话解释技术名词”系列等发布在抖音、脉脉等渠道上，通过系列化的内容与封面给用户相似而不相同的观看体验，进一步加深我司品牌在用户心中的印象。

2

多样化

2019年各渠道内容基本全部聚焦于招聘本身以及公司资讯，其中脉脉19年发布的10条均为短图文形式的公司资讯。2020年雇主内容的发布更多样，一方面，在内容上，包括职位推送82条、员工风采28条、公司活动43条、公司业务7条、公司福利18条、公司资讯274条等；另一方面，在形式上，包括短视频70条、长视频16条、原创文章7条、转载文章239条、图文消息120条等形式。

3

原创化

2020雇主内容的投放更具有原创性，包括“我和科技”系列，采访在各个领域优秀员工，制作视频并撰写文章，展现公司业务与员工风采；与其他部门进行内部合作，拍摄制作例如“护航618”、“我和我的数字家乡”等视频，以及策划并拍摄其他系列短视频。

4

系统化

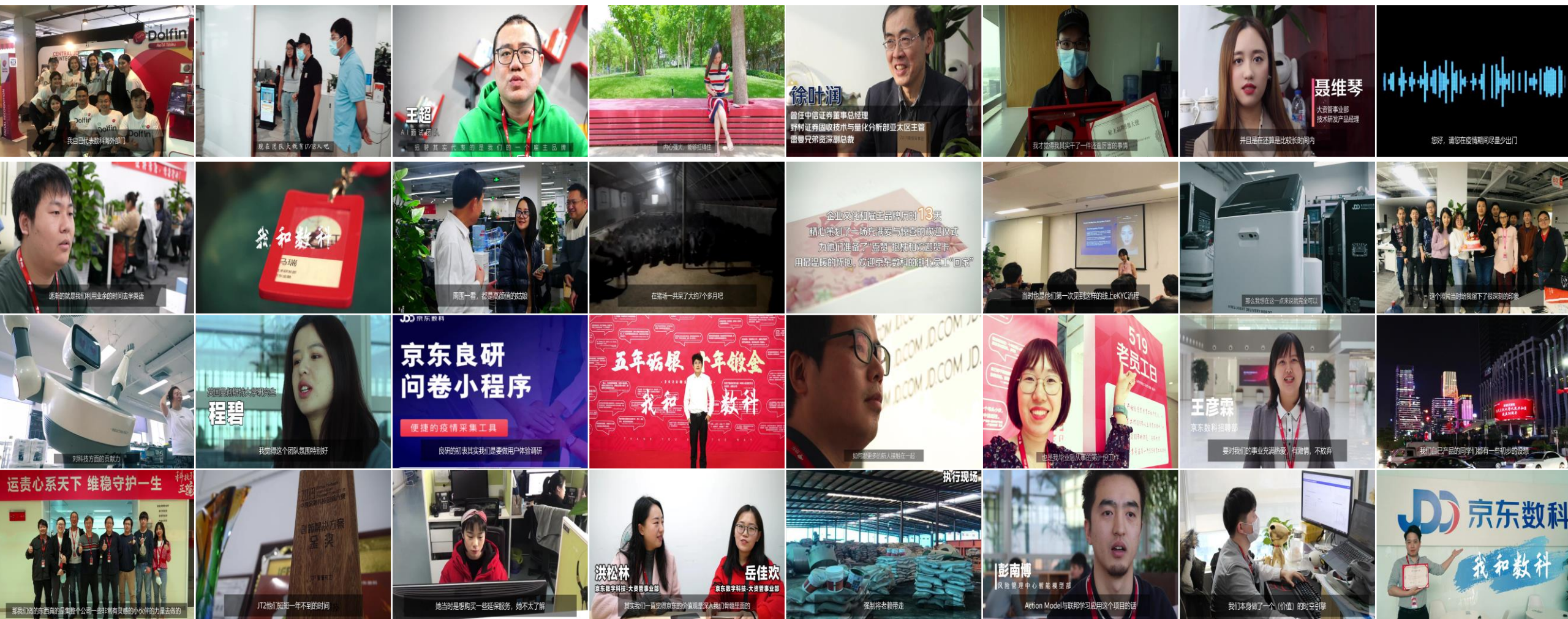
完整安排内容制作排期，指定发布时间与发布形式，定期进行选题的讨论与确定，提前做好内容发布安排。

1 系列化

对外

2.3 雇主品牌口碑营造

不完全统计，雇主品牌制作视频288支，内容涵盖公司技术实力宣传，企业文化价值观展现，员工心声，跨部门协作，优秀员工展现，青藤后浪，疫情助力等多个方向，所以，一要挖掘典型员工的典型案例，二要宣传团队的氛围，这是吸引人才和留存人才的重点。



2
多样化

对外

2.4 雇主品牌职位传播

JDT 京东科技

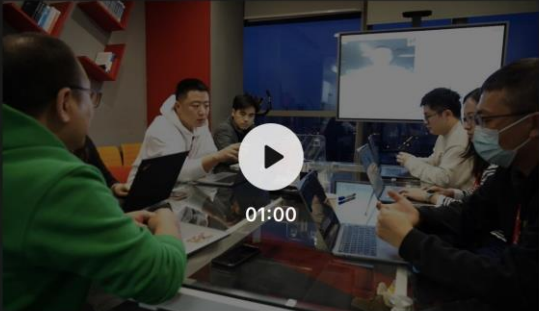


分别以真人视频
日历图文
字板视频
多种形式对外宣发创意职位
展现了京东科技职位传播的
多样性

✕

我和数科|“Hi, Jarvis”

京东数科招聘 12月2日

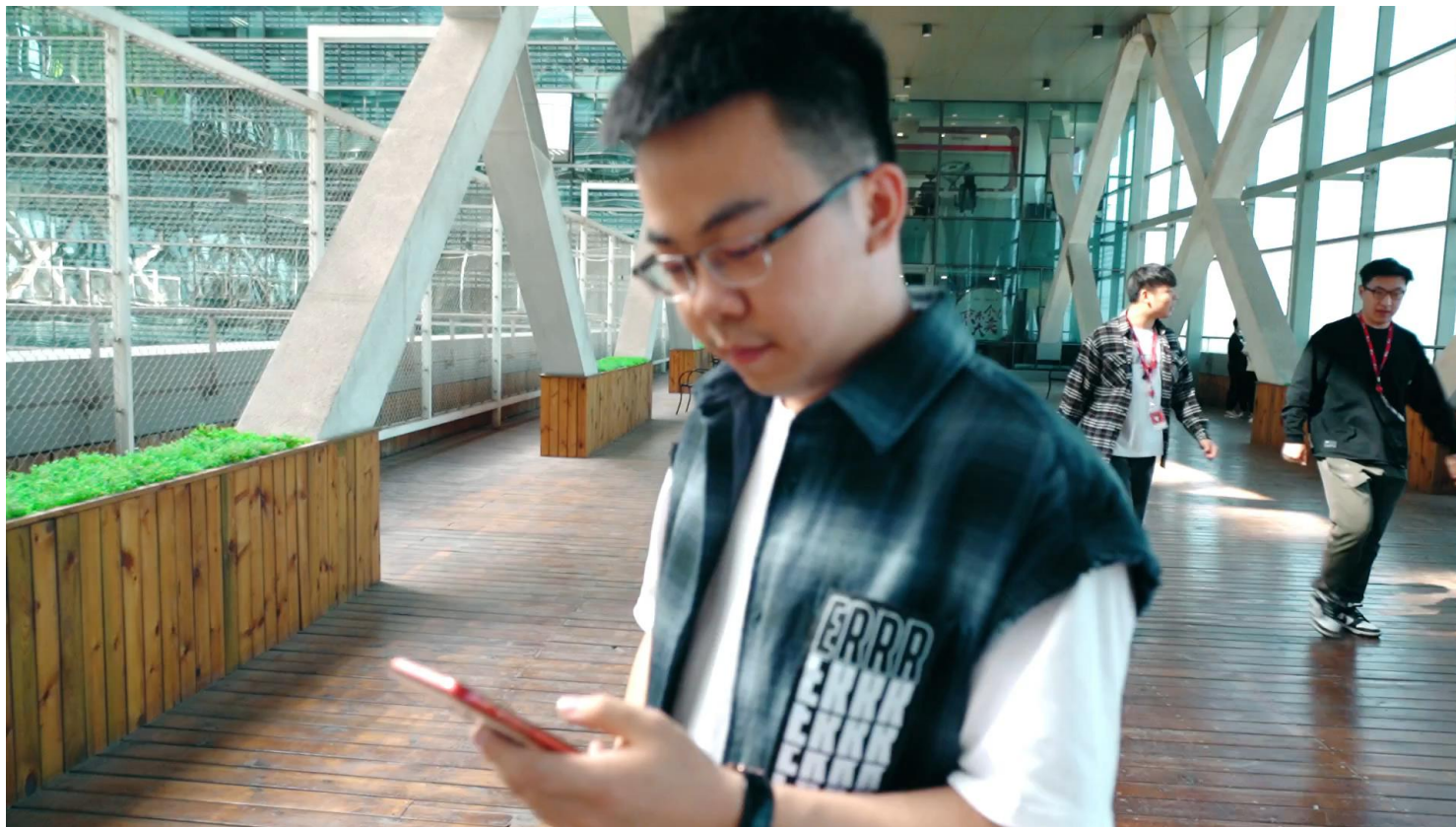


“我们在做的是颠覆传统面试领域的一件事情。”

面对我们的镜头，刘兴东用“颠覆”一词来形容AI面试为传统面试领域带来的变化。他是AI面试团队负责人之一，正是他和王超带领的10人团队用技术突破了面试这个仿佛已经约定俗成的传统领域。

在大多数人的印象里，面试只是一场20分钟的交谈。但对于面试官来说，这不仅意味着了解、测评和预估，更是为公司引进优质员工、搭建人才梯队的重要一环。正是如此关键的一环，面试官却还是只能依据自身以往的经验去评估候选人，缺乏科学的、成体系的数字评估模型，直到AI智能面试出现。

“Hi, Jarvis”



以原创视频+原创文字的方式
分别在公众号、脉脉、领英等人才聚集地
宣传公司的技术实力、团队氛围、人文关怀等
吸引了大量粉丝，增加了简历投递。

2
多样化

对外

2.5 雇主品牌技术传播

JDT 京东科技

移动端招聘官网



AI面试助手+外呼机器人



智慧城市案例

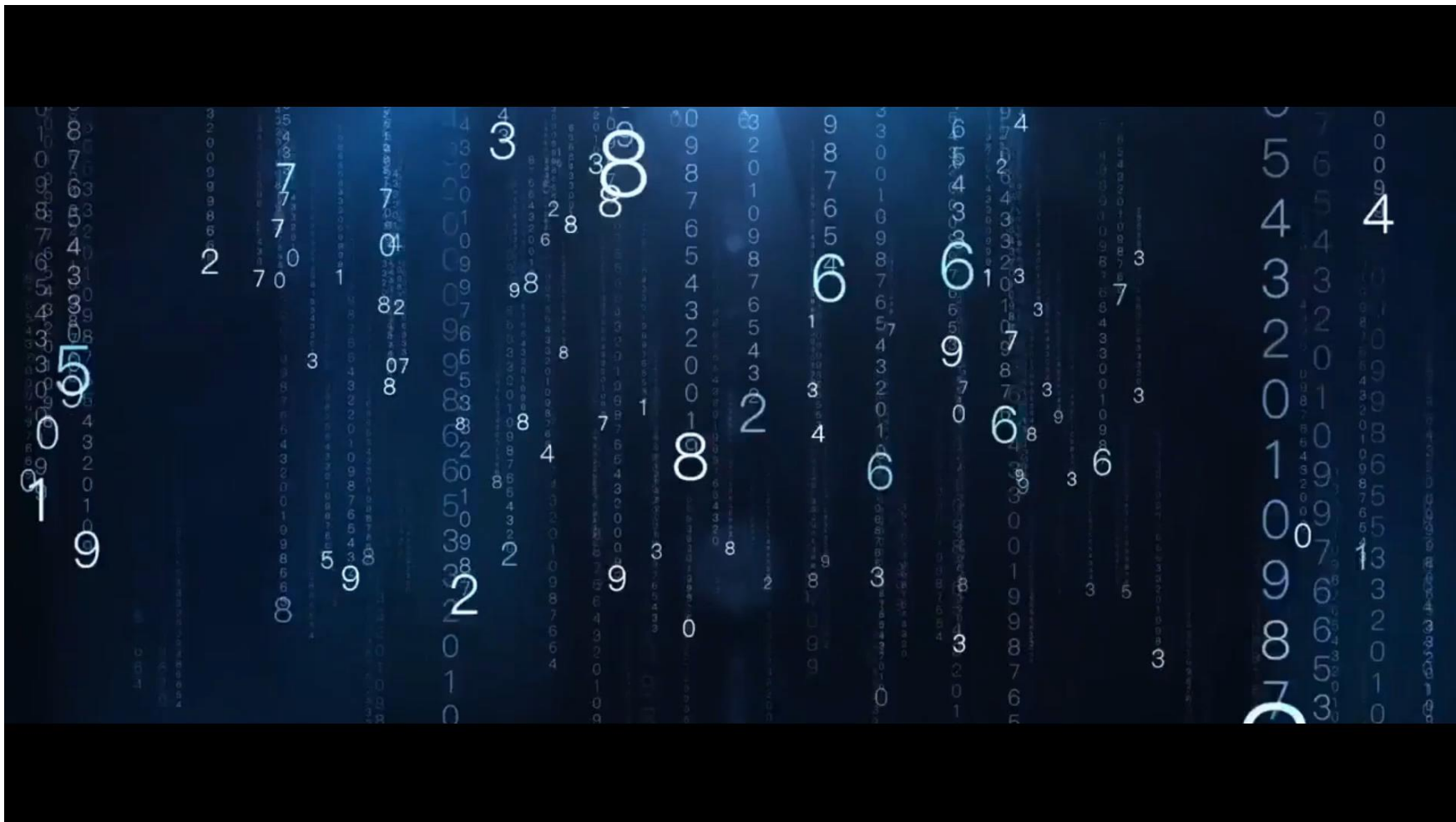
3

原创化

对外

2.6 雇主品牌原创宣传

JDT 京东科技



雇主品牌联动集团市场部新媒体组，原创供稿“京东科技”官方视频号、官方公众号、官方B站以及官方抖音号等，扩大影响力，最大限度避免了版权风险。去年618期间所做的片子直接成为了京东科技官方618技术宣传片。

4

系统化

对外

2.7 雇主品牌 体系化传播

京东科技雇主品牌传播矩阵

根据不同渠道的粉丝喜好
不同设定不同的传播矩阵



4 系统化

对外

2.7 雇主品牌 体系化传播

根据不同渠道的粉丝喜好不同设定不同的传播矩阵

京东科技雇主品牌传播矩阵

渠道

公众号



抖音



脉脉



领英



对外

2.8 雇主品牌口碑营造



雇主品牌扩大品牌渠道影响

力邀**央视CGTN**来

我司报道京东科技人才战略

另外邀请了《经济观察报》

与人才引进部做了数字化人

才流动主题的直播

对外

2.9 雇主品牌理念输出



在脉脉MAX年度雇主品牌大会上

京东科技被列为**圆桌会议嘉宾**宣传

京东科技人才观



在脉脉MAX年度雇主品牌大会上

京东科技作为**标杆案例**在全场

被单独进行正面宣贯



我司与脉脉合作大型项目
中国数字化人才吸引力
趋势报告2020

以**行业领头羊**的视角

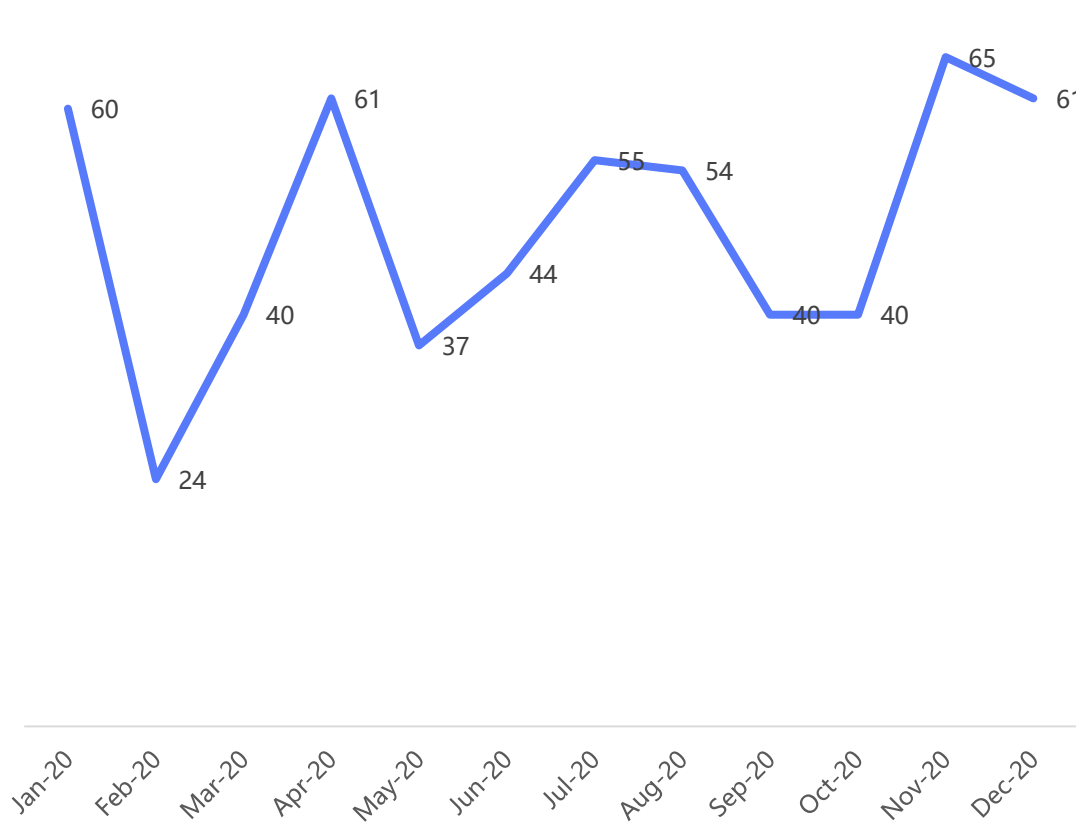
宣传我司的人才战略和雇主品牌
项目总触达人次400W+
点击量46439

对外

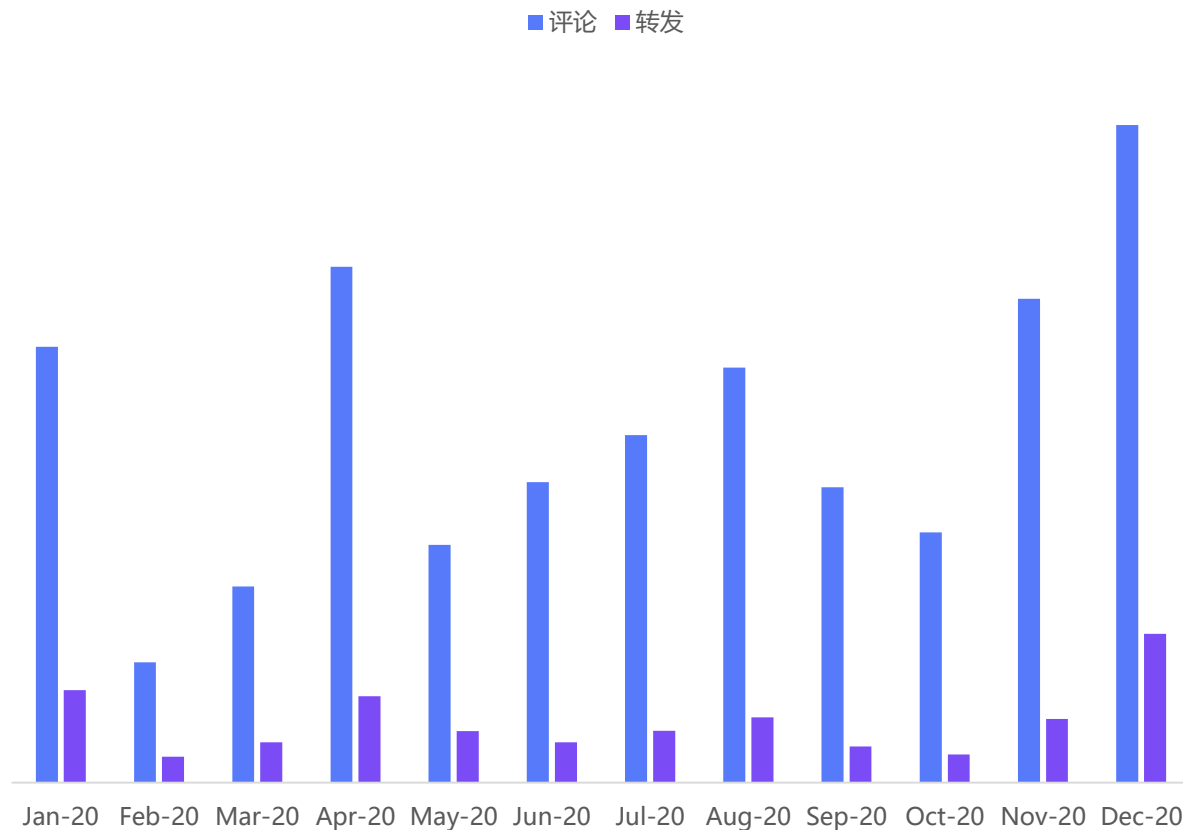
2.10 雇主品牌舆情监控

脉脉各月份发帖概览

主题帖



评论/转发



对内

2.11 内部推荐

一荐如故
遇见·推荐·共建

JDT 京东科技

内推积分

月度积分&年度积分可赢取神秘内推礼品!

招聘环节	积分	
推荐简历入库	日常实习	加1分
	社招	加2分
候选人进入到面试环节	社招	加4分
	日常实习	加2分
候选人收到offer	日常实习加3分	
	PT1-4加4分	
	PT5-6加8分	
	PT7-8加14分	
	PT9-11、M3加22分	
	PT12、M4加32分	

为雇主品牌代言
快来发现不一样的京东科技

用品牌的思维做内推

2020年我们建立了一整套内部推荐的视觉系统

统一了视觉呈现以及推广标语

同时，设立了积分系统，联动移动端招聘官网，实现了打通

梧桐系统的积分记录方式

对内

2.12 内部宣贯



一荐如故主视觉

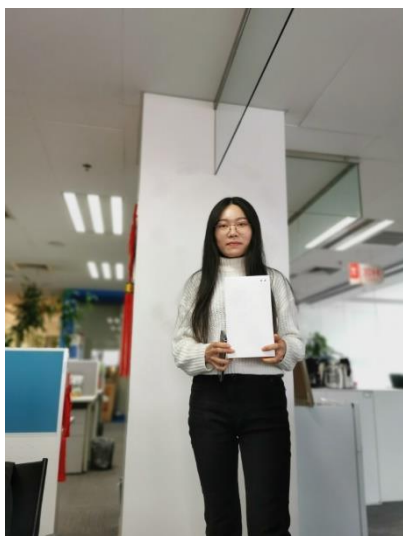


内推视频广告

星推官



内推全员邮件



对内

2.13 时事热点



内部推荐也属于宣传，既然用品牌化思维去做，就要关注时事热点并有原则有角度地去把控。

例如摆摊火极一时，我们联合内推制作的摆摊情景短剧，搭上了流量的快车。

对内

2.14 员工关怀

家庭开放日展现的公司与员工及家庭之间的纽带和关爱。通过设定超级英雄以及融入企业文化价值观相关游戏，展现了担当、传承、勇敢、关爱等积极向上的心态，传递了有爱的主题。



对内

2.15 企业文化

雇主品牌是企业文化的外在展现，所以雇主品牌一定要和企业文化深度合作，将动作做到实处，将宣传讲到心里。

在家呆了有2个月吧，从春节开始

03

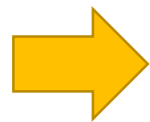
雇主品牌触达路径

What is EB?

雇主 品牌

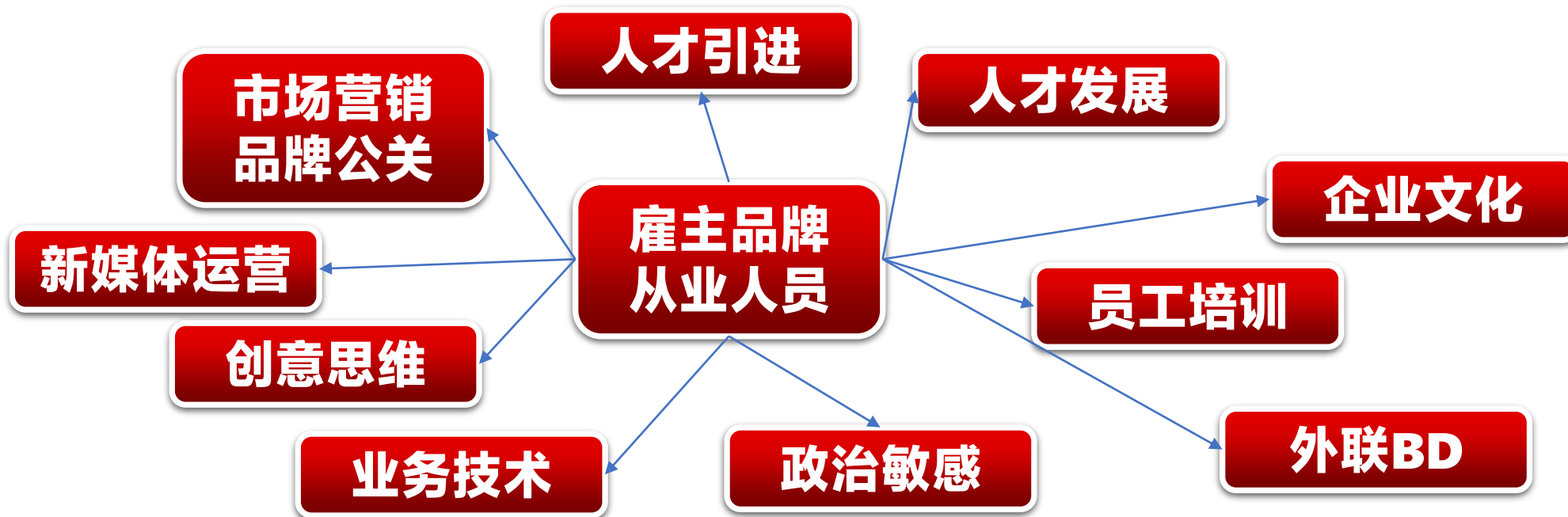


雇主：决定了传播的起点和架构，即从所在公司出发制作宣传的内容为招聘服务，做人才向的宣传

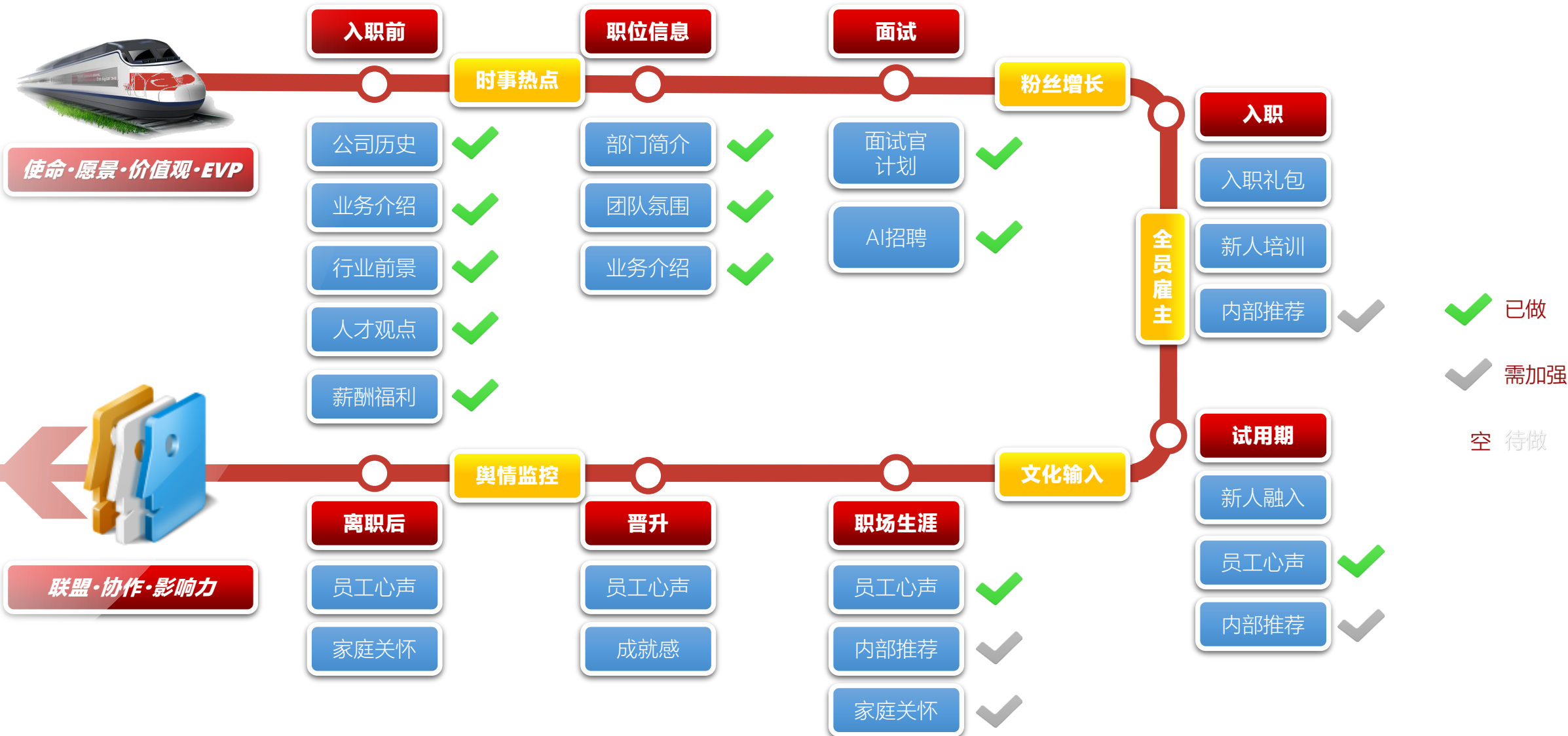


品牌：决定了传播的形式，即像品牌一样做好整体传播架构像营销一样做好营销策略，像公关一样做好媒体规划，像活动一样做好氛围落地

我们的策略
我们的做法

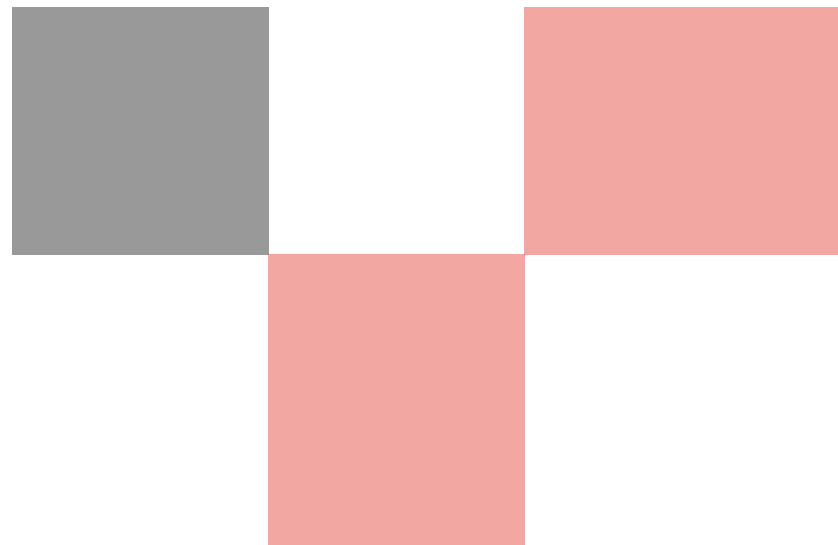


3.1 雇主品牌触达路径



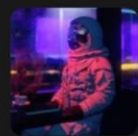
把雇主品牌当做业务来做

把口碑传播落到每个人



张东

京东科技雇主品牌负责人



醉入凡塵

肯尼亚



扫一扫上面的二维码图案，加我微信



感谢

