

J A I R O 2 0 2 0

優秀な人材とコラボレーション

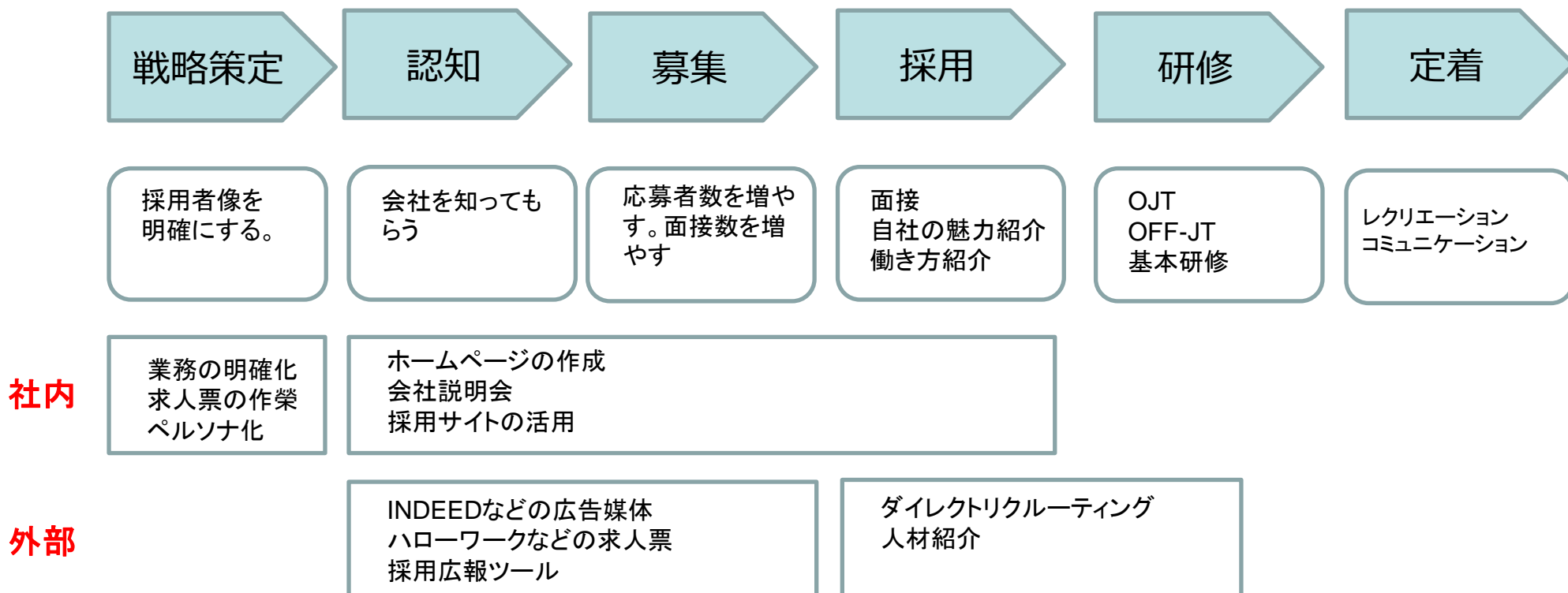
Presented by ジャイロ総合コンサルティング株式会社



採用マーケティング

採用マーケティングとは採用活動にマーケティング的な技術を活用することを指します。近年、人材をHR(ヒューマンリソース)という人を単なる労働力ではなく、会社がもつ資源として活用していく手法に脚光が当たり、そのような専門部署を置くようになった。旧来の人事部は労務管理や給与管理が中心であるのに対し、人材戦略の策定、実行が使命となります。またライフワークの多様化に伴い、企業に対して求める働き方も異なるようになった。

そのため、自社と求職者との様々な接点を持ち、効率的かつ自社に適した採用が求められマーケティング手法が取り入れられた。



採用者ペルソナの設定

採用者ペルソナとは、『企業が自社で採用したいと思われる求職者について、もっとも重要で象徴的なモデル』の事を指します。女性とシニア層では同じ職種で採用をするにしても、求める役割が異なったり、働き方が異なったりし、求職者側からみても、就職活動時に求める情報が異なります。

こうした求職者との接点や情報の乖離が発生させないために、採用者ペルソナを設定し訴求力を高める事が求められる。

ステップ① 自社の業務内容の洗い出し



ステップ② 業務に合った人物像を設定する。

セグメンテーション化



- ・デモグラフィック 性別、年齢、住んでいる地域、所得、職業、学歴、家族構成
- ・サイコグラフィック ライフスタイル、行動、信念(宗教)、価値観、個性、購買動機

ステップ③ ペルソナ化



東京 太郎

42才

神奈川県在住、持ち家 家族構成は妻と子供3人(子供は全員小学生) かかあ殿下

趣味 ゴルフ、旅行

性格 家族愛が強く、週末は家族との時間を大切にする。論理的な考え方を好み、まずは原則に従う。柔軟性はあるので比較的幅広く対応できる。

職歴 営業職で10年勤務。その後昇進と共に総務、人事などを歴任する。

前職の退職理由 転勤を命じられたが、受け入れられなかったので、退職。

ペルソナマーケティング

マーケティングミックス（4P）とは？

「ペルソナ」とは古典劇で使われていた「仮面」のことであったが、心理学者のユングが「人間の外的側面」の概念をペルソナと呼んだことから、マーケティングにおいては、「企業が提供する製品・サービスにとって、もっとも重要で象徴的なユーザーモデル」の意味で使われている。

氏名、年齢、性別、居住地、職業、勤務先、年収、家族構成といった定量的なデータだけではなく、その人の生い立ちから現在までの様子、身体的特徴、性格的特徴、人生のゴール、ライフスタイル、価値観、趣味嗜好、消費行動や情報収集行動などの定性的データを含めて、あたかも実在するかのような人物像を設定するが、更にイメージを明確にするために顔写真などが用いられる場合もある。

具体的にイメージをする。

「Soup Stock Tokyo」のペルソナマーケティング 「秋野つゆ」という架空の女性を設定して、彼女が好むスープというコンセプトで戦略を立案している。

秋野つゆの主なプロフィール

- 都心在住の37歳
- 独身か共働きで経済的に余裕があるキャリアウーマン
- 社交的な性格で自分の時間を大事にする
- シンプルでセンスの良いものを好む
- 個性的でこだわりがある
- フォアグラよりレバ焼きを好む
- プールではいきなりクロールから始める



トリプルメディア

トリプルメディアとはデジタルマーケティングが主流になってきた時代に、マーケティングにおけるメディア戦略を考えるために、新しく生まれてきた考え方で、消費者と接点をもつためにある様々なメディアを3つに分類・整理したものです。

①オウンドメディア

オウンドメディアとは、自社が所有・管理しているメディアで、通常は自社のWebサイトやブログを指します。自社で管理、内容のコントロールが行えるために自社の戦略に応じた情報発信が出来ることが大きな特徴です。具体的にはHPやブログ、自社管理のSNS、ECサイトやメールマガジンなどになります。

②ペイドメディア

外部のメディアなどに料金支払って(pay = 支払う)コンテンツを掲載するメディアで、展開する広告量により、広く消費者に訴求することが可能となります。しかし、情報量や接触機会を増加させるには、それに比例してコストが発生することになります。

③アードメディア

信頼や評判を獲得するための(earn = 獲得する)メディアです。情報の拡散に利用される口コミやSNSなど消費者の意見が見ることが出来るため消費者の信頼度が高いことが挙げられます。企業からはコントロールできない事が大きな特徴となります。

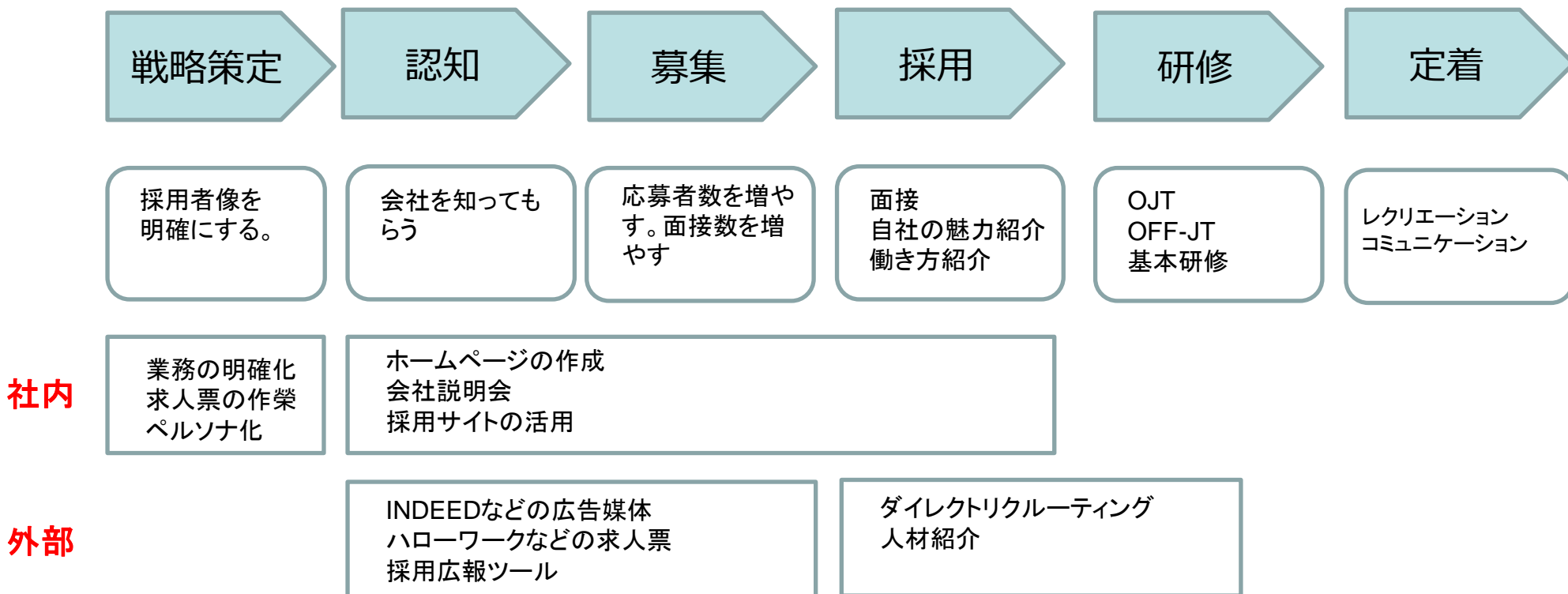
	コントロール	情報量	信頼
オウンドメディア	○	多	△
ペイドメディア	△	少	△
アードメディア	×	×	○



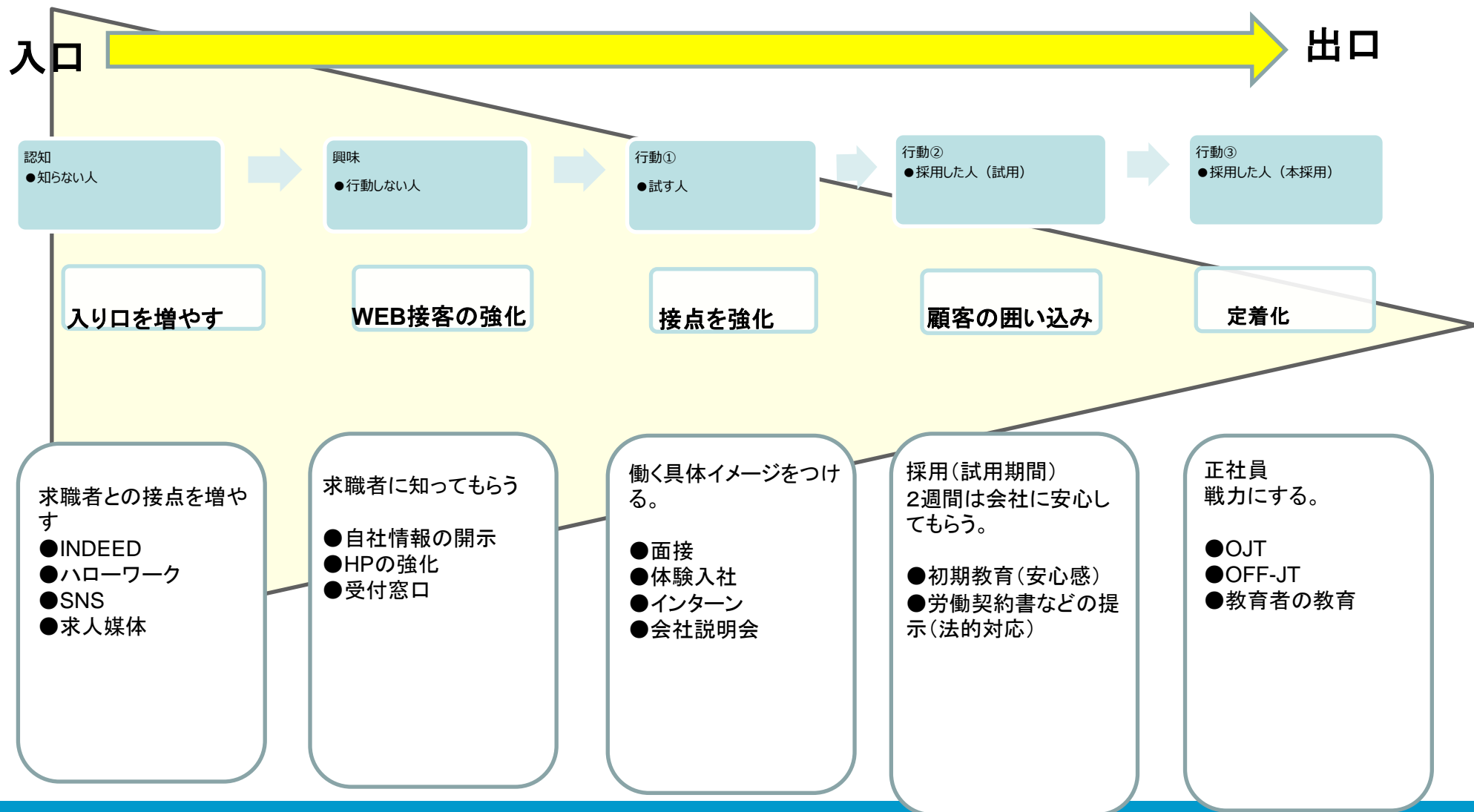
採用マーケティング

採用マーケティングとは採用活動にマーケティング的な技術を活用することを指します。近年、人材をHR(ヒューマンリソース)という人を単なる労働力ではなく、会社がもつ資源として活用していく手法に脚光が当たり、そのような専門部署を置くようになった。旧来の人事部は労務管理や給与管理が中心であるのに対し、人材戦略の策定、実行が使命となります。またライフワークの多様化に伴い、企業に対して求める働き方も異なるようになった。

そのため、自社と求職者との様々な接点を持ち、効率的かつ自社に適した採用が求められマーケティング手法が取り入れられた。



採用マーケティングの具体策



INDEEDとは

Indeedは求人情報だけを集約する検索エンジンであり、様々な求人情報、採用情報などを集約した求人用の総合サイトとなります。国内に約1000万人を超える利用者がおり、仕事探しのツールとして活用されています。

2004年にアメリカでサービスがスタートし、日本では2012年に、リクルートホールディングスが買収してサービスを提供しています。近年ではテレビCMを頻繁に放映することで、その認知度は求職者にとどまらず広がっています。

INDEEDの強さ!!

- ① 求人検索数
- ② 強力なSEOによる集客力
- ③ ユーザーマッチ力

INDEEDの活用方法

- ① Indeed有料広告を活用する
- ② INDEED内に求人ページを作成する。
- ③ 自社HPへの誘導（クローリング）



indeed

求人広告を掲載

アカウント情報

貴社の基本情報を入力ください。

会社名

従業員数
人数を選択

お名前

電話

弊社をどこでお知りになりましたか?

POST

仕事内容

WEB
自営業 兵庫県
¥900 - ¥1,500 時給

仕事内容及びアピールポイント
例：簡単なPC操作での一般事務など/研修が充実/スキルアップにより昇給も可能

求める人材 (任意)
例：高卒以上/未経験者積極採用/シニアも活躍中

勤務時間・曜日 (任意)
例：平日のみの安定バイト、月～土の間で週1日から、隔週休2日制 (シフト制・応相談)

交通アクセス (任意)
例：東海道本線・湘南新宿ライン・相模線の複数路線使えます、JR茅ヶ崎駅からバス「茅ヶ崎高校前」徒歩3分