

快消行业“黄埔军校”的点将之道 宝洁是如何测评应聘者的？

—— 怡安人才测评案例精选

案例 背景

宝洁公司成立已有180多年的历史，如今是世界上最大的消费品公司之一，旗下包含着不少著名且令人信任的品牌，它们致力于在生活中做出微小但有意义的改变，让生活变得更加出彩。宝洁公司人才的洞见、创意和热情让其成长为一个全球化的公司，现员工数量超过90,000名。

每年都有超过100万的应聘者申请宝洁的工作。宝洁的测评在保持高效的同时，还需确保其稳健性、有效性和与时俱进的特质。因此，公司利用AI和游戏化测评的方式打造了一个全新的互动化、可测量且移动优化的测评方式，利用试题生产器去适应并改善每位应聘者的体验。

企业痛点

传统测评方式错失顶尖人才

作为一个足迹遍布全球的公司来说，宝洁需要一个可以在全球范围内高效且公平地筛选人才的方式。事实上，宝洁每年需要用24种语言测试大概100万名申请者。

宝洁近来越来越关注求职者在测评中遇到的障碍。例如，如果它继续沿用之前的传统笔试，就会让一些技术型思维的人才不愿意去参加测评，这样宝洁就会错失一部分顶尖人才。

对于宝洁来说，一个稳健且有效的测评对公司和人才的双向选择来说都是至关重要的。但是，它需要更新升级其对认知能力的测评方式，创建一个更加专注于用户、移动优先的方式，同时确保参与者的体验是最佳的。更重要的是，需要确保测评结果是有效的、可靠的、公平的。

宝洁一直被称为快消行业的“黄埔军校”。宝洁在运用人才测评方面是业内领军人物。“大胆实验”这一特质帮助它保持了这一优势。宝洁一直都对找到可以改善求职者用户体验的新方法跃跃欲试，同时它还看重测评在数字化环境下的有效性。

解决方案

AI+游戏测评优化体验

怡安和宝洁合作,利用最新的测评技术和AI来将其认知能力测评游戏化、互动化,让其可以继续以专注用户且高效的方式吸引并招聘到多样化的人才。

通过游戏化的测评,雇主们可以测试出应聘者是否有才能和认知能力来胜任宝洁的工作。运用游戏化的原理打造高度优化的、互动的、反应积极的测评方式,一支由心理专家、设计师和开发者们组成的团队设计了smartPredict的测评,将宝洁的认知、监督测评升级到一款可以在手机上使用的测评。这样就将招聘流程的效率最大化,并且也更加专注于求职者本身。

运用最新的AI技术,试题产生器可以在

求职者完成测试的过程中生成、适应并改善试题。这样一来,测试的难度就会在测评的过程中根据求职者的反应不断调整。怡安优化的方案让宝洁可以彻底地探索并测试出每个求职者的能力。



怡安的smartPredict测评工具让宝洁充分利用AI和游戏化测评的力量打造了未来的员工团队,能够快速这些评估分级的能力是这个项目成功的关键。

项目成果

环境设计显著提高合作能力和创意程度

项目结果远超预期。内部验证测评表明,与传统测评方式相比,通过测评表现来预测员工实际表现(如绩效、潜力和离职率等)的准确率较之前提高了2到4倍。

此外,求职者也从中受益——和之前相比,完成新测评的时间减少了75%。此外,测试的完成率高达94%。这使得宝洁有机会可以测评更多的候选人。

对于测评,求职者们的反馈相当积极。93%对本次测评表示满意。

此外,传统的一次性验证研究在预测绩效和潜力的时候有一定的时间间隔。而怡安的smartPredict测评让宝洁可以通过持续追踪员工数据来客制化他们的用户体验,并且展示了互动化测评可以持续地、逐月地预测人才绩效。它还可以测评出求职者应答的速度,每个问题的难

易度,以及测评的预测价值是否最大化了绩效预测的结果和是否增加了求职者的参与度。



怡安大中华区市场部
info.china@aon.com