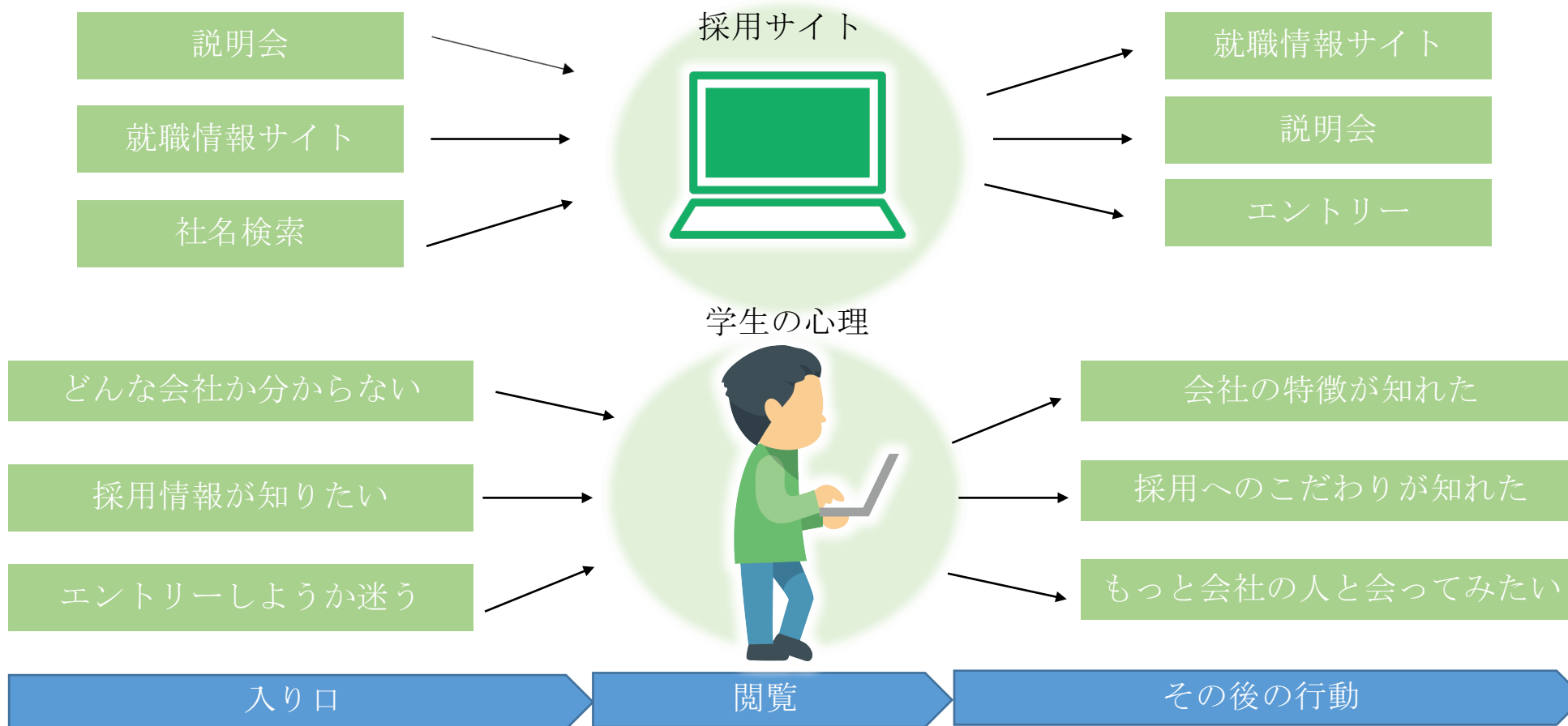


イントロ

- 1.採用サイトの位置付けと学生の心理
- 2.採用サイトの目標
- 3.神奈川トヨタのホームページとは？（学生インタビューから）
- 4.新採用サイトの提案

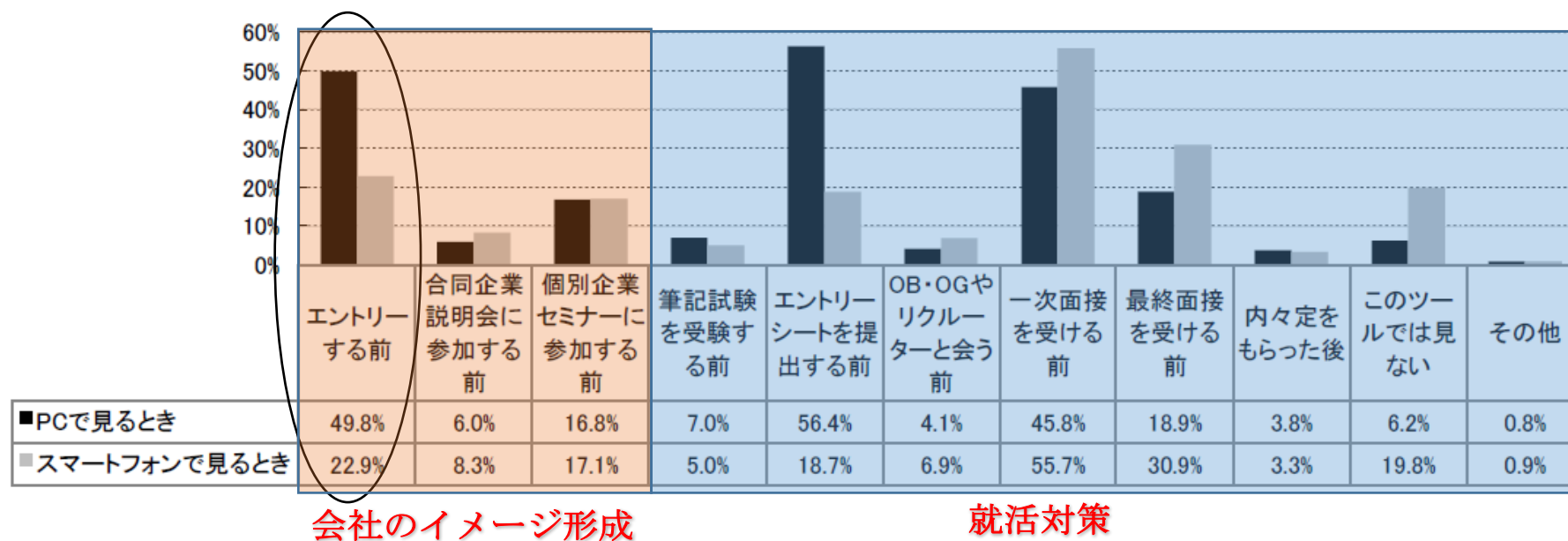
1. 採用サイトの位置付けと学生の心理



1. 採用サイトの位置付けと学生の心理

出典：2017年卒 マイナビ学生就職モニター調査

PC/スマートフォンで見るのはそれぞれどのようなときか【複数回答】



2. 採用サイトの目標

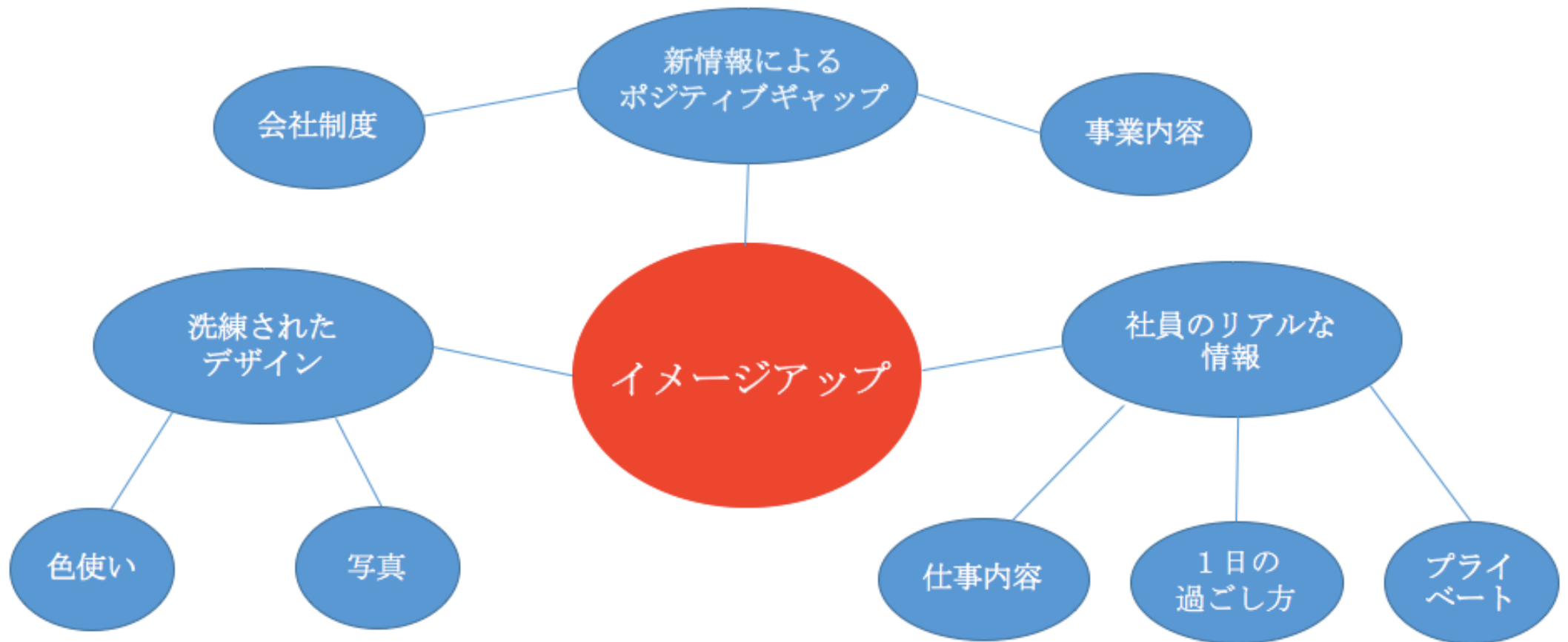
北村2011によると、ブランド
イメージのない企業はHPに
よってブランドイメージ向上
に繋がりやすい

神奈川トヨタのイメージアップとともに、学生の興味度を上げる



エントリーを迷っている学生に対して後押しをする

ホームページによるイメージアップ



採用情報 Recruit



Home > 採用情報

トップページ

採用情報

では... 神奈川トヨタのHPは？

キャリア育成について

最新の採用イベント

新卒採用

中途採用

インターン

個人情報の取扱について

実際にインタビューしてきました！

採用情報お問い合わせ窓口

☎0120-213-210

受付時間 9:00~17:20 (日・祝祭日除く)

ktrecruit@mail.kanagawatoyota.jp



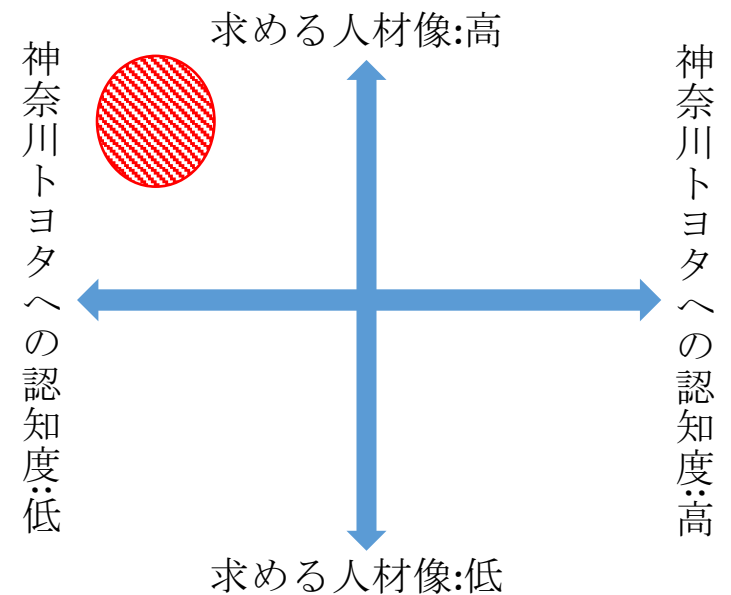
☒ 神奈川トヨタのご案内

☒ 自動車整備学校のご案内



インタビュー対象

- 対象：2017年入社予定の**大学4年生**（求める人物像に基づく）
- 年齢：22歳～23歳
- 人数：11人
- 期間：1月16日～1月18日



インタビュー結果

ポジティブな意見

- ・コンテンツの配置が見やすい
- ・リンクが少なくて使いやすい
- ・ポップなデザインで親しみやすい

ネガティブな意見

- ・一番のメッセージが伝わらない
- ・文字が多く、写真が少ない
- ・働いている人のリアルが分からない
- ・情報が雑多

3. 課題の解決策（インタビューや文献などから）

- ① シンプルかつ伝わりやすいメッセージを打ち出す
＜＜メッセージ性＞＞
- ② 写真の配置や色使いを工夫する
＜＜洗練されたデザイン＞＞
- ③ イノベーターとしての神奈川トヨタの企業カラーを打ち出す
＜＜新情報によるポジティブギャップ＞＞
- ④ 社員の方の「働き方」や「思い」を伝えるコンテンツを作る
＜＜社員のリアル＞＞

新採用サイトの提案

解決策その1

シンプルかつ伝わりやすいメッセージを打ち出す

解決策その1



解決策その2
写真の配置や色使いを工夫する

解決策その2

menu

KTGROUP

「くるま生活の未来を創る」

▽scroll

project



About

データで見る 神奈川トヨタ	社員紹介	募集要項	メッセージ
キャリア形成	求める人材	イベント情報	インターン シップ



豊田 浜
2006年入社
相模原店
営業部 外商担当

大事なものは
「数字」ではなく「信頼」

お客様本位で考え、行動することで信頼関係を築くー

私は店舗スタッフとして、ご来店されたお客様の
ご案内・対応するのが主な仕事です。
カーディーラーの営業というと「新車を何台売るか」を重視している
ように思われがちですが、今は車の保有年数も長期化しておりますし、
当社では、お車の維持に対する提案にも力を入れております。
決して「お客様の来店を待つだけ」という受け身の営業ではありません。

より快適な“くるま生活”を提案すべく、一人ひとりのお客様にぴったりの
アドバイスやキャンペーンのご案内をするのが私の役割です。

お客様のことを思って動くから仕事が楽しいー

入社当初は車という高額商品を売ることができるのか、
ちゃんと数字をあげられるのかとかなり不安でした。
それでも入社後3年ほどはかなり頑張って営業活動を行い、それなりの
実績はあげてはいたのですが、仕事は心から楽しかったと思えなかった。
そこで、数字を追うことをやめました。

その代わり、ひたすらお客様のためになることをやり続けました。
お客様のお話を伺っていて、まだ今のお車でも、くるま生活を
お楽しみいただけそうだなと思えば、正直に
「今はまだ買い替えるタイミングではないですね」とお話ししましたし、
お客様のご要望に合った車が当社になければ
他社で扱っている車を紹介することもありました。

お客様が「ありがとう！」と喜んでくれることがただただ嬉しくて、
仕事をしていて楽しくなりました。
自分本位でなくお客様本位であること。そう意識することで結果も
ついてきて、あれだけガムシヤラに数字だけを追いかけていた時には
絶対に届かなかった成果をあげることができています(笑)。

解決策その3
新情報によるポジティブギャップ

解決策その3

Point!



project



未来型店舗



特別仕様車

Point!



About

データで見る 神奈川トヨタ	社員紹介	募集要項	メッセージ
キャリア形成	求める人材	イベント情報	インターン シップ

1位

実は、神奈川の
ディーラーの中で
販売台数 NO.1 です。

今では当たり前の
JAF サービス。
最初に始めたのは
神奈川トヨタでした。

JAF

キーワードで見る神奈川トヨタ

営業部の
男女比率は 7:3。
女性も働きやすい
環境なんです。

7:3

車を買うのって
人生の節目が多い。
私達はただ車を
売るだけではない。
お客様の
人生に寄り添う
販売員でありたい。

人生

解決策その4

社員の方の「働き方」や「思い」を伝えるコンテンツを作る

解決策その4

社員紹介



「お客様本位」で
ものを考える

営業
2013年入社



大事なのは「数字」
ではなく「信頼」

営業
2006年入社



「全てはお客様のために」
キャンペーンの指揮を行う

営業推進企画
1997年入社



豊田 浜
2006年入社
相模原店
営業部 外商担当

大事なのは
「数字」ではなく「信頼」

お客様本位で考え、行動することで信頼関係を築くー

私は店舗スタッフとして、来店されたお客様のご案内・対応するのが主な仕事です。カーディーラーの営業というと「新車を何台売るか」を重視しているように思われがちですが、今は車の保有年数も長期化しておりますし、当社では、お客様の維持に対する提案にも力を入れております。決して「お客様の来店を待つだけ」という受け身の営業ではありません。

より快適な“くるま生活”を提案すべく、一人ひとりのお客様にぴったりのアドバイスやキャンペーンのご案内をするのが私の役割です。

お客様のためを思って動くから仕事楽しいー

入社当初は車という高額商品売ることができるのか、ちゃんと数字を上げられるのかとかなり不安でした。それでも入社後3年ほどはかなり頑張って営業活動を行い、それなりの実績はあげてはいたのですが、仕事が心から楽しいと思えなかった。そこで、数字を追うことをやめました。

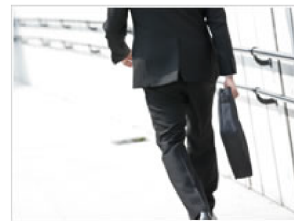
その代わりに、ひたすらお客様のためになることをやり続けました。お客様のお話を伺っていて、まだ今のお車でも、くるま生活を楽しまいだけそうだと思えば、正直に「今はまだ買い替えのタイミングではないですね」とお話ししましたし、お客様のご要望に合った車が当社になければ他社で扱っている車を紹介することもありました。

お客様が「ありがとう！」と喜んでくれることがただただ嬉しくて、仕事をしていて楽しくなりましたね。自分本位でなくお客様本位であること。そう意識することで結果もついてきて、あれだけガムシャラに数字だけを追いかけていた時には絶対に届かなかった成果をあげることができています(笑)。

解決策その4

1日のスケジュール

09:00 出社・朝礼
11:00 外商（外回り）
12:00 ランチ
13:00 外商（外回り）
16:00 メールチェック・事務作業
17:20 退社



プライベート

子どもたちとお出かけ

5歳の娘と、3歳の息子は、
とにかくじっとしているのが苦手。
休みの日に目が覚めると、私を叩き起こしては
「今日はどこへいくの？」を連呼。
特に、初めて行く場所ではテンションMAXに。
はじめて牧場に行った時も興奮していました。
これら、子どもにもらうパワーが仕事への活力です。



参考文献

- ・ 採用ブランディング
- ・ 学生就職モニター調査
<https://saponet.mynavi.jp/release/student/#category-monitor>
- ・ 北村2011
https://www.jstage.jst.go.jp/article/jssd/58/0/58_0_163/_pdf
- ・ 櫻井2017