

セミナー企画書

菅野 弘達 (株) ソーシャルメディアマーケティング 代表取締役
かんのひろみち 電話：090-1657-6373 Eメール：hkanno@arion.ocn.ne.jp

【タイトル】

『欲しい人材を採用するための WEB、SNS を活用した採用の仕組み構築 - ソーシャルリクルーティング』

【参加者対象】

- ・自社のホームページ、ブログ等で採用情報をアップしているが、応募がほとんどない企業、店舗の経営者採用担当者。
- ・各種採用媒体（求人誌、採用ポータルサイト等）に、高額のコストを使っているが、費用対効果がほとんどない企業、店舗の経営者、採用担当者。
- ・応募はあるが、採用したい人材の応募がない。または、採用してもすぐに辞めてしまう企業、店舗の経営者、採用担当者。

【参加者が得られるメリット】

- ・採用に効果が上がる、WEB、SNS の有効、かつ具体的な活用方法が習得できる。
- ・高額な有料広告、媒体に費用を掛けず、採用において競合他社がほとんどいない WEB、SNS を活用した採用の仕組み「ソーシャルリクルーティング」の構築についての解説。
- ・欲しい人材、すぐに辞めない人材が採用可能な、WEB、SNS を使った情報発信の方法が分かる。

【コンセプト・概要】

求人媒体に採用広告を出しても、ほとんど応募がない状況が続くなか、即戦力となる人材確保は、企業や店舗の存続のための最重要事項となって来ました。WEB、SNS を使った継続的な企業ブランディングにより、欲しい人材、すぐに辞めない求職者への最短アプローチ法をはじめ、採用の仕組み構築 - ソーシャルリクルーティングについても解説します。

【内容】

1. WEB、SNS で有効な採用ができないのか。現状分析と最新状況

1) 中小企業、店舗ビジネスの採用手段の現状分析

- ・WEB、SNS の活用
- ・求人媒体、サイトなどの活用
- ・何故大手企業を相手にレッドオーシャンで戦い続けるのですか？

2) スマホ利用者 6000 万人時代の WEB、SNS の最新状況

3) 【ワーク 1】

採用に於いて、WEB ツールやメディアの中で一番重視している（お金を掛けている）ものは何か？

その理由と成果を書いて下さい

- 4) WEB、SNS (Facebook、Instagram など) を使った継続的な企業ブランディング
読まれる記事にするためのポイント
 - ・読み飛ばされないためのタイトルのつけ方
 - ・最後まで読んでもらうための記事の書き方
 - ・SNS は写真が命！ スマホ写真撮影入門

2. ソーシャルリクルーティングとは？

- 1) なぜソーシャルリクルーティングなのか？
- 2) 企業の最新採用事例
- 3) ソーシャルリクルーティングの成功と失敗を分けるポイント
- 4) ソーシャルリクルーティング実施までの 3STEP

3. オウンドメディア型ホームページを使った採用戦略

- 1) 自社サイトに価値を蓄積させるオウンドメディア型のホームページとは
- 2) 大企業に負けない、中小企業がとるべき採用戦略
 - ・独自インターン制度の構築
 - ・社員の投稿の資産化による採用戦略の活用 (一例)

4. まとめ

【ワーク2】

今日のセミナーで、新たな気づき、発見があったもの、明日からすぐに実行しようと思ったのは、何ですか？

所要時間

120 分～180 分程度 (ご要望時間に調整可能)