**職務経歴書**

●年●月●日 現在

氏名　いい求人　太郎

**［職務概要］**

セールスプロモーションを中心とした広告代理店にて約9年間従事しています。無形商材（プロモーション）の提案営業として、既存クライアントの深耕・新規クライアントの開発や業務拡大を実施してきました。具体的には大手総合スーパー・メーカー・ショッピングセンターをはじめとするクライアントのビジネスをプロモーション領域で支援するため、企画の提案・実施、クライアントや取引先との折衝から予算管理、制作管理などプロモーション全体の進行管理を行ってきました。2009年から常時チームを持ち、2～4名程度の管理育成しながら個人・組織目標を達成のため邁進してきました。また、チームの幅広い知見で、2014年から副社長直下の「新規クライアント攻略チーム」として新規案件の開発・拡大にも取り組んでいます。

**［職務経歴］**

■2007年4月～現在　株式会社●●●（正社員）※在籍期間：●年●ヶ月

◇事業内容：SP広告を中心とした総合広告業務

◇資本金：○○億円　売上高：○○億円　従業員数：○○名　設立：○○年○○月　株式公開：未上場

|  |  |
| --- | --- |
| 期間 | 職務内容 |
| 2007年4月  ～  2010年3月 | 第二営業局 配属  【営業スタイル】既存営業　100％  【担当地域】東京都  【取引顧客】株式会社イトーヨーカ堂 販売促進部  【取引商品】《印刷物》販促物・カタログ 《その他》ノベルティ・販促什器・販促備品  【執務内容】  イトーヨーカドーでの売場プロモーションの提案と実施 （食品部門をチームまたは個人で担当）  主に「毎週２回のセール」「年間季節催事」「重点MD」に沿って、お客様に興味を持っていただくように、また、価値が伝わるように小さいPOPからカタログ・大型ディスプレイまで、ツールの種類にこだわらず、陳列方法まで含めて提案・実施を繰り返しました。また昨年比での受注数が落ちないよう、クライアント担当者との関係性向上・維持に重きを置いた上で、緊急案件への対応や、計画的に早期提案を実施し、食品部門における売り場ツールの80％受注（5億円前後）に貢献しました。  2009年3月にチーフマネージャーに昇格してからは、従来の業務に加え、チーム全体で受けている全案件の進行管理、人員配置管理・提案のスケジュール管理、クライアントとの取引価格の折衝などに従事しました。  また、ディスカウント業態「ザ・プライス」新店装飾全般を指名受注し、新店リーダーとして売場装飾計画・POP運用・予算管理・入店施工までの全て進行管理を行い、1年間に10店舗開店させた約7000万の売上と共に、将来的に「ザ・プライス」に関わる装飾物やツールの継続受注を獲得しました。  **◆工夫した点**  早急の対応と提案に繋げるため、毎日クライアントとの定例打ち合わせを打診。これが受け入れられお互いの業務効率アップにも繋がりました。また全てのPOPや装飾物において取り付けレギュレーションをクライアントと共に作成・共有し、当社が管理していくことで、競合との争いが減り安定して受注継続できるようになりました。 |
| 2011年4月  ～  2013年3月 | 第一営業局 配属  【営業スタイル】既存営業　100％  【担当地域】東京都  【取引顧客】株式会社イトーヨーカ堂 販売促進部  【取引商品】《印刷物》折り込みチラシ、販促物　《WEB》広告販売、WEBキャンペーン  《その他》クローズドキャンペーン、雑誌広告販売（いぬのきもち、ねこのきもち）  【執務内容】  イトーヨーカドーへの来店促進や販売促進を目的とした新聞折り込みチラシの作成。個人としては初年度、2週に1回ペースで全国折り込みのチラシの作成を行いました。具体的には、まずクライアントと打ち合わせをし、全体テーマやデザインを提案し方向性を確認。原稿を集め紙面を構成。複数回修正や更新を繰り返し、校正・印刷を行い折り込み会社への納品を実施。これらを実施するため、社内の制作ディレクター・外部制作プロダクション・撮影会社・校正会社・印刷会社・折り込み会社と連携しスムーズに案件を進行しました。  **◆工夫した点**  先方主導の発行部数決定によって、昨比で各チラシの売り上げに多少変動がありました。結果、2011年度としてはチームの売り上げ目標が20％程未達となることが第三四半期を終了してほぼ確定しました。すぐに先方販売促進部以外からの売り上げを作るため、値引きでなく価値訴求型のメーカー協賛チラシを、メーカー様が商談に訪れる先方の商品部に提案・承認・受注。また様々なメーカー様とのやりとりで関係を構築できたことで、ヨーカドー様での様々なメーカー商品の店頭販促や合同キャンペーンを提案受注。合わせてネットスーパーサイトの広告販売を積極的に実施したころ、売り上げ不足分を補完し、売り上げ目標対し130％の実績を出せました。 |
| 2013年4月  ～  現在 | 第三営業本部 流通営業部　配属  【営業スタイル】既存営業　100％  【担当地域】全国  【取引顧客】サンヨー食品株式会社　マーケティング部  【取引商品】  《印刷物》店頭販促物、販売ディスプレイ什器  《その他》店頭イベント、消費者キャンペーン  【担当経緯】  前部署時代に知り合った先方営業マンに関係部署をご紹介いただき、会社プレゼンを実施。  【執務内容】  全国区での「サッポロ一番」シリーズを中心とした袋麺・カップ麺のプロモーションを実施  **◆営業実績**  営業活動により売り場販促物やクローズドキャンペーンの企画・ツールを新規受注。コンペ参加で全国20企業基幹店店頭での「サッポロ一番ファン感謝祭」の企画・実施、運営を受注。上記での実績により、上記並びに他の販促物についても、次年度も指名で依頼を頂くことができました。当社年間アカウントも初年度で1500万円、その後も少しずつですが売り上げを拡大しながら現在に至ります。 |

**［資格］**

・普通自動車第1種免許（●年●月取得）

・プロモーショナルマーケター認証資格（201２年1月取得）

**［PCスキル］**

・ワード、エクセル、パワーポイント　※初級レベルですが一通り使用経験あり

**[自己ＰＲ]**

私はまず、クライアントの言葉の行間に存在する意図や、抱える課題・要望を、クライアントの視点に立ったヒアリングで吸い上げることを重視します。そして課題や要望を特定した後は、解決に結びつけるため、経験と調査・勉強を軸としたあらゆるプロモーション手法の中から、最適なプランを提案し、解決に結びつけることで信頼関係を構築してきました。心がけていたのは、イチ業者として、言われるがままやるのではなく、消費者の視点を常に持ちながら、クライアントのための提案を行うという営業スタイルでした。このスタイルだからこそ、クライアントからの信頼を得られ、何でも相談していただけたと考えております。

私はあらゆるプロモーション手法を組み合わせて課題を解決できるコンサルタントを自負しておりますが、現在のクライアントには、私のことまたチームメンバーのことを御用聞きであり、よき相談相手などといっていただけます。

もちろんこれらのことは、個人の力だけではなく、仲間・社内外のスタッフや、様々な関係会社と良好かつ強固な関係値を構築し、業務を進め、またそれらの中から知見を吸収できたことによるところが大きいと考えます。

今後もこの姿勢を基本とし、どんな仕事でも自身のスキルアップを図り、会社の売り上げに貢献できるよう熱心に働きます。

以上