



定位细分招聘市场,服务600多万人、50万家企业

陶惠琼:英才网就是“人才专卖店”

■ 崔晓林

近10年来,中国互联网招聘行业因同质化经营而竞争激烈,也因竞争的疼痛而重获生机。

一直以来,中国互联网招聘领域由“前程无忧”、“中华英才网”和“智联招聘”三大巨头统领。行业新军“英才网”的出现,打破了这种格局。

英才网走的是一条孤独但很有成效的道路。正如网站创始人、总裁陶惠琼所言,“如果传统的招聘网站是个大百货公司,我们英才网就是‘人才专卖店’,我们靠专业取胜。”目前,英才网的“人才专卖店”(专业招聘网站)已经开了10家。

“两难”的招聘江湖

前不久,国内某知名门户网站在网上发布了面向应届大学毕业生的“招聘启事”。消息发布后,其产生的反响令该网站人力资源部主管大呼“没想到”:“一共收到18000份简历,而我们提供的岗位是300个。”

针对这一现象,陶惠琼认为,人才市场缺的不是平台,缺的是具体而针对性强的服务。“人才市场的一冷一热很耐人寻味。首先,尽管企业用工的工资成本不断增加,但珠三角、长三角等地区依然出现技工荒;在北京、上海、广州等大城市,很多用人单位求贤若渴,甚至大打人才争夺战。另一方面,大量应届毕业生却难以找到满意的工作。”

陶惠琼向记者表示,企业招聘难、大学生就业难的“两难”局面,是人才市场难以化解的“愁”,其主要原因是大学教育与企业对员工的要求之间存在较大差距。一方面,大学教育重理论、轻实践,另一方面,企业希望招收有一定工作经验、可以快速进入工作状态的员工。“作为人力资源服务机构,我们一方面要向各大宣传,加强就业前培训及实习教育,组织在校大学生利用假期进行短期实习,使大学生尽量在走出校园前对工作有一定认识并积累一些经验,另一方面要向企业进行宣传,鼓励企业每年作出人才招聘计

划,并加强人才储备、人才培养意识,尽量不要等急用人时再找。”

专业招聘网站供求直接挂钩

传统招聘网站几经洗刷沉淀重新洗牌,为陶惠琼和她的“英才网”带来了发展良机,“我们创建行业招聘网站,给海量的招聘(求职)信息做个分类,然后把不同类别的信息放在各自的‘货架’上,你是建筑工程师,就直接进入建筑人才网,你是IT人才,你就去点击IT人才网,这种垂直的营销与服务,更有针对性,更专业,更具体……”陶惠琼一再向记者强调,她心目中所谓营销策略的创新,其实就是一个“用心”过程。陶惠琼始终专注于行业细分招聘市场,她认为,垂直类网站的发展方向将是把服务放在第一位,直接与供求关系挂钩的招聘网站,而分行业的模式则有效地契合了这一点。

陶惠琼表示,英才网主要面向的是行业内的专业技术人才,在服务深度上与三大招聘网站不同,在市场推广方面也与主流招聘网站有较大的差异。“比如我们主要针对旗下行业网站进行市场品牌的渗透和推广,目前,英才网旗下行业招聘网站,如建筑英才网、医药英才网、化工英才网等,均已成为行业内知名度较高的专业人才招聘网站,在行业招聘领域,我们靠专业取胜。”

为了真正对求职者负责,英才网从2008年8月起连续开展网络招聘会活动。目前,10个行业网站开展了300多场网络招聘会,覆盖珠三角、长三角、华北、华东、华中中等区域,吸引了众多求职者,效率比传统招聘会高出几十倍。

2012年,英才网硕果累累。陶惠琼向记者透露,公司在深圳、上海两个分公司的业绩发展很好。“我们在建筑、医药、化工等行业网站都上线了细分频道,可以更加快速、精准地为企业提供一个匹配人才。”陶惠琼说。

家里家外同样精彩

采访中记者发现,相对于独树一帜的营销模



式,陶惠琼在企业内部管理方面同样“个性”鲜明,“工作做得好,能得到她(陶惠琼)的赞许,如果做错了事,往往得到的不是批评,而是鼓励。在我心里,陶总是我们的家长。”一位英才网员工向记者感慨。

“每一个进入英才网的员工都有不同的经历和人生,我们会体谅、关心每一个员工的生活和他们的个人问题,如有需要,我个人及公司都会提供帮助。”陶惠琼表示,她相信员工,充分授权,不怕员工犯错,“允许犯错,但不允许不做”。

如今,英才网早已不是当初跟在大哥后面混饭吃的“小网站”,无论品牌影响力还是营销能力,均已成为行业佼佼者。10年间,英才网已为600多万人提供了求职和职业发展的机会,为国内50万家企业提供了各类人力资源服务。

对内采取“温和”的管理策略,对外,树立优良的企业品牌,陶惠琼的“内政”与“外交”同样精彩。

“做负责任的企业,规范行业市场,不能只靠一家公司来完成,而是需要整个行业自律,同时更需要广大企业配合。”陶惠琼表示,“一个有强烈社会责任感的公司,追求的不只是利益最大化,更要考虑广大求职者和客户的利益。我们现在更关心参与网络招聘会的求职者是否得到面试机会,是否找到合适的岗位。”

专业而权威的服务资源,确保了英才网最终不但没有被综合类网站吞掉,反而在它们纷纷出现亏损的时候保持了持续盈利。“如今,英才网已经走过了10个春秋,其实从第三年开始,我们就开始盈利了。未来?我们走着瞧!”陶惠琼对英才网的明天信心满满。

(图为陶惠琼参加2013年APEC峰会时留影)

焦点人物

80后创业者柴可的图功与守功



■ 本报记者 霍玉茜 杨颖

当许多前辈用长篇报道甚至是出书来表达自己创业的艰辛时,80后创业者柴可用时代感鲜明的一句话概括,“创业就像超女,能走到最后的都像纯爷们。”

出生于1986年的柴可,已有过数次创业经历。如今,这个胡茬丛生的纯爷们在做一项以女性生理期健康管理为核心的手机应用软件——大姨妈。

这并未让他在面对媒体时显出不好意思,反倒是安之若素,在其名片上也赫然印着自己的微博名

称——“大姨爹”。

优秀的“别人家的孩子”

柴可是贵州人,其家族经营的是制药企业,可以说他是个富二代。而顺风顺水的柴可也曾对媒体表示,自己就是传说中“别人家的孩子”:小时候成绩数一数二,获过贵州省作文比赛特等奖;留学加拿大,毕业两年后用自己的薪水买了房子和越野车。

直到留学归来后,他面对了人生的第一次挫折。

从加拿大回国后,柴可选择创业,和他的团队研发移动互联网产品。可摆在他们面前的,除了经验的匮乏还有资金不足等问题。

没钱,是大多数创业者面临的最头疼的问题之一。在最近的1个月,柴可面对着8号给大家发工资,但账上不到万元的境况。这个问题虽然以客户在8号把钱打过来而得以解决,但是,对于移动互联网产品开发经验的缺乏仍让这个团队如履薄冰。在这种情况下,他们决定将自己打算做的项目“按哪儿”外包出去,从外包公司那里学技术。很快,在边学边做的同时,公司核心技术团队的开发水平显著提高。

柴可对记者表示,自己曾对这个项目期待最多。“按哪儿”给用户提供了些基础的按摩指导,小病小痛可以查查贴士,而无法解决的问题则通过新浪微博向+V医生求助。但“并不是每个人每天都会落枕。”“按哪儿”的活跃度一度成为问题”。

2011年,柴可结识了投资人程然,程然直接指出,“按哪儿”要解决太多问题,但没有满足用户的明确需求,还不如去解决关键问题,之后,两人探讨出了“大姨妈”的初步模型,而“按哪儿”也在两个月

后停止了新版本的更新。

找出了问题的症结所在,有了明确的方向,加之深入研究,亲自抓研发,柴可的创业项目“大姨妈”一经面世,立即受到许多女性的欢迎。

没有企业家味道的老板

从“别人家的孩子”到艰辛的创业者,再到已成功完成第二轮融资的企业老板,柴可的头衔在不断变化当中。

然而,想要实时适应这些变化,却并非易事。在“大姨妈”广受用户肯定后,柴可等来了融资的机会,钱的问题有望得以解决。但在融资事宜进展顺利之时,新的打击也随之而来。在第一轮融资前夕,柴可9个人的创业团队里有4个人先后提出离职。他想不明白,在一起经历困难后,为何曙光就在前面,大家却要各奔东西。

其实,这个团队在历经打磨后已显现出了较高的专业水准。更好的工作单位、更高的收入,都可能成为团队骨干流失的重要原因。而一个企业想要取得长足发展,只靠“铁打的营盘,流水的兵”是行不通的。柴可觉得自己没有及时明确初始团队的占股比例是他们离开的一个重要原因。所以,在谈融资的时候,他拿出了很大一部分比例的股份作为员工持股。

在很多人眼里,柴可并不是个带着老板腔调过活的老板。而这个至情至性的老板,对员工也很照顾。

“我们公司提供免费宿舍。我觉得这个社会是需要一点爱心的,员工特别不容易,尤其是那些刚刚毕业的年轻人,他们在北京租房压力很大,公司帮他们租一个大宿舍,其实每人每月也就额外支付300元至500元,可大家却可以获得1000元的感受,这是超值的。”柴可说。

据了解,在他的公司里,员工迟到是不被扣钱的,女士来了例假可以随时走。“如果8个小时可以比16个小时创造更多价值的话,为什么要浪费时间呢?”柴可说,“但我们的考核也是很严的。如果业

绩一直很低,迟到的行为会被计入考核。”

据了解,在夏季,公司还推出了免费巴士活动,一条线路是北苑,一条是清华,通往国贸,让苦于挤铁的女性有了福利,坐巴士还会有礼物赠送。

柴可,就是这样一个人少了些企业家味道的老板,他可以在困难时和员工一起睡宿舍;高兴时一起喝酒;郁闷时一起到KTV大声喊“死了都要爱”。

健康生活倡议者

“为了让女性更健康,为了实现自己的价值”,他的公司抱定一个梦想做事。而创业的艰苦经历和守业的经验积累更让柴可对于健康APP市场极为看重。

在“大姨妈”模式成功以后,市面立即出现了与“大姨妈”模板类似的手机应用软件。对此,柴可表示,“如果不是大量借鉴或抄袭,我们欢迎同质化的竞争。”他还向记者提起了一个以中医角度切入的同类产品,主营方向是通过中医方法调节各种可能出现的女性生理期问题,而其创业者也让柴可非常尊重。“这是一个需要培育的市场,我们需要和这样的优秀产品合作”。

“这么好的行业,我不希望它在过度营销和快速奔跑的情况下慢慢变成第二个‘保健品’,我希望这个行业慢慢好起来、规范起来,把社会责任放在第一位。”柴可说。

图功易,成功难;成功易,守功难。在这场以健康为战役的移动互联产品之战中,唯有坚守底线、保持信念才能赢得胜利。

真格基金徐小平这样评价“大姨妈”:它是健康地、诚恳地解决问题的公司。未来,柴可也仍希望做一个有友情、有快乐的健康生活倡议者。