

制作会社で求人広告を作る方、企業の採用担当の方向け

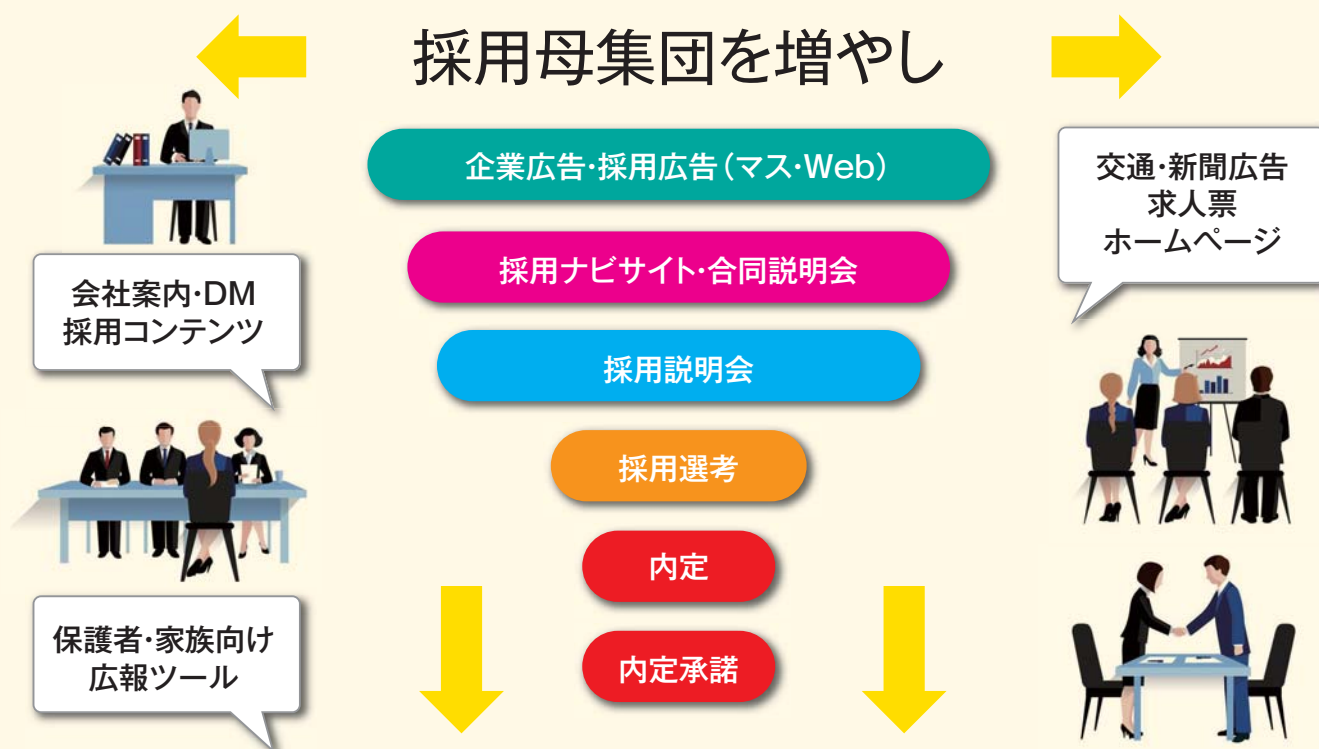
コピーの
添削付

短い時間でも、企業らしさの伝わる深い言葉が書ける
採用全体のプロセスを意識し効果的なコピーが書ける

コピーライター養成講座

求人・人材採用コピー 専門コース

2017年9月8日(金)開講 全6回



優秀人材をのがさないためには？

macrovector/Roman Amanov/123RF

新卒も中途も売り手市場。各社が競って予算と人手を投じ消耗戦へ突入する中、
求職者とのあらゆる接点で、より効果的なコミュニケーションを設計する方法を伝授。

言葉のプロのアイデアとセオリーに学び、書く力を磨く、
採用広告・求人サイト・採用ツール制作に特化した、コピー講座。

企業の持つポテンシャルを生かし、最もパフォーマンスの高い採用コミュニケーションとコピーライティングのスキルを身に付ける

開講の背景

新卒・中途を問わず、売り手市場の今、いかにして自社にマッチした人材を集めるか、定着する人材を獲得するかが、企業にとって重要な課題となっています。そんな中、求人・人材採用におけるクリエイティブは、過度の宣伝にならず、嘘くさくならず、自慢に聞こえず、適切な表現を求められるため、非常に難しいといわれています。

企業の人事担当者としては、すぐに効果のある策を会社から求められ、限られた予算の中で、外部メディアを使ったり、見よう見まねでコピーを書いたりしています。一方で求人広告専門のコピーライターも、あくまで外部の社員という立場上、いかにして、企業内に踏み込んで情報を聞き出してこれるかや、企業ブランドを理解したうえで、言葉に落としこむことができるかに課題を抱えています。双方それぞれの難しさがある中、しっかりと企業のブランドと魅力を言葉で表現し、ミスマッチのない人材を獲得するために、コピーを軸とした採用コミュニケーションが果たす役割は大きいといえます。

キャッチフレーズ1本で完結することはなく、社員やトップへの取材・インタビューにはじまり、ボディコピーの作成、写真・画像選びなど、求人広告のクリエイティブや制作物を作る際に考えなければならないことは多岐にわたります。また、自社HPを使うのか、外部のメディアを使うのかなど、メディア戦略もあります。その中心にあるのが、コピーです。そこで、宣伝会議では、企業の魅力、人の魅力、働き方の魅力をしっかりと伝え、ミスマッチのない採用活動をするために、企業の人事担当者や求人広告のコピーライター・ディレクター・営業を対象とした、コピーライター養成講座 求人・人材採用コピー 専門コースを開講いたします。

採用コミュニケーションにおけるステップと本講座で学ぶこと

STEP1 課題の設定

求める人物像、前期の採用目標の達成度、一般的な求職者の傾向などから今期の採用の課題を設定する。

STEP2 企業らしさの抽出

「地域活性化」「社会貢献」など企業のビジョンを一般的な表現に落とすのではなくその企業らしさ、他社との違いを明文化する。

STEP6 キラーフレーズ

求職者が次の選考に進む、内定を承諾する後押しをするためのコミュニケーションを設計する。

STEP3 情報取材

現場で働く社員の言葉にはリアリティと強さがある。社員への取材によってキーワードを見つける。

STEP5 コピーライティング

採用スローガンにはじまり採用各コンテンツのタイトル、ボディコピーを通じ、企業で働く人々の温度感を伝える。

STEP4 インサイトの抽出

学生・求職者のインサイトや仕事観は年々変化する。その変化を正確に見極める受験者目線で伝えるべきポイントを絞る。



言葉だけで企業の人格を浮き上がらせるには？

学生や求職者がその企業に興味を持つのは、スペックだけではなく、その会社の外部から知ることができる漠然としたイメージや雰囲気です。また採用側もとにかく人を集められればいいわけではなく、「求める人材候補をたくさん集めたい、という思いがあります。そこで、採用サイトや制作物の文言は、ビジョン、社風、など様々な言語化しがたい背景を基にして書かれるべきであり、左のようなステップでコミュニケーションを設計していくことが求められます。

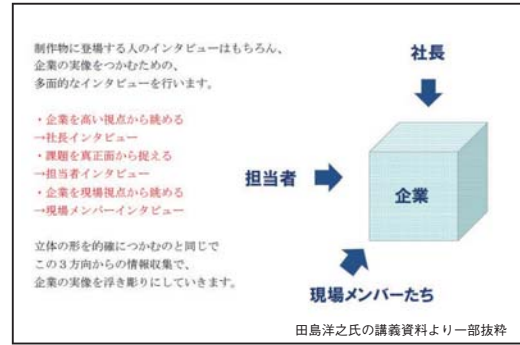
学習例①

STEP1 様々な角度から情報を集める

採用企画を考えるにあたり、重要な最初のステップは、「取材・ヒアリング」。社員インタビュー記事を作るかどうかに関わらず、まず、企業のトップ、現場社員、採用担当者の3点の視点を理解しておきたい。講義では取材・ヒアリングのポイント、コンテンツの柱の立て方など、言葉のプロでありコミュニケーション設計のプロであるコピーライターが、ポイントを教える。

●取材・ヒアリングで押さえてほしいポイント(広瀬氏の講義から一部抜粋)

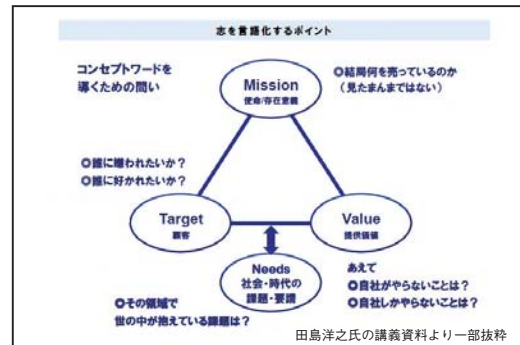
- ① 下調べで決まる
- ② 質問は「エモーショナル」と「ロジカル」を使い分ける
- ③ 自分の言葉に置き換える
- ④ キラークエスションの設定方法 etc...



学習例②

STEP2 企業の志を言語化する

一般的な業界の括りや、仕事内容だけで比較すると、学生や求職者からは、同業他社と横並びに見えてしまう。企業の志や、事業を通じ実現したいビジョンを言語化することで、頭一つ飛び抜け、業界志望者だけではなく、志に共感する優秀な学生・求職者を集めることができる。ただし志を掲げるだけでは信憑性がなく、エース社員の仕事内容やストーリーなど事実を見せることで、納得感と働くイメージを持たせることができるようになる。志の言語化は採用のみならず、コーポレートブランディングにも深く通ずる。「ミッション」「バリュー」「ニーズ」「ターゲット」の4つの視点から、事業を多角的に見ることで、その企業が求職者や学生に対して伝えていくべきメッセージを見出すことができる。



●こんな方におすすめの講座です

短納期の案件が多い中で、クライアントも自分も納得できる、企業らしさ・温度感が伝わるコピーを書きたい。

普段使うのは「内定直結」「面接確約」などの引きのいい定型句が多い。もう一段階スキルを引き上げたい。

学生や求職者に、仕事内容をうまく理解させることが難しい。抽象的になりすぎず、矮小化しない表現のコツは?

しっかり作ってくれる企業に外注する予算がなく、社内でメルマガやサイト制作文章などを手掛けることが多い。

本講座では、企業の①**ビジョンを言葉で表現し**、学生・求職者に正しく②**事業を理解させる**心を動かし求職者の③**アクションに結びつける** コピーの考え方・書き方が身につきます。

●カリキュラム

1	採用におけるポジショニングを変えるコピー①	同業他社との横並びから脱するための企業の志を言語化しよりよく伝える方法を学習
2	社員への取材・ヒアリング方法	制作前の情報取材のポイント・心構えを学び、実践するワークショップを実施
3	採用各段階におけるコミュニケーション設計①	インターンシップから説明会、選考へ。各段階でのコミュニケーションの設計方法を学習
4	採用におけるポジショニングを変えるコピー②	前回講義で出題したコピーライティングのフィードバックを実施
5	企業ブランディングと温度感の伝わるクリエイティブ	クリエイティブ発想で採用の定型句から脱するポイントを事例とともに学習
6	採用各段階におけるコミュニケーション設計②	前回講義で出題したコピーライティングのフィードバックを実施

講師プロフィール



人事からコピーライターへ。学生・若手の気持ちをとらえコミュニケーションを設計

阿部広太郎氏 電通 コピーライター

1986年生まれ。2008年、電通入社。人事を経て、コピーライターに。現在は、コンテンツビジネス・デザイン・センターに所属。「世の中に一体感をつくる」という信念のもと、言葉を企画し、コピーを書き、人に会い、繋ぎ、仕事をつくる。東京コピーライtersクラブ会員。宣伝会議コピーライター養成講座「先輩コース」講師。世の中に企画する人を増やすべく、2015年より、BUKATSUDO講座「企画でメンを食っていく」を立ち上げる。初の著書『待っていても、はじまらない。一潔く前に進め』(弘文堂)を出版。https://twitter.com/kotaroa



BtoC、BtoB問わず新卒採用のコンセプト作りから入社案内、Web、映像制作まで幅広い実績

北海道高氏 Fan Club (ファンクラブ) コピーライター／クリエイティブ・ディレクター

1975年、福岡県生まれ。早稲田大学政治経済学部卒業。株式会社リクルートメディアコミュニケーションズ、エイチズを経てFan Club設立。ANA全日本空輸、日清製粉グループ、ABC-Mart、花王カスタマーマーケティングなど、企業の採用広報におけるコミュニケーションデザインを中心に幅広く手掛ける。「2020年渋谷、超福祉の日常を体験しよう展」など、NPOや自治体のコミュニケーション支援も。主な受賞歴は、TCC新人賞、日本BtoB広告賞、グッドデザイン賞ほか。



求人・人材採用のコピーから、採用ツール・Webサイト・企業ブランディングまでを手掛ける

田島洋之氏 (前回実績) 株式会社パラドックス 取締役 ブランディング・ディレクター／コピーライター

創業期から自社の採用・経営に携わりながら、現在はコピーの力を採用戦略から企業のブランディング領域へと展開。主な受賞歴に、TCC新人賞、OCC部門賞、リクルート社求人広告グランプリ、グッドデザイン賞、BtoB広告賞、宣伝会議賞金賞など。



豊富な企業人への取材・インタビュー歴に基づいた、人から情報を引き出すプロフェッショナル

広瀬さとし氏 広瀬さとし事務所

広告会社4社を経てリクルートへ。主にコピーライターとして活躍。優秀経営者賞・論文優秀賞・社内提案大会金賞(共同提案)、クォーターMVPなどを受賞。同社プレイングマネージャー第一期生。2001年独立、「働く人」への2,200人超の取材実績。HPや広告制作も多数。受賞歴はTCC新人賞、各新聞社の広告賞、宣伝会議賞など。専門学校の元非常勤講師、経営労務コンサルタントの資格保有。著書「辞めるな!」2012年刊行。
※やむを得ない事情で、講師が変更になることがあります。ご了承ください。

講座概要

- 開講日時：2017年9月8日(金) 19:00-21:00 以降、隔週金曜。
- 受講料金：79,000円(税別)
- 受講対象：求人広告を扱う制作会社のコピーライター、ディレクター、営業。企業の人事担当者
- 講義回数：全6回
- 開催会場：東京・表参道
- 定員：25名(先着順)

お申込みはWebから またはこちらまで FAXにてお送りください **03-3475-3033**

『宣伝会議』年間購読なし 79,000円(税別)
本講座受講料のみ

『宣伝会議』年間購読パック 90,556円(税別)
本講座+定期購読料金(11,556円(税別))

*『宣伝会議』は受講料をお支払いいただいた日の翌月1日から下記希望連絡先のご住所まで配送いたします。

お申込み情報記入欄「コピーライター養成講座求人採用用コピー専用シート」	会社情報	会社名	TEL	
	住所	〒		
	申込者情報	フリガナ 氏名	所属部署 役職	
	生年月日	19	年 月 日	
採用責任者情報	フリガナ 氏名	所属部署 役職	生年月日	
			19	年 月 日
申込形態	① 企業申込(請求書を発行します) ② 個人申込		宣伝会議からの講座情報等	① 必要 ② 必要ない ③ すでに届いている

お振込先：三菱東京UFJ銀行 青山支店 普通 1145602 口座名義：株式会社 宣伝会議



Marketing & Creativity ■お申込・お問合せ

宣伝会議

株式会社宣伝会議 〒107-8550 東京都港区南青山3丁目11番13号

TEL：03-3475-3030 E-mail：info-educ@sendenkaigi.co.jp www.sendenkaigi.com/class/

※受講料について、開講前のご入金を原則とさせていただきます。入金確認できず、ご受講いただけませんのであらかじめご了承ください。※一旦納入された申込金・受講料は、受講前・受講中にかかわらず、いかなる理由であっても払い戻しや次期への振り替えはできません。※受講は申込者本人に限ります。他人に貸与・譲渡することはできません。企業派遣による申し込みの場合でも、受講者の変更は受け付けておりません。※弊社と発注者は互いに暴力団、及びその他の反社会的勢力に該当しないことを表明・確約します。万が一、上記に反していることが判明した場合には、直ちに無条件で本契約を解除します。※弊社と同様の教育講座を開催している企業、人材紹介業、受講生への営業・勧誘等を目的とするご受講等に関しては、審査の上、お申し込みをお断りする場合がございます。また、お申し込みから審査までの間に、ご請求書類の発送など、決済処理の進行が行われる場合がございます。あらかじめご了承ください。※本申込書により本講座が取得した個人情報を受講手続きや各種連絡、講座運営、ダイレクトメールなどの方法で出版物や講座、イベントのご案内等をお送りするために利用します。プライバシーポリシー(http://www.sendenkaigi.com/privacy/)をお読みいただき、同意の上、お申し込みください。※天候不順によるアクシデントや講師の都合、受講者数が一定数を下回った場合等、諸事情により直前に開講日程が変更となる場合がございます。その際、交通費の保証はできかねますのでご了承ください。