**職　務　経　歴　書**

●年●月●日 現在

氏名　いい求人　太郎

■**職務概要**

今まで人材派遣・メーカーの営業職として3社経験、中小～大手法人企業への深耕営業に従事してきました。

新規獲得案件に対しての採用計画の立案から実施に至るまで、社内を巻き込み、引っ張っていく仕事も多数

経験する中、部下の育成などマネジメントも経験しております。

|  |  |
| --- | --- |
| **■職務経歴**  **□株式会社●●**  ◇事業内容：製造業への労働者派遣事業、及び請負事業  ◇資本金：○○億○○万円  ◇従業員数：○○名　東証一部上場 | |
| 期間 | 業務内容 |
| 2013年4月  　～  　　2015年12月 | 【業務内容】  人材派遣営業  中小～大手メーカーに対してテレアポを中心とした新規開拓営業に従事。  受注獲得の為の企画書を顧客毎にゼロベースから作成。受注獲得後は採用部隊とすり合わせを行い、全国から派遣スタッフを集客する。  【営業スタイル】　新規顧客90％、既存顧客10％  【担当地域】広島、山口  【取引顧客】大手メーカー20社程  【実績】2013年年間売上1700万円(新規予算1800万円)　　達成率：94.4％  　　　　2014年年間売上1億6000万円(新規予算5000万円) 達成率：320％  　　　　2015年年間売上8500万円(新規予算7000万円)　　達成率：121％  　　　　※2015年度は在籍期間中に年間達成  【ポイント】  新規テレアポ50件/日、顧客訪問2件/日のKPIを追いつつ、空き時間で提案資料の作成を行う事で新規営業の基本、資料作成のスキルを習得。ターゲット顧客も新聞やWEBで業界動向を自ら情報収集し、顧客選定しリスト化する事で効率的な新規開拓の力を身に着ける事が出来た。  メーカー間で行われる会合にも積極的に参加し、会の幹事を務め運営に携わった。業務外でもクライアントとのリレーションを図り、情報収集を行う事で日ごろの営業活動に活かした。 |

|  |  |
| --- | --- |
| **□株式会社▲▲**  ◇事業内容：メーカー、不動産、IT系企業に対しての労働者派遣事業、及び有料職業紹介事業  ◇資本金：○○億○○万円  ◇従業員数：○○名　東証一部上場 | |
| 期間 | 業務内容 |
| 2016年1月  　～  　　2019年9月 | 【業務内容】  人材派遣営業、新人教育  中小～大手企業に対して新規開拓営業(飛び込み・テレアポ)。就業中の派遣スタッフに対してはフォローや契約管理業務を実施。既存顧客に対しては派遣導入提案だけでなく、正社員採用や研修制度の提案を行うなど顧客ニーズに合わせグループ会社と連携し対応。  また、地方に配属された新卒向けの研修を企画・実施し、若手育成にも力を入れた。  【営業スタイル】　新規顧客30％、既存顧客70％  【担当地域】広島  【取引顧客】企業35社/派遣スタッフ管理数90名～100名 (平均数 25社/70名前後)  【実績】2016年年間売上1億2622万円(予算1億2554万円) 達成率：100.5％  　　　　2017年年間売上2億4514万円(予算2億5023万円) 達成率：97.9％  　　　　2018年年間売上2億9050万円(予算2億8434万円) 達成率：102.1％  　　　　2018年1月より営業リーダーとしてグループメンバー9名のマネジメントを担当  【ポイント】  定量目標は必ず達成するよう日々のスケジュールを組んだ。  <ＫＰＩ指標>確定目標7件/月、職場見学数5件/週、新規営業(飛び込み＋テレアポ)50件/週  　　　　　　既存顧客折衝数10件/週  自担当エリアの企業は実際に足を運びお客様と直接話しをすることを意識。過去の取引実績や与信データだけに捉われず、まずは足を運び顧客アプローチを実施。ハローワーク、ＴＳＲ情報、飛び込みをした企業をリスト化し、リスト反映。営業で得た情報の蓄積とアップデートのＰＤＣＡを早く回しリストの精度を上げ、量だけではなく質にもこだわった。  既存顧客への対応も日々追われる為、突発対応ができるよう新規営業の日と既存フォローの日を分け効率化。スケジュールはある程度の余白を持たせ柔軟に対応できるようにし、既存顧客からの信頼の上積みも意識した。 |

|  |  |
| --- | --- |
| **□△△株式会社**  ◇事業内容：ビール類を主とした酒類の製造、販売  ◇資本金：○○億円  ◇従業員数：○○名　東証一部上場 | |
| 期間 | 業務内容 |
| 2019年10月  　～  　　現在 | 【業務内容】  ラウンダー営業  量販店(イオン、ダイエー等)に対して新商品の提案、新商品立ち上げのフォロー、売り場メンテナンスを定期訪問にて実施。店舗内のリカー売り場の優位置を競合他社(キリン・サントリー・サッポロ)に奪われないよう、顧客との交渉を行う。  【営業スタイル】既存顧客100％  【担当地域】大阪北部  【取引顧客】13店舗  【ポイント】  顧客折衝の頻度を会社規定よりも多く自身で設定・実施する事で関係性構築のスピードを速めた。※会社規定：Ｓランク店舗→3回/週、Ａランク店舗→2回/週、Ｂランク店舗→1回/週  また、ランクの低い店舗に対しても月間単位での売上を週単位で確認し、リカー担当に代わり売れ筋商品をチェック。該当商品をより売れるようにする為、ＰＯＰや店舗優位置で展開し、売上増加に寄与した。 |

**■活かせる経験・知識・技術**

●調整力

人の間に入り仕事をする事が多くありました。まず話を徹底的に聞き出し、要望の優先順位付けを一緒に考えることを意識していました。得た情報をひとつずつ整理し合意を得ながら進める事で、トラブルリスクを最小限にするよう心掛けています。

●対応スピード

顧客からの問い合わせがあった際は即対応するよう心掛けておりました。些細な事でも後回しにせず営業機会と捉える事で、顧客からの信頼を得てきました。また、内容に応じて想定される提案商材やストーリーを事前に仮説立てした上で対応する事で、機会損失を少なくするようにしていました。

営業の際は事前に社内決済を取っておく事で、商談のクロージングも素早く行うことが出来ています。

●粘り強い行動力

　新規営業の際は特に、一度断られても諦めず、何度もアプローチする事を意識していました。対話の中から顧客状況や課題を収集し、次回訪問時のネタを必ず作るようにしていました。

徹底して顧客視点に立ち、自社商品を売り込む事を目的にするのではなく、課題を共有し解決法を共に考える事で関係性を構築し、営業実績に繋げてまいりました。

**■自己ＰＲ**

自社商品を売り込むだけではなく、状況や現状課題を抽出できる関係性を構築し、クライアントの課題解決に向けた提案営業を心掛けています。受注獲得をゴールとするのではなく、そこで得た関係性を軸にお客様とビジョンを共有し、その実現に向けて長期的な視点で深く踏み込んだ提案をすることでより強固な信頼関係構築に繋がっています。当事者意識を持って、誠実に顧客へ向き合いながらやり抜く姿勢が他社との差別化になり、実績を残す事が出来たと自負しており、優位性を打ち出しながら顧客への深掘りをし、解決へ導く営業力を培って参りました。

以上