募集運用マニュアル

Wantedly © 2023 Wantedly,Inc.

Contents

3 **はじめに**

4 **Wantedlyの募集における特徴**

5 **知っておきたい募集の仕組み**

- 募集の構成を知る
- 募集への閲覧経路

9 **募集から応募を増やすための方程式**

10 **閲覧数を増やす方法**

- サイト内からの閲覧を増やす
- 訴求を変えて募集を公開する
- SNSからの閲覧を増やす

14 **クリック率を上げる方法**

- タイトルとカバー画像が全て
- タイトルをつける際のポイント
- カバー画像をつける際のポイント

18 **応募率を上げる方法**

- メンバーのプロフィールを充実させる
- 応募を増やすための文章作成ポイント
- 募集の文章作成ポイント

22 **数値を見て運用を回す**

23 **まとめ**

24 **Wantedlyについて**

29 **Wantedly利用企業の活用事例**

Wantedly

© 2023 Wantedly,Inc.

これから Wantedlyを運用する方へ

Wantedlyをご利用いただきありがとうございます。
この資料の目的は、Wantedlyの募集における特徴や運用のポイントをお伝えすることです。
運用をこれから開始する方にとって有益な情報をまとめています。
資料の最後にはWantedlyご利用企業様の事例も記載しているので、あわせてご確認ください。

【この資料のゴール】

- Wantedly募集の特徴を理解する。
- 募集経由で応募を増やすための方法を理解する。

© 2023 Wantedly,Inc.

他採用サービスにはない、Wantedly募集のポイント

Point 1

会社の想いや雰囲気を伝えやすい

Wantedlyの募集において特徴的なのは、「なにをやっているのか」「なぜやるのか」「どうやっているのか」「こんなことやります」の項目です。会社の魅力や特徴を自分たちの言葉と多くの写真で自由に伝えることができます。 会社の中身を見て判断してもらうために、給与や福利厚生といった条件面の記載はNGとしております。

Point 2

何職種でも無制限に公開できる

Wantedlyの募集は、職種・採用形態問わず公開数に上限がありません。その仕様を活かし、会社の魅力をいろんなパターンで発信することができます。

Point 3

他のSNSに気軽にシェアできる

外部のSNSと連携していることもWantedlyの特徴です。応援機能を通してFacebookやTwitterに募集をシェアすることで、Wantedly内の閲覧だけではなくWantedly外からの閲覧も増えます。

© 2023 Wantedly,Inc.

募集の構成を知る(1/3)

Section 1

タイトル、カバー画像

ユーザーはタイトルとカバー画像で、
募集の中身を閲覧するかどうかを判断します。
募集の中身を見てもらうためには、
タイトルとカバー画像を魅力的にすることが重要です。

Section 2

会社のメンバー

会社のメンバー（＝社員）を追加する箇所です。
どのような人と一緒に働くのかを想像してもらえるよう、
募集する職種で働いているメンバーを載せましょう。

© 2023 Wantedly,Inc.

募集の構成を知る(2/3)

Section 3

会社のこと

会社のことは以下の3つの要素で構成されます。
写真を6枚まで入れることができるため、
視覚を通して会社の雰囲気を伝えることが可能です。

①WHAT: なにをやっているのか：事業内容やサービスの紹介
②WHY: なぜやるのか：創業の理由や目指す社会像
③HOW: どうやっているのか：働く環境や会社の価値観、社風

© 2023 Wantedly,Inc.

募集の構成を知る(3/3)

Section 4

こんなことやります

募集しているポジションのことを伝える部分です。

Wantedlyではビジョンや想いがアピールの要素となるので、
一般的な求人票のように仕事内容や求める人物像を書くだけでは
魅力付けは十分とは言えません。

その仕事の喜びやポジションの状況・採用背景なども含めて
伝えることが重要です。

© 2023 Wantedly,Inc.

募集の閲覧経路

一般的な採用サービスにおいては、ユーザーはトップページから入り、募集を探します。一方、Wantedlyではトップページからの閲覧のほか、外部からの閲覧も可能です。閲覧を増やすために、それぞれの特性を理解して活用を進めていきましょう。

1 サイト内からの閲覧

【閲覧経路】

【閲覧数向上のアドバイス】

サイト内においてユーザーは、並び順や検索を駆使して募集の閲覧に至ります。そのため、まずは並び順や検索の仕組みを理解することが重要です。

2 募集外部からの直接閲覧

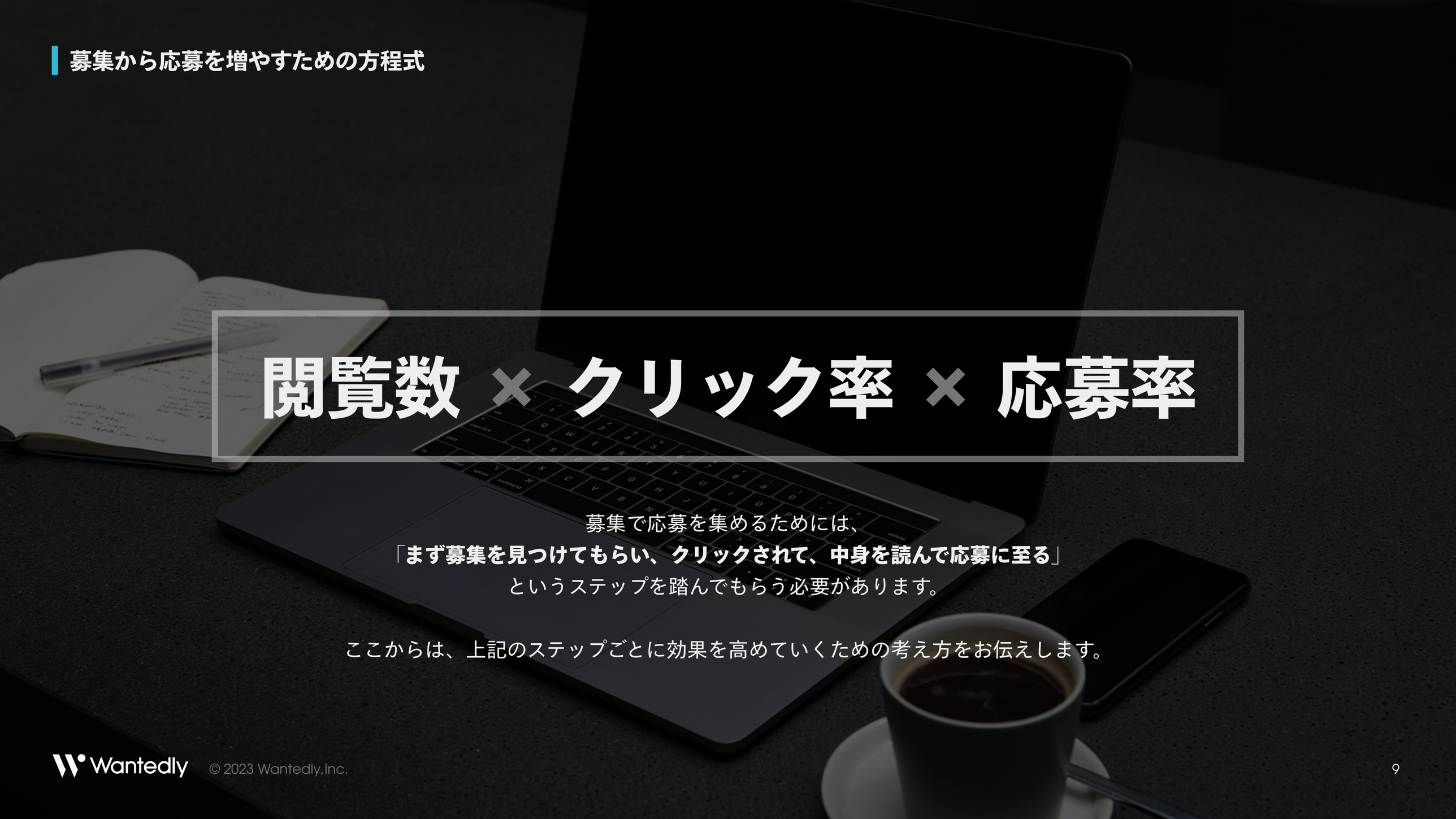
【閲覧経路】

【閲覧数向上のアドバイス】

SNSへのシェアのみではなく、採用サイト上に募集のURLリンクを設置したり、ブラウザの検索に引っかかりやすいようコンテンツを増やすことも重要です。

© 2023 Wantedly,Inc.

募集から応募を増やすための方程式



閲覧数 × クリック率 × 応募率

募集で応募を集めるためには、
「**まず募集を見つけてもらい、クリックされて、中身を読んで応募に至る**」
というステップを踏んでもらう必要があります。

ここからは、上記のステップごとに効果を高めていくための考え方をお伝えします。

© 2023 Wantedly,Inc.

閲覧数 × クリック率 × 応募率

© 2023 Wantedly,Inc.

サイト内からの閲覧を増やす

ユーザーは並び順の変更と検索を用いた絞り込みを組み合わせながら募集を探します。
閲覧を増やすために、並び順と検索の詳細な仕組みを理解しましょう。

- **おすすめ**
  選択した職種や繋がりがある人の所属企業などの中から、Wantedlyで最適と思われる募集を表示しています。
- **新着**
  募集の新着順に表示しています。掲載開始1週間以内 の募集には、【NEW】のマークが付きます。
- **人気**
  エントリー数の多い募集がランダムに表示されています。

- **フリーワード**
  興味のあるワードをユーザーが自身で入力し、絞り込みます。
- **職種**
  登録時の情報をもとに自動で設定されます。手動での変更も可能です。
- **採用形態**
  登録時の情報をもとに自動で設定されます。手動での変更も可能です。

© 2023 Wantedly,Inc.

訴求を変えて募集を公開する

サイト内からの閲覧を最大化するために、タイトルやカバー画像の訴求を変えながら募集を公開することが重要です。
複製機能も活用しながら、募集を作成しましょう。

Point

複製機能を活用する

●募集の複製方法

1. 管理画面の「募集」より該当募集を確認
2. 「•••」をクリックし、「募集を複製」を選択
3. 募集編集画面に遷移するので適宜内容を修正し募集を公開　（最低タイトルと写真を変更することを推奨）

© 2023 Wantedly,Inc.

SNSからの閲覧を増やす

外部からの流入を増やすために最も効果的なのは、
SNSに募集を拡散することです。
Wantedlyの応援機能を活用してSNSからの流入を最大化させましょう。

Point

応援機能を活用する

●応援機能とは

Wantedly上で簡単に募集をSNS（Facebook, Twitter上で）シェアできる機能。

●応援機能のメリット

SNS上に投稿されるので募集のViewが増加する。（結果表示順位が上がりやすくなる）

Point

- 応援のためにはWantedlyアカウントが必要です。
- 社員を巻き込んで社内からの応援数を最大化しましょう。
- 社内だけではなく社外の人にもお願いしましょう。

© 2023 Wantedly,Inc.

閲覧数 × クリック率 × 応募率

Wantedly © 2023 Wantedly,Inc.

タイトルとカバー画像が全て

ユーザーは数多くの募集から、**タイトルとカバー画像を中心に自分に合う**と思う募集を探します。

募集内の情報を届けるには、タイトルとカバー画像を見て魅力的だと思って貰う必要があります。

採用を変えるインサイドセールス

新時代のスタンダードをつくる。組織の成長を加速させるインサイドセールス募集

▼募集の背景 現在、様々な要因から世の中のあり方・働き方が大きく見直される時代の真っ只中にあります。そんな中、私たちが運営する Wantedly は、先日ユーザー数350万人を突破し、新たな局面を迎えようとしています。 今回募集するインサイドセールスは、最前線で Wantedly の世界観を広げて…

© 2023 Wantedly,Inc.

タイトルをつける際のポイント

Point 1

社会課題とつなげる

人手不足に悩む保育園をサポートする、地域を盛り上げる、日本の魅力を世界へ、働き方改革、など事業が解決する社会課題をタイトルに盛り込むことで、同じ問題意識を抱えるユーザーに振り向いてもらいやすくなります。

Point 2

業界や組織の成長フェーズを訴える

新規事業、立ち上げ、0→1、〇人目の、〇〇億円市場を切り拓く、などの文言は、成長意欲の高いユーザーとの出会いを促すキーワードです。

Point 3

直近のリリース情報に絡める

新オフィス、資金調達、業務提携、〇〇受賞、〇〇登壇、などニュース性の高い情報をタイトルに盛り込むことで、情報感度の高いユーザーからの関心を得やすくなります。

Point 4

その仕事の特徴を伝える

ブロックチェーンで、SEOライティングで、デザイン思考で、〇〇のフレームワークで、など募集する職種の専門に絡めた文言を盛り込むことで、スペシャリストに募集を届けやすくなります。

Point 5

ターゲットの悩みや志向に応える

より裁量をもって働きたい、自社プロダクトを作りたい、最新の技術に触れたい、大企業からスタートアップにいきたい、コンサルから事業会社にいきたい、などユーザーのインサイトを突く文言で訴求力を高めましょう。

© 2023 Wantedly,Inc.

カバー画像をつける際のポイント

働く際のイメージが湧くような写真を使いましょう。
具体的には、以下の2点を気をつけることを推奨しています。

Point 1

会社の雰囲気を伝える

同じ業界や同じ規模であっても、会社の雰囲気は驚くほど異なります。なるべく社員の人が写った写真を使い、実際に働いている様子や社内の雰囲気を伝えることを意識しましょう。採用ターゲットに近いメンバーの写真を使用することも重要なポイントです。

Point 2

職種の特徴を伝える

営業職の募集であれば人が多く写っている写真、デザイナーの募集であればクリエイティブな写真、エンジニアの募集であれば実際の作業風景が浮かぶ写真など、職種ごとに押さえるべき特徴は変わってきます。なるべく職種のイメージに近い写真を使うことを意識しましょう。

© 2023 Wantedly,Inc.

閲覧数 × クリック率 × **応募率**

Wantedly © 2023 Wantedly,Inc.

メンバーのプロフィールを充実させる

Wantedlyの募集では、一緒に働いているメンバーのプロフィールをユーザーに公開することができます。**会社のメンバーの欄はユーザーがよく見ている部分**なので、ターゲットに近しいメンバーを入れ込みプロフィールを充実させましょう。

メンバー1人ひとりの個人プロフィールを充実させることで、**ユーザーのメンバーへの共感度を高める**ことができます。共感度が高まれば高まるほど「一度その人・そのチームの人と話してみたい」となり、面談にもつながりやすくなります。

個人プロフィールは大きく「**（名前や顔写真などの）基本情報**」「**紹介文**」「**職歴**」「**スキル・特徴**」の4つに分かれます。募集に反映されるのは「基本情報」「紹介文」「直近の職歴（ポジション）」になるので、まずはこの情報を埋めていきましょう。プロフィールを入力する際には、以下のポイントにも気をつけてみると良いでしょう。

Point

- **メンバーのキャラクターが伝わるようにする。**
- **なるべく顔がわかりやすい顔写真を使う。**

© 2023 Wantedly,Inc.

応募を増やすための文章作成ポイント

Wantedlyの募集の中身は、「なにをやっているのか(Why)」「なぜやっているのか(What)」「どうやっているのか(How)」「こんなことやります(募集の詳細)」から構成されています。その中でも、応募数を増やすために特に重要なのは**「こんなことやります」**の項目です。

募集の詳細に入れるべき要素

- **業務**
  （具体的にやってもらいたい業務）
- **訴求**
  （そのシゴトの醍醐味 / 得られるスキルor経験など）
- **応募喚起**
  （今回のターゲットの不満や願望に対して、御社で提案できることなど）

こんなことやります（参考例）		
業務	**具体的にやってもらいたい業務**	Wantedlyの、最小人数で最大の成果を出すセールスチームに参加してくれる人を募集
訴求 （他社ではなく、ここでそのシゴトをやる意味）	**そのシゴトの醍醐味**	・Saas型のビジネスモデル ・MAやSFDCなどを活用した最先端のセールススキームの構築に携われる
	得られる経験 / スキル	・個の力に依存しない、チームとして結果を出す体制を作るノウハウ ・少数だからこその裁量と責任。時には困難な課題に1人で立ち向かうという経験
	シゴトの具体的な環境（優秀なチームメンバー / 開発環境）	Wantedly Visitを担当する社員メンバーはリーダー1人、セールス5名、マーケ1名、CS3名の少数精鋭で20,000社と担当。少人数だからこそ、メンバー同士の中は深い。年齢関係なく意見を言い合う。
	今後の活動の場 / キャリア	成果を出せば、すぐに上に行ける環境
応募喚起	**ハードルを下げる文言はなにか？**	・何より重要なのはカルチャーに共感できるかどうか挑戦する気持ち。 ・Skype可。 ・まずは気軽にエントリーしてみてほしい。

© 2023 Wantedly,Inc.

募集の文章作成ポイント

Point 1

カジュアルさを意識する

Wantedlyは、会社や仕事の魅力を伝える媒体です。募集を見る人に、直接話しけるように、主語を「私」や「私たち」にして募集を書いてみましょう。また、カジュアルな表現が好まれるので、固すぎない表現を心がけましょう。

Point 2

スマホでのアクセスを意識する

スマートフォンでのアクセスも多いので、文章の途中での改行には注意しましょう。

Point 3

文章の長さを意識する

「こんなことをやります」は500-600文字程度、それ以外は300文字前後の長さで、見出しや飾りカッコ等を駆使して書きましょう。また、情報をシンプルに伝えるために画像やURLを使うこともおすすめです。

© 2023 Wantedly,Inc.

アナリティクスを活用する

募集を公開した後は、アナリティクス機能を用いた
効果検証・振り返りを実施しましょう。

【アナリティクスで確認すべきポイント】

●PV数 、応募数

- 閲覧に影響するタイトルや写真が問題なのか、応募に影響する募集の中身が問題なのかを見極める。
- 時間の経過とともにPV数や応募数が落ちてきたら、募集の公開、応援等のアクションを行いましょう。

●ターゲットからの閲覧割合

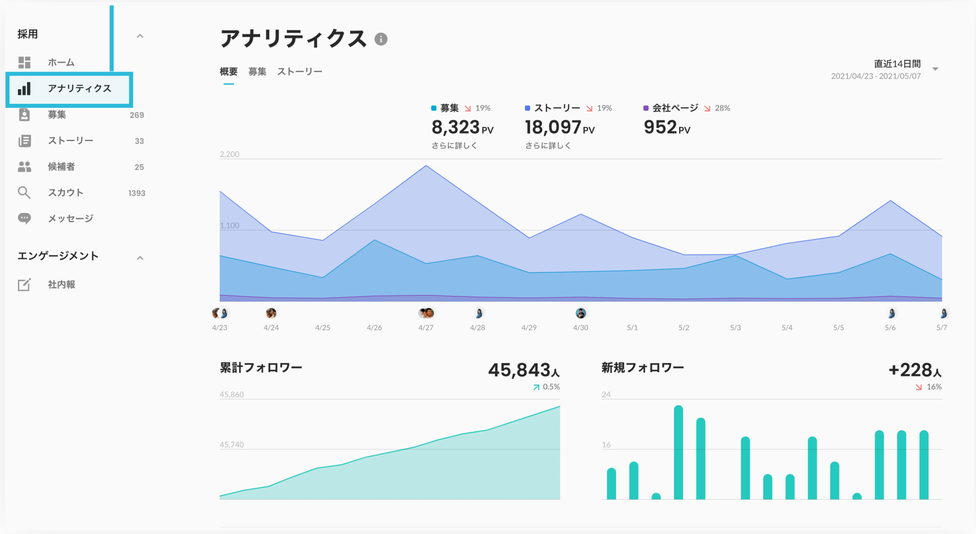
職種と年齢層の内訳を確認できるので、正しいターゲットに閲覧されているか確認しましょう。

●アクセス元

Wantedlyの内外どこからアクセスされているのかを確認して、募集の更新や応援の効果を確かめましょう。

Step1. 管理画面の「アナリティクス」をクリック > 概要が表示されます。
Step2.「募集」「ストーリー」をクリック > ターゲットの内訳、アクセス元などが確認できます。

Step 1



Step 2

© 2023 Wantedly,Inc.

募集から
応募を集めるためには

- Wantedlyの特徴と仕組みを理解する
- 「閲覧数×クリック率×応募率」を意識する
- アナリティクスを駆使して、振り返りと改善を繰り返す

Wantedly © 2023 Wantedly,Inc.

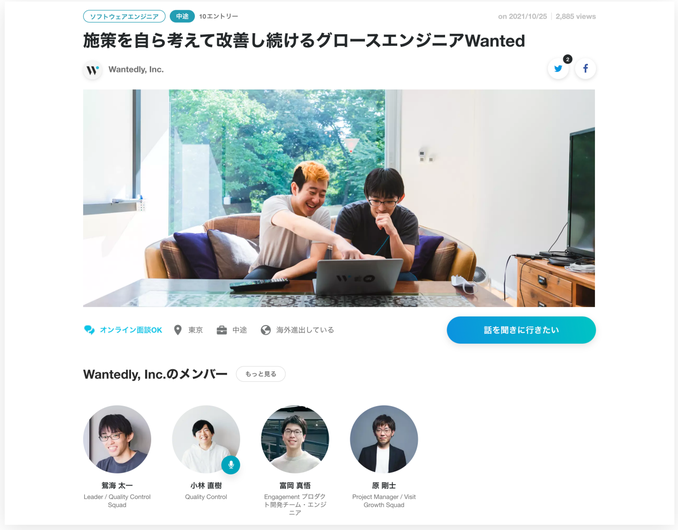
About

Wantedlyについて

Wantedly

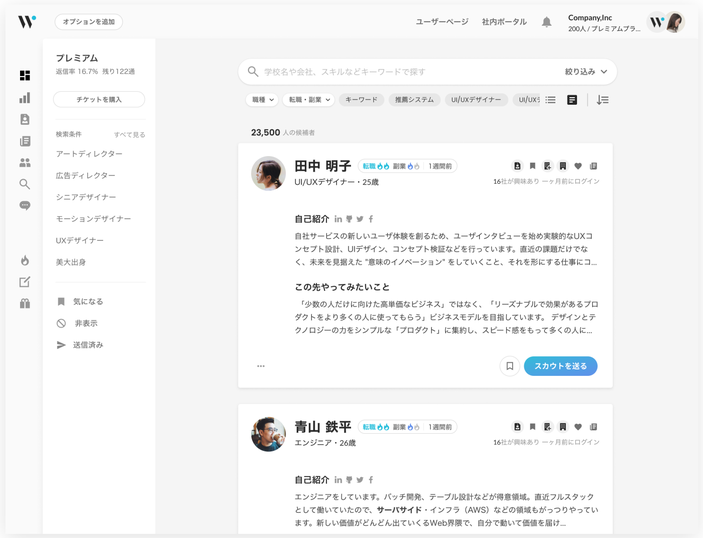
Wantedlyなら、ダイレクトスカウトから採用広報まで、様々な手法で採用活動が行えます。

✓募集掲載



会社のミッションや
仕事内容をもとにマッチング

✓ダイレクトスカウト



約20%と高い返信率

✓ブログ機能

社内の情報を外に発信することで
採用ブランディングUP

© 2023 Wantedly,Inc.

オプションについて

Wantedlyでは基本プランの他に、状況に応じて採用成功を加速させるオプションを用意しております。

カテゴリ	メニュー	メニュー	メニュー
広告	トップページオプション	20万円	2週間
	Facebook広告 Twitter広告	10万円～（推奨：30万円） 20万円～（推奨：30万円）	1週間～ 2週間～
	アプリ内広告	20万円	2週間
コンテンツ	特別ライティング	35万円／1本 （権利買収：10万円）	ー
	ストーリーライティング	20万円／1本 （権利買収：10万円）	ー
	写真撮影	撮影：5万円 （権利買収：2万円）	ー
	プロフィール制作	3名制作：35万円～	ー
	動画制作	新規製作：65万円～	ー
	動画掲載	5万円	ー
ダイレクトスカウト	ダイレクトスカウト	25万円～40万円／100通	2ヶ月～

© 2023 Wantedly,Inc.

Wantedlyを最大限ご活用いただくため
無料の個別相談会を毎週実施しています

対象

Wantedlyの詳しい活用方法を知りたいご担当者様

開催時間/開催日

約40分/毎日平日10～18時の間にて開催

開催場所

オンライン会議形式

内容

・Wantedlyの概要・詳細
・効果的な活用方法・成功方法のご共有
・類似企業における採用事例のご紹介

個別相談会へのお申込はこちら

© 2023 Wantedly,Inc.

利用企業一覧

新進気鋭のベンチャー企業から誰もがよく知っている大企業、そして人気の高い官公庁まで、
幅広い企業・行政機関にWantedlyをご利用いただいています。

© 2023 Wantedly,Inc.

Wantedly利用企業の活用事例

Case Study

共感型採用で、不動産業界のターゲットにリーチするためのWantedly活用方法

株式会社TonTon様

事業内容：
弊社は、売買仲介や賃貸管理など不動産事業を手掛ける会社です。メンバー各々がお客様の大切な資産を預かる不動産のプロであり、その責任を自覚しています。日々の努力も欠かしません。「人」と「繋がり」を大事にする企業だからこそできる特別なサービスを目指して事業展開しています。

導入のきっかけ：
大手採用サービス利用で採用単価の高さが負担になっていた。費用対効果の悪化から、採用方法の見直しを迫られた。

導入後の実績：
自社に好ましい人材からの応募が見られるようになり、コストダウンにも成功。

2013年の設立以来、「常に変化し、世の中のニーズに合うサービスを提供すること」を念頭に不動産ビジネスを展開する株式会社TonTon様。今回は、同社でWantedly運用担当の佐々氏・矢田氏のお二人に、Wantedlyの活用方法や魅力についてお話を伺いました。

© 2023 Wantedly,Inc.

自分たちは「人」、「繋がり」を
大切にする会社。
理念に共感してくれる人を採用したい。

ーWantedlyを利用する前は、貴社にどのような採用課題がありましたか?

使っていた採用サービスの費用対効果が、弊社にとっての採用課題でした。 母集団形成のために大手求人媒体を使用していたのですが採用単価の高さや会社理解度の低さがネックとなっていました。 また、**不動産業だからではなくTonTonという「会社」に惚れて入ってくれる方を採用したいと考えていた**ので、よりTonTonの情報を発信できるツールを探していました。

ーどのようなきっかけでWantedlyを活用することになりましたか?

Wantedlyの存在は以前から知っていました。「共感採用」というWantedlyのコンセプトや、会社のカルチャーを訴求する点が、弊社の採用に対する考え方とマッチすると思っていました。WantedlyのUIもイケているので、一つの要因になっています。

Wantedlyの利用者はIT系の方が多いので、不動産業との相性について不安はありましたし、運用に十分な時間が割けるかという心配もありましたが、まずはやってみるのが一番だと思い導入に至りました。やはり、自分たちが伝えたい理念や社風を重視し、待遇などの条件面を最初に出さないWantedlyのコンセプトがマッチしたことが大きい要因ですね。

© 2023 Wantedly,Inc.

ターゲットに届く表現とは。カルチャーの言語化一つひとつに気を配る運用を実践

ー募集やストーリーはどのように運用されていますか?

求職者に向けてアピールすることは勿論ですが、社内のメンバーに「TonTonへ理解をより深めてほしい」という思いから会社向けにカルチャーを伝えていく運営をしてます。**どのような言葉で表現すれば読み手に刺さるのか、常に試行錯誤を繰り返し、運用しています。**管理画面からランキングを見るのは、運用の密かな楽しい部分ですね。

ーカジュアル面談は活用されていますか?

弊社ではユーザーの緊張感を緩和できるように私服OK・履歴書不要なスタイルをとっています。リラックスしてくれて、本音で話をぶつけてくれます。

ーWantedlyを運用するうえで、他に意識されていることはありますか?

タイトルと写真を中心に意識しています。特にタイトルは大事ですね。他社さんの記事に埋もれないような、目に留まってクリックしてもらえるようなタイトル付けを意識しています。興味を惹くような面白いキーワードを入れ込むこともあります。ストーリー記事は、フランクな印象を出せるように会話調を意識して作成しています。

© 2023 Wantedly,Inc.

Wantedly

シゴトでココロオドルひとをふやす