
新卒採用ってどうやればいいの？

ゼロから始める！新卒採用の基本

ダイヤモンドLEAD長野

 合同会社 **ライトハウス・キーパース**



【会社の将来的な発展のための採用活動】

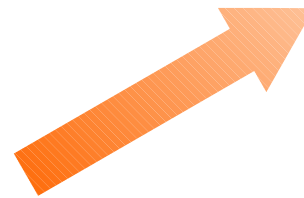
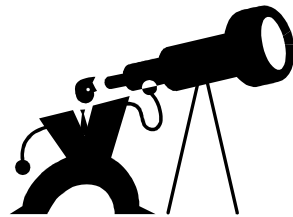
会社を継続的に発展させていくために将来的な幹部候補の人材確保と売り上げ(お客様評価)を得られる技術・サービス、そして情熱を持った人材を採用する。

ビジョン(どんな会社になりたいかという想い)があり、それに沿った目指す将来像を持っている。そして現状を振り返ってみた際に目指す将来像との間に課題(ギャップ)があります。その課題(ギャップ)を埋めるための人材を確保することが採用活動で、将来目指すべき会社に成長するための駆動力となる人材を確保することが新卒採用の目的となります。

【新卒採用のメリットや目的】

- 会社のDNAを継承するための人材の確保
- 既存社員への刺激になり社内活性につながる
- ポテンシャルのある若手採用が可能
- 採用予定数に対し、計画的で効率的な採用が可能
- 初めて就職した企業が基準となるため、一般的に定着率が高い

Vision(方向性)
どんな会社になりたいか?



課題(ギャップ)



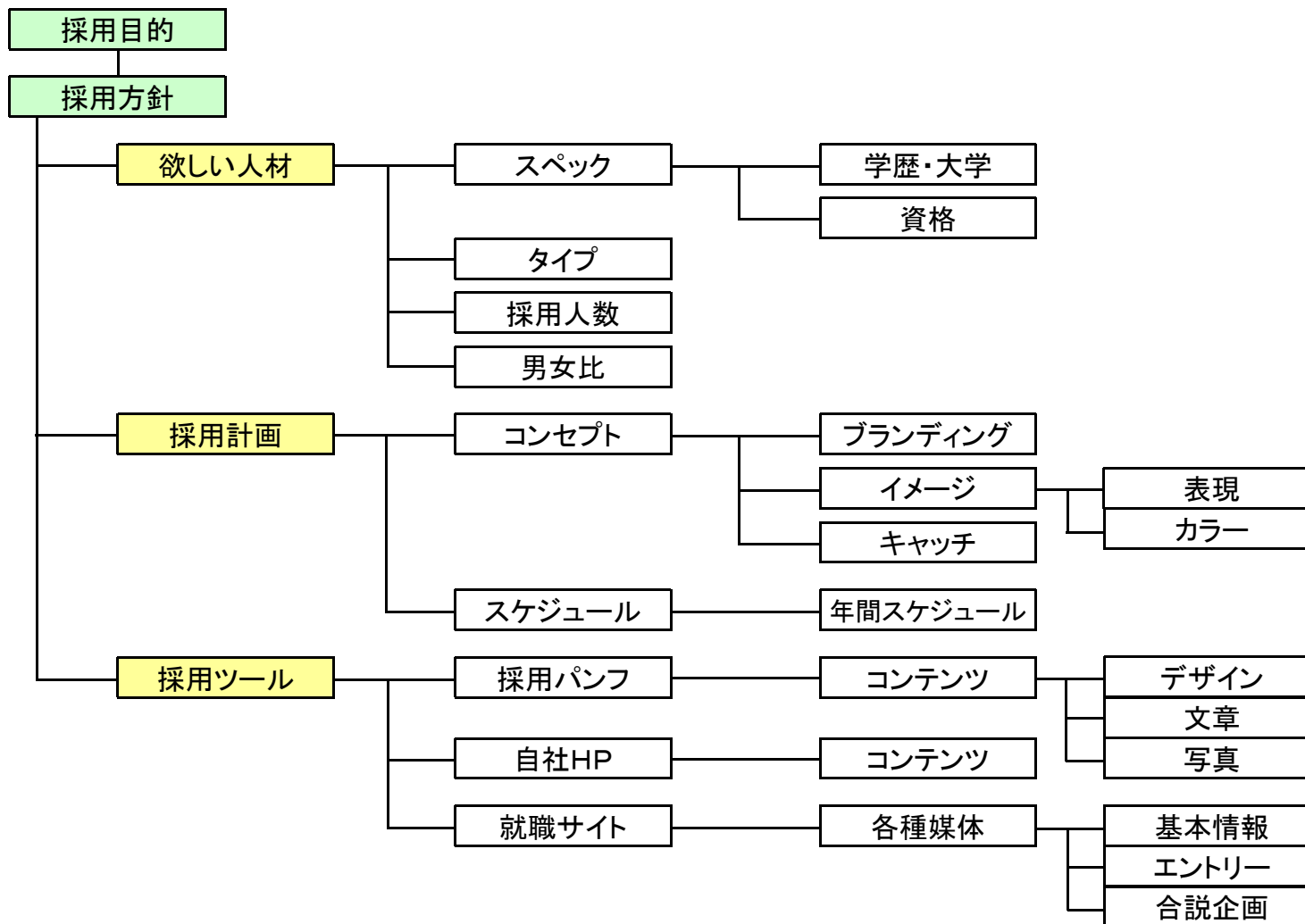
時間軸

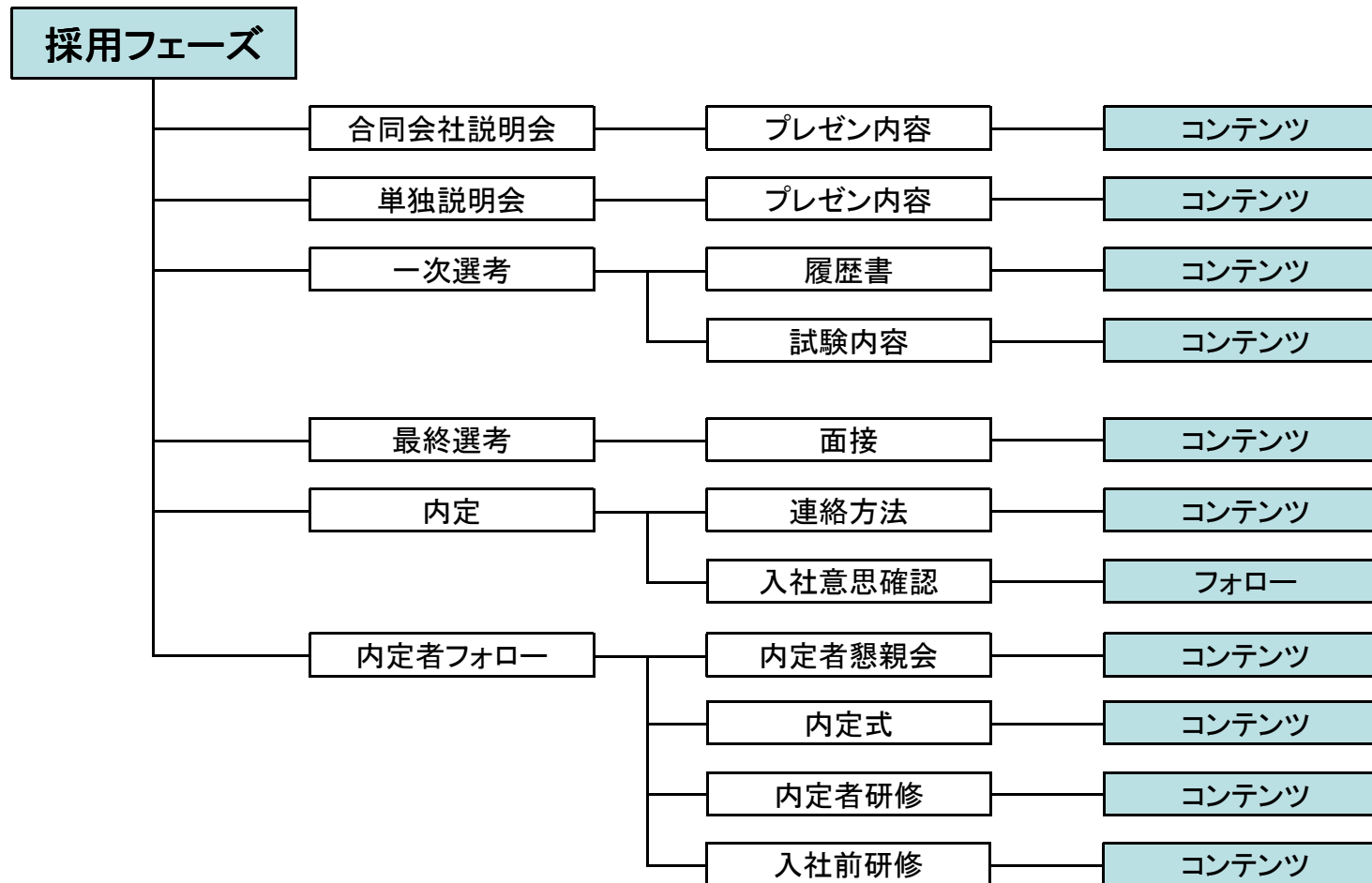


新卒採用フロー①

新卒採用活動の全体

一貫したコンセプトで採用活動を行うため、全体像をフローで示します。
これは採用活動が毎年変化していくなかで、戦略や目的を明確にして基本フレームを作ること
で「ぶれない軸」を作ることが目的となります。

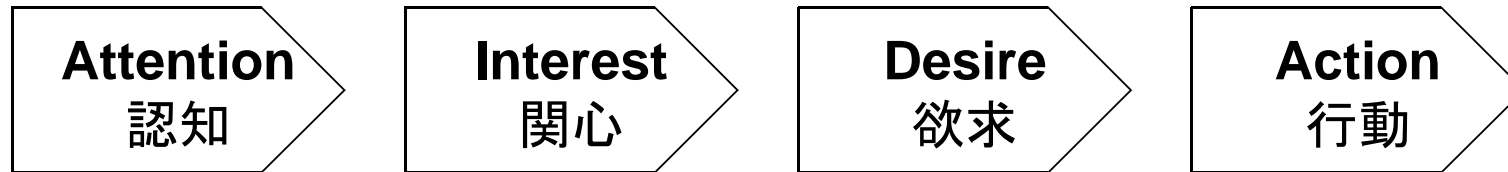




細かいところまであげると上記のようになりますが、いきなり全てはできません。
 まずは、ひとつずつ土台を作っていくことが優先です。

コンセプト

自社をPRするうえで最も大事なこと。学生に対して一番共感を抱かせ、行動へと移すプロセス。



マーケット(学生)の側に立ったコンセプトを基に決定

○ブランディング ○企業イメージ(表現・カラー) ○キャッチコピー

各採用ツールへと落とししていきます。これは決して学生に対する迎合ではなくより多く、また良い学生と接触を持つために必要な部分になります。

スケジュール

- ◆ 年間スケジュールとしての管理がベストです。(担当者レベルで作成)
- ◆ 合同会社説明会～単独説明会～選考～内定を一連の動きとして据えておく。
- ◆ 学生の窓口となる方の人選・レクチャーなど準備期間としてスケジュールリング
- ◆ 採用案内などのツール類など「いつから使うか」を明確にして準備

前項で作られたコンセプトを各採用ツール(採用パンフ・自社HP・就職サイト)へ落とし込む。

採用パンフ

内容

使用用途として、あくまでも採用目的としてのみの使用か、会社案内として汎用性をもたせたものとするかで内容が変わってきます。

仕様

サイズ・ページ数を決定し、原稿内容・デザインを決めていきます。
※A4サイズで8ページ程度が一般的です。

自社HP

イメージ

学生は関心を示した企業のHPは必ずといっていいほどチェックしています。もっと詳しい会社の中身や採用情報をチェックするにあたり、HPの見直しが必要と感じます。HPを見る企業さま・学生に与えるイメージが大切です。

就職サイト

管理体制

就職サイトは上記のとおり、あくまでもツールです。使いこなすことによって、非常に便利な武器となります。
使いこなさずに放置したままでは、逆にマイナスとなってしまいます。
社内での役割(更新作業など)の明確化が必要となります。



ポイントとしては3つ



目に付くブース(動機形成)



学生の共感性を得るプレゼンテーション



次の接触機会の設定

目に付くブース(動機形成)

- ・まず自社ブースへ学生を誘導するにあたっては、会社をイメージさせるような提示物がなされていることが重要です。
- ・大金をかける必要はなく、ポスターによる提示程度で大丈夫です。

学生の共感性を得るプレゼンテーション

- ・最も力を注ぐべきところですが、夢中になると自社の自慢話や担当者の独演会となってしまう、学生さんに飽きられてしまいます。
- ・自社のお話も重要ですが、なにより目の前の学生の話をおきくことが重要に感じます。

次の接触機会の設定

- ・ターゲットとなる学生に会って、その場限りになってしまっただけでは無駄となってしまいます。
- ・次の接触機会(単独説明会・会社見学)をその場で伝え、出来ることならその場で意思確認を取っておくことがベストです。