**職務経歴書**

●年●月●日 現在

氏名　いい求人　太郎

**■職務概要**

1社目(株式会社●●)では法人営業を中心に、納期管理・生産管理等の業務を幅広く担当。2社目(株式会社▲▲)では人材紹介サービスの企業担当営業として、採用手法の提案と採用成功までの伴走を中心とした業務に従事しています。

**■職務経歴**

■2016年5月～2019年9月末　株式会社▲▲

◇事業内容：HR事業

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

|  |  |
| --- | --- |
| 期間 | 職務内容 |
| 2016年5月  ～  2019年9月 | エージェント事業本部　関西営業部に配  顧客の状況や採用課題に応じた採用支援コンサルティングに従事。「年間採用5名以下の中小企業」を対象に、幅広い業界を担当。※前職の経歴から有形のメーカーを中心に担当。  【営業形態】既存顧客：90%　新規顧客：10%　※2年目1Qまでは既存顧客：10%　新規顧客：90%  【担当地域】大阪エリア  【担当顧客】100～150社を担当(活動顧客は常時40～50社程度)  【取扱商品】人材紹介・求人広告スカウトを中心とした採用支援サービス  **◆営業実績**  ・2018年1Q　実績:1853万/目標: 1800万 102.9%  ・2018年2Q　実績: 620万/目標: 1900万 32.6%  ・2018年3Q　実績:1965万/目標: 1600万 122.8%  ・2018年4Q　実績:1248万/目標: 1550万 80.5%  ・2019年1Q　実績:1638万/目標: 1401万116.9%  ・2018年7月 実績: 275万/目標: 223万 123.3%  **◆ポイント**  入社当初は有形商材から無形商材への転換や新規開拓中心といった業務形態の違いへの適応に時間が掛かり、  苦戦しました。コツコツと自身の持つ業界知識・事例を増やし、その知識量をもって既存顧客への深耕を行う  営業スタイルで成功体験を得る事で、最終的には成果を残せるようになりました。 |

◇2014年4月～2016年3月　株式会社●●

◇事業内容：住宅関連金物製造・販売業

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

|  |  |
| --- | --- |
| 期間 | 職務内容 |
| 2014年4月  ～  2016年3月 | ロック事業部 営業課に配属（4名）  既存顧客に対する室内用ドアノブやレバーハンドルといった商材のルート営業に従事。その他、納期管理に関わる生産工場との折衝・在庫管理などの補助業務も担当。  【営業形態】代理店営業・既存顧客  【担当地域】大阪・広島  【担当顧客】5社（商社、問屋）  【取扱商品】室内用ドアノブ・レバーハンドル、玄関用引戸錠・玄関扉/窓枠用補助錠  **◆ポイント**  部長間のトラブルにより営業・生産部門間で連携が長期的に取れず納期遅延が常態化する中、現場の生産担当と  独自に関係を構築し、納期をコントロール。退職の際は窓口担当のみならず、支店長から「君のお陰でこれまで  より円滑に納品が進められた。ありがとう」と感謝のお言葉を戴けました。 |

**■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

**■活かせる経験・スキル**

**【１】知的好奇心**

1社目では実際に商品に触れる事で構造を把握するのみならず、技術部へ頻繁に出入りして質問をする事で専門知識を蓄積。法人・個人問わず、顧客への対応に活かしてきました。2社目では、多種多様な業界の情報が集まる現職業界の特性を活かし、日頃から社内で発信される事例共有から求職者の傾向、他社でのトラブル事例までアンテナ高く情報を収集し、顧客要望に対し臨機応変に回答出来るよう備えていました。結果、「人材紹介を使うとき」では無く、それより手前の「採用を検討する」段階で相談いただく事が増え、採用手段が多く存在する現在の市場に於いても第一想起頂けるような関係を築いてきました。

**【２】情報整理力**

現職では社内文化として情報共有が盛んに行われている一方、情報を「残す・整理する」ことは殆どなく、部署の再編に伴って展開された資料を紛失する事も多い状況でした。その為、過去に展開された資料や情報を部署内の共有フォルダ内に集約・分類し、誰でも参照可能な環境を構築しました。 当初は利用する人も少なく、自身の情報整理以上の効果はありませんでしたが、再編によって部署メンバーの多くが新人で構成されて以降、基本的なサービス資料から顧客への提案資料、職種毎の特徴まで、「この場所を参照すれば必要な情報のベースが揃う」として積極的に利用され、また自他共にこれまでに蓄積された資料を活用する事で顧客への提案品質を向上させました。

**■具体的な取り組み事例**

・取り組みの背景

　現職の主要顧客は採用が不定期で採用自体に不慣れであったり、昔ながらの手法を続けている企業が多い状況でした。転職者が優位、かつ大手企業も積極的に中途採用に注力する中、自社の持つ採用手法を採用したい人材に合わせて正しく、かつ無駄な負担無く利用頂く事を重要と捉えました。

・取り組み内容

　中小企業という、大手企業と比較して採用ノウハウ、ブランド力双方で難易度の高い採用格差を埋めるために、自社系列のサービスを網羅したうえで適切な提案を実施。　当時はサービス開始から間もなく、殆どの企業が積極的に使用していなかったダイレクトリクルーティングのサービスを、他のメンバーに先駆けて顧客に対して提案。単純にシステムを利用頂くのでは無く、現在の市況感と照らし合わせてこのサービスを他の企業に先駆けて使う事が大手企業のブランド力で埋もれがちになる中小企業のアピールになる事を説明する事で納得感を引き出し、システム導入に繋げました。

・成果

ダイレクトリクルーティングに関しては、難易度が高いと言われる機械設計や電気設計といった技術職での採用成功を機に、継続的に利用いただく事に成功。これを機に、時には採用におけるネックポイントを指摘し、時には担当外のサービスも案内・情報提供を行うことで、単なる「業者」ではなく「採用パートナー」として採用職種を問わず、採用を行う際にはまずご相談を頂けるような関係の構築に成功。現職の期間満了に伴う引継ぎ時は「○○さんがうちの担当で本当に良かったです」という言葉を複数の企業様から頂きました。

**■自己PR**

これまでの営業経験から、情報収集とそれを活用する能力を自身の強みと置き、以下の3つの要素を培ってきました。

**①自社商材に対する理解の深さ**

先の事例にも挙げた通り、自社の持つ多彩なサービスの特性と向き・不向きを網羅してきました。

**②現況に対するアンテナの高さ**

現職では「人材」という業界特性上、業種×職種で400以上の案件に向き合っており、顧客の業界外の市況やノウハウが影響する事から、採用手法からサービスの登録者状況、実際の採用事例からトラブルまで、頻繁に行われる情報共有の機会を逃さずキャッチして蓄積・アップデートする事で「事実」を把握し、顧客へ提案する際に納得感を得て頂く為の重要な基盤として活用しています。

**③顧客の状況把握力**

様々な業種・職種に対する知識基盤がある事で顧客の現状をしっかりと認識し、自社の持つ手段から最も合う提案を納得感のある「事実」と合わせて提案する事に力を入れました。

これらの強みは人材業界に限らず、どのような業界でも活かす事の出来るものと考えています。このスキルを活かしながら新たな環境下でも早期にキャッチアップし、貴社の事業に貢献していきたい所存です。

以上