

2017



移动信息化研究中心
Mobile Informatization Researching Center

2017年云HR品牌研究

——基础人事管理篇

2017年11月

研究概述



移动信息化研究中心
MOBILE INFORMATION RESEARCH CENTER

研究概述



研究背景

人力资源行业发生了快速的变革，云HR相关服务大量涌现，垂直化、细分化的云HR产品服务使用户有了更多的选择，为探索云HR品牌的价值体现，移动信息化研究中心出具此报告。



关于本报告

移动信息化研究中心根据国内众多云HR品牌所提供的服务类型，初步将云HR市场分为三个领域，分别是基础人事管理、人才管理、福利社保。本报告主要对国内**云HR市场基础人事管理类的品牌**进行深入研究，分别从品牌外延、品牌内涵、品牌未来的竞争趋势三个维度进行分析。本次研究筛选了若干个基础人事管理类的云HR品牌，综合这些品牌的成立时间、活跃度、无提示知名度等众多因素，**以智思云、知人、才到、理才网为例进行解读。**



研究方法

定性研究：深度访谈

定量研究：问卷调查

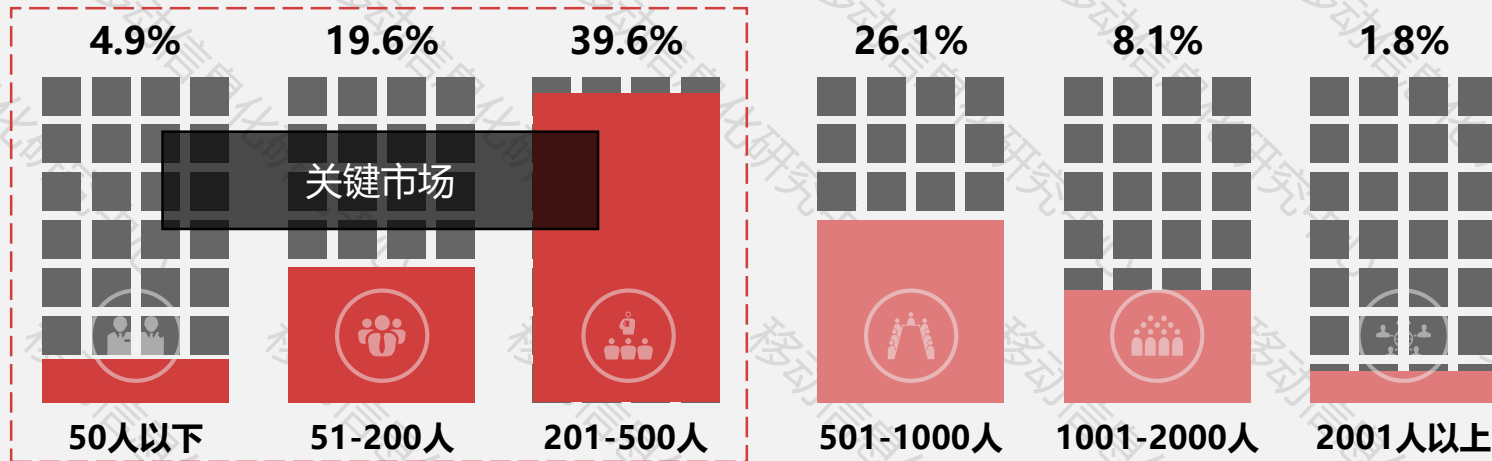
重要说明

- 本次报告数据截止至2017年10月。
- 目前企业服务市场上提供人力资源云服务的厂商主要有四种，传统综合类管理软件厂商、传统专业管理软件厂商、人力资源外包服务商和专业云HR供应商，**本次研究只涉及专业云HR供应商。**
- 品牌价值指数BVI是由品牌市场表现MI（品牌外延）、品牌价值感知FI（品牌内涵）和品牌定位PI（品牌的核心定位）三部分组成。本次研究中品牌的市场表现是通过品牌的认知度、美誉度、使用率和忠诚度这四个维度进行研究的，而品牌价值感知是通过可感知的质量、功能利益、历史传承、人格化特征、社会影响力、企业联系度和可感知的价值七个方面进行研究，本报告不涉及品牌定位研究，因为我们是基于用户的视角，对品牌进行研究，而品牌定位是基于供应商的视角对品牌进行研究，并且品牌定位所占的比重较小。
- $GAP值 = 尝试应用用户 - 成功应用用户$

样本规模说明

调研企业用户有效样本量为450+，其中中小型企业占总样本量的三分之二。

基础人事管理类云HR用户规模分布 (N=435)



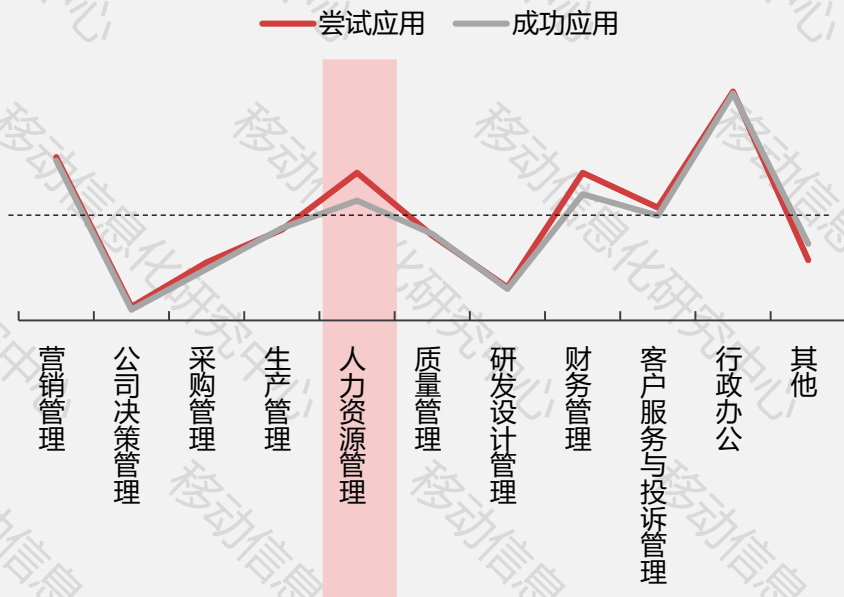
2 云HR发展及品牌研究的价值与意义

人力资源成为企业最愿意上“云”的业务领域之一

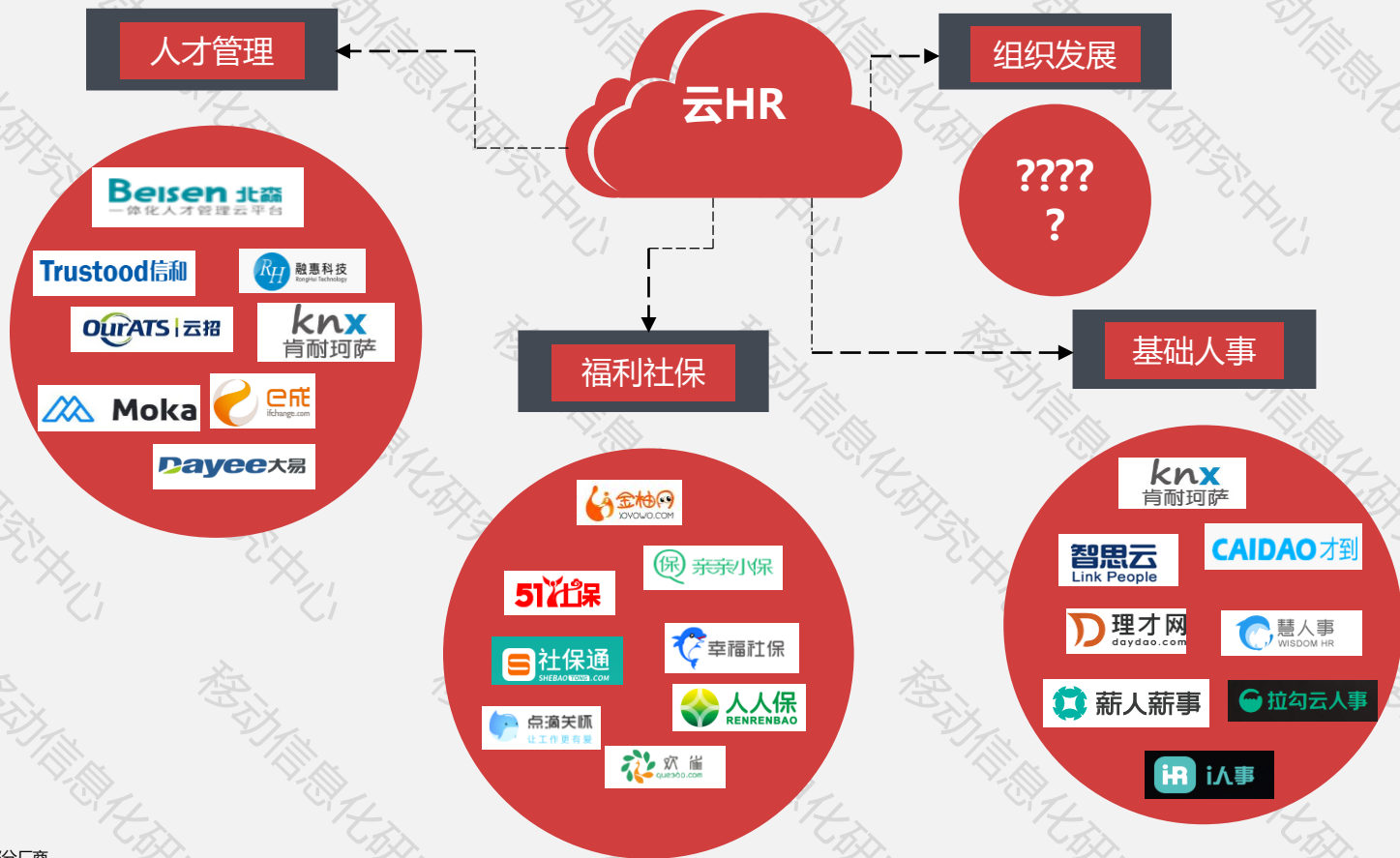
近年来云HR相关服务大量涌现，相较于传统的eHR管理系统，云HR的本质没有发生变化，还是多元化的战略，但其表现形式发生了变化，包括纵向一体化、横向一体化等。调研结果显示，企业基于云服务来管理人力资源业务的增长量为10.3%，可见其潜力是非常大的。

深圳某人才服务公司是一家专门从事人才交流服务与咨询的专业性猎头公司，随着公司规模不断扩大，人员管理缺乏信息化工具；人员档案、通讯录、考勤、薪酬、保险、合同均用excel管理，不便于及时查阅、共享及保存；公司人员分散各地，员工调动、擅离、离职、晋升、工资方案变动等信息无法及时传递。后经朋友推荐，该司注册使用XX基础人事管理云产品（以下简称XX产品），在使用过程中，XX产品重点帮助该司解决了数据云端迁移、考勤管理优化、工资条、员工管理等方面的痛点，针对多地移动考勤、单据审批等问题，XX产品支持内外勤综合管理，可自动形成考勤汇总核算薪酬，真正实现一站式管理；在工资条发放上，后天核算完毕可一键发放工资条，极大减轻HR工作量。

企业应用云服务领域



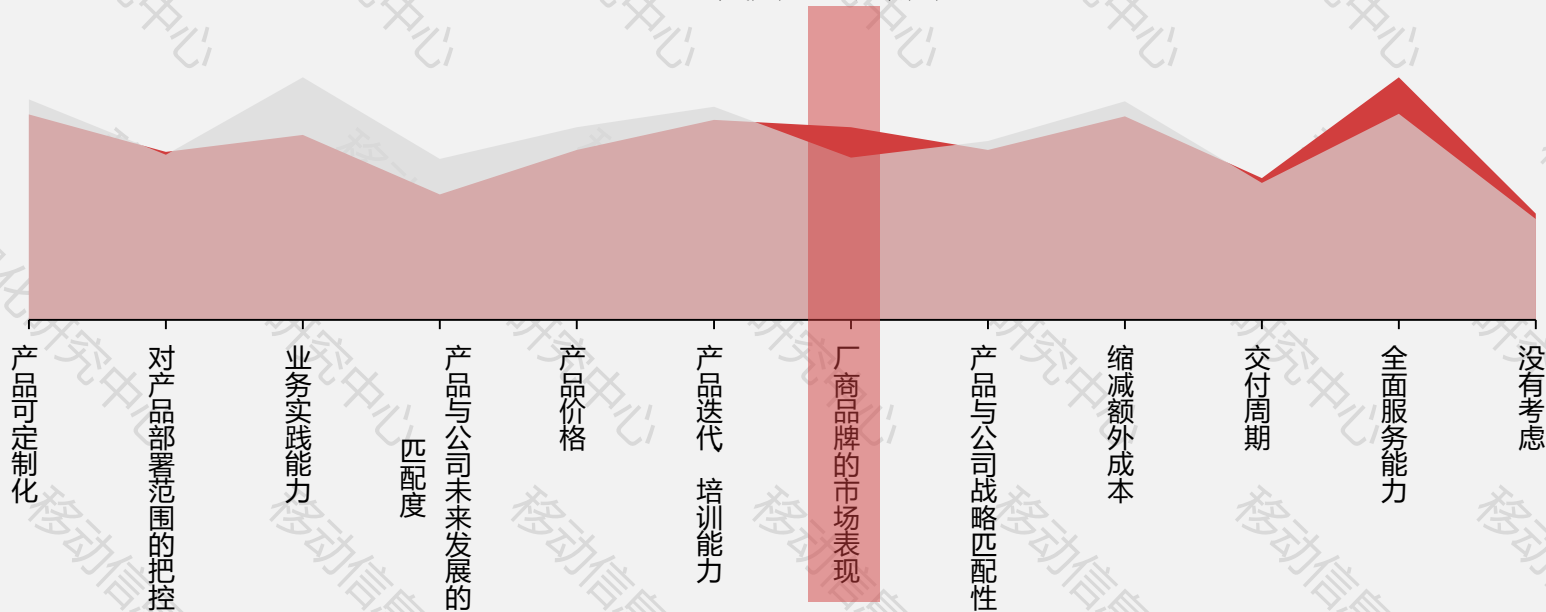
越来越多的垂直化、细分化的云HR产品可供用户选择



企业用户在选型云HR服务时，品牌成为重要的考虑要素之一

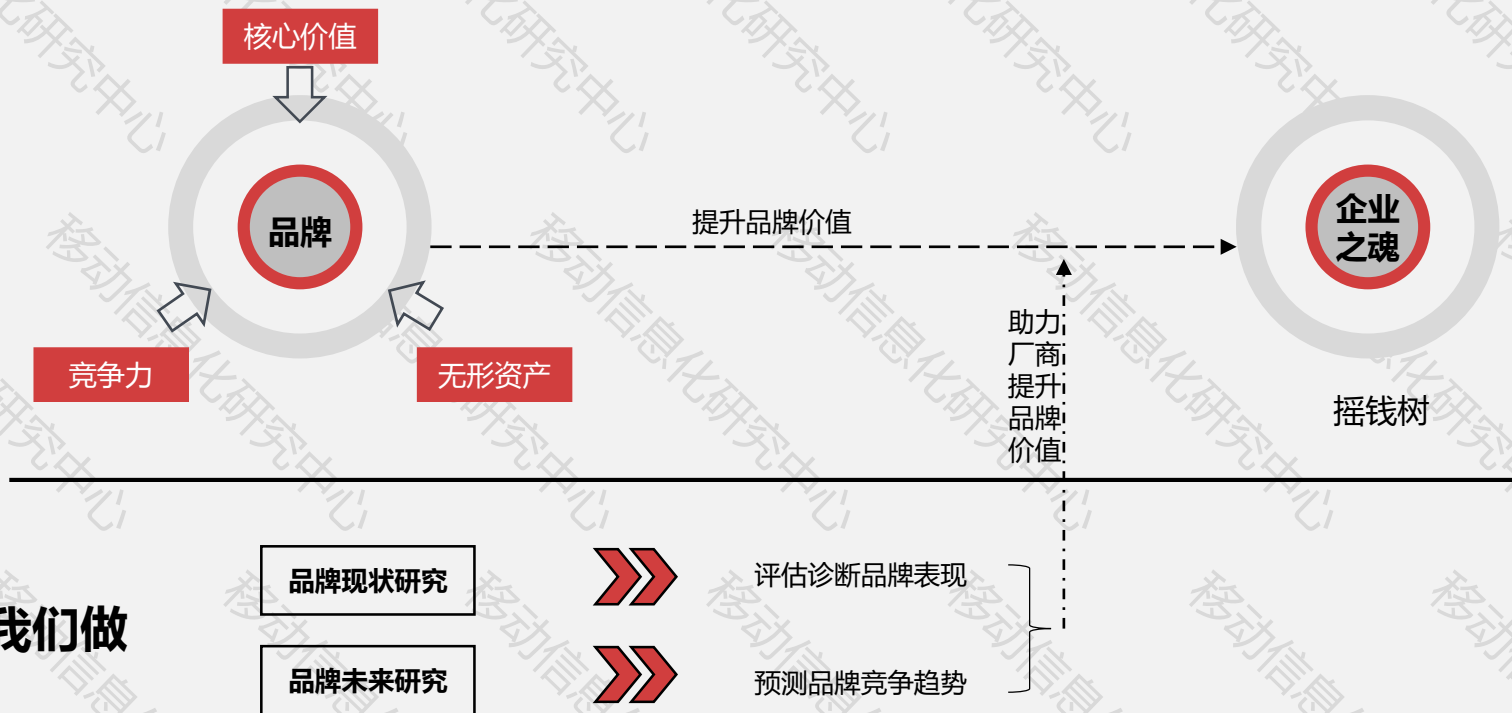
用户选型所关注的要素

■ 尝试应用 ■ 成功应用



企业用户对品牌意识的觉醒，促使服务供应商持续打造品牌价值

品牌是企业存在与发展的灵魂，代表企业的竞争力，意味着客户忠诚，稳定的客户群，品牌是一种重要的无形资产，是企业的核心价值，在初步阶段帮助我们认知一个企业。品牌现状可以评估诊断品牌的市场表现，探索品牌未来可以预测品牌的竞争趋势，品牌现状和品牌未来助力厂商提升品牌价值。



云HR品牌研究模型说明

如何通过品牌辨别优质的供应商

1

品牌是什么？

2

如何衡量品牌好坏？

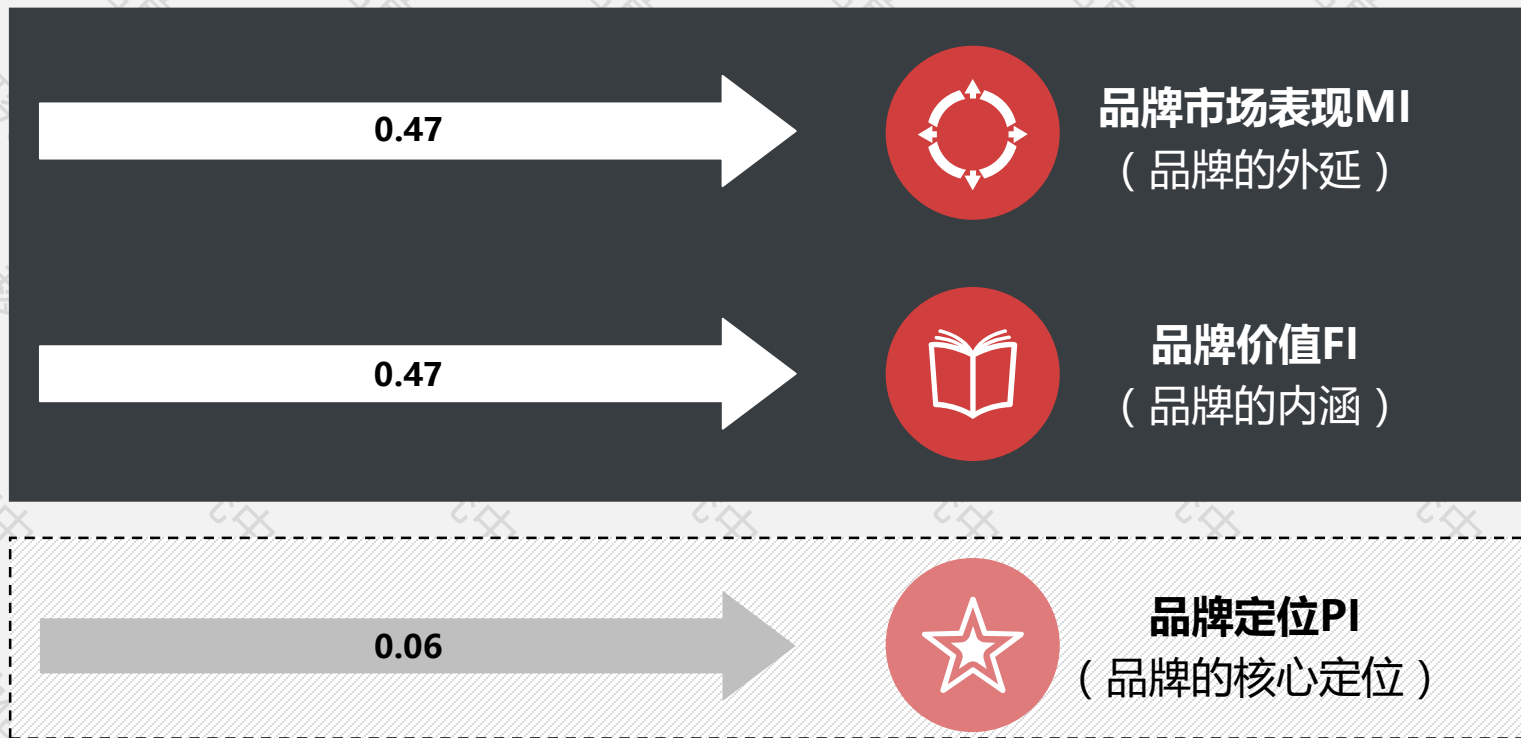
3

该选择哪个品牌？

品牌价值指
数BVI研究

品牌价值指数（BVI）评估体系

品牌价值指数 BVI



注：

(1) 品牌价值指数研究包含品牌外延、品牌内涵、品牌定位三部分，本报告不涉及品牌定位研究，因为我们是基于用户的视角，对品牌进行研究，而品牌定位是基于供应商的视角对品牌进行研究，并且品牌定位所占的比重较小。

(2) 图中显示数字为权重，该权重是移动信息化研究中心通过多位专家访谈，专家“背靠背”讨论而来。

(3) 品牌内涵包括历史传承、社会特征、企业联系度、可感知价值、人格特征、可感知质量，功能利益以及一些难以聚焦的个性要素，从而导致权重之和小于1。

品牌外延

认知度

0.1

美誉度

0.2

使用率

0.3

忠诚度

0.4

品牌内涵

情感层面

历史传承

0.26

社会特征

0.11

企业联系度

0.05

可感知价值

0.064

人格特征

0.007

功能层面

可感知质量

0.28

功能利益

0.26

注：

- (1) 图中显示数字为权重，该权重是移动信息化研究中心通过多位专家深访，专家“背靠背”讨论而来。
- (2) 品牌内涵包括历史传承、社会特征、企业联系度、可感知价值、可感知质量、功能利益以及一些难以聚焦的个性要素，从而导致权重之和小于1。



□ **品牌的成功更多取决于感性的价值主张。** 一个品牌带给企业用户的形象包括功能层面的形象和情感层面的形象。

功能层面

主要是
产品&服务



【品牌形象】



情感层面

主要是
形象&联想

功能层面：

是品牌在市场上立足的基础。所有的品牌在开始时都无一例外地是作为产品出现的，它们在市场上的成功或失败都很大程度上依赖于它们自身的功能和质量。一个市场上成功的品牌所必备的因素就是其能够提供始终如一的、高质量的、可以与任何竞争对手媲美的产品或服务。因此，品牌在功能层面的优势将是其形成品牌优势的不可动摇的基石。

情感层面：

体现企业客户对品牌在情感和心灵的感知，这种感知是建立企业客户与品牌之间联系的基础。企业客户选择这个品牌，而不是那个品牌，不仅仅是在做一种产品上的选择，同时是在向周围的同行者，也是在向自己表明其选择了这个品牌所代表的文化、人格特征以及企业价值观。

品牌内涵——要素

本报告中所包含的品牌内涵要素均来自于专家深访，通过深访将企业用户所关注的要素综合起来，即为本次研究的内涵价值要素。



情感层面

历史传承

是该领域的领先品牌
历史悠久
具有创新精神

社会特征

口碑好
值得信赖
具有社会责任

可感知的价值

物有所值
提升企业形象

人格特征

有品位
有活力
时尚
高贵

企业联系度

能够适应公司业务变化
符合企业业务特点



功能层面

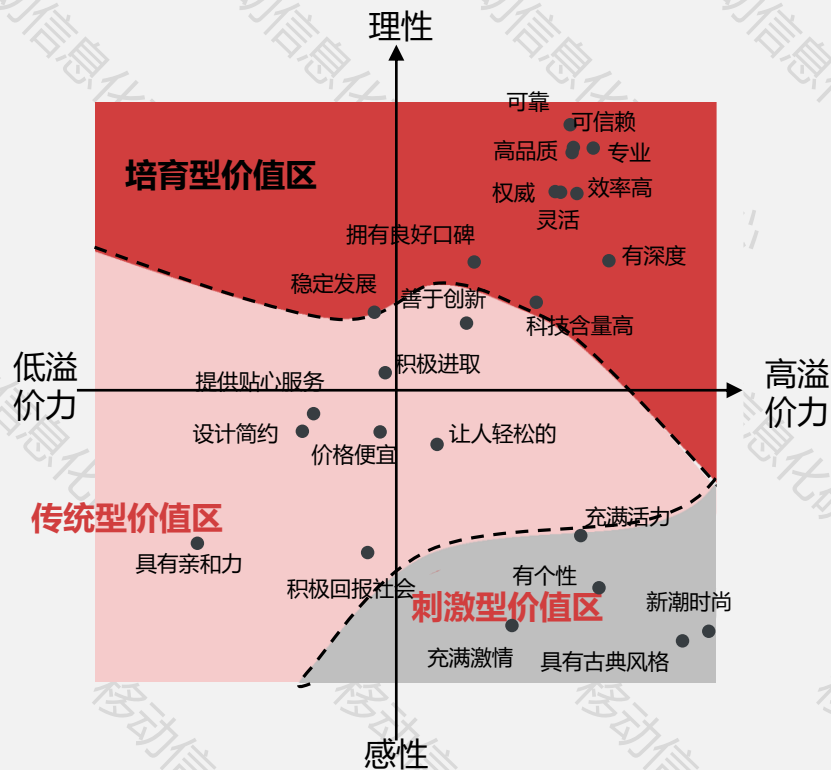
可感知的质量

软件灵活性强
软件系统稳定
软件易用性强
安全可靠
界面设计有档次
行业针对性强
交付速度快
增值服务多
服务能力强

功能利益

提高了企业管理效率
带给企业先进的管理思想
带给企业创新能力

企业用户品牌价值元素分布图



纵轴表示某价值元素属于理性元素还是感性元素，在纵轴上，越往上，表示价值元素的理性程度越强，越往下，表示价值元素的感性程度越强。

横轴表示该价值元素对品牌溢价能力的强弱。“高溢价力”表示价值元素对消费起促进作用，“低溢价力”标识价值元素对消费起抑制作用。在横轴上，价值元素越靠右，表明其对消费的促进作用越强，反之对消费的抑制作用越强。

运用因子分析对价值点进行命名，将设计简约、价格便宜、具有亲和力等能够得到广泛认同的价值元素称为传统型价值区；将高品质、权威、效率高等性价比较高的价值元素称为培育型价值区；将充满激情、有个性、新潮时尚等较为激进的价值元素称为刺激性价值区。通过聚类分析这三个区域的价值点进行分类，分为高溢价区和低溢价区。受企业发展及盈利水平的限制，真正起到消费促进作用的价值元素集中在刺激性价值区，而服务和质量等传统价值区的元素是企业用户的基本要求，但难以说服企业用户为此支付更高的溢价。

品牌漏斗模型

研究要素

转化率含义

知名度

品牌宣传内容对企业用户的吸引力

美誉度

品牌的渠道分布和市场占有

使用率

品牌对用户的黏着性

忠诚度

箭头表示知名度/美誉度/使用率/忠诚度之间两两的转化

4

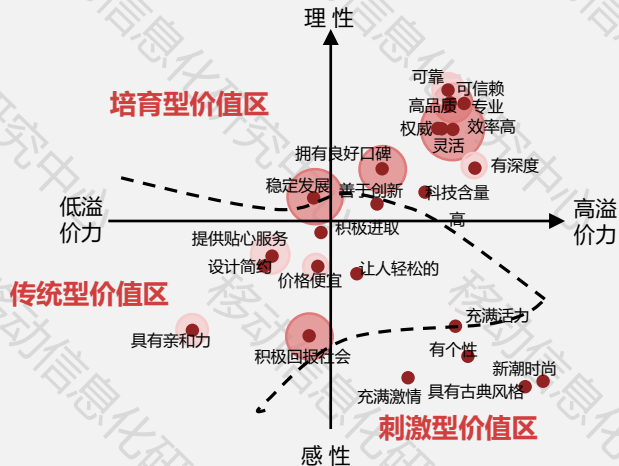
主要发现

1

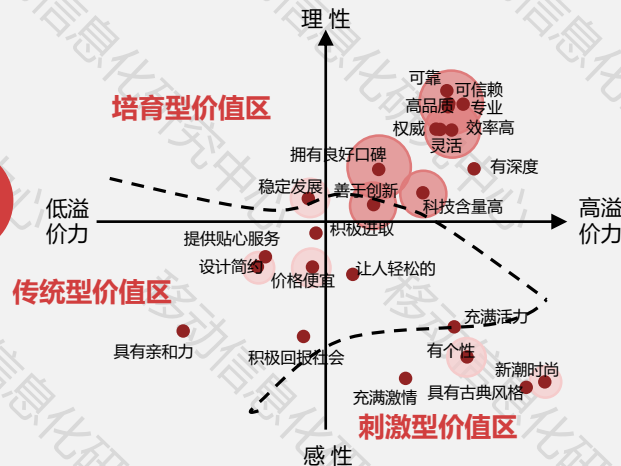
在基础人事管理类产品企业用户对品牌价值要素的关注一直在发生变化，企业用户对品牌的感知越发的理性，逐渐从感性、低溢价向理性、高溢价转移；从传统型价值区向培育型价值区和刺激型价值区转移，企业用户对能够提高性价比的价值元素和充满个性、刺激的价值元素更为关注；

目前应用基础人事管理类云HR的企业用户对品牌价值的关注点主要集中在效率高、积极回报社会、稳定发展，未来企业用户对品牌的进一步诉求是可信赖、拥有良好口碑、科技含量高。

基础人事管理类云HR品牌价值突出点——现在



基础人事管理类云HR品牌价值突出点——未来



注：图中气泡表示该元素所占的百分比大小。

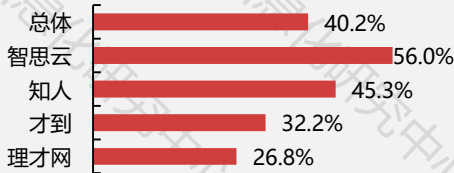
数据来源：移动信息化研究中心，截止到2017年10月

主要发现

2

品牌价值指数BVI是品牌研究的重要要素，从整体来看，智思云、知人的品牌价值指数BVI高于总体平均水平，其中智思云的品牌价值指数BVI处于相对优势地位。

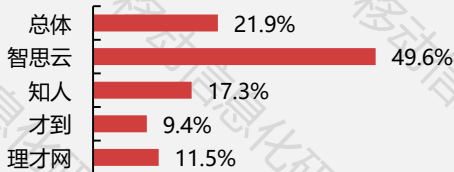
基础人事管理类云HR品牌价值指数BVI



3

在品牌市场表现MI中，智思云的品牌市场表现相对较为突出。

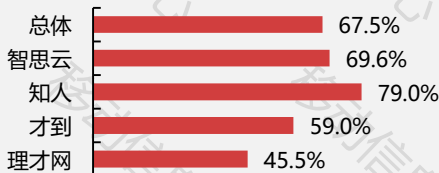
基础人事管理类云HR品牌市场表现指数MI



4

在品牌价值感知FI中，智思云、知人的品牌价值表现高于总体平均水平，其中知人的品牌价值感知表现更为优秀。

基础人事管理类云HR品牌价值感知指数FI



5

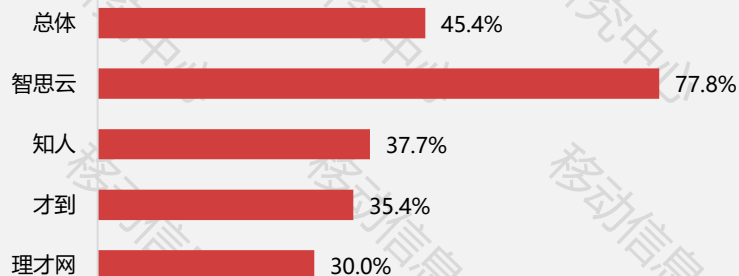
在品牌认知度方面智思云品牌在企业服务市场的认知度相对较高。

6

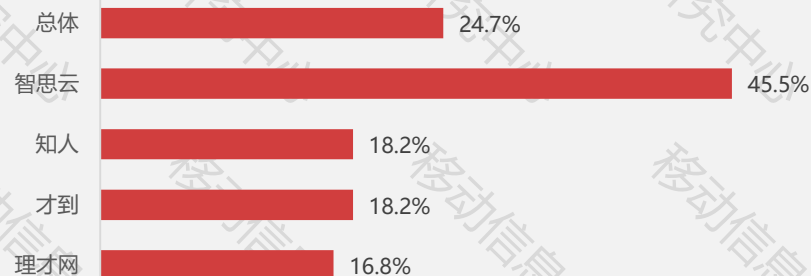
在品牌美誉度方面智思云的品牌美誉度在企业服务市场中表现较为突出。

AND

品牌在企业服务市场的认知度



品牌在企业服务市场的美誉度



7

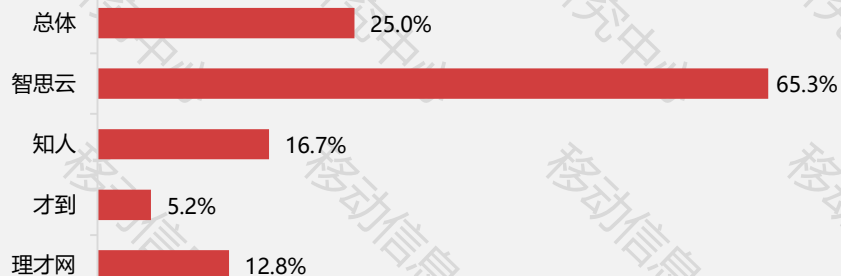
在品牌使用率中，从整体上看，只有智思云的品牌使用率在企业服务市场中高于总体平均水平。

8

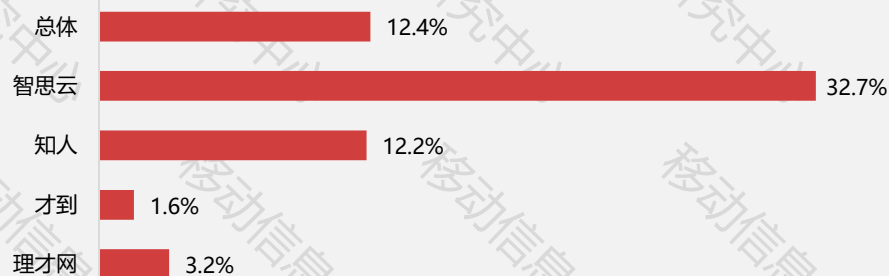
在品牌忠诚度中，从整体上看，智思云的品牌忠诚度在企业服务市场中高于总体平均水平，知人接近总体平均水平。

AND

品牌在企业服务市场的使用率



品牌在企业服务市场的忠诚度



9

从整体来看，智思云、知人、才到、理才网这四个品牌在基础人事管理类云HR品牌中的市场表现出现差异化。知人的市场表现（包括知名度、美誉度、使用率、忠诚度）要低于总体平均水平，但其转化率表现较好。

基础人事管理类云HR品牌漏斗模型



10

品牌价值感知方面，智思云主要集中在适应能力、灵活性和管理思想；知人主要集中在稳定性、对该品牌的主观信任以及行业针对性；才到主要集中在易用性、服务能力及适应能力。

品牌价值感知

智思云

适应性强20.4%

软件灵活性强20.1%

管理思想先进17.7%

口碑好17.0%

提高管理效率16.3%

知人

软件系统稳定28.8%

信任该品牌26.0%

行业针对性强23.3%

适应性强23.3%

安全可靠21.9%

才到

软件易用性强26.1%

服务能力强26.1%

适应能力强21.7%

软件系统稳定17.4%

安全可靠17.4%

理才网

口碑好19.3%

服务能力强17.5%

该领域领先品牌17.5%

软件系统稳定15.8%

带给企业创新能力14.0%

11

未来的品牌流失情况，智思云5.5%用户表示可能更换，知人16.2%用户表示可能更换，才到未来可能需要进一步强化产品和服务的改进，超过30%的用户表示可能更换品牌；从整体上看慧人事、微知、欢雀HR、班步、肯耐珂萨是企业用户未来可能用作更换的目标对象。

用户更换品牌的意愿

智思云5.5%

知人16.2%

才到30.4%

理才网7.4%



未来可能更换的品牌

慧人事25.0%

微知18.8%

理才网12.5%

其它43.8%

欢雀HR33.3%

智思云16.7%

才到16.7%

其它33.3%

智思云28.6%

班步28.6%

理才网14.3%

其它28.6%

肯耐珂萨42.4%

智思云42.4%



其它15.2%



移动信息化研究中心
Mobile Informatization Researching Center

本报告仅出示部分内容，其他内容为定制化精品。

详情请咨询:18600161217



移动信息化研究中心
Mobile Informatization Researching Center

未完待续.....

To be continued...



移动信息化研究中心
Mobile Informatization Researching Center

THANK YOU

关于移动信息化研究中心

我们做，我们有

移动信息化研究中心（MIRC）是企业级市场移动互联网领域的著名研究机构，也是中国首家专注于企业级移动互联网、移动信息化系统，行业化移动解决方案等领域研究的权威机构。移动信息化研究中心成立于2012年，2014年移动信息化研究中心受邀成为中国通信产业研究院（国家工业和信息化部电信研究院）移动信息化专家团队。

移动信息化研究中心为包括国家工业和信息化部、中国移动、华为、联想等国家机关、运营商、国有控股企业提供数据研究和决策参考服务。

我们是

移动信息化研究中心旗下“**人称T客**”（中国最早、如今最大的企业级IT自媒体平台），致力于传播企业级移动信息化服务理念，纵向切割、横向对比，打造坚实的研究型媒体平台。

移动信息化研究中心每年发布研究报告、数据分析成果上百份，深度分析文章近千篇，深受业界推崇，被各大主流媒体追捧引用。

每年举办多场引发业界震动的企业级云计算、SaaS、移动信息化峰会，得到来自资本、企业、用户、创业者的高度认可。

移动信息化研究中心研究报告官方发布平台：

人称T客（微信公众号）

T客汇：www.tikehui.com

移动信息化研究中心官方网站：
www.tikehui.cn



VIP服务：18600161217



人称T客



@人称T客

联系我们