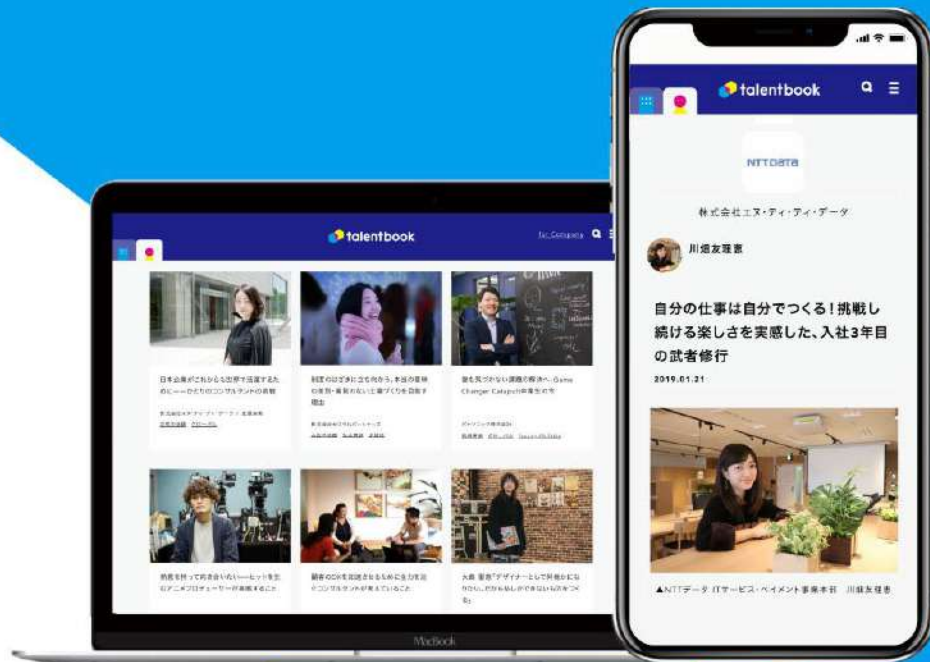
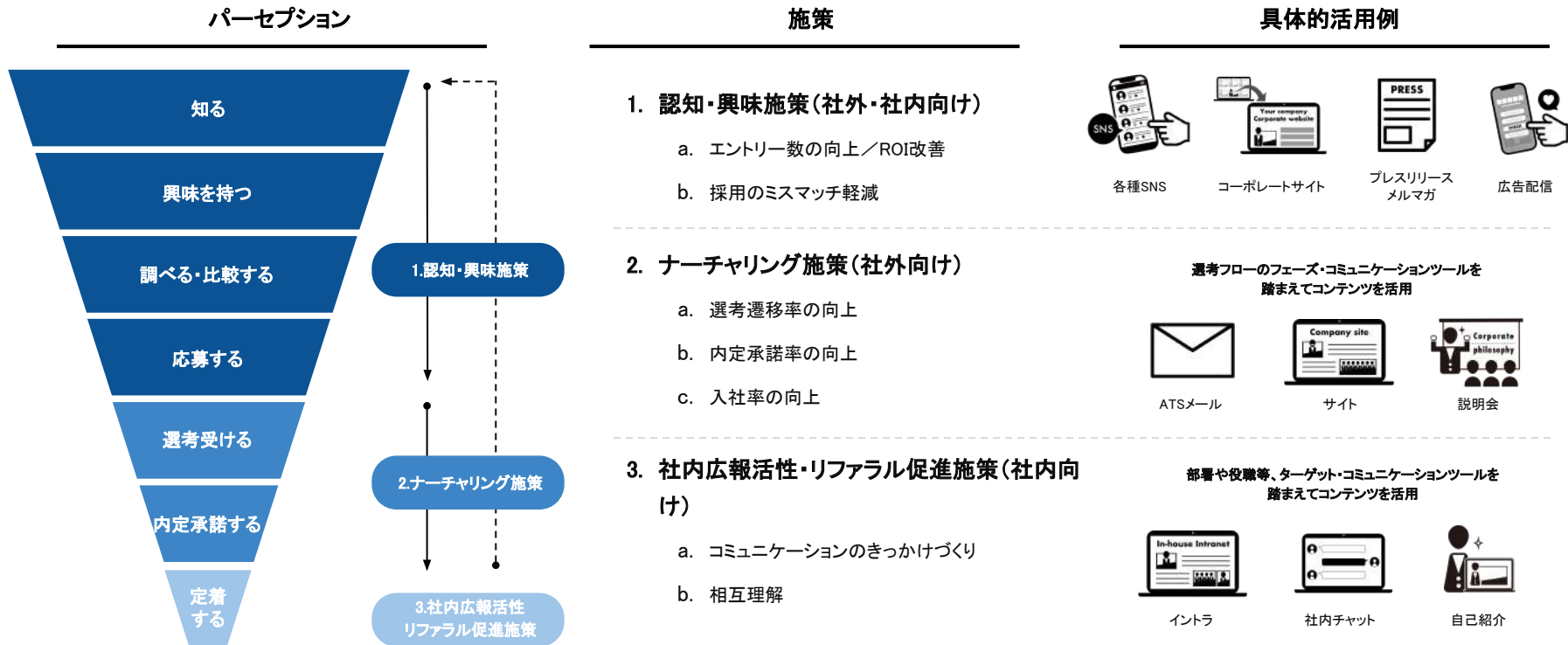




社員を主役にする、企業カルチャー発信クラウド



- 記事をどのように活用すべきか「目的別」に施策をまとめ、実際の活用例も記載しております
- 活用経路毎に「パラメーター」を付与し、どの記事がどの活用経路と相性が良いのか「分析」できるようにしております※ダッシュボード参照



talentbookコンテンツ活用

具体的活用例

具体的活用例 - 1.認知・興味施策 - (社外・社内向け)

Twitter



投稿文に興味を持ってもらい、コンテンツでより深く興味を持ってもらう



山口あずみ | ビーモーションが誇るに変える採用担当！
@yamaguchiazumi
時代が変化しても、エンタテインメントのミュージックが輝き続けるために
#talent-book.jp
東北支社の採用担当の山田さん。一児の母として奮闘しながら仕事でも結果を出す彼女にはいつも刺激をもらってます
そういえば、彼女とはほぼ同期！新入社員研修でわちゃわちゃしたのも、もう10年前のこと・・・懐かしいなあ

人事が社員のことを紹介することで社員同士の温度感が伝わる内容に



会社が深々と裏取りしてくれる。ビーモーションという「物」の魅力を届ける仕事。ビーモーションの地方拠点である第二営業部の東北支社に所属している山田 希。30代に差し掛かり、まったくの未経験からビーモーションにジョインした...

Instagram



記事中の写真を投稿するのでもOK！
画像や投稿の型を作るのが継続のポイント



#talentbook
映画が好き！が原動力
ポニーキャニオンの映画事業を支える「深く映画への愛」

実際に「検索されるハッシュタグ」をつける「#東京採用」「#名古屋採用」「#吉祥寺採用」「#横浜採用」

YouTube



オンラインヒアリング時の音声を編集し「耳で」聞いてもらえるコンテンツに



会社説明会前や、終了後など、学生が聞いてくれるように



【社内で公募】して社員やインターン生など動画編集が得意なメンバーに依頼

具体的活用例 - 1. 認知・興味施策 - (社外・社内向け)

プレスリリース / メルマガ



プレスリリースやニュースで、背景や想いも伝えることで興味度合い向上に寄与

タレントプールやお客様に送るメルマガに記載することで、自社の考え方や取り組みを共有

コーポレートサイト



広告配信 ※別途費用発生

届けたい媒体やターゲットを指定した配信
 予算と希望のターゲティングにあわせてプランニングが可能



メディア・カテゴリ指定配信



※各メディアによって掲載条件が異なります

セグメント指定配信

属性	システム開発系 / 理系・文系
所属	所属企業 / 所属大学
年齢	10代 / 20代 / 30代 / 40代
性別	男性 / 女性

※大学名や、エンジニアの使用言語、IPアドレス(業種 / 規模 / エリア)によるセグメント指定、マイクロアド社のメディアネットワークを使用

具体的活用例 - 2.ナーチャリング施策 - (社外向け)

- 選考フローを踏まえ、「目的」と「ツール」に合わせたコンテンツ活用がポイント
- 具体的な活用例は次頁

選考フロー	目的	ツール	活用コンテンツ(例)	
1次面接前	業務内容への理解	ATS	  	▶ 現場クラスメンバーのスタンス
適性検査前	業務適性の確認	ATS	  	▶ 現場メンバーによるノウハウ
2次面接前	共感度合いの確認	ATS	  	▶ 事業本部メンバーのスタンス
最終面談	共鳴度合いの確認	ATS	  	▶ 事業本部各部門長の考え
内定	入社意向度上げ	LINE@	  	▶ (部門外を含む)職場の雰囲気など

エージェント向け

【 】 採用支援についての御礼/PR Table菅田



菅田一輝 <kazuki.sugata@prtable.com>

To |

お世話になります。
PR Tableの菅田です。

先日は、弊社主催のエージェント様向け説明会にお越し頂き誠に有難うございました。
当日の感想などありましたら、お気軽にメッセージを頂きますと幸いです。

また、上記だけでは理解しにくい部分もあったかと思しますので、お手すきの際に下記にも目を通して頂きますと幸いです。
弊社代表の設立の想いや、実際に現場社員がどのように活躍してるのかを感じることができるかと思えます。

■弊社代表のストーリー

起業の理由に「ビジョン」は関係ない一人と違うポジションにいる心地よさが原動力
<https://www.talent-book.jp/prtable/stories/742>

■弊社若手社員のストーリー

これがわが社のSUN社員。初の新卒・川島飛鳥はなぜスタートアップに飛び込んだのか
<https://www.talent-book.jp/prtable/stories/15821>

以上です。
引き続き採用パートナーとして宜しくお願いします。

採用候補者向け

【PR Table】 4/19 (月) 会社説明会のご案内

受信トレイ ✕ 1:1) りめすか



【PR Table】 川島飛鳥 <asuka.kawashima@prtable.com>

22:16 (0 分前)

☆ ↩ ⋮

To 自分

お世話になっております。
株式会社PR Tableの川島です。

会社説明会にご応募いただき、誠にありがとうございます。

明日の詳細と、説明会を担当させていただく社員をご紹介します。

■日時:

4月19日 (月) 12:00~13:00

接続URL: Zoomミーティングに参加する

<https://zoom.us/j/94176921990?pwd=b2k3ZWpFOTVWVjduSEFTTU94WXB6UT09>

■担当

久保 圭太 / カスタマーサクセスマネージャー

北海道札幌出身。二児の父。PRSJ認定PRプランナー。

ネット専業代理店にて広告企画営業、人事戦略、PRの責任者を経て、2018年よりPR Tableに参画。
カンファレンスやオウンドメディア発信などでPRの探究活動を行い、現在はカスタマーサクセスとして、導入企業様向けのコンテンツ制作・活用支援や商材開発を担う。

■ストーリーはこちら

はじめて感情がグルグルした仕事がPRだった。だから僕はこの会社の一員になった

それでは明日、何卒よろしくお願いたします。

川島

具体的活用例 - 2.ナーチャリング施策 - (社外向け)

採用担当者のメール署名

株式会社PR Table
川島 飛鳥 / Asuka Kawashima
カスタマーストラテジスト
Mobile : 090-7258-8796

▼自己紹介文
これがわが社のSUN社員。
初の新卒・川島飛鳥はなぜスタートアップに飛び込んだのか

〒102-0083
東京都千代田区麹町4
TEL : 03-6432-9749

署名欄にストーリーを添えることで、採用候補者に想いや人となりを知ってもらうことができます

署名からストーリーを読んでもくれた面接前の採用候補者と対面したときに共通の話題で盛り上がりやす

オンライン説明会



-行動指針-

自分から 音標 :
【グループ全員が心がけるべき行動の指針です！】

■非常識が常識
経営戦略統括部 web推進室 室長を務める 加藤 吉洋
<https://www.talent-book.jp/like/stories/47057>

■頼られる存在であり続ける
ライクケア 遠藤 真志
<https://www.talent-book.jp/like/stories/46983>

■個の力を活かし合うチーム
グループリーダー 宇塚 弘和
<https://www.talent-book.jp/like/stories/46877>

-職種紹介-

自分から 音標 :
【各チームメンバーのストーリーはこちら！】

▼フィールドセールスチーム
理想のセールス、それを探究。キャリアのすべてを、ここに捧げる。(竹田 祥理)
<https://www.talent-book.jp/prtable/stories/17328>

音楽活動を通じて見出した、一人ひとりある物語を認め、励ますことで生まれる価値。(林 完伍)
<https://www.talent-book.jp/prtable/stories/47>

説明会時にzoomのコメント欄でURLを共有

会社説明資料・社内報



コンテンツの内容を会社説明会や、採用イベントで配布するパンフレットに転載

採用候補者が他社と比較、自分のビジョンと照らし合わせるときに、企業理解が深まるコンテンツになる。採用候補者の家族や親御様にも読んでもらえる

具体的活用例 - 3.社内広報活性・リファラル促進施策 - (社内向け)

- ターゲットを踏まえ、「目的」と「ツール」に合わせたコンテンツ活用がポイント
- 具体的な活用例は次ページ参照

ターゲット	目的	ツール	配信コンテンツ(例)			
幹部／経営層	現場理解	メール 社内イントラ				▶ 現場クラスメンバーのスタンス
幹部／経営層	現場理解	メール 社内イントラ				▶ 現場メンバーによるノウハウ
現場メンバー	事業部理解	メール 社内イントラ				▶ 事業本部メンバーのスタンス
別部門	部門理解	メール 社内イントラ				▶ 事業本部各部門長の考え
全社員	社内ファン作り	メール 社内イントラ				▶ 会社の取り組みや、イベントレポート

具体的活用例 - 3.社内広報活性・リファラル促進施策 - (社内向け)

社内チャット



「入社前のメンバー理解、新入社員や部署異動の自己紹介でもコンテンツを活用しています。また、ストーリーへの掲載希望者の数も増えました」

社内コミュニケーション



社内共有



他部署と仕事をされる際や、部署異動の際の挨拶にストーリーを共有することでコミュニケーションがスムーズに。

社員の導線 / 挨拶



入社後オンボーディングにて、上長や先輩社員のストーリーを事前に共有することで新入社員にとって親しみやすくなります。

talentbookコンテンツ活用チェックリスト ※詳細はスプレッドシートにて

企業名	株式会社PR Table
企業ページ	https://www.talent-book.jp/table

パーセプション面	活用先	チェックリスト	備考 (URLなど)	パラメーター活用
①認知・興味 (社外・社内)	a 各種SNS	Twitter	<input type="checkbox"/>	有 -
	b	Facebook	<input type="checkbox"/>	有 -
	c	Instagram	<input type="checkbox"/>	有 -
	d	YouTube	<input type="checkbox"/>	-
	e	その他	<input type="checkbox"/>	-
	f プレスリリース		<input type="checkbox"/>	有 -
	g メルマガ/ニュースレター		<input type="checkbox"/>	有 -
	h コーポレートサイト		<input type="checkbox"/>	-
	i 外部ツール投稿	Wantedly	<input type="checkbox"/>	-
	j	note	<input type="checkbox"/>	-
	k	その他	<input type="checkbox"/>	-
②ナーチャリング (社外)	l 応募配信		<input type="checkbox"/>	-
	a エージェント向けメール		<input type="checkbox"/>	有 -
	b 採用候補者向けメール		<input type="checkbox"/>	有 -
	c 担当者のメール署名		<input type="checkbox"/>	-
	d オンライン応募 (QRコード)		<input type="checkbox"/>	-
	e 採用サイト		<input type="checkbox"/>	-
③社内広報活性化・リファラル促進施策 (社内)	f 配布資料 (パンフレットなど)		<input type="checkbox"/>	-
	a 社内チャット・SNS		<input type="checkbox"/>	-
	b デジタルサイネージ・掲示板		<input type="checkbox"/>	-
	c 研修資料		<input type="checkbox"/>	-
	d 内定者向けツール		<input type="checkbox"/>	-
e 社内アンケート		<input type="checkbox"/>	-	

コンテンツ				活用				計測	
パーセプション	活用先	タレント	コンテンツ	参照元メディア		キャンペーン	発行URL	PV	
				utm_source	utm_medium	utm_campaign			
①	a			掲載先	utm_source	utm_medium	utm_campaign		
①	a			ビズリーチ	bizreach	email	hr	https://www.talent-book.jp/	
①	a			isenta	isenta	email	hr	https://www.talent-book.jp/	
①	b			会社概要	companydeck	other	pr	https://www.talent-book.jp/	
②	a			slack	slack	intra	pr	https://www.talent-book.jp/	
②	b			Facebook	facebook	social	shina	https://www.talent-book.jp/	
②	c			Twitter	twitter	social	shina	https://www.talent-book.jp/	