



**7 RULES** (7つの効果改善施策)

**IMP**  
impression

表示回数を増やす

**CTR**  
Click Through Rate

クリック率を上げる

**CVR**  
Conversion Rate

応募率を上げる

**CV**  
Conversion

応募数と質を高める

# 採用ターゲットが 検索しそうなキーワードを入れる。

(例) ソフト開発のエンジニアを募集したい場合

- システムエンジニア
- プログラマー
- システム開発
- Web・オープン系
- スマートフォンエンジニア

と様々な検索キーワードが想定されます。

当てはまらない言葉を無理に入れるのは良くないですが、もし、当てはまっているのに見逃している言葉があれば、機会損失につながります。

そのキーワードでどのくらい検索されているか（多いか少ないか）の目安を調べるために、[キーワードプランナー](#)というサービスが無料で利用できます。

弊社でIndeedを運用（有料）する場合は、業種ごとのクリック数上位キーワードを考慮した上で、予め求人内容を作成させていただくことが可能です。※社内にデータがございます。

1日の予算を使いきれていない

1日の予算を使いきれている

クリック単価を上げる



- ・クリック単価を下げる
- ・日額の予算を増やす



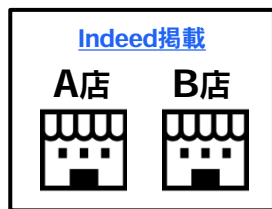
予算が消化しきれない場合は、競合に競り負けている状態が想定できるため、1クリックあたりの単価をいまよりも高めに設定します。

地方の募集やニッチな求人などの場合、そもそも1日の予算額が大きすぎる場合もあります。

予算が消化されている場合は、少しくリック単価を下げて様子を見ます。ギリギリ消化し切れるクリック単価を見極めれば、採用単価を抑えることができます。

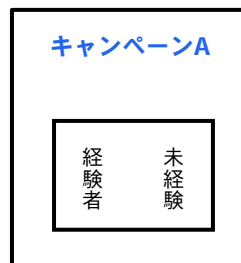
さらに多くの応募数を獲得したい場合は、予算そのものを引き上げる選択肢もあります。

# キャンペーン内に入れる案件数を増やす。



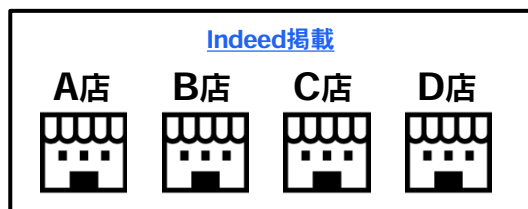
**Before**

応募が集まりやすいA店・B店のみ掲載して、C店とD店には、採用後にスタッフを振り分ける。



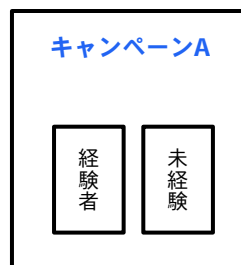
**Before**

経験者と未経験者で仕事内容が異なるにも関わらず、1本の求人ページにまとめて記述している。



**After**

C店もD店も、A店・B店と同じキャンペーンに含めて有料で募集をかける。



**After**

経験者と未経験者で求人ページを別々に書き分けて、両方とも同じキャンペーン内に入れる。  
(求人数が2つに増える)

**Indeedは基本的に、キャンペーン内の案件数が増えるほど効率的に採用ができる仕組みになっています。**

採用予定のある求人を、すべて同一キャンペーン内にひとまとめにすることで効率の最大化を狙います。※例外あり  
※キャンペーンを一つに統合すると、クリックが特定の求人に集中してしまう場合などは、別々のキャンペーンで運用したほうが良いケースもあります。  
(例：事務と営業など異なる職種の募集では、営業の方がクリック単価が高くなり、事務の求人ばかりが表示されてしまう)

## ④CTRの改善 | 職種名の変更

営業

**年間休日120日以上ある求人広告の営業**

株式会社クイック<東証一部上場企業>  
大阪市 小松原町

📍 駅から5分以内 📍 交通費支給 📍 昇給・昇格あり

🌱 返信率の高い企業

月給 26.9万円  
正社員

題を採用広告や各種企画で解決。「ありがとう」がうれしい広告企画営業職。【具体的には】<採用広告の営業・コンサル... 験の方 異業種の営業経験のある方 広告業界や人材業界に與...

履歴書なしでこの求人に簡単応募

閲覧済み 7日前 [保存](#) [その他のツール](#)

### 職種は長くても 27文字以内にする

- スマホで全文表示される範囲の文字数で表現する

### 検索されやすいキーワードを 職種に含める

- 検索されやすいキーワードを含んだ職種をつける

### クリックを促す補足情報を追記

- 給与：（年収〇〇万円以上）求人広告の営業
- メリット：（年間休日120日以上）求人広告の営業
- スタイル：（上場を目指すベンチャー）求人広告の営業
- スキル：職種名+スキル（例：Java、正看護師資格 など）

「検索されやすい職種名」+「+αの具体的な情報」  
この形を心がけるようにしましょう。

# キャンペーンの仕分けを徹底

## 基本方針

クリック単価の近い案件同士を、ひとつのキャンペーンにまとめて運用する。

## 例外

優先的に募集したい案件がある場合は、その案件単独のキャンペーンを立ち上げる。

## クリック単価を見極めるヒント

地域・職種・雇用形態などの切り口で、キャンペーンをわけて運用してみます。

すると、クリックされやすい案件（CVRの高い案件）とクリックされにくい案件とに結果が分かれてきます。

クリックされにくい案件ほどクリック単価は高くなります。

案件数が多い場合は、さらに地域×職種、職種×雇用形態などで細かく分類したキャンペーンわけて運用してみます。

# 求人内容のブラッシュアップ。

※参考：弊社（クイック）のIndeedの求人内容の一部です

## 仕事内容及びアピールポイント

-----  
お取引先企業様の業界・規模の垣根無し！  
企業経営者様との日々の商談の数が成長に繋がる！  
貴重な出会いがある事が  
何よりの刺激・一生モノの財産になるはずです。  
-----

\*\*\*\*\*

東証一部上場企業で  
年間休日122日に充実の福利厚生  
「出る杭は伸ばす」社風の中で  
互いに切磋琢磨し合う仲間に恵まれます  
\*\*\*\*\*

### 【仕事内容】

お取引企業の人材に関する課題を採用広告や各種企画で解決。「ありがとう！」がうれしい広告企画営業職。

### 【具体的には】

<採用広告の営業・コンサル>

採用難に悩む企業経営者様や人事採用担当者様のお声に対し、「その仕事なら、こんな経験をお持ちの方がいいのでは?」「こんな志向の人に、刺さるメッセージを打ちましょう」など、仮説をもとに商談を重ねます。

↓  
具体的な仕事内容や待遇面の情報もリサーチ。同業他社の動向や地域間の給与・待遇の違いを提示しながら、採用成功の確率を高めていきます。

↓  
いざ発注をいただいた後は、社内の制作スタッフと打合せ。意見を交えながら広告を作ります。

↓  
掲載後は効果状況のヒアリングやそれに伴う次の提案を行います。お客様が、採用に困ったら常にあなたの名前と顔が浮かぶような関係性を築いてください。

\*最初から完璧である必要はありません。まずはお客様に会って、採用現場の声を直接お伺いすることからはじめましょう。

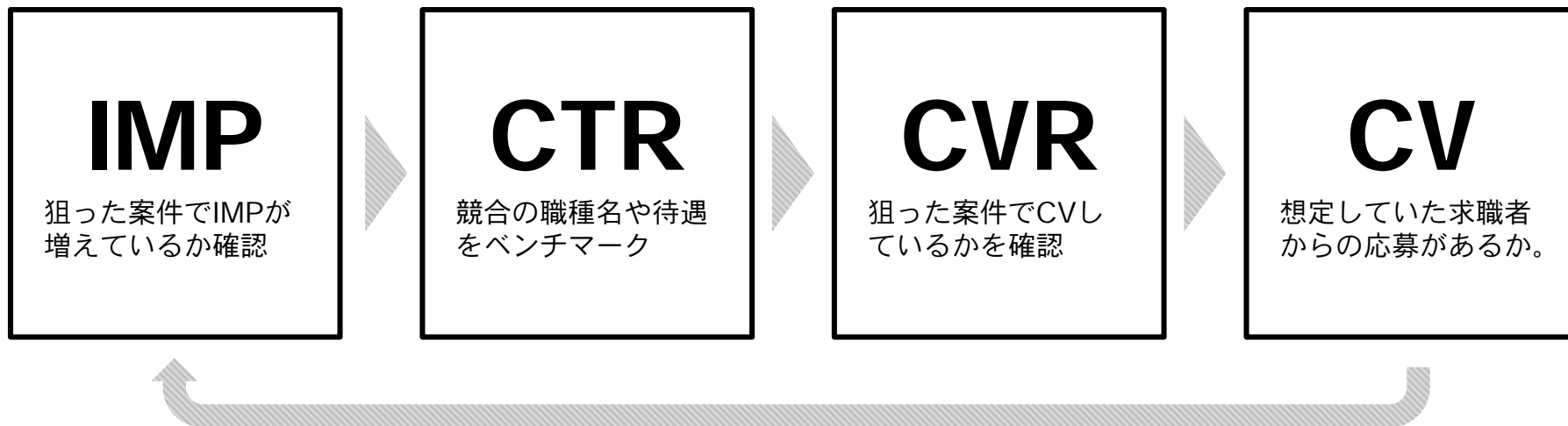
\*採用活動はあらゆる業界や職種、会社の大小問わずどの企業でも行うこと。商談の機会もたくさんあり、日々様々な知見が得られます。貴重な出会いがあることは、何よりの刺激・一生モノの財産になるはずです。

<<「研修について」「先輩の声」「当社について」は【その他】の欄に記載しています。ご興味のある方はぜひお読みください!>>

ひとことで言ってしまうと、「求人広告などを通じてお客様の採用成功をお手伝いする仕事です」となりますが、業界未経験の方でも安心して応募できるように、仕事の流れも踏まえながら文字数を割いて丁寧に説明をしています。



## 狙い通りのCVを増やす。



IMPやCTR、CVRが良くても、  
欲しい人材からの応募がなければ採用成功できません。  
「改善 ⇒ 効果検証」を繰り返すことがポイントです。

# さいごに：改善策実施にあたっての注意点



OK例



NG例



Aが良かったのか、Bが良かったのか分からない。  
Aが良く、Bが悪くて、お互いが打ち消し合って  
表面上は、効果がないように見えることもあります。

今回、ご紹介した各改善ポイントは、必ず1つずつ実行・検証するようにしてください。

2つ同時に改善すると、どちらの影響で良くなったのか、悪くなったのか、正確に検証できなくなってしまいます。

Indeedは目の前の1回の採用だけを見るのではなく、今後の採用もふくめた長期的な目線で運用していく心構えが大切です。

Indeed導入をお考えの企業様向けに、  
無料セミナーも開催中です。ぜひご参加ください！



- 東京 ⇒ <https://saiyo-salon.jp/seminar/tokyo-2018-4q-indeed/>
- 大阪 ⇒ <https://saiyo-salon.jp/seminar/osaka-2018-4q-indeed/>
- 名古屋 ⇒ <https://saiyo-salon.jp/seminar/nagoya-2018-01-03-indeed/>