

セミナー企画書

菅野 弘達 (株) ソーシャルメディアマーケティング 代表取締役
かんのひろみち 電話：090-1657-6373 Eメール：hkanno@arion.ocn.ne.jp

【タイトル】

『欲しい人材を採用するための WEB、SNS を活用した採用の仕組み構築 - ソーシャルリクルーティング』

【参加者対象】

- ・自社のホームページ、ブログ等で採用情報をアップしているが、応募がほとんどない企業、店舗の経営者採用担当者。
- ・各種採用媒体（求人誌、採用ポータルサイト等）に、高額のコストを使っているが、費用対効果がほとんどない企業、店舗の経営者、採用担当者。
- ・応募はあるが、採用したい人材の応募がない。または、採用してもすぐに辞めてしまう企業、店舗の経営者、採用担当者。

【参加者が得られるメリット】

- ・採用に効果が上がる、WEB、SNS の有効、かつ具体的な活用方法が習得できる。
- ・高額な有料広告、媒体に費用を掛けず、採用において競合他社がほとんどいない WEB、SNS を活用した採用の仕組み「ソーシャルリクルーティング」の構築についての解説。
- ・欲しい人材、すぐに辞めない人材が採用可能な、WEB、SNS を使った情報発信の方法が分かる。

【コンセプト・概要】

求人媒体に採用広告を出しても、ほとんど応募がない状況が続くなか、即戦力となる人材確保は、企業や店舗の存続のための最重要事項となって来ました。WEB、SNS を使った継続的な企業ブランディングにより、欲しい人材、すぐに辞めない求職者への最短アプローチ法をはじめ、採用の仕組み構築 - ソーシャルリクルーティングについても解説します。

【内容】

1. WEB、SNS で有効な採用ができないのか。現状分析と最新状況

1) 中小企業、店舗ビジネスの採用手段の現状分析

- ・WEB、SNS の活用
- ・求人媒体、サイトなどの活用
- ・何故大手企業を相手にレッドオーシャンで戦い続けるのですか？

2) スマホ利用者 6000 万人時代の WEB、SNS の最新状況

3) 【ワーク 1】

採用に於いて、WEB ツールやメディアの中で一番重視している（お金を掛けている）ものは何か？

その理由と成果を書いて下さい

- 4) WEB、SNS (Facebook、Instagram など) を使った継続的な企業ブランディング
読まれる記事にするためのポイント
 - ・読み飛ばされないためのタイトルのつけ方
 - ・最後まで読んでもらうための記事の書き方
 - ・SNS は写真が命！ スマホ写真撮影入門

2. ソーシャルリクルーティングとは？

- 1) なぜソーシャルリクルーティングなのか？
- 2) 企業の最新採用事例
- 3) ソーシャルリクルーティングの成功と失敗を分けるポイント
- 4) ソーシャルリクルーティング実施までの 3STEP

3. オウンドメディア型ホームページを使った採用戦略

- 1) 自社サイトに価値を蓄積させるオウンドメディア型のホームページとは
- 2) 大企業に負けない、中小企業がとるべき採用戦略
 - ・独自インターン制度の構築
 - ・社員の投稿の資産化による採用戦略の活用 (一例)

4. まとめ


【ワーク2】

今日のセミナーで、新たな気づき、発見があったもの、明日からすぐに実行しようと思ったのは、何ですか？

所要時間

120 分～180 分程度 (ご要望時間に調整可能)

【講師プロフィール】

氏名	菅野 弘達 (かんの ひろみち)	
会社名	(株) ソーシャルメディアマーケティング	
役職	代表取締役	
肩書き	SNS・動画による顧客開拓の仕組み構築の専門家	

※ 最寄り駅：JR 品川駅、生年月日：1957 年 6 月 25 日生まれ

【セミナーで登壇できる根拠】

・略歴

IT 業界一筋 40 年のエキスパート。メガバンクのシステムエンジニアからスタートするも超優秀な同期ばかりで自信喪失。パソコンなら何とかできるかと思い、ソフトバンク孫正義が創設した（一社）日本パーソナルコンピュータソフトウェア協会に転職。Windows が無い時代でパソコンも使いこなせず、パソコンが使えない職員とレッテルを貼られ悪戦苦闘の日々を送る。バイトの大学生に使い方を教えてもらい何とか汚名を晴らした。パソコン業界の黎明期だったということもあって、創業期のビル・ゲイツ、スティーブ・ジョブズ、マイケル・デルなど世界的 IT 起業家と職務を通じた交流を持つという幸運に恵まれ、辛苦の中にも貴重な体験を得ることができた。

2012 年、新進起業家 マーク・ザッカーバーグが「よりオープンに繋がる世界を創る」の宣言に感銘、 SNS 時代の到来を予感し独立、(株) ソーシャルメディアマーケティングを設立。以来、IT 業界一筋 40 年以上の知識、経験、人的ネットワークを活かして、SNS、動画を使った顧客開拓の仕組み構築の専門家として、コンサルティング・研修を行った企業は 380 社を超える。また講演家としても約 10 年間で全国各地に 1 万人以上の受講者がいる。

2022 年 10 月 10 日、創業 10 年を迎え、SNS 専門コンサルティング企業としては国内で最も歴史ある企業となる。

・学歴など

多摩大学大学院 経営情報学研究科 修士課程終了 MBA
社会情報大学院大学 先端教育研究生 実務家教員養成課程修了
流通経済大学 客員講師、日本ダイレクトマーケティング学会会員
エキスパートバンク登録専門家（千葉県、茨城県商工会連合会）

・職歴など

- 1979年 富士銀コンピュータサービス入社
- 1980年 富士銀行（現みずほ銀行）システム開発部へ出向
- 1990年 （一社）日本パーソナルコンピュータソフトウェア協会入社
- 1997年 エーアンドエー株式会社（建築 CAD 輸入販売会社）入社
- 2012年 株式会社ソーシャルメディアマーケティング設立
 - 大妻女子大学 OMA（大妻マネジメントアカデミー）講師任用
 - 青山学院大学 社会学連携研究センター（SACRE）特別研究員任用
- 2017年～ 流通経済大学客員講師任用
- 2020年～ エキスパートバンク登録専門家登録（千葉県、茨城県商工会連合会）
 - 日本ダイレクトマーケティング学会入会

【主な実績】

・雑誌等執筆実績

- 『美容の経営プラン』（女性モード社）、トリマーのための情報誌『torim』（インターズー）
- 『観光マーケティング実務責任者養成講座』テキスト（日本地域広告会社協会）

・講演実績 [2020年12月末現在] [9年間累計 10,654名]

商工会議所：

東京商工会議所板橋支部、鳥栖商工会議所、秦野商工会議所、新潟商工会議所、阿波池田商工会議所、山形県商工会議所、備中西商工会、石川県商店街振興組合連合会、徳島商工会議所、土浦市新治商工会、三条商工会議所、福島商工会議所、横浜商工会議所、茨城県中小企業団体中央会、茂原商工会議所、檀原商工会議所、小野商工会議所、小山商工会議所、諫早商工会議所、四国中央商工会議所、大分商工会議所、駒ヶ根商工会議所、木更津商工会議所、常滑商工会議所、小津戸商工会、別府商工会議所など

業界団体：

東京都印刷業工業組合板橋支部、日本ヘアデザイン協会、日本地域広告会社協会など

経営者団体：

東京都倫理法人会広報委員会、豊島区倫理法人会、渋谷区倫理法人会、四谷倫理法人会、中央区倫理法人会、いたばし倫理法人会、杉並区東倫理法人会、晴海倫理法人会、横浜中央倫理法人会、八重山倫理法人会、甲府南倫理法人会、豊田東倫理法人会など

民間企業：

日本プラスター、テンポスバスターズ、家庭教師のトライ、ライトウェイプロダクツジャパン、G-FACTORY、司法書士法人コスモ、税理士法人アイデアコン、ジブラルタ生命保険など

教育機関：

大妻女子大学（社会人講師）、青山学院大学（特別研究員）、流通経済大学（招聘講師任用）