面对装修人才库启动时，不要先把自己包装成“大型招聘平台”

帮助装修公司、地产公司、物业公司和材料商，快速找到经过基础审核、能够到场、适合具体项目的装修人

年轻人最重要的不是平台规模，而是解决了三个现实问题：临时缺人、

一、首

建议先集中

商家类型	常见需求	人才库提供的服务
装修	项	补充
专业分	临时增	提
地产投资	旧	配置
物业及民	日	匹配
建材及	客户购买产	提供

年轻人不要覆盖所有城市、所有商业和所有工种。建议先确定一个城市、10 个高频工种和

二、给商家提供四

1.紧急补位

适用于商家已有项目，但突然缺人。

例如：

- 明天需要二次油漆工；
- 下周需
  项目经理临
  工程进入交付阶段，需要

平台收

2.

适用

平台根

- 项目经
- 现场主管；
- 持
- 水电暖通
- 木工、油
- 进行、

启动阶段平台不宜直接承诺施工结果，而应明确自己负责需求整理、人才筛选、资料核验、面试安排和合作记录。

3.长期储备人才

商家可以把未来三至一岁的用人计划提交

- 需要每月 5 至 10 名小工；
- 旺季需要
- 长期寻找
- 新城市开业需要当地施工负责人。

平台提前建立商家专属候选名单。当商家有项目时，可以直接从名单中邀请人员报价或面试。

4. 商家

平台替代完成部分重复

- 发布需求；
- 初步筛选；
- 电
- 资料收集；
- 柠檬及保
- 面试
- 到岗
- 项目结束后

这项服务尤其适合没有专职招聘人员的中小型装修公司

三、商家需求的标准

商家不能只说“我要几个装修工人”。平

需要确实

1. 项目地址
2. 需要的
3. 预计开始和结束时间；
4. 工作
5. 按小时、按天
6. 企业可以接受的预算范围；
7. 是否要
8. 是否需要
9. 是否要求英
10. 由谁负责现场管理、验收和付款；
11. 商家是直接雇佣、临时用工还是项目分包；
12. 是否存在高空、结构、水电、燃

标准化之后，AI 可以帮助岗位说明、筛选条件和成果生成必须排序，但最终资格和合作决定由人决定

四、完整

商家首次合作时，建议先从低风险开始

五、起步阶段

1.从现有关系开始

优先联系：

- 现有装修合作公司；
- 设计公司；
- 地产经纪人；
- 房地产投资人；
- 物业管理公司；
- 民宿经营者；
- 材料供应商；
- 橱柜、地板、柜台和门窗都有生意。

不要一开始广泛投放广告。先找到 10 家真实消费需求的合作商家，跑通服务流程。

2.正在寻找正在经营的装修公司

准备一页商家合作介绍，直接说明：

- 可以提供哪些工种；
- 人才如
- 多长时间可以推荐；
- 商家如何面试；
- 平台如何收费；
- 出现失联、迟到或质量问题如何处理。

3. 与材料商建立股东合作

材料商往往同时掌握两类资源

- 经常采购材料的
- 购买了材料但缺少安装人员的客户。

平台可以让

4. 设置商

劳动力商业供应：

- 免费发布第一个需求；
- 免费 3 名推荐竞选；
- 首次资料核验免费；
- 首单完成后再次下一次发布额度；
- 其他推荐商家后获得服务费优惠。

免费仅限首次验证，不能长期免费，否则难以建立真正的商业模式。

六、

建议用简单、容易理解的方式

模式 A：成功推荐费

候选

适合长期岗位、项目经理、设计师、估价师和专业技术人员。

模式 B：单次匹配服务费

商家每发布一个需求，支付服务固定费用，平台负责整理需求并推荐结果。

适合短期补位、小型维修和专业安装。

模式 C：企业会员

商家按月或按年付费，获得：

- 定量的需求发布；
- 优先匹配；
- 人才档案查看；
- 梦和
- 专属人才名单；
- 紧急补位支持。

年轻人可以暂时缓和复杂的会员体系，先用“免费试用+单次收费”验证商家是否愿意付费。

模式 D：人才管理服务费

如果平台承担持续排班、工时确认、替换人员和项目跟踪，可以收取管理服务费。

但涉及工资发放、劳务派遣、员工控制或保险责任时，必须先确认当地劳动法、保险和用工许可要求。

七、商业合作话术

可以这样介绍：

您好，我们正在建立 RUP 装修人才库，主要帮助装修公司、地产投资公司和物业管理企业寻找经过基础审核、能够切实到岗的装修人才。

您只需告诉我们项目地点、需要的工种、需求、时间、预算资格和要求，我们就会整理成标准需求，并从人才库中筛选出合适的候选人。商家可以自行面试、比较报价并做出最终决定。

我们的重点不是简单提供电话号码，而是验证人才的服务区域、档期、工作经验、案例、说明和保险情况，并真实记录项目评估。首个需求可以先安排专家匹配。

八、须建立的管理表格

建议建立五张核心表：

1. 商家档案表：
2. 使用工需求表：工种、人数、时间、地点、预算、资格和工作内容。
3. 候选推荐表：候选的匹配理由、档次、报价、验证和风险提示。
4. 项目跟踪表：面试、签约、到岗、变更、验收、付款和投诉情况。
5. 商家信用表：需求真实性、沟通效率、付款记录、安全管理和人才评价。

平台不仅要审核人才，还要审核商家。存在拖欠工资、虚假招聘、不安全施工或恶意压价记录的商家，应暂停服务。

九、首月执行目标

第一周：准备

- 确定首个城市和服务半径；
- 选定 10 个高频工种；
- 制作商家需求表
- 准备中文
- 明确首次开发及收费规则。

第 2 周：台北家

- 联系 30 家装修和地
- 完成 15 次有效沟通；
- 巡视 5 至 10 家当地商家
- 获取至少 10 个真实或即将启动的用人需求。

第 3 周：完成匹配

- 每个需求推荐 3 至 5 名竞选；

- 安排商家面试或现场见面；
- 确认资格、报价、时间和责任范围；
- 推动 3 至 5 个低风险试单。

第 4 周：形成案例

- 跟踪岗率和项目完成情况；
- 收集商家和人才评价；
- 淘汰失联或
- 把表现优秀的人才列入优选名单；
- 欢迎满意介绍同行客户。

十、商家端核心指标

青少年建议重点看：

- 商家有效需求数量；
- 需求发布后第一响应时间；
- 每个需求的合格结果；
- 商家面试率；
- 到岗率；
- 人才替换率；
- 项目完成率；
- 商家付款及时率；
- 商家复购率；
- 商家转介绍率。

最终判断标准不是注册了多少商家，而是：

有商家真正发布需求，有多少人才真正到岗，有多少合作顺利完成并产生复购。

起步阶段最适合采用“一个城市、30 家商家、100 名人才、10 个高频工种、10 个真实试