

# 伯乐内聘

OfferMe

## 商业计划书





---

# Contents

- 产品介绍
- 盈利模式
- 竞争对手分析
- 行业分析
- 团队介绍
- 开发及运营计划
- 用户规模预测



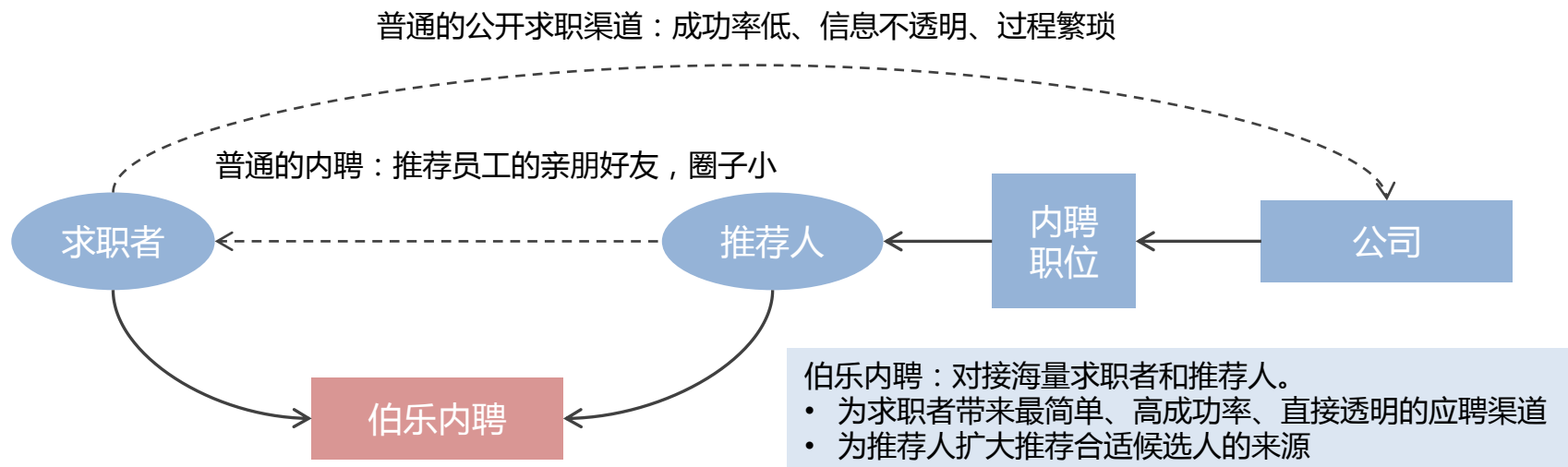
# 产品介绍 – 业务模式

## 伯乐内聘（OfferMe）

用打一盘游戏的时间快速申请内聘职位

- 一个对接求职者与内部职位推荐人的移动APP，聚焦于IT互联网行业的职位

业务模式 ————— 直接、简单、透明





# 产品介绍 – 从用户到产品

- 为年轻的，90后IT技术型求职者设计
- 根据用户的特点，只专注于移动端，把求职过程和填写内容最简化

## 用户是谁

### 求职者（90%以上）

- 应届生，1-3年工作经验（80%）
- 屌丝，码农，跳槽频繁
- 手机、社交网络重度用户
- 怕麻烦
- 技能标准化、同质化
- 内向，圈子小

### 推荐人（10%以下）

- 比较闲
- 喜欢交朋友
- 想赚点推荐费

## 用户痛点

- PC端无法满足随时随地求职
- 填写简历较为麻烦
- 传统渠道成功率太低，竞争激烈
- 圈子小，内聘机会少
- 无法在应聘前交流提问

- 只能推荐亲朋好友，资源少
- 只能通过社交网发布消息

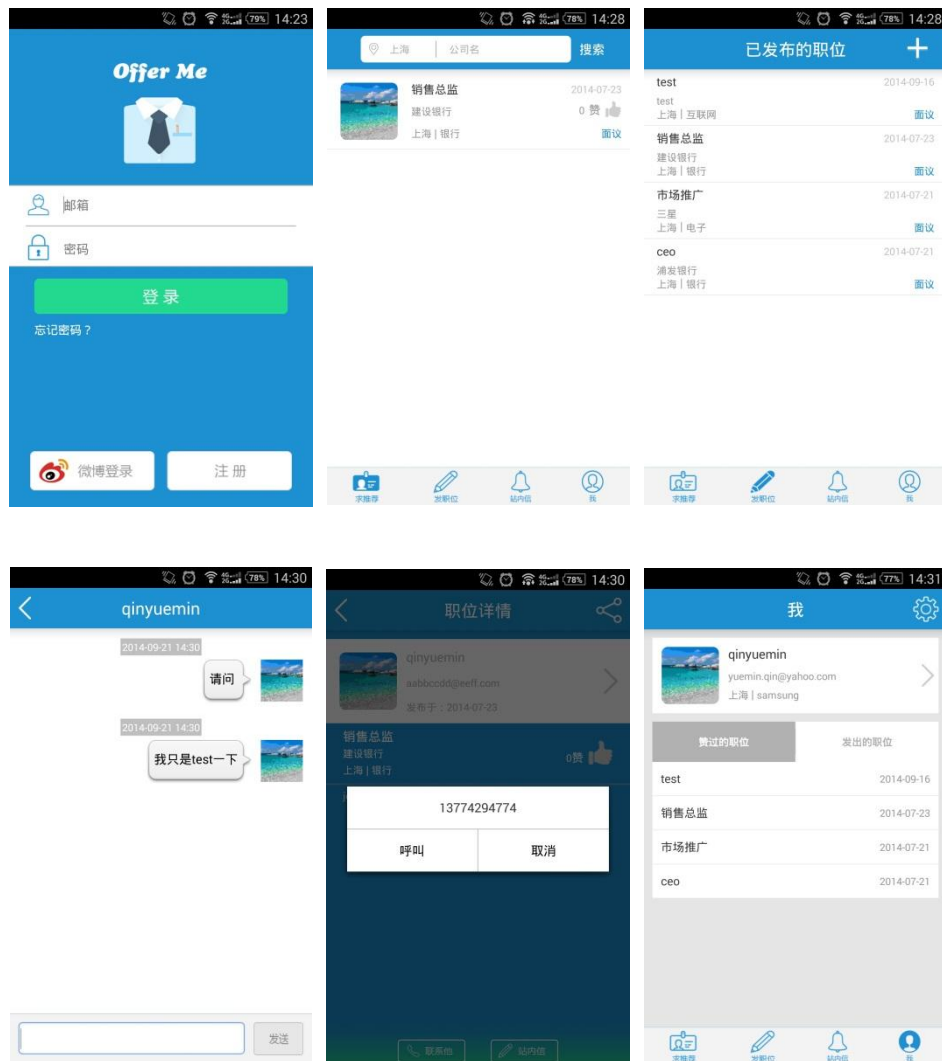
## 产品特性

- 专注在移动端，随时随地
- 两分钟填简历
- 只有内聘职位，成功率高
- 平台海量内聘资源
- IM系统，方便简单交流

- 海量求职者资源
- 平台发布，社交推荐
- “推荐奖金” + “公司奖金”



# 产品介绍 – 产品功能



**敏捷开发，利用build-measure-learn的方法根据用户反馈及数据调整开发计划**

## 目前开发（中）的功能

### 账号系统

- 邮箱账号注册及登录
- 社交账号登录（规划中）

### 主页（搜索页面）– 针对求职者

- 热门职位推荐（规划中）
- 职位搜索 – 详情页面
- 职位申请（规划中）

### 职位发布 – 针对推荐人

- 编辑、发布职位
- 查看求职者申请（规划中）

### 个人中心

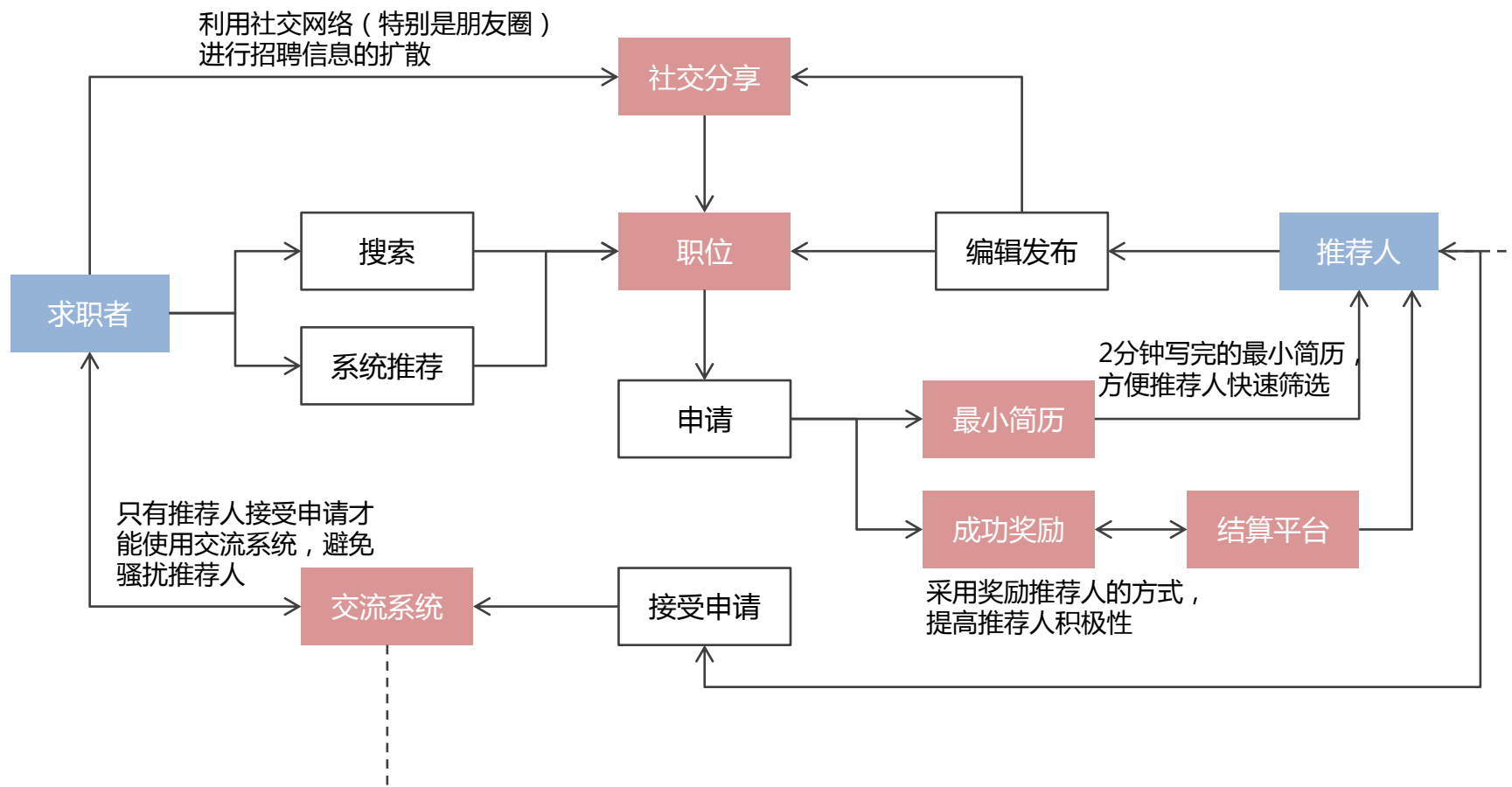
- 个人信息编辑
- 个人应聘、发布的职位（规划改进）
- 个人最简化简历（规划中）

### 交流系统

- IM系统（规划改进）
- 直接拨打电话（规划改进）



# 产品介绍 - 产品业务流程



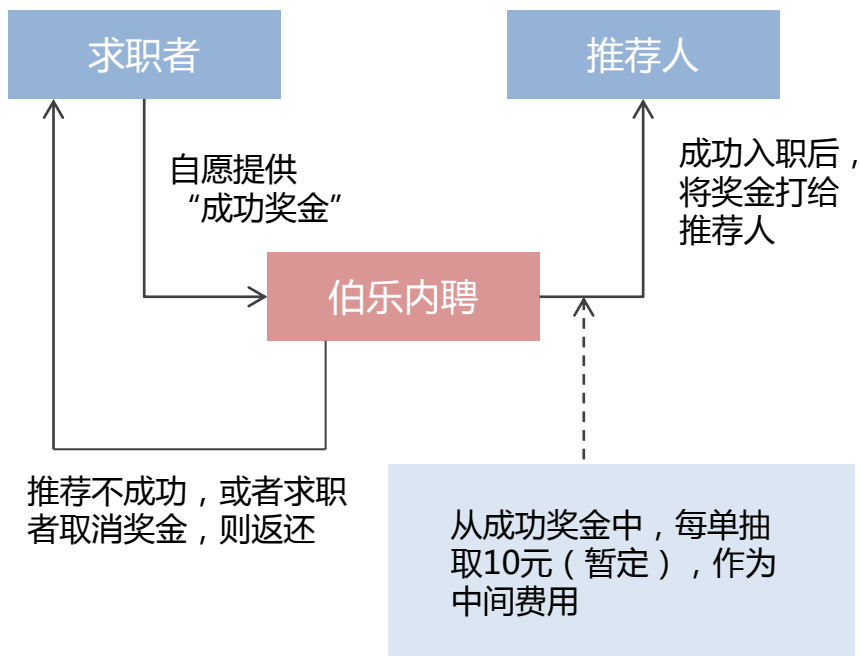
通过交流，求职者发送完整版简历给推荐人（此过程不经过伯乐内聘平台，但是发邮件时可以抄送给伯乐专用邮箱，系统会自动将完整简历添加给用户，便于将来求职时直接发送）



# 产品介绍 – 盈利模式

## 成功奖金 ( success fee )

- 求职者自愿给的，可以随时取消的奖金
- 推荐人更有动力推荐
- 伯乐内聘平台进行抽成



## 增值服务 ( freemium )

- 针对求职者，为了避免和其他求职渠道一样海投，规定每个求职者每天最多申请5个职位（暂定）
- 求职者可以购买增值服务来增加申请职位的最大数量
- 提供订阅服务
- 推荐人的认证服务（暂时不限定推荐人推荐职位的数量）

## 广告

- 首页推荐，平台官方社交账号推荐等
- 搜索时置顶



# 竞争对手分析

线上招聘产品		用户	职位/行业	平台	成功率	易用性	
内部招聘	伯乐内聘	中低	聚焦	移动平台	高	高	
	内推网	中低	聚焦	网页为主	高	较高	
社交	大街网、LinkedIn	中高	全面	网页加移动	较高	较高	
综合	51job、ChinaHR	中低	全面	网页为主	低	中	
垂直	周伯通招聘	中	聚焦	网页为主	中	中	
猎头	猎聘网	中高	全面	网页加移动	中	中	

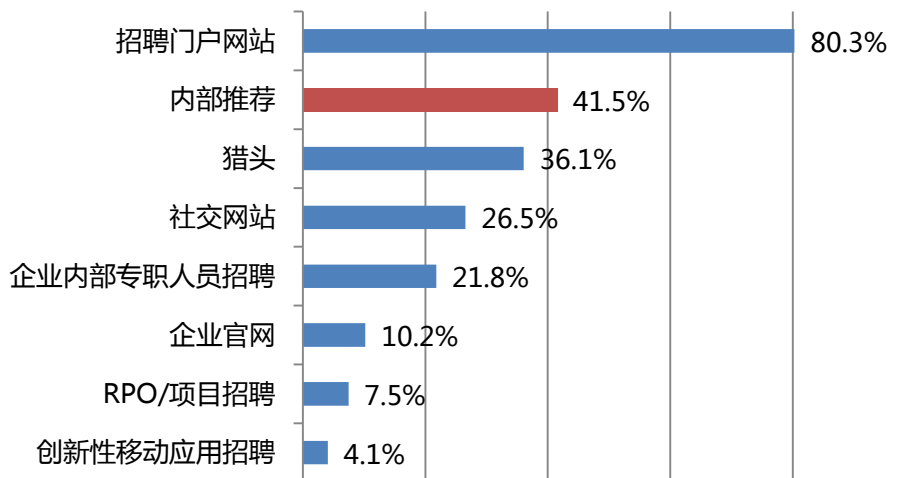
- 对比行业其它玩家，伯乐内聘的特色在于：简单、聚焦、成功率高以及全面移动化
- 对比内推网，伯乐内聘的特色在于：移动化、更简单快捷、更注重双方沟通





# 行业分析

## 企业招聘所采用的方式统计



内部推荐效率是传统招聘的几十倍，也是IT、互联网企业最重要的招聘渠道之一

- 传统招聘效率 < 1%
- 内部推荐效率 约为 20%
- 部分企业内部招聘 占有所有渠道 50%~70%

2011年

- 阿里 内部推荐占有所有渠道的 ~30%
- 腾讯 内部推荐占有所有渠道的 ~45%
- 新浪 内部推荐占有所有渠道的 ~30-40%

## 职位供给

- 根据前程无忧，2013年4月单月，全国IT类职位招聘需求数近36万个
- 根据三大人才网站，2013年单月计算机及信息服务占有所有职位的33.04%
- 根据ChinaHR，北上广深处于前三位的招聘行业是计算机、信息服务、电子及电信

## 职位需求

- 2012年680万，2013年699万，2014年727万大学毕业生
- 智联招聘：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

虽然伯乐内聘做的是垂直、细分的市场。但是鉴于高成功率，我们预计活跃用户比例会比传统的线上招聘产品高



# 团队介绍

---

## 秦悦敏 发起人

- 现为三星研发中心研发工程师，拥有多年移动互联网开发经验
- 团队中负责：产品，开发

## 颜重光

- 现为三星研发中心部门长，拥有多年在世界500强电子、移动终端企业商务拓展经验
- 团队中负责：运营，商务拓展

## 钮海晏

- 现为三星研发中心经理，曾任上市手机公司市场总监，拥有多年市场推广经验
- 团队中负责：市场推广

## 张佑铨

- 现为上海知名IT公司研发工程师
- 团队中负责：开发

## 张 琦

- 现为欢网PMO，拥有多年互联网应用、服务技术架构经验
- 团队中负责：技术，开发



# 开发及运营计划

## 目前已完成功能

- APP整体设计，架构
- 职位搜索功能
- 职位发布功能
- 内建IM功能
- 个人中心

**目前的功能通过两个月的业余时间开发，完成基本功能  
未来会加快开发节奏，通过频繁的发布及数据/反馈分析加速产品的迭代**

## 规划中的功能

### 奖励系统

- 支付结算系统
- 奖励、退款、支付功能

### 评价系统

- 点赞、Follow、订阅功能
- 评价功能
- 投诉，建议功能

### 社交分享

- 微信分享
- 公共账号

### 网站开发

- APP宣传，介绍，下载
- 推荐人快速编辑职位并发布
- 个人复杂简历生成或上传

## 运营推广计划

### 自媒体建设

- 开设微博及微信官方账号
- 官方网站的建设
- 发布优选职位及软文

### 科技媒体推广

- 通过像36Kr，iHeima等创业媒体发布新闻稿
- 在IT论坛里发布新闻稿及测评
- 在科技门户发布新闻稿及软文

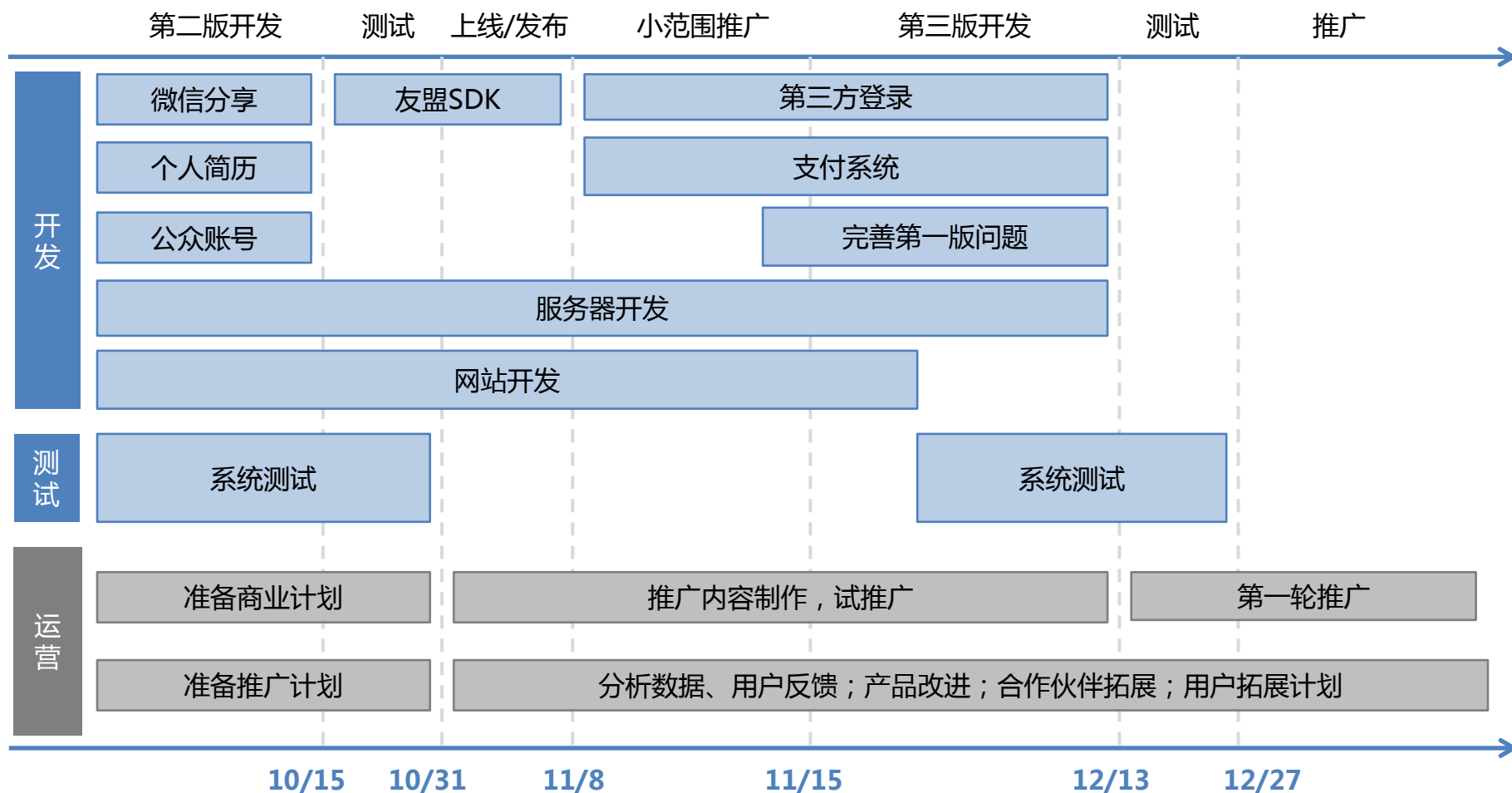
### 用户扩张

- 通过熟悉的人发布企业职位
- 在IT人员聚集区域（如张江）发放传单
- 在招聘会上做线下活动

### 反馈/数据分析

- 收集用户反馈，对用户进行采访和观察
- 通过内部数据分析发现问题，改善产品

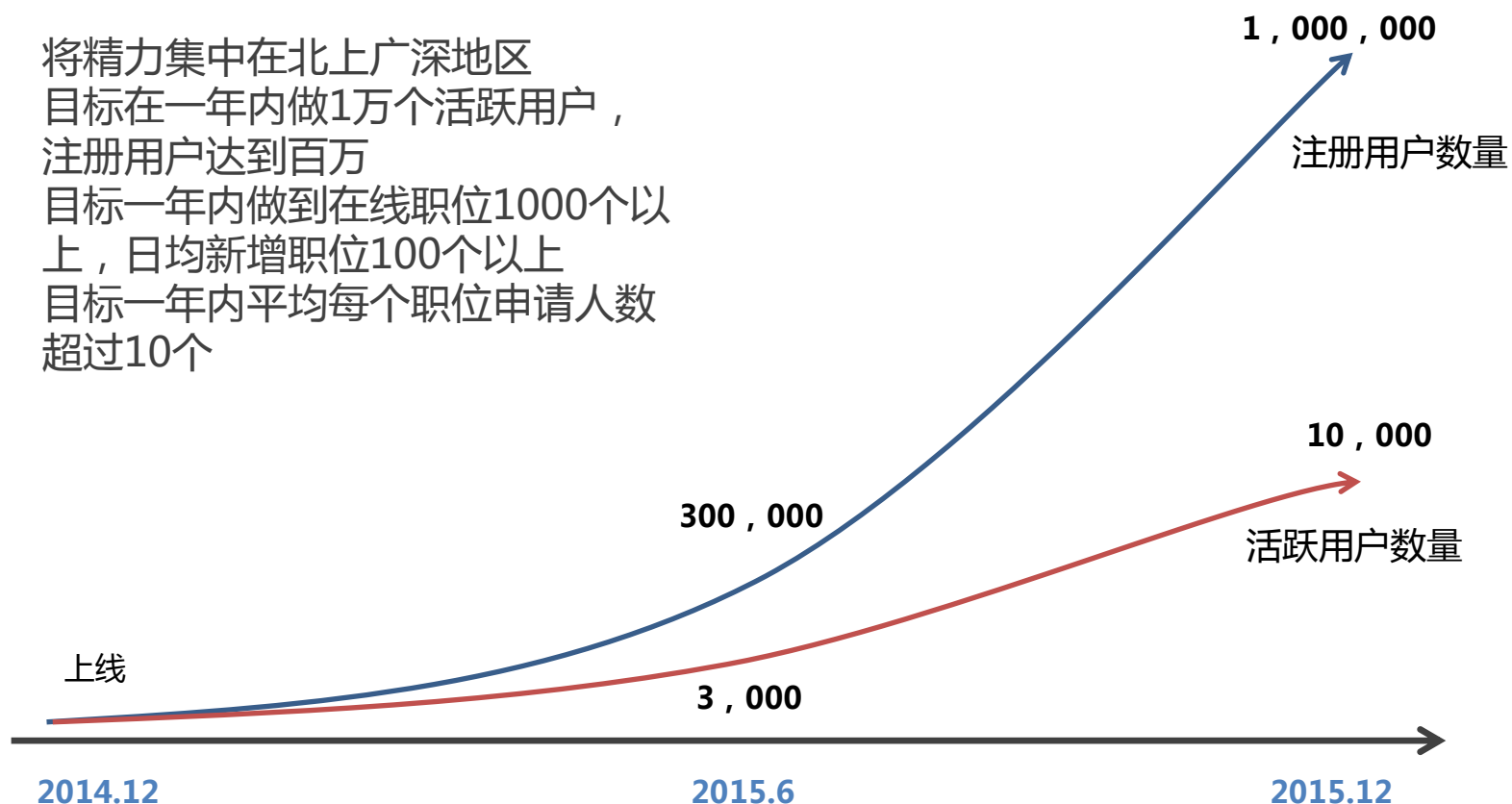
# 开发及运营计划（续）



# 用户规模预测

## 运营目标

- 将精力集中在北上广深地区
- 目标在一年内做1万个活跃用户，注册用户达到百万
- 目标一年内做到在线职位1000个以上，日均新增职位100个以上
- 目标一年内平均每个职位申请人数超过10个



# 伯乐内聘

OfferMe

谢谢! Let's discuss!

