**職　務　経　歴　書**

●年●月●日 現在

氏名　いい求人　太郎

■**職務要約**

大学卒業後、2014年4月から約4年間、住宅系専門商社の株式会社●●の営業職として工務店・リフォーム店及び大手ハウスメーカー向けに住宅設備機器や建材の営業に従事して参りました。既存顧客への実績拡大の為の、深耕営業を中心に新規開拓営業も経験がございます。また、材料の販売だけでなく、自社の協力会社と連携した施工付き販売を展開していた為、住設工事やリフォーム工事の請負等、施工管理業務の経験もございます。

|  |  |
| --- | --- |
| ■**職務経歴**  □2014年4月～2018年5月　株式会社●●（正社員）※在籍期間：●年●ヶ月  ◆事業内容：タイル・住宅設備機器・給排水衛生設備機器・空調機器・太陽光発電システム・管材・輸入石材 　の卸販売及び設計施工、工事請負  ◆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 | 業務内容 |
| 2014年4月  　～  2018年5月 | 住設営業部　配属 |
| エリアの工務店・リフォーム店・設備工事店などに対して住宅設備や建材の営業を行う。  【営業形態】既存顧客80％　新規顧客20％  【担当地域】千葉県全域  【取引顧客】法人、個人事業主(工務店、工事店、リフォーム店、ハウスメーカー等)  【顧客数】約40社  【取引商品】住宅設備機器・タイル・サッシ・建具・空調機器・太陽光発電システム等の物販と工事請負  【担当業務】  ・既存顧客に対しての深耕営業  ・新規取引先獲得の為の開拓営業  ・新築現場、リフォーム現場の施工管理業務  ・見積作成、受発注、納品管理  ・請求、集金、与信管理  【実績】  ・2014年度　通期売上実績　108,000千円/予算144,000千円 (月予算12,000千円)  (売上予算比75％　粗利予算比80％)  ・2015年度　通期売上実績　88,000千円/予算108,000千円　 (月予算9,000千円)  (売上予算比81％　粗利予算比85％)  ・2016年度　通期売上実績　140,190千円/予算144,000千円 　　　 (月予算12,000千円)  (売上予算比97％　粗利予算比101％)  ・2017年度　上期10月～12月売上実績　65,000千円/予算64,350千円 (月予算21,450千円)  (売上予算比101％ 粗利予算比100％)  ・新規顧客獲得件数　2014年10月～2018年5月/通算12件  ※新卒～4年目社員の平均年間獲得件数2件  ・住宅設備メーカー主催の営業コンテストで表彰歴あり  2014年　システムキッチンコンテスト　　　5位/50人中  　 2015年　システムキッチン販売コンテスト　3位/30人中  　　　　　東関東ブロック独自セール　　　　4位/30人中  【ポイント】  **顧客から信頼を得るため為の行動量と課題解決の実施**  扱う商材が競合他社と同じラインナップであり価値優位性も出せない中、業界的に商材価格もしくは営業個人の人間性での勝負となる為、自分にできるポイントは人の部分であると考えました。当初は行動量を増やし、積極的に訪問する事により、既存顧客を競合から守る、競合の取引先から切り替えていただく事を実施しました。顧客との真の信頼関係を築く為に地道に訪問し、必要な知識を身につけ、顧客課題の解決に真剣に向き合うことで、担当顧客からの紹介による新規受注を増やす事にも成功し、実績に繋がりました。 |

■**活かせる経験・知識・技術**

**商品力に左右さされない営業力**

　商品力に左右されない営業力を培いました。ビジネスモデル的に競合他社と取扱商品が同じで納期や価格でも差が出せない為、商品差別化が出来ない状況でした。その中で、3つの点を意識して営業活動を行いました。

1つ目は顧客との接点を増やす為の行動量に振り切った事です。商品差別化が難しい中、まずは自分を知っていただく為に、行動量が肝になると感じていました。既存顧客に対しては、週3回の訪問を繰り返し行い、基本的には毎日電話(送受信件数：平均100件/日)でコミュニケーションを取り続ける事を実施しました。

2つ目は商品をただ売るだけではなく、営業個人を付加価値として顧客が相談したいと思えるパートナーの立ち位置になる事です。信頼できるパートナーになる為には、住宅設備機器メーカーか開発している商品や、取り付ける為の工事に詳しくなる必要がありました。住宅設備機器メーカー主催の商品研修会に積極的に参加する事や、自社の協力会社の職人が施工をしている工事現場に訪問して、施工について教えてもらう事を継続して実施しました。それにより得た知識により競合他社と差別化を図り、担当顧客の課題を常に把握しパートナーとして課題解決に取り組む事で顧客との真の信頼関係を築き上げました。

3つ目は継続的に受注できる仕組みの構築です。営業個人の動きだけでは、競合他社との競争には勝てないと感じていました。その為、信頼関係を築くことが出来た顧客に対して、継続的に発注をいただける仕組み作りに取り組みました。例えば、担当の工務店に対して住宅設備メーカーと共同でオリジナルの標準仕様を作成、提案する事で採用していただく事や、担当の専門工事会社の施主や元請に対して、自社のメーカー部門のオリジナル商品を提案して採用していただくなど、お客様毎にどの様にしたら継続的に発注をいただく事が出来るか考えて実施しました。

以上を意識して営業活動を行う事で個人としても年間の新規顧客獲得目標を達成する事が出来ました。

■**資格**

・普通自動車免許第一種（●年●月取得）

■**自己ＰＲ**

私の強みは、目の前の目標に対するコミットメントの高さだと考えています。これは大学時代に所属していた体育会男子ラクロス部での経験から形成されました。常に結果が伴う中で、結果に対して粘り強くコミットメントし続けた事で自然と意識出来るようになりました。仕事でもすぐに結果を出す事が出来なくても、目標を達成する為に行動を続ける事が出来ます。その力を特に発揮する事が出来たのは、前職の住宅系専門商社でのリフォーム会社に対する営業経験です。リフォーム会社は取り扱う商材も多く、工事も複雑な為、入社当時の私の提案力では信頼を得る事が出来ませんでした。ビジネスモデル上、商品での差別化が難しい中、自分を売り込む為の行動量に振り切り、顧客とコミュニケーションを取り続けました。併せて、各住設・建材メーカーの商品や施工に関する知識を増やして行くことで、徐々に顧客から信頼を得ることが出来ました。最終的には自社に発注出来る、ほぼ全ての商材と工事を他商流から切り替えていただき、顧客と真の信頼関係を築く事が出来たと実感する事が出来ました。この様な経験により当初は達成出来なかった、営業目標も達成する事が出来る様になった事は、私の中で成功体験として残っており、何としても粘り強く最後までやり抜く事は、私の強みであり価値観です。