

## 職務経歴書

年 月 現在  
氏名: エイド エム子

### 希望職種

パートナー営業(営業マネージャー)

### 得意分野

**市場分析** 分析対象: 国内・海外での同業種、異業種の企業動向と業界トレンド

**顧客分析** 分析対象: 潜在ニーズ、投資計画、組織把握(部署間の利害関係、意志決定プロセスほか) など。

**パートナー(チャネル)分析**

**販売の枠組み作り**

顧客ニーズや顧客情報を徹底的に分析整理し、業界動向等を踏まえた仮説を立案。独自の戦略的営業手法と、提案営業を実践し、4年間で約17億円の新規売上げを獲得。社内にて、3年間連続で社長賞に表彰されました。

### 経験・スキル

- 1) CRM ソリューション
- 2) ナレッジマネジメント
- 3) エンドユーザーのパートナー化
- 4) \* \* \* 業界の知識

### 自己PR

広告と貴社の様々なサービスのマルチユースの提供によって、現在の広告市場以外の市場開拓を行いたいです。現職の経験から、機械や、とインターネットの融合により、市場がそこに登場すると思っております。ただ、現実的に、その市場が伸び悩みを起しております。

そこで、貴社の現在持っているサービスを、新たな市場を開拓するであろう顧客企業に提供、または連携することで、企業と市場の開拓を行いたいと考えております。

IT企業にて、テレマティクスのような新市場を開拓してきた経験や、今まで行ってきた他人が思いつかないような営業手法と、顧客マネジメント能力・パートナー企業の開拓経験が、御社にて貢献できると思います。

## 職務概要

期間/西暦	業務内容
2001年4月～現在	<b>株式会社 K</b> 資本金:30億円 従業員:2000名 売上高: 億 万円(××年×月期) 事業内容:ネットワーク・コンピューティングの基盤となるコンピュータ・システム、ソフトウェア、 関連機器および保守・教育等各種サービスの販売

## 職務経歴

期間/西暦	業務内容
2001年4月 ～2001年7月	<b>人材開発研修センター</b> 3か月間の新人研修で、ビジネスマナー、業務全般、顧客との付き合い方の基本を学ぶ
2001年7月 ～2002年6月	<b>営業本部 製造営業部 [営業8名]</b> <b>年間ノルマ4億円に対し、4.3億円(106%)を達成</b> 担当企業:MM株式会社 代表電話や雑誌を活用し、ファーストコールを重ね、本体及び関連会社全てを新規開拓 <b>新規顧客の開拓方法を習得する</b>
2002年7月 ～2004年6月	<b>製造・営業本部 製造営業統括部 [営業8名]</b> <b>年間ノルマ2.81億円に対して、2.73億円(97%)</b> 担当企業:NM株式会社 ・NM社の新規立ち上げを担当 ・競合他社と提携企業上層部へ潜在ニーズ発掘を目的に、*****ツアーを企画 <b>企画・商談・上層部との関係を円滑に進めるためのシナリオ考案能力を習得</b> ・個人の成績のみならず、部全体の業績を上げるため、新人教育にも注力する セミナー / 勉強会で習得した営業手法や、自身の手法を教えながらマネジメントを実施
2004年7月 ～現在	<b>産業第二営業本部 (製造営業本部)[営業30名]</b> <b>ノルマ165%(1.65億円)達成</b> 担当企業:HY株式会社 ・上記企業に加え、副担当として、NNグループ・NMグループを継続担当 ・HY社への、拡販の新ビジネスモデル構築を目的に、*****ツアーを企画 <b>既存の枠組みにとらわれない発想方法を養い、営業を推進</b> 現在は、エンドユーザーをパートナー(チャンネル)にする外販モデルを構築中

以上

**Point !!**

営業の幅はとても広いので、個人・法人といったターゲットや、コンサルティング・企画・提案・ルート・アライアンスなどの分類、業務の詳細までわかりやすく記載しましょう。

また、営業職はやはり実績(数字)や手法が大切です。

どんな顧客を開拓できるのか、コネクションの有無や、達成率、売上高なども詳しく記載しましょう。

ただし、守秘義務の範疇で！