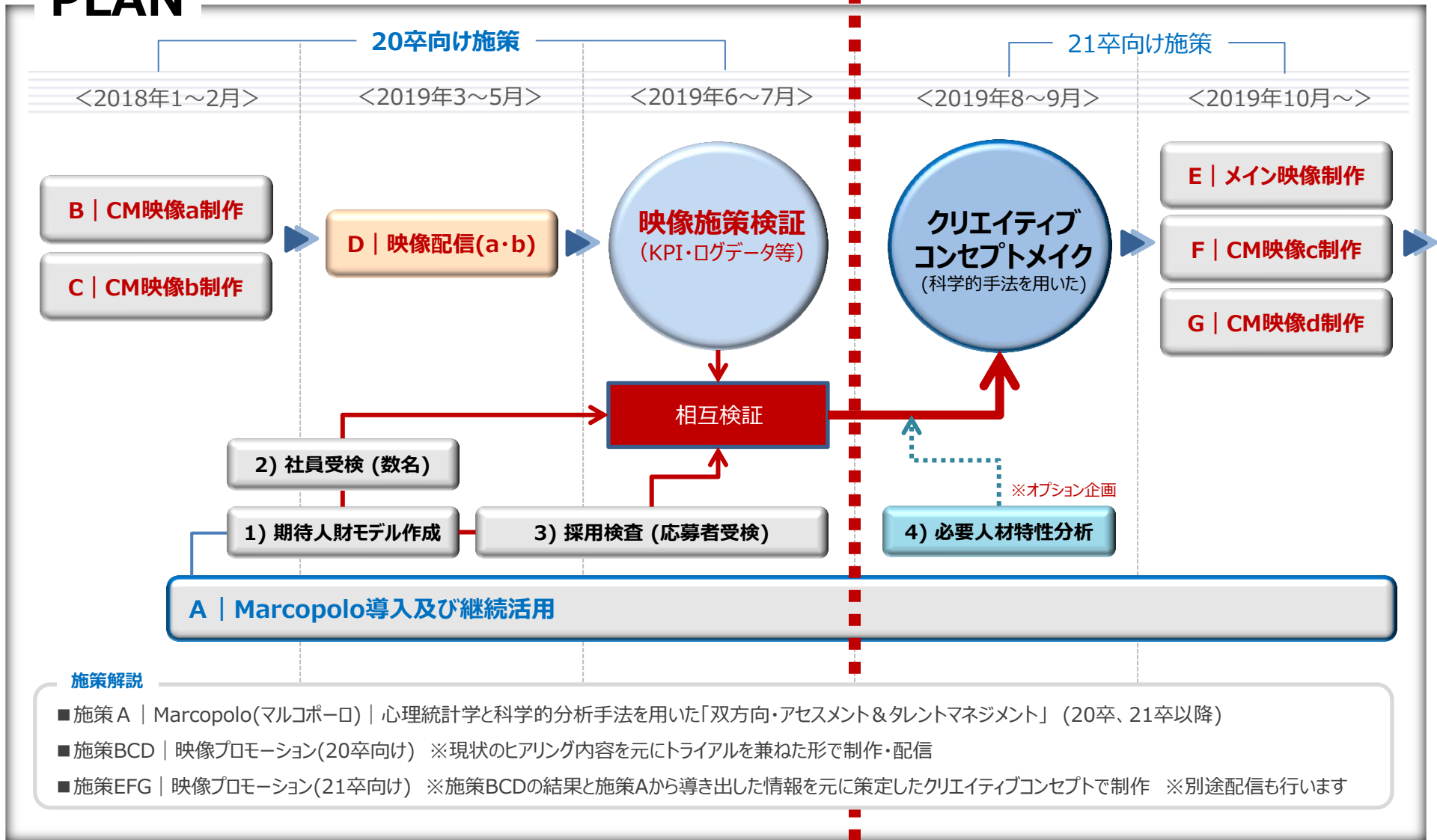


■ 20卒、21卒向け動画施策(全体俯瞰)

PLAN

「第一次(20卒 | トライアル)」 ← 「第二次(21卒 | 本番)」 →



**A | Marcopolo  
導入及び継続活用**

1)期待人財モデル分析 |  
募集職種に必要な人財要件・資  
質等を作成。(自社活躍人財)

2)社員受検 |  
期待人財モデルが正値であるかの  
検証も含め、ハイパーフォーマー2割・  
ミドル4割・ロー2割くらいの比率で  
選定頂いた社員様に受検頂く。

3)採用検査 |  
エントリー学生に受検を頂くと、期  
待人財モデルとの適合度や各指  
標などが瞬時に判断できる。  
※個人のストレス耐性や特性も瞬  
時に判定できます。

4)必要人材特性分析 | ※オプション

自社のハイパーフォーマーが共通してもっている特性等を言語化し、採用厳選テーマや研修テーマ等に活用できます。

**B | CM映像a制作**  
**F | CM映像c制作**

・仕事の認知度を上げる  
(Bmuper6秒広告) 尺\*6秒

**C | CM映像b制作**  
**G | CM映像c制作**

・仕事の関心度を上げる  
(TrueView広告) 尺\*45秒前後

**D | 映像配信(a・b)**

※a: 最低10,000インプレッション～  
※b: 最低5,000視聴回数～

**E | メイン映像制作**

・仕事の本質を伝える  
(「法人・職種」ブランディング) 尺\*5分前後

**映像施策検証**  
(KPI・ログデータ等)

- 完全動画視聴率
- 視聴継続率
- 日別再生数&推移
- ※他、ユーザー層  
(年齢・性別)
- ・地域・使用デバイス等  
を元に、認知度・関心度を検証

**相互検証**

- 映像施策検証
- Marcopoloデータ検証

**クリエイティブ  
コンセプトメイク**  
(科学的手法を用いた)

- 相互検証データを元に、  
プロモーション企画を立案
- ※リクナビ等の広告文章や  
表現などにも反映できます。