

採用サイト構築のための 採用マーケティング

1. 採用マーケティング資料

- 採用マーケティング 潜在・顕在層
- 応募者の行動喚起
- 採用マーケティング戦略の型
- 採用課題から考察する
- 採用活動4つの軸
- 採用マーケティング 3つのフェーズ

2. 採用サイト構築

1. 採用サイト構築の流れ 3つのフェーズ
2. 戦略フェーズ
3. ペルソナ
4. カスタマージャーニー
5. カスタマーベネフィット
6. ポジショニング
7. コンテンツ要素
8. 募集要項

3. Why? アドマノ

4. 構築スケジュール

5. 費用

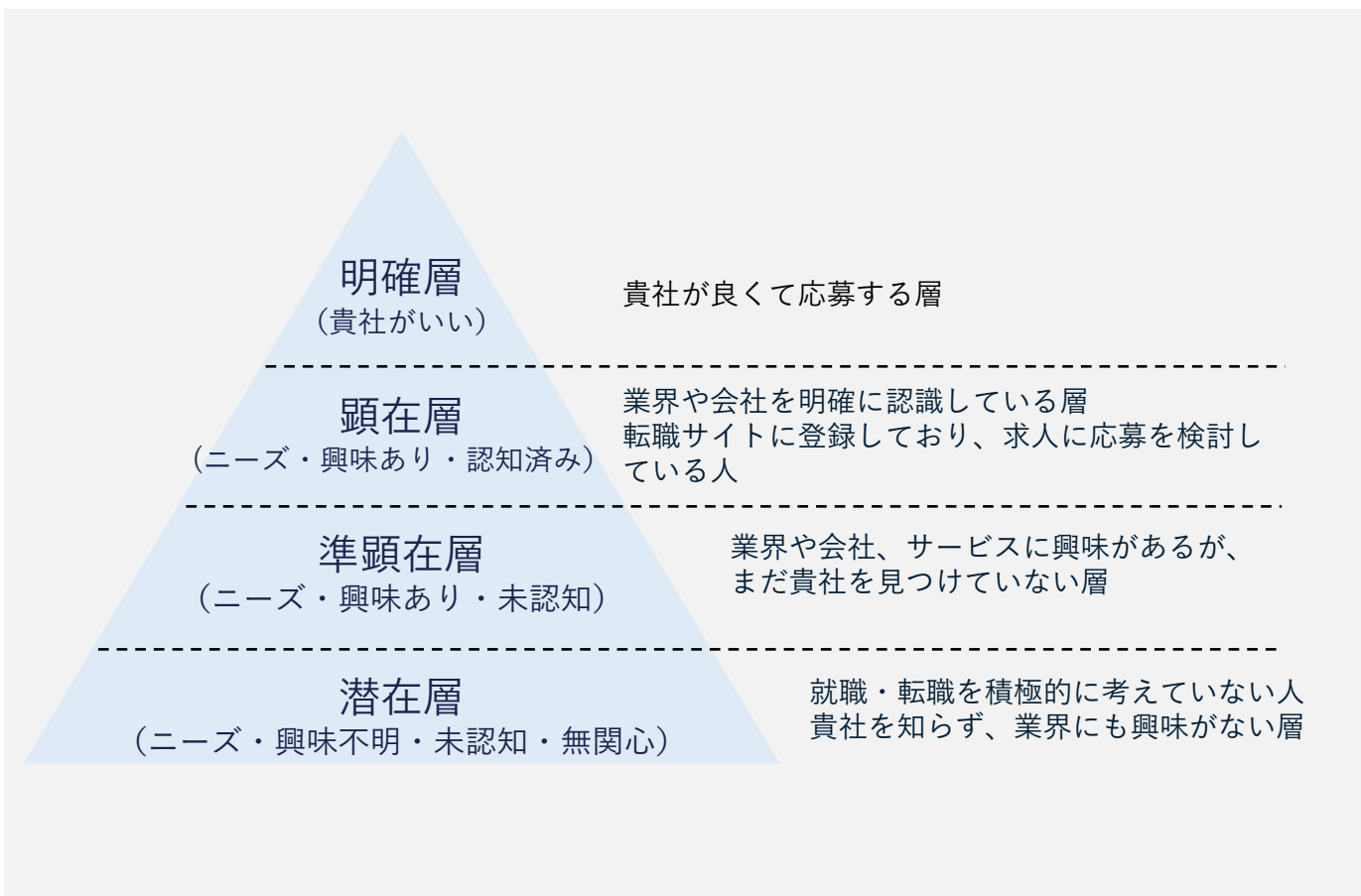
6. 会社概要

採用マーケティング資料



アドマノ株式会社

採用サイトを構築する際は、潜在層と顕在層の両方に適した情報を提供することが重要です。



潜在層には、企業のミッションやカルチャー、社員の声を発信し、興味を持ってもらうことが目的となります。

オウンドメディアやSNSを活用し、企業の魅力を広く伝えることも効果的です。

顕在層には、具体的な求人情報やキャリアパス、福利厚生をわかりやすく提示し、スムーズに応募できる環境を整えます。

応募フォームの簡略化やカジュアル面談の導入により、エントリーしやすくすることが大切です。

トップページでは、両層に向けた導線を工夫し、見やすく使いやすいデザインを意識します。

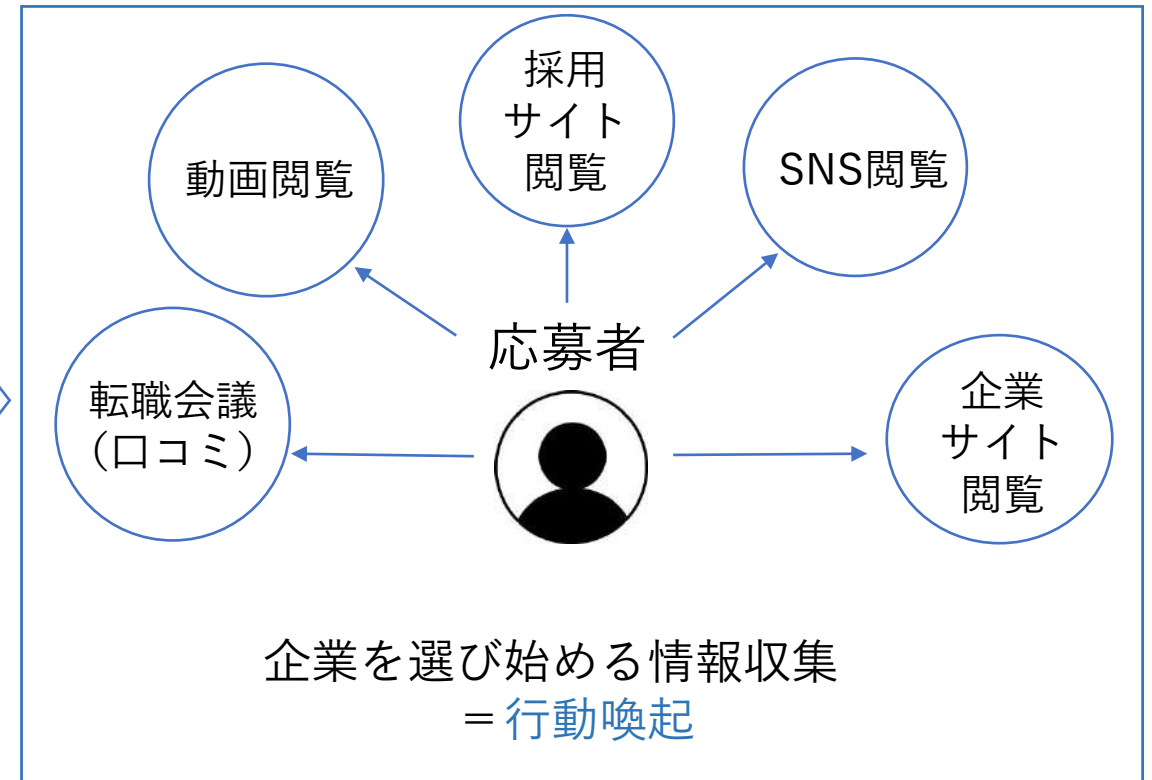
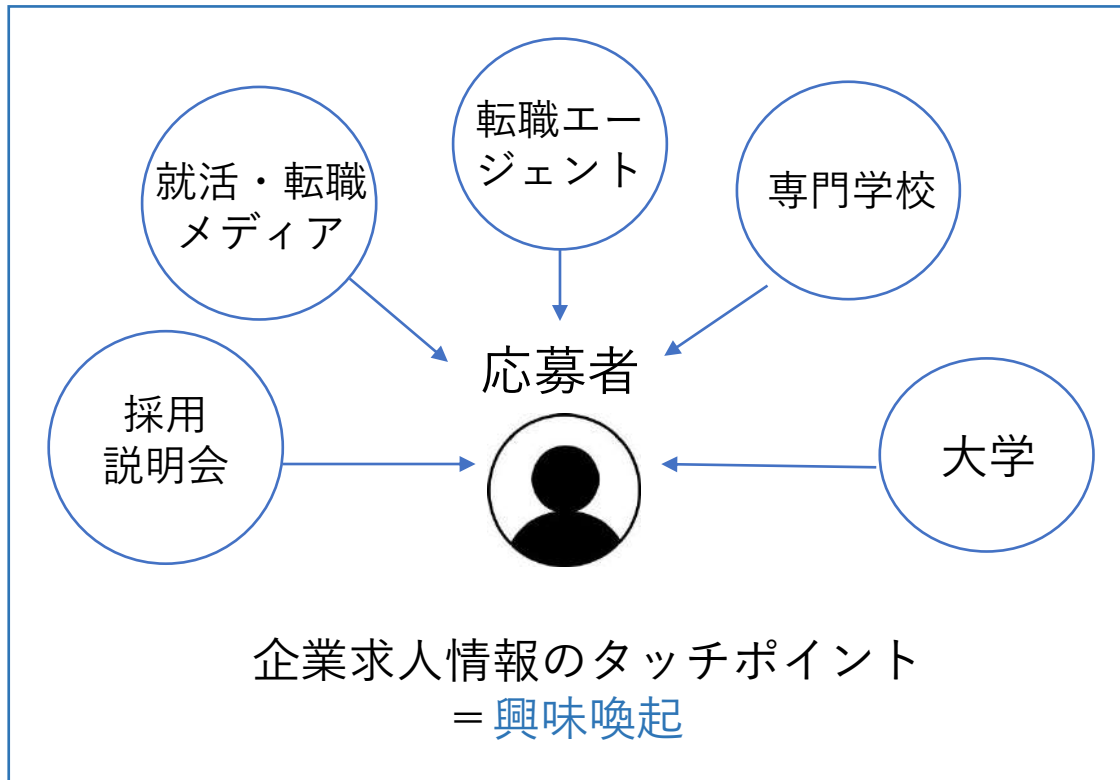
データ分析を行いながら、サイトの改善を重ねることで、より効果的な採用につなげることができます。

【採用戦略】

応募者が、企業に応募する行動喚起の最大の要因は、

具体的に応募者が企業で働いているイメージがわき、自分自身の姿が思い浮かぶ時です。

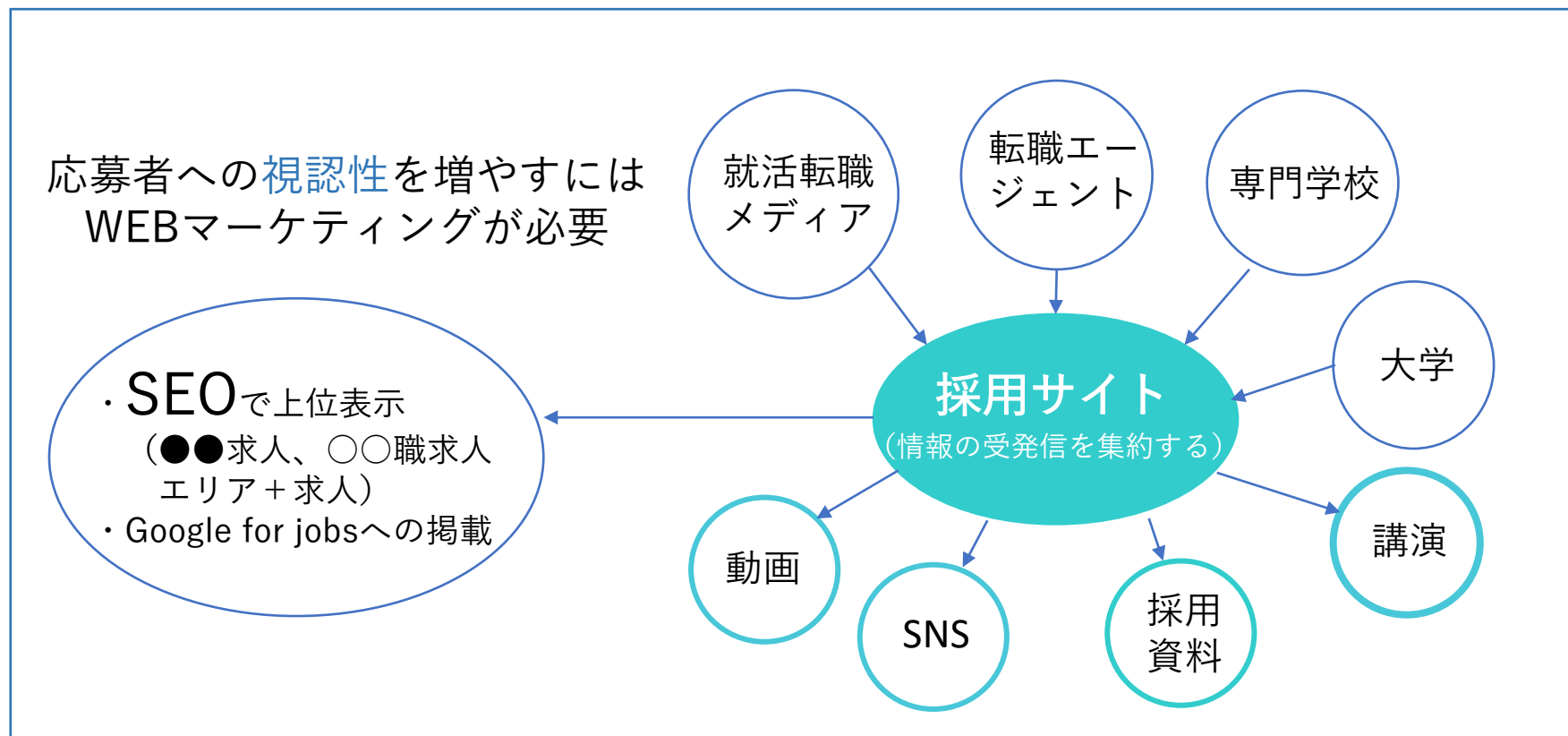
そこまで、採用マーケティングを用いて、応募者をナーチャリングしていく必要があります。



【採用マーケティングのコア部分】

応募者の行動喚起に最大の影響を与えることができるのが、採用サイトです。

採用サイトが採用マーケティングのコアになります。転職メディアやオフラインでの採用活動から求職者は、最終的にコーポレートサイトや採用サイトを見て、就業後のイメージを高めて応募します。



求職者の6~9割は必ず採用サイトに訪問するデータもあります。

採用サイトへ誘導するための様々な認知、流入チャネルと連動し、相乗効果を生み出し、採用成功へとつなげていきます。

業種業態、規模による違いはありますが、採用に関する課題は大きくは以下の5つに分類されます。それぞれが独立した課題ではなく、お互いが作用して問題が大きくなっています。

採用課題① 企業認知

企業のブランディングが足りなく、認知が少ないので応募者が少ない。

解決策

- ・知名度がなくともサイトUIとUXとSEOの改善で応募者の満足度を向上させることはできる。

採用課題② 内定辞退

内定を出しても他社に行ってしまう。会社に入社する強い動機がない場合が多い。

解決策

- ・強い動機を持たせる施策・キャリア・福利厚生・N1マーケティングによる施策

採用課題③ 少ない応募数

求人媒体や人材紹介でも十分な数の応募者がこない。求める条件に合致した人材からの応募がない。

解決策

- ・採用マーケティング戦略による応募者母集団を増やす。

採用課題④ 費用増大

内定者が足りず、求人広告費や人材紹介会社への費用の予算が莫大になる。

解決策

- ・求人媒体の精査と採用サイトとオフライン戦略で不必要な予算を削る

採用課題⑤ 戦略欠如

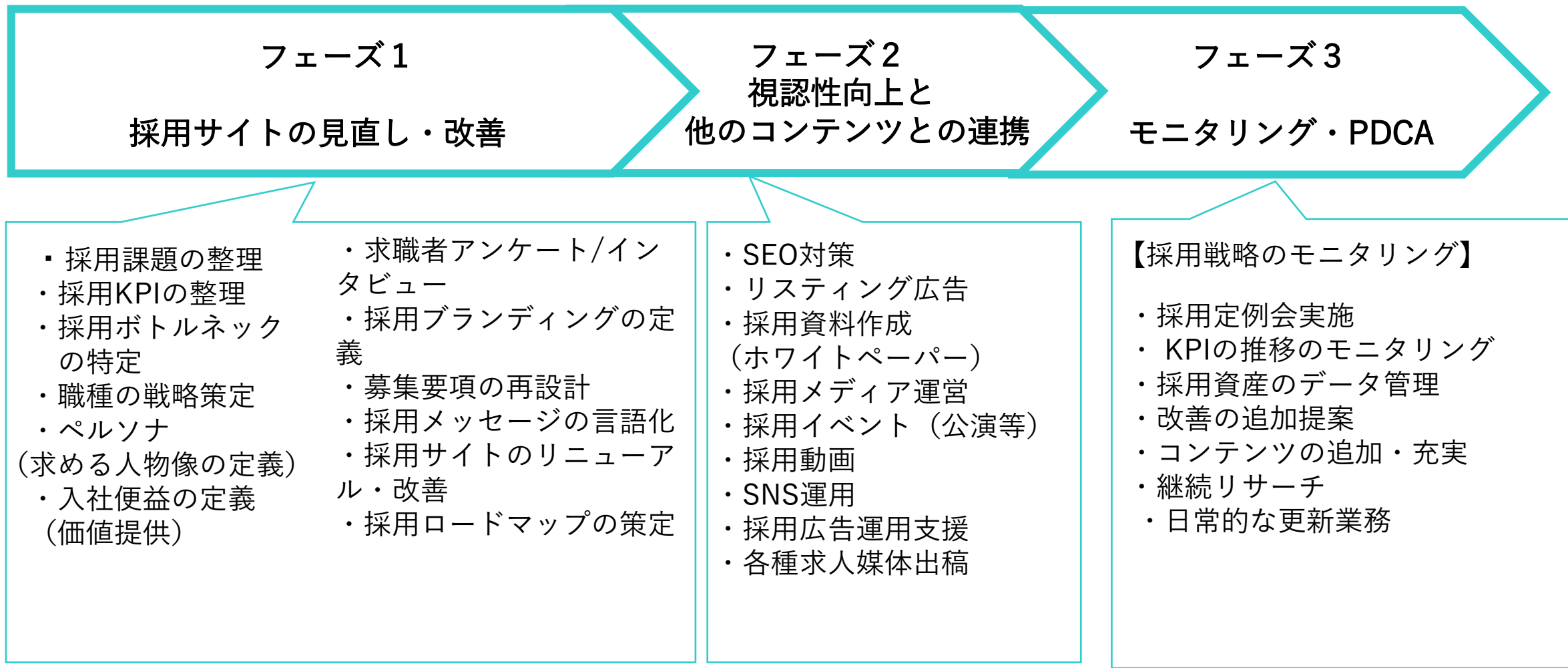
戦略がない。年間計画がない。

解決策

- ・年間の採用戦略のミエル化。モニタリング実施とPDCA

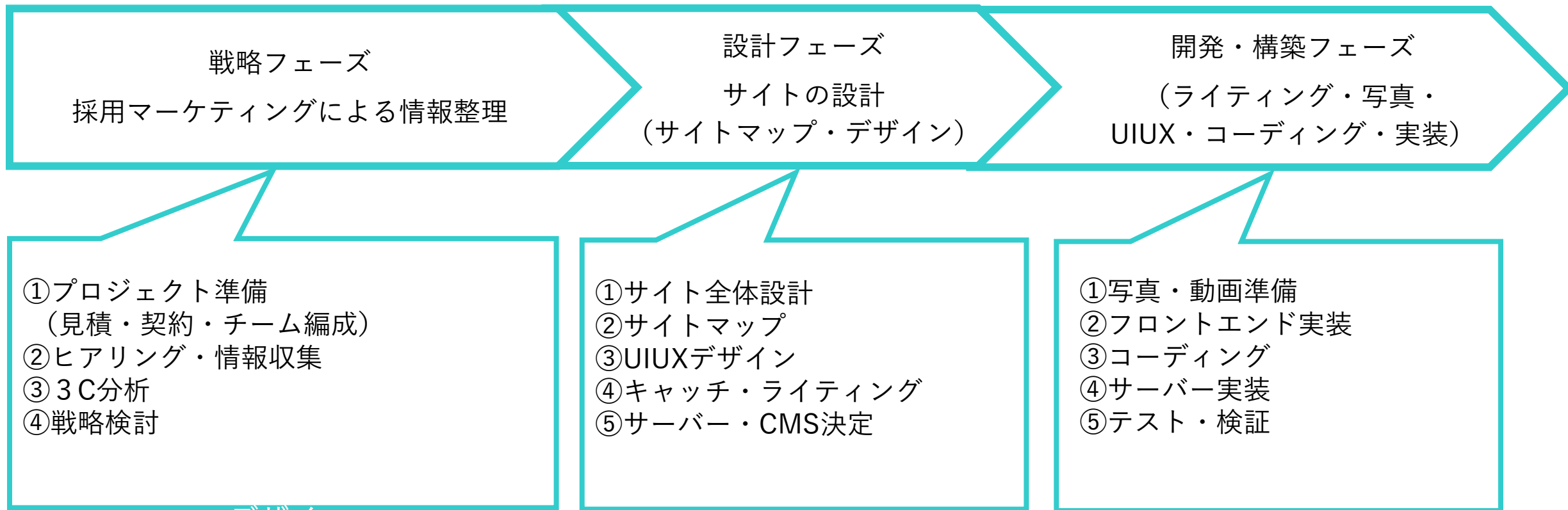
求人に必要な軸	企業軸	仕事軸	職場軸	条件軸
内容	どんな会社なのか。これまでの足跡や実績、企業文化や歴史、会社のビジョン	どんな仕事なのか。仕事の社会的意義、誇りや思い	どんな職場なのか。リアルな職場環境、社員の本音や等身大の姿	どんな給与体系、待遇なのか。就業時間、休日等の明示
構築ページ	・企業紹介ページ（企業沿革・従業員）・代表紹介・魅力ページ	仕事内容ページ・キャリアイメージ・職種紹介ページ	・数字・社員インタビュー・職場動画	募集要項・キャリアページ
行動喚起要素	自社が何をしてきたか。そしてこれから一緒に何をしようとしているのか	仕事への憧れ。働く上の目標	働く人のリアルな姿や本音を伝える	金銭や待遇面
納得感	会社の将来性	仕事の醍醐味	職場環境の魅力	キャリアアップ

採用サイトを起点とし、言語化・定義されたことを採用活動全体に行きわたらせることで、採用資産の強化と採用活動の品質を上げ、より採用を成功させる。



採用サイト構築①～⑧

●採用サイト構築まで情報共有をして伴走いたします。



採用サイト構築の事前準備：戦略フェーズ

WHY	1	ヒアリング	全体的にヒアリングして概要を把握する。
WHY	2	採用課題の整理	採用課題の抽出と採用の数字、KPIを確認する。
WHO	3	募集職種を選択	採用サイトの対象職種を選択
WHO	4	人物の深堀	職種ごとに求める人物像を仮説で定義
WHO	5	行動の深堀	職種ごとの典型的な行動（チャンネル等）を仮説で定義
WHO	6	心理の深堀	職種ごとの典型的な心理（期待／不安）を仮説で定義
WHO	7	職務特性の把握	職種ごとの職務の特性を定義
WHAT	8	入社便益の定義	職種ごとの入社便益を仮説で定義
WHAT	9	採用競合との比較	入社便益を採用競合と比較、分析
WHAT	10	調査	仮説を社員やセカンドオピニオン・協力者に確認
HOW	11	募集要項の見直し	主要職種の募集要項の素案作成
HOW	12	コンテンツアイデア	募集要項からコンテンツアイデアを出す
HOW	13	サイトマップ	コンテンツをサイトマップに落とし込む
HOW	14	ワイヤーフレーム	情報と要素の配置の設計

ペルソナからサイト構築を考察する（実際の採用人材からスーパーペルソナを抽出する）

【サンプル】

▶男性1名女性11名・・・女性向のUIUX推奨

▶性格：60以上、30以下をピックアップ

こだわりが強い：2

自信過剰：7

慎重・丁寧・神経質：3

おしゃべり 1

謙虚：3

こだわりがない：3

きさく大雑把：2

縫製に自信のある人向けのUIUX

（神経質・謙虚）

細部までこだわった品質の高いUIとUXがよい



▶思考力：共感力：8 直感：2 論理：2・・・圧倒的に共感力が高い。

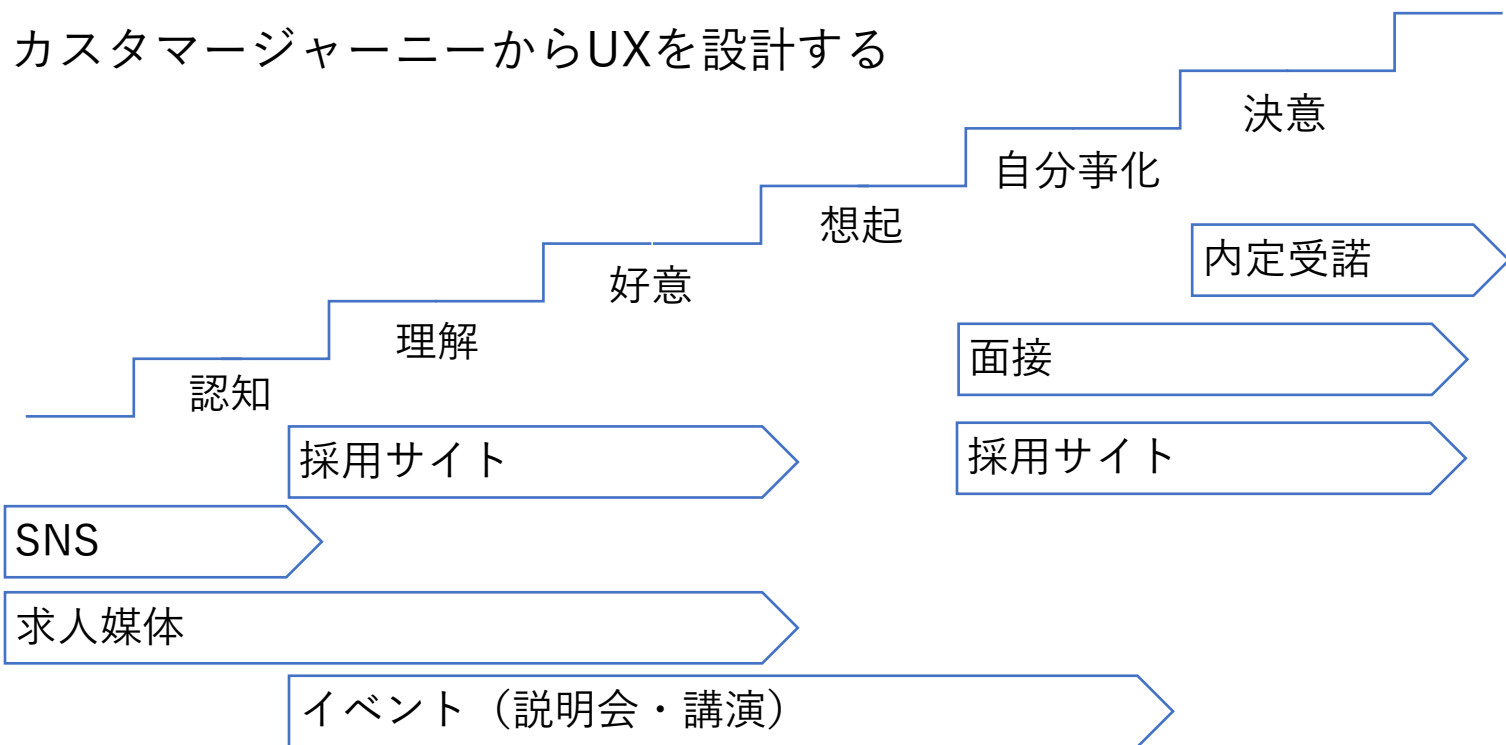
縫製におけるやりがいの共感を促す写真やコンテンツ、動画がよい。

▶価値観:生活収入の安定：4・人の役に立つ:6・・・生活が安定する、人の為になる仕事であることを訴求したい

▶ネガティブ傾向：悲観傾向・気分傾向が目立つ・・・安心感を与えるUIUXがよい

▶職務適正・・・反復・継続的な職務の得点が高い人が多かった。職務の特性といえる。反復・継続が得意な人

カスタマージャーニーからUXを設計する



※コンテンツ設計に求職者の
カスタマージャーニーを活用する

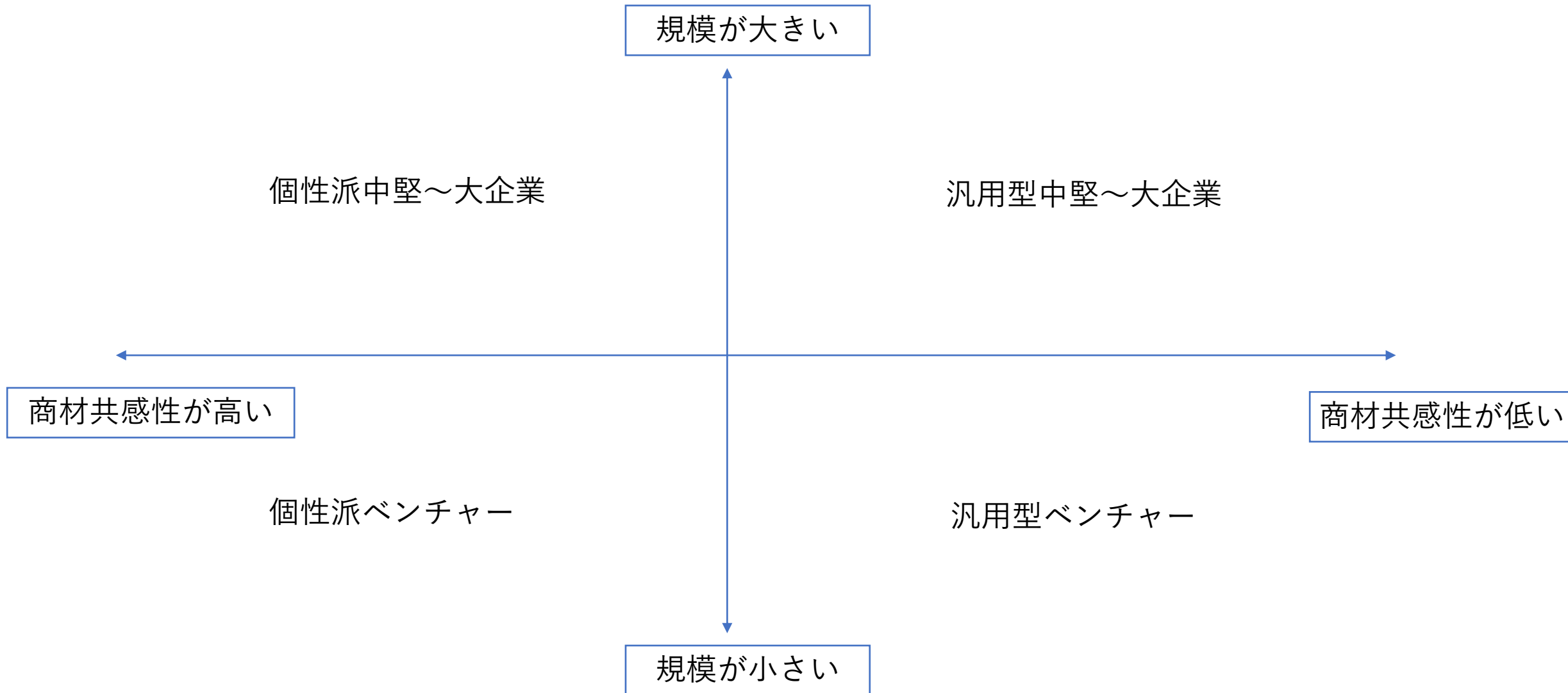
1段目	認知	知らない→知ってる	仕事や生活の中でタッチポイントを作る
2段目	理解	知ってる→わかる	事業や仕事内容を適切に伝える
3段目	好意	わかる→魅力的	他社にはない会社の特徴を伝える
4段目	想起	思い出す	思い出される機会を作る
5段目	自分事化	当てはまる	求職者にとっての便益を伝える
6段目	決意	この会社にしよう	不安感を払拭する

入社便益（カスタマーベネフィット）から考察する

項目	経済メリット	スキルメリット	キャリアメリット	環境メリット	生活メリット	社会メリット	自己表現メリット
説明	より多くの収入が得られる	高度なスキルや知識が身につく	キャリアの選択が有利になる	働きやすく活躍しやすい環境になる	生活やプライベートが充実する	社会的に意義が高いことにかかわれる	所属していることが誇りになる
例	・給料・賞与・各種手当	・身につく能力・仕事内容・研修・資格	・キャリアパス・人生における意義・ジョブチェンジ	・組織文化・人間関係・上司との関係・評価制度・労働実態・開発環境・職場	・勤務時間・リモートワーク・育児・介護支援・福利厚生	・企業の知名度・社会的評価・仕事の社会的意義	・知名度・評判・企業のブランド・優秀な経営者・優秀な社員

貴社の内容をアウトプットします。

採用競合との関係性と対策を、以下のマトリクスを元に検討



【採用マーケティング戦略の型にはめて業種別versionを構築する。】

【採用ページに必要な要素】

- ・ TOP 【採用メッセージ・ピックアップ求人・代表メッセージ・魅力】
- ・ 企業紹介 【企業沿革・工房情報・従業員】
- ・ 採用動画
- ・ 社員インタビュー
- ・ 採用メッセージ
- ・ 職種紹介
- ・ 仕事内容
- ・ キャリアイメージ
- ・ 働き方支援（研修・キャリア・子育て支援）
- ・ 募集要項 【募集職種/雇用形態/仕事内容/応募条件/給料/勤務地/時間/昇給賞与/諸手当/休日休暇/福利厚生/応募の流れ】
- ・ 数字 【社員年齢/男女比/未経験比率/売上推移】
- ・ よくある質問 【選考について/働く環境/キャリアについて】

募集要項の見直し

募集要項のポイントを簡潔にまとめると以下の通りです。貴社の求人にあった募集要項に見直します。

①業務内容・変更の範囲	応募者が業務を具体的にイメージできるよう正確に記載。2024年の法改正により、業務の「変更の範囲」も明示する必要がある。
②契約期間	非正規雇用では契約期間を明示し、更新基準（通算契約期間や回数上限）も記載。正社員は「期間の定めなし」とする場合もある。
③試用期間	試用期間の有無と期間を明示（例：「●カ月」）。2018年の法改正で義務化。
④就業場所・変更の範囲	勤務場所を記載し、転勤や配置転換がある場合は「変更の範囲」も記載（2024年法改正）。
⑤就業時間・休憩時間	始業・終業時刻、休憩時間を明記。変形労働時間制の場合、シフトパターンを示す。
⑥休日	具体的な休日を明記（例：「土日祝」「年間●日」）。独自の休暇制度がある場合は「●●休暇あり」と記載可。
⑦時間外労働	残業の有無、月平均時間、繁忙期の状況を記載。裁量労働制の場合、その旨を明示。
⑧賃金	基本給、各種手当、インセンティブを明確に記載。試用期間中の賃金、固定残業代の詳細も明示。
⑨加入保険	健康保険・厚生年金・雇用保険などを記載。パート・アルバイトも労働時間により加入義務あり。
⑩受動喫煙防止措置	就業場所の喫煙環境を明記（例：「屋内禁煙」「喫煙専用室あり」）。2020年から義務化。
⑪募集者の氏名または名称	企業名や個人名を正確に記載。誤解を招く表記は禁止。

Why? アドマノ



アドマノ株式会社

	アドマノ株式会社	一般的な採用支援会社	一般的なマーケ会社	一般的な制作会社
採用の知識	◎弊社には、20年求人広告代理店で働いていた求人に詳しいスタッフが在籍。また代表も元々求人広告代理店に在籍していたので求人業界をよく知っている。	○	△	×
マーケティングの知識	◎採用マーケティングについて体系化している。	△	○	×
コンテンツの知識	◎コンテンツ（記事、動画、WEBサイトなど）作成のプロが在籍	△	△	○
デザイン表現の知識	◎グラフィックデザイナー、WEBデザイナー、UIUXデザイナーが在籍	×	×	○
SEOに強いWEBサイト構築技術	◎SEO専門会社としての技術力がある	×	×	○

体制	採用マーケティング・SEO統括責任者：天野	サイトディレクション/コンテンツ責任者：長谷
	採用サイト構築責任者：倉上	WEBデザイン（UI/UX）：平塚
	採用コンサルティング・サポート：大瀧	サイトコーディング：神谷
	コピーライティング・コンテンツライティング・インタビュー記事：松田・対馬	

構築スケジュール

施策実施の大まかなスケジュールとなります。

施策	1ヶ月目	2ヶ月目	3ヶ月目	4ヶ月目	5ヶ月目	6ヶ月目	7ヶ月目
構築前準備	競合調査・分析 ヒアリング 情報整理						
サイト設計			ワイヤーフレーム	デザイン案UI/UX サイトマップ			
コーディング						コーディング	
テスト・検証							納品

詳細は施策開始後のキックオフミーティングで詳細を詰めさせて頂く予定です。

費用

採用サイト構築

御見積りします。

※ページ数による。御見積致します。

- 採用マーケティング
- 顧客理解 / ヒアリング
- 競合調査
- ペルソナ設計 / KPI設計
- カスタマージャーニー設計
- ワイヤフレーム
- UI/UXデザイン (2案)
- SEO内部対策
- サイトコーディング
- レスポンシブデザイン

オプション

広告運用

広告運用手数料 **20%**

※広告予算月10万円～

Googleとyahoo!のリスティング広告運用が可能

WEB解析と月1コンサルティング

月 **55,000**円 (税込)

※セッション数、コンバージョン数をGA4の解析をしてレポートをご提出

SEO対策

月 **55,000**円 (税込) ~

会社概要



アドマノ株式会社

経営理念



「利他」と「挑戦」で明日をつくる

世の為、人の為に活躍する愛情深い企業の発展を一社でも
多くサポートし、利他と愛と感謝を世界に増やす。

高水準なWEBマーケティングの知見とSEO技術で、より多くの企業を世界基準へ。
SEO専門のデジタルマーケティングカンパニーとして全てのお客様と成功まで伴走します。
弊社は、長年にわたるGoogleアルゴリズムの研究と検証で上位表示のSEOノウハウとSEO技術を蓄積してきました。
アメリカの最先端のデジタルマーケティングを研究することにより世界基準の高水準なWEBマーケティングをご提供しています。
東京から世界基準のマーケティングを皆様にお届けできるよう日々スタッフ一同努力精進してまいります。

弊社のご紹介

SEO専門のデジタルマーケティングカンパニー

東京SEOメーカー

<https://www.switchitmaker2.com/>

確かな戦略コンサルで企業収益を最大化

- ✓ 13年で2500社以上のクライアント様のWEB集客を支援
- ✓ 検索エンジンのアルゴリズムを長年研究し「独自ノウハウ」を蓄積
- ✓ Google検索【SEO戦略】【SEO東京】【SEOスコア】【人気コンテンツとは】など多数のワードで長年にわたり検索順位1位獲得 600以上のSEO関連ワードで1ページ目以内にランクイン
- ✓ ビックワード【SEO】【SEOコンサルティング】etc 上位表示



会社情報

サイト屋号	東京SEOメーカー (https://www.switchitmaker2.com/)
会社名	アドマノ株式会社 (https://admano.co.jp/)
会社法人等番号	0115-01-017825
設立日	平成24年7月11日
代表者	天野 剛志
資本金	10,000,000円
TEL	03-5981-9788 03-5980-8022
FAX	03-5980-9170
住所	〒170-0002 東京都豊島区巣鴨1丁目14-7 青葉ビル7階
アメリカ オフィス	2570 North First Street 2nd Floor PMB #Sj2-531 San Jose, CA 95131
フランス オフィス	2, Impasse les Coteaux de Barbière 26130 Saint-Paul-Trois-Châteaux France
タイ オフィス	257/76 Soi Pracha Chuen 30, Wong Sawang, Bang Sue, Bangkok 10800
事業内容	検索エンジン最適化 (SEM・SEO) / WEB制作 / システム開発 / WEBマーケティング / インターネット広告事業
取引銀行	城北信用金庫 駒込支店 巣鴨信用金庫 本店営業部 みずほ銀行 大塚支店

国内コンサルティングチーム



代表取締役
SEOコンサルタント
天野 剛志

マーケティングのエキスパート。Googleアナリティクス個人認定資格GAIQ保持。日本大学法学部を卒業後、オーストラリア・イタリア・フランス・タイ・カンボジアなど世界各国を旅した後、イギリスで1年半生活し語学力と国際的視野を磨く。日本帰国後は広告代理店で営業を経験。2012年にアドマノを設立。



Web解析士
SEOコンサルタント
倉上 彩花

Web制作経験を持つSEOコンサルタント。コーダーとして様々なクライアントのサイト構築を経験しながら、UI/UXデザインや解析などの技術を学んだ後、SEOコンサルタント・Web解析士へ転向。多方面からサイト制作に関わった経験とスキルを持つからこそその専門的な戦略立案を得意とする。



Webマーケター
SEOコンサルタント
大瀧 典宜

広告運用と求人採用支援に長年携わるスペシャリスト。Googleアナリティクス個人認定資格GAIQ保持。広告代理店に20年勤務し、マーケターとして求人分野を中心に各種広告コンテンツをトータルで支援。アドマノ参画後は、主に求人サイトSEO・オウンドメディアの戦略立案コンサルを担当。

海外コンサルティングチーム



Web 解析コンサルタント
Paveena Suphawet
サファウェット パヴィーナ

担当：英語圏、タイ

英語・タイ語・日本語のトリリンガルで、海外SEOの実績多数。タイのアサンプションインターナショナル大学で最先端のIT技術を学んだ後、イギリスのグリニッジ大学大学院に留学し国際ビジネスを専攻。アメリカに本社を持つエクソンモービル社タイ支局に勤務後、設立時からアドmanoへ参画。



SEOコンサルタント
Greer Julianna Hope
グリア ジュリアナ ホープ

担当：英語圏

英語圏のコピーライティングとマーケティングが専門の海外SEOコンサルタント。オレゴン州立大学ニューメディアコミュニケーション学部を卒業後、アメリカのSEO企業で活躍。Googleの本場アメリカ最先端のマーケティング・SEO技術に精通し、現地のネイティブな視点で海外向け戦略を提案。



SEOコンサルタント
Mathieu, Julien VILLARD
マチュー ヴィラルド

担当：フランス語圏

フランス グルノーブル大学日本語学科卒業、Brevet de technicien supérieur MCO（商業運営管理）取得、Diplôme Européen d'Études Supérieures en Marketing（ヨーロッパマーケティング高等学術ディプロマ）取得、フランス企業で日本の原子力産業における日本の公共関係を担当し、日本の文化や歴史に精通。コーディングやテクニカルSEOが得意。アドmanoのフランス支店の担当者として活躍中。

※サポートメンバー：中国語/Victria ドイツ語/Katrin スペイン語/sakura

サポートスタッフ



コンテンツディレクター・ライター
Preusler Katrin Sophie
プロイスラー カトリン ソフィー

英語とドイツ語が専門のコンテンツディレクター。ドイツ出身。来日後は大学でドイツ語の講義を担当した後、国際特許事務所への勤務を経てアドマノへ参画。海外コンテンツチームでは主にヨーロッパ向けの英語・ドイツ語コンテンツを担当。ネイティブな知見を活かした記事作成を得意とする。



SEOサポート・コンテンツディレクター
吉田 望愛

新卒入社後、SEOサポートスタッフとしてキャリアをスタート。コンテンツディレクションやテクニカルSEOのバックアップ業務を中心に担当。データ分析や競合調査を通じた戦略提案や、クライアントのニーズに合わせた柔軟な対応力が強み。最新のSEOトレンドをキャッチアップし、チームの活動を円滑に進めるためのサポートを提供。



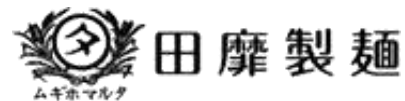
SEOサポート・WEB制作
村島 伸

WEB制作・構築を担当。お客様のサイトのテクニカルSEOにおける課題を発見し、迅速かつ的確に修正を行う。サイト速度の向上やモバイル対応の最適化、内部リンク構造の調整など、技術的な側面からSEOパフォーマンスを向上させるサポートを提供。クオリティの高いWEB構築を通じて、お客様のビジネス目標達成に貢献している。

※サポートメンバー：中国語/Victria ドイツ語/Katrin スペイン語/sakura

取引先一例

国内企業様取引先一例



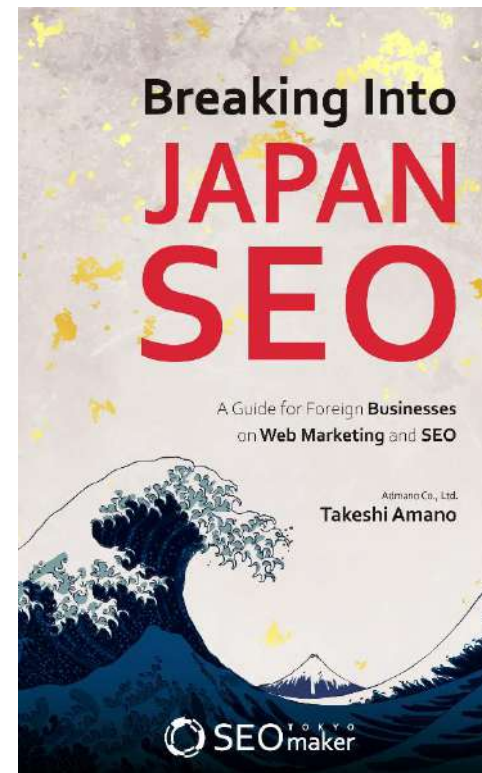
グローバル企業様取引先一例



※電子部品事業部



書籍のご紹介



▶Amazon Kindleの読み放題プランで読んでいただけます。

東京SEOメーカーは、確かな戦略コンサルで「あらゆる課題」を解決するデジタルマーケティングのプロ集団です。

検索エンジン黎明期から様々な観点でSEOを中心にWebを研究し続けていた代表が2012年に創業。長年にわたるアルゴリズム研究と検証で独自の上位表示ノウハウを蓄積しつつ、無駄を省いた社内システムを構築することでクオリティの高いサービスを実現しました。

現在ではSEOのみならず、技術と知見を常に最先端へとアップデートしながら、デジタルマーケティング全般へと事業を拡大。マーケティングはいわば「物やサービスを売る仕組みづくり」です。

この仕組みを「効率よく最適化することが、収益アップの最短ルート」であり、検索エンジンを最適化するSEOと本質は同じだと私たちは考えます。研究と実践で培った技術を出し惜しみせず、お客様のために「今できる最高で全力のパフォーマンス」を心掛けることで、2024年現在は国内外あわせて2000社以上の支援を実現しました。