

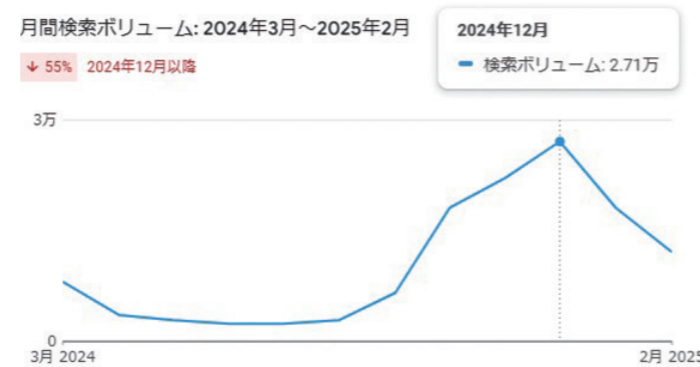


広告効果を最大化するためには、顧客欲求の強さを把握することが重要です。そして、顧客欲求の強さを知るためには、検索数の大きさを知ることが大切です。この基本を理解していなければ、どれだけ費用を投下しても集客は向上しません。集客だけではなくアルバイト採用も同様です。2~3年前からSNSを活用したアルバイト採用手法について、当社には研修やセミナーの依頼が急増しています。そのため、今回のコラムはアルバイト採用について解説します。

顧客欲求に寄り添わなければ、顧客反応を引き起こすことはできません。例えば、スーパーマーケットで販売されている鍋つゆ(チゲや豆乳などスープの素)の売上を夏に伸ばすことは極めて難しいです。なぜなら、夏には鍋つゆを検索する人が激減するからです。鍋つゆの検索数が最も多くなるタイミングは12月です。それと対応するように、鍋つゆの売上は12月にピークとなります。

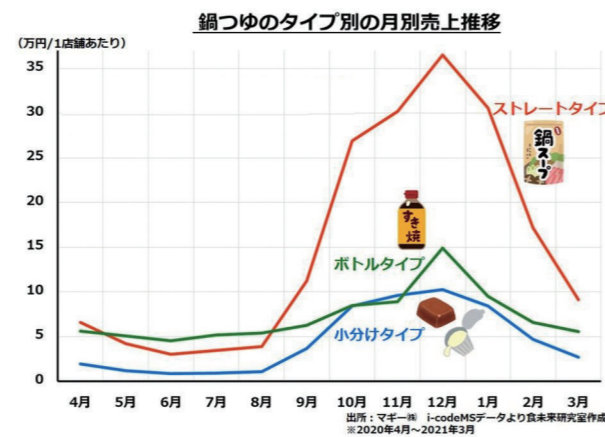
つまり鍋つゆの売上を飛躍的に伸ばすためには、お客様の顧客欲求が最も高まる12月を起点に広告を実施しなければなりません。顧客欲求が激減した7月に広告を打っても、欲求がないため意味がないのです。

では、この広告の基礎理解からアルバイト採用が上手くいっていないと、慢性的に人員不足なパチンコ店は、どのタイミングでアルバイト採用を最も強化すれば良いのでしょうか？ 採用予算を12カ月で均等に割って使っているのはダメです。求職者がアルバイトを探している欲求が高いタイミングに採用予算を投下することが重要です。アルバイト採用だけではなく、正社員



の採用を強化したいと考えている場合も同じく転職をしたいという欲求が高いタイミングを狙うことが大切です。

「アルバイト」というキーワードは4月が最も検索数が多いです。「転職」というキーワードは3月および4月が最も多いで



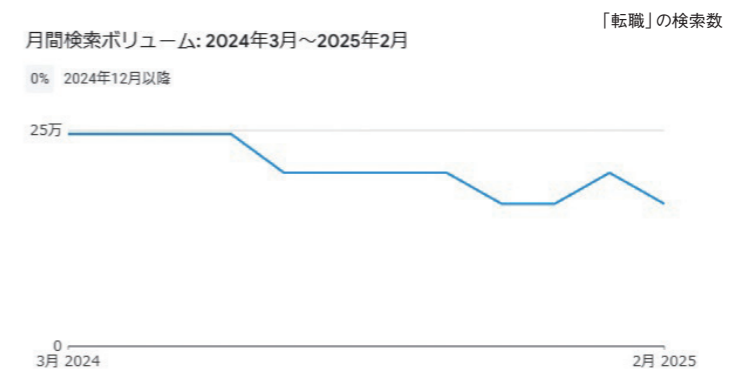
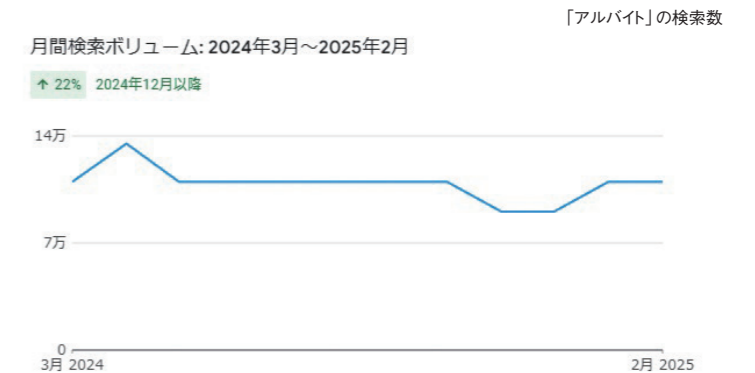
す。つまり、人員不足に慢性的に悩んでいる企業や店舗は、まず年間計画で3月や4月に採用予算を十分確保しているか確認してください。私がお手伝いしている企業や店舗は、3月および4月は通常の採用予算の2~3倍確保しています。顧客欲求が高まるタイミングを狙うことが必要不可欠です。

ここまでの基本前提の部分です。そして、ここからがどのような媒体を活用して採用を行うかです。当社が提唱しているのはLINE広告を活用した採用です。では、なぜLINE広告での採用を推奨しているのでしょうか。それはLINE広告の特長にあります。

LINE広告は他のSNS広告と比較して、何が優れていると思いますか？ それは、ターゲティングの精度です。Google広告やX(旧Twitter)広告、Instagram広告などと比較して、驚くほど詳細な設定ができます。現在のWEB広告はほぼアメリカ産です。アメリカにおいては近年、個人情報やプライバシー保護に関する規制が強くなっています。そのため、Google広告をはじめとしたデジタル広告プラットフォームのターゲティング機能にも少なからず影響を及ぼしています。例えば、クッキー情報を使った詳細なターゲティングやリマーケティングの活用が以前より制限されるケースが増えています。

しかしLINEは準国産(半分国産)です。そのため、「直近3カ月以内に転職した」ターゲティングなど秀逸なターゲット設定が可能です。そして、このターゲット設定はアルバイト(正社員)採用にも活かすことができます。

LINE広告では、「趣味・関心」「行動」「趣味・関心」「属性」などの観点から非常に細かくターゲット設定ができます。先程述べた「直近3カ月以内に転職した」というのは、行動カテゴリーの転職から設定できます。新生活、勤務地変更などは転職やアルバイト探しと関連が深い行動です。さらに、趣味・関心カテゴリーの求人から「アルバイト」「派遣」などの設定が可能です。そして属性カテゴリーの職業から「フルタイムワーカー」「パートタイム・アルバイト」「大学生」などの設定で



店舗が求めている人物へアプローチができます。広告を露出する人物が分かれば、そのライフスタイルや働き方に応じて訴求内容を最適化できます。

特に「直近、転職した」「アルバイトに関心がある」など、精緻にターゲティングできるのはLINE広告ならではの強みです。

結論、LINE広告は「求人・採用目的において、非常に高い精度でターゲティングができる」ため、アルバイトや正社員採用に強みを持っています。検索行動、関心、実際の職業や生活の変化までを捉えられる点が、他の媒体と比べても優れていると言えます。高額な採用媒体への投資やWEB広告の投資ではなく、少額の1カ月1万5000円(1日500円)の広告費で、LINE広告を運用している企業や店舗があります。ぜひLINE広告で、あなたのお店の慢性的な人材不足を解消しませんか？



のじま・たかのり
三重県生まれ。北海道教育大学卒。毎年年間1000店舗以上のパチンコ店を調査。広告を6つのポイントで数値化して、その仕組みを売り場の書籍「あなたの売り場、太っていませんか？」で執筆。売り場プロモーション診断士検定を8年前に立ち上げ2020年には1200名以上が受験。

Essential Web Advertising Strategies You Need to Know for 2025