**職務経歴書**

●年●月●日 現在

氏名　いい求人　太郎

**［職務経歴］**

■2015年12月～現在　●●株式会社（正社員）※在籍期間：●年●か月

◇事業内容：注文住宅の企画・設計・施工に伴う、建築事業

◇資本金：○○億円　売上高：○○億円　従業員数：○○名　設立：○○年○○月　株式公開：東証一部

|  |  |
| --- | --- |
| 期間 | 職務内容 |
| 2015年12月  ～  現在 | 注文住宅事業本部配属  【主な取扱商材】注文住宅の企画・設計、およびインテリア・エクステリア  【営業スタイル】住宅展示場の来場顧客への新規営業が1割、自身で開拓した不動産業者からの紹介顧客への新規営業が9割  【担当エリア】全国  【取引顧客】個人  【担当業務】・注文住宅を検討している顧客への提案営業  顧客ニーズをもとに社内設計と作図をし、キッチン等の住宅設備や、壁や床等の  インテリアの提案から、各種見積り作成までを一貫して対応しています。  **◆取組と成果**  ・2016年4月～2017年3月　2棟受注  目標利益：2400万円　　　 達成利益：1200万円  目標売上：1億2000万円　 達成売上：6000万円　達成率50％  ・2017年4月～2018年3月　6棟受注  目標利益：2400万円 達成利益：3000万円  目標売上：1億2000万円 達成売上：1億5000万円　達成率125％  ・2018年4月～2019年3月　9棟受注  目標利益：2400万円　　　 達成利益：1億2000万円  目標売上：4500万円　 達成売上：2億2500万円　達成率500％ |

■2014年10月～2017年3月　株式会社▲▲（正社員）※在籍期間：●年●か月

◇事業内容：生命保険業およびそれに付随する業務

◇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 |
| 2014年10月  ～  2017年3月 | 京阪支社配属  【主な取扱商材】個人・法人向けの生命保険と、医療保険  【営業スタイル】自身の人脈から、紹介を通じて新規開拓を行うスタイル。マーケットを際限なく広げられる点が魅力。  【担当エリア】全国  【取引顧客】個人・法人  【担当業務】・個人・法人向けの生命保険・医療保険の提案  これまでの人生において、自身と繋がりのある人に対して、保険の意味や使い方のほか、金融商品として魅力を広めていきました。初回面談〜契約までは2週間以内で進むケースが多く、契約時には紹介をいただき、さらにマーケットを広げていくよう努めました。  ◆**取組と成果**  在籍期間3ヶ月の間で・個人顧客:31件/法人顧客:3社の契約獲得・個人顧客の月間保険料:平均41000円。法人顧客の月間保険料:平均6000円-300000円 なんとなく保険を選択しているケースや、掛け捨てにしても保険金額の足りない内容に加入している方が多いのが実情の中、背負っている責任に応じてパーソナルな提案をすることで、今までに聞いたことがなかった保険の良さを知ることができたとお喜びいただくことが出来ました。縁故や付き合いでなんとなく保険を選んでしまっている業界を変えたい、世の中の顧客の保険に対する考え方を変えたい、というミッションのもとに活動致しました |

■2008年4月～2015年8月　株式会社■■（正社員）※在籍期間：●年●か月

◇事業内容：自社で運営するゲストハウス（結婚式場）の運営

◇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 |
| 2008年4月  ～  2015年8月 | 青山営業所配属  【主な取扱商材】自社で運営するパーティー会場での結婚式、披露宴のプロデュース。  【営業スタイル】結婚式、披露宴の提案。ゼクシィを見て、見学予約をされた顧客への会場案内。広告反響が100%。  【担当エリア】青山、赤坂、京都  【取引顧客】個人  【担当業務】  ・ゼクシィを見て式場見学に来た顧客への新規営業  会場案内、進行提案、見積り提示、日程提示、空き日程での値引き見積り提示（クロージング）が  基本的な流れです。  ・契約顧客との打合せ業務  招待状の作成から結婚式一日のタイムスケジュールの説明、挙式・披露宴の進行の提案、料理プラン・  撮影プラン・装花プラン・引き出物内容の提案をし、各種手配、見積り更新など、一貫してサポートを  致しました。  ・2009年4月～2010年3月　営業  ・2010年4月～　リーダーに昇格。  営業との違いは、自身の契約案件以外＝他の営業の契約案件の打合せも担当出来る点です。  ・2012年9月～　館長に昇格。  リーダーとの違いは、披露宴会場1部屋のマネジメントを任され、披露宴会場の装飾や、ゼクシィの掲載写真など、広告面を自由に出来ること、4名のプロデューサーのマネジメントと、目標値設定～達成率のサポートを出来るようになったこと等があげられます。  ◆**取組と成果**  ウェディングプロデューサーとして、7年間で約690組の結婚式をプロデュース。  また同職種にて約250名中、2013年度は総売上5位、2014年度は総売上2位の実績を残しました。  ・平均単価:約460万円  ・総売上:約30億円/総粗利:約12億円  ゼクシィを見て、ほぼ全ての顧客が3～5会場の見学予約を少なくともしていますが、会場・日程・金額の3要素が整えば、決定できない理由はないため、即決への後押しを致しました。3要素のうち、日程・金額が整わない場合は、日程誘導により、予算のあう日程を提案、もしくは割引により希望時期以外での検討のメリットを説明し、契約へと促しました。一生に一度のイベントの為、悩み事、相談ごとは多くありましたが、顧客はもちろん、顧客の家族や友人も含めて、深い付き合いが出来る点が魅力であり、やりがいであると感じました。  総売上には自身で獲得した顧客以外（他の営業が獲得した案件）も3割ほど含まれており、総売上はあくまでチームとしての成果にすぎませんので、年間約140組の結婚式をサポートさせていただいた効率性や、提案力、人間力を貴社で役立つスキルとして評価頂けますと幸いです。 |
|  | 宴会営業部配属  【営業スタイル】飛び込み新規営業100%  【担当エリア】東京都内  【取引顧客】銀行、証券会社、化粧品会社、広告会社  【担当業務】  結婚式場の平日の非稼動枠の有効活用を目的として、企業の忘新年会や、化粧品の新作発表会、  テレビ番組の撮影現場としての提案をメインに、飛び込み営業を致しました。  【取組と成果】  （実績例）花王様、カネボウ様の新商品発表会受注、三菱東京UFJ銀行様の四半期ごとの宴席を年間4期分受注、ソロモン流撮影現場貸し受注、映画海猿撮影現場貸し受注、JUJU「やさしさで溢れるように」収録受注など  ・宴会単価60万円、化粧品発表会単価300万円（2日間開催＋設営6時間）、撮影単価15万円で、年間宴会売上2700万円達成。宴会については、飲食の伴わない発表会や撮影は、設営人件費以外がかからないため、ほぼ100%に近い金額が利益となっておりました。銀行や証券会社などの金融機関は四半期ごとの宴席を行なっているため、教会での集合写真の撮影や、レッドカーペットをバージンロードに敷いて教会での表彰式の実施など、結婚式場ならでは設備を使い、マンネリ化した定期的な宴席に、イベント要素を加えました。  「次回は表彰でレッドカーペットを歩きたい！」と社員の士気が上がったと顧客から喜びの声をいただけ、一回限りの利用ではなく、四半期ごとの宴席予約を年間受注につなげました。  化粧品の新作発表会は、結婚式場というきらびやかなイメージと、化粧品のイメージは相乗効果を生むと考え、化粧品会社の担当から、広告を担当している企業を紹介いただき、お試しで発表会を行ったところ、過去最高の集客となったことで、翌年の発表会の契約につなげました。他、テレビ番組、映画の撮影現場として利用いただけるよう、テレビ局、広告業界に営業し、結婚式場の知名度アップに繋げました。 |

**［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

**[自己ＰＲ]**

**【１】スピード重視の営業経験**

競合多数の中で自社を選択させるために、人柄を売ること、購入の目的を明確にすること、

こだわりを明確にすることの3点に焦点を絞り、スピードを重視し、契約まで社内平均55日の中、

平均25日の実績を作りました。

**【２】マルチタスクへの対応力**

ニーズのヒアリングから、図面の検討、キッチンなどの住宅設備や、フローリングなど内部仕様の提案、

見積り作成まで一貫して行った経験は、効率良く、マルチに業務をこなす力を磨き、

今後も役立つものと考えます。

「鉄は熱いうちに打て」という言葉を営業方針の柱としております。ウィンドウショッピング気分の顧客は別ですが、購入意欲のある顧客であれば、競合比較をせずとも、要望やこだわりが叶うならば、購入の意思決定はできると考えています。活かせる経験で記載したように、スピード重視の営業は、競合介在による競合のプレゼン待ちでの時間のロスや、自社に決めない顧客への時間と労力の浪費の2点のリスクを減らし、月次、ないしは週次での予算や実績を読みやすくなるというメリットがございます。中長期顧客はもちろんいますので、顧客の考えているスピードを嗅ぎ分ける力を、これまでの個人顧客への営業経験で磨いて参りました。人柄を売る営業スタイルももちろん大切にはしつつも、2年後、3年後の計画の顧客を100件抱えていたところで、営業である以上、会社から実績を求められますし、営業マンとして実績は自信につながり、何より実績は顧客の納得と満足の上に成り立ちますので、鼻をきかせて顧客と向き合い、結果、貴社のお役に立ち、自信を持って輝けるよう、精進して参ります。ぜひ一度、面接の機会をいただきたく、お願い申し上げます。

以上