**職務経歴書**

●年●月●日 現在

氏名　いい求人　太郎

**［職務概要］**

住宅メーカーの営業として、展示場を拠点とした営業活動に従事してきました。反響営業だけでなく、不動産会社や銀行などに自ら出向く訪問型の営業活動も行い、戸建て注文住宅以外の、賃貸住宅や店舗併用型住宅も提案、受注した経験を有しております。

**［職務経歴］**

■2012年4月～現在　●●株式会社（正社員）※在籍期間：●年●ヶ月

◇事業内容：建設工事の設計・施工監理・施工請負、その他関連業務

◇資本金：○○億円　売上高：○○億円　従業員数：○○名　設立：○○年○○月　株式公開：東証マザーズ

|  |  |
| --- | --- |
| 期間 | 職務内容 |
| 2012年4月  　～  2013年3月 | 湘南支店　湘南営業所　藤沢第1モデルハウス  一般家庭を対象とした戸建て注文住宅の提案と、販売活動を行う。  【営業スタイル】展示場来場者への接客活動を中心とした反響営業  【担当地域】神奈川県  【取引顧客】2年以内に着工予定の顧客（個人）20件を常時管理  【接客件数】月平均：20件  【契約件数】2012年度下半期（2012年10月～2013年3月）：1件（2700万円）  ※新人営業として下半期1棟の受注目標を達成。  **◆営業実績**  ・接客件数が増え、アポイント数が増えた。  ・顧客からのリアクションがアポイントを重ねるごとに良くなっていくのを実感。  ・優秀営業から直々に接客のポイントを学び取ることができ、初回接客の内容が濃くなった。  ※2012年度下半期　営業チーム5人で　湘南支店　売上１位  **◆工夫した点**  ・取引顧客の数にこだわり、上司や先輩社員のいない平日にもモデルハウスに行き、接客チャンスを増やす努力をしたこと。  ・顧客が気にしていることや、知りたいことを粘り強く聞きだし、それに答える分かりやすい資料を独自で作成し、顧客対応のレベルアップを図ったこと。  ・先輩社員の接客に同席させてもらい、言い回しや提案の内容を真似し、自分のものにできるように繰り返しロールプレイを行ったこと。 |
| 2013年4月  　　～  2013年9月 | 湘南支店　藤沢営業所　藤沢第2モデルハウス　（支店内　異動）  【営業スタイル】展示場来場者への接客活動を中心とした反響営業、  不動産会社や関連会社との協力で集客イベント開催  【担当地域】神奈川県  【取引顧客】2～3年以内に着工予定の顧客（個人）30件を常時管理  【接客件数】月平均:30件  【契約件数】2013年度上半期（2013年4月～2013年9月）：2棟（7800万円）  **◆営業実績**  ・担当営業が若いのが嫌だという顧客とも商談が進むようになった。  ・不動産会社との連携を顧客に評価され、1件成約に至った。また、土地探し顧客への中長期フォローのなかで、レスポンスの速さや、対応力を評価されて人間関係を築いていくという一連のスキームが、この時期から得意分野になった。  ・顧客に、会社や商品だけでなく営業担当も評価頂くことで、成約件数が増えた  ※湘南支店内　ロールプレイ大会　優勝（営業参加人数　２５人程度）  **◆工夫した点**  ・商談の早いタイミングで上司に同行を依頼し、顧客に安心感を持ってもらえるようにスケジュール調整したこと。  ・土地購入顧客に向けて不動産会社と協力したイベントや、キャンペーンを企画し、モデルハウスへの集客と管理顧客への販売促進を行った。  ・接客のなかで、自社製品の説明をするだけでなく、自己開示し営業担当としての自分を顧客に知ってもらえるようにプロフィールシートを作成し、初回接客時に配った。 |
| 2013年10月  　～  現在 | 湘南支店　藤沢営業所　茅ヶ崎モデルハウス　（担当モデルハウス変更）  展示場での反響営業に加え、不動産会社や銀行、オーナー宅への訪問営業を行い、紹介取り次ぎ案件の発掘を行う。  【営業スタイル】展示場来場者への接客活動を中心とした反響営業、不動産会社や関連会社との  協力で集客イベント開催。建物引き渡し済みのオーナー宅への訪問。  【担当地域】神奈川県  【取引顧客】2～3年以内に着工予定の顧客（個人）70件  【接客件数】月平均：30 件  【契約件数】2013年度下半期（2013年10月～2014年3月）：2棟（5000万円）  　　　　　　2014年度：5棟（1億9400万円）  　　　　　　2015年度：5棟（1億6100万円）  **◆営業実績**  ・不動産会社からの取り次ぎ案件が出るようになり、オーナーや関連会社からの紹介で4棟の成約に  至った。またそのうち2件が賃貸住宅、1棟が高額物件で、それまでの注文戸建て住宅だけでは経験  できない、提案内容や、商談の進め方の違いを経験することができた。  ・積極的にイベントを活用することで商談中の顧客のランクアップが進み、成約率が上がった。  （成約した12棟中5棟はイベント利用）  ・週毎の小さな目標設定は、日常の営業活動をより具体的にし、いつまでに何をどうすれば良いの  か、という基本的な行動を改めて正すきっかけになった。商談の事前ミーティングや、シナリオを  想定する際にもこの基本が骨格となり、上司への相談内容がわかりやすくなり、時間も短くなった。  **◆工夫した点**  ・不動産会社、銀行、オーナー宅などのモデルハウス以外の情報源への訪問に力をいれた。  ・毎月集客用のイベントを開催し、接客チャンスの獲得と管理顧客の掘り起こしを行った。  ・年間の成約件数目標から、成約率を考えて逆算し、日常のスケジュールに具体的におとしこみ、  週毎の接客、アポイント、商談の数を集計して、数字にこだわりをもつように努めた。  例：目標　年間6棟受注（商談からの成約率30％）＝商談数18棟（商談へのランクアップ10％）  　　＝アポイント件数180件 ＝ 毎月のアポイント15件 ＝ 一週間に3から4件のアポイント |

**［資格］**

・普通自動車第1種免許（●年●月取得）

**［PCスキル］**

・ワード、エクセル、パワーポイント

**[自己ＰＲ]**

**【１】シナリオ営業・商談のための準備**

顧客のニーズを聞き出し、それを基に仮説を立てて提案することを常に意識しております。また、一回の商談に対しては、常にゴール（契約、売上）を意識し、そこから逆算していつまでに何が必要なのか、またどこが足りていないかを分析し、いくつかの仮説をたてて準備をします。その他、スケジュールや金額に対して常に気を配り、顧客が商談や打ち合わせを安心して楽しめるように段取りし、提案の内容プラスアルファで、商談内容の充実具合でも良い評価をされるように努めます。

**【２】ヒアリングとディスカッション**

良い提案をするために、顧客からニーズを聞き出す努力を致しました。顧客が気になっていることや解決したいと思っていることを聞き出すために、相手が話をしやすくなるような質問をいくつか用意することで、深くニーズを聞き出したり、また「なぜそのニーズなのか」理由を知るために質問する際も、質問攻めにならないように会話の間やテンポに気を配り、自然な会話の中で聞き出すことを常に目標にしております。

**【３】顧客との関係づくり**

顧客満足こそが全てだと考え、顧客を第一優先に考えました。そのために、顧客との接触回数を増やして、話を聞きやすい相手になり、顧客と同じ方向を向いて話ができるような関係構築に努めました。率直に意見を言える関係になってこそ、信頼関係が生まれてくると

考えております。

現在までの4年間、戸建て注文住宅の営業職に従事してまいりました。新規顧客への営業活動に加え、契約後の打ち合わせやその準備、金額とスケジュールの管理やその他事務作業など、営業関連の様々な業務を経験する中で、自分自身の成長も感じてまいりました。特に意識が日ごとに強くなっていったのは、「顧客満足について」です。

注文住宅は、個人にとって生涯で最も高額な商品であり、夢のつまった素敵なものである一方、失敗したくない、踏み切るのに勇気がいるものです。顧客に心から納得して、喜んで購入して頂くためには、まず顧客のことを真剣に考える必要があると私は考えます。自分が家を建てるときに、どんな家にしたいか、どんな担当についてもらいたいか、どんなことが不安なのか。相手の立場になって考えられるように、顧客との面談時間でたくさん会話をするようにしています。

また、建築や商品、不動産や金融の知識をもって、設計士や上司、工事監督などと段取りを組んで顧客との成約、着工、引き渡しを目指して日々行動する際も、常に顧客満足を意識しておくことが重要だと考えます。

こうした営業活動により、「私自身」をお客様に気にいって頂くことで、オーナー様からご家族を紹介頂いて成約に至ったり、他社と競合した時の決め手になったのだと思います。また、その背景として、常に顧客のことを第一に考えて行動してきたからだと自負しております。

今後に関しても顧客を第一に考え、そのために何が必要なのかを真剣に考え続けることができるという点を自身の強みと考え、新たな場所でも努力し続けていきたいと考えております。

以上