

CHECK SPACE

AD PLANNING
CREATIVE DESIGN OFFICE

2022年 求人募集

サンプルカタログに掲載した内容の掲載意図や目的を簡単に記載しています。

CHECK ✓

ADプランニングで働くWebマーケターに付与される「フレキシブル」「自由」「裁量」などのメリットをイメージし、「向上心の高い人材」に向けたデザインにしました。

イメージに沿った人物写真を大きく使い、働いている自分を想像できるような表紙にしています。

WEBマーケター

表紙

CHECK ✓

ADプランニング



ADプランニングはSP広告、インターネット広告を主に取り扱う創業20年の広告代理店です。

取引いただくクライアントの業種は、不動産・アミューズメント・飲食・カラオケ・葬儀・フィットネス・カーディーラーなど多岐にわたっており特定のジャンルに特化せず、また扱う媒体も折込チラシからWebサイト制作まで幅広く取り扱っています。

今回、新規Webセクション立ち上げのためWebマーケターを募集します。さまざまな媒体に対応していますが、社内にWebマーケティングに特化した人材がおらず、クライアントの相談から返答までに時間がかかっているのが現状です。今回その改善をはかるべく、Webセクションを立ち上げWeb広告運用の内製化を目指します。

ADプランニングの情報が乏しい求職者に向けて、まずADプランニングがどのような媒体を扱う広告代理店なのかを簡単に紹介。

更に、どのようなポジションの採用を目指しているかを端的に記載することで、求職者が次章の内容に入りやすいようにしています。



あなたの力を貸してください!



ADプランニングは
仕事の幅が広く、経験を積めます。

CHECK ✓

ADプランニングは、「とりあえず相談してみよう」と言っていただけることを何より大事にしています。そのためにクライアントの機会損失を減らし、最も効果的な広告媒体を提案するため、特定の広告媒体に偏らずに幅広く取り扱っています。さまざまな業種の仕事に携わる事ができるため、Webマーケティング分野であらゆる仕事に対応できる人材に成長していくと思います。

さまざまな業種の
マーケティングに対応できる人材へ。

さまざまなジャンルの業種の広告・媒体を取り扱っています

業種	不動産	アミューズメント	飲食	媒体	チラシ	ポスター	パッケージ
	カラオケ	フィットネス	靈園／葬儀		ポスティング	DM	屋外広告 交通広告
イベント	カーディーラー	通信販売	Webサイト		広告バナー	SNS広告	

01

What kind of work?



ADプランニングとして大切にしているスタンスを紹介しつつ、ターゲットである「向上心の高い人材」に向けて、ADプランニングで獲得できるスキルを提示することで求人応募へ繋げます。

02

CHECK ✓

Webマーケティングのノウハウを



実践的に活かせる場をご用意。

コロナ禍により多くの企業が従来のオフライン中心の営業だけで乗り切ることが困難になってしまいました。現在デジタルマーケティングの必要性が急速に高まっています。ADプランニングでもお客様よりWebメディアに関する問い合わせが多く、現状対応にお時間をいただいています。ぜひ新セクションで今までのスキルを活かし主導的にご対応いただきたいです。

さらなるスキルアップと一緒に目指しませんか？

今までの経験を存分に活かし、
さらなるスキルアップを。

02

What kind of work?



CHECK ✓

近々の求人課題である「Webマーケター」の必要性を記載することで、そのポジションの重要性を示し、求職者へ入社後に対する期待感を起こさせます。

また、新セクションでの主導的な立場を示すことで、ADプランニング入社後のスキルアップを確約、ターゲットに訴求します。

03

What kind of work?



自らの意思で決断することで



成果と成長を実感できます。

Webマーケターは、ADプランニングとしても初のポジションです。さらに2年以内にリーダーとして新セクションの立ち上げを目指しています。

そのため責任者として、クライアントの利益最大化のためのマーケティング戦略を、立案・実行・運用・改善まで自由に考え提案・実行していただきたいです。実務経験が短くとも、ご自身で知識を蓄積されている方であれば大歓迎です。タッグを組んで共に課題を解決していきましょう。

裁量をもって働くことで
さらなる成長を。



03

「2年以内に新セクション立ち上げ」という具体的な目標と、そのため必要な業務を記載。ADプランニング入社後のワークスタイルを提示します。

また、Webマーケターの求人では多くの場合、実務経験2年以上を要件としているので、実務経験の長さを問わないことで、経験の少ない求職者の応募への間口を広げます。これにより、実務経験の少ない「向上心の高い人材」を取りこぼすことを防ぎます。

What kind of company?

社員のチャレンジを後押し。

失敗もみんなでカバーします。

ADプランニングには、「ムダなチャレンジはない」という考え方のもと、社員のチャレンジを後押しします。チャレンジして失敗したとしても、そこから何も得られないということはありません。次に失敗しないためにはどうすればよいか、社員全員でカバーし共に考えていきます。



CHECK ✓

チャレンジを後押しし、失敗も許容できる社風を押し出すことでターゲットとなる「チャレンジ精神のある」求職者に訴求します。



What kind of company?

変化に柔軟に対応する会社。

広告代理店として生き残るために必要な変化に対して情報収集を常に続け、社内で発信を行っています。役職や社歴は関係なく、ADプランニングがより長く続くよう働く社員にも居心地のいい会社となるような意見は積極的に採用しています。

コロナ禍の1年程前からある社員の意見が採用され、テレワークが働き方の選択肢の1つとして実装されました。新しい立場・目線からぜひ変化のために必要なアイデアをいただきたいです。



CHECK ✓

会社として柔軟性があることを具体的エピソードと共に記載することで、本誌に記載している社風について信憑性を持たせます。

What kind of company?

共に働く営業部。

ADプランニングの営業部は仕事には真摯に向き合いながらも黙々と仕事をこなす職人タイプです。とはいえ頑固オヤジではなく、分からぬことや相談があれば皆で意見を出して助け合い、情報交換も進んでいます優しさとユーモアにあふれる人ばかりです。

若手社員はそんな先輩社員の働き方を参考に、自分たちの裁量の中で伸び伸びと仕事をこなしています。



CHECK ✓

配属となる営業部の雰囲気を伝え、入社後のイメージを持ってもらうことで、ワークスタイルのミスマッチを防ぎ、早期の離職を予防します。



データで見るADプランニング

CHECK

ADプランニングが100年以上続く会社を目指してキャリアや働き方への支援を行っています。

男女比は？



(2022年現在)

2022年現在、男性が20名・女性が14名
で、およそ6:4の割合です。東京本社・名
古屋営業所共に同じような比率です。

年齢層は？



(2022年現在)

2022年現在、30代の社員が最も多く半
数近くを占めています。次いで20代、
40代と同程度の比率で続きます。最多の
30代は20代からADプランニングで働い
ている場合が多いです。

平均 有給休暇 取得日数



約5.5日

(2019年全社員取得日数平均)

有給の取得率向上を目指して、最低有給
取得日数を1年で1人5日としています。
2時間毎での有給申請も可能で、予定の
ために2時間途中で抜けるなど都合に合
わせた有給の取得ができます。

完全テレワーク



平均出社人数 4人

(2022年平均)

完全テレワークに対応しています。営業
部も週2日程度の出社、制作部は完全テ
レワークです。出社する人数が少なくテ
レワーク率が高い職場です。

テレワーク光熱費補助



一律 1日150円

(2022年現在)

テレワークに対応したこと、自宅での
業務に伴う光熱費の一部を補助します。
テレワーク実施日1日につき150円を一
律で補助します。

例) 1ヶ月 実働20日×150円=3,000円

給与・昇給・賞与など



年1回の 昇給

(2022年現在)

年に一度、社長との面談により昇給が決
まります。賞与は業績により実施し、「慶
弔金」や勤続10年を迎えると「勤続10年
お祝金」の支給もあります。

育児休暇



取得実績あり

(2022年現在)

法定規定の下記範囲で育児休暇が取得で
きます。

〈産 休〉出産予定日6週間前～出産後8週間
〈育 休〉出産後子供が1歳になるまで
〈予定日〉6週間前～子供が1歳になるまで

バースデー休暇



年1日

(2022年現在)

誕生日の前後1週間に有給を消化せずに
休暇を1日取ることができます。仕事に
支障がなければ好きな日に取得できるの
で、週末にとって3連休にするなど自由
にスケジュールを組むことができます。

リカレント教育



教育補助あり

(2022年現在)

2022年より、リカレント教育を推奨し
ています。事前に申請して承認を受けれ
ば、書籍、セミナーに限らず補助を受ける
ことができます。

面接で聞きにくい情報
や男女比などのADプランニ
ングに関する細かい
情報を記載することで、求人応募へのハ
ードルを下げ、入社後の
ワークスタイルのミスマッチを防ぎます。そ
して、福利厚生など魅
力のある情報で求職者
に入社への意欲をもつ
てもらい求人応募へ繋
げます。

また、あえて会社の詳
細を伝えることでオー
プンな印象を求職者に
与え安心感をもつても
らい、求人応募からの
離脱を防ぐ意図もあ
ります。

CHECK

業務内容

自社サイト運営

自社サイト改修（要件定義～設計、運用まで）

自社サイトの改修チームに加わり、自社サイトの要件定義～設計、運用までをお任せします。よりマーケティングROI（費用対効果）の高い自社サイトにすべく改善提案も含め主導的に取り組んでいただきたいです。※コーディングやデザインは他担当者が制作します。

Web広告運用

Webサイト制作、Web広告についてフォロー

クライアントや自社のWebサイト制作、Web広告に関して担当営業のフォローを行っていただきます。クライアントからの相談への応対やミーティングへの参加、Google広告・Yahoo広告などの広告運用、ユーザーの行動分析や成果計測、アクセス解析など担当営業とチームで進行いたします。

サイトリニューアル提案／広告提案

CHECK

Webサイト制作、Web広告の提案業務

社内外向けに、広告運用だけでなく解析なども含めて最終的な成果を上げるためにどのような施策が必要なのかを考えて提案していただきます。

業務例

担当営業とチームで進行していただきます



・担当営業同行
・商談参加

・企画提案
・提案書制作

・提案書の調整

・ワイヤー
フレーム制作

・広告運用
・改善提案

入社後の具体的な業務内容を記載することで、求められているスキルやポジションが明確になり、求職者が入社後に感じるワークスタイルのミスマッチを防ぐことができます。これにより、早期の離職を防ぎます。

また、具体的な業務内容から必要なスキルが明確になるので、求職者の入社後のスキルアップにも役立ちます。

業務例を記載することで、ADプランニングにおいて初のポジションであっても、業務体制がしっかりと整っており担当業務の割り当ても明確であることを伝えます。これにより、求職者に入社後の仕事に関して信頼感を持ってもらいます。

また、入社後の体制づくりによるフォローも万全であることを示唆しているので求人応募からの離脱を防ぎます。

CHECK ✓

求めるスキル・経験

前職雇用形態は問いません

実務経験の年数は問いません

実務経験が短くとも、ご自身で知識を蓄積されている方であれば大歓迎。

サイト構築や改善、解析などの
Webに関する知識

Webマーケティングの
基礎知識

SEO対策スキル

Webライティングスキル

SNSマーケティングスキル

アクセス解析スキル

Yahoo/Google/各SNS広告などのWeb広告運用の経験

Googleアナリティクス、Googleタグマネージャーの使用経験

入社後のワークスタイルのミスマッチを防ぐために、ADプランニングが求めるスキルを明記します。前職の雇用形態や実務経験年数を問わないことで求職者の間口をひろげ、実務経験の少ない「向上心の高い人材」の取りこぼしを防ぎます。

CHECK ✓

キャリアステップ

入社直後

自社サイト改修チームに加わり
要件定義、設計、運用までを担当

半年

会社から求められる課題を
チームとして解決できる力をつける

1年

社内外に対して改善提案を行
えるように力をつける

2年以内

2年以内を目標にリーダーとして
新セクションを立ち上げる

求める人物像とキャリアステップを記載することで、求職者に入社後数年のポジションを想定してもらうことができます。これにより、入社後数年の予測が立つことによる安心感を与え求職者の応募に繋げます。

また、早期の離職を防ぐ効果も期待できます。

最初は会社側から求める課題を複数人で達成することを目指し、チームの中でWebマーケターとしての意見を発信していただきます。仕事に慣れたあとはご自身で社内・社外に対し改善点を見出し、意見を述べられるように力をつけていただきます。向上心をもって前向きに取り組める方・チャレンジ精神旺盛な方・新しい事を自ら発信する力のある方であればやりがいをもって共に働いていけると思います。

