

2：オンライン広告を徹底的に活用する

もう誰もがご存知のGoogleやYahooの検索結果に「広告」と表示されている検索マッチ型のオンライン広告。そのオンライン広告を上手に活用すれば、大手求人ポータルサイトを活用する以上の効果が得られる場合があります。まず知っていただきたい点として、今やこの検索マッチ型に代表されるオンライン広告は、かなり対象者を絞り込んで広告表示を行なうことができます。特定の拠点から半径1km単位、市町村単位、更には性別・年代・興味関心などから広告を表示する対象者を絞り込むことができます。

例えばある大学の学生を採用したいと考えます。その場合、その大学キャンパスがある市だけに限定して広告表示設定をします。検索マッチ型広告の場合、次にどんな検索ワードを検索窓に打ち込んだ時に自社の広告を表示させるかを設定します。当然新卒ターゲットであれば「新卒 求人」「新卒 会社説明会」などの言葉で検索をした人に広告を表示させます。するとその大学のキャンパスのある市で就職希望の人だけに広告が表示されるのです。しかもこの広告はすべて成果報酬型です。この点も画期的だと言えます。仮に広告を表示させる検索ワードを「新卒 福祉 求人」というように業種・業界ワードも組み合わせれば福祉業界に興味の無い人は広告をクリックしませんので、大変効率の良い広告配信が行えます。

図7 検索マッチ型オンライン広告の配信事例



私どもIRISグループでは、大手求人ポータルを活用していた時はエントリーこそ数百人來ますが、そのルートからはここ数年採用に至った人材がいませんでした。そこで2年前よ

りポータルサイト掲載を止め、ダイレトリクルーティングだけに照準を絞り、オンライン広告を多用化して参りました。その結果エントリーこそ30件程度になりましたが、当グループ会社をよく調べ本当に興味を持った学生や転職希望者と出会えるようになり、採用コストも半分程度で行えるようになっていました。検索マッチ広告以外にも予算があればFacebook広告を活用していくのも効果的です。他の広告ですとなかなか効果が得られないと良く耳にしますが、求人に関しては検索マッチ型広告以上に対象者を絞り込むことが可能なFacebook広告を利用すると、通学しているもしくは卒業した出身大学別に広告表示も可能です。

今後そもそも働く人が激減する市場において、大手求人ポータルは一層大企業に有利に働くものと思います。日本の学生は大手志望が強いので募集枠があれば大手に志望しますよね。だからこそ今後はダイレトリクルーティングが重要になってくるのです。

図8 Facebook広告