

滑手機找工作： 求職者於求職期間的 科技偏好



ManpowerGroup[®]
Solutions

- 1 | 簡介 pg 3
- 2 | 新視野 pg 4
- 3 | 求職者的科技偏好 pgs 11-14
- 4 | 結論 pg 15
- 5 | 關於受訪者 pg 15

人力資源專家表示，科技的進步對於吸引及招募人才產生大幅度轉變，科技深入生活，它已經影響了大部分(甚至全部)的雇傭週期，應徵者使用網路、智慧型手機等科技來求職，雇主也利用科技來吸引應徵者、建立人才網絡，並嘗試不同的面試形式，然而，雇主如何利用求職者的科技偏好則還未被廣泛理解。在當今的人才大戰中，企業該如何利用科技來確保競爭優勢呢？



簡介



全球求職者偏好調查

我們調查了
14,000
位正在工作的受訪者

在 **19** 個最具影響力的國家

年齡 **18-65**

這些受訪者分享了自己在求職過程中所遇到的問題

現今求職者幾乎都使用手機來尋找工作，但是大部分的雇主沒有足夠的能力去因應。事實上，全球有超過半數的求職者偏好使用智慧型手機求職。透過手機實際操作求職的人數正在顯著上升。也許這就是為什麼Talent Tech Labs 2017 State of Talent Acquisition Report的研究指出，45% 的人力資源主管認為，關於人才搜索的科技將會是未來極具潛力的投資領域。

除了求職以外，科技在招聘的過程無處不在，聊天機器人開始與求職者對話並且回覆問題、簡訊正在取代電子郵件，此外，愈來愈多企業利用視訊面試。雖然許多人力資源人員的傳統觀點顯示，年齡會是影響面試方式偏好的重要因素，但新的調查發現，性別也可能是關鍵。

此外，被動求職者的科技偏好和使用習性顯示，科技應該退居次要位置，採用其他招聘策略。

為了更深入地了解，雇主能夠如何運用求職者對於科技的偏好和看法，全球最大的招聘流程外包（RPO）供應商ManpowerGroup Solutions，於2016年全球求職者偏好調查中，訪問了19個最具影響力的國家的求職者，接近14,000名18-65歲的勞動人口，分享了自己在求職過程中

所遇到的問題。

本報告為求職者的科技偏好提供全新的見解，包括全球趨勢和國家差異，調查還發現，招聘科技採用的技術與方式，比起消費者行銷科技落後幾年，比起現有的交友軟體，工作搜尋軟體相對不便利。本報告著重於求職者在求職過程中，對於科技的需要、希望和期待，並提出了新的策略來吸引、發展和留任人才。

求職者科技偏好的全球趨勢及國家差別

從他們如何使用apps到如何得到面試，偏好因國家、年齡和性別而異

“千禧時代用apps做任何事，這是他們搜索世界的方式，而應徵工作只是其中的一種形式。”

Dahiana Arias Gutierrez, Manager, Client Delivery
ManpowerGroup Solutions, Mexico

App的偏好和使用

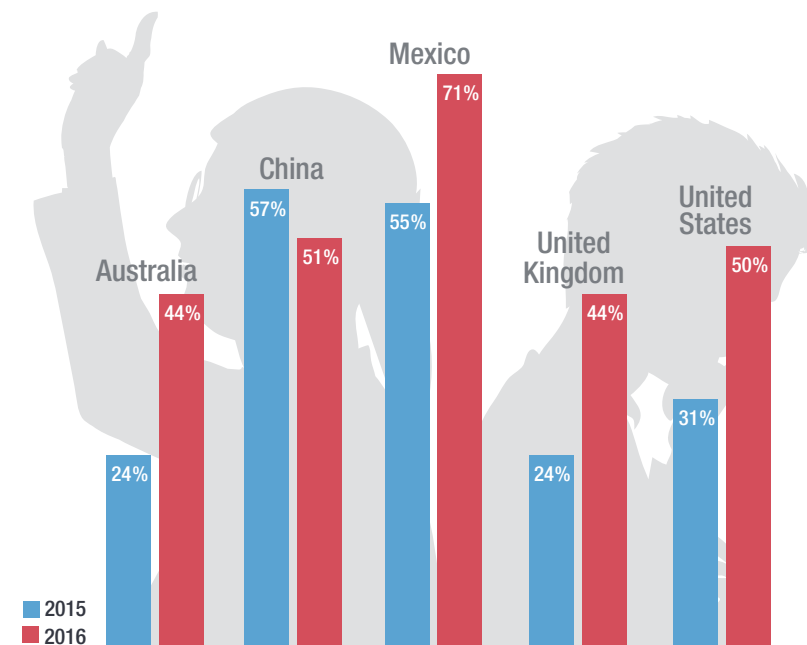


目前全球有52%的求職者希望使用智慧型手機找工作，而這個比例正在不斷增加，在過去兩年中，五大勞動市場中，四個國家(美國、澳洲、墨西哥和英國)的求職者透過APP求職的意願顯著增加。一年內，表達希望透過智慧型手機軟體求職的人數，分別於墨西哥增加了約30%，美國增加了60%，英國與澳洲則增加80%。

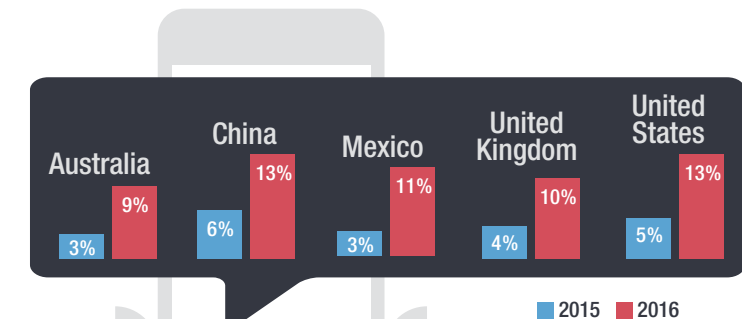
利用APP求職的方法也在不斷升級，過去兩年的五大市場中，每個國家的APP使用量都增加了一倍或兩倍，在中國，使用APP求職的人數上升至第三名，超過他們用社群媒體聯絡朋友、家人和同事的使用率。

因為需求和供給的驅動，使求職者對手機求職軟體的興趣和使用量上升。現今大家幾乎都使用APP來做任何事情，研究表示，大家滑手機的時間有90% 是在使用APP，從美國、墨西哥、中國到西班牙。¹ 方便是另一個因素，因為智慧型手機能讓求職這件事從電腦轉換到咖啡廳、公車或山上。Indeed、Monster.com、SnagAJob、LinkedIn，以及其他社群網站也成為求職的另外一個選項，他們也開發了APP，能夠幫助求職者求職、應徵、和潛在的顧主聯絡。

想要用智慧型手機求職的求職者



正在使用智慧型手機求職的求職者



¹ ComScore MMX Multi-Platform, January 2017. <http://www.smartinsights.com/mobile-marketing/mobile-marketing-analytics/mobile-marketing-statistics/attachment/percentage-of-mobile-app-vs-browser-minutes/>

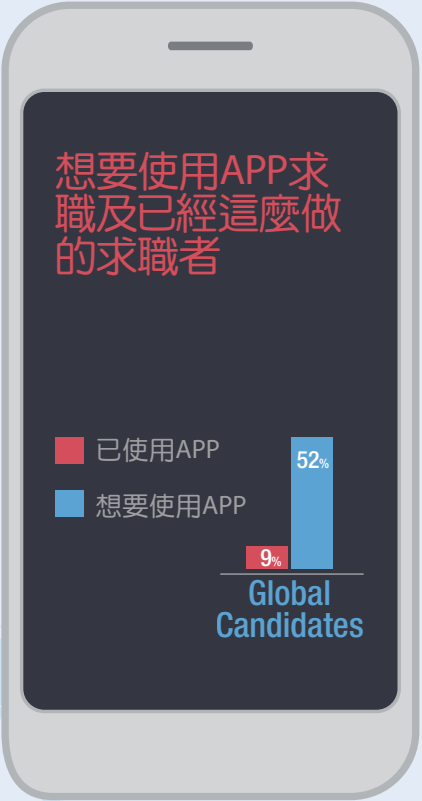
使用APP的代溝：有些人偏好用APP求職，但實際使用的人卻不多

在接受調查的19個國家中，求職者對使用APP的興趣因國而異。哥斯達黎加(76%)、秘魯(74%)、墨西哥(71%)、巴拿馬(71%)、印度(70%)和哥倫比亞(70%)較偏好使用APP求職，但日本(23%)和德國(29%)對用APP求職的意願則較低。

【有意願】和【實際使用】之間的差距可能在於，每家公司對於這種方式的開放程度不一，例如電商或影音服務業者可能對APP求職的態度較為友善。換句話說，很多雇主甚至在搶奪人才的第一步就已經失去先機，他們並未建立操作介面更友好的行動網站。

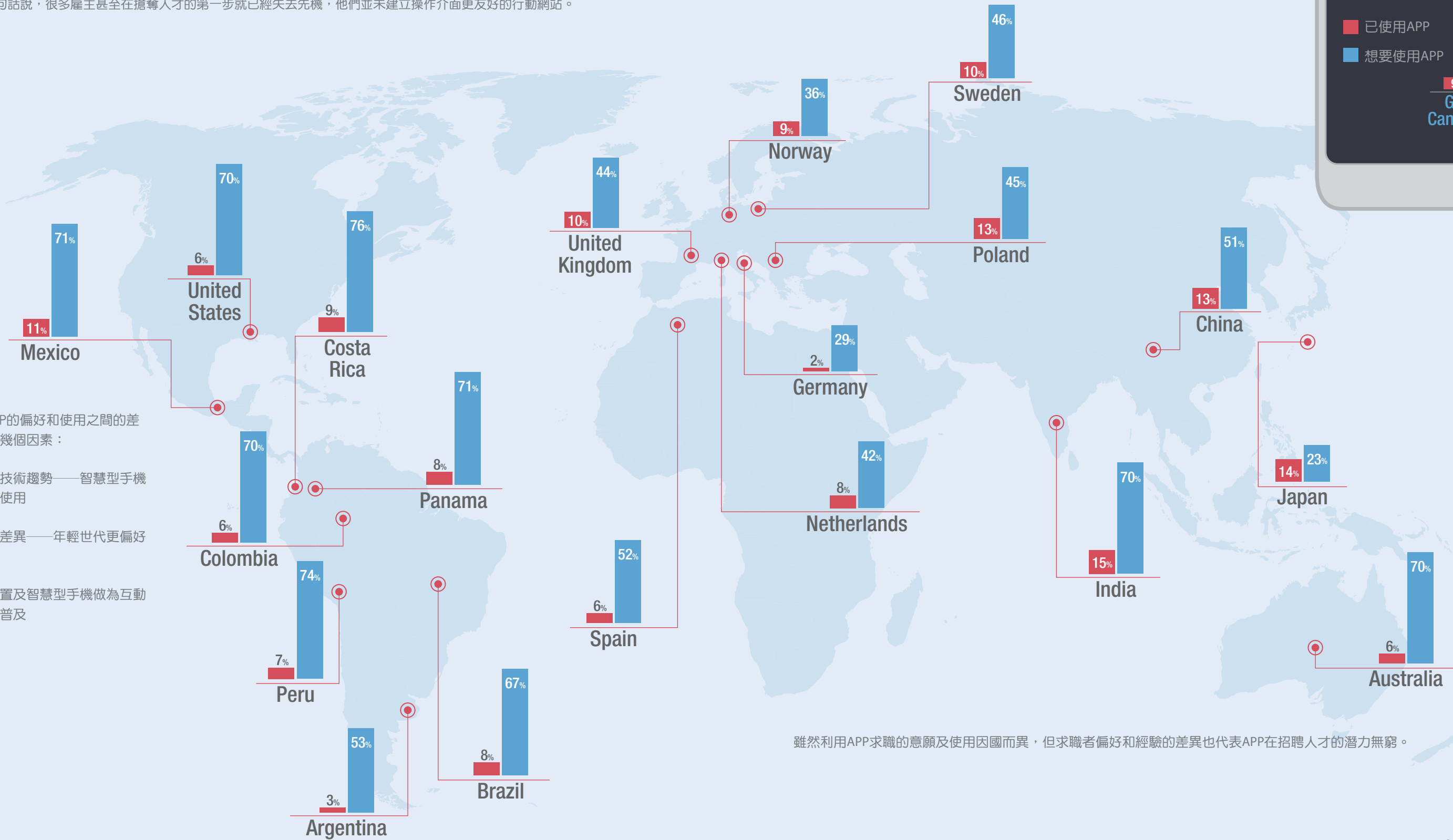
“「許多拉丁美洲國家的求職者想要使用行動裝置求職，但許多公司尚無法達到他們的期望。許多公司網站甚至沒有針對行動裝置進行優化，影音技術的使用效果也不佳。」”

Ximena Cardenas Arango, Program Delivery Manager



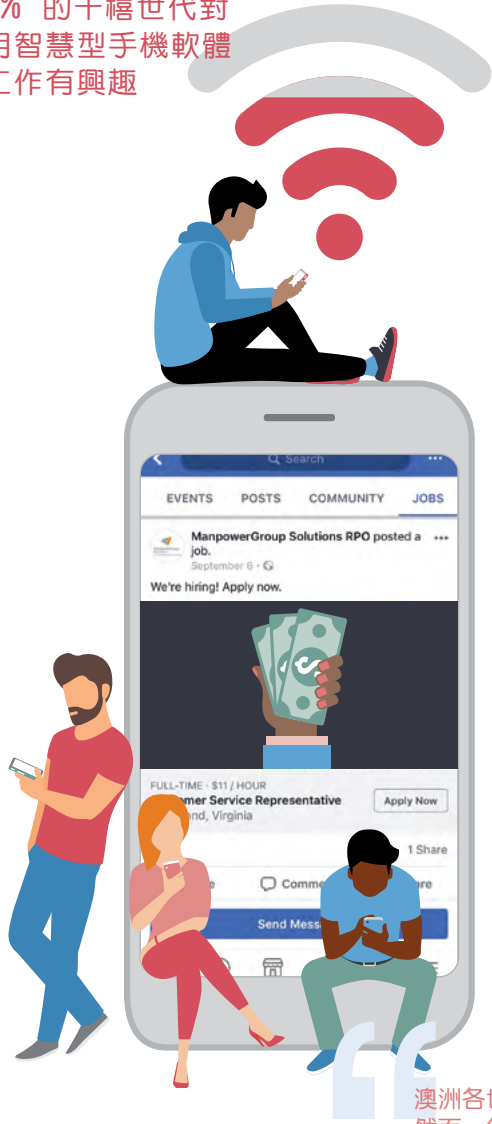
各國求職者對APP的偏好和使用之間的差距，可以歸因於幾個因素：

- 發展中國家的技術趨勢——智慧型手機漸漸取代電腦的使用
- 勞動力的世代差異——年輕世代更偏好使用APP
- 雇主對行動裝置及智慧型手機做為互動平台的觀念尚不普及



雖然利用APP求職的意願及使用因國而異，但求職者偏好和經驗的差異也代表APP在招聘人才的潛力無窮。

64% 的千禧世代對於用智慧型手機軟體找工作有興趣



年輕人、手機及企圖心

毫不意外，18-34歲的千禧世代偏好使用手機APP來找工作（達64%，比全球平均的55%高出許多），而喜歡使用APP的求職者更有意願選擇外地的工作機會，其中有30%的求職者願意移居新城市，31%的求職者選擇到國外求職。（這兩項的全球平均比例分別是27% 和 26%）

偏好使用APP的求職者也更有可能找到晉升機會，儘管薪酬和工作類型仍然是求職的關鍵因素，但對於喜歡使用APP找工作的求職者，比起對用APP找工作不感興趣的求職者，前者的晉升機會（17%）比後者將近高出一倍（10%）。

偏好使用APP的求職者也傾向在網路平台蒐集企業品牌的相關資訊，這些求職者大約15% 的人依靠各類雇主評鑑網站或社交網路來獲取公司品牌的資訊。他們也比一般人更不依賴公司現有員工所提供的資訊。（27% 與全球平均水準33%）。

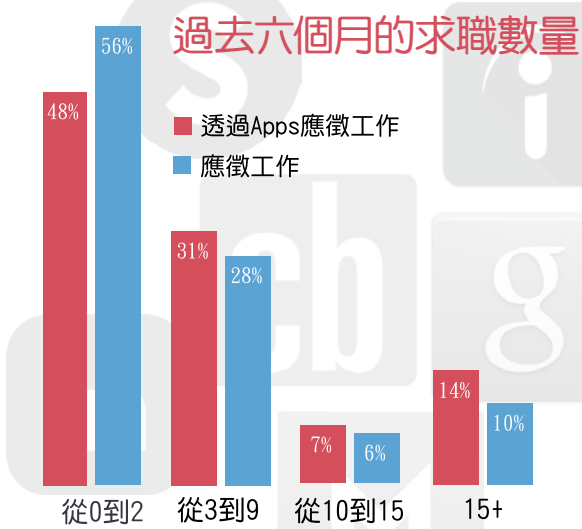
澳洲各世代間的差異很大，千禧世代希望能隨時隨地使用手機，更有效率地運用時間求職。然而，年長一輩的人則偏好透過筆電或桌上型電腦找工作。

Jamie Butterworth, General Manager for ManpowerGroup Solutions Australia

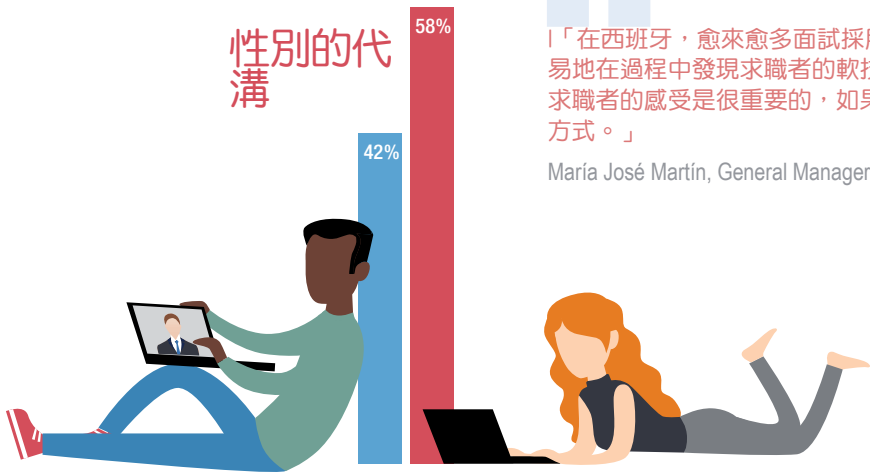
更多的APP，更多的職缺

求職者對App的使用偏好及狀況也與求職總數有極大關係，在過去的六個月中，求職者透過App應徵更多工作的數量是14%，明顯高於平均水準的10%。

事實上，求職數量的增加可能與App本身的容易使用性有關。某些App讓使用者只登入一次自己的履歷，就能將這些資訊連結到其他職缺中。這種方法在美國的大學中非常普遍，也吸引習慣於把握機會的千禧世代使用。



性別的代溝



「在西班牙，愈來愈多面試採用視訊的方式。雇主們相信透過視訊可以更容易地在過程中發現求職者的軟技能，然而，分析這些面談的結果，並確定對求職者的感受是很重要的，如果女性較不偏愛視訊，就可能需要另一種面試方式。」

Maria José Martín, General Manager, ManpowerGroup Solutions, Spain

三位女性中有兩位是不偏好影音面試方式



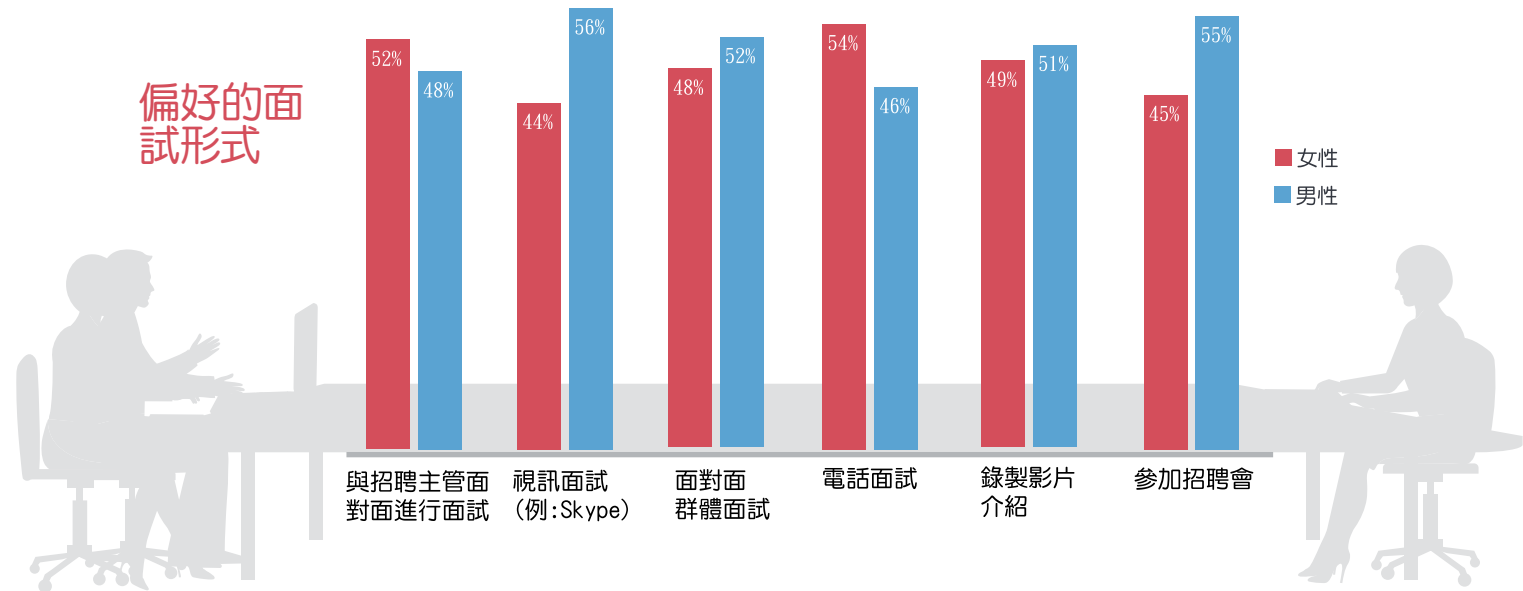
女性較不偏好視訊面試

近2/3 的全球女性（58%）對視訊面試（如 Skype），或提供有關自己的專業經驗和職業的影音介紹感到排斥，相比之下，超過半數的男性對這兩種方式都很滿意。甚至，當被問及他們喜歡什麼樣的面試方式時，56%的男性偏好透過視訊進行面試，已經超過選擇與招聘主管面對面進行面試的人數（48%）。

對視訊面試的偏好也與工作經驗有關聯，有經驗的工作者和主管，比起他們的下屬或基層人員更喜歡這種方式。由於下屬或基層通常比較年輕，因此也能假設工作經驗和信心是與是否接受視訊面試有所關聯，也就是說工作經驗較豐富的人，更能輕鬆面對視訊面試；此外，偏好視訊面試的人通常也比較喜歡約聘或專案工作，他們經常面試相關職位。

然而，根據2013年一項耶魯大學的研究，無意識的偏見可能是罪魁禍首。研究發現，相同的視訊面試行為，雖然求職者的履歷及穿著差不多，但女性如採用視訊面試，較容易被視為「激進」的形象，而男性則被視為「自信」，這無意識的性別偏見可能會導致女性求職者不討人喜歡，也不太可能被錄用。

偏好的面試形式



² ABC News, "Women Endure Surprising Bias in the Workplace," December 11, 2013. <http://abcnews.go.com/WNT/video/women-endure-surprising-bias-workplace-21186867/>



「墨西哥算是使用這些技術的領頭羊(例如 Skype 或Google Hangout)，這是一個很好的工具，讓居住在外面的求職者可以突破地理限制。」

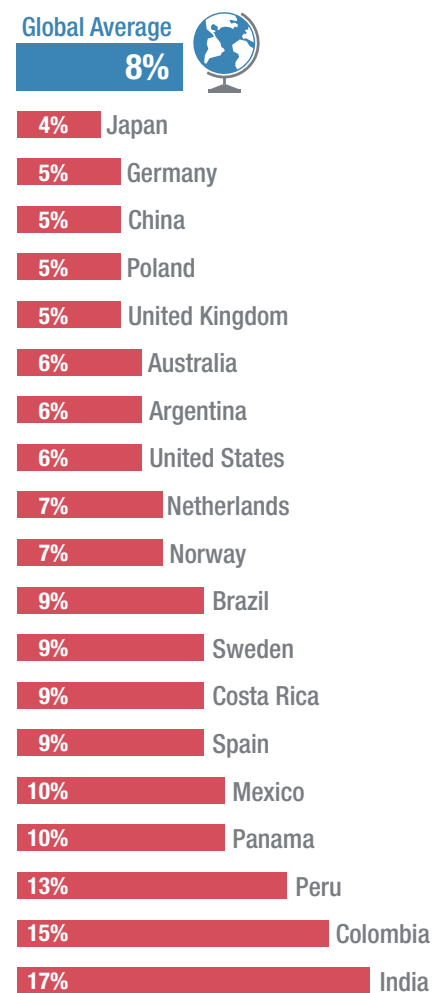
Francisco Diaz, RPO Regional Managing Director
ManpowerGroup Solutions, Latin America

視訊會議的偏好依地區而定

拉丁美洲求職者在訪談中表示，他們較為偏好視訊面試，根據不同國家的調查，印度的求職者對視訊面試的偏好程度是全球平均的兩倍（8% 與 17%），另外超越全球平均的國家還包含哥倫比亞（15%）、秘魯（13%）、巴拿馬（10%）、墨西哥（10%）、西班牙（9%）和哥斯大黎加（9%）、瑞典（9%）和巴西（9%）。

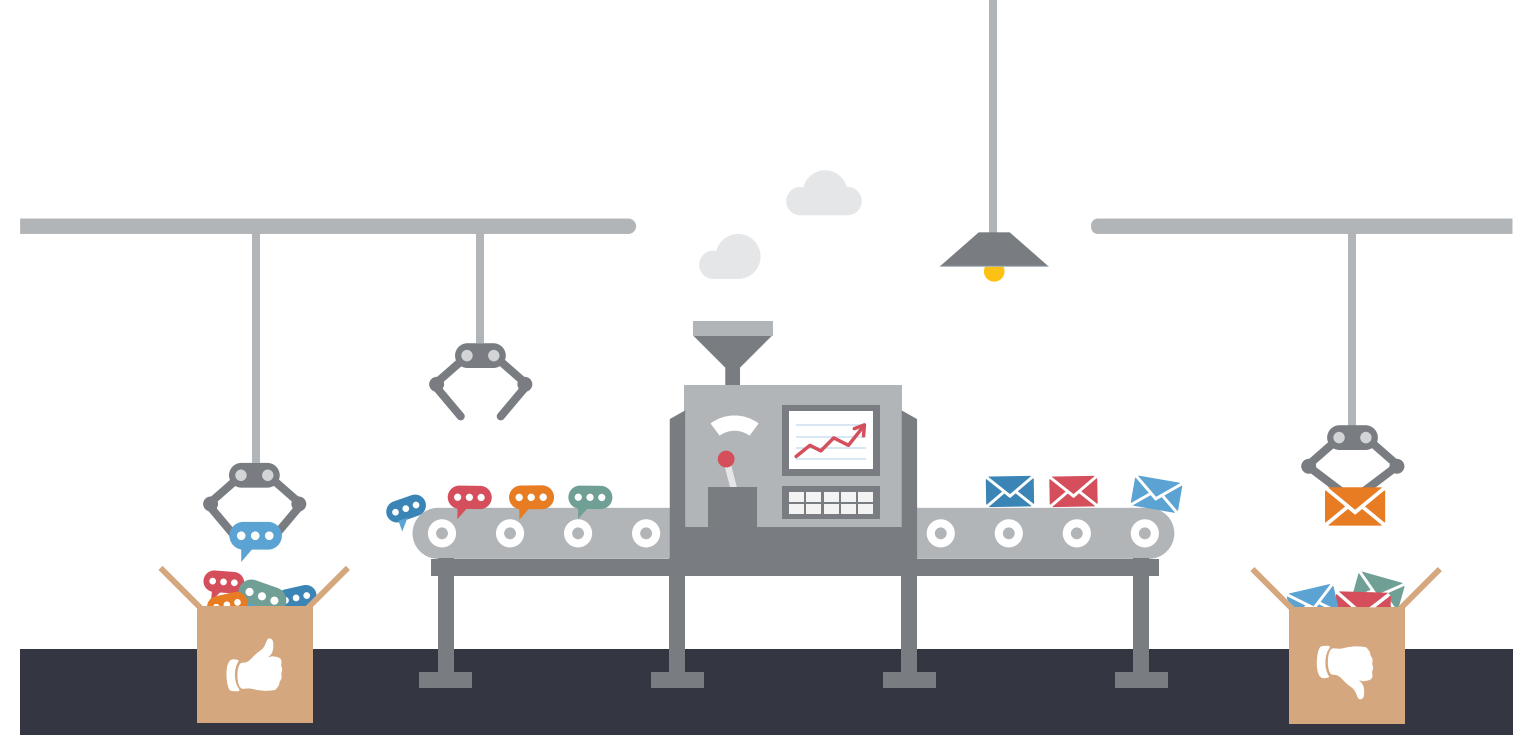
這些國家接受視訊面試的其中一個可能假設是：跨國企業在拉丁美洲駐點，這些公司認為視訊是低成本、高影響力的溝通工具，地理條件和基礎設施是其中的重要考量。這些技術在從農村地區招聘人才時特別有用，雖然像中國、澳洲和美國這種幅員廣大的國家可以從視訊技術中獲益，但幅員較小或城市人口高度集中的國家，如日本，可能會覺得用處不大。然而，在某些需要常常面試的地方，視訊面試仍然很有價值。

全球比較： 偏好視訊面試的求職者



「自2014年以來，為了要與綠色環保團體(Green Army)合作，視訊會議是我們不可或缺的工具，因為聯邦政府資助的專案都在農村地區，我們根本不可能常常面對面接觸。」

Jamie Butterworth, General Manager for ManpowerGroup Solutions Australia

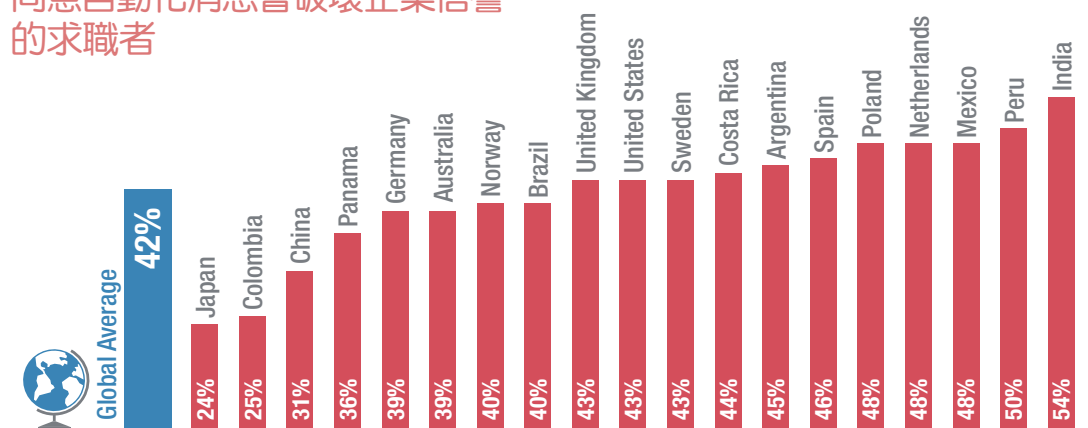


求職者能辨識假訊息

另一個重要的求職者技術偏好與雇主的電子郵件溝通方式有關。全球42% 求職者認為，並非針對求職者本身所需而發送的自動宣傳職缺的訊息，會影響他們對雇主的觀感，簡單地說，並非所有的溝通都富有成效。秘魯和印度有50% 的受訪者認為不真實的自動資訊損害了雇主的名譽，排名高於全球平均水準的其他國家包括墨西哥（48%）、荷蘭（48%）、波蘭（48%）、西班牙（46%）、阿根廷（45%）和哥斯大黎加（44%）。

現今的求職者，大多是各種頂尖公司和服務提供者的目標群眾，這些企業花費數百萬美元來改善他們的演算法，以確保消費者所接收到的訊息及公司提出的建議，能夠符合消費者的態度和行為模式，不是針對個人或明顯是群發的郵件，皆可能影響求職者對自己的評價，並破壞了勞資關係的信任。

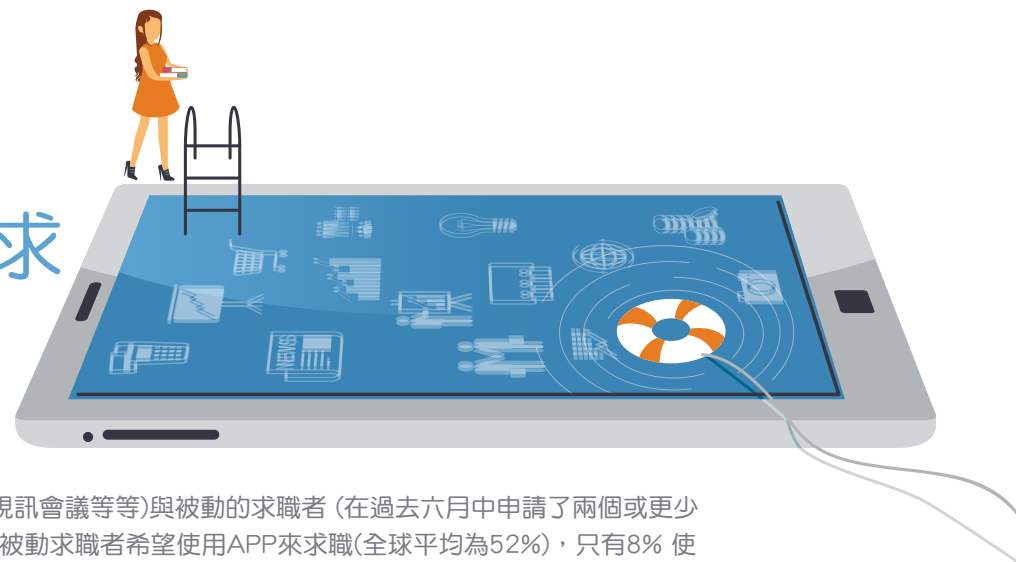
全球比較： 同意自動化消息會破壞企業信譽 的求職者



「對於某些職位，最好的人選可能是那些在職的人。要如何有效地吸引到被動的求職者還需要獨特的技術和接觸平台。」

Gareth Vale, ManpowerGroup Marketing Director, ManpowerGroup Solutions, United Kingdom

科技與被動的求職者

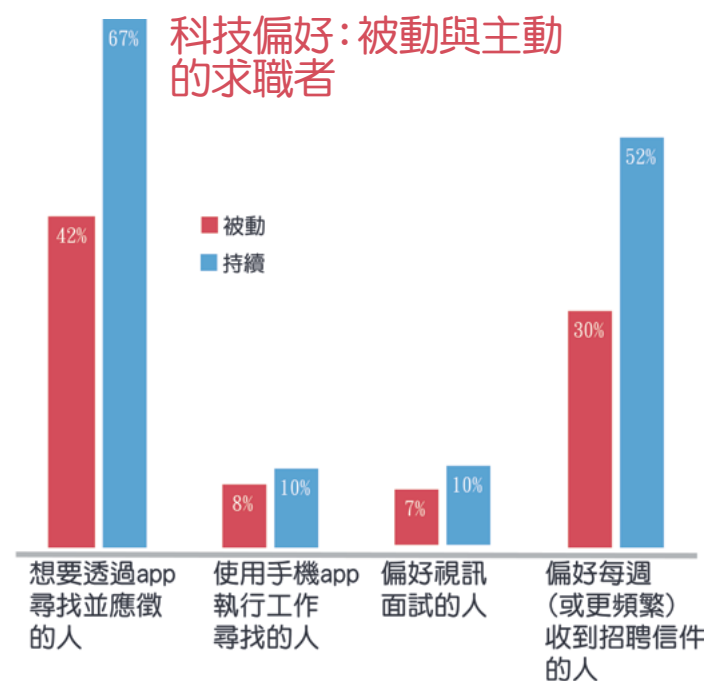


求職者對各種技術的偏好和使用(Apps、視訊會議等等)與被動的求職者(在過去六月中申請了兩個或更少的工作)是負相關的，例如，只有42% 的被動求職者希望使用APP來求職(全球平均為52%)，只有8% 使用APP求職，而7% 的人喜歡視訊面談。

與此形成對比的是，技術會持續增強，並使新一代的「主動」求職者(自認為總是在尋找下一個工作機會的求職者)不斷嘗試新的求職技術，67% 的人希望使用行動裝置，而有10%的人會實際使用，其中23%的求職者會使用APP來收集公司的相關資訊，而10% 的人更喜歡視訊面談。

當涉及到潛在雇主的資訊時，被動和主動的求職者之間的差異變得更加明顯，主動的求職者(52%) 希望從他們感興趣的潛在雇主得到每週訊息，幾乎是被動求職者的兩倍 (30%)。

總而言之，雖然許多求職者都在接受新技術，但能否吸引被動求職者的使用應該慎重考慮，並與其他方法保持平衡。



「技術的價值來自過濾收到的資訊……至少可以成功判斷出80%的正確率，否則我們將被資訊壓垮。」

Juan Lizaraga, Commercial Director, ManpowerGroup Solutions, Peru

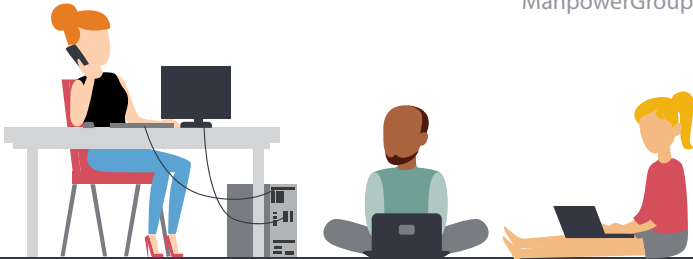
科技招聘流程所考量的因素

以下有八種建議方式，讓雇主針對求職者科技偏好來更好地求才、招募和留任人才

關鍵因素

“「在某家公司的案例中，APP中沒有要求求職者附上簡歷，該公司不得不透過電子郵件與申請者聯繫，這麼做通常收到的答覆很少。」”

Roberta Cucchiaro, Marketing and Sourcing Specialist
ManpowerGroup Solutions RPO, Europe, Middle East and Africa



靈活使用智慧型手機

從求職者的角度來看，即使是針對行動裝置優化過的傳統網站仍然不夠，建立一個真正對行動裝置友好的網站意味著，必須完全透過智慧型手機使用者的角度來體驗，聰明的人資人員會反覆瀏覽手機網站，如果使用者必須在網站上按數十次或不斷縮放來查看，或是必須回應數十個問題，那麼求職者就會想把網頁關掉，智慧手機技術的核心是要即時滿足需求。與其將整個應徵過程完全轉移到行動裝置上，不彷先專注在求職者關注的重要面向，例如影音體驗。

當涉及到求職者應用智慧手機的層面，並不是所有企業狀況都一致，必須瞭解他們在市場中的利基，以及技術的長處和弱點，某些應用程式可能專門針對特定行業，例如有些應用程式是專門針對零售業和時薪人員或餐飲業的聘僱。還要尋找與Tinder類似的平臺技術，像是能夠向左滑動、向右滑動的體驗，或是與Snapchat相像的影音技術。

“「在統計學上，我們知道如果有應徵的狀況時，而行動裝置沒有進行優化，求職者放棄的機率便會隨之提高，對許多求職者來說，智慧型手機可能是他們求職的唯一工具，因此雇主有必要提供有善行動裝置的措施。」”

Elizabeth Theodore, Director, Shared Services
ManpowerGroup Solutions, North America



2



參考傳統人資平台及軟體以外的形式

過去將職缺與專業的社交媒體連結的Apps是有效的，隨著新技術發展，招募與社交媒體已經結合了，像結合Facebook 這樣的社交媒體平臺在招募上就非常成功。基於這個想法，Work4 是一項新技術，使用基本資料(地區設定、年齡、教育、學歷、工作經驗)和其他資料(共用、閱讀、觀看或喜歡的內容、朋友網路等)來投放求職廣告，他們的演算法能針對求職者，並有效的下廣告，雇主可以藉此接觸到不積極求職的求職者。如同其他類型的產品行銷，滿足已經習慣於某些方式的潛在客戶是比較容易的策略，而不是堅持要他們去嘗試新的東西，這是最近WhatsApp 和 Viber 所使用的招聘策略，雖然這些應用程式不是專門為招聘而設計的，但目前的使用者多達數百萬得年輕人，包括學生和潛在的求職者，他們可以非常有效地接觸到千禧世代和即將到來的 Z 世代。

“「許多公司只使用人力銀行招募人才，他們需要多加考慮如何和在哪裡接觸潛在的求職者。」”

Francisco Diaz, RPO Regional Managing Director, ManpowerGroup Solutions,
Latin America



兼顧數量與品質

3

手機應用程式將增加雇主收到的求職的數量，但技術的真正價值在於它能良好排序這些履歷的優先順序。建議先尋找能兼顧數量和品質的應用程式，或尋找至少能夠提供良好的追蹤和分析工具的產品。

另一個挑戰是，透過這些新技術招聘全世界適合的求職者時，必須考慮到每個地區有不同的狀況，例如當地方言和特定行業的行話會使產生的結果大不相同，就如同一句老格言：垃圾進、垃圾出(Garbage in, garbage out)，因此當進行履歷篩選時，即使是人工智慧也可能需要有一段學習曲線。

在未來，新技術將利用原生語言處理程序和機器學習的大數據來招募人才，結合最厲害的語言或判斷能力，該技術將建立適合的篩選工具，以成功選擇最符合條件求職者。

“「新技術可能會因為西班牙方言有所挑戰，瞭解正確的本地術語和要篩選的單詞至關重要……建立這樣的人工智慧系統可能是個漫長的過程。」”

Ximena Cardenas Arango, Program Delivery Manager, ManpowerGroup Solutions, Latin America

4

當多樣性存在時，不要只依賴視訊面試

要知道性別也是視訊面談中所需考量的因素，聰明的人資主管應該全面考量各種面試技巧和技術，來自不同種族背景或身障的求職者，可能不願意接受視訊面談，或者會因為視訊的關係導致信心受挫。

從求職者和人資主管的角度來看，視訊面試或許也會較難了解面試者。建議企業為求職者提供多種面試選擇，能讓求職者對面試更有把握、獲得自信。

關於無意識偏見的問題，克服它的第一步是承認它的存在，每個人都是由對方的背景、個人經歷、社會刻板印象和文化背景來了解彼此，這些會在無意識中影響決策。人資主管的反思是為所有求職者提供平等競爭的第一步，在萬寶華「7 Steps to Conscious Inclusion」的報告中，人資主管是將平等意識融入文化的重要領導者。



6



運用科技打造雇主品牌

人資招聘技術通常是按每次點擊成本或按需求成本計算的，然而，這些解決方案可以開拓企業品牌資訊的範圍、並建立人才庫。

讓公司的求才網站與像是Facebook，或創造各種影音內容的平臺同步。藉由人資招聘技術反應企業的資訊，價值觀和文化，例如類似「生活中的一天」這種展現員工工作生活的視頻影音，可以公開張貼以傳達更多資訊，畢竟事實勝於雄辯，在建立雇主品牌的技術方面，澳洲國防部隊就相當有創意，他們利用 Facebook 的現場直播「軍隊中的女軍人」作為鼓勵多樣性從軍的方式。

“

「如果你對透過APP應徵的求職者反應太慢，你極有可能會流失他們，應徵者會把缺乏回應的能力解釋為雇主不值得信任，優柔寡斷會損害雇主的品牌形象。」

Gareth Vale, ManpowerGroup Marketing Director, ManpowerGroup Solutions, United Kingdom

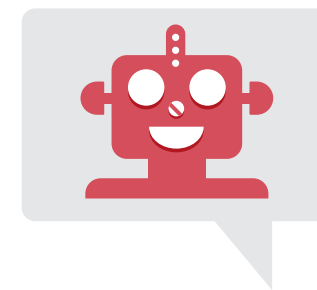
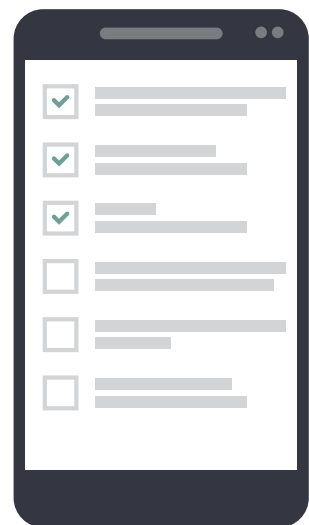
”

5

提供解決方案

提供視訊面談的小撇步給求職者，讓所有求職者都能獲得所需資源，包括可能會對這種面試型態感到不安的女性。透過提供設置視訊平台、相關影音教學來增強他們的能力，這些可以放在公司網站，或藉由文字訊息，電子郵件及電話來提供給求職者。

如果在招聘過程的一開始就需要使用影音，另一種方式是提供空間，讓求職者自己製作的影音得以上傳。雇主提供所需的內容，求職者可以隨時查看並重新錄製他們的影片，直到他們有信心可以上傳。



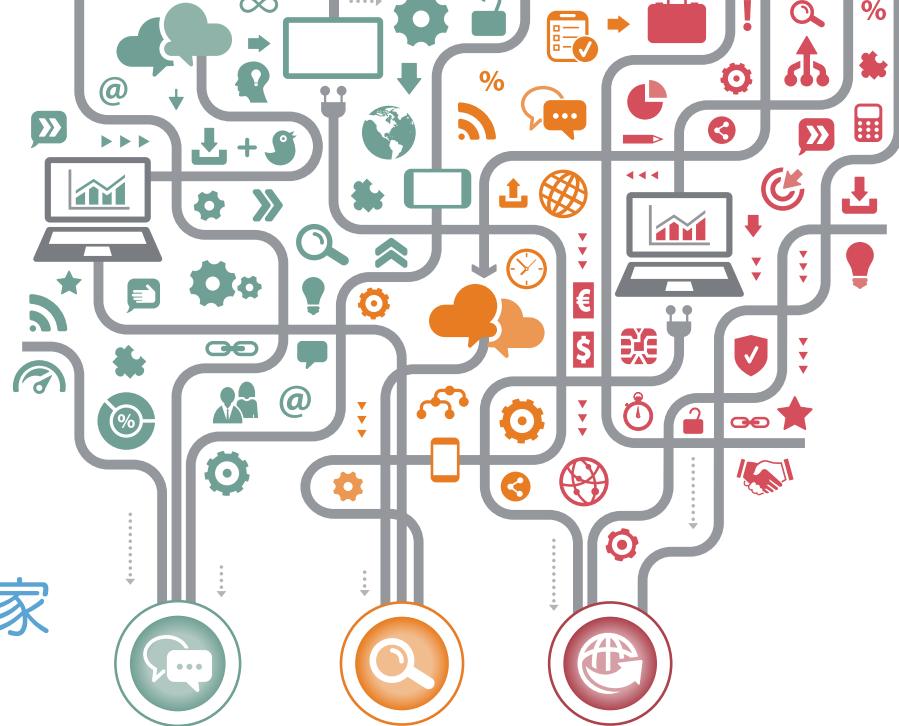
承認使用機器人

愈來愈多機器人聊天軟體被用於與求職者進行初步對話，機器人是人工智慧（AI）電腦程式，旨在模仿與人類使用者的對話，這項技術對人資主管極具吸引力，他們正在尋求反應靈敏、低成本的方式來回答和詢問應徵者的問題，例如，機器人可能會詢問面試者應徵職位的原因，聊天機器人已經可與更好的分析程式結合、更優秀的求職者對談，並創造更好的面談經驗。例如美國陸軍的 Sgt. 明星已經回答了超過1100萬問題。

選擇試驗這項技術的雇主應該明白，聊天機器人會代表您的雇主品牌，機器人應該學習對企業重要的文化、價值觀和概念，此外，誠實是最好的政策，聊天機器人應該是開放和透明的讓大家知道他們是機器人，否則如果求職者夠聰明的話，就會發現那些訊息不是專門針對他們發送，那麼偽裝成人的聊天機器人肯定會破壞雇主的品牌和信譽。分析指出，在與求職者溝通中也需要建立緩衝措施，以確保人們有機會解決任何在聊天中產生的誤解。

7

8 委託招募專家



技術以閃電般的速度變化，當人資主管研究、評估市場上所有新招聘技術的時候，可能會有新的選擇，對於這些產品和平台來說，創新是用幾個月來衡量，而不是幾年，技術常常伴隨著高昂的價格，也可能會面臨法律規範的挑戰，明智的選擇至關重要。

技術應該成為實現企業攬才策略的工具，與創新專家合作可以幫助公司了解怎麼做能夠實現企業目標，確保它們與ATS相互配合，並優化其效用，即使是專家也認為，這可能需要反覆試驗——一系列小型、快速和低成本的失敗經驗，最終可以產生最好的結果，ManpowerGroup Solutions的創新實驗室是評估和調適最新招聘技術的選擇之一。

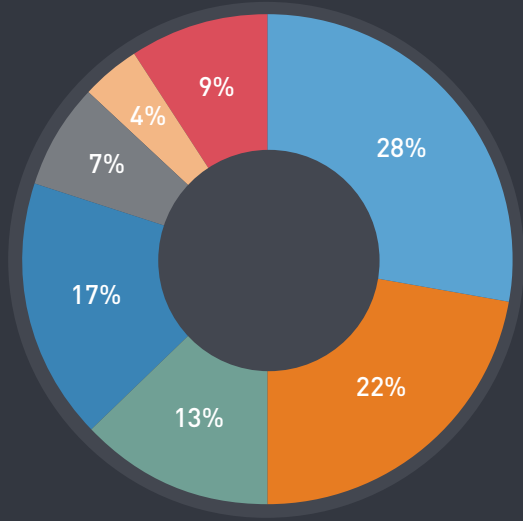
結語

求職者對求職的科技偏好和期望正在迅速改變，現今跟傳統的求職模式也愈差愈大，雇主在招聘過程的每一個階段使用或不使用的技術，皆向現今的求職者傳遞了關於雇主品牌的強力資訊。主動回應求職者的科技偏好，而不是反其道而行的公司，最終將在人才的爭奪戰中取得勝利。

關於受訪者

整體而言，共有13,961名18至65歲的受訪者接受調查（不含退休族群及家管），各國受訪人口為：阿根廷731人、澳洲748人、巴西751人、中國725人、哥倫比亞747人、哥斯大黎加248人、德國785人、印度752人、日本775人、墨西哥761人、荷蘭753人、挪威794人、巴拿馬248人、秘魯731人、波蘭749人、西班牙750人、瑞典763人、英國766及美國1348人。

這些受訪者的身分背景來自不同的年齡、收入、工作型態(全職、兼職、契約人員)、職位及產業。



關於MANPOWERGROUP SOLUTIONS

ManpowerGroup Solutions提供企業大量招募及成果導向的人力資源外包服務，能符合客戶發展新事業所需的人力，並與客戶同擔風險、共享報酬。我們的服務包含：提供客製化及符合客戶需求、彈性靈活的人力資源解決方案。ManpowerGroup萬寶華為提供創新人力資源解決方案領域中居全球領導地位的企業。ManpowerGroup Solutions屬於ManpowerGroup集團旗下品牌，其他品牌包含Manpower、Experis、Right Management。



ManpowerGroup®
Solutions

Join the conversation on ManpowerGroup Solutions' social media channels:



ManpowerGroup Solutions



@MPGrpSolutions

manpowergroupsolutions.com/candidatepreferences

©2017 ManpowerGroup Solutions. All rights reserved.