**職　務　経　歴　書**

●年●月●日 現在

氏名　いい求人　太郎

■**職務要約**

高校卒業後、●●専門学校 ●●学科に入学。専門学校卒業する前から株式会社●●にアルバイトとして入社し、ランコムというブランドの美容部員を担当しており、お客様にメイクアップやスキンケアのアドバイスをおこない、化粧品を販売しております。

接客では初めにカウンセリングによってお客さんの悩みを聞き、最適な化粧品を提案します。コスメカウンターでは、提案する商品を使って実際にメイクアップやスキンケアなどを施す「タッチアップ」をおこないます。また、化粧品を手の甲に出して、香りや使用感を確かめてもらうことを「ハンドデモ」と呼びます。このカウンセリング、提案、タッチアップ・ハンドデモの流れが「接客」の基本です。化粧品をお客さんに気に入ってもらい「販売」につなげるためには、美容とコスメに関する豊富な知識、メイクアップ・スキンケアの技術力、高い接客力が求められます。

メイン業務の接客・販売以外に、化粧品の会計、陳列、検品・在庫確認・発注などのバックヤード業務、売場清掃なども担当しております。

|  |
| --- |
| ■**職務経歴**□2012年8月～2021年3月　株式会社●●◆資本金：○○百万円　従業員数：○○名　 設立：○○年○○月　雇用形態：契約社員 |
| 期間 | 業務内容 |
| 2012年8月　～2021年3月 | 《勤務地》　奈良店 |
| 【主な業務】・カウンセリング化粧品の販売・メイクアップ技術の提供・在庫管理・開店、閉店業務・売上計画の立案・電話やDMを使用した来店勧誘・リピート、既存顧客のフォロー営業・販促物の在庫管理、発注業務【スタイル】・女性を中心に、20代から60代後半の方まで・反響顧客4割、リピート顧客6割 →ほかのメンバーに反響顧客の対応を譲り、私自身の顧客への営業活動を行ない、リピート顧客を主に対応していた。【接客件数】1日あたりおよそ8～10人（平日）1日あたりおよそ10～15人（休日）平均単価：13,000円【実績】**◆2017年　個人売上目標：1,235万円　実績：1,284万円　達成率：103%****◆2018年　個人売上目標：1,270万円　実績：1,325万円　達成率：104%****◆2019年　個人売上目標：1,356万円　実績：1,478万円　達成率：108%****◆2020年　個人売上目標：1,480万円　実績：1,610万円　達成率：108%**【メンバー】4名【ポイント】・地域密着店舗であるため、大型店よりお客様にゆっくりとお買い物頂けることと、お一人お一人にお声をかけて丁寧に時間をかけて提案することが出来るメリットがありました。そこで世間話やお悩み相談から始まりお客様により親近感を持っていただけるよう接客を意識し、潜在的ニーズを引き出し、カウンセリングを行い、よりお客様に合った提案を行っておりました。・使い心地をお客様にユーザー目線でお話できるよう、自社の商品をタッチアップすることも大切ですが、競合他社のブランドも自身で使用し、使用感の違いを常にインプットしておりました。美容知識は終わりがない為、仕事はもちろんプライベートでもインプットを意識しておりました。 |

**■活かせる経験・知識・技術**

PCスキル／代表的なOffice製品の基本的操作はおおむね習得しております。

■**自己ＰＲ**

**カウンセリング能力・「寄り添う」提案力**

お客様の数だけ悩みがある美容トラブル。美容製品の知識だけでなく、医療知識もインプットすることで、カウンセリングの信憑性が高まり、リピートして頂けることが増えました。

会社から「この商品はこのように提案しましょう。」というマニュアルがあるのですが、地方の百貨店であるため、初対面の方でもより身近な存在に感じて頂きたく、年齢層に合わせた接客スタイルを行い、マニュアルを基に提案方法を常に変えておりました。

化粧品だけのことをヒアリングしているだけでは機械的になってしまうので、ライフスタイルや趣味から始まって徐々に化粧品のお悩みをヒアリングするようにしていました。例えば、ゴルフが趣味のお客様がいらっしゃり、紫外線を気にしていたのはゴルフを行うから、という前情報があるからこそ、提案する商品もゴルフのことを理解している私から勧められるだけでお客様も商品を手に取っていただきやすいと思います。

自社の商品をアピールする美容部員が多い中で、他社ブランドの知識が他のメンバーよりも多かったため、そこはお客様からブランド以外のお悩みも話していただけるようになり、リピート顧客に繋がりました。

**顧客管理力・リピート顧客への営業活動・攻めのスタイル**

　当社はお客様の誕生日月にポイントプレゼントやバースデープレゼントがあります。ですがDMとして届いたとしても忘れることが多い為、電話で特典のお話をさせていただき、その際に合わせてキャンペーンのご案内を行っておりました。

電話が苦手なお客様もいらっしゃるため、来店していただいた際に、来月キャンペーンが出るので、お電話させて頂いてもよろしいですか？と確認し、電話のお約束を取って、電話が来るのも楽しみにして頂けるようご案内しておりました。

期間が空いてしまったお客様に対しては、来てくださいね、と営業するのでなく、以前お話しした話をしたいので、ぜひ遊びに来てくださいと気軽なご案内を行うなど、お客様によってトーク内容を変えて営業活動を行っておりました。

また、購入していただいた際のポイントは無期限ではなく、失効してしまうことがあるので、失効してしまいますよ、という案内をすることも心掛けておりました。失効することを案内していることは、他メンバーや大型店舗は行っておらず、「ポイントのことなんて連絡してくれることがあるの！？」と喜んでいただけることがとても多く、そこからリピート顧客になることも多かったです。

個人で顧客リストを作成し、話した内容、購入した商品、その時にお話ししたお肌の悩みなどを書いておきました。

ご年配のお客様も多かったため、毎月同じ商品を忘れてしまって買うことが多いので、商品を用意するのではなく、一度呼応乳されていることなどをお伝えし、また購入してしまったという事案を減らしていました。例えば日焼け止めを先月かったのにまた購入しようとしている、など。ご家族でいらっしゃった時に、無理やり売ることなく、そこまで管理して頂けることに喜んでいただいたことがありました。

私はこれまで提案力を武器にしながら、仕事を続けて参りました。配属された当初は、新規顧客に注力し、対応件数を積極的に増やすよう、自分自身で定めた行動目標を達成することで成果へとつなげてきました。強固な信頼関係を築くための営業スタイルを意識するようになりました。そのために、まず顧客のニーズを把握するためアイスブレイクを意識し、話易い状況を作り、そこから聞き取った情報に応じて商品提案を行って参りました。ご購入頂いた後もアフターフォロー等でこまめに顧客との接点を持つよう努めることで、その結果顧客と良好な関係を築くことができ、新たな商品の提案・成果につながりました。現在では既存顧客からの紹介案件等を頂けるようにまで、関係構築を築いております。

貴社においても即戦力として活躍できるよう努力する所存です。どうぞよろしくお願い致します。

以上