

HeaR inc.

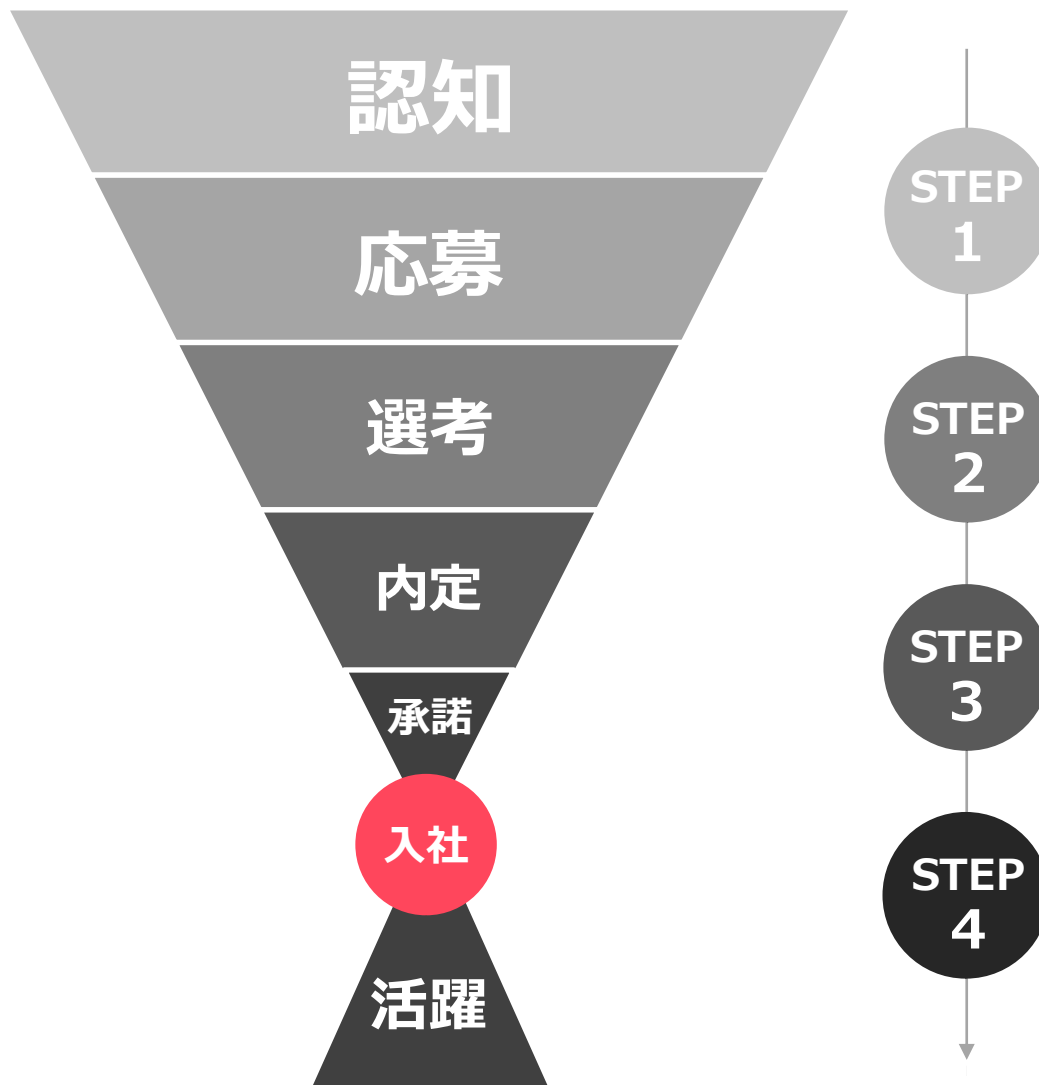
採用CX改善事例8選

明日から実践できるCandidate Experience

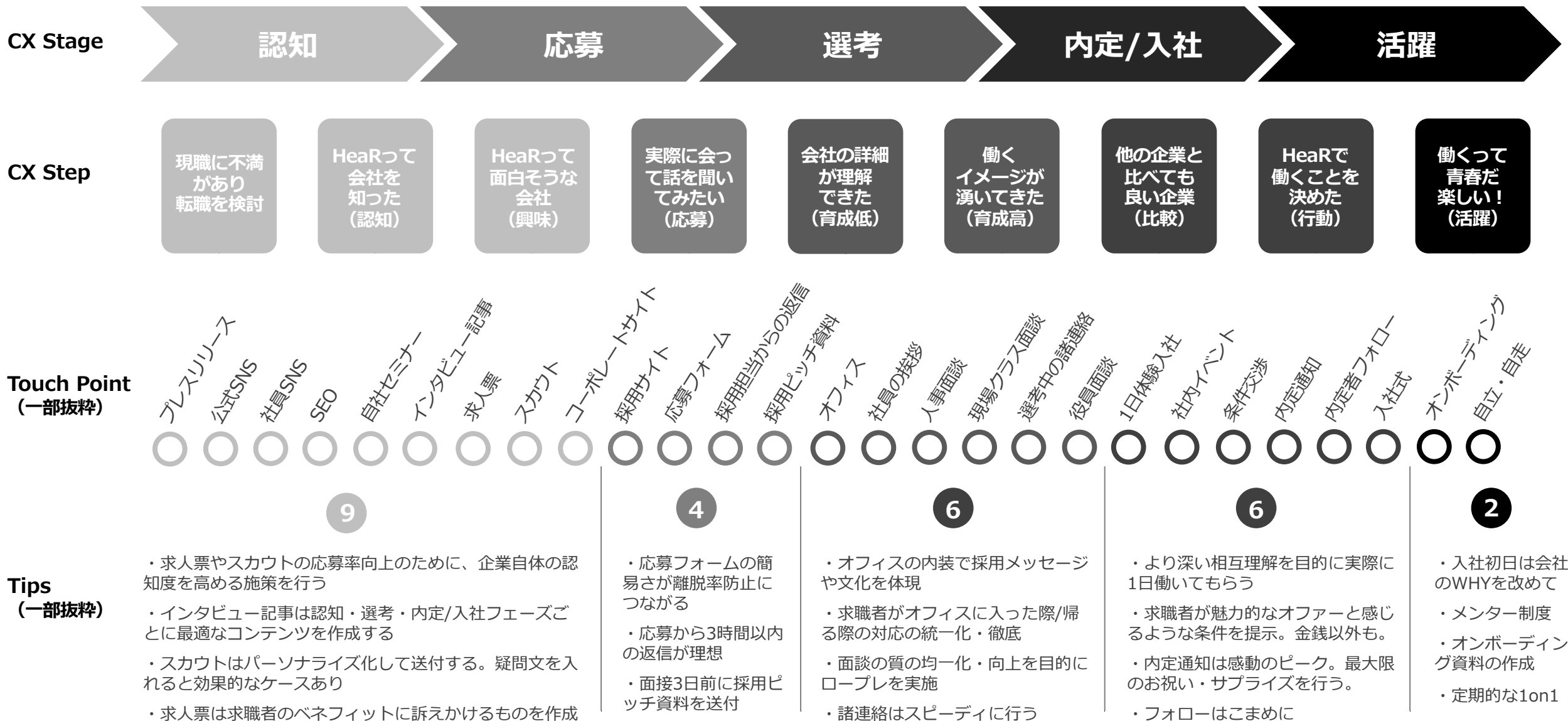
良いCXの提供

CXとはCandidate Experienceの略で、
「候補者の体験」という意味です。

候補者が企業を認知してから選考を終えるまでの
タッチポイント一つひとつに価値を提供することで、
採用力向上ならびに自社のファン獲得に繋がります。



採用CXとは



採用CX向上施策

戦略策定

0

採用の目的は事業を伸ばすことです。

事業の成長ドライバーを整理することで、採用計画や企業成長に寄与するペルソナ策定が可能になります。また企業が選ばれる立場に変わったいまCXが重視されています。候補者が企業を認知してから選考を終えるまでのタッチポイント一つひとつに価値を提供することで、採用力向上ならびに自社のファン獲得に繋げる活動です。



- ✓ 事業の成長ドライバーを整理するためにリーンキャンバスの活用をおすすめしています。事業から逆算して自社に必要な人材を洗い出すことができます。
- ✓ 候補者のスキルやマインドが100%フィットする人材を採用する難易度は年々上がっています。そこでスキルやマインドを分解し、各項目のベスト/ベター/ノーマルを設定しておくことで、採用上の判断が分かりやすくなります。
- ✓ 実際にHeaRで候補者とのタッチポイントを洗い出したところ、合計108個ありました。ご参考にしてください。

[108項目のダウンロードはこちら](#)

自社らしさの 溢れるコンテンツ

1

認知フェーズの目標は、自社に対して好印象を抱いてもらうことです。「あの会社、なんか良いな」「楽しそうな会社」と思ってもらえるような施策を行いましょう。転職意欲の有無に関わらず、自社が望むスキルやマインドを持つ人がターゲットです。転職意欲がない頃から会社を知ってもらうことで、実際に転職活動を開始する際の候補に入りやすくなるのです。



- ・「この会社面白そうだな、話きいてみたい！」
- ・「働いている人たちが楽しそう、羨ましいな！」
- ・「プロフィールをちゃんと読んで、スカウトメールを送ってくれているな」



- ✓ 求人票やスカウトの応募率向上のために、企業自体の認知度を高める施策を行いましょう。求人票は自社のペルソナのベネフィットに訴えかけるものを作成しましょう。
- ✓ 会社に興味をもってくれそうなコンテンツとして、インタビュー記事や社内イベントの記事を作成します。経歴や仕事内容に関する一般的な社員インタビューに限らず、メンバーの価値観を伝えることができる、コンテンツにすることで、企業だけでなく、働いている「人」に興味をもってくれます。
- ✓ スカウトはパーソナライズ化して送付しましょう。疑問文を入れると効果的なケースがあります。

採用CX向上施策

採用ピッチ資料 の事前送付

2

HeaRでは、面接の3日前に採用ピッチ資料を送付します。候補者は会社への大まかな理解が事前に済んでいるため、改めて会社紹介をする必要がありません。

面接時には会社の深い部分についてのディスカッションからスタートすることができます。結果、候補者のことをより理解することができ、選考結果の精度を上げることが可能です。



- ・「会う前から様々な情報を提供してくれる誠実な会社だ」
- ・「企業を理解したうえで話を聞けるから、深掘りできそう！」
- ・「この会社なら自分と合いそうで、やりたいことができるかも！」



- ✓ 採用ピッチ資料の送付は面接3日前がおすすめです。弊社実績では、約3割の方からお断りの連絡をいただきます。
- ✓ 当日や前日の送付では、「資料を読む時間がなかったから」「自分に合わないと思って断りづらいから」話を聞きに来る求職者をスクリーニングすることが難しくなります。

スピード重視のやりとり

3

候補者は連絡が遅いと感じるほど「不安になる」「信用ができなくなる」傾向があります。また「返信の遅いような会社はいい加減な会社だと思う」「当日中に連絡が来ない企業・職場では働きたくない」意見もあり、応募者にスピーディに連絡することが面接や採用を成功させるためのポイントです。



目指すべき心理状態

- ・「この会社すぐ返信してくれて、スムーズだな」
- ・「レスが早い会社なら信用できそう！」



施策・ハウツー

- ✓ 応募や連絡が来た際はSlackに通知が届くような仕組みを構築しており、原則人事が即対応、厳しい場合は手の空いているメンバーが自主的に対応しています。
- ✓ 弊社では素早い対応の定義を「1時間以内」と定義しており、スピードの価値観を共通で持つようになっています。

飲み物の提供

4

オンライン・オフラインの採用体験に一貫性を持たせることで、候補者は安心して選考に進むことができます。
また、せっかくオフィスに来てもらえる機会なので、自社らしさを伝える候補者体験を提供できるようにしましょう。



- ・「この会社っぽさがわかるな」
- ・「飲み物までコンセプトが決まっていて面白い」



- ✓ HeaRで大事にしている価値観、「働くって、青春だ」。そこで青春の価値観に触れてもらうため、面接に来た方には必ずポカリスウェットを提供しています。
- ✓ その後「あなたにとっての青春ドリンクは何ですか？」と質問し、青春の価値観や思い出話をアイスブレイクも兼ねて行なっています。

面接時の アイスブレイク

5

求職者は緊張していることが予想されます。少しでも話しやすいような雰囲気作りや、簡単なゲームを交えると場も和むでしょう。



目指すべき心理状態

- ・「素の自分を出せたと思う！」
- ・「面接官の人と仲良くなれて、話しやすかった」
- ・「聞きたいことをしっかり聞けて、有意義な時間だったな」



施策・ハウツー

- ✓ 会ってすぐに質疑応答や、かしこまった面接に移る前に、話しやすい雰囲気づくりを意識しましょう。
- ✓ 共通点探しゲームを行うことで、求職者との距離を縮めることができます。共通点を探すために、スタート時にアイスブレイクの一環で共有点探しゲームを実施することを説明し、好きな食べ物や趣味について聞くことで共通点を見つけることができます。

1日体験入社

6

1日体験入社では、自社の魅力だけでなく、働くイメージが湧くようなプログラムにしましょう。オンボーディング資料やメンバーとのランチをコンテンツに盛り込んだり、実際に働くイメージを持ってもらうために、実務の一部を体験してもらいましょう。



- ・「実際の仕事をやってみたから、入社後の仕事がイメージできた！」
- ・「この会社の人たちと働きたい！」



- ✓ 1日体験入社では、自社の魅力だけでなく、働くイメージが湧くように実際の業務や、クライアントへの同行を組み込むと良いでしょう。
- ✓ 実際に働いているメンバーとのランチをセッティングして、働くイメージを持ってもらいます。
- ✓ その日の流れがわかるような1日体験入社のしおりを渡すことで、安心して体験入社に臨めるでしょう。

面接後のFB アンケート

7

面接は常に改善を続けていかなければなりません。求職者の方から実際にアンケートを取ることで、求職者の方からも、「改善をし続けている企業」というポジティブな印象を与えることができます。



- ・「面接でアンケートってかなりしっかりしてるな」
- ・「丁寧な面接だったし最後まで手抜きがないな」



- ✓ 選考結果に反映されることがないことを伝えて、アンケートを実施しましょう。
- ✓ 面接官の印象や、面接時の雰囲気・話しやすさ、質問にしっかり答えてくれたか否か、といった面接の質を改善できるような項目を出します。
- ✓ アンケートに答えてくださった求職者の方には丁寧にお礼を伝えましょう。

内定通知

8

内定は喜ばしいことです。
内定通知の部分で、より付加価値を提供できるようにしましょう。
求職者を受け入れる企業の喜びも表すことで、一体感が生まれます。



- ・「内定を社員の方から祝ってもらえてうれしい」
- ・「こんな素敵な会社から内定もらったから、頑張ろ！」



- ✓ HeaRでは「ケーキを出す」というサプライズを行っています。全員でお祝いする、喜ぶという文化を体現できる施策のひとつかもしれません。
- ✓ 電話で内定通知を出すときも、淡々と伝えるのではなく、内定の理由（一緒に働きたいことが分かる内容）を伝えましょう。