企業實施人才招募行銷方式之研究

一、研究問題：數位時代來臨，人才招募（Recruitment）行銷方式自不能漠視 科技的革命浪潮。本研究目的有以下兩點：(1)尋求企業招募最適的行銷對象及 行銷通路組合，以利資源做最佳分配。(2)建立資料庫雛型系統，釐清招募研究 發展路徑。二、研究方法系統雛型採微軟XP系統，主要平台式架構於以網路為基 礎全球資訊網上，透過使用者介面存取資料庫資料，以超文字標示語言﹙HTML﹚ 及動態伺服端網頁﹙ASP﹚語法設計網頁，Access 2002管理，歸納出關聯性法則 （Association Rules）藉此獲得行銷決策者所需數據及資料，便於實施招募行 銷。三、研究成果經過關聯性資料庫（Relational database）的分析鎖定目標 顧客，客製化顧客需求，利用動畫式網路廣告吸引閱聽者注意等具創意的行銷手 法，透過E-MAIL將訊息告知目標顧客並實施差異化行銷﹙Differentiated marketing ﹚。研究發現願意接受網路廣告選擇購物或服務的比例為58%，其中 願意接受網路招募訊息的比例為29.9%，顯示企業若運用數位網路行銷推行招募 工作，可以最小成本獲致最大效益。因此，建議除了以傳統方式招募外，行銷決 策者絕不能忽視網際網路這個既方便又省錢的行銷通路。