12
2023

「マーケティング」と「ブランディング」の気になる情報を毎月お届けする

DAM TIMES

医療のマーケティング・ブランディングを支援するディーエーエム（DAM）が発行するニュースレター

マーケティングトレンド

採用でお困りなら共感型採用の取組みを

クリニックの人材採用は年々難しくなり、当社のお客様からもご相談をお受けすることが多くなってきました。従来の方法であるハローワークに掲載してもなかなか応募がこない、ネットの求人媒体や人材紹介会社に頼っても、コストが高いうえに応募がきても期待している人材ではない、採用してもすぐに辞めてしまうなど、悩みが尽きることがありません。

今回のテーマである「共感型採用」とは、待遇や給与などの条件面に焦点をあてるのではなく、クリニックのコンセプトやビジョン、将来性などをアピールして、それに共感してくれる人材を集めようという考え方です。

採用活動で苦戦しているクリニックさんは「共感型採用」の目線で現在の採用活動を見直してみるのはいかがでしょうか？

共感型採用のメリット

共感型採用には以下のようなメリットが考えられます。

- 待遇や給与面以外で他院と勝負ができる
- 採用コストを削減することができる
- 求職者とのミスマッチが減るため、入職後のトラブルや離職率を少なくすることができる
- 入職後も高いモチベーションを維持できる

共感型採用を実施するために見直すこと

（1）求職者へのメッセージ

求職者の目に触れる情報が条件面ばかりになっていませんか？以下のような情報も掲載し求職者にアピールしましょう。

- 自院の診療コンセプトやこだわり、価値観、将来のビジョン
  クリニックが何を大切にして診療を行っているのか、スタッフにはどんな考え方をしてほしいか、クリニックの将来の展望など理念や考えを掲載します。
- 職務内容を明確にする
  採用する人材の職務内容、必要な知識・経験、期待すること、キャリアアップの可能性など具体的に掲載します。
- 働いているスタッフの声や勤務の様子
  自分（求職者）がどんな環境でどんな人たちと仕事をするのかイメージできるように勤務中の写真や先輩スタッフの情報などを掲載します。

（2）媒体の見直し

先にも述べましたように、マイナビなどの求人媒体や人材紹介会社、ハローワーク、知人や家族からの紹介の活用が採用手法として一般的でしたが、求職者は広告を見て安易に応募するのではなく、応募先の詳しい情報を収集し検討して応募してきます。そのため、求職者が詳しい情報を収集できるように自院で管理できるメディアを活用して情報発信することが有効となります。例えば、ホームページ、採用ページ、ブログ、Instagram、X(元 Twitter)、TikTok、Facebook、Youtube などです。

スタッフさんへのインタビューでクリニックの良さを見つける

院長先生がお考えになっているクリニックの魅力とスタッフが感じているそこで働く理由は異なっていることがありますので、現在働いてくださっているスタッフさんにインタビューをして、「当クリニックで働く魅力」を聞いてみましょう。意外な発見があるかもしれませんね。

ソーシャルリクルーティングとは

Instagram や TikTok などのソーシャルメディアを活用したリクルーティングは、近年ますます一般的になっており、多くのメリットがあります。以下は、ソーシャルメディアでのリクルーティングの特徴とメリットです。

- 拡散力が高いため採用候補者を増やせる
- 採用候補者とコミュニケーションが取りやすい
- 院内のリアルな雰囲気が伝わりやすい
- 自院で運営すれば採用費がかからない
- 10 代～ 20 代の大半はソーシャルメディアで情報収集している

Instagramの活用例（三井住友カード）

Tiktokの活用例（ロート製薬、大京警備保障）

以上のように、共感型採用について検討して頂いて現在の採用活動を見直してみましょう。クリニックのコンセプトを固めたり、スタッフさんのインタビューをしたりなど、当社にご相談いただけましたらお手伝いさせていただきますので、お気軽にご連絡ください！

Back Number
過去のDAMTIMESはこちらから
https://www.dam.co.jp/back/

株式会社ディーエーエム
〒810-0024 福岡県福岡市中央区桜坂 1丁目14-18 ES ハウス 3
TEL：092-600-1121 Mail：info@dam.co.jp HP：https://www.dam.co.jp
代表取締役
齋藤尭紀