



电商业用人“饥不择食”

标下降导致一些招聘需求萎缩,但是5月份增幅又上升至150%,看来现在电子商务方面的人才招聘需求增长还很明显。”

懂技术又懂市场的人才难找

据智联招聘发布的数据显示,互联网电子商务类的人才需求持续升温,以5月为例,去年发布的职位信息是9万个,而今年一跃升至26万个。大小电商们或者正走在通往电商路上的企业们,遭遇着同样的问题,人才饥渴。

郝建举例说,不仅电商阿里巴巴、京东,而且传统零售企业王府井百货、苏宁、国美也加大了对电商人才的招聘,技术类的人才特别难找。

技术运营包括销售,市场方面,特别是技术方面的人很难招,今年电商有几类人增长特别明显,一个是像做引擎优化和排名优化的,因为又懂技术又懂市场。另外就是网站运营方面,特别像传统行业电商化的时候,既要懂懂传统行业也要懂互联网,这方面的人比较难招,但增幅都超百分之百。

薪水自然水涨船高。软件公司去年比如6000或8000能拿下一个有8年工作的人,现在得8000到1万左右,特别是技术人员薪酬涨得比较厉害。

实习3个月摇身变运营总监

现在,越来越多的传统企业开始涉足电商领域,越来越多小的电商希望能够做大做强,所以一些大的电商自然成了人才流失的“重灾区”。

谈到电商行业的人才竞争,淘鞋网总裁王冬竹举了一个例子:一个在公司里实习仅仅三

个月的员工,却被其他电商企业挖走,而且摇身一变成了“电商运营总监”。

由于电商行业发展迅速、竞争激烈,许多企业没时间和精力去培训员工,这导致了相互挖角的现象严重。这也使企业产生了强烈的危机感。虽然很多电商企业对现在的薪酬体系不满,但是为了留住员工,却不得不委曲求全,想尽办法来留着人才。

虽然有高薪的职位,但是并不是每个人都值这么多钱。苏宁易购的相关负责人表示,每年从各大院校走出来的相关专业的应届毕业生数量,要高于电商人才的缺口,但他们大多数缺乏实战经验。刚刚毕业两三年的大学生来面试,张嘴都能开出天价。其实,他们也只懂一些皮毛。

并不说明行业很景气

电商专家鲁振旺表示,虽然几个大的电商,比如苏宁易购、京东等人才需求在增加,但是整个市场的热度其实是在减缓,以及准备进入电商行业的传统公司在快马加鞭,但其他的都在萎缩。

鲁振旺指出:实际上现在整个B2C行业跟传统行业整个人才需求是下滑的。针对现在动辄几十万、上百万的年薪,鲁振旺认为这并不能代表电商行业的景气,而是因为电商人才少。现在的人才体系价格就像团购一样,去年把人才的价格炒起来,从分站的站长到各个总监级的人物价格已经比较贵,现在要降薪,也需要时间来进行消化。

有业内人士表示,国内B2C人才的高薪很大程度上是靠风险投资支撑的,而非公司真正的赢利。一旦电商行业的大扩张结束,薪酬的溢价也将“退烧”。

一线品牌大举招人 营业员月薪8000元 店长年薪12万元

张胜普

百家国际一线品牌商户本月15日齐聚沈阳人才市场招贤纳士,提供店长、导购、服务员等就业岗位2000余个,其中不少岗位面向高校毕业生招聘。

与一些招聘会将月薪“明码标价”不同,不少“大品牌”商户只在招聘告知栏中提及福利等,未明确薪资。参会业内人士介绍,这是因为国际一线品牌的标识本身就能抓住应聘者的眼球,同时薪资待遇相对优厚、稳定。“一位普通的营业员在某些国际一线品牌中工作,入行月薪就能达到5000元到8000元,店铺经理的年薪则能达到10余万元。”

“我们首先会考察应聘者是否了解、热爱我们的品牌,我们最看重应聘者的个人综合素质。”一家知名品牌负责招聘的人员介绍,应聘高端品牌的销售人员,个人的形象、气质固然重要,但招聘方更看重的是应聘者的相关工作经验、沟通协调能力和团队协作意识等。

此外,不少商家十分看重应聘者的英语水平,一些商家明确应聘者要“熟练掌握英语”。

比尔·盖茨用人: 找最聪明的



于成龙

由于盖茨在计算机方面所表现出来的天才素质,他做人的原则变得十分简单,那就是找最聪明的员工。盖茨认为,聪明就是能迅速地、有创见地理解并深入研究复杂的问题。

根据这一原则,一个人的大学考试成绩只要没有差到“平均线”以下,就有资格走进微软进行面试。微软面试的目的在于检验应试者书本之外的能力。主考官常给那些刚毕业的大学生出一些稀奇古怪的问题,如:为什么下水道的盖子是圆形的?你和你的导师发生分歧怎么办?两条不规则的绳子,每条绳子的燃烧时间1小时,如何在45分钟烧完两条绳子?还有一个最常问的问题是:全美有多少加油站?

主考官全是各个方面的专家,每个人都有一套问题,但有4个问题是考官们共同关心的:是否足够聪明?是否有创新的激情?是否有团队精神?专业基础怎么样?

微软面试时还常在上午给应聘者一些新的知识,下午则提出相关的问题,看应聘者究竟掌握了多少。在招聘人才时,微软比较注重人才的专业素质,即除了考虑人才的专业背景外,还要考察其心理和情感因素,包括应变能力、适应能力、再学习能力、竞争能力、承受压力的能力等。

诸如上面的这些问题,答案正确与否并不重要,如果应征者连想都不想就说不知道,这个人马上就会被判出局,因为主考官想要知道的是应征者如何思考 and 解决问题。

员工参与是聘到最合适的关键。在很多时候,从副总裁到盖茨,所有高级管理人员都要亲自参与招聘。对引进人才的考试,不是上面坐一排考官,应试者一人在下面对应,而是一个考生只面对一名考官,“一对一”,讲平等。使用员工,盖茨永远只聘用比实际所需少一点的人,原因并不是为了减少成本开支,而是为了挑选更优秀的人才。

因此,当新人们如愿以偿加入微软之后,就会发现公司内部到处都是成功人士,在这个公司里人们都感到精神抖擞。虽然公司里所有的人都穿着普通的服装,却有着难以置信的谦逊,没有锋芒毕露和咄咄逼人,也没有愚蠢的傲慢。同时他们都有着强烈的信心,坚信这个集体将来一定会取得成功。

业内人士表示,国内B2C人才的高薪很大程度上是靠风险投资支撑的,而非公司真正的赢利。一旦电商行业的大扩张结束,薪酬的溢价也将“退烧”。

中广

据报道,最近,有媒体披露了一条万达集团电商部门的招聘启事。招聘启事中说,应聘人员仅需一年以上的工作经验,精通C++编程语言,底薪就可以达到20万至40万。

工作一年最高可拿40万年薪

工作一年,最高就可以拿到40万年薪,真不是什么天方夜谭,还有更牛的。据介绍,一

家刚刚涉足电子商务的传统企业,在招聘副总和助理级别的人员时,豪情万丈地表示,只要在亚马逊、当当、京东等电商企业工作过的都可以。

智联招聘首席职业顾问郝建说,数据显示,今年电商对人才需求增长幅度比2011年还要凶猛。

郝建说:“互联网电子商务的增幅去年已相当明显,87%。今年初的时候,互联网和电子商务增幅到了139%,3、4月份的时候降到70%,我们觉得是不是因为由于今年GDP指

行业趋冷 电商揽才重“挖角”

魏蔚

记者近日获悉,今年2月电商人才招聘月增速为229%,几近停滞,而该数字在去年为18.6%。据了解,阿里巴巴集团今年总招聘人数仅为200人。分析人士指出,今年电商企业招聘职位需求呈现趋高端性,其更倾向于挖角有经验的人员,而非花精力培养新人。

记者从某电商企业中层人士杜先生(化名)处了解到,现在电商企业招聘更倾向于挖角、猎头。杜先生说:“我已经接到好几个猎头的电话了,其他电商企业给我开出的工资高出现在好几倍,说看重的是我的经验,愿意多花钱招到马上就能工作的人,已经没有经历和时间再培养新人了。”

当然,电商并不能仅靠挖角补充中高端人才,企业的招聘需求已由原来的低端转向高端。智联招聘相关数据显示,今年研发工程师职位较去年同比增长127%,是电商类职位增长最快的一类职位。据透露,目前网络工程师一职已达到36人应征一个职位。

业内人士预测,今年在电商领域中,电子商务平台开发工程师、互联网产品经理等职位将成为热门。而未来电商招聘的数量仍将上涨,但招聘企业将由互联网企业向电商的传统企业转型,类似苏宁易购这样试水电商的传统企业招聘数量将增长。

“聘才”导致某些小型险企的13个月续保率只有10%左右,投保人投保时就没打算第二续保;投入和产出不成正比,个别险企欲退出北京市场。

为冲保费 险企“聘才”不惜血本

刘敬元

“据我们了解到的情况,2007年以后进入北京市场的寿险公司,为冲保费几乎全部聘才。”业内知情人士表示。

据记者获得的北京地区12家寿险公司聘才的内部资料,聘才已经成为险企制度化的行为。“我们追求的是保费规模大、业务人员增多,暂且不管利润情况,这跟保险公司的战略有关。”上述业内人士对记者表示。各险企对业绩优秀的新人的奖励毫不吝啬。

出手阔绰为“聘才”

据证券日报报道,FYC指营销人员销售的所有保单在第一年可直接计提的佣金。

以某寿险公司北分的新人计划为例,该新人计划补贴期为6个月,前3个月全封闭,后3个月半封闭。计划给予的培训津贴(要求FYC在300元以上),第1-3月为1200元,第4-6月为600元;如果在6个月的期间达成FYC2500元,将给予达标奖励600元。若业务员新增1人且新人入司当月FYC≥2000元,将获得奖励500元,这

是“增员奖励”。此外,还有“晋升主任奖励”,如果业务员个人累计FYC≥1500元,本人及所增人员累计FYC≥7000元,直接增员2名理财顾问,将获得奖励1200元。

记者注意到,某险企的待遇一栏中显示,个人月度FYC在7000元以上的话,将获得5000元奖励,为各险企明确标示的最高奖励。

至于对主任的奖励规定则更详细,部分险企从聘用第1个月开始就直接进行考核,聘用期限为3年,而更多的是规定2-3个月的筹备期后,有6-12个月不等的拓展考核期。数据显示,对主任的补贴,每月最高均为5000元。

资料显示,相对主任级别,经理级别聘才期限也更长,一般为15个月到3年的时间。不同险企对经理的补贴从8000-12000元不等。

大公司也“跟进”

知情人士表示,刚起步的小型保险公司由于增员难又要冲保费规模,初期只能采取聘才的战略。“北京的周边郊县,包括顺义、昌平,有不少全村组团参与聘才、套取

保险公司资金的情况。”

“不过现在行业聘才之风已经影响到大型保险公司,他们也有在考虑或已经开始聘才了。”该人士对记者表示,目前业内对于聘才其实是有一个希望的,即险企希望通过聘才进来的业务员所售出的保险保单的13个月续保率在75%以上,这样的话,利润会得到确保。

续保率在75%以上是通过精算获得的一个数字,这时利润会得到确保,通过一定时间的成本平摊之后险企会获得一定的利益,投资运作获利的时间就更短;而续保率低于75%时,成本平摊险企获得利益的时期就要更长,或甚至看不到获利的可能。这个75%的续保率就成为各险企在聘才时的参考数值。

目前的聘才很多险企在做,没有一家成功的,但聘才成风却已经导致了很多问题,如续保率低、打压险企竞争。“小型保险公司的13个月续保率很低,甚至只有10%,这就是公司的战略问题,跟聘才有关。投保人在投保的时候,就没打算在第二年续保。”该人士介绍,“个别保险公司要退出北京市场,就是投入跟产出不成正比。”

如何裁员才“艺术”

在面临裁员时,管理者如何才能明智而真诚地尽量减轻员工的情绪波动?

哈佛大学的斯蒂文·罗宾斯(Steven Robbins)教授对此提出下面8条建议,也许可以帮助公司度过“裁员”阵痛期,并能有效地防止潜在隐患。罗宾斯教授是剑桥大学风险辅导公司的总裁,该公司一直将实际经营活动和教学研究相结合,着重研究领导人的经营管理艺术。罗宾斯教授认为:每个心怀怨恨的雇员(包括被解雇的和留下继续工作的)都有可能成为公司以后前进路上的障碍。

●保持沟通,理解万岁。通常为了保持士气,管理者认为不应该让员工知道太多的公司负面信息。但是,在资讯极其发达通畅的今天,员工还是能从各种微小的细节,比如经营目标模糊不定,现行的项目开始压缩资金等等,敏感地发现公司的运转出了问题。与其最后纸包不住火,还不如尽早使大家清楚公司的困境,并可以一起讨论如何解决问题。这样做能使员工有参与感,这是面对问题时最重要的理解和共识基础。

●事实和数据胜于陈词滥调。当裁员已经是无法避免的时候,一定要让员工明白为什么。不要简单或者官腔地宣布裁员,而要向大家说明市场份额的数字变化,说明竞争对手的

具体进展等等。1997年贝福伦特医疗中心(BAYFRONT MEDICALCENTER)被圣安东尼健康中心(STANTHO NY SHEALTHCARE)吞并时,贝福伦特医疗中心的管理层在局域网开通了内部问答热线,回答了员工诸如“将有多少个职位被取消”等现实问题,尽管答案并不乐观,但是至少帮助员工明白并理解事情真相。

●通知的艺术。通知裁员时,最简单的方法也许就是在员工的电脑上贴一张便条,写着“明天开始不要再来此办公”。但这也是最私密、影响最恶劣的方法。管理者应该采用更私密、更含蓄的方法来告诉员工这个坏消息,因为不同的人对此会有完全不同的反应。而对员工来说,目前最紧迫的是任务是思考自己的未来,而不是继续对公司的细枝末节穷追不舍。

●尽可能亲临现场。在公司进行大面积裁员时,CEO作为公司最高管理层的代表,也必须尽可能多地让员工看到自己真诚的努力。如果不能亲临现场安慰员工,也至少要写一封信言词恳切的解释信“致广大员工”。曾经有公司要解散一个外地办事处,但是公司总裁既没有来到办事处,也没有按约写好解释信交给办事处负责人宣读,而只是派联邦快递寄来一些解除合同的文件。于是负责此事的经理人在愤怒之中另立门户,把整个办事处队伍都拉出来和

公司的管理层发生联系。所以,在结束雇佣关系的最后时刻,最好也让直接管理人员来传达公司的决定。如果仅由一名人事部经理来宣布对50名员工的解雇通知,他(她)将面对的局面是50个的激动、愤怒、震惊、沮丧、混乱的公司同仁;而且这次通知的阴影还将影响到日后他(她)和其他员工的工作关系。

●通知的艺术。通知裁员时,最简单的方法也许就是在员工的电脑上贴一张便条,写着“明天开始不要再来此办公”。但这也是最私密、影响最恶劣的方法。管理者应该采用更私密、更含蓄的方法来告诉员工这个坏消息,因为不同的人对此会有完全不同的反应。而对员工来说,目前最紧迫的是任务是思考自己的未来,而不是继续对公司的细枝末节穷追不舍。

●尽可能亲临现场。在公司进行大面积裁员时,CEO作为公司最高管理层的代表,也必须尽可能多地让员工看到自己真诚的努力。如果不能亲临现场安慰员工,也至少要写一封信言词恳切的解释信“致广大员工”。曾经有公司要解散一个外地办事处,但是公司总裁既没有来到办事处,也没有按约写好解释信交给办事处负责人宣读,而只是派联邦快递寄来一些解除合同的文件。于是负责此事的经理人在愤怒之中另立门户,把整个办事处队伍都拉出来和



原公司对着干。

●帮助员工寻找新老板。宣布裁员后,每一个被辞退的员工都在想:“我现在该干什么呢?”通常只有少数人会有现成的个人简历表和求职网络。所以如果在这个充满失业压力和情绪波动的时刻,公司能出面帮助员工做新职介绍,将会使所有员工(包括在在职的和被辞退的)明白,公司是尊重他们的。

●关注“幸存者”。裁员会使幸存者对公司的疑虑很久挥之不去。他们想知道自己的职位是否有变化?工作任务和目标是否有变化?公司目前的财务状况究竟如何?是否还会有新的裁员?因此公司高管必须对每一阶层的人员都予以明晰的说明,以消除他们的顾虑而全身心地投入工作。

(据经理人网)