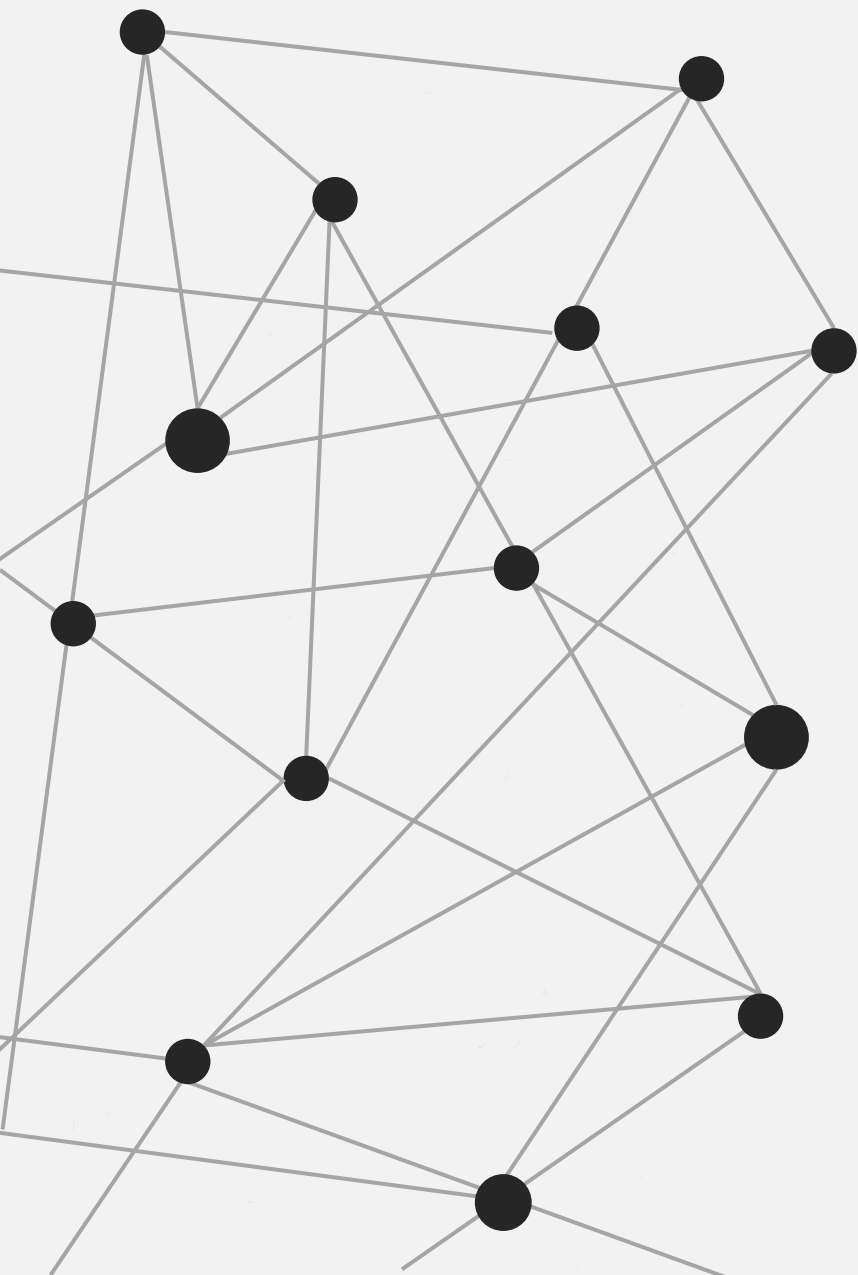




HeaR inc.

T2D3の実現可能性を上げる SaaS2周目人材の採用戦略

2周目人材のキャリア課題/広報記事のタイトル案/求人票例など

Agenda

01 SaaS組織フェーズ別採用戦略

- SmartHR社の事例
- ANDPAD社の事例
- SaaS事業に必要な職種・ポジション
 - マーケティング
 - インサイドセールス
 - フィールドセールス
 - カスタマーサクセス
 - エンジニア
- HeaR考察

02 SaaS2周目人材に必要な〇〇とは

- SaaS2周目人材のペルソナ
- SaaS2周目人材のよくあるインサイト
- 刺さるタイトルの付け方（求人・広報記事・スカウト）
- 刺さる求人票
- 刺さる採用広報記事（テックブログ記事）
 - マーケティング
 - インサイドセールス
 - フィールドセールス
 - カスタマーサクセス
 - エンジニア

会社概要・無料相談のご案内

01 SaaS組織フェーズ別採用戦略

組織フェーズ別採用戦略（SmartHR社）

- スタートアップから成長企業、安定企業になっていく企業の採用戦略を紹介
- フェーズごとに適切な施策を把握しておくことで、効果的な採用戦略を立てることができる



組織フェーズ別採用ポジション（SmartHR社）

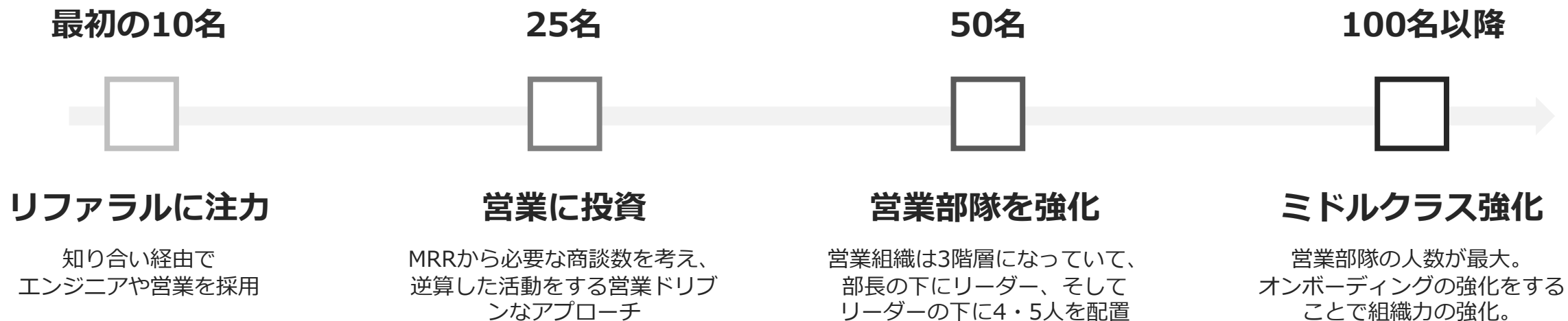
- ホリゾンタルSaaSである同社は、マーケティング、カスタマーサクセスの割合が多く、市場での早期認知を狙っている
- もし今やり直すとしたら、人事担当者を早めに設置するとのこと

	セールス	カスタマーサクセス	マーケティング	エンジニア	サポート	プロダクト	QA	コーポレート
1-10名	2人	0.83人	1人	4人	0.5人	1.33人	0人	0.33人
11-50名	5人	2.33人	3.5人	8人	2人	1.83人	0人	2.33人
50-100名	11.33人	6.66人	5.83人	14人	6人	1.83人	0人	4.33人
100名-	26.33人	16.66人	11.33人	23人	6人	7.83人	0.5人	8.33人

※参照：SaaS企業が成長を果たす上でぶつかる「組織の壁」——SmartHRとオクトが語る

組織フェーズ別採用戦略（ANDPAD社）

- スタートアップから成長企業、安定企業になっていく企業の採用戦略を紹介
- SmartHR社との違いは、セールスメンバーを早期に採用し、組織作りを行っていた点



組織フェーズ別採用ポジション（ANDPAD社）

- バーティカルSaaSである同社は、セールスの人数が多くなっている
- 組織や制度設計は25人～から着手して、整備しておく体制が整う

	セールス	カスタマーサクセス	マーケティング	エンジニア	サポート	プロダクト	QA	コーポレート
1-10名	2人	1人	0人	4人	2人	1人	0人	1人
11-50名	5人	3人	0人	7人	5人	1人	1人	3人
50-100名	18人	7人	3人	9人	5人	2人	1人	5人
100名-	43人	9人	4人	20人	10人	2人	1人	9人

※参照：SaaS企業が成長を果たす上でぶつかる「組織の壁」——SmartHRとオクトが語る

HeaR考察

SmartHR社、ANDPAD社の組織作りから学べることを3つのポイントでまとめました

01

事業戦略に紐付いた組織開発、採用施策を進めるべし

SmartHR社の場合は早期の認知形成を作るためにマーケターとエンジニアの採用を早期に進めた。ANDPAD社の場合はパーティカル領域で独占を作るためにセールスの採用を最も注力していた。自社の事業戦略に紐付いた組織開発、採用施策を進めるべき。

02

マネジメントレイヤーの採用タイミングが事業のグロースを左右する

SmartHR社は50名のタイミングでCOO／CFO採用を実現。その後資金調達が進み、組織も堅固になったため、グロースした。ANDPAD社は50名のタイミングでセールス組織を作り、各組織にミドルマネージャーを配置した。マネジメントレイヤーの採用を適切なタイミングですることで事業が伸びていく。

03

今後はSaaS2周目人材を採用する採用力があるかどうか鍵

SaaS企業は「優秀な人材を早期に採用し、理想の組織を作り上げられるかどうか」が事業成長に大きく寄与していた。今までは市場が成熟していなかったため、SaaS企業はSaaS未経験人材を採用するのが一般的であったが、今後は変わる予測。SaaS企業で一通り経験したSaaS2周目人材が市場で動く可能性が高い。2周目人材を採用した会社はよりスピード感をもって成長していく

マーケター

02 SaaS2周目人材の採用施策

マーケター経験者のペルソナ（一例）

山本 久雄

横断的な業務を希望



個人情報

- ・年齢：25-39才
- ・性別：男性
- ・居住地：東京都
- ・年収：年収450万円～700万円
- ・職種：自社SaaSプロダクトのマーケティング担当
- ・就職活動ツール：BizReach、Wantedly
- ・現職：従業員評価ツールのSaaS企業

保有スキル

- ・セミナーやイベントの戦略立案・実行
- ・少人数のマネジメント経験あり

経験サマリー

新卒で営業会社に入社するも、これからのキャリアに不安を覚え、デジタルマーケティング会社に転職。その後、SaaS企業×toBマーケティングに関心を持ち、現職へのキャリアチェンジ。プレイングマネージャーとして、3名のマネジメントを行いながらセミナー運営など業務は多岐にわたる。

キャリア課題

- ・toB向けのマーケティングスキルの幅を広げたい
- ・上流の戦略設計～施策実行まで責任を持ってやり遂げたい
- ・新しい環境で自分の力を試したい、市場価値を高めたい。
- ・社会課題の解決ができるような事業を行いたい。

マーケター2周目人材のよくあるインサイト



業務範囲

実施施策の幅を広げたい



戦略設計

施策実行だけではなく、
マーケティングの戦略設計に
携わりたい



市場の成長性

成長市場の中で
幅広い施策を試したい
広告予算がかけられる
会社に行きたい



社会貢献性

SaaSを通して自分の関心が強い
社会課題を解決したい

刺さるタイトル | マーケター

タイトルの付け方を元にした、一例を紹介します。

求人

獲得リードの5割がオーガニック！
カジュアル面談で〇〇社の
SEO戦略を伝授

LPのCV率が脅威の15%越え！？
SaaS企業のLP運用の
勝ち筋教えます！

広報記事

ユニットエコノミクスが4を切るまで
踏み続ける！
〇〇社のPaid施策一覧を紹介

マーケティング組織〇〇人突破！
～組織図を公開～

スカウト

バーティカルSaaSに興味ありますか
市場の8割を独占する方法を
語りあいましょう

CAC回収期間が12ヶ月→6ヶ月に！
マーケティングチームの
3つの秘策を話します！

マーケターに刺さる求人票

応募率が高まる要素が詰まっている求人票例です（Sansan社）

仕事内容	コンテンツプランナー～国内No.1SaaSプロダクト「Sansan」マーケティングコンテンツ企画～ 急成長SaaSプロダクト「Sansan」のコンテンツプランニングチームにおいて、サービスの認知獲得・新規リード獲得・ナーチャリングに向けた各種コンテンツ制作に携わっていただきます。各種施策におけるコンテンツ制作を充実させてマーケティング活動を推進し、法人向けクラウド名刺管理サービス「Sansan」を「企業のビジネスインフラ」として当たり前の存在にすることがミッションです。 ■詳細： 法人向けクラウド名刺管理サービス「Sansan」のマーケティング部門に所属し、コンテンツプランニングチームにおいて、サービスの認知獲得・新規リード獲得・ナーチャリングに向けた各種コンテンツ制作に携わります。担当する各種制作物の例は、以下の通りです。 ・新規リード獲得／ナーチャリング施策に向けたサービス資料の企画、制作 ・著名人や導入企業の方々にインタビューを行って制作するホワイトペーパー ・プロダクトサイト（https://jp.sansan.com/）やウェブマガジン「デジタリスト」に掲載するコンテンツの企画・制作 ・サービス認知獲得用の動画コンテンツの企画、制作 ・新規リード獲得／ナーチャリング施策に向けたサービス利用意欲度を引き上げる動画コンテンツの企画、制作 ・SNS施策の企画、コンテンツ制作 ※これらの各種コンテンツをシナリオから考え、効果的な伝え方を整理しながら、企画・制作を担当します。自身が手掛けたコンテンツで、世の中にサービスの魅力を伝え、当社のマーケティングを推進するポジションです。 ■本ポジションの魅力： BtoBマーケティングは、世の中的にまだ歴史が浅く、成功事例は多くありません。BtoBサービスの導入においては、同一企業に所属する複数のステークホルダーの方々から承認を得ることが必要になりますが、同一企業に所属している方々だとしても、役割や立場によって提供すべき情報が異なります。 本ポジションでは、コンテンツごとに対象となるペルソナを設定して、そのペルソナが必要としている情報や、当社から伝えたい内容を考え、コンテンツとしてまとめることが求められます。 単純な資料作成やコンテンツの制作にとどまらず、各種のマーケティングメソッドを駆使しながらコンテンツを企画するところから制作することになるため、能力を総合的に発揮できることが魅力です。
対象となる方	<最終学歴>大学院、大学卒以上 <応募資格/応募条件> ■必須条件：下記いずれかのご経験 ・メディアや広告等の制作におけるコンテンツの企画、制作経験5年以上 ・ウェブや紙メディアにおける編集、ライティング経験5年以上 ・社外パートナーのディレクション経験3年以上 ・複数タスクを並行して管理しながら業務を進めた経験（5～10程のプロジェクトが同時進行するため） ■歓迎条件： ・CMや動画コンテンツのプランナー経験／コピーライティングスキル ・広告制作の経験／SaaS系企業での就業経験

●----- 1.目指したいミッション・解決したい課題を端的に記載

●----- 2.業務領域・範囲をある程度細分化して記載をする

●----- 3.ポジションの魅力を記載している

●----- 4.必須条件を明確に記載する

●----- 5.歓迎スキルもなるべく詳細に記載する
マーケティングの領域は広いため、具体的に記載する

マーケターに刺さる採用広報記事

応募率が高まる要素が詰まっている広報記事例です（SmartHR社）

SmartHRは、2021年6月8日に総額約156億円のシリーズDの資金調達を実施しました。プレスリリースに記載のある通り、調達した資金の使途として、さらなる事業成長のため、幅広いマーケティング活動への投資を継続していきます。

調達額の規模と比例するように、マーケティング活動への投資も時間経過とともに大きなものになり、マーケティング組織のメンバーも総勢34名（2021年7月1日時点）になりました。国内のBtoBマーケティングの組織としてはかなりの大所帯になり、組織の成熟度も高まり、その成果もかなり高いレベルになってきました。

コンテンツマーケティング、リードジェネレーション、ブランドマーケティング等の各分野の成果については下記の記事を是非読んでみてください。

・ SmartHRで実施してきた「これマジで良かった」コンテンツマーケティング施策 7選

・ [「YoY 200%」SmartHRリードジェネレーションデジタルの成長軌跡とこれから](#)

・ [「展示会来場者7割減」でもリード獲得増加を実現した、SmartHRのイベントマーケティングのプロセスを公開します](#)

・ [コロナ禍でターゲットインサイトをとらえた広告が話題！SmartHRのマーケティングに迫る](#)

シリーズDの資金調達を更なる成長の機会として、SmartHRの事業成長への貢献は当然ながら、他社に模範・理想とされるBtoBマーケティング組織を作り、世の中のマーケターが真似したくなる、参考にしたいような施策、成果をアウトプットし続けていきたいと思っています。

- 1.直近の資金調達のニュースなどを掲載して成長段階であることをわかりやすく訴求
- 2.現状の組織人数、レベル感を記載する
- 3.過去の広報記事を複数紹介して変遷を記載する
- 4.過去の施策を紹介した広報記事への遷移
- 5. 業界をリードするマーケティング施策をしていることを訴求して、高いレベルでの業務ができることを記載

インサイドセールス

インサイドセールス経験者のペルソナ（一例）

菊池 翔平

新卒からインサイドセールス



個人情報

- ・年齢：24-29才
- ・性別：男性
- ・居住地：東京都
- ・年収：年収300万円～450万円
- ・職種：インサイドセールス
- ・就職活動ツール：BizReach、エン転職、Green
- ・現職：労務管理システムの企業

保有スキル

- ・コミュニケーションスキル
- ・CRMツールを活用したデータ分析
- ・情報収集力

経験サマリー

新卒で労務管理システムを取り扱う企業に就職。インサイドセールスを中心に営業をする部署へ配属。インサイドセールス担当し、部署内で月次の獲得数1位を獲得することも。実績が認められ、新規商材の部署立ち上げメンバーに選ばれたことをきっかけにマネジメントも経験。

キャリア課題

- ・toB向けのセールスを極めてキャリアアップしたい。
- ・自社のサービスを世に広めて、社会課題を解決したい。
- ・ゆくゆくはカスタマーサクセスへの転身も視野に入りたい。
- ・自分でキャリア選択できるように幅を広げた働き方がしたい。

インサイドセールス2周目人材のよくあるインサイト



業務範囲

今後はフィールドセールス
カスタマーサクセスなど
業務領域を広げたい



マーケティング

リード数が十分にある
環境・職場に行きたい



データドリブン

闇雲に架電するのではなく、
データドリブンに
PDCAを回せる環境に行きたい



就業環境

働く場所を自由にしたい
ワークライフバランスを
しっかりと確保したい

刺さるタイトル | インサイドセールス

タイトルの付け方を元にした、一例を紹介します。

求人

MRR前月比130%成長を連続達成！
今、乗っている企業で
セールスを大募集！

リード獲得数10倍、受注率4倍を
達成したセールス部隊で
キャリアアップをしませんか？

広報記事

チャーンレートが脅威の0.5%の
SaaS企業でセールス部門で
取り組んでいること10選。

「売って終わり」ではない
〇〇社の考える
インサイドセールスのチーム作り

スカウト

T2D3を達成させる！
成果にこだわりたい
SaaSセールス経験者募集！

SFAの導入経験者求む！
成長企業の業務効率化を担う
マネージャー候補募集中

インサイドセールスに刺さる求人票

応募率が高まる要素が詰まっている求人票例です（SmartHR社）

仕事内容	
■ミッション SmartHRのインサイドセールスは、マーケティングが獲得してきた顧客リードに対して、課題のヒアリングや、改善した方が良いポイントの啓蒙などを行い、商談を創出するポジションです。 規模や業態、立場も様々なお客さまとのコミュニケーションの中で、企業が抱える課題を見つけるだけでなく、他企業の成功事例、法改正といった人事労務のトレンドなどを発信する役割も担います。	
■業務内容 インサイドセールスとは… SaaS型ビジネスモデルの普及とともに、『インサイドセールス』という役割や部門は近年日本でも急速に起用が広がっています。 マーケティング → インサイドセールス → クロージング（いわゆる営業） → CS（カスタマーサクセス） → SP（サポート） のファネルでビジネス部門を構築し、インサイドセールスはマーケティングが獲得したリードへのアプローチを行います。	
単に商談化をすれば良い、のではなくクロージングのバイプラインなどに応じて商談の質・量のバランスをコントロールする『弁』のような働きをします。	
インサイドセールスの目標達成は日々の行動をおろそかにしては成し得ないため地道で泥臭い仕事でもやり切る力、定常業務の効率カizen力、セルフマネジメント能力が活きるポジションです。	
集中してスキルを磨け、またビジネス部門の知識を体系立てて学ぶことができるので人事労務分野での実務経験が少ない人でも、チャレンジしやすい環境です。	
利用するツール・デバイス ・Salesforce ・MiITel ・Slack ・Google Workspace ・DocBase ・Mac ・iPhone	
企業・求人概要	
募集背景	ユニコーン企業を目指すSmartHRでは、急激な事業成長のため現在従業員数は昨年比で2倍に増えており、インサイドセールスの組織も30名程にまで拡大しております。 今後のサービスの展開として、新たな市場を開拓していく上で特に大手企業、地方企業への導入を進めていきたいと考えております。インサイドセールスの役割としても、より速度の高いアポイントをクロージングセールスに渡していく必要があり、市場のニーズに柔軟に対応できるような組織の拡大を行っています。 新卒営業経験のある方からSaaS企業でのインサイドセールス経験のある方まで幅広く採用しております。
配属部署	インサイドセールスグループへの配属となります。
この仕事で得られるもの	・お客さまが抱える課題解決の起点を作ることができます ・インサイドセールスはお客さまとの接触頻度が非常に多いため顧客課題やプロダクトへの理解が非常に早く進みます ・ヒアリング力、セルフマネジメント力、キャッチアップ力、テキストコミュニケーション力などを磨くことができます

- 1.企業ミッションと役割を端的に記載
- 2.業務内容と担ってもらいたい役割を記載
- 3.ただのインサイドセールスではなく、どんなスキルが必要・身につくかをわかりやすく記載
- 4.募集背景を記載し、組織の拡大フェーズであることを訴求
- 5.仕事で得られるものを記載して、スキルアップ要件も訴求

インサイドセールスに刺さる採用広報記事

応募率が高まる要素が詰まっている広報記事例です（SmartHR社）

——早速ですが、インサイドセールスの組織体制を教えてください。

吉村氏：SmartHRのインサイドセールスは、反響型営業を中心とし、「営業機会の創出」をミッションに置くポジションです。インサイドセールスチームには、勤怠管理や給与計算まで含めた人事労務業務全般における提案能力が必要な「SMB」、短期・中期で事業に与えるインパクトが大きい「MMB」、グループ企業戦略など個社毎のアプローチが必要な「Enterprise」の3つのユニットがあります。

※SMB…中小・スタートアップ企業（Small Market Business）、MMB…中小・中堅企業（Middle Market Business）、Enterprise…大企業

私が入社した2018年9月は、5名で1つのチームだけでしたが、現在（2020年3月）は前述の3つのユニットに加え、オペレーションやイネーブルメントを担う「Ops」も入れて、4チームに分かれています。インサイドセールスチームの特徴の一つとして、「会社の成長に伴い、短期間で何度も変化している」ことが挙げられますね。

現在、岡本がインサイドセールスグループの中長期的な組織づくりを、新田がSMBのユニットチーフと兼任でIS Opsを担当し、私はEnterpriseユニットチーフを務めています。

セールス組織の体制（2020年上期）

（参考：SmartHRインサイドセールス/SDRチームの今までとこれから）

——ありがとうございます。岡本さんは、これからどのような組織づくりをしていきたいとお考えですか？

岡本氏：SmartHRのインサイドセールスは、ユニット毎に営業体制の最適化が、かなり進んできました。今後はインサイドセールスとしての価値、専門性を磨いていくことをテーマにしていきたいと考えています。世間でよく言われているインサイドセールスの主軸に「セールスパークソンの育成機関」としての役割がありますが、そうではなく、インサイドセールスという職種の未来をつかっていきたいと考えています。つまり、「イ

- 1.組織内のミッションを記載する
- 2.自社のインサイドセールスの特徴を記載する
- 3.体制・組織図を簡単な図表で説明する
- 4.これからの展望を記載した、別の広報記事へのリンクを掲載
- 5.目指したい未来の形を記載する

フィールドセールス

フィールドセールス経験者のペルソナ（一例）

橋本 孝宏

より業務の幅を広げたい



個人情報

- ・年齢：25-35才
- ・性別：男性
- ・居住地：東京都
- ・年収：年収400万円～550万円
- ・職種：フィールドセールス
- ・就職活動ツール：BizReach、wantedly、type、
- ・現職：SaaSのフィールドセールス担当

保有スキル

- ・問題解決提案スキル
- ・長期的な関係構築能力
- ・マーケティングの基本的なスキル
- ・データ分析を踏まえた上での論理的思考力

経験サマリー

新卒でコンサルティングファームに入社後、SaaS企業への転職。インサイドセールスで1年間、見込顧客への架電による商談獲得やリードナーチャリング、オンラインセールス、業務フロー作成、改善を繰り返しながら、フィールドセールスへジョブチェンジ。現在は5人のチームのマネジメントもしながら実務もこなす。

キャリア課題

- ・自分の裁量権を増やして、ワークライフバランスを向上させたい。
- ・自分の好きなサービス、商材を売ること社会に貢献したい。
- ・ゆくゆくはセールス以外の領域にも挑戦したい。
↳カスタマーサクセスへの転身を検討している。

フィールドセールス2周目人材のよくあるインサイト



業務範囲

今後はマーケティング
カスタマーサクセスなど
業務領域を広げたい



マーケティング

リード数が十分にある
環境・職場に行きたい
セールスに集中したい



成長環境

市場価値を高めることが
できそうな環境に行きたい
給料を上げたい



社会課題

自社のサービスを
自信を持って提供したい
社会に貢献したい

刺さるタイトル | フィールドセールス

タイトルの付け方を元にした、一例を紹介します。

求人

MRR前月比130%成長を連続達成！
今、乗っている企業で
セールスを大募集！

リード獲得数10倍、受注率4倍を
達成したセールス部隊で
キャリアアップをしませんか？

広報記事

チャーンレートが脅威の0.5%の
SaaS企業のセールス部門で
取り組んでいること10選。

ナーチャリングに自信あり！
SaaS企業でのフィールドセールスの
立ち回り方について

スカウト

T2D3を達成させる！
成果にこだわりたい
SaaSセールス経験者募集！

SFAの導入経験者求む！
成長企業の業務効率化を担う
マネージャー候補募集中

フィールドセールスに刺さる求人票

応募率が高まる要素が詰まっている求人票例です（ACALL社）

仕事概要

従業員数の多い大手企業への導入を担うポジション。
インサイドセールスまたはパートナー経由でのインバウンド案件に対し
課題抽出～サービス提案～クロージング・導入まで担って頂きます。

- ・エンタープライズ企業（大手企業）へのアカウントプランニング
- ・中長期的なリレーション構築
- ・決裁を取るためのステークホルダー（業務担当者及び、決裁者）を巻き込んだ提案
- ・SalesforceやMAツールを活用した営業施策の実行

【本ポジションの魅力】

当社プロダクトは、マーケットインとプロダクトアウト両軸での設計を行っており、圧倒的にPMFした環境で、市場拡大に挑戦しています。

昨今の社会情勢を背景に、オフィスへの導入需要が急拡大している他、スマートオフィスのプラットフォームを提供してるプロダクトの強みを活かし、エンタープライズ企業との「スマートビル」「スマートシティ」など大規模はPJも進んでおります。ベンチャーならではの、裁量・スピード感がある環境で、「次世代のはたらき方・生活」をキーワードに、企画を描き、創り、売ることのできるポジションです。

必須スキル

以下いずれか必須

- ・大手企業を対象とした法人営業での営業経験（目安5年以上）
- ・IT業界での法人営業経験（3年以上）

歓迎スキル

求める人物像

- ・ロジカルな思考
- ・目標達成への高いコミットメント力
- ・当社のVISION・MISSION・VALUESに共感いただける方

- 1.業務の概要を記載する
- 2.今回の募集の背景と具体的な業務領域の記載
- 3.ポジションの魅力を説明。
今後のキャリアイメージまで描けるとより魅力的になる
- 4.必須スキルはそこまで厳しくしない
- 5. 求める人物像を明確にして、ミスマッチを防止する

フィールドセールスに刺さる採用広報記事

応募率が高まる要素が詰まっている広報記事例です（Sansan社）

— 業務内容を教えてください。

1000名以上の企業規模を担当するエンタープライズ営業部。その中で、建設・不動産業界をメインインダストリーとしています。フィールドセールスは3名、インサイドセールスは2名で約500社を担当。二人三脚で、新規顧客開拓、並びに既存企業のユーザー拡大、新規ソリューションの提案などを行っています。

— 具体的にはどんな営業活動をしているんですか？

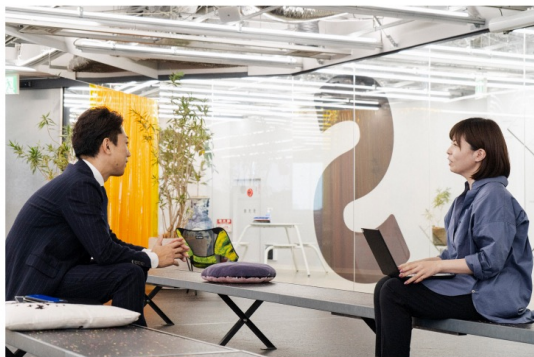
基本的には、マーケが獲得してきたリードをインサイドセールスがコールしアポに繋げる、その後フィールドセールスが営業しクロージング、受注後はカスタマーサクセスがオンボーディングする。これが通常の流れです。

— 最近挑戦した「クリエイティブな営業活動」を教えてください

従来の方は上記の通りで、マーケ→インサイドセールス→フィールドセールス→カスタマーサクセスと、一連のフローが詰まっていた。ただこのやり方ではもう限界を感じました。

そんな中で、当社のカタチにもある、「強みを活かす」という言葉を思い出しました。それぞれの部門の持つ強みを掛け合わせることで、もっと有機的な顧客アプローチができると思い、新たなフォーメーションを考えました。エンタープライズでここまでやっているのはうちのグループくらいです。

マーケティング、インサイドセールス、フィールドセールス、そして当社のブランディングを統括するブランドコミュニケーション部（以下、BC部）、導入後にお客さまの成功をリードするカスタマーサクセス部（以下、CS部）と、五つの部門をアラインした業界攻略プロジェクトを推進したことが、最近の大きなプロジェクトです。



1.インタビュー形式の記事で実際に話を聞いた内容を記事にする

2.具体的な業務内容を端的に記載する

3.他社とは違うフィールドセールスの強みを記載することで魅力的な部分を訴求する

4.キャリアイメージが明確になるような訴求を入れ込む

5. フィールドセールスだけに留まらず、様々な挑戦ができることを記載する

カスタマーサクセス

カスタマーサクセス経験者のペルソナ

阿久津航平

カスタマーサクセス経験あり



個人情報

- ・年齢：25-28歳（社会人3年以上）
- ・性別：男性（女性でも可）
- ・居住地：東京都
- ・年収：450万円～600万円
- ・職種：SaaS企業
- ・就職活動ツール： BizReach、Green、Findy
- ・現職：セールス→カスタマーサクセスに転身。

保有スキル

- ・カスタマーサクセスとして以下の業務経験あり
- ・オンボーディング設計
- ・社内浸透施策、ワークショップの設計
- ・機能説明、テクニカルサポート

経験サマリー

新卒からSaaS系企業にてインサイドセールスを経験し、現在はカスタマーサクセスとして携わっている。顧客の課題に深く入り込み、課題解決に従事することに対してやりがいを感じている。より従業員のエンゲージメント向上に携わるプロダクトに携わりたい。

キャリア課題

- ・より深く顧客の課題に入り込みたい。
- ・新しい環境で、市場価値を高めたい。
- ・社会課題の解決ができるような事業を行いたい。
- ・より成長する分野でのCSを経験してみたい。

カスタマーサクセス2周目人材のよくあるインサイト



プロダクト

自社のプロダクトによって
社会を変えたい



市場成長性

市場が伸びている
企業にいきたい



課題解決

クライアントとの関わりの深さ
課題解決の深さを出したい
しっかりと寄り添いたい



顧客第一

顧客のために働きたい
いいサービスを提供して
嘘をつかずに提案したい

刺さるタイトル | カスタマーサクセス

タイトルの付け方を元にした、一例を紹介します。

求人

チャーンレートが0.5%！
価値あるサービスを提供する
カスタマーサクセスを募集

顧客に感動体験を提供する！
LTVの最大化に力を貸してください

広報記事

シェア成長率300%！
自社サービスのユーザーを
増やし続けるCSの極意とは？

チャーンレートが脅威の0.5%！？
カスタマーサクセス部門の
マネージャーに話を聞いてみた！

スカウト

顧客エンゲージメントスコアを高め
る！体験を高めることにやりがい
を感じる1人目CS募集！

継続率99.5%のプロダクト！
〇〇のカスタマーサクセス大募集！

カスタマーサクセスに刺さる求人票

応募率が高まる要素が詰まっている求人票例です（SmartHR社）

採用情報	
職種説明	カスタマーサクセスマネージャー（CSM）とは SaaS型ビジネスモデルの普及とともに、カスタマーサクセスの役割や部門は近年日本でも急速に活用が広がっています。その中で、顧客のビジネスを成功に導く担当者を『カスタマーサクセスマネージャー（CSM）』といいます。 サービスを有効に導入・機能させ、継続的な関係性を築き、顧客満足度の向上を図るポジションです。
ミッション	SmartHRのカスタマーサクセsteamは、大企業の労働課題と向き合い、担当するお客様の働き方改革を支援・サクセスさせる仲間を募集しています。 担当のお客様に対して計画を立てて中長期的に支援を行うため、個別に適切なタイミングで定例ミーティング等を受けてコミュニケーションをとり、顧客課題を解決に導きます。 【参考情報】 https://cxclip.kame.io/smart-hr/ https://www.fastgrow.jp/articles/smarthr-takahashi-sudare
業務内容	■カスタマーサクセスマネージャー（Enterprise担当）の業務内容 SmartHRをご契約中の大手企業（従業員規模数千〜数万名）のお客様に対してカスタマーサクセスを行っていただきます。 カスタマーサクセスマネージャーとして、担当顧客のサクセスにフルコミットしていただく業務となります。 具体的には、 ・ユーザーのSmartHR導入プロジェクトを支援し（進捗管理・体制構築・リソース管理・課題管理など）、ユーザーが抱えている課題を解決へ導く ・ユーザーとの関係を深めながら、導入後も継続的に支援を行い、更なる活用を促進する ・中長期視点での利用機能拡大に向けてのプランニング、実行 ・連携システムの開発における要件定義、顧客折衝、および進捗管理 ・契約更新時の管理・折衝
必須要件	・SmartHRのミッション、バリューへの共感 ・ITやSaaS企業でのカスタマーサクセス職や導入コンサルティング、またはそれに準ずる業務経験が3年以上ある ・大手企業の顧客に対しての課題解決を目的としたプロジェクト推進、顧客折衝経験がある
歓迎要件	・プロジェクトマネージャー、PMOの経験 ・スケールする事業モデル下における業務改善の経験 ・ユーザーのチームやコンサルティング会社と体制を組み、協働してプロジェクトを推進した経験 ・プロダクトの企画に携わった経験 ・人事労務の業界知識、HRテクノロジーの知識、知見を有する

- 1.仕事内容を端的に説明
- 2.メディアの取材記事を添付しイメージをわかせる
- 3.エンタープライズ向けに特化して求人内容を記載する
- 4.業務内容で幅広い活躍シーンを記載する
- 5. 必須要件は厳しくしすぎず、歓迎要件で欲しい人材の要件を詳細に入れ込む

カスタマーサクセスに刺さる採用広報記事

応募率が高まる要素が詰まっている広報記事例です（SmartHR社）

「99.5%」。これは、クラウド人事労務ソフト「SmartHR」の継続利用率だ。
SaaS企業にとって、喉から手が出るほど欲しいハイスコアだが、数字は所詮結果でしかない。結果の裏には、必ず理由がある。

その理由は、彼らのカスタマーサクセス（以下、CS）チームが握っている。CS未経験のメンバー1人から始まった株式会社SmartHRのCSチームは、「お客さまの成功」を第一に考え、常に変化し続けている。

「企業規模と導入フェーズごとにCSチームを5つに細分化」「オンボーディングの流れと現状が一目でわかるよう、オリジナルのリストで可視化」「業務効率化のため、メジャー、ニッチ問わず外部ツールを積極的に導入」…圧倒的継続率を叩き出す背景には、徹底した「仕組み化」と「効率化」の姿勢が見られる。

同社のCSチームは、なぜここまで徹底できるのか。その裏側に迫るため、CS組織を立ち上げた高橋昌臣氏と、オンボーディングチームで活躍する簾幸子氏に話を伺った。

TEXT BY MASASHIRO INO
PHOTO BY SHINICHIRO FUJITA
EDIT BY MASAKI KOIKE

SECTION
1/6

「僕なにやるんだっけ？」から3年。CSチームの軌跡

高橋氏は、代表の宮田昇始氏、そして副社長兼CIO（最高情報責任者）の内藤研介氏と以前からの友人だった。SmartHRの前身、株式会社KUFU時代から会社を手伝っていた高橋氏は、2016年3月、正式なメンバーとしてジョインした。

- 1.直近の実績値を記載して、企業価値を訴求
- 2.会社としてのCSの枠割を端的に記載
- 3.業務内での仕組みや取り組みを簡単に記載
- 4.実際のメンバーに話を聞くことで業務イメージを伝える
- 5.メンバーの経歴を記載してキャリアイメージを伝える

エンジニア

エンジニア経験者のペルソナ（一例）

田中 太郎

スピード感のある開発がしたい



個人情報

- ・年齢：25-39才
- ・性別：男性
- ・居住地：東京都
- ・年収：年収540万円～680万円
- ・職種：サーバーサイドエンジニア
- ・就職活動ツール：BizReach、Green、Findy、
- ・現職：HRTech系のSaaS企業

保有スキル

- ・Java,VB.NET,Serverなどの使用経験
- ・PythonやSQLを活用したデータ分析経験
- ・要件定義から開発、テスト、保守運用まで一通り経験

経験サマリー

要件定義から開発、テスト、保守運用、インフラ整備など、一連の業務に携わっている。また、1年半程、約5～6名規模のプロジェクトのリーダーとして、工程管理やメンバーのマネジメントも経験。

キャリア課題

- ・アジャイル開発でスピード感を持って開発がしたい
- ・最先端の技術をインストールし、日々学んでいきたい
- ・自社プロダクト開発に関わって、社会にインパクトを与えたい

エンジニア2周目人材のよくあるインサイト



技術レベル

レベルにあった業務をしたい
今後新しいことに挑戦したい



プロダクト

プロダクトに共感したい
社会に貢献したい



挑戦環境

新しい開発環境が欲しい
自分の市場価値を上げたい
挑戦したい



価値提供

本当に顧客のためになるものを
提供したい

刺さるタイトル | エンジニア

タイトルの付け方を元にした、一例を紹介します。

求人

PMF直前のプロダクト
開発メンバー大募集！

Reduxで開発したい
フロントエンドエンジニアWanted!

広報記事

調達資金〇〇億円でなにをするの？
エンジニアリーダーたちに
こっそり聞いてみた

【急拡大中】組織〇〇人突破！
エンジニアが支える
急成長企業の秘密とは

スカウト

1,000万UUを支えるサーバーを
Go言語を用いて構築してください！

ARPU/継続率向上の側面から
LTV最大化に挑む
カスタマーサクセス募集！

エンジニアに刺さる求人票

応募率が高まる要素が詰まっている求人票例です（freee社）

【応募資格】

（意欲重視します、必ずしも全てに経験があり精通している必要はありません）

- ・開発のチームにてマネジメント経験をお持ちの方
- ・自分たちのプロダクトを開発して世の中に価値を生み出していくことに興味があり、一緒に世の中を変えていきたいと思う方
- ・freee で利用しているツール群に興味がある方、一緒にもっと学びたいと思う方

【歓迎する経験・スキル】

- ・Webアプリケーションの開発経験および優れたスキル・ディレクション経験
- ・Ruby on Railsの開発経験
- ・Webフロントエンドの開発経験
- ・コンピュータサイエンスの知識

【下記どれかにピンと来る人歓迎】

- ・価値あるプロダクトをつくり、顧客に最速で届けたい
- ・エンジニアの成長を手助けしたい
- ・チームワークが好き、良いチームを作りたい
- ・面倒なことは全部自動的にやってもらいたいと思う
- ・世の中の既存の仕組みに疑問を持つことが多い
- ・常に新しいことに挑戦していきたい

1. 応募資格の一文目に応募ハードルを下げる表現を入れる

2. 歓迎要件で特に求めたい技術要件を入れる

3. 「どれかにピンと来る方歓迎」という表現でカルチャーを伝えていく

エンジニアに刺さるテックブログ記事

応募率が高まる要素が詰まっている広報記事例です（スマートニュース社）

原因調査

WebViewのリモート inspect

ということで、基本通りまずプロフィールを取りました。

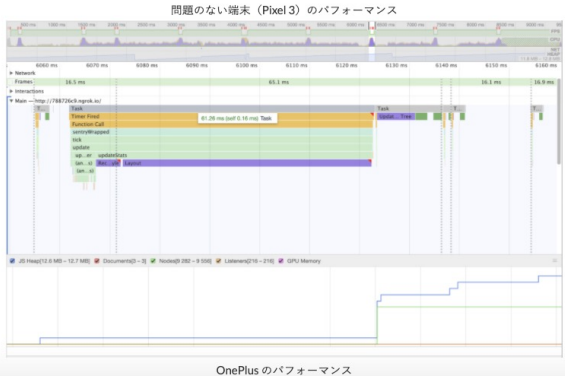
スマートフォンの上の Chrome ブラウザの Inspect は、[デバッグモードを on にした端末を PC と USB 接続することで出来る](#)ことをご存知の方が多いと思いますが、WebView であっても基本的には同じ様に調査することが出来ます。ただし、Native アプリ側でデバッグを許可する必要があるのに注意です。

```
WebView.setWebContentsDebuggingEnabled(true);
```

デバッグビルドの SmartNews アプリに上記の設定を入れることで、USB 接続した PC から WebView 内部のブラウザの Inspect をすることが可能になりました。

正常端末との比較

問題なく inspect が出来るようになったので、次に正常端末と問題端末でどのようなパフォーマンスの違いがあるのか確認しました。カウントダウンが 300 ほどあるページを表示したときの、それぞれの結果がこちらです。



問題のない端末 (Pixel 3) のパフォーマンス

OnePlus のパフォーマンス

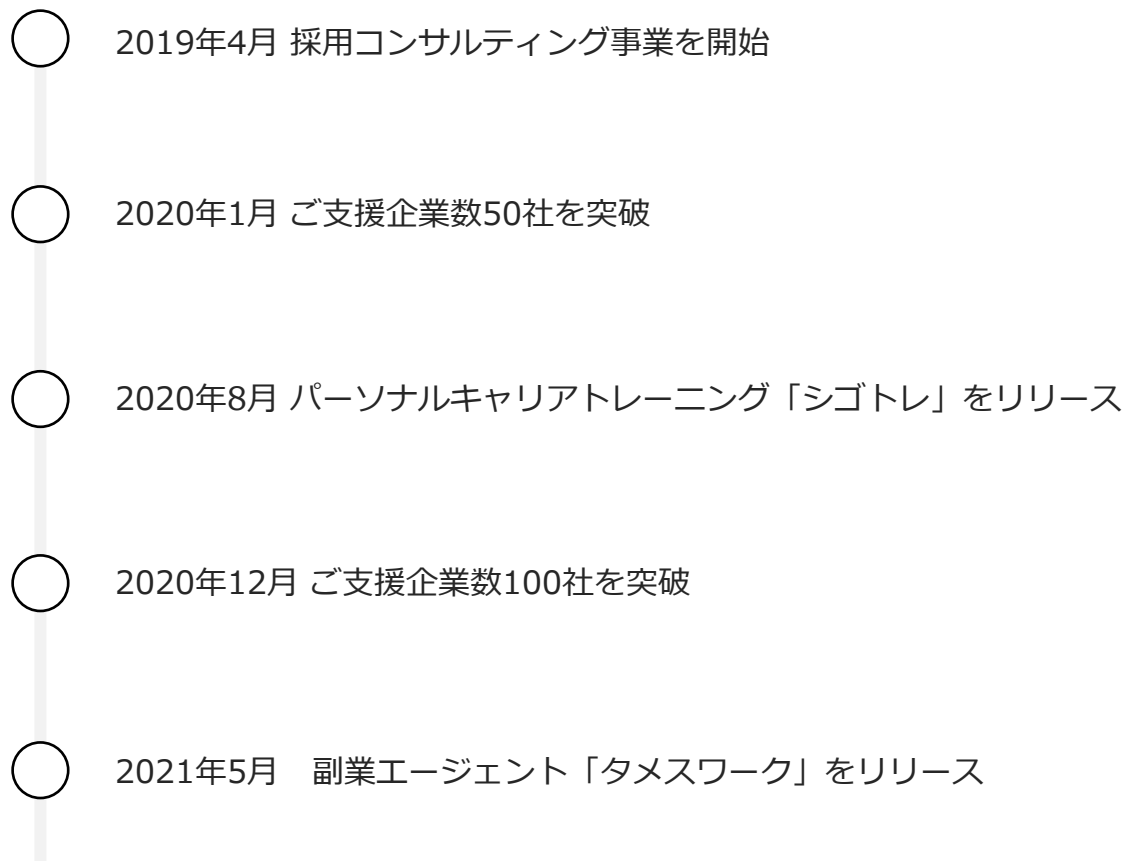
- 1. 自社の開発であった問題を取り上げてブログ記載
- 2. 開発環境と自社サービスを絡めてブログを記載
- 3. 実際の動作や解消までの道筋を立てながら説明
- 4. 思考のプロセスなどを記載して、こだわりなどを訴求、同じような価値観の方に訴求する
- 5. 具体的な技術は正確に記載して、どんなスキルが必要か記載

会社概要・無料相談のご案内

会社概要

「青春の大人を増やす」をミッションに複数のHRサービスを展開

社名	HeaR（ひあ）
ミッション	青春の大人を増やす
事業内容	1. 採用DX支援事業 2. キャリアトレーニング「シゴトレ」 3. 副業エージェント「タメスワーク」
代表取締役	大上 諒
住所	品川区西五反田1-32-2 3F



無料相談のご案内

■エンジニア採用にお困りの企業様は是非ご相談ください！



採用活動にまつわる

無料相談を実施中

- 採用DXに興味がある
- 採用活動の効率化を図りたい
- 母集団形成や選考辞退率に課題を抱えている