**職　務　経　歴　書**

●年●月●日 現在

氏名　いい求人　太郎

■**職務要約**

2010年、大学を卒業後、バッグの企画製造会社の●●株式会社に入社。主に国内ブランド向けにOEM・ODM営業を4年間行う。企画デザインはもちろんのこと、材料仕入れ・納期管理等の商品製造に付帯する業務も同時に行う。メインは顧客への提案営業。既存顧客への深耕営業、および新規顧客獲得活動に注力する。モノづくりが好きなことは変わらないが、営業の楽しさ・難しさを学び、より営業に特化したいという思いが強くなり1社を経て、現職の▲▲株式会社に入社。アパレル商材のOEM営業とルート営業を行っており、入社後すぐに、既存市場のシェアアップのため新規顧客開拓を重点的に行う。現在は国内大手小売業者やECショップに対してのOEM営業とチームリーダーとして2名のスタッフをマネジメントし、チーム全体の数値目標の管理を行っている。

|  |  |
| --- | --- |
| ■**職務経歴**  □2011年4月～2015年6月　●●株式会社  ◆事業内容：鞄・袋物等の企画デザイン、製造、輸入、販売とそれに付帯関連する一切の業務、  企画提案からサンプル作成、製造、配送まで全て自社内で行います。  ◆資本金：○○億円　売上高：○○億円　従業員数：○○名　非上場 | |
| 期間 | 業務内容 |
| 2011年4月  　～  2015年6月 | 本社　企画製造部Ａチーム |
| 鞄問屋へのＯＥＭ受注生産、企画提案を行う。  【担当地域】東京・大阪  【取引顧客】2名で15社程度  【主要取引先】㈱●●、㈱●●、㈱●●  ㈱●●、●●㈱ etc  【状況】  2011年度：既存市場拡大のため、売上額の向上を目指す必要があった。  2012年度～2013年度：売上の確保ができた前年に続き、利益率の向上を念頭に置き、営業活動を行う  2014年度：さらなる「利益率改善・売上の拡大」を念頭に営業活動を行う。  【課題】  2011年度：まずは鞄の知識を身につける必要性。また、提案型営業では鞄のことだけでなく、素材の知識やトレンドの理解が必要。  2012年度～2013年度：利益のとれる新規顧客の開拓、海外生産を用いた為替差益による利益の確保  2014年度：現状の業界だけでは、新たな仕事を創出するのが難しい状況であったため、異なる業界にも販路を求める。  【行動】  2011年度：実際に各仕入先に足を運び仕入先の担当者と商談を重ねること。また、店頭に赴き、商材の特長やトレンドを身につけるようにしました。  2012年度～2013年度：飛び込み営業だけではなく、各仕入先様からの紹介というものを活用し、新規顧客開拓を行う。  2014年度：自動車業界に営業を行い、ノベルティとなる専用キーケースの提案を行い受注につなげる。  また、常に心掛けていた鞄の知識の習熟が進んだ結果、自身による企画提案の数を増やすことができる。  【実績】  <2011年度>　　売上目標7500万円に対し、12000万円の売上。(達成率160%)  粗利目標1750万円に対し、2200万円の粗利(達成率125%)  <2012年度>　　売上目標14000万円に対し、18000万円の売上。(達成率128%)  粗利目標1750万円に対し、2200万円の粗利(達成率134%)  <2013年度>　　売上目標21000万円に対し、31700万円の売上。(達成率157%)  粗利目標4310万円に対し、11980万円の粗利(達成率277%)  <2014年度>　　売上目標33000万円に対し、31000万円の売上。(達成率94%)  粗利目標6600万円に対し、7130万円の粗利(達成率108%)  【身に付けた強み・学び】  ・提案型の営業活動  ・一貫した生産業務の経験(企画提案→資材発注、仕入れ先との折衝、→納品)  ・ヒット商品を提案できた時の達成感 |
| リーダーを含む2名 |
| ■**職務経歴**  □2015年8月～2016年4月　株式会社△△  ◆事業内容：和装バッグ・草履・フォーマルバッグの企画製造販売。  ◆資本金：○○億円　売上高：○○億円　従業員数：○○名　非上場 | | |
| 期間 | 業務内容 | |
| 2015年8月  　～  2016年4月 | 本社　洋装1部 | |
| フォーマルバッグ業界へのＯＥＭ受注生産、また問屋への営業を行う。  【営業スタイル】企画提案型のアグレッシブな営業。  【担当地域】東京・大阪  【取引顧客】5名で30社程度  【主要取引先】㈱△△、△△㈱、△△㈱  ㈱△△、㈱△△ etc  【取引商品】フォーマルバッグ  【担当業務】生産管理及び、デリバリー業務を行う。  顧客との納期における折衝  生産現場とのスケジュール管理  【アピールポイント】品質と納期、どちらにも気を配り仕事に取り組んでおります。繁忙期は、自分たちで検品を行ったりすることもあり、エンドユーザーの方に、しっかりとした商品をお届けすることを意識して業務に携わっております。 | |
| 社長・課長を含む5名 | |
|  | | |
| ■**職務経歴**  □2016年5月～2020年10月　▲▲株式会社  ◆事業内容：アパレル商材(オケージョンアイテム)の卸売営業。(OEM営業とルート営業)  ◆資本金：○○億円　売上高：○○億円　従業員数：○○名　非上場 | |
| 期間 | 業務内容 |
| 2016年5月  　～  2018年5月 | ▲▲**支店　営業** |
| 【状況】  自社の既存市場拡大戦略に基づいた▲▲支店の開設から3年目であり、その状況下で〈新規顧客開拓〉、アパレル商材以外での〈新規事業の開発〉に取り組んだ。  【課題】  既存市場拡大において、競合他社と比較し顧客数が少ないことが問題であり新規顧客開拓は必須であった。アパレルに囚われない新規事業の開発も▲▲支店開設の条件であったため、新規事業の開発も行う  必要があった。  【行動】  〈新規顧客開拓〉に対しては、自社で未開の地域に営業をかけることを重点的に行う。また既存顧客との商談後にもリサーチや飛び込み営業を行う。積極的に行動することを心掛ける。  〈新規事業開発〉については、公私問わず人との繋がりを活かした情報収集を心掛け、スタジオ運営業務の提案を行い、関係者との折衝も行う。  【成果】  〈新規顧客開拓〉  2016年6月から2018年5月までに17件の顧客と取引を開始し、新たに年間売上2,800万円を作り出すことができた。  〈新規事業開発〉  2017年10月には新規事業であるスタジオ運営業務を立ち上げる。現在も稼働中であり多くの売上獲得とはならないが、事務所とスタジオの家賃を安定的に稼ぎ出し(月間30~40万円)、本業での経費削減へとつなげることができた。また、スタジオ利用者が顧客になるという相乗効果を生み出すこともできた。  【身に付けた強み】  ・能動的に行動すること  ・粘り強く交渉する能力、および折衝能力  【実績】  <2017年度> (2017.6〜2018.5)  ・売上目標8,000万円に対し、実績8,816万円　(達成率110.2%)  ・粗利益目標2,560万円に対し、実績2,649万円　(達成率103.5%) |
| リーダーを含む3名 |
| 2018年6月  　～  2020年10月 | ▲▲**支店　関西営業リーダー** | | |
| 【状況】  既存市場拡大および、本社からの分社化を目指し事業規模の拡大に取り組む。〈潜在顧客の選定〉  〈チームマネジメント〉〈新規事業開発〉に取り組んでいる。  【課題】  ▲▲支店分社化のために年間売上5億円が必要となる。(前年年間売上3億円)  (セムグループ内での判断基準として、5億円という数字が提示されている)  そのため、売上増加が必須となり既存顧客へのCRMに注力した。  また営業力強化のために2名の採用を行い、彼らのマネジメントをすることも大きな課題となる。  そして、引き続き新規事業開発を行う必要性がある。  【行動】  各顧客に対してのCRMを徹底的に行い、訪問営業の要・不要の判断による経費削減、競合他社シェア率の高い顧客に対しての営業を行い自社シェア率向上に取り組む。  チームメンバー2名のマネジメントにおいては、作業が人によってばらつくことに問題を感じていた。そのため、標準化マニュアルを作成し、再現性の高い仕事を行えることを徹底する。また、顧客との関係性構築がスムーズに行えるよう、計画的なOJTで教育を図り、営業力向上につなげるようにしている。  新規事業開発に関しては、BtoBの卸売りだけではなく、D2Cが可能な自社ECサイトを立ち上げ、商圏拡大を図るための提案を行う。  【成果】  潜在顧客の顕在化、及び中途採用者を中心とした営業活動の結果として  2018年は売上金額2億9,000万円、2019年は売上金額4億2,000万円とすることができた。  新規事業開発は現在進行中で、ECサイトのアウトラインは完成しており、  今後は商材アップのシステム構築、および商材の見せ方等のディティールの打ち合わせを行う。  【身に付けた強み・学び】  ・徹底的に分析することによる、顧客に対する企画立案能力  ・チームマネジメントおよび、メンバーに成功体験をさせることの重要性  【実績】  <2018年度> (2018.6〜2019.5)  ・売上目標10,000万円に対し、実績10,142万円(達成率101.4%)  ・粗利益目標3,267万円に対し、実績3,114万円(達成率95.3%)  <2019年度> (2019.6〜2020.5)  ・売上目標11,100万円に対し、実績133,581万円(達成率120.3%)  ・粗利益目標3,476万円に対し、実績3,639万円(達成率104.7%) | | |
| 自身を含む3名 | | |

■自己PR

これまでに培ってきた、営業経験と実績において下記3点ございます。

**・提案型の営業に強み**

企画立案から提案を一貫して行い、顧客と一緒にモノを作り上げることに楽しみを見出している。顧客に感謝されるだけでなく、具体的な数字で顧客の担当者さまに感謝されるようなことを意識して提案を行う。

**・目標達成意欲と結果**

年間目標の達成のための分析(前年売上動向の確認・顧客情報管理etc.)を徹底的に行い、2018年にはグループ100人程度の中から5人だけ選ばれる成績優秀者として表彰をされる。また、新規顧客開拓にも力を入れており、2017年から2019年まで3年連続で表彰される。(年間10件の新規顧客獲得、年間500万円以上の新規顧客に対しての売上)

以上