

オフィスの 書き方

工数削減×承認UP

OfferBoxの魅力って？

社外制作がつかれない

「社員だから書けるオファー」、さらに
一斉送信では書けない

「個別だから書けるオファー」を送れること。

個人に会社から直接アプローチできるなんて、
すごいサービスですよ。ほんと。うらやましいです。
こんなステキシステム、存分に使わない手はありません。

良いオファーが与える影響

承認率UP

採用成功

売上UP

企業
イメージUP

OfferBoxの
イメージUP

他にもたくさん
あるはず

オファーの質が企業の承認率（=採用=売上）にも、
学生からのOfferBox（ないしi-plug）のイメージにも影響します。
RPが介在してしっかりと一緒に内容を練っていくべきかと思えます。

オフィターのポイント

- ① 文章の質 見やすく／誤字脱字／簡潔に
- ② 温度を感じる文章
- ③ 個別文章

① 文章の質 ～見やすく～

✓ 漢字を多用しない

「様々な内容を記載頂き有難うございます」のような、漢字の渋滞は避けましょう

✓ 表記を統一

「頂きます」「いただきます」、「OfferBox」「オファーボックス」、
「1 2 3 4」「1234」など、細かい表記にも気を付けましょう

✓ 程よく余白を入れる

文章が延々続いていたら読む気も失せます。

内容ごとに段落やタイトルをつけてブロック化するなど、余白を意識しましょう

✓ 箇条書きを活用

要所に活用することでオファーにメリハリがつき、内容が伝わりやすくなります

① 文章の質 ～誤字脱字～

誤字脱字は、たった一文字で

「ちゃんとしていない会社」という印象を与えてしまいます。

「～たり～たり」など、ミスしがちな日本語の文法や、社名・建物名・商品名などの正式名称の表記にも注意しましょう。（Ex. 正「OfferBox」 誤「offerbox」）

✓ **カンタン誤字脱字チェック法1・逆読み**

言い回しの違和感などにも気づきやすいです

✓ **カンタン誤字脱字チェック法2・Wordで作成**

誤字や文法ミスに波線が入ります

※漢字の間違いなど誤字認定されない場合があるので、過信は禁物です

① 文章の質 ～簡潔に～

✓ 一文は長くても3行以内

余計な言葉は削除、句読点で分けるべき内容は分けましょう

×「あなたのプロフィールを拝見したところ、●●のご経験をお持ちという記載がありましたので、●●のスキルをお持ちかと思いましたので、当社の●●にスキルが活かしていただきたいと思い、オファーをお送りしました。」

○「プロフィールに記載されていた●●の経験から、●●のスキルがあるとお見受けしました。ぜひ、そのスキルを当社の●●に活かしていただきたいと思い、オファーをお送りしました。」

✓ 数字を記載

具体的な数字を記載すると信ぴょう性が増します。また、文章にメリハリがつきます

「多数の社員が」 → 「12名の社員が」「10名以上の社員が」

「以前から」 → 「1998年から」「2000年より前から」

✓ 箇条書きを活用

個別文章のトップやまとめに記載するといいかもかもしれません（③個別文章参照）

② 温度を感じる文章

オファー送信元企業のことを知らない学生にも「●●な会社だなあ」というような印象を与えられるよう、自社の“魅力ポイント”（特長）を5つ程度入れましょう。“魅力ポイント”を探すためには、社員へ以下の内容のインタビューを行うと良いです。

文章から、社内や仕事の風景が映像でイメージできるような内容を心がけましょう。

✓ 社員が感じる魅力

働いているのだから、必ず魅力があるはずです。社内のメンバーに聞いてみましょう。
(年次の若い社員さんには、どんなオファーが魅力的か聞いてもいいと思います！)

✓ なぜ辞めない？

魅力が思いつかない場合は「辞めない理由」を聞いてもいいかもしれません。
いつも何気なく仕事をしている中に、魅力が隠れているはずですよ。

② 温度を感じる文章

社員の「生の声」以外にも、“魅力ポイント”を探す方法があります。

✓ 過去入社者の入社決定理由を精査

企業の魅力を見つけるための、一番確実に手っ取り早い方法です。

しかし、忖度があると意味がないので、聞き方は工夫しなければいけません。

✓ 他社比較

同じ業界や規模感の企業と比べてみましょう。「これ、他の会社と違うな」「これ、他の会社よりもすごいかも」という小さな気づきが、魅力発見につながります。

✓ ロジックツリーをつくる

「●●（会社名）といえば」から、イメージを膨らませていきましょう。

イメージに対して、それは何故なのかも書いていくことで、新たな発見があるかもしれません。

③ 個別文章

✓ トップに心を掴むワードを

「自分宛てに送ってくれたオファーだ」と印象を持っていただくためにも、個別文章はメール上部に記載するのが好ましいです。

✓ 箇条書きの活用

一人ひとりに文章をつくる時間・自信がない場合は、「オファーをお送りした理由」と箇条書きで書いてみましょう！

《オファーをお送りした理由》

あなたのこんなところに魅力を感じたため、オファーをお送りしました。

- 何が足りないのか考え、改善できる力
- 闇雲にではなく、目標を掲げて行動できる力
- いつまでも成長を感じていたいという向上心
- 従来の方法に縛られず、一から解決方法を考えられる力

オフアー送信前チェック

- 漢字を多用しすぎていないか
- 表記は統一化されているか
- 3行以上の文がないか
- 誤字脱字はないか（文法・正式名称も）
- 程よく空白があるか
- 魅力ポイントが5つ程度入っているか
- 生の声が記載されているか（魅力と同内容でもOK）
- 個別文章が入っているか