

「採用の導線戦略を」

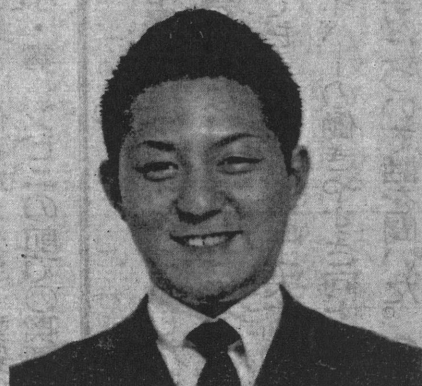
船井総研ロジがアドバイス

船井総研ロジ（東京都千代田区）のドライバー採用チームでチームリーダーを務める山岸龍大氏は、「有料求人媒体の評価を『応募が来た・来ない』で終わらせてしまっているケースが多い。このような認識で採用活動を続けていると非常に危ない」と懸念する。

「応募者＝求人閲覧数×応募率。何人が求人を見てくれ、見た人の何パーセントが応募しているのかをきちんと押さえる必要がある」と指摘。「閲覧数を把握するためにはHPを作成し、全ての媒体から誘導させることが重要。当社では、それを『採用の導線戦略』と呼んでいる」。

また、「HPを作成したら、『グーグルアナリティクス』という解析ツールを必ず入れてほしい。サイト全体の閲覧数はもちろん、ページごとの閲覧数や秒単位の滞在時間など、詳細な情報を把握できる」と付け加える。

さらに、「HPのアクセス数を増やすのに効果的なもの



山岸チームリーダー

は、日本一アクセス数が多い求人検索エンジンの『Indeed』を利用すること」とアドバイス。ただ、「最近では『Indeed』の利用者が増加し、競争が増えていることから、都心部ではアクセスが集めづらくなっているエリアもある」とし、「そのような地域では、『Indeed』のみに頼るのではなく、有料媒体やハローワークなどの無料媒体にもHPのQRコードかURLを記載し、誘導する必要がある」

山岸氏は、「求人媒体にも流行があるため、一つの媒体に頼るのではなく、自社で『導線戦略』を重視した採用活動を行ってほしい」と語る。

（大西友洋）