



ManpowerGroup®  
Solutions

Siri,  
幫我找份  
新工作吧！



為什麼雇主應該採用高感動  
及高科技的方法來吸引求職者



「Alexa<sup>®</sup>， 分享新的工作職缺給我。」

「Hey Siri， 我正在找新工作…」

身為全球人力資源專家，萬寶華集團每年為80多個國家和地區的200多萬人找工作，幫助數十萬家企業吸引、評估、發展和留任擁有適合技能的人員。

- 你如何及透過什麼找工作？
- 你用過哪些科技方式？
- 你偏好哪種科技方式？



- 1 | 簡介 pg 3
- 2 | 科技的早期採用者 pgs 4-5
- 3 | 社群媒體廣告是優先選擇 pg 5
- 4 | 準確對應每個市場所需的人力資源科技 pgs 6-7
- 5 | 人力資源科技的早期採用者應徵更多職缺 pg 8
- 6 | 求職者重視人際互動 pg 8
- 7 | 最佳組合 pg 9-10
- 8 | 為你的人才策略獲得協助 pg 11
- 9 | 更多關於受訪者 pg 12



# 簡介

## 全球求職者偏好調查

我們訪問了近  
**18,000**  
名勞動市場的  
求職者

年齡 **18-65**

遍布全球 **24** 個  
具有影響力的就業市場

求職者分享在求職過程中對他們最重要的因素



## 求職者: 目前在勞動市場找工作的人

企業正面臨前所未有的人才短缺，全球人才短缺達12年來的頂峰，全球45%的雇主在尋找適合的人才上面臨困境<sup>1</sup>。符合資格的求職者比過去更難找，因此雇主正規模化地投資科技工具，以協助他們搜索、篩選及聘用求職者。

然而，儘管現在有各種新的科技出現，從職缺自動化發佈及自動回覆系統，到利用AI人工智慧分析履歷，但有些關鍵問題常常被忽略，例如企業試圖解決的招募、聘雇問題究竟是什麼？求職者更喜歡哪種科技？

人際互動的作用是什麼？科技的投資是否提供給求職者更好的體驗？

從點選社群媒體上的徵才廣告，到向Siri<sup>2</sup>、Cortana<sup>3</sup>及Alexa<sup>4</sup>尋求協助，求職者的體驗偏好很清楚：科技具有提供更好體驗的潛力，但是人類的互動反應是無法取代的，企業想要吸引適合的求職者，就必須綜合高科技及高感動的方式。

許多雇主希望革新，但他們不確定要試著用新的人力資源科技，來解決什麼樣的問題。然而，如果沒有富有創造力的人去利用新科技解決問題，最佳化地使用工具，科技將無法為求職者的體驗增加價值。

Elizabeth Theodore, Managing Director, ManpowerGroup Solutions, North America



<sup>1</sup> ManpowerGroup, Solving the Talent Shortage: Build, Buy, Borrow and Bridge [www.manpowergroup.com/talent-shortage-2018](http://www.manpowergroup.com/talent-shortage-2018)

<sup>2</sup> Siri® is a registered trademark of Apple Inc.

<sup>3</sup> Cortana® is a registered trademark of Microsoft

<sup>4</sup> Alexa® is a registered trademark of Amazon.com, Inc.

# 科技的早期採用者： (Early Tech Adopters) 稀少但優秀的一群人

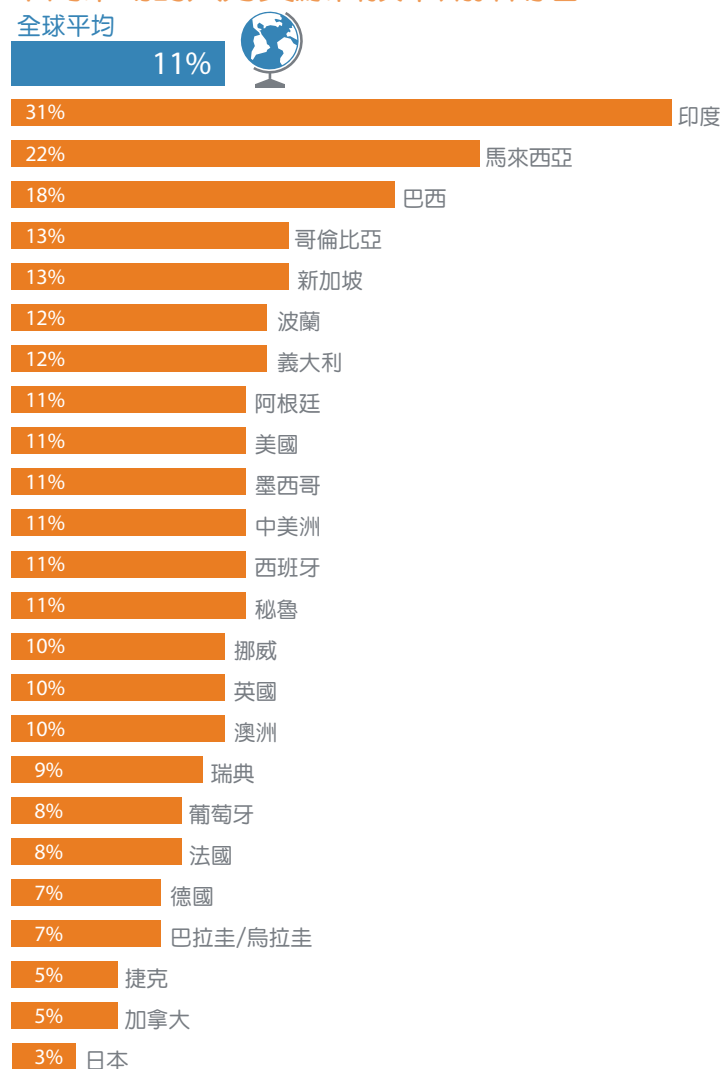


ManpowerGroup Solutions 將一群求職者，定義為人力資源科技的早期採用者 (Early HR Technology Adopters)。他們在過去六個月內的求職過程中，至少使用過三種或更多的科技，包括智慧型手機應用軟體、社群媒體的徵才廣告、虛擬的就業博覽會，傳遞或者收到公司的文字訊息、視訊面試、透過雇主網站聊天、進行挑戰遊戲或技能測試，或通過虛擬助理進行語音搜索。這個新的求職者族群在人力資源科技的採用比例上，提供新的見解，並預測市場上最需要的特定科技。

人資科技的早期採用者有別於一般求職者，他們比較年輕、都市化、流動性高及多為學生，甚至可以性別區分。29%為Z世代(年齡為18-21歲)，及35%為Y世代，又稱作千禧世代(年齡為22-34歲)。其中有86%希望移居新城市、地區或是國家。對他們而言，科技在很大的程度上是他們移動的助力。

全球有11%的求職者為人資科技的早期採用者，但是他們的比例因市場而異。印度（31%）、馬來西亞（22%）和巴西（18%）的勞動市場，人資科技的早期採用者比例較高，是全球平均的兩到三倍。相比之下，大多數歐洲國家皆略低於全球平均，而人數排名最後的國家是捷克（5%）、加拿大（5%）和日本（3%）。

## 全球比較： 不同市場的人力資源科技早期採用者



巴西在過去五年中發生了顯著的變化，現在有大量的新創企業興起，科技教育也有所增加，特別是大型都市的求職者，對於科技的掌握度非常高。

Danielle Alfieri, RPO Executive Manager, ManpowerGroup, Brazil

一些因素造成市場的差異：勞動力的年齡、智慧型手機用戶的數量和文化。印度和巴西是人資的科技早期採用者比例最高的國家，智慧型手機普及率高，分別有超過3億和7900萬的用戶<sup>5</sup>。相較之下，日本擁有6300萬智慧型手機用戶，但在人力資源科技的應用較落後，日本求職者採用傳統的找工作方式，造成科技的變動性較低。

印度和馬來西亞的青年文化引發了人們對智慧型手機和新科技的興趣，改變了求職的流程。

雇主應評估他們所要招募的人才庫裡，科技早期採用者的普遍程度，並相應地調整策略。例如，希望在墨西哥招募IT人員的雇主，需要提高求才方法中的高科技要素，而捷克的藍領階級則需要更多的高感動策略。

馬來西亞的求職者偏向年輕，他們不斷接收科技，求職者渴望利用手機軟體找工作，是成熟的人力資源科技使用市場。

Mohammad Kashif, Senior Marketing Executive, ManpowerGroup, Malaysia

## 對求職者而言 社群媒體廣告是優先選擇

不是所有人力資源科技都是同樣發展速度，社群媒體廣告的發展遠快其他科技。全球有17%的求職者在使用智慧型手機軟體尋找或應徵工作、11%的求職者參加過虛擬的就業博覽會，以及利用雇主網站傳遞訊息或聊天，但最顯著的科技應用，則是有31%的求職者透過點擊社群媒體上的招募廣告進行求職。社群媒體廣告的高觸及率顯示，即使是被動的求職者，甚至還未主動要尋找新工作，也會被工作招募相關的廣告吸引。

如果將人資科技的早期採用者，看做是求職新科技中的風向球，社群媒體廣告跟智慧型手機軟體，會是未來最有用的人力資源科技。相較於全球31%的普通求職者，有73%的科技早期採用者點擊過社群媒體招募廣告，換句話說，對於人資科技的早期採用者，喜愛社群媒體的招募廣告是平均值的兩倍。此外，人資科技的早期採用者，使用智慧型手機尋找及應徵工作的人是全球普通求職者的3.5倍(61%比上全球平均17%)。

由於愈來愈大的社群媒體使用量，並且愈來愈多人將其作為獲取新知及其他資訊的平台，社群媒體上的廣告成為吸引求職者的新關鍵方式並不令人意外。網站重新定位（根據用戶瀏覽的歷史記錄投放廣告）和內容重新定位（根據在線文章閱讀量投放廣告）等科技，正使預測演算法更有成效及效率，使用者現在可以看到更多適合自己的技能和興趣的廣告。這些科技也可以為企業提供數據及分析，以加強招募策略。

73% 的人資科技早期採用者點擊過社群媒體的廣告



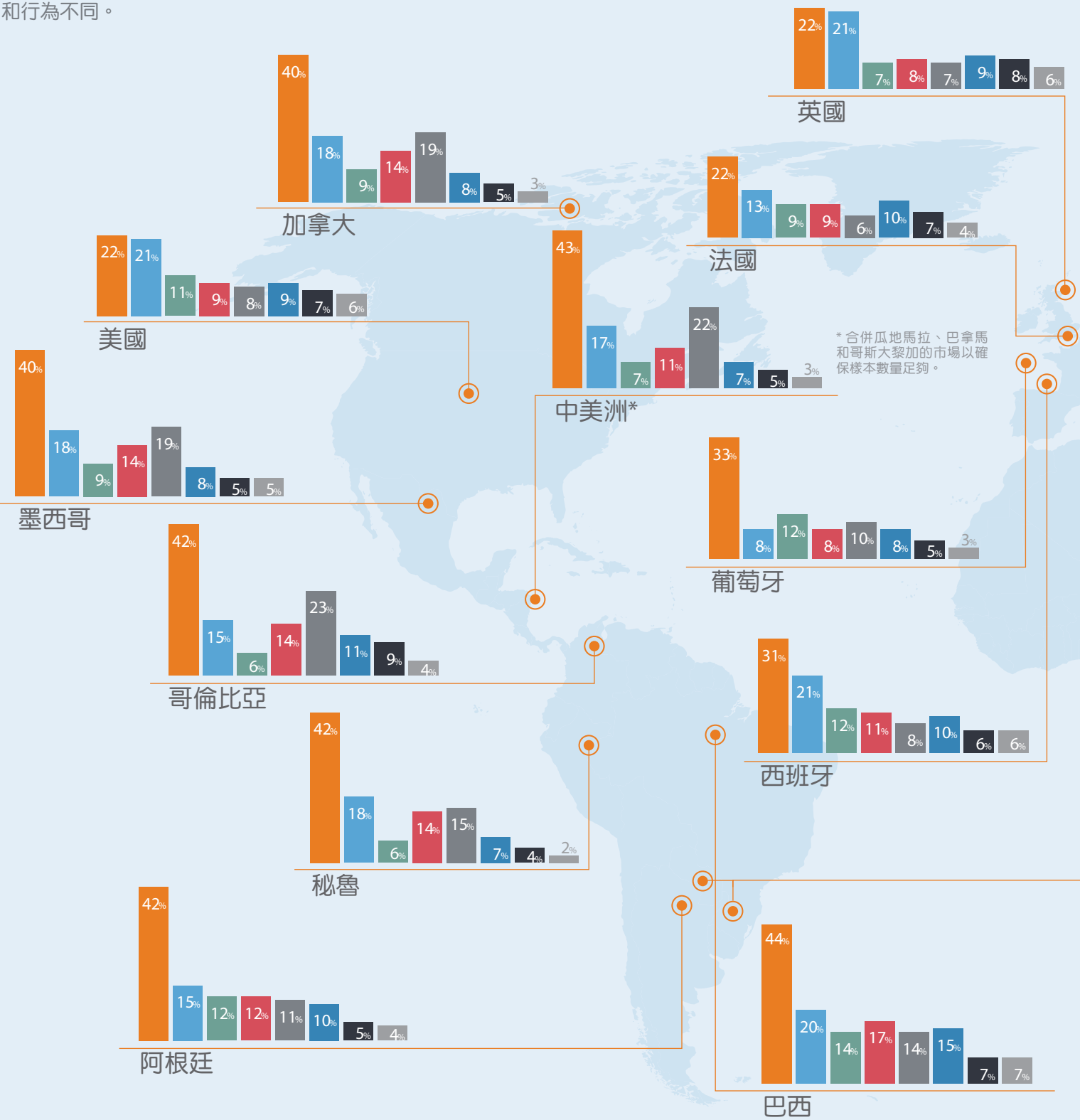
配對適合職位給求職者的科技相當關鍵，大部分初階到中階的工作職缺都只會透過線上媒體廣告，高階的工作職缺則幾乎都透過推薦或是第三方招募。

Sam Haggag, Director MSP & Sales  
ManpowerGroup, Malaysia and Indonesia

<sup>5</sup> Newzoo Global Market Report, April 2017, 15. <http://resources.newzoo.com/global-mobile-market-report-1>

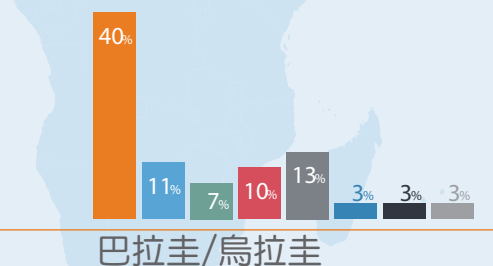
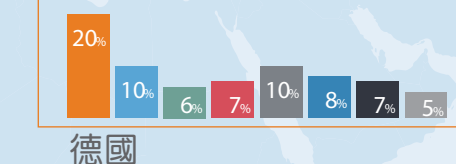
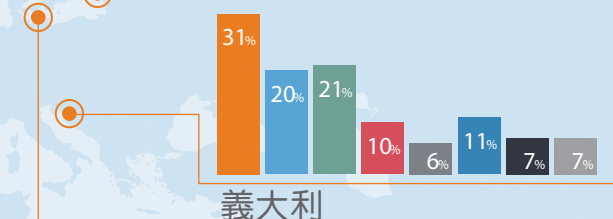
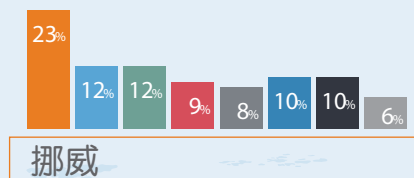
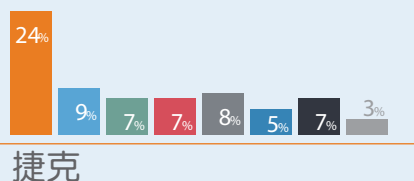
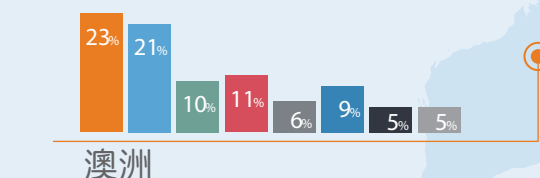
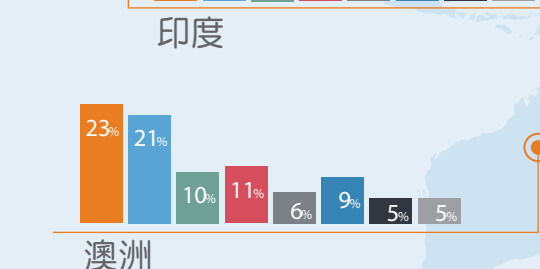
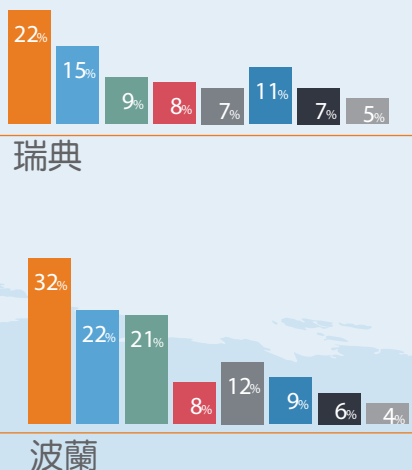
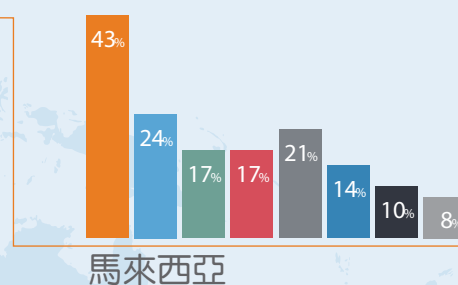
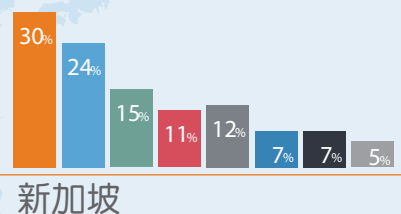
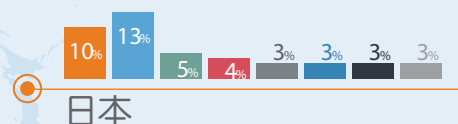
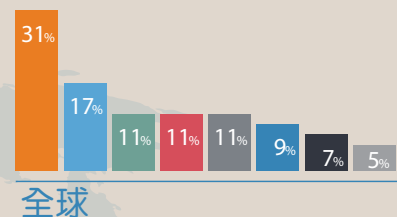
# 準確對應每個市場所需的人力資源 科技：不是件容易的事

科技的使用因市場而異。文化規範、地理位置和就業市場條件，造就求職者的感知、思考和行為不同。



## 求職者人力資源科技的使用

- 社群媒體網路上的廣告
- 智慧型手機軟體
- 傳送或接收企業的文字訊息
- 在雇主網站上聊天
- 虛擬的就業博覽會
- 視訊面試
- 進行挑戰遊戲或是技能測試
- 透過虛擬助理進行語音搜索



智慧型手機軟體在美國、澳洲、印度、波蘭和馬來西亞的使用率更高。在阿根廷、巴西、哥倫比亞、印度、墨西哥、秘魯、中美洲、馬來西亞和巴拉圭/烏拉圭，更多人使用社群媒體上的廣告。傳送文字訊息在印度、義大利、馬來西亞和波蘭很受歡迎。印度求職者使用雇主網站聊天，和雇主進行遊戲或技能測試的使用量是全球平均的兩倍。虛擬就業博覽會特別是在哥倫比亞、中美洲和馬來西亞受到歡迎，因為交通運輸工具較不便利。歐洲國家的求職者使用更傳統的求職方法，他們傾向於參加真正的就業博覽會或與招募人員合作。

透過應用軟體應徵是非常方便，即使求職者的經歷與該工作相關性不大，求職者仍然可以在幾秒鐘內應徵七到八個工作。

Juan Lizarraga, Director, ManpowerGroup, Peru



## 應用軟體的使用因科技而增加

雇主應該體認到，通過科技讓應徵工作這件事變得更便利，將會讓我們收到大量的應徵履歷。比較來說，人資科技的早期採用者應徵的工作數量是普通求職者的兩倍，平均18.3份工作比上9.9份工作。應用軟體的使用急速上升，增加了對後台技術的需求，這些技術可以幫助人力資源主管和招募經理，篩選出最適合的求職者。但是在歐洲，新的《一般資料保護規範》（GDPR）可能會限制自動處理和篩選系統發揮的作用，因為求職者有權利保護個人資料，就不能只根據自動處理系統來作招募行為。

客戶知道大量的應徵履歷並不能確保應徵者的素質，雇主想要好好利用手機軟體的強大功能，並且希望可以篩選出符合條件的求職者。

Victoria Bombas, RPO Solutions and Operations Director, ManpowerGroup Solutions, Europe

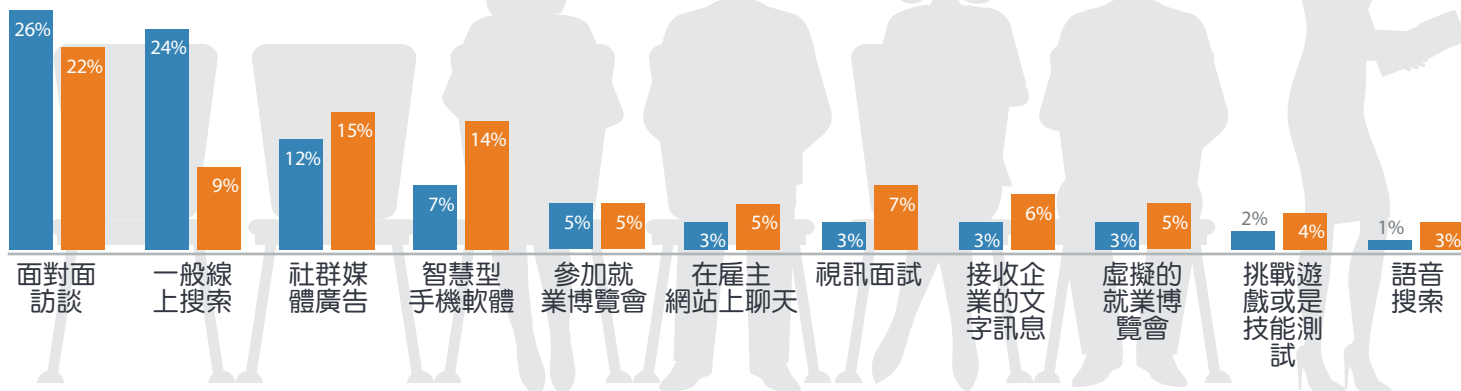
## 求職者重視人際互動

各地的求職者依然高度重視人與人之間的互動，以及面對面進行面試。當求職者被問到最喜歡使用哪些方式進行面試時，26%的人首選為接觸性高、能帶來高感動的面對面訪談，甚至人資科技的早期採用者也喜歡這樣的模式。

人與人之間的聯繫永遠是求職者體驗中很重要的一部分。然而，吸引和留任適合的人才，不應該是與機器人的競爭，通過正確的技能組合，人的互動將會增強科技。事實上，由於求職者和雇主之間的初步接觸變成自動化，人與人之間互動的需求只會愈來愈重要，雇主和求職者親自見面時，都可以從有價值的非言語交流更認識彼此。雖然雇主應該找到透過科技傳達公司文化和雇主品牌的方法，但是沒有東西能真正代替實質接觸、高感動的方式，傳達企業及其文化之間的聯繫。

### 求職者尋找工作的科技偏好

■ 全球 ■ 人資科技的早期採用者





# 最佳組合：如何選擇及運用人力資源科技

雖然Siri角色的重要性在求職過程中逐漸提升，但是她仍然無法完全滿足求職者對於高感動及高科技求職方式的需求。

以下是雇主應該採取的五個步驟，通過科技克服人才短缺問題，並且改善求職者的體驗：

- ✓ 定義問題
- ✓ 找出你的目標群眾
- ✓ 分散管道
- ✓ 重質不重量
- ✓ 融入人際互動

## 1 定義問題

運用任何新的HR科技是為了要解決現有的問題，科技始終來自於人性。培養千禧世代或是Z世代的求職者是企業首要考量嗎？還是加強篩選你現在所收到的應徵者？或是促使被動求職者應徵更高階的職缺？又或者期望打造反應企業價值的雇主品牌？定義問題是制訂解決方案的根本，一旦問題被界定出來，科技就可以發揮效用並且有效率的處理。

拉丁美洲的科技成本效益分析可能會更加困難，其中許多科技都是以美國為基準，並以美元支付。匯率是雇主在決定是否採用人力資源科技相當大的考慮因素。

Juan Lizarraga, Director, ManpowerGroup, Peru



## 2 找出你的目標群眾

許多人資高階主管會被出色的人才所吸引，如果你的企業需要新的年輕人才，就投資在科技，但是如果你需要的是有經驗的人才，就要考慮全部面向。找出你所需人才常應用的科技，這狀況甚至會因職位而異。舉例來說，社群媒體廣告可以吸引被動或是有經驗的求職者，若只靠招募人員是很難找到這些人才。只是盲目地依據現有的員工特性而建置的招募方式，可能會有盲點，或沒有考慮到不斷變化的工作環境中所需的重要技能。

理論上來說，科技是中立不帶偏見的。但是研究它的建立邏輯是很重要的，畢竟科技的中立性還是來自於建立它的人。

Dominika Winograd, RPO Technology Solutions Manager  
ManpowerGroup Solutions, Poland





WhatsApp



Connect. Freely.™

LinkedIn

## 3 分散管道

不要雞蛋放在同一個籃子，常常最優秀的科技策略是應用多元化的工具及解決方法。我們的研究清楚地指出科技如何因市場不同而產生變化，舉例來說，文字訊息可能只能在一個市場運作，其他市場則不行，因此要測試並調整不同工具的組合，以獲得最佳結果。

企業正在為求職者提供他們不同聯絡方式的選項。就業博覽會的參加者可以選擇通過WhatsApp、文字訊息、通過LinkedIn與企業聯繫，或在企業的職缺網站上登錄個人資料，許多企業不再接受紙本履歷了。

Cynthia Gokhale, Associate Marketing Director, ManpowerGroup, India



## 4 重質不重量

智慧型手機軟體和其他科技可能會導引出大量的應徵履歷，但並不是所有履歷都是合格的求職者。AI人工智慧、機器學習以及預先分析系統，可以依據現有員工的特質及條件，幫忙篩選出合格的求職者，確保他們勝任這個職位。也不該低估使用者體驗回饋的重要性，成功的社群媒體廣告數據，可以作為未來策略調整的依據。

## 5 融入人際互動

研究結果顯示，大部分的求職者依然偏好人際互動，任何科技有或無意識地漸漸失去人性，對求職者體驗是負面影響，換句話說，科技仍是主軸，但是傳遞客製化及更人性的訊息依然是關鍵。事實上，越來越多的技術應用，已讓大家更清楚非客製化的推廣是什麼形態，當前在歐洲，新的《一般資料保護規章》（GDPR）提供求職者更多掌握自己個人資料的權利，雇主如何不逾越法令的應用科技，並融入人際互動提升求職者體驗，將是未來重要課題。



雖然墨西哥的求職者偏好透過智慧型手機軟體應徵，他們依然喜歡在篩選及面試的階段面對面聯絡。他們相信透過人際的互動，可以更佳地行銷自己。

Francisco Javier Diaz Ortega, Regional Managing Director, ManpowerGroup Solutions, Latin America



關於更多如何吸引最優秀及  
適合的求職者內容，請上：  
**[manpowergroupsolutions.com](https://www.manpowergroupsolutions.com)**



## 關於ManpowerGroup Solutions

ManpowerGroup Solutions 為客戶提供與人力資源項目相關的外包服務，主要是在成果導向的大量招募及勞動力密集的計劃領域，並與客戶同擔風險、共享報酬。我們的解決方案包括TAPFIN管理解決方案提供商，勞動力的策略諮詢，無邊界人才解決方案，基於人才和招募流程外包，我們是全球最大的永久招募和應急策略管理提供商之一。ManpowerGroup Solutions 是萬寶華集團旗下其中之一的品牌，其中還包括Manpower、Experis和Right Management。

## 更多關於受訪者

總體而言，接受調查的求職者為目前在職中，年齡在18至65歲之間。全球共有17,994名受訪者。市場分覽如下：阿根廷（n = 747）、澳洲（n = 756）、巴西（n = 753）、加拿大（n = 750）、中美洲（瓜地馬拉、巴拿馬和哥斯大黎加，n = 742）、哥倫比亞（n = 742）、捷克（n = 747）、法國（n = 751）、德國（n = 749）、印度（n = 751）、義大利（n = 761）、日本（N = 751）、馬來西亞（n = 756）、墨西哥（n = 755）、挪威（N = 75）、秘魯（n = 747）、波蘭（n = 748）、葡萄牙（n = 755）、新加坡（N = 752）、西班牙（n = 740）、瑞典（n = 755）、烏拉圭（n = 752）、英國（n = 740）和美國（n = 745）。

求職者的範圍橫跨各個年紀、收入、就業狀況（全職、兼職及派遣）、職位階層及產業。

經驗豐富的非管理階層佔最大的28%，其次是經理（18%），初階員工（16%），本科/研究生（20%），管理階層（6%）和高階管理階層（4%）。

加入ManpowerGroup Solutions的社群媒體管道對話



[manpowergroupsolutions.com/candidatepreferences](https://manpowergroupsolutions.com/candidatepreferences)

©2018 ManpowerGroup Solutions. All rights reserved.