**職　務　経　歴　書**

●年●月●日 現在

氏名　いい求人　太郎

**■職務要約**

入社後1年ほど大阪府中央区エリア・京阪沿線エリアを中心とした様々な職種の中小規模の法人顧客を約300社担当。担当エリア内で既存顧客フォロー・新規開拓の2軸で、アルバイト・パート/社員領域の公募メディアでの採用を提案。その後2019年.4月より大手企業専属の部署に異動。大手法人10～20社程度を担当する中で、それぞれの課題にあわせた媒体の提案/振り返りだけでなく、採用による発展をトータルでサポートするコンサルティングの業務を行っておりました。その後2020年10月より、営業コンサルティング業を行う株式会社▲▲へ出向。

領域の異なる業界で、2つの新事業の立ち上げを支援。営業としてインサイドセールスで支援を行う中で、新事業のオンボーディングも同時に進める。

**■職務経歴**

**□2018年2月～2020年10月　株式会社**●●

**2020年10月～2021年3月　株式会社**▲▲**へ出向**

事業内容：求人広告代理業

売上高○○億○○万円、従業員数○○人

|  |  |
| --- | --- |
| 期間 | 業務内容 |
| 2018年2月〜  2021年3月 |  |
| **2018年2月～2019年3月**  【営業スタイル】  新規営業　70％　既存営業　30％  【担当地域】  大阪府中央区エリア(難波・心斎橋周辺)  →京阪沿線エリア(都島区・八幡区など)  【取引顧客】  中小企業、大手企業　約1年間で通算300社を担当  【取引商品】  リクルート系求人メディア各種(中途領域すべて)  【業務内容/実績】  新規顧客開拓～掲載・終了後フォローまで一気通貫で担当。  週あたり10社程度の新規・既存顧客から掲載契約を獲得し、売り上げに貢献。  新規顧客へアプローチを行いながら複数社との商談を同時進める中で、効率的な顧客管理手法と、目標達成のための行動量管理を身に着ける。  具体的には日単位で自身の行動の振り返りを行い、各CVRにあわせた行動量を再設定するというPDCAサイクルを継続し、売上・新規獲得数ともに全社平均を上回る結果を達成。  また、受注までのリードタイムの短縮も求められるため、月毎の状況にあわせた汎用的な商談資料を自作し、想定される顧客課題をあらかじめ排除するスタイルを確立。  【主な実績】  2018年下半期  1,320万の目標に対し、1,085万達成  （※達成率82.1％、全社達成率72.9％）  新規受注件数　33件  エリア営業ランキング100名中10位（※上位10％）  └入社後上半期から取り組んでいた、既存顧客との関係性構築と新規商談時のテンプレート化が身を結び、全社を上回る達成率と、週1社以上の新規受注をすることができました。  下半期末のタイミングでは、以前よりも既存顧客のサポートに回す時間も担保でき、顧客満足度が向上。既存顧客からのご紹介などでの新規受注も多く獲得できており、新規架電などを行わずとも新規受注が見込めるようなサイクルを作り上げることができました。  **2019年4月～2020年10月**  【営業スタイル】  新規営業　5％　既存営業　95％  【担当地域】  関西エリアを中心とした全国区  【取引顧客】  大手企業　20社を担当  【取引商品】  上記＋リクルート以外のメディア(外国人採用に特化したメディア等)  【営業内容/実績】  既存大手顧客を中心とし、アップセル・クロスセル営業を行う。  既存15社程度を担当し、各社に対して週～月単位でPDCAを設定。  採用課題だけではなく企業様の人事部の一員として、採用力を強化するためのセミナー開催や、新営業所開設の提案など、企業課題解決にも取り組む。  最も注力した点として、顧客からの信頼を獲得するため、採用スコアに対しての振り返りを徹底して行いました。  要因が見え辛い採用スコアを独自の手法で分析し、その中で顧客からの強い信頼を獲得した結果、複数回の月間営業賞受賞。また、社内での四半期最優秀営業賞を受賞。  【主な実績】  ・2019年10月　月間MVP受賞（※対象30名中）  ・2019年11月　月間MVP受賞（※対象30名中）  ・2019年4Q　4半期MVP受賞（※対象30名中）  ▼2019年下半期  5,438万の目標に対し、5,041万達成  （※達成率92.7％、全社達成率65.5％）  FM営業ランキング　120名中5位（※上位5％以内）  └2018年度の取り組みからさらに、顧客の潜在課題に寄り添った提案を徹底いたしました。  また、競合他社からのリプレイスを防ぐための独自の効果分析を取り入れた結果、他メディアからのシェア奪取に成功しました。  下半期末には、グループ内の他拠点のご紹介や、派遣会社様での新規出店計画の立案なども身を結び、出稿計画の段階で2020年1Qの達成見込みも作れておりました。  **2020年10月～2021年3月　株式会社**▲▲**へ出向**  無形商材を主に、クライアント企業の営業代行を行う。(●●からの在籍出向)  5ヶ月間の在籍で2つのプロジェクトにジョイン。  1)建設業界様向けの安全・労務管理クラウドサービスを展開する企業様の新PJ立ち上げを支援  【業務内容】  既存の取引先リストへ新商品を営業し、売上面で貢献。また、その中での営業結果をもとに、営業課題や商品の改善点を提示し、商品改善のためのプレゼンを行う。最終的には、自社の営業パーソン、ないしは別の広告手段で販売できるよう営業スキームを作成し、納品する。  売上目標の達成はもちろんですが、今後の営業手法の確立といった部分がメインのミッションだったため、俗人的にならない定量的な要因分析を心掛けました。  2)スタートアップ・ベンチャー向け求人メディアの営業代行  【業務内容】  以前営業していた求人媒体とは別なメディアの拡販営業を担当。  100%インサイドでのセールスを行う。  【主な実績】  （１）プロジェクト　2020年12月  月間アポイント数目標21件に対し、90件獲得（※達成率428.6％）  └顧客の想定を大幅に上回るペースで実績を作る。  前社での新規営業での経験を活かしたKPI管理を行うと同時に、新しく発足されたPJということもあり、営業と同時に架電先の顧客から商品のウィークポイントを調査したことが達成に繋がりました。  また、同タイミングで稼働していたメンバーとも内容を共有することで、PJ全体の達成率も300％を超えました。  （２）プロジェクト　2021年3月  月間商談獲得数目標15件に対し、22件獲得（※達成率146.7％）  └非常に難易度の高い商材を担当することとなり、立ち上がりはかなり苦戦を強いられましたが、CRMを活用して徹底的に見込み顧客を追跡。粘り強い営業が実を結び、達成に至りました。 |
|  |

**■活かせる経験・知識・技術**

PCスキル：Word

PowerPoint(提案書作成など)

Excel(基本関数/Vlookup/ピポットテーブルなど数値分析に必要なスキル)

**■資格**

2018年10月　　普通自動車免許

**■自己ＰＲ**

＜多様な営業スタイル＞

在籍約2年間の中で、リテール領域の営業と大手への企画営業の両方を担当することができました。業界としても派遣会社・メーカー・飲食・販売・物流・医療・ナイトワークなど、人材に関わる業種はほぼ全てなんらかの形で担当させていただきました。

前述したとおり、与えられる目標や顧客特性は担当領域によって異なるものの、達成フローをその時々で考察し、PDCAを回す中で改善を繰り返してきました。膨大な社数を担当することで、先を見越した提案力と、様々な業種で関係性を強化する力が身についたと自負しております。

また、全く異なる業種やエリアへの部署異動が多かったものの、今まで学んできた知識を活用する応用力も身に着けられました。

＜計画性・実行力＞

4半期の中で200社以上を担当するタイミングもありましたが、すべての顧客の状況を把握し、関係性を強化することを志していました。

実際に、部署異動の節目のタイミングでは実績が落ち込んでしまったものの、関係性の強化を行っていたことで徐々に結果がついてきておりました。

＜提案力＞

どのような手法で採用するのか？という提案ではなく、採用によって企業にどんな価値を生み出せるのかをご提案することを心がけていました。

はじめのうちは、少しでも業績を伸ばすために迅速にオーダーにこたえ、目先のニーズをとにかくキャッチアップしていくことにばかり囚われていましたが、結局は予算内での売上しか挙げられず、伸び悩んでいました。

そこから考え方を改め、「本当に必要な提案はなにか？」「求人広告によってどんな成長を生み出せるのか？」を軸とし、お客様との折衝を重ねる中で信頼関係を構築してきました。

結果として、既存の求人予算以外からの予算捻出や競合他社からのリプレイスによって前年比から300%近い増額にも繋がりました。

＜企画力＞

上記の信頼関係構築があった上で、顧客にとって今本当に必要なものを企画し、提案することができました。

2020年の2月頃コロナウィルスの第１波が猛威を奮った時期、私の担当していた派遣会社様も案件がほとんどなくなってしまい、当然ながら求人広告の出向はほとんどなくなってしまいました。

そんな中で、担当企業様が案件獲得をできるような支援を行っておりました。

まだ影響の少なかった介護・医療領域の案件獲得を提案し、それに伴って必要になる業界知識や競合他社などの講習をウェビナーで開催いたしました。

コーディネーターの方にとっては登録会で必要となる、求職者目線のインプットは社内の原稿制作メンバーを巻き込んで講習することで、私個人としての担当意識だけでなく、全社としてサポートしている認識を共有することもできたと思います。

結果的に、講習後に獲得した案件の出稿によって、第１波以前からで20%程度まで落としてしまった売上を、80%程まで回復することができました。

以上