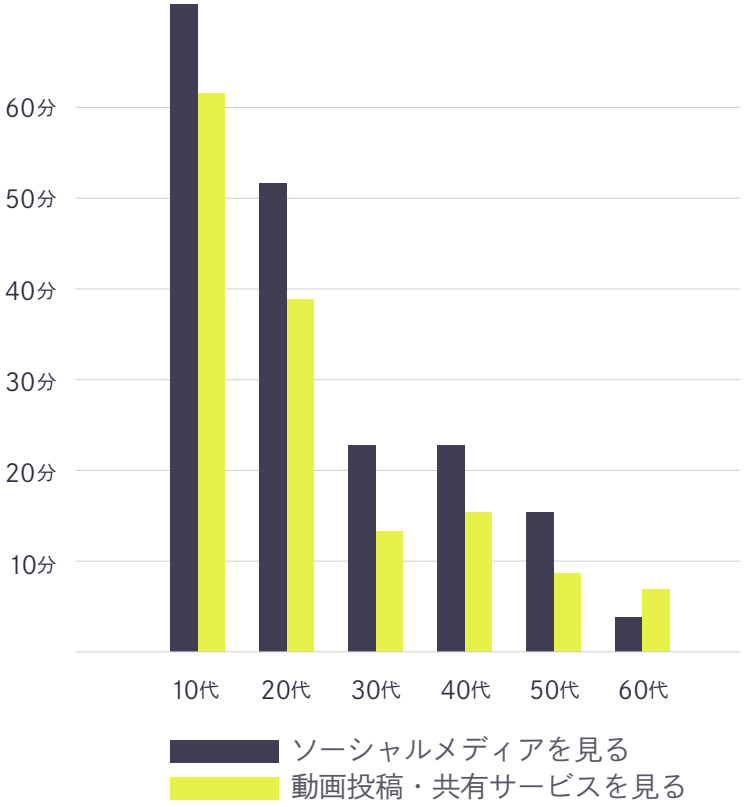
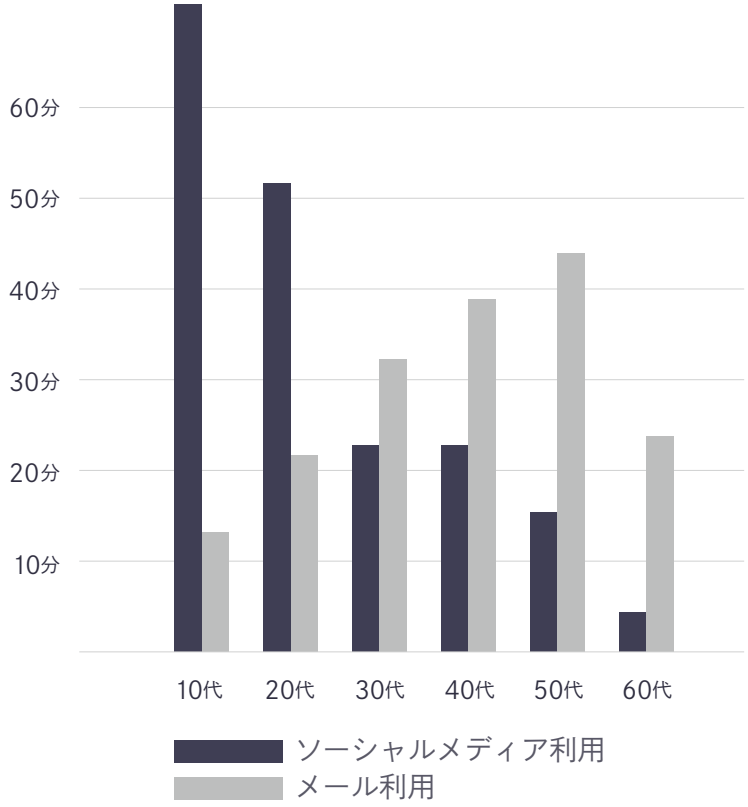
SNSを活用した採用活動のご提案

SNSを活用したZ世代の就職活動

[平均1日]項目別ネット利用時間（年代別）



[平均1日]コミュニケーション系メディア利用時間（年代別）

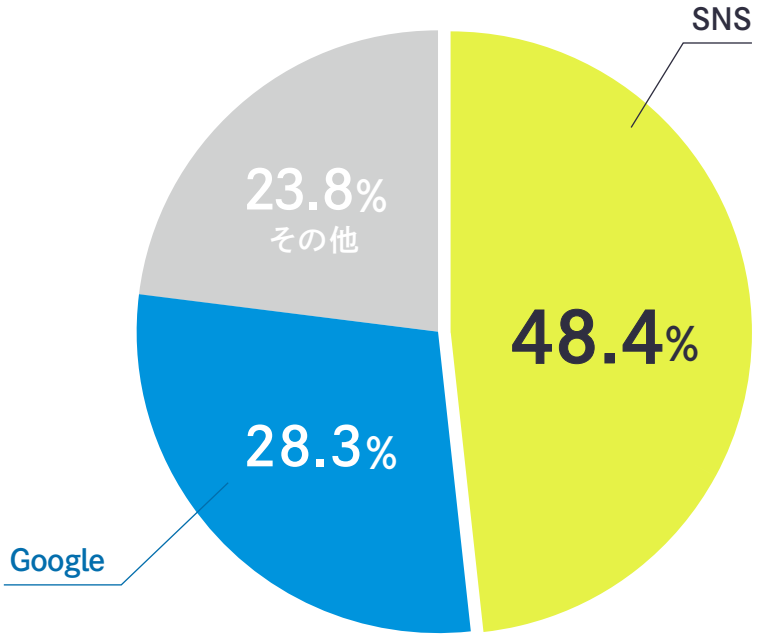


総務省：平成30年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書の公表

志望企業の公式アカウントをフォローして投稿内容を確認したり、実際に働いている社員の投稿をチェックしたり、
Z世代は、公式の情報や求人広告の内容よりも**「リアルな生の声や評判を重視」**するのです。

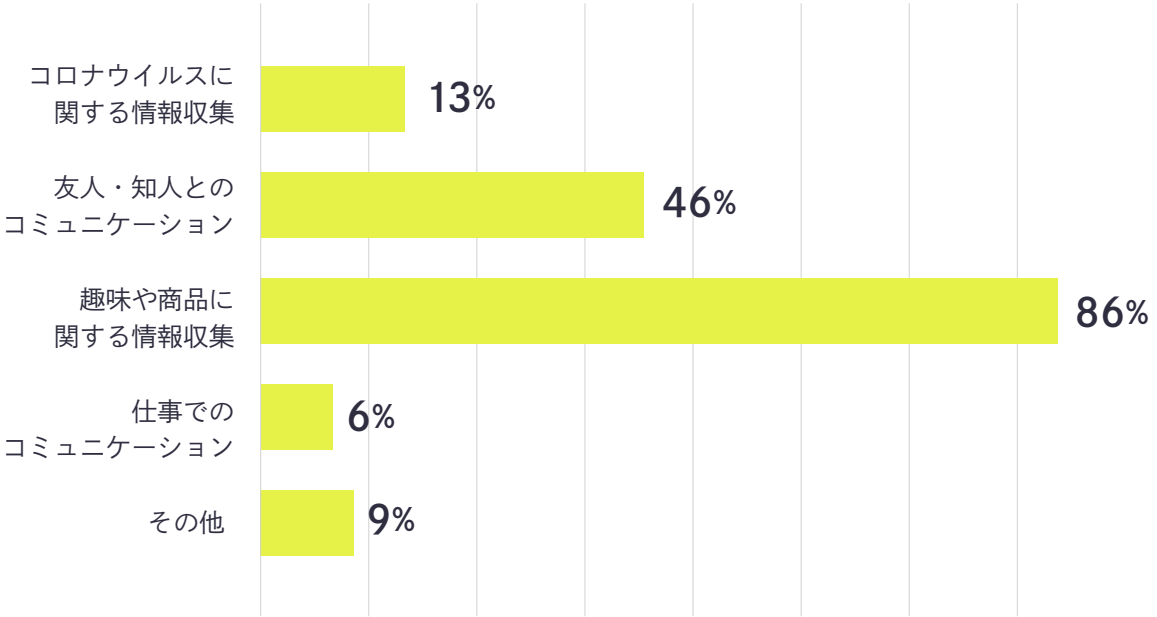
情報収集のメインは GoogleからSNS へ

情報を調べる際によく利用するサービス



Marketing Research Camp調べ2019年6月度

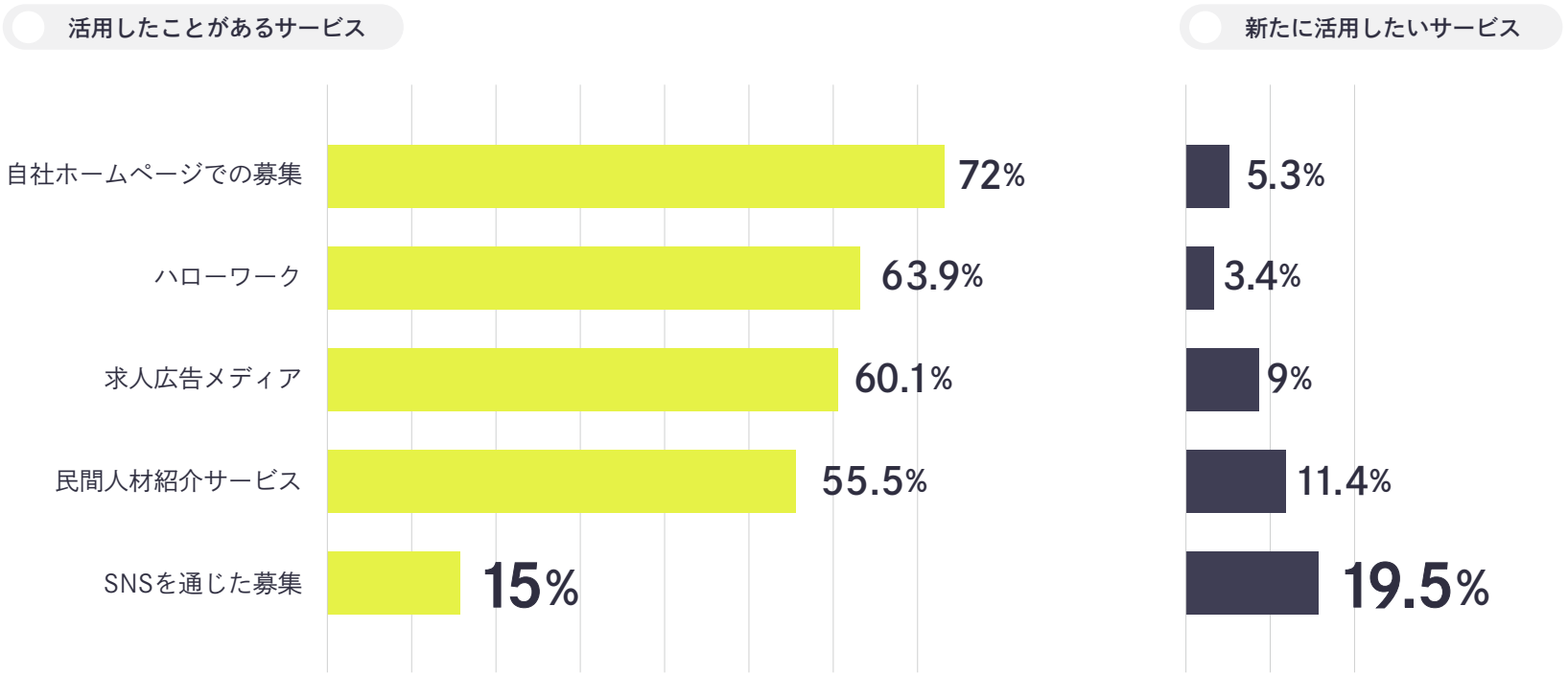
SNSを利用する目的



10代以上の1,072名を対象にしたアンケート

SNSの利用目的は「友人・知人とのコミュニケーション」よりも「**情報収集**」の方が約2倍に。
このトレンドは直近でもますます強くなる傾向が予想されます。

企業担当者の採用活動にSNS活用を検討



人事担当者1000人に聞いた今年の中途採用計画と人材確保のための施策（@DIME）

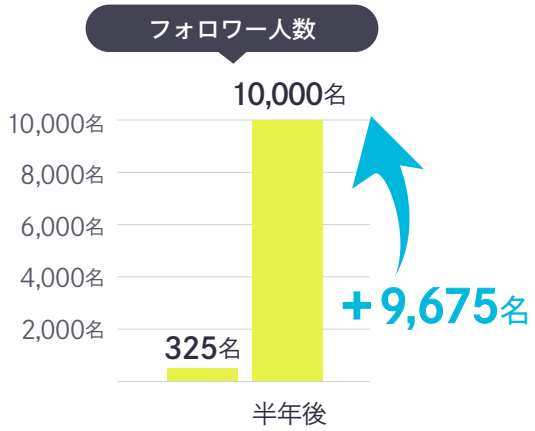
大企業・中小企業を問わずSNSを**積極的に採用活動に利用していく**という流れが来ていることが推測できます。
さらに求職者の意識が変わってきたことにより企業の採用活動のチャネルが変化してきていることがあげられます。

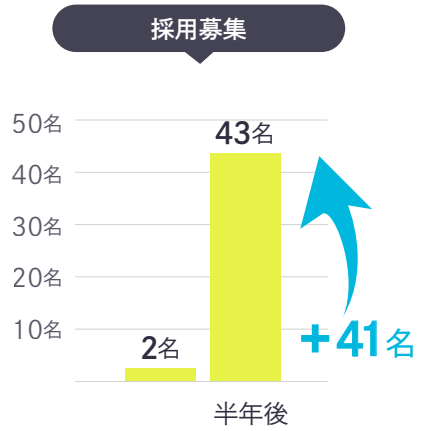
Twitter実績



コネクト様

認知拡大のためのプレゼントキャンペーンを行うことで
自社アカウントにユーザーを集め、採用情報を配信





HPアクセス数 **3.4倍UP**

※半年間の運用結果

POINT

- Twitter→公式 LINE@ という導線設計
- 明確なペルソナ設定

Instagram実績



メンズクリア様

採用媒体と Instagram の 2軸で採用活動を行い、実際にSNS内で採用までの一連の流れが完結

1,200件DM送付
↓
12件返信

6件面接

〈 採用までの流れ 〉

- 募集
- 応募
- 面接
- 採用

POINT

- 明確なペルソナ設定し、求める人材層へのアプローチ
- 通常投稿でも採用に関わる情報を発信