



伯乐在哪儿(OfferMe) 产品计划书

撰写人: 秦悦敏
联系邮箱: yuemin.qin@yahoo.com
联系电话: 13774294774

1. 团队介绍

1) 组成

团队是由四名留学美国和法国的充满理想的热血海归开发人员组成 (计划增加一名成熟的互联网行业市场推广人员与一名产品策划师)。

团队成员都是技术人员，并且拥有国际知名 IT 企业的工作经验，熟悉网页端与移动端的开发。执行力强，能够快速地开发原型，迭代产品。对互联网产品有追求，善于分析研究用户需求，寻找用户价值点和竞争产品差异点，有颠覆精神。

2) 团队成员及分工

秦悦敏 – 发起人/产品经理, 研发工程师

毕业于法国工程师学校(Grand ecole d'ingenieur)UTT，信息通信工程师 硕士学位，曾就职于法国 Orange Lab 实验室，负责 SIP 协议栈的开发。后就职于三星电子中国研发中心，负责 SMART TV 应用开发。

目前负责伯乐在哪儿(OfferMe)产品的需求分析，产品设计，开发，项目及团队管理工作。

计文耀 – 研发工程师

毕业于法国工程师学校 UTC，信息通信工程师，硕士学位，曾就职于法国兴业银行，目前就职于法国农业银行，负责大型数据库开发。

目前负责伯乐在哪儿(OfferMe)的 Android 版中 IM 聊天部分的开发工作。

张梦頔 – 研发工程师

毕业于美国 Georgia Tech，法国 UTT，信息通信工程师，双硕士学位，目前就职于法国 Advanced Schema，负责 Business Intelligence 的 IOS 系统和网站的开发。

目前负责伯乐在哪儿(OfferMe)的 IOS 版的开发工作

张佑铖 – 研发工程师

毕业于法国工程师学校 UTC，信息通信工程师，硕士学位，现就职于上海某 ERP 公司，负责安卓应用及数据库开发。

目前负责伯乐在哪儿(OfferMe)的数据库开发工作

计划新加入成员

1. 商务合作及市场推广 – 知名 IT 或互联网公司资深 HR 或资深 IT 行业猎头经验，拥有广泛的招聘业务人脉，并有一定的商务谈判能力
2. 产品策划 – 了解互联网产品的开发，了解猎头行业，细心，有追求有理想，懂一点技术，沟通能力强

3) 专利

一份手机的发明专利 201410040009

2. 产品综述

- 伯乐在哪儿(OfferME)是一款全新理念的 P2P 移动求职类平台。
- 我们的想法是，通过与企业内部人员建立联系，通过内部推荐的方式，一方面帮助求职人员更快更直接地求职，一方面帮助企业内部人员获取内部推荐奖金，对企业而言也能更快更有效率的招聘到需要的人才。

1) 针对用户

本产品针对两类人员，分别是求职型用户（需求方）及企业内部推荐人（供给方）

求职型用户

- 大学毕业生及工作经验较少（5 年以下）的年轻人
- 主要是 IT 技术人员，或者 IT、互联网产品经理，推广，运营人员
- 容易按照技术、职能、工作经验、学历背景被标准化人力
- 重度手机用户，频繁跳槽、目前有跳槽想法或准备跳槽

企业内部推荐人

- IT 行业职员，主要是技术、产品经理，推广或运营人员，也包括 HR，猎头
- 想利用企业内部推荐获取收入
- 重度手机用户，愿意与人交流

伯乐在哪儿旨在对求职型用户与企业内部推荐人之间建立起桥梁，形成互惠互助。一方面，求职型用户希望能绕开海量的简历竞争直接与公司内部人员取得接触，提高成功机会。一方面企业内部推荐人可以不仅通过自己的朋友圈进行推荐，还通过更广泛的外部关系获取合适的推荐人，提高自己的推荐成功率。

2) 产品功能及机制

伯乐在哪儿帮助求职者通过内部推荐找到理想工作，同时帮助内部推荐人找到更多靠谱候选人，提高推荐成功率，拿到推荐奖金。

所以本产品主要有以下功能。

求职者个人信息

- 最简化求职者个人信息。绕开传统网站繁杂重复的简历填写步骤，通过事先与推荐人的简单接触，直接将已有简历发送至推荐人邮箱

推荐人信息

- 通过认证机制保证内部推荐人的真实性，屏蔽虚假发布行为
- 让发布人填写自己的岗位信息，以便让求职者与推荐人加深了解，顺畅沟通

职位发布平台

- 企业内部推荐人的职位发布平台，发布企业的职位信息
- 求职者可以通过关键字搜索来检索企业或者空缺职位，查看详细信息
- 求职者可以申请“联系推荐人”达成后续的推荐工作
- 推荐人可以“关闭职位”以完成推荐

信息交流功能

- 求职者可以通过简单的对话系统与推荐人了解公司、职位情况，建立联系
- 求职者可以通过本产品或者通过电子邮件将详细简历发送给推荐人

增值服务

- 担保服务 – 为求职者担保，如推荐成功则可给予推荐者相应报酬。求职者将

钱款预先存入我们账户，确认成功后汇入推荐者账户。

- 认证服务 – 可付费认证个人信息，提高可信率以期增加成功率
- 推荐服务 – 类似搜索排名，提高信息被查看的概率

所有的功能中，求职者个人信息、推荐人信、职位发布平台及信息交流功能保证产品的基本运行。增值服务用来解决产品的盈利模式问题。

3) 产品解决的诉求

伯乐在哪儿(OfferMe) 解决的就是提供直接的内部供需平台完成精准招聘的问题。我们的产品为用户解决他们的痛点，或者激发潜在需求。

解决求职者的痛点

- 找工作需要与海量的简历相竞争，无法得知自己是否有希望通过简历筛选甚至是否 HR 会看自己的简历，只能通过海投的方式求职
- 更希望与内部人员沟通公司寻求推荐而找不到渠道

激发内部推荐人的积极性

- 获得更多的候选人来源，而不仅仅是通过自己狭小的朋友圈
- 通过找到优秀候选人，帮自己获得公司的内部推荐奖金

减轻企业招聘 HR 负担

- 内部推荐人帮助筛选了一部分简历，避免了看海量简历的工作
- 多了一条招聘的途经，更好更快地完成工作

3. 市场分析

1) 较大概念的市场规模

2012 年 680 万，2013 年 700 万，上述数字是中国近两年的大学毕业生人数，越来越多的年轻人加入求职大军。

2013 年，智联招聘一份《80/90 后职场生态调查》显示，11.6%的 90 后表示，跳槽达 5 次以上。80 后，80%的人有过跳槽经历，其中 45.7%跳槽次数达 3 次（含）以上。

根据众达朴信《2013 年中国离职报告》可以发现，超过三分之一企业的离职率在 10%~20%之间，中国企业高离职率一直存在，特别是 IT 企业，这也是我们的机会所在。

我们可以发现，无论是应届生的工作需求，还是在职员工的跳槽意愿，都为求职类应用提供了巨大的市场，身边随处可见的求职网站广告更是可以印证这个事实。根据艾瑞咨询分析，中国招聘类网站使用人数已经突破 3 亿。

为了能找到一份体面的工作，除了要有一份光鲜的简历，扎实的基本功，优秀的口才，拥有一个能说的上话“内线”，对崇尚关系文化的中国人来说更是一个非常大的优势。对于“内线”而言，可观的伯乐奖也提供给了他们推荐他人的动力。

2) 细分市场规模

职业需求方市场

从行业来看，互联网，电子商务，计算机，机械制造，零售百货的离职率最高，均高于 20%

从应届毕业生来看，2009 至 2014 年，每年大学毕业生人数都在 600 万以上，2014 年更是达到了 720 万。

从离职年限来看，工作年限在 2~3 年和 5~8 年的员工稳定性最差，也就是离职率最高，前者完成了“生手”到“熟手”的转换，希望做第二次职业生涯选择，后者则是为了获取更高的职位。

职业供给方市场

虽然在人才供给，特别是 IT 技术类供给上，国内一直保持较大的数量。但是根据国家人力资源部统计，2014 年 IT 人才缺口依然高达 40 万以上。

近年来国内 IT 及互联网行业飞速发展，新公司层出不穷，大企业越做越大，这也为职业供给提供了保障。现在高科技行业普遍希望通过内部推荐的方式招聘到理想的员工，一方面节省了招聘周期和成本，一方面也可能获取到更优秀的人才。

对接职业需求方和职业供给方

根据智联招聘统计，平均一个职位受到的简历数量为 45 份，而热门企业可能会受到几倍甚至十几倍的简历数量。其中不乏大量不对口，不符合要求的候选人。

假设通过内部推荐，一个职位接收到的简历数量为 20 份，感兴趣却没有投递的候选人也为 20 人，则一个职位对应的需求方用户为 40 人。

前程无忧发布的数据显示，2014 年 3 月全国网上发布的 IT 类职位为 45 万个，假设每个职位的招聘期间为 3 个月，则一年有 180 万个职位发布。

如果有 10%的职位同时通过内部推荐的方式发布，则我们的职业攻击方市场潜在的供给数量为 18 万，假设一个发布方用户发布 3 个职位，则拥有 6 万个活跃发布方用户。假设一个需求方用户投递三个职位，则潜在的活跃需求方用户数量在 240 万。两方活跃用户共有 250 万人。这也是我们产品的阶段性目标。

4. 竞争情况

1) 竞争产品优缺点分析

目前市场上存在多种求职招聘类网站或者应用，以下归纳出四类典型并分别做出了优缺点分析

智联招聘，51Job：传统求职类网站

优点：人才与资金资源丰富

缺点：传统，对求职者而言非常被动，只能投递简历并不能与招聘人员建立联系，且简历投递非常简单这样就会使 HR 邮箱爆满，降低简历被发现或者重视的几率

LinkedIn，大街网：社交类求职网站

优点：有社交的概念，较为新型

缺点：LinkedIn 刚入华，大街网类似于 LinkedIn，社交性较强，求职的目的性与作用并不明显

内推网：互联网行业的内部推荐网站

优点：最先涉足于内部推荐，有先发优势

缺点：只针对互联网职位，主要使用网页端进行求职操作，没有利用移动互联网的便捷性

2) 竞争产品数据

公司	用户量/中国	活跃度	营收
智联招聘	7410 万	手机 APP： 94.7 万	4.9 亿美元(2013)
前程无忧	6900 万	手机 APP： 65.8 万	4.2 亿美元(2013.1~9)
LinkedIn	209 万	已与月活跃度 3 亿的微信合作	刚进入中国市场
大街网	2400 万	无具体数据	千万级别
内推网	2 万(2013 年)	新成立，无具体数据	新成立，无具体数据

3) 本产品与内推网的差异点

据调查国内仅有内推网与本产品类似，其他国家未发现有已成名产品，因此目前主要做与内推网的差异对比

	伯乐在哪儿(OfferMe)	内推网
关注行业	重点在 IT 及互联网行业	互联网
禁止 HR 猎头	否	是
主要操作平台	移动端	网页端
求职方式	通过与内部推荐人建立简单沟通和联系再投递简历，加强简历质量	直接投递简历，方便快捷
手机 APP	已完成 demo 级别的安卓版 IOS 版已完成 UI 界面，支持 IOS6 以上 不需要与网站配合	已制作安卓与 IOS 版 IOS 版支持 IOS7 以上 需要与网站配合使用
网站	类似于微信，网站用于公司宣传，提供	仅能通过微博与微信登

	下载连接和站内信 IM，后期根据运营情况看是否需要转变方向	录
简历	提供联系邮箱，简历可直接发送至职位发布者邮箱，避免繁杂的简历填写	需要在网页端填写简历

4) 与内推网对比优势

充分利用移动端，符合 IT/互联网人的使用习惯

- 上班时间用 web 查看职位，再 PC 上与推荐人联系不方便，比较敏感，用手机端则没有该问题
- 可以利用上下班的时间随时查看最新的职位，随时和推荐人聊上几句

将推荐职位扩展到更多领域，吸引更多用户

- 除了技术类职位，运营类，推广类，产品经理类职位流动性也很大
- 目前主打 IT/互联网行业，也不排除其他行业的职位

5. 商业模式

1) 免费模式

对使用基本求职及发布职位的用户采取免费，吸引更多用户使用我们的产品。

2) 增值服务模式

在一定活跃用户数量保证下，提供各种增值服务来获取收益。

担保服务

- 为求职者担保，如推荐成功则可给予推荐者相应报酬
- 求职者将钱款预先存入我们账户，确认成功后汇入推荐者账户

推荐服务

- 在首页，显示付费的推荐职位
- 类似于搜索排名以及置顶推荐服务

增值服务

- 可付费认证个人信息，进一步增加成功率
- 可增加 newsletter 服务，用户可预先订阅某公司，一旦出现此公司的职位信息，我们的平台会在第一时间发出推送消息

3) Freemium 模式

在用户数量较大时，可对用户每次阅读总量进行约束，付费后获取更多权限。比如免费状态下只能每天阅读 50 条信息，只能发布 5 条职位信息，不能浏览自己发布信息的点击数，付费后可以获取相应的权限

6. 计划

1) 产品开发计划

目前状态

- Android 版 APP 已能实现基本的“发内推”，“求内推”，“站内信”和“查看个人信息”的基本功能，正在进行服务器与数据库的压力测试和添加“微博登陆”，“微信分享”等功能
- IOS 版 APP 已实现 UI 设计，正在进行客户端后台开发，由于可以共用服务器与数据库，客户端的开发工作可很快完成

开发计划

- Android 版 APP 的开发，测试工作能在一个月内完成并登陆安卓市场
- IOS 版 APP 的开发，测试工作能在 Android 版完成两周后结束登陆 App store。
- 网站的开发测试工作能在 IOS 版完成两周后结束

开发者

- 虽然目前开发人员能力已经足够，但如果有必要的话，需要一位技术大牛来进行协助，尽快完成产品的开发工作

2) 推广计划

创业初期，在资金紧缺的情况下，利用最少的成本来进行推广，主要通过自媒体，线下推广，口碑营销及内容营销来扩大认知度。

通过社交网络推广

- 微信红包推广- 利用微信庞大的用户数量，以发红包的新式来推动用户转发，宣传
- 微信公众号 - 发布求职信息，成功求职的故事，面试经验，薪资动态，企业介绍，心灵鸡汤等吸引用户关注使用
- 微博账号 - 通过微博账号发布求职信息，面试经验，软文故事，薪资动态，行业趋势，心灵鸡汤等
- 科技媒体 - 通过果壳，微博，新浪科技等科技类网站，发表故事，介绍我们的平台

通过线下推广

- 在商业区，科技园，创业基地等地方在上下班高峰时间派发带有二维码的小传单
- 参加创业大赛，创新大赛，增加曝光率

联系我们

发起人： 秦悦敏

联系邮箱： yuemin.qin@yahoo.com

联系电话： 13774294774