

微博营销火了,带起潜在人才需求 北京上海广州“微人才”月薪4000到1万

这个新职业已经成为一个门类,要求有半年以上微博使用经验 郑州专家:微人才趋势很明显,本土人才储备已经在做

有什么新鲜事想告诉大家?

你还可以输入140字

求“微人才”一枚

“微人才”,就是熟悉微博传播规律、擅长运营微博的人才。主要职责就是通过微博展示和推销公司业务。考核标准主要有二:一是销售业绩;二是有关微博的KPI(关键绩效指标),比如粉丝数量、增长粉丝、当日微博数量、转发数、评论数、搜索结果数,粉丝获取成本等相关数据。

表情 图片 视频 音乐 话题 投票

发布

在北上广的人才市场,“微人才”已经成为一个门类,收入日趋高企。然而在郑州,“微人才”还是一个新鲜话题。“‘微博’营销很重要,本土的企业懵懂地意识到什么,却不知道自己做。”电子商务专家如是说。

怎么抓住职场脉搏?听听职场专家和营销专家怎么说。
晚报记者 辛晓青
实习生 苏利光

【新现象】

微博运营专员岗位 现身人才市场

据媒体报道,在上海浦东的人才市场,出现了一个新鲜的职业,名为“微博运营专员”。

上海麦丁网文化传播公司招聘该职位,负责招聘的人员说,职位的主要职责就是展示和推销公司业务。“我们是一家为企业客户量身定制具有企业自身特色的各类户外、拓展、商务、聚会、交友、联谊等一系列活动的创意企业,特别需要通过各类社会化关系网络(SNS)来扩大我们的影响。”

对于职位要求,招聘工作人员说需要半年以上微博使用经验,熟悉微博产品的传播规律,而考量应聘者的一个指标则是,要求应聘者提供个人微博地址,通过其微博的粉丝数、微博质量、互动情况来评判。

对于这个职位的“薪情”也不能有一定的标准,从目前北上广的人才市场看,从4000元到1万元。综合来看,这个岗位的薪资待遇目前还没有统一的考量办法,有的是依靠在微博上带来的销售业绩,有的则单纯看微博的绩效指标,例如粉丝数量、转发评论数量等,而有的企业则将这个岗位和其他网络营销手段捆绑在一起考量,有的企业则单纯靠微博的流量来计算薪资。

【新说法】

“微人才”在本地才萌芽

说到“微人才”,博思人才的品牌策划总监侯俊杰说:“我理解的微人才,包括两个方面,一个是通过微博找工作和招聘人员,另外一个就是微博运营方面的人才。”

记者在新浪微博上已经注意到,本地的一些企业已经开始利用微博来发布岗位信息,本土的一个平面媒体和一个广播媒体,都在微博上发布了自己的人才招聘计划,而广播媒体的招聘负责人也表示,微博招聘投来的微简历很多,已经锁定了人才目标。侯俊杰也告诉记者,新浪微博曾经做了一次微招聘大赛,本来博思计划与之合作在河南做活动的落地,但是目前河南的企业层面在微博的活跃度还不高,所以活动还没有进展。

对于微博的态度,郑州一个广告公司的策划人员告诉记者:“这个力量越来越显现,只是很多人还没认识到,粉丝们关注你,那么这些粉丝一定是对你的公司或者产品有了解的需求或者是有关联的,这些对象是针对性很强的,应该说是

微人才每天都干啥?

赵磊就是博思人才两个官方微博的维护者,她所行使的职责就是微博运营专员,“我发微博是很频繁的,根据我们公司的定位,会通过微博发一下招聘信息、人生感悟,职场、面试、求职等小知识,强调职场的服务性,也研究了微博的时间节点,每天早晨8点到8点半,会发布早安微博,中午快下班的时候,发一些搞笑的开心一刻,下午上班前发,下午快下班的时候发。”其实这个工作量还是很大的,因此博思的两个官方微博,分别由两个人维护和运营。

做个微人才咱们咋努力?

对于在微博上的努力有什么效果,侯俊杰和赵磊都坦言,“不是特别明显”。但是侯俊杰说:“一个新的营销手段,不能说只看一天两天,或者一个月两个月,其效果是和微博本身的发展相互促进发展的,正是因为看到了前景我们才开始朝这个方向努力。”

从人才市场的角度来说,侯俊杰认为现在已经产生了需求:“在我们接触的招聘企业中,比如说汉威电子、威科姆,或者是例如建业等,这些重视品牌和企业文化建设的,都在做微博这一块,这个岗位是纳入到某一个职能部门或者支持部门,或者是企业内刊,但是也还没有明确到,需要招聘一个人专门来做微博,所以在河南微博运营专员还没真正出现。”



最有效的营销目标,当然对微博的维护和粉丝的吸引,是一个技术层面的东西,现在有待考究。”

微人才储备河南 做得很不错

接到记者电话时,河南商业高等专科学校电子商务教研室主任李艳菊刚刚从西安开会回来,“我们的论坛内容就是电子商务的学术研讨,其中微博是很重要的一块儿”。

李艳菊说,去年开始,随着手机微博终端的普及,微博立即火了。“据统计目前手机微博用户已经达到1.8亿人,微博火了,微人才随之也进入人们的视野,但是我想说的是,微博只是互联网应用的一个层面,一个分支。”随着微博的火热,产生了企业利用这个手段进行推广的需求,继而产生了人才需求。

每年都有大量的企业到商专要人,李艳菊说:“企业还没有明确的概念,但是他们需要大量的网络营销人才,要求是能够利用互联网的各种工具来推广产品,树立企业形象,推广企业品牌,我问他们具体包括什么工具,这里他们就会谈到微博。所以说,微博已经成为就业的一个方向,但是还没明确出来。”尽管如此,李艳菊和人才市场的人一样,对这个方向充分给予了肯定:“微人才,目前和今后一段时间,需求会更加明显,尤其是一些传统型企业,他们对电子商务的应用刚开始思考和探索,并且非常迫切想使用。”

作为专门培养网络营销的专业,李艳菊说他们的电子商务已经从一个专业成立了一个系,“微博相关的课程我们在正常授课中已经涉及,占到网络营销课程内容的三分之一,但是目前还没专门设置微博营销的专业课,因为还不足以支撑,在我们的实验室课程中,为企业做整合的网络营销实验,微博服务已经是很重要的内容”。据李艳菊介绍,我国已经连续两年进行了网络营销能力秀,其中包括微博营销能力秀,而她的学生们也基本都进入了全国的前十名,“微人才趋势很明显,我们本土的人才储备已经在做了。”