

採用戦略 アップデートチェックリスト

①：自社ならではの魅力/独自性を定義する。

自社ならではの魅力要素の言語化

強み・資産・環境（ハード面）の抽出/資産整理

志・価値観・姿勢（ソフト面）の抽出/資産整理

自社ならではの独自性の考察

策定した MV と強み・資産・環境は、どう紐付くのか？の考察

策定した MV と紐付いた志・価値観・姿勢は、どう紐付くのか？の考察

②：採用すべきターゲットの分析/ペルソナの明確化

ターゲット学生のスペック・能力の分析

どんな人生、どんな経験をしていると活躍に繋がりそうか。

就活時点では、どんな大学にいそうか？どんな強みを持っていそうか。

ターゲット学生の考え方・価値観の分析

就活時点では、どんな社会貢献やキャリアを考えていそうか。

就活時点では、企業選びの軸/大切にしたい価値観は何を考えていそうか。

③：ターゲットに刺さる採用コンセプトの策定/採用戦略の最適化

採用コンセプトの策定

抽出した自社の独自性に対して、ターゲット学生はどこに共感しそうか。

そのターゲット学生に対して、一番強く伝えるべき核(コア)はなにか。

採用戦略/フローの最適化

採用コンセプトに紐付いた戦略施策や年間スケジュールはどうか。

ターゲット視点で考えると、どんな選考フローであれば共感しそうか。

④：選考時の評価基準のすり合わせ/共通質問フォーマットの作成

採用活動における評価基準の言語化

入社前の学生時点で、どこまでの人間性を期待するのか人材要件の言語化
(≡どの部分は入社後の育成機能で、伸ばしていけると考えるのか。)

採用評価基準に、組織のMVの世界観は連動しているか。

採用活動の協力者への採用コンセプトの啓蒙

説明会/面接/選考に関わる協力者に採用戦略/コンセプトは伝わっているか。

面接官に対しては、評価基準のすり合わせ及び共通質問を設定できているか。

⑤：採用コンセプトを踏まえた魅力づけコンテンツの企画/実施

MV や採用コンセプトを踏まえたコンテンツ企画/媒体ライティング

学生の就活時期によって、ニーズに合ったコンテンツを提供できているか。

MV や採用コンセプトは、イベント企画や媒体のメッセージに反映されているか。

ターゲット学生へのアプローチ施策の再設計

WEB コミュニケーションとリアルコミュニケーションを使い分けできているか。

認知→理解→共感→自分ごと化→協働のような段階別アプローチ施策があるか。

⑥：内定承諾の決め手づくり/内定承諾後～入社までのフォロー研修

内定のおし方で差別化/内定承諾後のフォロー研修の仕組み化

内定を出された側の学生は、納得感や入社へのストーリーを感じているか。

内定承諾後に、受け皿となるフォロー施策はあるか。

入社時までに企業文化の理解や業務への理解は高まっているか。