

採用ツールセミナー

効果の出る採用ツール と 失敗する採用ツール の違い

presented by



カケハシ スカイソリューションズ
KAKEHASHI SKYSOLUTIONS CO.,LTD.

10:00 – 11:30

2017.08.30

copywriter Masaki Furuta

Agenda

- 1. 採用課題って何？**
- 2. ターゲットって何？**
- 3. コンセプトって何？**

1. 採用課題って何？

採用課題って何？

採用広告は、

単なる企業説明ではいけない。

採用課題って何？

広告の目的は、**課題解決。**

課題を設定せずに、広告をつくることはできません。

Point

採用広告の目的は

説明

ではなく

課題解決

採用課題って何？

自社の採用課題、
パツと思いつきますか？

A large, empty rectangular input field for text entry.

採用課題って何？

例)



求めるターゲットが来ない

母集団が足りない

選考途中の離脱

内定辞退の多発

採用課題って何？

これらは、**真の課題とは言えません。**

課題の裏に隠れた**課題の原因。**

それこそ、**真に解決すべき課題です。**

採用課題って何？

例)

「なぜ」

求めるターゲットが来ない

「なぜ」

母集団が足りない

「なぜ」

選考途中の離脱

「なぜ」

内定辞退の多発

Point

採用ツールの作り方

課題の原因を特定し、
正しい採用課題を設定する。

採用課題って何？

WORKTIME

自社の採用課題と課題の原因を
考えてみましょう。

(5分)

2. ターゲットって何？

2. ターゲットって何？

例)



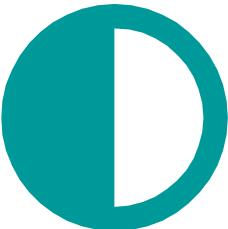
自走できる力

地頭の良さ

コミュニケーション能力

明るく元気

2. ターゲットって何？

 50点です。

こうしたターゲット設定。

2. ターゲットって何？

ターゲットは、

「**資質**」と「**志向**」で分析する。

Point

資質 = 企業がターゲット層に
求めるもの

志向 = ターゲット層が企業に
求めるもの

志向で惹きつけ、**資質**で見極める。

2. ターゲットって何？

企業側は、学生の資質に
ばかり着目しがち。

採用ツール制作にあたって主に考えるべきは、
ターゲットの「志向」です。

2. ターゲットって何？

たとえば、「コミュニケーション能力」の高い学生が
欲しいときに考えるべきこと。

資質

1. なぜ「コミュニケーション能力」を求めるのか。
2. 自社で必要な「コミュニケーション能力」とは
具体的にどのようなものか。

2. ターゲットって何？

志向

- ・ そのような能力を持つ学生は、どのような**志向**なのか。
- ・ そのような能力を持つ学生は、どのような企業を
どのような理由で**志望**しているのか。

ターゲットって何？

WORKTIME

自社の採用ターゲットの志向
について考えてみましょう。

(5分)

コンセプトと採用ターゲットの関係

3. コンセプトって何？

コンセプトって何？

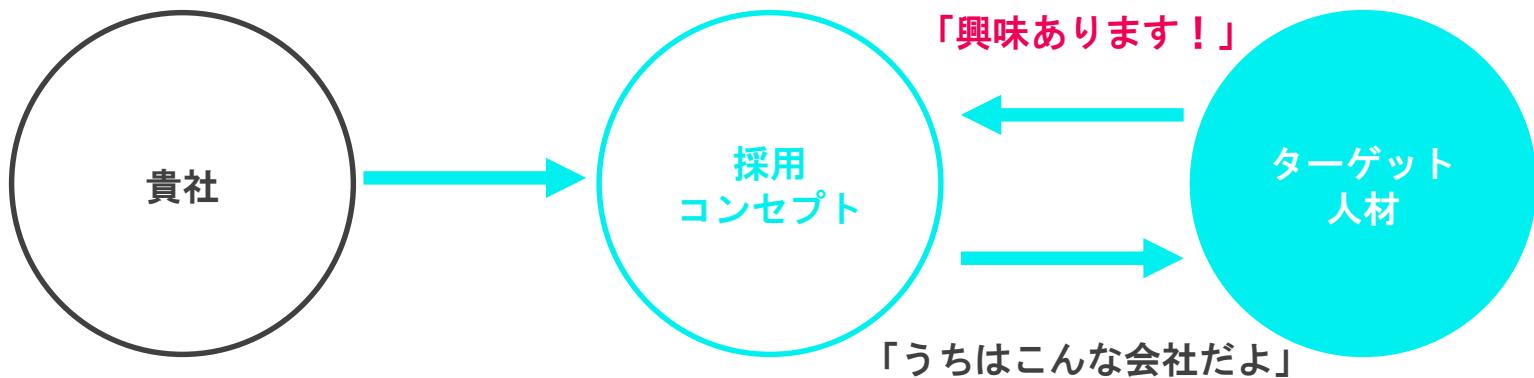
「採用ターゲット」 = 「欲しい人材（資質）」ではありません。

「欲しい人材」で、かつ、**入社する可能性の高い人材**です。

つまり、採用ターゲットを定めるには、同時に、

採用ターゲットが自社に**入社したいと思うような魅力（コンセプト）**を抽出し、

採用ターゲットに向けて発信する必要があります。



コンセプトって何？

コンセプト

ターゲットが**自社を選ぶ理由**

コンセプトって何？



採用広報の罠

学生の入社理由が明確になっていない企業は、
会社側がただしくコンセプトを策定できていない
可能性が高い。

（「人の魅力にひかれた」という入社理由が多く出てくる会社は要注意！）

Point

コンセプトメイク

1. 学生のニーズがある
2. 意欲が湧く
3. 他にない or 他が言っていない
4. ウソじゃない

Point

まとめ

1. 正しい課題設定

課題の原因こそ真の採用課題。

2. 正しいターゲティング

志向と資質を分析する。

3. コンセプトメイク

自社の数々の魅力の中から

ターゲットの志向に刺さりそうなものを1つ決める。

おまけ

おまけ



採用ツールの罠

「こんなオリエンテーションをしていませんか？」

おまけ

A4 1枚…
(※実際の現物)

●●株式会社 2018卒新卒採用 HP オリエンシート

○目的

- 自社の採用ブランド構築
- 訴求力の高いHPを作成し、他社との差別化を図る。
- 競合他社より質の高い学生を確保する。
- エントリーからの会社説明会参加率アップ
- エントリー総数前年アップ
- 理系学生のエントリー前年アップ
- 女子学生のエントリー前年アップ

○ターゲット

- 大学生・大学院生で就職活動をしている平成30年3月卒業見込みのもの
- 理系学生、女子学生

○スケジュール

- 平成29年3月1日アップ予定

○依頼する制作物

- 新卒採用HP

○予算額

- 新卒採用HP 300万円

○デザインイメージ

まずは、強力なインパクトのあるキャッチコピーが必要となる。また、HPを見た学生が忘れられないような新鮮かつデザイン性に優れた構成、また、当社の事業や社員像を分かりやすく説明し、会社の独自性、また、昨今の会社規模・事業の拡大を最大限アピールし、同業他社との差別化を図りたい。

○対応スペック

パソコン・スマートフォン対応

○その他

- ~必要コンテンツ~
- ・会社紹介(過去・現在・未来への展望)
- ・事業紹介
- ・社員紹介・大阪での取材・撮影あり(最低1日、日帰りを想定)
- ・制度紹介(福利厚生制度、研修制度)
- ・プロジェクト紹介
- ・スペシャル企画
- ・リクナビエントリーへのリンク
- ・その他

おまけ

●●株式会社 2018 卒新卒採用 HP オリエンシート

○目的

- 自社の採用ブランド構築
- 訴求力の高いHPを作成し、他社との差別化を図る。
- 競合他社より質の高い学生を確保する。
- エントリーからの会社説明会参加率アップ
- エントリー総数前年アップ
- 理系学生のエントリー前年アップ
- 女子学生のエントリー前年アップ

○ターゲット

- 大学生・大学院生で就職活動をしている平成30年3月卒業見込みのもの
- 理系学生、女子学生

○スケジュール

- 平成29年3月1日アップ予定

おまけ

○依頼する制作物

➤新卒採用 HP

○予算額

➤新卒採用 HP 300 万円

◎デザインイメージ

まずは、強力なインパクトのあるキャッチコピーが必要となる。また、HPを見た学生が忘れられないような斬新かつデザイン性に優れた構成、また、当社の事業や社員像を分かりやすく説明し、会社の独自性、また、昨今の会社規模・事業の拡大を最大限アピールし、同業他社との差別化を図りたい。

◎対応スペック

パソコン・スマートフォン対応

おまけ

《今回は複数社のコンペとさせていただきます》

- コンペ参加については無料にてお願ひいたします。
⇒別紙の参加証の提出願います。(提出方法:メール PDFで提出 7/11 締切)
- 統一感を図るためプレゼン資料は紙でお願いします。
(トップページデザインとページ構成のご提案をお願いします)
- 制作費用に、取材費・出張費を含めてください。
- ライティングチェックを行わせていただきます。弊社の会社案内3Pにある社長メッセージをタイトルも含めて800字以内で全て再作成して下さい。お手数ですが、プレゼン資料と併せて提出願います。貴社より参加証受領後、会社案内を送付いたします。
- 契約の締結は、社内手続き上、8月下旬となります。予めご了承下さい。

《今後の予定》

- 7月8日(金) オリエンシート配布
- 7月22日(金) 午後 事前打ち合わせ
- 7月29日(金) 午後 プrezen(各社1時間)
- 8月上旬までに決定、ご連絡

おまけ

◎その他

質問はメールにて 1 回のみ受付いたします。
それ以降の質問は受付できませんので、
予めご了承下さい。