



”内定者フォロー”レポートNo76
株式会社サーフボード
執筆 田嶋 節和
TEL 0776-52-2134 FAX 0776-52-2135
URL <https://www.surfboard.jp/>
巻末にアプリ体験方法記載しています。

採用ブランディングを成功させる 5 ステップ

採用ブランディングとは企業のファンを増やすことで「この会社で働きたい」という人を増やすマーケティング手法です。採用活動を通じて企業の価値を上げることにより優秀な人材でなおかつ企業のファンである人を採用して、内定辞退やミスマッチ、離職率の低下を図ることを目的としています。この採用ブランディングは 5 つのステップで実践することができます。

ステップ 1：採用したい人材を明文化する

どんな人材を採用したいのか文章で明確に表現してみましょう。求人票に記載する必要項目の他に下記の 2 点について文章で説明できるようにしてください。

- ・社風
- ・社風に合う人物像

この 2 点は求職者が重視することであり、入社後に「なんだか馴染めない」と離職に繋がる要因でもあります。社風であれば「飲み会をよくやる」「仕事が終わるとすぐに帰る人が多い」という自社のあるあるネタを集めたもので十分です。同様に社風に合う人物も考えてみましょう。

ステップ 2：採用競合をリサーチ

マーケティングの基本にある 3C「company(自社)」

「customer (顧客)」「competitor (競合)」を採用ブランディングでリサーチが必要な対象を指す 3C として使います。

採用ブランディングの 3C とは「company(自社)」「customer (採用したい人材)」「competitor (採用競合)」になります。ここでは採用競合をリサーチします。

採用競合は企業としてみた競合他社と、今までに内定辞退した人が入社を決めた企業や応募してきた人が同時進行で受験していた企業です。特に内定辞退をした人が選んだ企業は、採用したい人材が勤務するのに自社よりも魅力を感じた企業であるため、どこが自社より優れているのかりサーチしましょう。

ステップ 3：自社の弱点を知り弱点克服策を考える

「competitor (採用競合)」の次は「company (自社)」です。自社のブランディングの問題点を知りましょう。採用ブランディングとは簡単にいえば採用活動のことです。ここでは今までの採用活動を振り返ります。問題点を知るために活用したいのが口コミサイトです。

新卒採用：「みんな就」「就職会議」

中途採用：「Vokers」「転職会議」

口コミサイトの信憑性は疑わしいものがあります

が、中には本当に「不愉快な思いをした」と思って書いている人もいます。目をそらさずに読んで弱点を知りましょう。

また、採用活動全般を通して他社より劣っている、または遅れを取っている点も出してください。そのうえで、浮き彫りになった採用ブランディングの課題解決策を考えてみましょう。

ステップ 4：自社の強みを洗い出してブランディングワードを決定する

自社の弱点の次は強みです。採用市場において競合他社に「これは負けない」というポイントをいくつか挙げてみましょう。「仕事に情熱を持っている人が多い」でも「商品企画力」でも構いません。

その中で特にアピールしたいキーワードをブランディングワードとして1年間、求人票や求人サイト、採用パンフレット、採用HP、SNS、会社説明会で頻繁に登場させて「情熱といえばA社」と求職者に覚えてもらうようにします。

なお、ブランディングワードと一緒にブランディングカラーを決めて使用すると求職者の印象に残りやすくなります。

ステップ 5：ブランディングの展開方法を決定する

「competitor(採用競合)」から「company(自社)」と来たら最後は「customer(採用したい人材)」です。自社が採用したい人材が何を見て応募してくるのか応募経路をリサーチします。

■基本ツール

求人票、求人サイト、採用HP、会社案内、会社説明会、選考会

■補助ツール

ノベルティグッズ、Twitter、Facebook、Instagram、LINE、ブログ、Meet up(勉強会、セミナー)

そのうえで、どのツールを使ってブランディングを展開していくのか決定します。

おわりに：採用ブランディングの成功には社員の協力と地道な継続活動が必要

採用ブランディングを成功させるには社員の協力が必要です。採用担当がどんなに採用ブランディングを行っても面接で訪れた求職者に社員が挨拶をしない、禁煙エリアで喫煙をしていたら台無しです。

また、採用ブランディングは継続しないと意味がありません。特にネット媒体は継続しないと読者が離れてしまいます。さらに、SNSには拡散の震源地が必要です。面白いと思ったら拡散してもらいように社員に協力してもらいましょう。

そのためには、採用のネタだけではダメです。自社商品を使った裏技や社員の特技紹介などのネタを盛り込む工夫が必要です。ブランディングの効果が出るには時間がかかります。粘り強く活動していきましょう。

スマホアプリ「Chaku2NEXT」のデモをいますぐ体験できます。◆◆◆◆◆◆◆◆◆◆

1) お使いのスマホに「ちゃくちゃくネクスト」 アプリ無料ダウンロード

・Google Play または App Store で
「chaku2-next」と検索

2) ダウンロードが完了したら、

・企業IDに「jinji」と入力

3)ユーザーログイン画面でメールアドレスとパスワードを入力

デモアカウント:member@chaku2.jp

パスワード:1111

を入力します。

お問い合わせ先



株式会社サーフボード

担当者：本庄孝司

honjo@surfboard.co.jp

連絡先：0776-52-2134

〒910-0842 福井県福井市開発2丁目614

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