

外卖红火,品虾师、智能小蜜培训师等新职业很吃香 这届世界杯,球迷很忙,他们更忙

本报记者 朱银玲

不管阿根廷队的表现是不是很让你失望,也不管你的德国“战车”是否被反碾压。这届世界杯,该看还是得看。

约了朋友看球,家里没有喝的,盒马定制世界杯纪念版铝瓶可口可乐来一打,下单30分钟送到家;64场球赛64个中场15分钟,下单8折小龙虾,饿了么骑手中场准时送到家……

这届世界杯,因为有了外卖、新零售,就变得不但有眼福,更有口福了。毕竟,喝喝冰可乐,吃吃麻辣小龙虾,跟朋友侃侃大山才是最过瘾的。你们很忙,他们也很忙。这里说的“他们”,是本届世界杯背后,默默为大家的便利付出的人。

小龙虾电商的崛起,催生了品虾师这个新岗位,他们在世界杯期间加班吃虾到凌晨;看球当然少不了夜宵,订单增长也让外卖小哥看到了“月薪过万”的希望;如果没有中国女工的出手相救,世界杯吉祥物可能无法按时出现在开幕式上……

事实上,品虾师、智能小蜜培训师等很多人闻所未闻的职业,已经火了很久了,他们都是阿里新零售创造出的新物种、新岗位,是世界杯让这些职业再次引来关注。此外,新零售还创造出机器人饲养员、盒马拣货工等诸多新奇职业。

打通线上线下的新零售,依靠互联网科技平台创新产生就业机会,以新零售为代表的电商正在激发人才新需求。

两米高的大“扎比瓦卡” 中国女工轻松做出来了

这届世界杯的吉祥物,叫“扎比瓦卡”,原型是俄罗斯平原狼。两米高的大“扎比瓦卡”,是授权商当作样品在2017年送给国际足联的。世界杯开始前,国际足联突然想起了这几个“大家伙”,他们提出让俄罗斯组委会弄一批,为重要会议、开幕式等各种大场合“撑场面”。组委会先找了一批俄罗斯本土厂商,但他们看了样品之后都表示,太大,这可做不出来。

远在7000公里外的一群中国女工为俄罗斯解决了一个“大”难题。

在找到阿里巴巴之后,位于浙江、安徽、湖南、广东等超过10个省的30多家制造商,中国各个省份出产的钢条、皮料、丝线和棉花,大多来源于中西部省份的数千名女工,在阿里巴巴的数据库中迅速进行筛选、匹配与整合,锁定合适厂商和工人,汇聚于这项“拯救世界杯的任务”。

一批玩具厂“精英女工”,在不到一个月内,完成了建模、试工再到批量化生产全过程。俄罗斯人颇为头痛的事情,中国女工们自有独特的方法。首先,三个女工一组,先用钢条按照“扎比瓦卡”的造型做出一个两米多高的结构,随后便是缝合,最后需要女工钻进大家伙内部进行充棉。成品重达90斤,最后运往俄罗斯,每个大家伙的运费都高达7000元。

换作过去,这简直是不可能完成的任务。但是依托阿里的电商平台,全国的企业和工人们,完成了一次完美的大协作。

于是,对中国球迷来说,从世界杯吉祥物开始,这届世界杯就一天天热闹起来。

今年的外卖特别发达,世界杯期间甚至做到了24小时配送,球迷点得欢,外卖员很忙;线上线下,小龙虾成了绝对的夜宵中的“当红炸子鸡”,洗虾工很忙,龙虾品鉴师也很忙。

机器人每天陪2万多人“聊天” 还教大家选购足球

看着人类忙得欢,机器人表示不服。

“2010年,我们品牌在天猫上开店,到现在已经8年了。碰到世界杯、奥运会,就是一波销售的小高潮,老顾客在和客服交流时也会聊聊比赛,聊聊赛况。这种时候,如果客服还和平时一样配置,还真是招架不住。我们就想把一些相关话题配置到店小蜜知识库,让店小蜜和客户聊天儿。”

陈铭曦是迪卡侬旗舰店的店小蜜培训师。他刚刚在天猫618大促前夕,完成店铺的店小蜜知识库升级工作。作为一个足球



外卖小哥在排队提货。

迷,陈铭曦自己也是迪卡侬公司足球队的一员。身为球迷,他知道大家在世界杯期间的热情。于是和团队一起搜集世界杯相关资料,准备了这次升级。

他们推出了世界杯主题的足球比赛服,店小蜜可以详细地告诉客户,每件比赛服的材质、特点;世界杯期间,咨询购买足球的客户大大增加,店小蜜还能为客户提供“足球选购”tips,教大家选购技巧。

“我的主要职责,就是给店小蜜输入新知识,让店小蜜不断升级。”陈铭曦说。

店小蜜是阿里巴巴面向平台上的千万商家推出的智能客服机器人,在人工智能训练师的“教导”下,店小蜜能够完成商品咨询、个性化推荐、活动规则介绍、订单修改、退换货咨询等多项服务功能。在消费者咨询到售后的购物全链路里,店小蜜发挥了极大的作用。

除了基础知识包,店小蜜还有一套行业特色知识库,如根据用户数据进行鞋服尺码推荐、回答手机网络内存问题、甄别食品口味和生产日期保质期等。

据了解,仅在天猫618大促期间(6月1日-20日),店铺内足球相关产品的顾客咨询量增长了55%,因为之前店小蜜相关的知识内容更新,在这个智能客服机器人支持下成交的订单有449560单。店小蜜平均每天对22478个消费者的订单作出服务响应。

打通线上线下的 新零售带来新的职业需求

这些新职业,都得益于互联网的诞生。新零售,这个近两年才出现的词,又在不断带动就业,并激发新职业、新事物的出现。

商务部电子商务和信息化司最新发布的《中国电子商务发展报告(2017年)》显示,我

国电子商务就业人员达4250万人,同比增长13%。据中国人民大学统计,2017年阿里巴巴零售生态创造3681万个就业机会。这意味着,我国电子商务就业人员中有近87%来自阿里巴巴生态。

这背后,阿里生态的就业形态也在发生深刻的变革。以“新零售”为代表的电商正在激发人才新需求。传统零售百货、商超企业加速拥抱互联网,纷纷涉足电子商务、新零售业务,随着产业结构的调整,相应带来就业结构、工作岗位、人才技能的变化。

比如,因为外卖这一巨大的市场而产生的大量的外卖配送员岗位。据不完全统计,阿里巴巴旗下本地生活服务平台饿了么就为超过百万名进城务工青年提供了在城市落脚的第一份工作。

又比如,在盒马鲜生这样的新型商业综合体中,创造了诸如“小盒”、捡货员等新型就业形式。

“小盒”是一个营销岗位,每店只设一位,他们是盒马业态中与顾客在线上交流的一个关键角色。时而需要化身为主播,时而变成社区管理员,在线和消费者保持高频互动。新岗位诞生的背后,也折射出对服务和消费者需求的高度重视。

今年3月,中国人民大学劳动人事学院发布《阿里巴巴零售电商平台就业吸纳与带动能力研究(2017年度)》报告,课题组测算发现,2017年阿里零售生态总共带来的3681万个就业机会中,除了电商生态带来的1405万个直接就业型机会之外,还包括543万个支撑型就业机会及1733万个衍生型就业机会,覆盖快递物流、电商服务及上下游等多个环节。

阿里巴巴开放、普惠的电商平台,正在塑造着就业形态的万千可能。



财经圈
扫一扫二维码
了解财经大事