

選ばれる会社になる!

採用ブランディングの Web戦略 BOOK

CREATIVE SERVICES
KYOEI WORKS

人材を
込んでいるのは

採用担当歴2年
あけみ

採用活動しててさ、
は集まるんだけど...
に取られちゃうんだよね
他社

自社

他社

6



7

まずは、**他社との差別化**が重要で
「この会社がいい」になる採用ブランディングをしていくことが大切!

そして
その採用ブランディングをしていくのに、
WEBの活用が
カギになってくるんだよ!

WEB活用?

8

採用サイトは、
会社の情報を確認するために、
ほとんどの求職者が訪れるよね!

だからこそ! 採用サイトで、
他社との差別化 **共感** を
得るための工夫をしてアピールするの!

自社

アピール

9

自社

会社の独自の価値
を発信

10

共感
こう働きたい!

共感を生む
情報提供

11

職場の働きやすさ
を紹介

12

応募までのハードルを
下げる工夫

13

会社の独自価値の発信や
共感を生む情報を
提供することで、
他社との差別化をして
「この会社がいい」と
思ってもらえよう!

なるほど!

14

そういえば!
前に営業活動してた時も
WEBを活用して、
顧客にアプローチしてた!

それと同じ感じか!

そうそう

15

あと!
より視覚的なアプローチで印象付けを行うなら
動画コンテンツもいいよ!

見たままに近い形で伝えられるから
共感 と **信頼** を
得ることができるの!

動画!

16

自社

社会的役割

会社の目指す方向性

会社のビジョン・ミッションを明確化できる

17

環境

雰囲気

社員の声

社会の文化

職場や文化を可視化できる

18

動画か〜!

商品やサービスを顧客に紹介する時
なんかに使っていただくと、
採用活動でも友好的なんだね!

そうなの!
求職者に十分な情報を得てもらって、
会社について深く理解し、共感してもらう!

その結果!

「この職場で働きたい!」という
納得度・志望度の高い状態に
もっていくことができるんだよ

19

でもさ〜

具体的に何を
打ち出していけば
良いのが難しいよ〜!
予算も限られてるし!

20

それなら!

全部できるところに依頼するのが
効率的なんじゃないかな!

メリット

- ✔ 企画段階から相談・提案が可能
- ✔ 総合的なアドバイスをしてくれる
- ✔ 何度も打合せしなくて済む
- ✔ コンセプトのブレがない
- ✔ 必要な部分を必要なだけ、
必要なタイミングで依頼できる
- ✔ 予算のコントロールが可能

それなら
できそう!

21

詳しい説明は

次のページへ

近年の求職者は、求人に興味を持った会社の情報を確認するために、必ず会社のホームページを訪れます。人材を逃さないためには、その二回目の接点で確実にアピールできる環境を整えることが大切です。

採用サイトの重要性

求職者との二回目の接点として、採用サイトがあれば、求職者に向けた情報をしっかり提供することができます。

ターゲットを明確にして、会社の知ってほしい情報と求職者の求める情報を精査し、掲載しましょう。



他社との差別化、求職者の共感を得るために。

- 会社の独自価値の発信
- 求職者が他社と比較して「この会社ならではの強み」を理解できる内容を盛り込む。
- 共感を生む情報提供
- 会社のミッションや価値観を、求職者が共感しやすいように紹介する。
- 職場の働きやすさ
- 職場の雰囲気や働きやすさの情報を具体的に紹介し、信頼感を築く。

また、応募フォームを用意し、エントリーまで簡単に完結できるようにすることで、応募へのハードルを下げるすることができます。

動画は、会社の魅力をダイレクトに伝えることができ、共感を得やすい手段です。

職場の雰囲気や実際の業務内容、社員のインタビューなど、見たままに近い形で紹介することで、求職者の理解度が深まります。メラビアンの法則に基づく、コミュニケーションにおいて人が受け取る情報の93%は視覚(55%)と聴覚(38%)から得ていると言われています。動画であれば、文字だけでは伝えきれない「感情」や「信頼感」を伝えることができ、求職者により深い印象を与えることができます。

また、1度作成してしまえば様々な場所で使えるので、説明会などのリアルイベントでも効果的に活用できます。

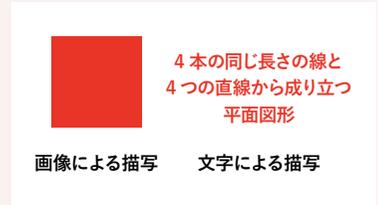
Visual 展開による認知度向上 視覚的要素がもたらす4つの効果

「動き」で目を引く

人は元来、動くものに目が奪われやすい性質を持っています。敵から身を守り生き残るために、人間は本能的に「動き」に対して注意を払うためです。

多くの情報を正確に伝える

人はおよそ0.1秒で画像の内容を認識すると言われます。これに対し、文字を使って説明すると何倍もの時間がかかります。

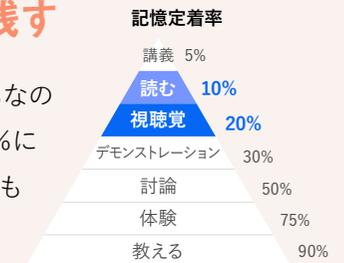


感情でつながる

感情は人のさまざまな選択や行動に大きく影響するため、何らかのアクションを促すことを目的とした広告コミュニケーションでは、動画が絶大な効果を発揮するのです。

記憶に残す

文字を読んだ際の記憶定着率が10%なのに対し、動画を視聴した場合には20%になるそうです。つまり動画は、文字よりも2倍、記憶に残りやすいのです。



SNS は、採用サイトでは伝えきれないカジュアルでリアルな情報を発信する場として非常に有効です。求職者は、実際に働くにあたって自分と合った職場かどうかを知りたいと考えています。どんな人がどんな風に働いているか、会社の雰囲気を確認できるコンテンツを投稿しましょう。採用サイトにプラスしてより具体的な情報を提供することで、比較検討された時に他社と差をつけるきっかけになります。採用サイト⇔SNS の導線を整え求職者を自社のコンテンツ内で循環させることで単純接触効果による志望度の向上も見込めます。



近年の求職者は、求人に興味を持った会社の情報を確認するために、必ず会社のホームページを訪れます。人材を逃さないためには、その二回目の接点で確実にアピールできる環境を整えることが大切です。

1 ヒアリング・現状確認

必要な施策の提案

- 年度コンセプト・キャッチコピー設定
- ビジュアル展開
- 各ツール・コンテンツへの展開検討

実施

- 採用サイト改修
- コンテンツの制作

効果測定・改善

- 定期的な効果測定
- 打合せ

年度振り返り・次年度打合せ

- ターゲット決定
- 年度コンセプト・キャッチコピー設定
- ビジュアル展開
- 各ツール・コンテンツへの展開検討

次年度も同様にPDCAを継続

全体を把握しサポートし、このサイクルを繰り返して年度ごとに改善・発展を図ります。

2 施策例

認知～情報収集

- 採用サイトの整備 採用コンセプトに沿って採用サイトを改修。ターゲットに合わせた情報を展開。

3 検討～内定・入社

- 求職者の囲い込み 求職者だけが見ることのできるクローズな環境で情報提供や交流を行い、心理的な結びつきを強める。会社側から状況確認が容易な環境にもちこむ。
- 入社までのフォロー 内定者に対して、継続した情報発信、コミュニケーションを行うことで入社までの内定者の不安をフォローし、内定辞退を防ぐ。入社前研修なども可能。入社前に会社の雰囲気慣れてもらうことで、入社後職場に慣れながら仕事も覚えて…という負担を軽減できる。(シェアエイムを利用した会員制の情報発信・コミュニケーション)

4 入社後

- 次年度の検討材料 新入社員に対して、採用活動に対するアンケートの実施。生の声から採用を最新アップデート。
- 新入社員の育成 社内研修・業務マニュアル・社内情報の共有など、必要な情報にいつでもアクセスできる体制づくりによって新入社員をサポート。学びやすさ、働きやすさが社員の定着を支えます。

求職者が「他社ではなく、この会社を選びたい」と感じるような差別化が必要です。

認知の次のステップでお悩みの場合は、公開している情報を総合的に見直して選ばれる会社になるブランディングを行いましょう。

CREATIVE SERVICES KYOEI WORKS

共栄ワークスなら、全てサポートできます!

私たちは、採用を含むコーポレートのブランディングに自信があります!

Web 制作会社の強みとノウハウを活かし、採用サイト制作、動画コンテンツの制作、SNS 導入・運用サポート、
全て企画段階から柔軟に対応可能です。貴社の採用活動に必要なことを洗い出し、最適なお提案をさせていただきます。

ご相談・お見積りは無料です。まずはお気軽にご相談ください。



06-6446-2271

9:00 ~ 18:00 (土日祝・年末年始を除く)



info@kyoeiworks.com