

大流量带来新商机,短视频成招工新阵地

农民工变HR 给务工者“送饭碗”

短视频招工变“商机”

“包吃包住,一天400元,工作10小时,招工60名,想做万元户的来报名!”“恒温车间,工作轻松,能适应两班倒的吧”……拍一段展示车间环境或者生产线上自拍的画面,写上两句介绍工资待遇的文字,再配上欢快动感的背景音乐,一个招工短视频便新鲜出炉了。

伴随快手、抖音等短视频平台的火爆,近来,农民工招工也搭上了平台快车。不同于传统招聘会蹲点或路边游击的招工模式,短视频招工不受地点限制,更能直观展现工作环境,并实现线上时时互动,很受年轻人欢迎。因为很多企业都有带人奖励,生产线上的农民工们也觅得“商机”,变身短视频招工HR(人事),给一些出外寻找工作的农民工“送饭碗”。

吉林省松原市的80后小伙袁少春,年初开始便一直在快手平台上直播招工,靠给一些生产厂介绍工人赚取中介费,补贴家用。

“以前在外面打过几年工,回老家后就想一边工作,一边做劳务经纪人。”袁少春说,一开始他用到集市和村屯发传单、贴小广告的老方法招工,忙叨两个月却收效甚微,看到大家都爱刷抖音、玩快手,便灵机一动打上了短视频平台的主意。

直播首秀后,一天就有20多个农民工兄弟打电话咨询找工作的事,袁少春惊喜发现,这可比贴了两个月的小广告效果还好。同时,他的快手号“扶余亿诚人力”也会不定时发布介绍工作内容的短视频。一年下来,袁少春在未耽误其他工作的情况下,利用一早一晚两个时间段的直播,先后帮100多名农民工成功介绍工作。

在辽宁丹东耘垦牧业有限公司,有三四个一线工人是生产车间内人人知名的“拍客”,他们一边工作,一边用手机记录生产线上的人和事,然后在短视频平台上发布招工信息,赚取“外快”。

“公司一直非常鼓励大家介绍老乡过来一起工作,带一个人就能奖励500-1000元,这对工人非常有吸引力。”这家公司的招聘培训专员吕映辰说,利用短视频招工现在确实非常流行,在农民工招聘越来越难的情况下,大家都在想方设法拓展渠道,公司今年新招来的好几个工人都是通过刷视频知道的招工信息。

短视频对一线工人来说,好玩、好用,用好了还能赚钱,“商机”无限。在抖音或快手平台上输入“招工”“招聘”等关键字,就可以看到很多工厂的务工者都在借此发布招工信息。有的还专门策划,搭配搞笑剧情和配音,侧面反映工作环境和福利条件,吸粉效果非常不错。

一个快手名为“老伙计,力锅”的物流司机,身着工装,用小品配音录制了一段搞笑视频,背景就是公司整洁大气的车间和一排物流车,吸引7282人点赞、887条留言。不少网友在下方感叹其公司待遇好,询问工作地址和招工信息等。还有一个电子厂生产线上的美女女工,妆容时髦,拍一段简单的工作视频,就吸引了2.4万人点赞。

“流量”打破时空壁垒

一段简单的招工小视频,短时间内就可以被几千人甚至上万人关注、知悉、留言互动,这是传统招聘方式所不及的,而“流量”正是短视频平台突围取胜的法宝。

“传统招聘靠的是网站、招聘会、路边蹲点等,流量肯定有限,短视频招工本身的流量平台更广阔,不受时间、地点等客观因素限制,更易于传播,优势确实很多。”吕映辰说。

“传统招聘方式成本比较大,因为参加招聘会等自然会产生展位、时间、人工等成本费用,短视频平台完全不需要费用,而且受众更广泛。”袁少春的快手号最多时有5000多个粉丝,都是农民工,而且没有地域局限性,其中很多都是互相介绍而来。在直播中除了介绍工作岗位,他还会传授找工作的技巧、签订合同的注意事项以及遇到劳动纠纷时应如何处理等内容,这也是能吸引铁粉的重要因素。

“通过短视频,能更直接地看到各种我们关心的

信息,感觉特别接地气,而且有啥问题在网上直接就问了,非常方便。”90后农民工张浩说,以前,他都是通过熟人介绍出去打工,能选择的地方很少,通过短视频平台,机会更多了。

短视频平台虽然很方便,门槛也低,但是浑水摸鱼、滥竽充数者也不少。袁少春说,他发现有的通过短视频平台招工的人根本不懂行,部分宣传夸大其词,对应聘的农民工也不负责任,就是奔着利益而去。他曾通过网络和一些招工者交谈过,有的公司幌子挂得挺大,承诺的条件却根本做不到,甚至相差甚远,这让不少找工作的农民工大呼坑人。

此外,短视频招工受众者在年龄上也相对具有局限性,喜欢玩手机的青年蓝领和在校学生是主要对象,中老年农民工则更偏向于传统形式。《2019短视频平台用户调研报告》数据显示,短视频市场73%的用户是18-40岁的中青年,其中小镇青年用户占比达49%。

新阵地或将渐成招聘主平台

短视频平台的火爆正吸引越来越多的年轻人,且势不可挡。不光是觅得“商机”的普通流水线工人,一些企业的人力资源部门负责人正在用快手、抖音等招人,不少劳务中介机构也开始将招工生意“搬”到快手、抖音上,并很快组织起专门团队。

尽管短视频招聘的局限性尚未解决,但随着相关技术的不断开发成熟,这一招工新阵地,或可逐渐成为招聘主平台。“找工作就刷视频”和“简历就刷视频”,正在成为很多求职者和招聘者的美好愿望。

吕映辰说,短视频要想玩好,很多时候跟学历、能力等并无太大关联,甚至他有时都弄不明白什么样的视频内容会突然成为爆款。他总结发现,做得比较好

的人大多有相同特质,比如能说会道、朋友很多、想法比较新潮等,必须懂得为自己的账号进行流量导入,毕竟粉丝多、关注多是成功的基础。

在网络各类贴吧上,传授利用短视频招工技巧的文章也非常多,留言交流者多为企业负责招聘工作的HR。除了借助短视频平台进行招聘,不少企业认为,短视频也是展现办公室环境、团队文化,树立雇主形象的一种非常好的表达方式,其功能和益处还有待于进一步开发。

实际上,除了智联招聘等传统模式的招聘平台,市场上也早已有商家瞄准视频招聘的蓝海,正在不断进行探索和完善。

(摘编自《工人日报》)

