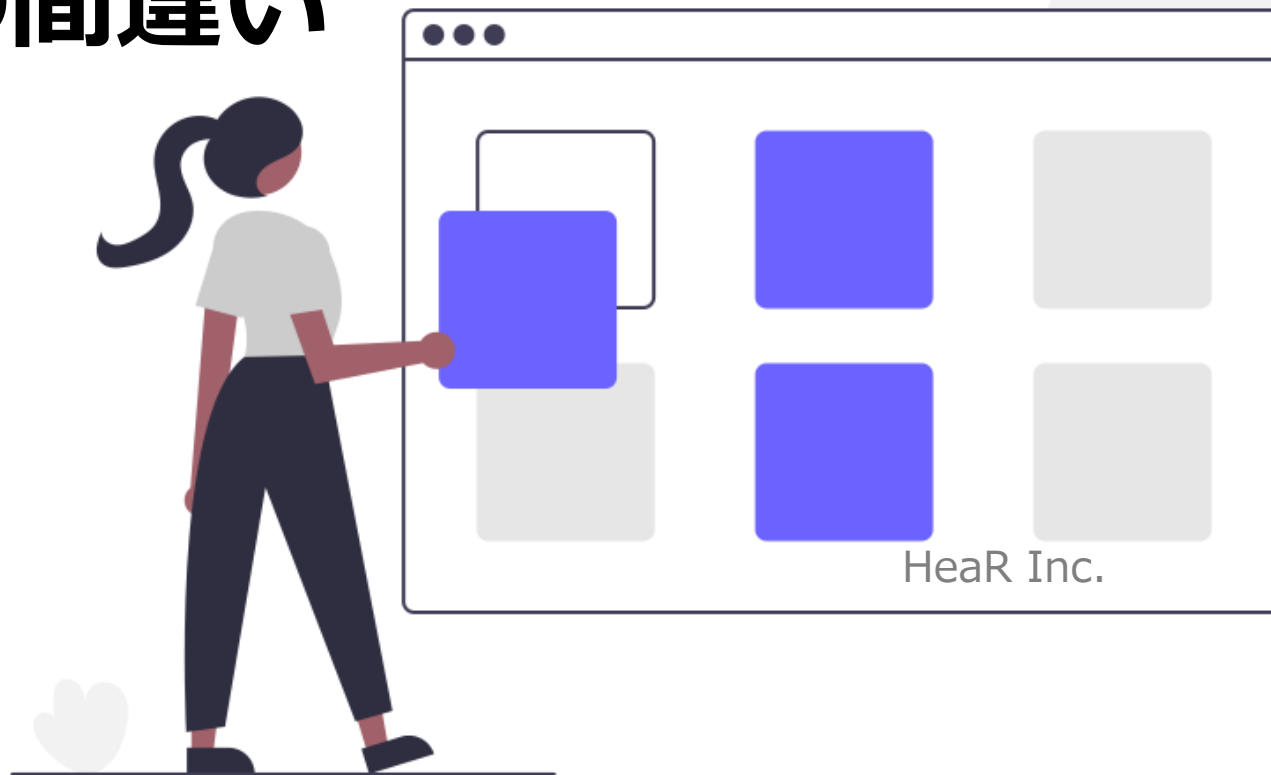


採用サイト制作時 人事が見落とす10個の違い

強い企業はやっている！
22卒新卒採用、先手必勝のためのサイト制作



採用サイトを作成するときに思ってしまう、10個の間違い。

採用サイトは有名企業が作るもの

採用コンテンツといえばインタビュー！

採用人数が少ないからHPはいらない

見てもらうためには凝った演出が必須

イケてるキャッチコピーを作らなきゃ！

サイトは作っても見てもらえない

企業の魅力＝給料や待遇だよね？

業務内容を魅力的に伝えるのは無理！

サイトって、一回作っちゃえば
あとは放置でいいから楽チン！

サイト？高くてとても作れないよ。

有名企業にとっての採用サイトは、「認知」と「応募」の役割。

検索エンジンからの指名検索と直接アクセスを狙い、応募させることが重要。



ベンチャー企業にとっての採用サイトは、「応募」以降すべての役割。

会社になんらかの興味を持ってくれた人を惹きつけ、入社するイメージやポジティブな感情を生み出すためのツール。

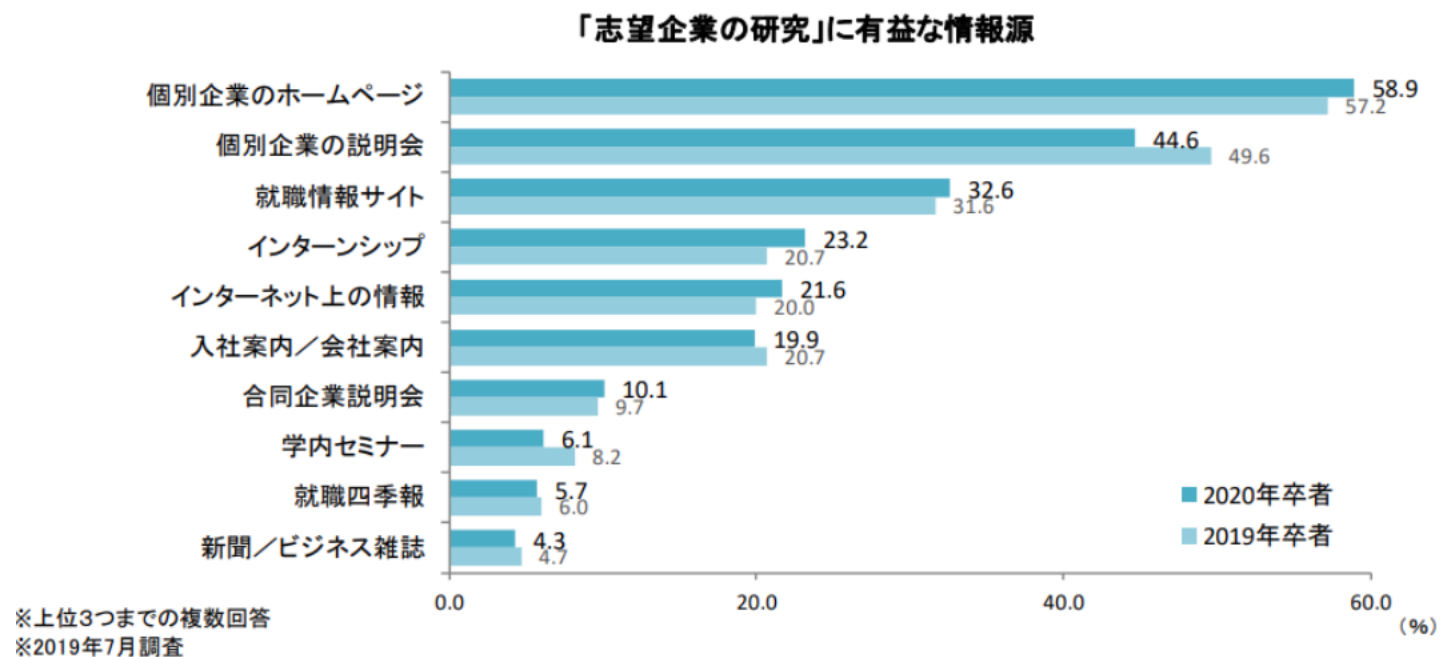


間違い①

採用サイトって、
有名企業が
作るものですよね？

A. 違います！ 自社のネームバリューに自信がないなら、 なおさら作るべき！

新卒の学生さんの60%弱が、志望企業研究のためにHPを見ると答えています。例えスカウトやSNSであなたの会社にてであっても、情報がなければエントリーしてもらえないのです。

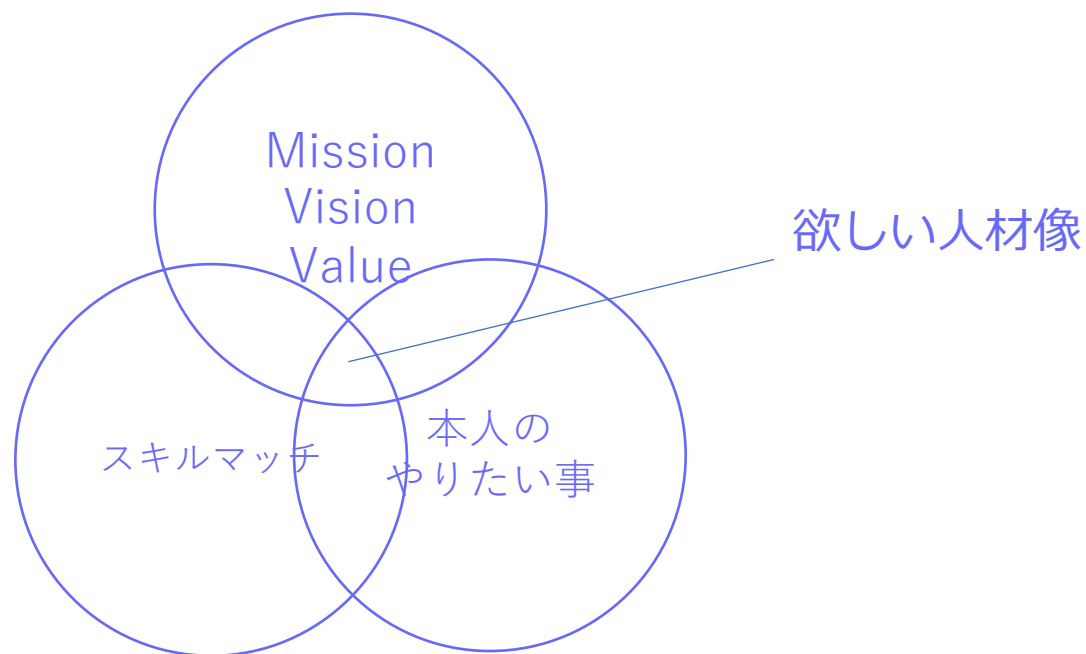


間違い②

採用人数が少ないので、
HPは必要ない
ですね？

A. 少数精鋭で採用したり、インターンシップを募集する なら、採用サイトで多くの事例を紹介しましょう！

少人数採用であればあるほど、企業にとっては一人一人の重みが大きくなります。カルチャーにマッチする人材を募集するのであれば、採用サイトは不可欠です。



間違い③

採用サイトには
イケてる
キャッチコピー
が不可欠ですね？

A. ただのキャッチコピーでは意味がありません。 採用コンセプトを作りましょう！

採用コンセプトとは、企業の魅力をぎゅっと詰め込んだ「採用におけるキャッチコピー」。ただかっこよければいい！というわけではありません。採用コンセプトを作成するときは、以下の5つに当てはまるかどうかを検討しましょう。

Simple

明解性
分かりやすいか？

Originality

差別性
他との違いは？

New-found

新規性
新しさがあるか？

General

普遍性
陳腐化しないか？

Sympathy

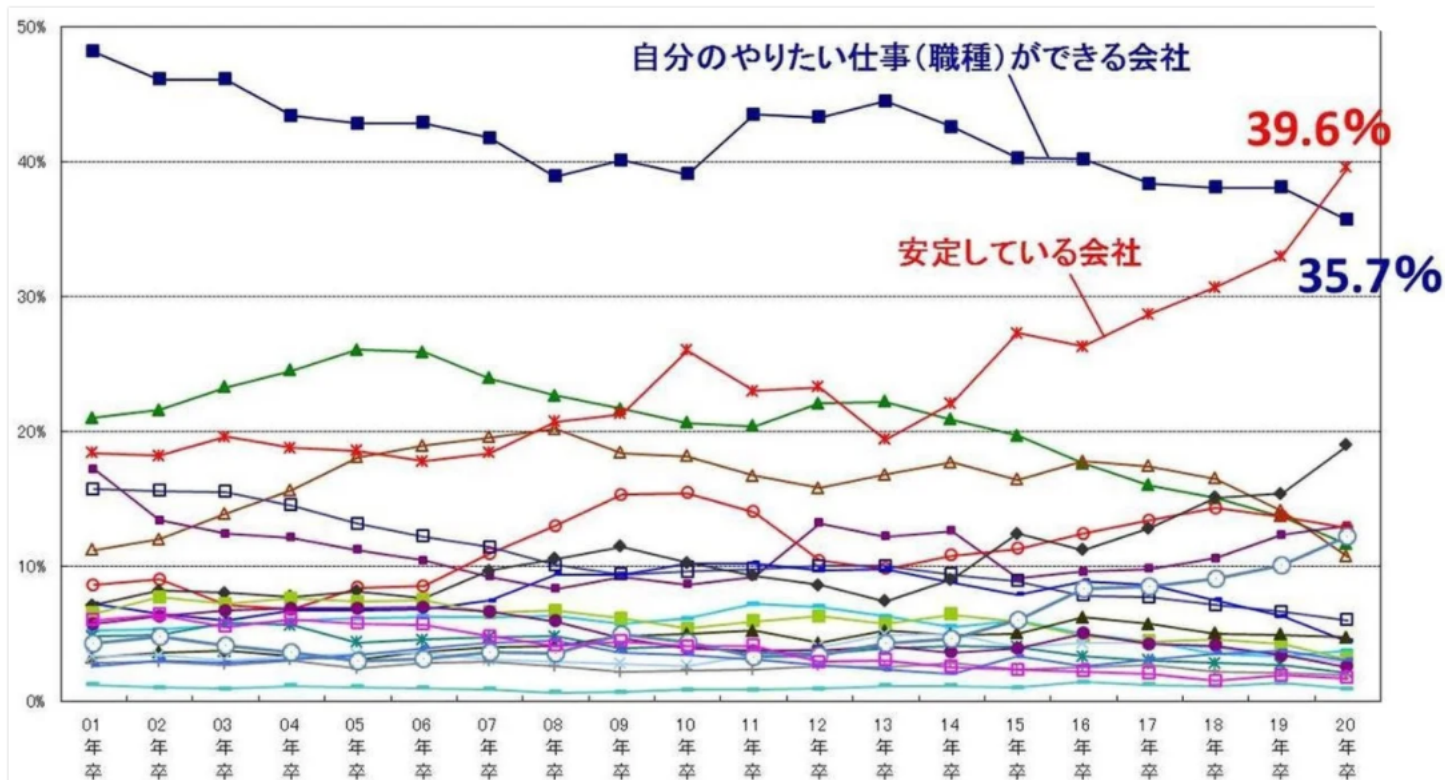
共感性
共感できるか？

間違い④

やっぱり企業の魅力は
待遇や給与
が強いんですね？

A. もちろん大事です！でもそれだけじゃダメ。学生さんは意外と、“仕事内容”を見ています！

新卒の学生さんが企業に求めるのは、「安定」と「自分がやりたいことができるかどうか」。安定の部分は企業やフェーズによって大きく変わりますが、「業務内容のマッチ」は見せていけばちゃんと伝わります。まずは事業内容をしっかり伝えるサイトを作りましょう！



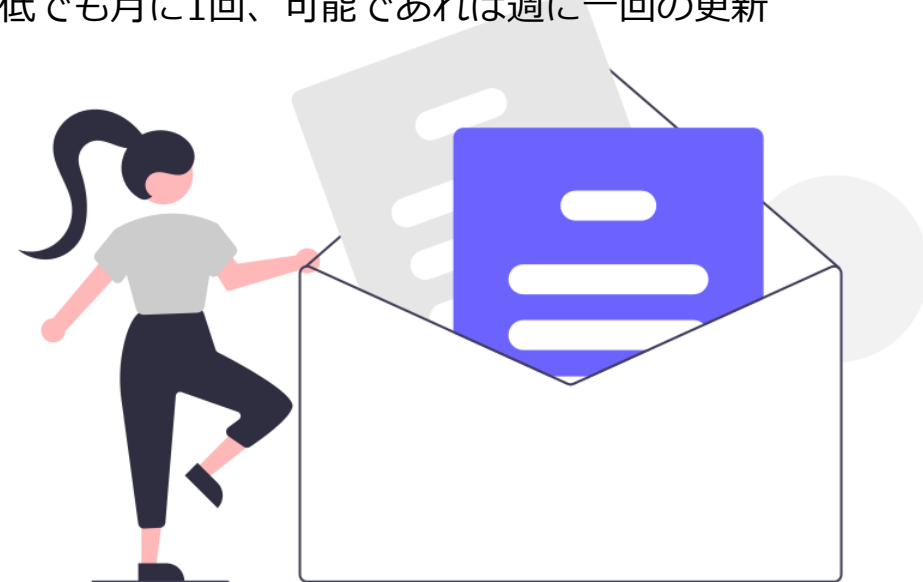
間違い⑤

サイトは一度作れば
放置しても大丈夫
ですか？

A. 定期的な情報更新とコンテンツ配信をしましょう！

採用サイトに一定の情報を載せてしまえば、そこまで頻繁な情報更新は不要な場合が多いです。

ただ、実際に選考を促したり、内定承諾の意欲を持ってもらうために採用コンテンツの充実は必須。最低でも月に1回、可能であれば週に一回の更新を目指しましょう。



間違い⑥

採用コンテンツといえば
インタビュー記事
ですね！

A. それだけじゃもったいない！候補者それぞれのニーズとフェーズに合わせた記事を、12本は作りたい！

定番のインタビュー記事はもちろん、様々なニーズに対応できる記事コンテンツを掲載しましょう。

会社には大きく分けて4種類の魅力があり、候補者は3つのフェーズで心理状態が切り替わると言われています。この4×3の12コンテンツを作ることができれば、多くのフェーズの多くの候補者に魅力的に思ってもらうことが可能です。

フェーズ/4P	Philosophy (企業)	People (人)	Profession (事業)	Privilege (待遇)
無関心				
認知-応募				
選考-入社				

間違い⑦

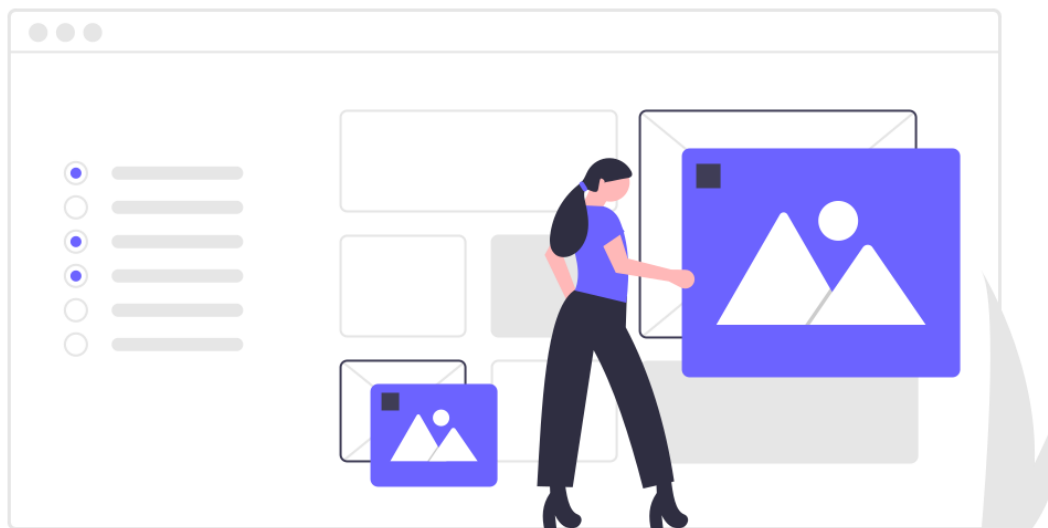
サイトには
凝った演出が
必要ですか？

A. 確かにかっこいいけれど、それが全てじゃありません！ 動画コンテンツや写真を載せれば魅力的に見えます。

大企業や中規模以上のベンチャーの採用サイトは、スクロールなどの凝った演出がたくさん。でもそれだけが全てではありません。

たとえば、動画を見せたいのであれば採用広報用の動画のYoutubeをトップページで埋め込むこともできますし、統一感のある写真があればそれだけで会社の雰囲気は伝わります。

凝りすぎて採用サイト制作が進まないよりも、シンプルなデザインでも伝えたいことが伝わるよう心がけましょう。



間違い⑧

サイトを作っても結局
流入してくれる人が
いません……

A. トrendは、SNSと組み合わせること！ いいな、と思う人に見てもらう方法は、サイトの指名検索ではありません。

大手企業の採用サイトは、名前を直接Googleなどの検索エンジンに入力することで指名検索されることを前提に作っていますが、まだまだネームバリューのない企業の新卒採用の場合はほとんどオーガニックでの流入は望めません。

その代わり、SNSと組み合わせで流入を狙ったり、スカウトメッセージにURLを貼り付けて見てもらうようにしてみましょう！ 必ずしも「サイトからの応募」にこだわらない場合でも、採用サイトは情報源として有効です。



間違い⑨

結局、
業務内容って
どう伝えれば
いいんですか？

A. 業務内容を伝えたいなら、社員さんに喋っていただくのが一番です！

採用サイトを作成するときにやめたいのは、公募求人媒体に書くような感じで、箇条書きの業務内容を書いてしまうこと。

すでにサイトに流入してくれた学生さんは、ある程度あなたの会社に興味があります。業務内容を伝えるときは、徹底的に魅力も課題も開示できるコンテンツにするのがベストです。

それを知っているのは、やはり現場のメンバー。インタビュー記事は「事業紹介」にも使えるので、ぜひ記事を書いてみましょう！

6W2Hに沿って聞く

- When (いつ)
- Where (どこで)
- Who (誰が)
- What (何を)
- Why (なぜ)
- Which (どちらが)
- How (どのように)
- How many (どれくらい)

時間軸を行き来しながら聞く



話を掘り下げていく

- 具体的に聞く
「例えば？」「具体的な状況を教えて」
- 変化を聞く
「〇〇の前と後」「〇〇の上と下」
- 比較して聞く
「△△の説もあるがどのようにお考えですか」

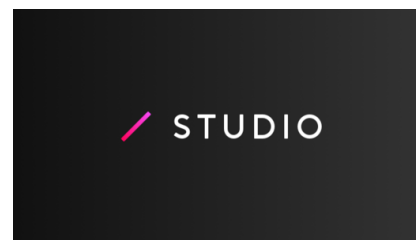
間違い⑩

やっぱり、
採用サイトって
高いですね？

A. こだわれば青天井。でもまずはカジュアルなところからでも始めましょう！

採用サイトは「カッコいい」ほうがいいのは事実です。でも「カッコよくなければだめ」なわけではありません。特に、サイトからの流入ではなく、より深い情報提供を目指す採用サイトであれば、重要なのはコンテンツ。

まずは安いツールや、noteなどのオープンメディアを使った新卒募集ページを作成するのもオススメです。



JIMDO

 **note**

WIX

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	ヒア HeaR 株式会社
ミッション	青春の大人を増やす
事業内容	1. 採用コンサルティング支援事業 2. 採用代行事業 3. スキルテストSaaS「ジョブテスト」 4. 人材紹介事業
代表取締役	おおうえ りょう 大上 諒
住所	東京都品川区東五反田 2 丁目 9 - 5 サウスウィング東五反田5F

2019年4月

採用コンサルティング事業を開始

2019年12月

「Candidate Experience」
「採用CX」のキーワードでSEO1位を獲得

2020年12月

ご支援企業数100社を突破

2022年2月

スキルテストSaaS「ジョブテスト」をリリース

2022年10月

人材紹介事業を開始