

即戦力採用を成功させる 2つの秘訣 《集客編》

目次

- 01 はじめに（『求職者との接点の量』と『応募率』について）
- 02 求職者との接点の量を増やすポイント
 - 手法別、求職者との接点の量を増やす秘訣とは？
 - 即戦力採用において効果的な手法とは？
- 03 応募率を高めるポイント
 - 応募率を高めるためには？
 - 訴求ポイントを理解するための具体的なアクションとは？
 - 訴求ポイントの切り口とは？
 - アプローチにおけるポイントとは？
- 04 最後に

01 はじめに

IT/Web 業界の企業様やベンチャー企業様の中途採用のご支援をさせていただく機会が多い当社ですが、採用ご担当者様より「優秀な人材からの応募が来ない」という声を以前にも増して聞く機会が多くなりました。

一方で、このような環境下でも優秀な人材の採用を成功させている企業様が存在していることも事実です。実際に、Green でも多くの企業様が優秀なエンジニアやデザイナーを採用しています。

では、どのようにすれば優秀な人材が採用できるのでしょうか。
私達が考える採用成功の秘訣は、下記2点を向上させることです。

求職者との接点の量（量）

×

応募率（質）

今回優秀な人材を採用するために、上記2点をどのようにして向上するかについてご案内します。

「求職者に自社の求人を知ってもらうことができていない」

「自社の訴求ポイントがわからず、求職者に興味を持ってもらうことができていない」

など、採用に関して悩みを持たれている企業様にとって何かしら参考になれば幸いです。

02 求職者との接点の量を増やすポイント

手法別、求職者との接点の量を増やす秘訣とは？

求職者との接点とは、自社の情報を求職者に届けることを指します。まずは採用手法別に求職者との接点を増やす方法をご説明します。

採用手法を選択する上で重要なことは、各手法において『自社が求めるレベルの求職者がいるかどうか』です。あらゆる手法において共通して言えることは、求職者が集まるところに企業が集まり、企業（=求人）が集まるところに求職者が集まるということです。よって、ターゲットとなる求職者の母数や、競合企業の利用状況がポイントとなります。

下記に手法別に求職者との接点を増やす方法をご紹介しますので、いずれかの採用手法を利用する際に参考にしてみてください。

手法	キーファクター	ポイント
人材紹介	信頼関係の構築	自社の求人を紹介してもらうために自社を売り込む必要があります。そのため、人材紹介会社とのコミュニケーションの頻度を増やしましょう。
ダイレクト リクルーティング	アプローチ数	人材データベースを活用し、自社が求める求職者にピンポイントにアプローチしましょう。
広告媒体	求人の閲覧数	閲覧数を向上させるために重要なポイントは求人検索画面です。可能な限り媒体内の検索画面にて自社の求人が上位に表示されるようにしましょう。
SNS系媒体	シェア数	SNS上で自社の求人への露出を高めるために、つながりの多い人に協力してもらい、求人を拡散させましょう。

02 求職者との接点の量を増やすポイント

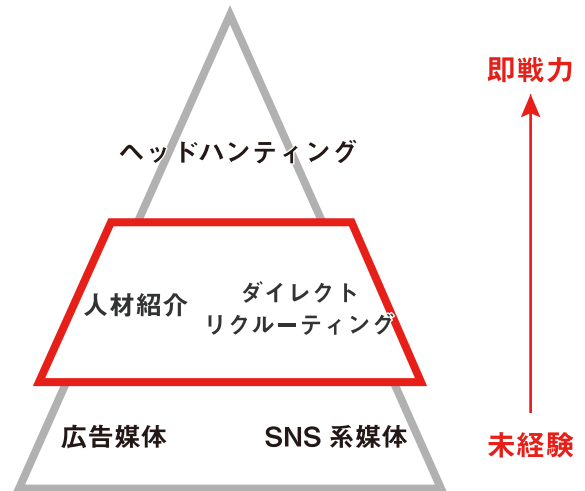
即戦力採用において効果的な手法とは？

数ある手法の中で即戦力採用を実施する場合、募集求人の平均年収や職位などの観点から、より効果的な手法は、『人材紹介』『ダイレクト・リクルーティング』だと私達は考えています。

手間を掛けず求人伝えたり、選考のスクリーニングを行う場合には、『人材紹介』をお勧めします。ただし、採用フィーを高く設定している企業や、募集人数が多い企業、知名度がある企業に求職者が流れる傾向があることも事実です。

そのため、優秀な人材を獲得するためには、人材紹介会社に自社を覚えてもらい、多くの求職者に紹介してもらう必要があります。

自社の力で求職者との接点を増やす場合には、『ダイレクト・リクルーティング』をお勧めします。『ダイレクト・リクルーティング』とは、人材のデータベースや SNS を活用し、採用担当が直接求職者にアプローチを行う手法です。求職者を探したり、文章を作成するなど、採用担当者の時間確保が必要になりますが、自社のアクションによって応募を増やすことができます。下記に、比較表を記載しますので、自社に合う方法をご選択ください。



	人材紹介	ダイレクト・リクルーティング
メリット	<ul style="list-style-type: none">・スキル面と人物面において自社にマッチした求職者を紹介してもらえる。・選考のスクリーニングが実施される。	<ul style="list-style-type: none">・応募数と質をコントロールできる。・採用スピードを早めることができる。・人材紹介よりも費用を抑えることができる。
デメリット	<ul style="list-style-type: none">・自社以外の企業の魅力付けが同時に行われる。・推薦がない場合に、打ち手がない。・第三者が入るため時間が掛かる。・他の手法よりも費用が掛かる。	<ul style="list-style-type: none">・文章の作成等時間が掛かる。・自ら求職者を探す必要があるため、手間が掛かる。・反応率等の成果が採用担当者に依存する。

03 応募率を高めるポイント

応募率を高めるためには？

続いて、即戦力採用を成功させる上で重要なことの2つ目のポイントが『応募率の向上』です。まず、応募率とは、「求職者が求人を知ってから、応募する確率」を指します。応募率を高めるためには、2つのポイントがあります。

1. 自社の訴求ポイントを打ち出すこと
2. 求職者の心理を理解し、個別にアプローチをすること

訴求ポイントを理解するための具体的なアクションとは？

まずは『①自社の訴求ポイントを打ち出すこと』について説明します。今回はマーケティングのフレームワークの3C分析を活用したいと思います。3Cとは「自社(company)」「市場(customer)」「競合(competitor)」の頭文字となります。なお、今回の「市場(customer)」は転職市場となりますが、その市場のメインターゲットである求職者に置き換えます。上記3C分析について理解を深めるためには、具体的でかつ効果的なヒアリングをすることをお勧めします。下記に情報収集例ですので、是非参考にしてみてください。

自社の分析について

- ・経営陣に自社の強みや魅力を具体的に聞いてみる。
- ・中途採用で入社したメンバーに自社の強みや魅力を具体的に聞いてみる。

求職者の分析について

- ・採用支援企業に求職者動向や、求職者の希望（会社を選ぶ軸等）を聞いてみる。
- ・雇用動向をインターネットで調べてみる。

競合企業の分析について

- ・採用支援企業に求職者動向や、求職者の希望（会社を選ぶ軸等）を聞いてみる。
- ・雇用動向をインターネットで調べてみる。

03 応募率を高めるポイント

訴求ポイントの切り口とは？

次にインタビューで出てきた訴求ポイントを分類し、効果的なアプローチを生かしましょう。

企業概要	企業理念・ビジョン 企業の知名度・ブランド 経営の安定性 立地 オフィスの設備 規模
事業	事業内容 サービスの知名度・ブランド 今後の展開・業界や事業の成長性
仕事	仕事内容 職種独自の面白さ・魅力 開発環境（開発ツール・言語等） 身につくスキル・知識 報酬 等
メンバー	経営者・メンバーの経歴や志向性
社風	メンバー同士のコミュニケーションの多さ 経営者との距離
福利厚生・精度	手当 休日 評価制度 教育制度

03 応募率を高めるポイント

アプローチにおけるポイントとは？

応募率の向上の2つ目のポイントは、『②求職者の心理を理解し、個別にアプローチをすること』です。

Green では、利用企業様に登録者データベースを開放し、直接アプローチができるようになっています。それらのアプローチ機能を利用した際の返信率は、特定条件下において40~50%と高い結果を出しています。結果、企業やサービスの知名度や従業員規模に左右されることなく、多くの企業様が即戦力採用に成功しています。

これらの『ダイレクト・リクルーティング』を成功させるためには、返信率を高める工夫が必要になります。最も重要なことは、受け手となる求職者の心理を考慮し、求職者に合わせた文章を作成することです。可能な限り相手に共感してもらったり、一度会ってみたいと思ってもらえるような文章を目指しましょう。

下記に返信率のポイントをまとめましたので、『ダイレクト・リクルーティング』を行う場合には参考にしてみてください。

送付する人の役職・名前を記載しましょう

特に代表や経営陣が直接送付することで、受け手にとっては滅多にない貴重な機会になると感じられ、返信率が高くなる傾向があります。

ターゲットとなる求職者に合わせて文章をカスタマイズしましょう。

誰にでも送っていると思われると、有象無象に来るメッセージに埋もれてしまいます。個人への興味を示すために、興味を持った経歴部分や、連絡をした理由を可能な限り具体的に書くとよいでしょう。

メッセージ内にコーポレートサイトや求人媒体等のURLを記載しましょう。

長すぎる文章は初めて読む読み手にとっては少し重たく感じられます。そのため、最初は相手への興味関心をメインに触れながら、自社の説明は簡潔に行い、興味を持っていただいた際にスムーズに詳細まで知っていただけるように他の情報元へのURLを記載すると効果的です。

両者を知るスタンスでコミュニケーションを取りましょう。

まだ興味を喚起しきれていない求職者に対して、初回から面接をする旨を伝えてしまうと、重たく感じられます。まずは相手に知ってもらうことを重視し、面談等のハードルを低くした打診から始めるとよいのではないのでしょうか。

04 最後に

昨今 IT/Web 系の職種においては、待っているだけでは採用どころか、応募すら集まらなくなってきたという現状があります。

そのような環境下でこそ、自社に合致した優秀な人材を戦略的に獲得していくことが重要になります。自社独自の魅力を訴求し、積極的にターゲットの求職者に自社を知ってもらうことで、採用を成功させ、事業のさらなる発展につなげていただければと思います。今回ご案内したことが採用のヒントになれば幸いです。

採用のご相談や Green についてのお問い合わせはこちら

株式会社アトラエ Green 事業部

〒108-0073

東京都港区三田 1-10-4 麻布十番日新ビル 2F

TEL : 03-6435-3210

URL: <http://www.green-japan.com/>