

2018年度新卒母集団獲得アプリ誕生!

採用!  
革命!

1 Dayインターンシップから始める

## “就活生フォロー”レポートNo30

株式会社サーフボード

執筆 田嶋 節和

〒910-0842 福井県福井市開発2丁目614

TEL 0776-52-2134 FAX 0776-52-2135

URL <https://www.surfboard.jp/>

E-mail [tajima@surfboard.co.jp](mailto:tajima@surfboard.co.jp)

### 採用におけるリードナーチャリングの 意味や実践方法

リードナーチャリングという言葉を知っていますか? マーケティング用語なので知らない人も多いかと思いますが、新卒採用の担当者から近年注目されるようになってきました。一体それはなぜでしょうか。リードナーチャリングの意味や注目されてきた理由をまとめました。

#### リードナーチャリングとは

リードナーチャリングとはマーケティング用語で、直訳すると「見込み顧客の育成」という意味です。潜在顧客や見込み顧客に対してアプローチを段階的に行い、徐々に購入意識を育てていく戦略として使われています。具体的にはメルマガやセミナーなどで集めた顧客リストを自社の製品やサービスへの購買意欲を高めてもらう手法・プロセスが該当します。

似たような言葉として「リードジェネレーション」があります。リードジェネレーションとは「新規開拓」もしくは「見込み顧客の獲得」という意味です。将来、顧客となる可能性を持つ個人や企業を創出するためのマーケティング活動全般を指します。具体的には顧客にアプローチするために必要な電話番号やメールアドレスなど個人情報の取得が中心です。テレアポやDMなど営業活動も広義では含まれます。このマーケティングの考え方は新卒採

用においても重要なポイントになってきました。

#### いま問われているのは「見込み顧客の育成」

インターンシップに参加してくれた学生は自社にとっての見込み顧客、潜在顧客と言えます。しかし、説明会やインターンシップには参加しても、本エントリーはしてもらえない課題が少しずつ増えてきています。ある企業では夏季インターンシップの参加者のうち本エントリーに進んだのは約30%と知っている以上に低い水準だったそうです。

これはインターンシップの満足度や企業の魅力以外にも、インターンシップ後から本エントリーまでの空白期間も原因の一つだと思われます。半年以上も連絡が無いと、どうしても興味・関心は薄れてしまうものです。

これからの採用活動では「会社に興味をもってもらうか」と同じくらい「興味・関心を維持・向上させられるか」が大切になってきました。この課題を解決しようとする経営者や採用責任者が増えてきたため、リードナーチャリング(見込み顧客の育成)というマーケティング手法に注目が集まり始めました。

#### すでに実践できている企業も!?

リードナーチャリングは言葉を知らなくても実践

できている企業も多いです。なぜなら大学生にセミナー参加の御礼メールを送ることも見込み顧客の育成と言えるからです。他にも採用ブログやソーシャルメディアも見込み顧客の育成と言えます。ただし、戦略的に実践できている企業はほとんどいません。

多くの企業が陥りがちなのが 8 月にインターンシップ後に半年間の空白があり、3 月に再び連絡をとることです。これでは前述したとおり興味・関心は薄れてしまいますよね。せっかくインターンシップを開催しているなら、本エントリーに繋がってほしいのが採用担当者の本音です。そのためにリードナーチャリング(見込み顧客の育成)を戦略的に実践してみましょう。

### リードナーチャリングの効果的な実践方法

就活マーケットでのリードナーチャリング(見込み顧客の育成)が難しいのは、これまでメール、DM、SNS くらいしか選択肢がなかったことです。これらのツールで実践しようとなると、かなり非効率な手段になってしまいます。そういった課題に悩む採用担当者の声を反映させたのが『Chaku2 NEXT(チャクチャクネクスト)』です。

Chaku2 NEXT はスマートフォンアプリなので、学生への連絡にプッシュ通知が実現できており、スマホ世代と呼ばれる学生と相性が良いツールです。また Instagram(インスタグラム)に近い操作画面のため、いいねスタンプなど双方向の気軽なコミュニケーションが可能になっています。リードナーチャリング(見込み顧客の育成)において継続的な情報発信が重要なポイントですが、投稿も非常にシンプルで、写真で企業のリアルな情報をアピールできます。

### まとめ

採用現場で注目され始めているリードナーチャリ

ングというマーケティング活動をご紹介させていただきました。見込み顧客の育成という考え方は長期化している新卒採用において今後より注目されていくでしょう。

興味・関心を継続してくれるために、どんな内容を、どのツールで、どのタイミングで情報を発信するのか考えるきっかけになれば幸いです。インターンシップをおこなっている企業はぜひ取り入れてみてください。

PR =====

**Chaku2 NEXT (ちゃくちゃくネクスト) 導入ユーザーのインタビュー動画を公開しました。** 福井銀行様、(株)PLANT様、永和システムマネジメント様、日本システムバンク様、タッセイ様の 5 社の採用担当者の方にインタビューさせていただきました。

掲載記事は下記 URL です。

<https://www.chaku2.jp/lp/#voice>

=====

クローズド(招待型)でビジュアル SNS アプリをあなたの会社は、A/B どちらに利用しますか？

A) より多くの就活生(大学 3 年生)と会社をつなぎ確実に母集団形成する新卒採用支援アプリとして  
→「**アプリエントリー**」(就活生フォロー)

B) より密接に内定者(大学 4 年生)と会社をつなぎアプリとして  
→「**内定者フォロー**」

このアプリは **AB2つのグループをハイブリッドにフォロー**できます。

**クローズド SNS ですから、情報漏れの拡散や就活生のプライベート介入の心配がありません。**

また、企業説明会、選考面接日程などの連絡・お知らせ機能や、アンケート機能なども備えており、採用担当者との円滑なコミュニケーションを支援するスマホアプリです。さらに、内々定がもらえて後、入社式、さらに新人研修期間まで継続利用が可能です。

**プッシュ通知で、素早く確実に情報を伝えることができます。**

アプリエントリーChaku2(ちゃくちゃく)NEXT

詳細は→ <https://www.chaku2.jp/lp/>

運用:株式会社サーフボード

(<https://www.surfboard.jp/>)

〒910-0842 福井県福井市開発2丁目 614

TEL:0776-52-2134 担当:本庄 孝司