

[就職希望者 × 採用サイト] 企業にとって必要な人材を獲得するためには

採用活動にける採用ポータルサイトへの出稿はもはや必須といえる状況。ただし、自社にとっての採用活動の成果を「採用者の質」に見据えるのであれば、ユーザーが望むコンテンツを自社の採用サイトに用意する必要がある。就職シーズンの限られた時期にユーザー視点のコンテンツを用意し、いかに自社にあった人材に訴求できるかが勝負の分かれ目となる。

## 背景

リクナビやイーキャリアに代表される採用ポータルサイト（就職情報サイト）が非常に重視されている

### 企業側のメリット

集客のみならず初期段階での理解やエントリー機能などを担う強力なツールとして採用担当者の負荷を軽減。

### 就職希望者側のメリット

複数の企業を比較したり、選択肢を絞り込んで検索したりできるので利便性が高い。

## 課題

- 採用ポータルサイトの統一された情報では、他社との「違い」や「より詳細な情報」の提供が難しい
- よりモチベーションの高い就職希望者ほど、各社の採用サイト上でさらに深い情報収集を試みるはず



採用ポータルサイトを「集客の手段」と位置付け、自社の採用サイトを採用ポータルサイトで集客した希望者を次のアクションへ導くための「フィルタリングの役割」と位置付ける。

## サイト構築のポイント

あなたの会社はどちらですか？	
<input type="checkbox"/>	とにかく人を集めたい（面接までの母数を増やしたい）
<input type="checkbox"/>	面接前の段階でフィルタリングしたい（コンバージョンを増やしたい）



採用サイトから誘導した希望者をいかに絞り込んで、コンバージョンを増やすか（自社にとって必要な人材を獲得するか）が重要。そのためには効果的な自社の採用サイト構築が必要不可欠。

## コンテンツの具体例

具体例を考えてみましょう

- 企業の存在意義を伝え会社の魅力を訴求する
- 仕事内容を公開して正しく理解してもらう
- 仕事の流れや1日の過ごし方を紹介する
- 評価制度や査定のプロセスを開示する

・案1	
・案2	

## リスクと解決策

### リスク

就職希望者のための採用サイトから遠ざかってしまう



### 解決策

- ユーザーが抱える不安を取り除く  
就職希望者の視点に立つ。FAQ コーナーを設け、採用スケジュールに沿った説明をする。



### リスク

コンテンツの形状と更新頻度や更新の担当者のスキルとのミスマッチ



### 解決策

- 運用面を熟慮したコンテンツを  
いつ・どこで・どれぐらいの更新が発生するのか、誰がその作業を担当し、それらの情報はWebサイトのどこに掲載されるのかを照らし合わせつつWebサイト構築を進める

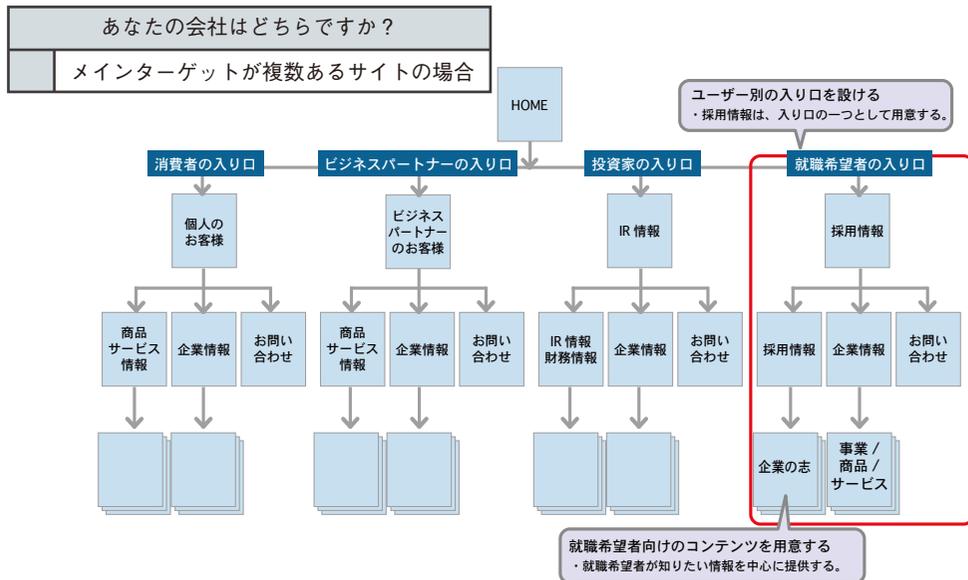


## サイト要素

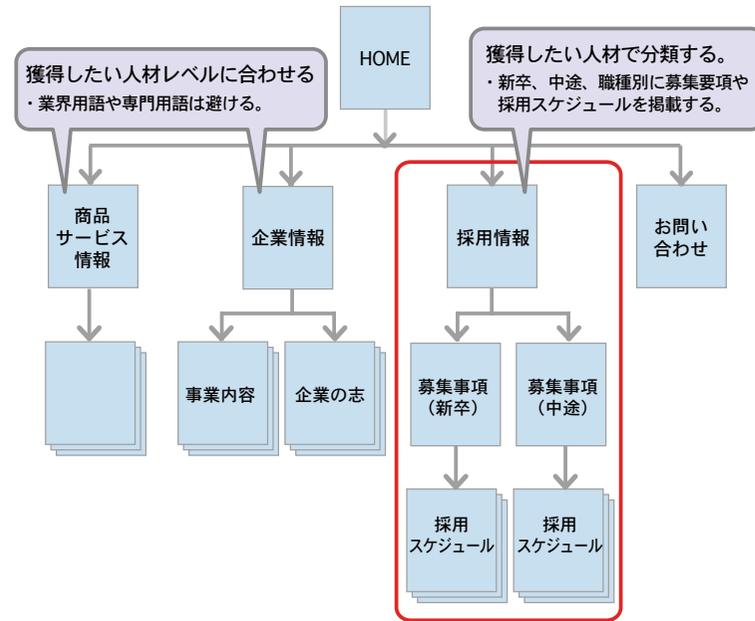
要素に漏れがないかチェックしましょう	
採用情報	採用活動全体の概要について
募集要項 (新卒)	対象となるのは何年卒業見込みの学生か、院卒や高卒はどうするのか
募集要項 (中途)	募集職種や応募資格、待遇など
採用スケジュール	会社説明会や個別面談の予定、内定までの流れを説明
企業メッセージ	その企業が進む方向性 (中長期的なビジョン) など
就職希望者のための会社情報	自らがどんな会社で何をしているかを理解してもらう
事業 / 商品・サービスの説明	知名度が高い主力製品や、自社を連想付けられる製品
仕事・職場紹介	先輩社員からのメッセージや職場写真など
FAQ	就職希望者が抱えるよくある質問とその答
お問い合わせ	就職希望者専用の問い合わせ先を用意
案 1	
案 2	



## サイト構造図



## 就職希望者がメインターゲットのサイトの場合



## 成果の判定指標

仮説を立て、目標をしっかりと設定しましょう

### ・アクセス数

企業の知名度を計るという意味では大切な指標の1つ

現状  →  日後

### ・コンバージョン率

エントリー数や資料請求数などの具体的な数値を重視

現状  →  日後

### ・参照回数が多い質問

→数値が高い項目はコンテンツを厚くする

### ・問い合わせ先・エントリーへの導線

→サイト内の階層が深い位置にフォームを設けるとい手も考えられる