



# 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](mailto:marketing@hrecchina.org)

网站：[www.hrecchina.org](http://www.hrecchina.org)



# 凤凰网 内推运营进阶之旅

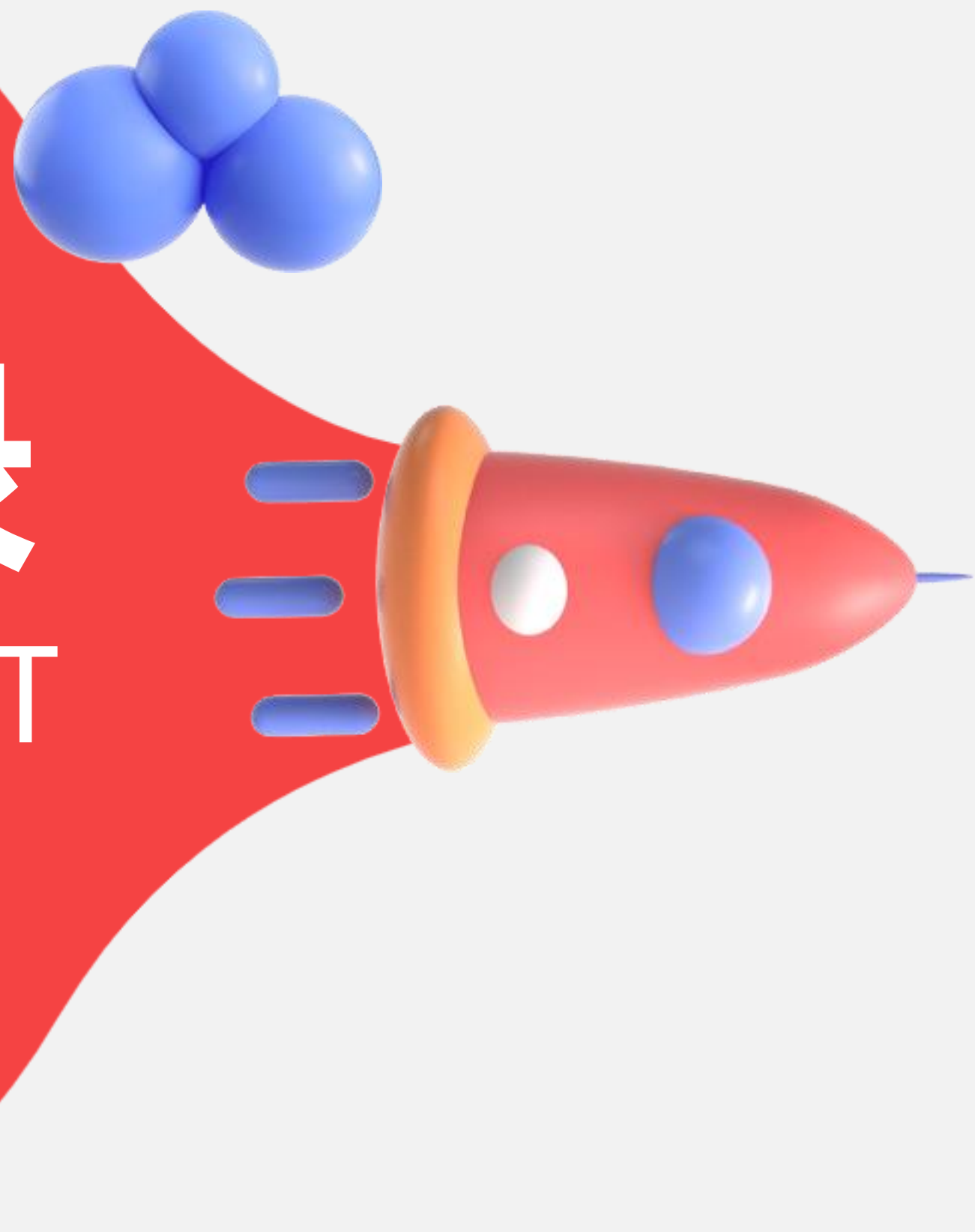
凰家内推：一份简单易上手的内推攻略

凤凰网-人力资源部 2021.06



# 目录

CONTENT



01

## 内推的价值

02

## 内推方法论



# 01

## 内推的价值

1.1 内推的基本概念 | 1.2 高性价比之选 | 1.3 内推的核心价值

# 内推的基本概念

内推 ——  
是“情感”招聘



通过企业内部员工推荐，绕过猎头公司、招聘网站等中间步骤，使应聘者和招聘方零距离对接起来。优点是让人才高效、自由的流动，让招聘高效、对等、更有情感。

## 三方共赢



### 对企业

作为一种影响大家投递的手段，可以快速筛选适合自己的人才。



### 对HR

减轻公司HR的工作量，让企业员工充当“内推人”，每个员工都是推荐人，去推荐身边的朋友。



### 对员工

最大的好处就是内推奖励，其次，推荐熟人来公司工作可以增强员工的归属感。

# 1.2 高性价比之选



在获取简历环节，内推占比并没有很高，但到面试、Offer、到岗等节点，内推占比是越来越高的。

## 01 信任背书

通过内推渠道，可以招到更多认同企业文化的员工。数据表明，由“内推人”信任背书吸引来的候选人，对公司的了解程度、认可程度都是最高的。

## 02 高性价比

员工为了获得更高的内推奖励，提高内推成功几率，也会选择适合的候选人，在员工推送的过程中就已经完成了一个基础的筛选，提高招聘效率，节约招聘成本。



1.3

# 内推的价值核心

## 成本低



内推的招聘成本是直接应聘的1/5，猎头招聘的1/8，职位level越高，成本价值越明显。

## 成功率高



内推的入职成功率在同等条件下（假设相同的候选人获取占比）是官网的8.7倍，是招聘网站的16倍。

## 周期短

内推的平均招聘周期比招聘网站缩短10天，比官网缩短26天。





# 02

## 内推方法论

2.1 凰家内推进化史 | 2.2 内推成功的要素 | 2.3 夯实基础做内推  
2.4 内推的运营策略 | 2.5 内推的运营路径 | 2.6 内推的预算管理

2.1

# 凰家内推进化史

## 凤凰伯乐报

2017年3月13日

争做  
“有礼、有面儿、有奖、有范儿”的  
四有青年



### 老奶奶说

反萨德，每人10块钱就是140亿  
搞招聘，每人10份简历就可以撑起整个招聘季

#### 悬赏热招

3000元

算法工程师  
岗位职责：  
改进凤凰的资讯推荐系统，增强其预测能力。  
任职条件：  
1、具备较强的编码能力，熟悉Linux，熟悉Java和Python语言，  
2、有搜索引擎、个性化推荐、广告、数据平台相关经验。



#### 集赞小能手

截止到3月10日下班前，已有227份简历上传到系统  
所有推荐只要成功入职，即可拿2000~20000元现金大奖  
季末奖励更丰厚，欢迎大家积极参与内部推荐~



## 2.1 鳳家內推進化史

### IFENG內推1.0 總結分析



#### 难点

##### 平台单一

无法做到“随时随地、想推就推”

##### 运营困难

发送通知后，简历越来越少

##### 闭环困难

内推平台功能较单一，无法满足内推闭环需求

#### 痛点

##### 有投无门

未充分调动公司员工的人脉资源

##### 激励不足

员工缺乏主动挖掘优秀简历的动力

##### 石沉大海

缺乏查询候选人应聘进度的渠道，影响内推人的主观能动性

## 2.1 鳳家內推進化史

### IFENG內推2.0 設計思路



#### 01 多渠道

員工可以通過多個渠道登錄內推官網（企業微信、微信公眾號、小程序、線下物料等）

#### 02 先認證

后台設置員工身份驗證，確保內推崗位、內推激勵規則等，僅讓內部員工看到

#### 03 易查詢

員工可以“隨時隨地”查看職位詳情、瀏覽獎勵規則、內推推薦記錄等

#### 04 易跟蹤

被推薦人的招聘進展，系統實時通知推薦人（郵件），內推人可主動查看推薦記錄及應聘進度



# 2.1 凰家内推进化史

## 数据

内推信息转发到微信3W+次，系统收到内推简历1600+份，其中400+候选人进入用人部门筛选、250+进入面试、50+入职。

## 亮点

持续不断的内推运营，IFENG内推2.0启动后推出了近20次运营活动，平均每月至少1次；花样繁多的活动让参与的同事始终保持新鲜感办最多的事。

## 感悟

简单易懂的内推规则、操作简单的内推系统、及时反馈的内推进度、礼品丰富的积分商城等，这些都是内推运营的宣传素材

## 难点

没有现金奖励的内推，可以开展多种形式的内推运营活动，一方面降低内推参与门槛，另一方面增加员工参与的趣味性，花最少的钱



周年庆 | 内推人快乐又回来了！  
什么是快乐星球？积分商城带你研究！

2.1

# 鳳家內推進化史

## 員工兌換內推禮品



2.1

# 鳳家內推進化史

## “借勢营销”：圣诞市集-内推展位



2.1

# 鳳家內推進化史

## 2020年度 內推年度總結大會



2.1

# 凰家内推进化史

## 内推不停 优化不止

"IFENG内推2.0"从确定重启，到2020年5月13日正式上线，再到今天，已经过完"1周岁生日"，一年多的时间，一直在不断地进行优化、升级。



凤凰网内推优化调研问卷

第1题 【多选题】您习惯在什么时间段阅读【企业微信-广播消息】的推送？【多选题】

| 选项                   | 小计  | 比例     |
|----------------------|-----|--------|
| 9点-11点               | 25  | 24.75% |
| 11点-13点              | 7   | 6.93%  |
| 13点-15点              | 5   | 4.95%  |
| 15点-18点              | 8   | 7.92%  |
| 18点-第二天9点            | 3   | 2.97%  |
| 先看推送的标题，如果跟自己有关系才会打开 | 47  | 46.53% |
| 没有固定的时间段，有未读的消息就会阅读  | 51  | 50.5%  |
| 本题有效填写人次             | 101 |        |

第2题 【多选题】以下哪些内推相关活动或消息，您曾经关注过？【多选题】

| 选项   | 小计  | 比例     |
|--|-----|--------|
| 5月12日起，各楼层摆放的“内推2.0启动”宣传物料(电梯间海报等)           | 82  | 81.19% |
| 5月13日中午，在中轻一展大堂举行的“内推2.0启动”活动                | 62  | 61.39% |
| 6月1日，企业微信上发布的寻找“内推流量王”——主题：大家都在偷偷薅羊毛，你却并不知道？ | 38  | 37.62% |
| 6月5日，企业微信上发布的“内推流量王(第一期)名单出炉”                | 35  | 34.65% |
| 6月12日，企业微信上发布的“内推618大使”宣传海报                  | 38  | 37.62% |
| 6月15日-17日(连续3天)，企业微信上发布的“内推618直播”倒计时海报       | 20  | 19.8%  |
| 6月18日中午，企业微信上进行的“内推618直播”                    | 29  | 28.71% |
| 7月10日，企业微信上发布的寻找“内推人气王”——主题：一起来推吧，我看你还有机会    | 26  | 25.74% |
| 其他(请填写)                                      | 1   | 0.99%  |
| 以上都没有听过                                      | 0   | 0%     |
| 本题有效填写人次                                     | 101 |        |

第3题 【多选题】您是从哪些渠道了解到内推相关的信息的？【多选题】

| 选项                        | 小计  | 比例     |
|---------------------------|-----|--------|
| 企业微信推送的内推相关通知信息           | 82  | 81.19% |
| 电梯间张贴的宣传海报                | 72  | 71.29% |
| 各楼层摆放的宣传物料(吧台的展架、会议室的台卡等) | 70  | 69.31% |
| 身边同事介绍                    | 16  | 15.84% |
| HR介绍                      | 20  | 19.8%  |
| 其他(请填写)                   | 1   | 0.99%  |
| 本题有效填写人次                  | 101 |        |

第4题 【多选题】您曾经参加过以下哪些内推运营活动？【多选题】

| 选项   | 小计  | 比例     |
|--|-----|--------|
| 5月13日中午，在中轻一展大堂举行的“内推2.0启动”活动                | 59  | 58.42% |
| 6月1日，企业微信上发布的寻找“内推流量王”——主题：大家都在偷偷薅羊毛，你却并不知道？ | 26  | 25.74% |
| 6月18日中午，企业微信上进行的“内推618直播”                    | 30  | 29.7%  |
| 7月10日，企业微信上发布的寻找“内推人气王”——主题：一起来推吧，我看你还有机会    | 15  | 14.85% |
| 以上活动都没参加过                                    | 17  | 16.83% |
| 本题有效填写人次                                     | 101 |        |

第5题 【多选题】对于什么类型的内推活动，您更有参与的欲望？【多选题】

| 选项                  | 小计 | 比例     |
|---------------------|----|--------|
| 参与门槛低(如：参与了就能获得小礼品) | 60 | 71.43% |
| 参与难度低(如：转发信息就能参与活动) | 44 | 52.38% |
| 奖励力度大(如：有现金或内推积分奖励) | 49 | 58.33% |
| 不太想参与内推活动           | 1  | 1.19%  |
| 本题有效填写人次            | 84 |        |

第6题 【多选题】您没参加过内推活动的原因有哪些？【多选题】

| 选项             | 小计 | 比例     |
|----------------|----|--------|
| 不知道通过什么渠道参与内推  | 0  | 0%     |
| 近期没有合适的简历可推荐   | 10 | 58.82% |
| 不清楚公司目前有哪些内推岗位 | 2  | 11.76% |

第7题 【单选题】您近期是否内推过简历？【单选题】

| 选项       | 小计  | 比例     |
|----------|-----|--------|
| 是        | 77  | 76.24% |
| 否        | 24  | 23.76% |
| 本题有效填写人次 | 101 |        |

第8题 【多选题】您是如何获取到合适的候选人简历？【多选题】

| 选项                    | 小计 | 比例     |
|-----------------------|----|--------|
| 自有人脉的简历(如：前同事、同学或校友等) | 55 | 71.43% |
| 家人或好友推荐过来的简历          | 29 | 37.66% |
| 同行推荐的简历               | 18 | 23.38% |
| 其他(请填写)               | 0  | 0%     |
| 本题有效填写人次              | 77 |        |

第9题 【填空题】您对公司内推的整体看法如何？【填空题】

| 分类   | 答案文本   |
|------|--|
| 处理速度 | 流程运行的速度需要改善<br>希望后续能快一点 公司需要哪些岗位，看到合适的就会推荐<br>多发布企业微信，公司需要哪些岗位，看到合适的就会推荐<br>觉得释放出来的岗位还是有点少<br>岗位不多<br>形式非常好，后续再增加礼物的样式，和积分的发放，就更好了<br>入职成功法是要有一些现金或者金额大一些的奖励机制，据了解很多公司都是这样的<br>有待提高落实大家的内推热情，暂时只看到对应岗位的最高奖励积分，没有明确的奖金展示。<br>流程有些复杂，向岗位奖励敬业内其他公司偏低        |
| 岗位   | 1.如果是正好有同事朋友在找工作，我们内推一下就是顺手的事情，这个比较容易做，我们现在内推的宣传也到位了，我们不知道在哪里内推的岗位了，很好很大。<br>2.如果不是1所描述情况，需要员工自发的去寻找合适的人，再进行内推，这个就有点强人所难，我在给的奖励水平实际没有什么吸引力，当然这个情况我认为没有必要强求。<br>3.如果要推行推广2的请求，我们缺少转发内容，推荐点，公司优势等专业内容，需要对员工有基础培训，才有可行性，当然我觉得这是浪费公司人力，专业的人做专业的事。<br>奖励力度可更大 |
| 奖励   | 奖励没有吸引力<br>奖励低，标准我怎么记得是推荐成功奖励该岗位的月工资<br>淘汰原因明示 只有结果，但是没有原因说明<br>系统操作 进入内推的界面后不好操作<br>信息推送方式 尽量少在工作时间发消息，电梯间展很好，企业微信消息不太好。<br>职位 职位少，没有合适的简历推荐  |

第10题 【填空题】内推活动有哪些优化建议？【多选题】

| 选项       | 小计  | 比例     |
|----------|-----|--------|
| 内推系统功能方面 | 17  | 16.83% |
| 内推日常运营方面 | 8   | 7.92%  |
| 内推积分奖励方面 | 8   | 7.92%  |
| 积分商城礼品种类 | 10  | 9.9%   |
| 其他       | 15  | 14.85% |
| (空)      | 58  | 57.43% |
| 本题有效填写人次 | 101 |        |

| 分类       | 优化建议   |
|----------|--|
| 内推系统功能方面 | 进商城要转到微信，稍有繁琐<br>岗位详情页退出后，页面自动跳转到岗位列表第一条，不能定位到我之前点击的那个岗位，我还得再下滑查找才能继续看其他没看过的岗位<br>学校名字要是能识别出来就好了<br>如果手机上可以直接上传 doc 附件就好了<br>企业微信电脑端不能看内推进度。<br>岗位归属部门标签不够明确，难以帮助候选人准确定位是否匹配<br>建议有个处理结果通知，目前是主动去看才知道到哪一步了<br>手机上没有简历怎么办？不可以直接发邮件吗？<br>奖励兑换的商城跳转的有点复杂，不容易找到，建议直接在全企业微信工作台上显示<br>希望能在全企业微信里设置一个内推入口<br>内推能不能分配制而不是按建制，按建制有时候需要了解公司各个岗位的要求，但是可能在某些领域我们是外行，不知道是否适合。<br>希望能知道内推失败的理由<br>生成的海报有效内容太少，主要职位或者我勾选的职位都能列上好些<br>增加反馈系统，跟踪系统<br>海报内容可以丰富一些<br>创建员工内推的社群，不定期发布内推活动，发起抽奖、最新岗位等<br>遇到过多次内推后无进展的情况，与hr了解得知是岗位已招到合适人选，这种情况建议及时反馈给内推人员，并将岗位下架处理。<br>处理人慢，内推的一份，7月1号到现在还卡在第一步，不知道用人部门筛选这个是什么情况<br>开放了什么新岗位可以通知<br>减少企业微信消息通知，每天被各种消息发送，比较影响工作。 |
| 内推日常运营方面 |  |
| 内推积分奖励方面 | 高一点  |

## 2.2

# 内推成功的要素

### 01 激励

现金激励或非现金激励，例如推出专门的“内推-积分商城”，员工可以使用内推积分兑换各种礼品。

### 03 认可

被推荐人依次进入筛选、面试、入职阶段，内推人的推荐质量、准确度得到公司认可。

### 02 反馈

让内推人快速了解被推荐人的应聘状态，随时查看招聘过程进展到哪一步了。

### 04 易用

内推人使用的系统平台，支持内网/外网登录、PC/手机查看，功能设计人性化。

## 一个完善的内推系统平台是后续内推开展的基础、前提。

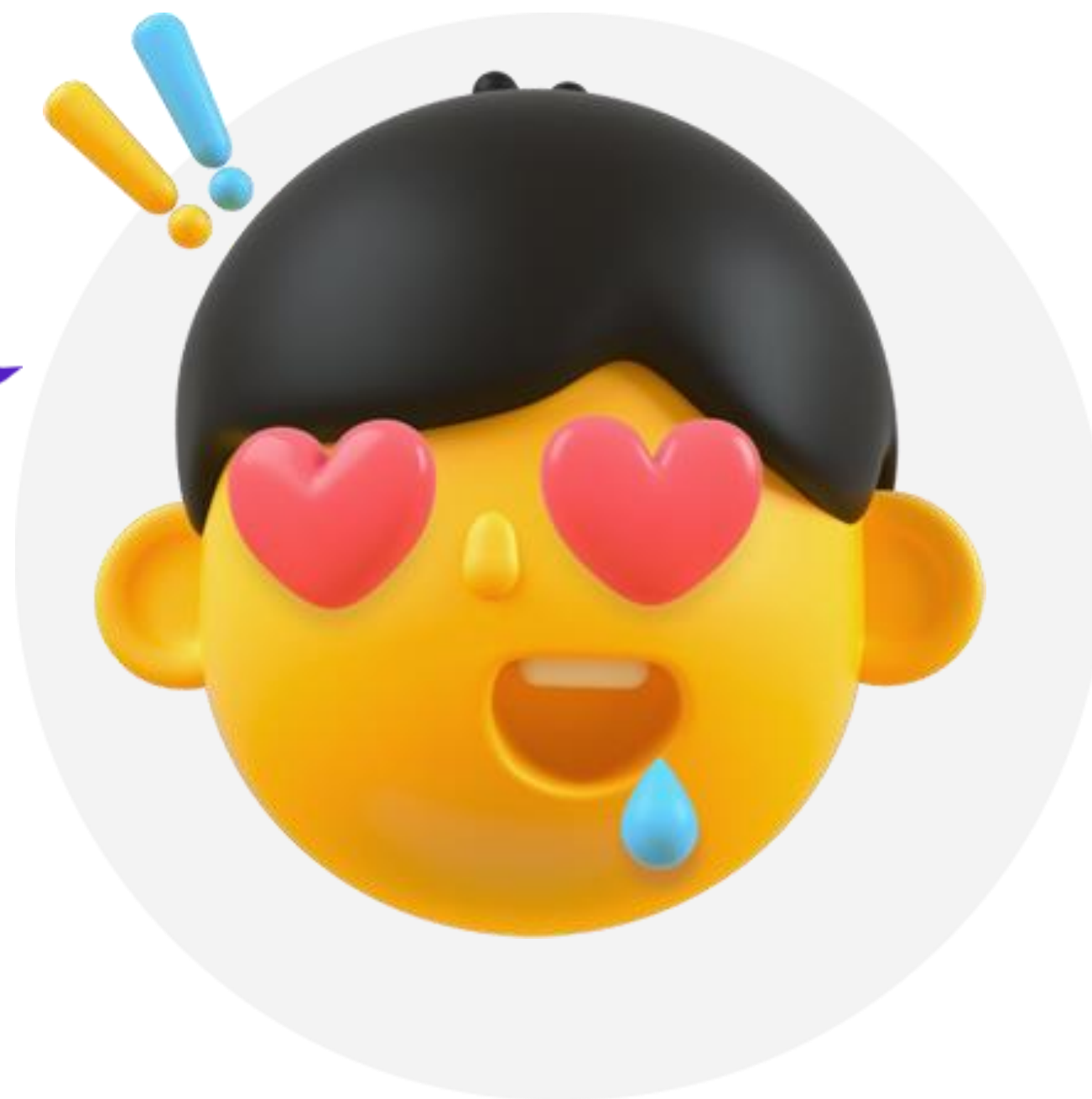
| 模块   | 凤凰网需求描述   | 外部采购系统是否能满足需求<br>(如现有产品不能满足凤凰网原始需求, 请描述解决方案) | 是否收取开发费用 |
|------|---|--|----------|
| 内部推荐 | <p>1、各部门在凤凰网自研的系统里提交职位需求时, 勾选【内推】选项的职位, 只在外部采购系统的“内推”模块发布(内推渠道进来的简历, 在简历List和简历详情页, 均需要显示“内推”字样);</p> <p>2、所有的内推岗位, 在PC端和移动端生成职位List, 凤凰网员工可以将所有的内推职位(或某个内推职位)分享到朋友圈/微信群/微信好友, 支持H5链接和职位卡片2种内推职位分享方式; 职位List的移动端页面, 上方的Banner处, 支持HR在后台系统自主更新规定尺寸的活动运营图片及对应的活动介绍推文链接(而不是HR申请、由供应商客服上传);</p> <p>3、移动端: 凤凰网使用的是企业微信, 在【凤凰IT办公】的应用里, 增加一个“内推”按钮, 凤凰网的员工点击这个按钮, 跳转到供应商的内推职位List;</p> <p>4、内推职位奖励积分还是现金, 支持HR自主选择, 同时支持自行设置积分分值;</p> <p>5、上传简历、通过筛选、通过面试等不同环节, 设置不同分值的积分奖励, 员工可以在PC端和移动端查看自己的积分、奖金的情况, 也能查看自己推荐的候选人的应聘进度; 凤凰网自研的系统, 回传候选人入职及通过试用期的状态, 供应商的系统里自动更新积分分值;</p> <p>6、积分商城: 凤凰网提供多种周边礼品, 设置不同的分值, 在线供员工线上兑换(此处需要说明: 凤凰网没有自研的积分商城, 也未采购第三方积分商城产品, 使用的是此次合作的ATS厂商的功能, 如无标准化产品, 需要在2月中旬前完成开发和测试);</p> <p>7、双方需要讨论一下企业微信跳转的技术实现方式。</p> |  |          |

## 夯实基础做内推

一个完善的内推系统平台是后续内推开展的基础、前提。

### 合并系统

为了节省招聘开支和系统对接的精力，可以在采购招聘管理系统时，将内推的系统需求（包含积分商城）罗列进去。

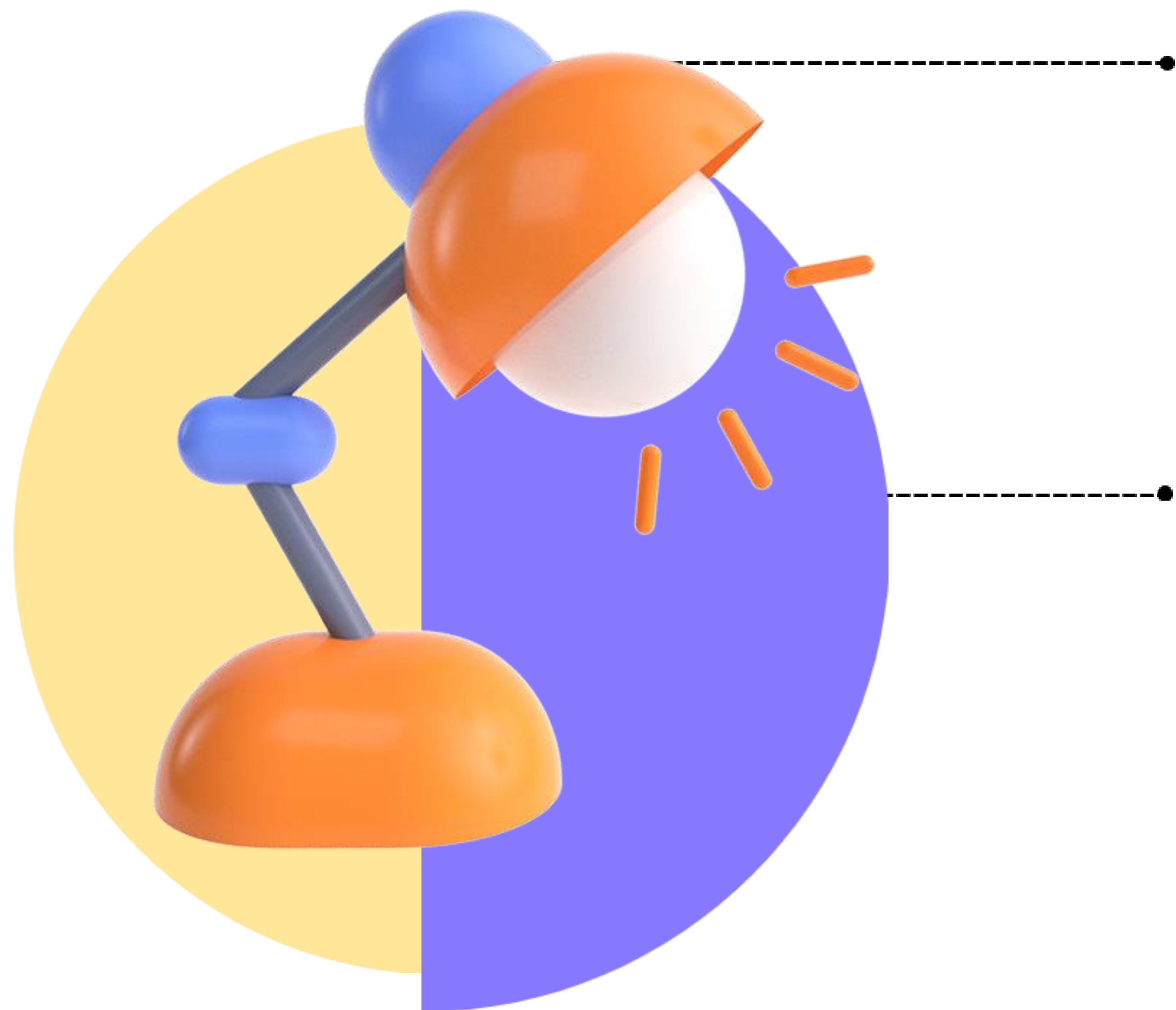


### 预判功能

在开启内推前，考虑好内推需要使用到的功能：支持企业微信单点登录、自定义搭建内推官网、员工转发内推职位到微信、灵活配置内推积分/现金奖励规则、自主维护积分商城平台等。

## 2.4

# 内推的运营策略



### 遵守七次法则

是指一个客户连续七次看到你的品牌或信息之后，才能真正了解你的企业，对你产生足够信任，然后才可能与你展开商务活动；利用多种营销活动可以帮助你更快地实现这一目标。

### 做好内推“强提醒”

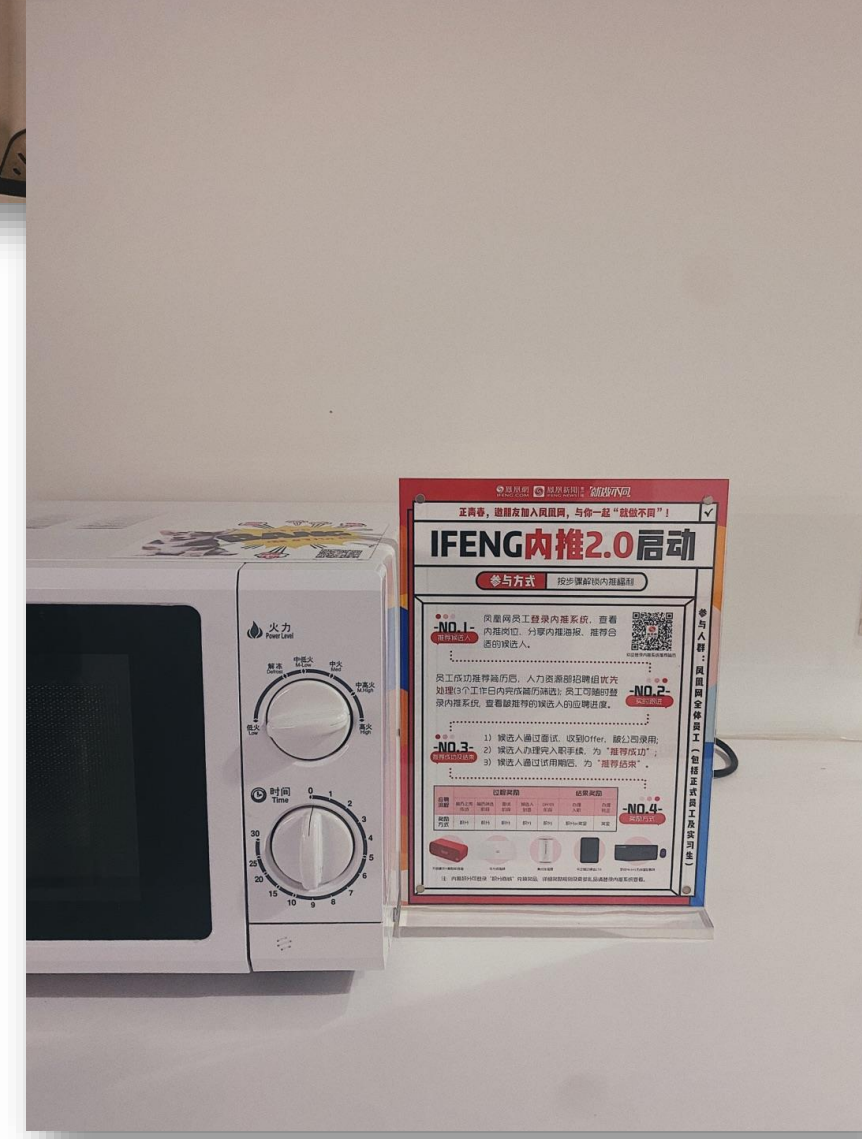
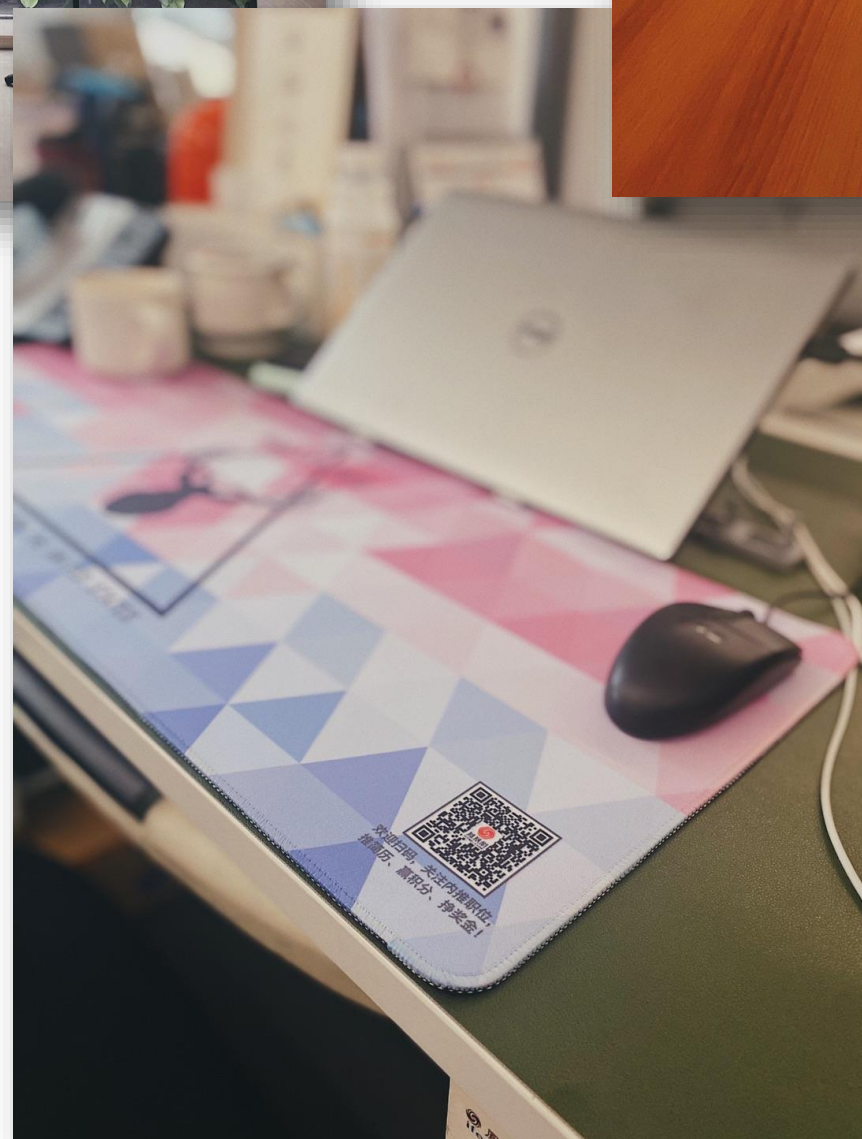
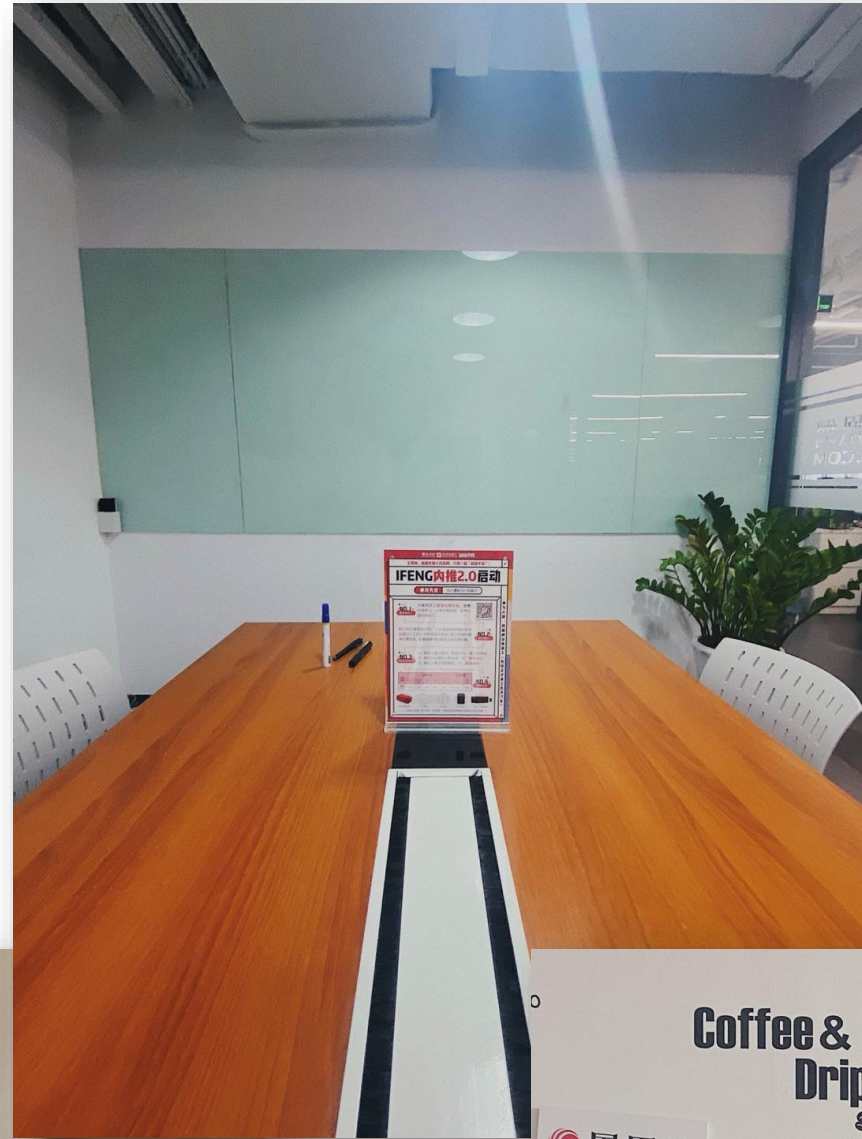
被迫放弃“桌贴”，采取“曲线救国”的方式，给员工发放定制化鼠标垫，在鼠标垫的右下角有内推官网的二维码；

内推宣传物料：台卡、海报、展架、电视循环播放视频等；凤凰网的员工，不管是在会议室开会、在吧台闲聊、在茶水间接水，还是在电梯间等电梯，随时都能看到我们的内推物料。

运营思路：扩大员工与内推活动的接触面积，当员工有参与内推的意愿时，可以随时随地看到内推系统进入的端口。

2.4

# 内推的运营策略



## 2.4

# 内推的运营策略

## “内推意识”从入职当天开始培养

办理入职手续时，ER同事介绍内推规则，展示内推系统、积分商城、过往活动照片，引导大家积极参与内推认证；当天下午在企业微信里拉群后，招聘组会在群里发内推详细资料，积极认证有礼品。

## 内推活动创意

以员工喜欢的方式介绍内推岗位、内推活动、内推制度等，能够起到事半功倍的效果，比如：元宵节时，将猜灯谜与内推相结合；618时，以直播的形式介绍内推岗位；双11、双12时，积分商城全场参与促销等。

## 创意展现辅助工具

创客贴：上面会有大量的参考模板，可用来辅助制作海报、长图、条漫、动图、封面图等  
稿定设计：这个网站除了可以作图以外，我还会用它来抠图，比美图秀秀等工具好用很多

2.4

# 内推的运营策略



2.4

# 内推的运营策略



## 2.4 内推的运营策略



### 用诚意才能激发员工的原动力



某强制内推公司内推漏斗图

很多国企、央企或者民营企业，为了节省时间和精力，会通过行政命令的方式，强制要求员工内推简历，甚至内推简历的数量跟奖金挂钩，这种方式在一段时间内能带来内推简历数量的提升，从长远的角度看，是对员工参与内推积极性的毁灭性打击。

2.4

# 内推的运营策略



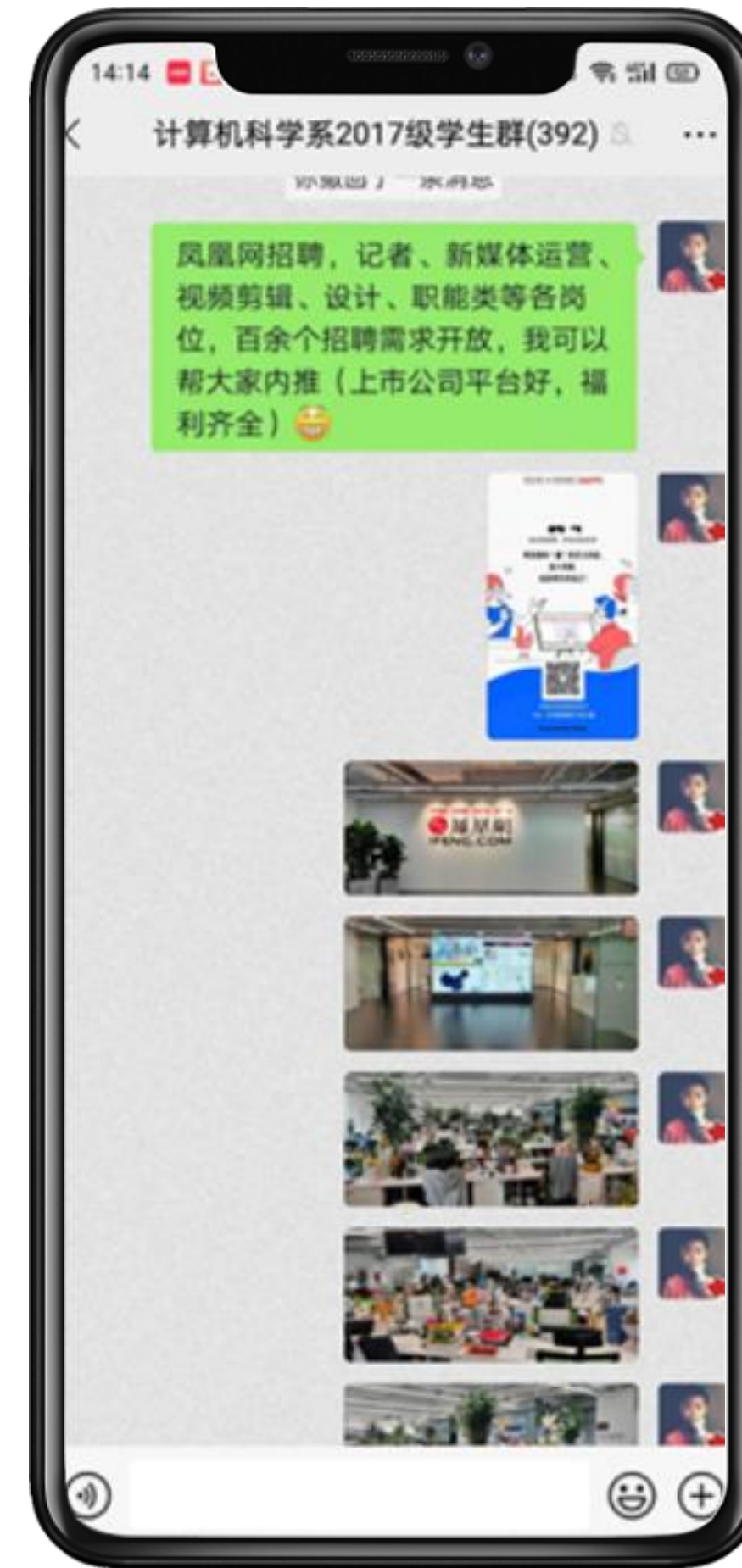
知乎



小红书



脉脉



微信群



## 凤凰员工自发内推宣传展示



2.5

# 内推的运营路径

## 内推不停、“拉新”不止



避免：虚假转发宣传  
没有真实候选人查看



避免：处理速度慢  
应聘状态无法跟进



避免：覆盖不够  
奖励吸引力不足



避免：岗位吸引力不  
足，投递门槛过高

宣传

转发

查看

投递

我们把内推简单的拆分成4个步骤：宣传、转发、查看、投递；“宣传”作为内推的第一步，是整个内推运营成功与否的关键，先要通过各种宣传手段，把员工吸引过来。在凤凰网，这个“第一步”是通过多渠道宣传手段，吸引员工认证内推账号，就是我们常说的“拉新”。

2.5

## 内推的运营路径

既要拉新，也要促活  
激励到位、活动频繁，促进内推良性循环



内推运营要做到【“激励”到位】，不仅员工本人享受到了公司福利，员工所在的团队也会受到鼓舞，吸引更多的员工参与内推；同时，在后续内推活动宣传时，会有更多的人参与进来。

除了结合传统节气、社会热点事件等造势以外，凤凰网还会根据招聘的需求量的变化来开展活动宣传，比如“金三银四”、“金九银十”等；在进行内推活动策划，这些活动都能很好地激励员工参与内推，数据证明，活动期间我们的内推简历量也确实要大于平常。



## 2.6 内推的预算管理

# 理想丰满，现实骨感；灵活变通，把钱花在刀刃上

### 内推预算很少，捉襟见肘怎么办？

打造积分系统，把激励前置，不单单是激励“结果”，也鼓励“过程”，人为的制造“繁荣”的景象。

### 招聘旺季的时候，如何保证短时间内获取大量优质的内推简历？

对“结果”进行重点激励，开展相应活动，在活动期内，如果候选人发放了Offer，奖励额外内推积分；优先处理内推简历，招聘进度加快，员工能够在特别短的时间内就获得激励，随时兑换礼品。

### 员工手头没有合适的内推简历不参加内推，怎么办？

从内推系统生成内推海报，转发到朋友圈或者群聊，奖励内推积分，让员工拿着“白嫖”的积分去商场兑换礼品，再把“喜悦”分享给团队的同事，把“死水”盘活。

### 积分商城采购的礼品，如果长时间没人兑换怎么办？

- 1、上新前进行全员调研，根据结果有侧重的采购，尽量从源头上避免“滞销”；
- 2、滞销礼品，作为活动奖品发放；
- 3、支持并组织获奖员工礼品交易。

### 怎么维持始终没有候选人成功入职的员工的积极性？

可以将内推简历数量排名，在活动期内内推简历数量TOP10的员工，给予一笔丰厚的积分激励或者比较不错的礼品。



感谢您的聆听!

