

★ 最近はやりのオウンドメディアリクルーティングとは？

最近はやりのオウンドメディアリクルーティングとは？

▶ 自社が管理するメディア（採用サイト・SNSなど）から直接会社の魅力を発信することで人材獲得につなげていく、従来の求人媒体からの集客とは異なる母集団形成の手法です。

情報収集の仕方がITの進歩に伴って向上しました。結果、仕事に対する意識が変化（働きやすい職場か、社内貢献できるか等）し、求職者一人一人の価値観に基づいて仕事を選択する時代になりました。

自社の求める人材を獲得するためには、求職者の価値観の変化を捉え、職務条件を細かく記載するだけでなく、企業理念、社員制度・職場環境など会社の魅力を積極的にアピールする必要があります。

オウンドメディアリクルーティングするためには？

▶ 前提として自社の情報がしっかり含まれている採用サイトを持つことが重要です。そのうえで、求人媒体以外の多様なチャンネルから求職者にアプローチしていきます。



オウンドメディアリクルーティングの効果は？

母集団数増



従来の求人媒体以外の母集団を形成可能です。よって、媒体への掲載をし尽くした場合の次の打ち手となります。結果的に、応募数・採用数を増やすことが可能です。

コスト適正化



他媒体と比べると低単価で求人掲載することが可能です。（クリック課金型が主要であるため、原稿を数多く載せるには有効的手法）目標に到達した場合はすぐに非掲載にできるため、コストに無駄がありません。

採用HPの資産化



サイト構築ができれば常に求職者にコストをかけずに情報を発信ができます。また、自社の魅力を記載することでブランディングを強化することが可能です。そのため、オウンドメディアは長い目で見ると自社にとって資産となります。

自社のブランディングの方法とは？

▶ オウンドメディアリクルーティングの場合、これまでと同様の募集条件の掲示のみではなく、企業文化、社風、行動様式、行動規範等、どのような雰囲気なかで、どのような考えを持った人と働くのかを発信することが大切です。下記の項目は社員インタビューやPR動画コンテンツを用意すると、求職者への浸透率が高くなる傾向がございます。



これまでの求人媒体だけでなく、今後も規模が拡大していくオウンドメディアリクルーティングでしっかりと採用していきましょう！