**職務経歴書**

●年●月●日 現在

氏名　いい求人　太郎

**［職務概要］**

大学卒業後、株式会社●●に入社。マイルを使った販売促進プログラムを展開する特約店営業部・業務グループにて、約50,000店の

提携店舗の管理とマイル積算業務を約2年半担当。その後、同部署の営業グループに異動し、プッシュ型の新規開拓営業から既存店の深耕営業まで担当。その他、施策の検討・実施や、会員データを用いたダイレクトメールや広告の提案営業などを経験。

**［職務経歴］**

■2014年4月～現在　株式会社●●

◇事業内容：クレジットカード事業他　資本金：○億○千万円　　取扱高：○○億円　従業員数：○○名　設立：○○年○○月

|  |  |
| --- | --- |
| 期間 | 職務内容 |
| 2014年4月～2016年11月 | 営業・マーケティング本部 特約店営業部 業務グループ　※特約店営業部20名/業務グループ4名【主な業務内容】・特約店（JALのマイルがたまる提携店舗）の管理と顧客対応（電話・メールでの問い合わせ対応）・マイル積算業務、マイル積算におけるスキーム構築の為のシステム部との折衝・データベースを用いたカード利用データの抽出、分析業務・請求書作成や伝票処理等の精算業務・業務委託先の調整【工夫したポイント】・業務効率化　売上データの集計等、工程が多くExcelの処理に時間がかかっていた業務においては、従来の手法を改めAccessを使ったデータ集計に切り替えることにより、処理時間の短縮に繋げられました。・マイル積算漏れの検知様々な原因により、本来積算されるべきマイルが反映されておらず、カード会員からご意見・クレームをいただくケースが多々ありました。このことから、リスクを最小限にとどめるべく、申告があってから対応するのではなく早い段階で事象を検知できるスキームを検討・構築しました。その結果、少しの遅延でマイルを積算することができ、会員からのクレームやトラブルの削減に繋げることができました。 |
| 2016年12月～2019年11月 | 営業・マーケティング本部 特約店営業部 営業グループに異動　※特約店営業部21名/営業グループ14名/営業チーム7名マイルを使った販売促進プログラムの提携店（特約店）の新規開拓および既存営業とそれに付随するダイレクトメールや自社媒体などの販促媒体の営業。【営業スタイル】新規開拓と既存先のリテンション強化・新規（約30％）：新規顧客へのプッシュ型営業・既存（約70％）：既存担当先約100社のリテンション強化と販売促進支援【担当地域と顧客】首都圏と九州エリアを中心に、大手家電量販店をはじめ、アパレルメーカーや宿泊施設など、約100社を担当。【営業実績】◆新規契約件数・2017年度：4件（目標対比100％、チーム7名中4位）・2018年度：8件（目標対比133％、チーム8名中3位）　・2019年度：13件（目標対比144％、チーム7名中1位）、取扱高：310百万円（目標対比106％）　※2019年度については2019年4月～11月の実績。取扱高目標は2019年度より計測。◆既存先手数料収入・媒体収入・2017年度：3,834百万円（達成率108%）、14,516千円（達成率111%）　・2018年度：4,432百万円（達成率99.5%）、15,627千円（達成率173%）　※2019年度については2019年4月～11月の在籍のため、年度実績なし。【工夫したポイント】小売、サービス、宿泊など多岐にわたる顧客を担当する中で、決まりきった提案でなく、それぞれの企業にあった提案を心掛けてまいりました。新規開拓においては、プッシュ型でのアプローチがメインの営業スタイルのため、アポイントの取得から初回訪問までには、顧客の現状や抱える課題を把握すべく、実際に店舗に足を運んだり商品を利用してみるなど、情報収集・事前準備を漏れなく行いました。その結果、先方もこちらの話に耳を傾けていただけることが増え、初回提案のみで見送りとなる数が減ったのと同時に、契約数も着実に伸びていき、2019年度においてはグループ内1位（7名中）の新規契約を獲得できました。 |
| 2019年12月～ | お客さま本部 お客さまサービスセンターに異動　※お客さまサービスセンター　約130名 ・スーパーバイザー（SV）業務に就くための研修中 |

**［資格］**

・普通自動車運転免許（2011年3月）

・秘書技能検定2級（2011年11月）

・栄養士免許（2014年3月）

・個人情報取扱主任者（2015年1月）

・クレディッター（2016年3月）

**［PCスキル］**

・Microsoft office スペシャリストExcel（2017年3月）

・Microsoft office スペシャリストPowerPoint（2017年3月）

**［自己PR］**

**【１】顧客視点を貫いた1to1の提案**

新規・既存を問わず、常に顧客視点に立ち物事を考えることをモットーとしております。全担当者が行っている定期的な状況確認に加え、売上や会員属性データの還元・分析も定期的に行うなど、各社が抱える課題やニーズに寄り添えるよう＋αの営業を心掛けてまいりました。この行動により、顧客との信頼関係を構築することができ、通常の契約に加え、自社媒体への広告掲載の依頼やダイレクトメールの受注をいただけることも多く、新たな収入源にも繋げられました。

**【２】スケジュール管理と臨機応変さ**

約100社の企業を担当し、同時進行の案件も多くあったため、月単位から1日単位まで計画と目標を立て、進捗管理を徹底しました。この取り組みにより、突然の解約示唆やトラブルが発生しても、最優先の案件として時間を費やすことができ、解約慰留にも成功しました。

**【３】交渉と調整力**

　社内には、BtoBの営業に加え、BtoC営業、お客さま対応部門など様々な部門があり、双方の意見が食い違うことや対立することが多々あります。その様な時には、メンバーの話を傾聴したうえで折衷案を提示し、全員が納得できるゴールとなる様心掛けました。その結果、自身が担当する企業にも納得いただけ、案件のリリースに間に合わせることができました。