

INOSELL
Innovation for your sales.

INOSELL MAGAZINE vol.1

売れる営業を見極める 5つの基準



月間トップセールスノウハウ
営業とは『自分自身を
磨きあげ続ける場所』

クライアントインタビュー

富田直人 様

(株)イノベーション 代表取締役社長

面接可能！
イノセルTOP5 人材リスト付

売れる営業かどうかを見極める5つの基準とは



内野久

イノセル(株) 代表取締役

いつも大変お世話になっております。

イノセル株式会社代表取締役の内野久と申します。

この度、イノセル株式会社では今後定期的に、弊社とお取引のある企業様を中心にニュースレターを発行することにいたしました。このニュースレターの発刊の背景は、以下の3つです。

1つ目。営業マンの売上アップへ貢献するため。

2つ目。営業マネージャーの苦悩を和らげたい。

3つ目。売れ続ける営業を採用するヒントを得てほしい。

私は、前職も含めて営業職の採用支援に20年ほど関わってきました。そこでずっと感じていたこと。いつも、同じことをやっているし、同じことをしゃべっているし、同じミスが多くのかにに起こっている。という事実です。支援の場面において、もっとも嫌なこと。それが、顧客の採用基準に準じてご紹介するも、まったく活躍しなかったというケースです。

たとえば、よくこんなオーダーを頂きます。

●●業界出身

営業経験3年以上。

大学卒以上。

できれば●●の資格があれば尚可。

トップセールスの経験者。

そしてエージェント側は何も疑問を持たず、そのスペックを探して推薦する。そしてドンピシャの人が内定となり、入社する。しかし、入社後、3カ月でお荷物人材だということが判明する。そして、人材紹介会社は信用を失う。これは、弊社の新人コンサルタントも犯すミスです。そこで、今日は過去20年で、日本一クラスに売れていた人たち、全員に備わっていた売れる営業の5つの要素をご紹介します。

■売れる営業かどうかを見極める5つの基準とは

私は、43の業種における営業職の採用支援をしてまいりました。転職した後に売れるようになった人には後天的に変えづらい5つの共通点があったんですね。この5つの能力を兼ね備えている人は、指導するマネージャーの力が弱かったとしても勝手に活躍していきます。その5つとは何か？

ではその5つのポイントを説明します。

1. 素直さ
2. 行動の速さ
3. 成長したいという意欲
4. 逆算する力
5. 顧客に対する感受性の強さ

です。もう少し具体的にお話ししましょう。

●素直さ

ここでいう素直の定義は、性格がひねくれていないことです。何かを指摘したときにすぐに受け入れなかったり、自分の価値観のフィルターが強くて解釈が曲がる人っていますよね。こういう人ではなく、指摘した事実をずっと受け入れる性格の方が成長速度は速いです。なぜなら、結果を出している人の考え方や価値観をまず真似ることが営業として売れる第一歩ですが、素直な人は、それがすぐにできるからです。

●行動の速さ

行動の速さの定義ですが、依頼に対するリアクションスピードの速さです。具体的に言えば、「これやっという」といった指示に期限よりも前にアクションをする習慣があるかどうかということです。売れない人は、この指示に対する行動がめちゃくちゃ遅いんですよ。こういう営業が増えるとマネージャーに大きな負担がいてしまい、組織が崩壊する危険性すらあります。また、相手にとって重要度が高いことにおいて反応が遅い人は営業活動でも似たような事態を引き起こします。

●成長したいという意欲

一言で言えばこれはその人のエネルギー量です。今は何も実績を残していない人でもこのエネルギー量が大きい人は、偉大な結果を残します。日本一クラスのトップセールスになる人は、目標を達成するという執念、意欲が高く、そして昔から大きな目標を達成したい強い動機がエネルギーの源になっていました。そういう意欲というのはなかなか上司が教えるのは難しいものです。貴社がどこまで会社を拡大させたいか？どんな高次元なビジョンを達成させたいか？これが大きいほど、大きなエネルギーの人を採用すれば活躍することになります。

●逆算する力

この能力を素で持っている人はまれです。100人に1名いるかいなか。ですが、つねに逆算する必要がある仕事環境に身を置いていた場合は、この能力が磨かれていくケースもあります。ただ、この力が強すぎる人は自分の利益につながらないことには動かない傾向があるので、その点、評価があいまいな会社などでは早期退職を招く人材タイプかもしれません。

●顧客に対する感受性の強さ

この能力もなかなか教えられるポイントです。トップセールスマンって結構小心者の人が多いし、承認欲求が強い人も多いです。

だから、相手の承認欲求や相手が不安に思うことをすぐに察知できるのです。私の指導した過去の営業マンのうち3名ほど、圧倒的なトップセールスだった人は、実はうつ病になるメンタルリスクを抱えている人たちでした。感受性が強すぎるので、それが悪い方向に行くとメンタルがやられるのです。

これは、あくまで、多くの会社でトップセールスクラスの成果を残した人たちの傾向です。しかし組織というものは、全員このような4番バッターを獲得すれば強いチームになるわけではありません。最も大事なことは、組織が目指すゴールを達成できる役割を決めて、それを成し遂げる最低の人材要件を設定し、採用・育成することです。ですので、自社が求める結果を達成できる営業の人かどうかを見極めることがキーポイントです。

■売れない営業はこの2つが欠けている

上記の中でも絶対に採用の時に見過ごしてはいけない傾向が2つあります。それが、行動の速さと、成長したいという意欲です。この二つが欠けた営業を育てるのは至難の業。貴社の営業マネージャーのレベルがものすごく高いならいいのですが、そうでなければこの二つは兼ね備えている人材を採用することをお勧めします。

■採用基準の設定にお困りなら

上記の説明を読んでも、じゃあどうやって見極めればいいのか？どうやって採用すればいいのか？どんなチャネルが有効なのか？wantedlyはぶっちゃけどうなの？とか、利害関係なく、貴社の営業職採用をうまくいかせるための無料コンサルティングを3社だけ行います。

私代表の内野が自らオンラインにて、営業職採用戦略の無料相談を行います。

時間：1時間

面談ツール：ズーム

対象者：経営者or営業責任者or事業責任者のみ

上限3社になった時点で締め切らせていただきます。

ご連絡は、

1. フェイスブックメッセージで営業採用の

無料相談希望とコメントを頂く

2. uchino@inosell.co.jpに営業採用の無料相談希望

とメールをいただく。

ご連絡お待ちしております。

月間トップセールスノウハウ



小野宏輔

イノセル(株) コンサルタント

新卒で歯科技工物を扱う専門商社に入社。営業職として、入社3年目で年間MVPを獲得、新規事業の業績を2年で3.5倍に拡大させるなど活躍。2019年イノセル(株)入社。

今どんな営業をしているのか

当社は営業職に特化した人材紹介事業を行っており、私はその中で両面型の転職コンサルタントをしています。両面型というのは求職者の方に対してのキャリアコンサルティングと、求人企業様に対しての採用コンサルティングの両方を行っているということです。求職者でいうと25〜30代前半の法人営業経験者を支援することが多く、企業様でいうと成長中のIT系ベンチャー企業が多いです。

トップセールスとしての実績

人材紹介未経験ながら、入社後わずか1年で月間成約800万円を達成。
※業界平均は月間成約200万円ほど

なぜ営業職を選択したのか

学生時代に飲食店でアルバイトをしていたのがキッカケです。実は学生時代にサイゼリヤで4年半ほどアルバイトとして働いていたのですが、そこでお客さんに喜んでもらえることに対して強くやりがいを感じました。同時に、接客よりも深くお客さんと関わることが出来て、且つ自分でなければ出来ないことを突き詰めたいと思うようになったんです。そこで生まれた選択肢が営業でした。

営業として大切なもの

冷たく聞こえるかもしれませんが『結果が全て』だと思っています。結果が出なければ評価されるべきではない、というのが私の考えです。お客さんの満足度も売上に比例すると思いますし。売上がないのに満足度が高い事はありません。あと、結果に拘る事は自分の成長にとっても良いんです。どんなに頑張っているけど、結果が出ていなければやり方が間違っている可能性が高い。そんな時は結果から振り返ってプロセスを見直すんです。常に結果からしか正しい振り返りは出来ないと思っています。

どんな目標を追っているのか

会社から与えられている目標は月250万円の成約です。しかしそれとは別で独自に月500万円の目標設定をしています。高い目標を自らに課して追い込んでいくスタイルをとっているんです。

その目標は最初から達成できたのか

正直単月では未達のこともあります。ただ2019年4月の入社以降、クォーターでは毎回達成しています。

達成できるようになったキッカケは

企業様視点での支援に切り替えたことですね。それまではひたすら多くの求職者に会って関係構築していたのですが、代表からのアドバイスもあり、企業様が求めている人材にピンポイントで会うように心がけました。そこからはコンスタントに成約を上げることが出来るようになりましたね。

何をモチベーションにしているのか

売上ですね。先ほども申し上げたように、売上と顧客満足度は比例すると思っています。また今後は『売りたいものを売る営業』ではなく『なんでも売れる営業』になりたいと考えていて、それが本当の営業だとも思っています。良くないケースは、会社が売りたいと考えている商品を、営業自身がフィルタリングしてしまっただけで売らなくなることです。よほど計画性のない商品なら考える余地はあるかもしれませんが、会社が売ろうと決めた商品にまずは自分が惚れ込んで売っていく姿勢が大切だと思っています。

得意な営業手法は

仮説を立てることですね。こういう商談になるんじゃないか、そうになったらこういう提案をしよう、と事前準備の段階でいかに精度高く仮説を立てるかがポイントだと思っています。更にAの仮説が外れた場合も想定してB・Cと予備も作っておきます。これが習慣になると仮説通りに商談が進む確率がグッと上がるんですよ。あとはヒアリングです。相手が『理解してもらえた』と感じるまで深くヒアリングします。これは代表の内野もよく言うのですが、相手の情景が映像で浮かんで、その時の感情までも理解できるくらいレベルでヒアリングしますね。

営業スタイルの変化・背景

前職は『自分という人間を売り込む』スタイルでした。ひたむきに頑張っていて、いつもニコニコしていたらお客さんに可愛がってもらえて、その結果売れる。キャラクターで売ってたイメージです。それに比べて現職では『相手を深く理解する』スタイルに変わっています。前職は相手を理解しなくて良かったという意味ではないですよ笑

まず相手を理解しないと、何を伝えても信用してもらえないので。そのあたりの意識は変わりましたね。

好きな本

スティーブシーボルドの『一流の人に学ぶ自分の学び方』ですね。20年もの期間一流と呼ばれる人たちの研究し、解明した思考・習慣・哲学を取り上げています。私のバイブルです。

営業の楽しさとは

人間として成長している感覚があることです。自己成長の実感が湧くといいますか。どんどんと大きい売り上げを作っていくとか、前までは話せなかったレベルの人と普通に話せるようになるとか、商談の成功率が上がるとか、そういった点で自分の成長を感じられるのは営業の楽しさだと思います。あと、営業はメンタルにかかる負荷も大きいので、凹んで修復してを繰り返していくうちに、足の裏の皮みたいに強くなっていくことにも成長を感じますね。



挫折経験と乗り越えた方法

正直現職では挫折経験はなくて、これは前職での話になるんですけど。大口顧客を競合他社に取られてしまったことですね。しかもそれが続いたんです。ひたすらショックでした。ただ乗り越えた方法は単純で、失ったぶんの売上を埋めるために新規営業で顧客を獲得しただけなんです。しかも獲得した顧客は全て大口契約になりました。競合他社に取られた経験を逆に活かして、どうすれば全ての注文を自社に頂けるかを突き詰めた結果だと思っています。

とある1日のスケジュール

- 10:00～ 契約企業とのMTG
- 11:00～ 求職者との面接対策
- 12:30～ 求職者とのオンライン面談
- 13:30～ 求職者との電話面談
- 14:00～ 契約企業とのMTG
- 16:00～ 契約企業とのMTG
- 17:30～ スカウト業務
- 18:30～ 社内MTG
- 19:30～ 求職者とのオンライン面談

営業とは
『自分自身を磨きあげ続ける場所』

月間トップMGRノウハウ



小嶋謙人

イノセル(株) 採用事業統括

求人広告の営業を9年半、マーケティング職を4年半、IT企業での営業職を3年と、3社を経験して2019年にイノセルに入社。5歳と2歳の子を持つパパでもあり、毎朝子どもを保育園に送ってから出社。

どんな動機で入社したのか

代表の内野と以前職場が同じだったこともあって、転職を考えている時に相談したのがキッカケです。いろいろと話しているうちに、内野から誘ってもらって入社に至りました。これまで人材業界9年半・マーケティング業界4年半・IT業界3年半を経験してきて、あまり特徴的なキャリアではないんですけど、ずっと営業をやってきたんですね。営業として培った経験を活かして転職支援が出来るのではないかと考えましたし、経営理念の『営業を面白くする』にも共感することが出来たので。

事業概要を教えてください

営業職に特化したヘッドハンティング・人材紹介事業を行っています。

ビジネスモデルを教えてください

顧客は転職を検討している求職者・人を採用したい企業の2通りがあります。企業にご紹介した求職者が入社したタイミングで、想定年収の30～35%をフィーとして頂きます。それまでは両者に対して一切お金はかかりません。

受注のKSF(キーサクセスファクター)は何ですか？

これは個人的な考えにもなりますが、最終面接の同席です。ご紹介した求職者の最終面接に同席すると、ほとんどが内定になるというデータを持っています。

どの程度の期間で目標を追っていますか？

年間・四半期・月間の3指標で追っていますね。

KPIはどんなものを設定されていますか？

求職者と企業の最終面接実施数をKPIに設定しています。これまでのデータを全て洗い出して、達成した月・未達の月を比較した際に顕著に違いがでていたのがこの数値だったからです。当月3週目の金曜日まで、と期限を設定しています。

日常の数値管理はどのようにしていますか

スプレッドシートを使用して管理しています。

セールスフォースなどのSFAシステムはうまく活用していますか

当社では導入してないです。

会議の頻度は

全社MTGが週1回、チームMTGが週1回です。

会議の項目は

その週のgood & newの発表、売上・成約・KPI・事業計画の進捗報告、クレームなどの共有を行います。あと、目標達成が難しそうなメンバーについては全員でフィードバックをします。

率いている部署の組織構成を教えてください

私を除いてメンバーが4名。いわゆるフラット型で、特にリーダーなどは配置していません。

業績が上がらない部下に対してはどうしていますか

頑張れって言います。…嘘です笑

部下が到達すべきポイントを本来の目標より手前に設定しますね。成約を1つ作るまでにはプロセスが山のようにあるんですが、そのプロセスを遡り『やれば必ず達成できること』に目標を設定してクリアしていく。部下に合わせてKPIを変更するようなイメージです。そうすることでプロセスを見直すので、業績が上がっていない原因に辿り着くことが出来ます。

目標達成し続けるマネジメントのポイントは

数か月後の状態を当月で把握しておくことです。当社はフロー型のビジネスモデルなので、必ず支援している求職者がゼロになるタイミングがあるんですね。なので2〜3か月先の見通しを作ることが最も重要だと考えています。



マネジメントの失敗体験

チームの業績の波が大きく、安定感にかけるところですね、まさに今なんです。。

それを乗り越えるために

自分で数字を作りながらチームの数字も作るプレイングマネージャーなので、時間配分が非常に難しいと感じています。メンバー全員の動きを細かくすべて見れる訳でもないの、見るべきポイントと抑えるべきハードルを意識してKPIをチェックすることが必要だと考えています。

部下との関わり方で決めていること

感情的にならないことです。特に負の感情。

メンバーが委縮するじゃないですか。上司の目を気にして働いて欲しくないと思っていて、メンバーがお客さんに100%全力で向かっていける環境を作りたい。その為の支援をしたいと思っています。昔は、自分で売上を作って不足分を部下にやってもらうという考え方だったんですが、リーマンショックをきっかけに変化がありました。当時自分が担当していたお客さんからの発注が全て無くなって、それを機にマネジメントってなんだろう？と疑問を持つようになったんです。そして出た結論が『メンバーに数字を作ってもらう為の環境を整えるのがマネージャーの役割』だということでした。ルーティンは、最初は雑談からスタートすることです。相手にプレッシャーを与えないようにその場の雰囲気を作ります。あと自分のウォームアップの意味合いもありますね。

MGRとして大切にしていること

『トップセールス＝優秀なMGRとは限らない』という点に気付く事です。そもそもプレイヤーとMGRって競技が全く違うんです。極論、自分が売上ゼロでもチームが予算を達成していれば良いので。視座を高くして『チームの売上を達成させる』視点を持つ事が重要かなと。それがMGRのやりがいであり、自分が成長を感じる点でもあり、プレイヤーとは違う面白さでもあります。いろんなマネージャーを見てきましたが、メンバーと競ったらダメなんです。部下が100万受注したから俺は150万売ってやろうみたいな。それだと視座が部下と同じなので。中にはいるじゃないですか、メンバーの売上を横取りする上司。あれはメンバーと競ってしまっているから起こるんですね。特にプレイングマネージャーは、チームの売上を達成させるという発想に早く切り替えないと苦しみますね。

好きな本

三枝匡さんの『戦略プロフェッショナル』ですね。刺激的で面白い小説です。

勝ちに不思議の勝ちあり

負けに不思議の負けなし

クライアントインタビュー

イノセルを使う前と使った後、どんな変化がありましたか？

当社はお客様の営業支援を提案している会社なので、お客様からは営業のプロ中のプロと思われるんです。ただ、現状はそういうプロはこれから育てていく必要があり、若手も多いのでお客様の期待値とのギャップもあります。それをどう埋めていくかが課題だと思っています。これまで新卒を中心に採用してきたのですが、育つまでになかなか時間がかかるので、中途採用を2年前から積極的にやるようになりました。人事を新卒・中途合わせて2名体制でやっており、たくさんの応募をスクリーニングしていく時間がないので人材紹介会社を使って採用をしています。イノセルさんは社名がイノベーションセールスということで、まさに当社のような感覚に合うと思ったのです。起業した時に、代表の内野さんにお声がけしてお付き合いが始まったのですが『営業を理解した方が営業を採用する』というのがとても大事なかなと思っています。恐らくその感覚がわかっているからこそ、イノセルさんが良いなと思う応募者は、我々も良いなと感じるし、70点くらいだったら本当に70点です。微妙だったら微妙というその感覚が我々とマッチしているのがすごく良いと思っています。

弊社を通じて入社した方はどんな評価ですか？

営業を極めたいという思いが強い男性です。商品に慣れるまでに時間はかかっているものの、すごく頑張っ
て能力以上のことをやろうという気持ちが強いですね。成長も速いと思います。既に受注も何件かいただ
いていますし、楽しみな人材だと思っています。

弊社を紹介するとしたら、どんな会社にオススメしますか？

イノセルさんは営業に特化した人材紹介会社なので、営業に強い会社は当然のことながら、逆に言うと営業が弱いというか、営業(組織)をこれから作りたいという会社にも良いなと思っています。先ほど申し上げたように、当社はそもそも営業自体を支援する仕事なので、営業採用についてはフィットしていました。ただ、技術系の会社やコンサル系の会社などは、専門性の高い方が多かったり、エンジニアでノリが営業っぽくない人が多いんです。そうすると営業が採れない、育たない、伸びないという事態が起きます。だからこそイノセルさんのサービスを利用して、元々営業が弱いというのを前面に出したうえで『だからこういう人を採りたいんだ』と求職者を口説いてもらったら効果が出ると思っています。中長期的に営業部隊を作っていきたいという会社はフィットするかなと思っています。

営業組織が弱い会社こそイノセルさんを使うべきだと思いますね。

自分と同じ感覚で採用基準を理解してくれているのが心強いです。

富田直人 様

(株)イノベーション 代表取締役社長



転職者インタビュー

イノセルを使う前はどんな事に悩んでいましたか？

本当にこの希望で転職活動を進めて良いのか、という悩みはありましたね。

転職が初めてだったので、まずは知り合いのエージェントと話して、その後10社ほど人材紹介会社に登録に行ったんですね。お会いしたエージェントの方は全員第一印象は良かったのですが、求人の提案がズレていた方が多かったんです。私が口にした表層的なニーズと合致した求人をご提案いただいたのですが、感覚的にピンと来なかったんですね。実は明確な転職の判断基準がある訳ではなくて、ビジョンは漠然とあるんですが、そのビジョンにどうすれば近づけるのかもわからないような状態でした。モヤモヤした気持ちのまま話していたので、心の中では『こんな希望でいいのかなあ』とか、曖昧な気持ちのまま相談していたんですよ。だから口にはしているのは表層的な言葉だけで、求人を提案されても心に響かないというか…。そんな状態で相談するのも申し訳ないんですけど。

イノセルを使ってみた感想を教えてください

担当の小野さんが素晴らしかったです。一言で言うと、寄り添ってくれる。

正直、イノセルさんと出会う前に人材紹介会社に抱いていた印象は『自分の利益の為に働く人達ばかり』でした。私のビジョン達成の為にとか、私の状況を良くしたいという思いを持っていてくれる人がいなかったんです。だから正直にいうと、エージェントさんは嫌いでしたし、疑っていました。でも小野さんは、私のキャリアビジョンや過去の実績、今までどんな選択をしてきたのか、自分の心の奥にある深いところまでヒアリングしてくれて、自分でも新しい気付きがありました。相手を理解をしようという姿勢が感覚的にすごく伝わってきたんですよ。私が選考を受けている会社や、過去の行動から、私のキャリアに繋がる求人を分析していただいて、だからご提案いただく会社すべてに興味が沸いたというか、その提案精度の高さに驚きましたね。入社する会社も東証マザーズ上場企業なんですけど、子会社の社長をたくさん生み出したいという成長ビジョンを描いていて、自分自身の将来の起業を後押しするような、そんな会社でイノセルさんを経由して入社することが出来ました。入社先の社長もイノセルさんのことを知っていて『あんなエージェントはなかなかいないよ』と言われたことも入社を承諾した後押しになりましたね。

どんな人にイノセルを勧めたいですか？

私と同じような境遇の人ですね。初めての転職で、どんな判断基準で転職先を選べば良いかわからない…。でもビジョンや成長意欲はあるような方です。自分のビジョンに繋がる会社の選び方を一緒に考えてくれるので、本当にワクワクする会社をご紹介します。



**私のニーズを分析してくれて、
キャリアビジョンに合致した
求人企業の提案精度がものすごく高かったです。**

O・K様（24歳）

東洋大学を卒業後、大手不動産会社で営業を2年経験。
同期400人中1位の成果を残し、デジタルマーケティングの
コンサルティングセールスへ転身。

イノセルTOP 5 人材リスト

入社前の想定とギャップが大きすぎる…
なんで、こんなに売れない営業を採用してしまったんだ…

もし、そんなことを腹の中で感じていたとしたら、
この人材リストをご覧ください。

月間217名の法人営業経験者の転職登録者の中で、
トップ5名の人材プロフィールをご紹介します。

ちなみに、この方たちは貴社へ応募したいという意思を取得すれば、
すぐにお会いすることが可能です。

No.1

IT・デジマ商材で個人売上16億円(年間)の実績を誇るスーパー営業マン

コンタクトセンター・EC・デジタルマーケティング・ビジネスプロセス等のアウトソーシングサービスを法人顧客に対しワンストップで提案。担当顧客は愛知県の名立たる大手企業。名古屋支社の立ち上げにも参画。プレイングマネージャーとしてチームの業績マネジメント・メンバーマネジメントも行い、大手企業の懐に入って継続提案・受注が出来る人材です。

【最終学歴】日本大学経済学部卒業

【転職理由】現職は従業員が5万人を超え、ベンチャースピリットやスピード感が失われつつある。今後のキャリアを考え、IT・デジタル領域での提案活動を活かせ、かつ小規模でこれから成長していく企業への転職を希望。

33歳男性

No.2

人材業界歴約8年。トップセールス、マネジメント、新事業立上げ経験も複数あり
医療業界特化、ハイクラス特化の人材紹介を合計8年経験。

入社半年でトップセールスとなったあとは、プレイングマネージャーとして数字を獲得しながら数名の部下を指導し社内表彰される等、非常に優秀な人材。更に新規事業立上げの責任者に抜擢され、軌道に乗せることに成功するなど経験と実績が凄まじい。キャリアの軸は下記2点。

①人材紹介でのキャリアアップ

②ビジョン・事業内容に共感できる企業に参画し、セールスとしての実績は
もちろんの事、事業を作る側にも回っていきたい

【最終学歴】慶応義塾大学通信教育学科卒業

30歳男性

No.3

トップセールスかつ最年少昇進を果たし、マネジメント経験もお持ちの29歳
学校法人、官公庁を中心とした営業活動を展開。
営業社員の平均売上が5000万円のところ、1億2000万円の売上実績を作る。
さわやかな見た目で誠実なタイプの人材で、レスポンスの速さ、情報収集能力が
高い人材。

【最終学歴】東海学園大学大学院卒業

【転職理由】これまでルートをセールスマインでトップセールスとなり、
最年少昇進を果たした。今後のキャリアを考えた際にご自身の市場価値や
可能性を広げたいと考え、転職活動を開始。

30歳男性

No.4

地頭◎成長意欲◎第一印象◎早稲田大学出身の爽やか好青年

大手旅行代理店にて法人営業に従事。割合は新規50%・既存50%。新規営業の手法はテレアポ・飛び込みが
メインで、扱っている商材は社員旅行。営業目標は安定して達成。素直で地頭の良さが光る。
見た目も爽やか。成長意欲が高く、チームで働く社風の企業を希望している。
同時にビジョン共感も重要視している。

【最終学歴】早稲田大学卒業

【転職理由】現職は社員のモチベーションが低く、変化を好まない社風。
自身の成長や今後の市場価値を考えた際に焦りを感じ、転職を決意。

25歳男性

No.5

外資系証券会社→大手不動産会社で 最速で成果を出している人材

大学時代に約1年3ヶ月の留学を経験し、TOEIC 920 を取得。
1社目は実力主義の外資証券で常に上位の成績をおさめ最終的には264名中7位の実績。
その後、さらなる厳しい環境を求め、
営業成果主義の大手不動産企業に入社し、最速受注達成。

【最終学歴】立命館大学卒業

【転職理由】これまで大手企業を経験し、年功序列の環境であった為、
成果に応じて、正しい評価を頂ける企業にチャレンジしたい。
自分の成長＝会社の成長として感じられるような規模感の会社で
挑戦したいと考え、転職を決意。

25歳女性

「その人材！今すぐ会ってみたい！」という方はコチラ

イノセルTOP5人材リストの中で「会ってみたい」と
思う方がいれば下記よりご連絡ください。
方法はカンタンです。どれを選んでも3分で完了します
ので今すぐお問い合わせください。翌営業日以内に当社
コンサルタントよりご連絡差し上げます。

※お引き合わせを確約するものではありません

もし気になる人材がいれば
今すぐ下記よりお問い合わせください

問い合わせ方法①
Googleフォーム



※左記QRコードより
お進みください

問い合わせ方法②
メール

recruit@inosell.co.jp

※メール本文に『貴社名・氏名・人材ナンバー』
を記載して送信してください

問い合わせ方法③
FAX：03-6869-9759

※下記をご記入のうえ送信してください

社 名 _____

氏 名 _____

電話番号 _____

メール _____

人材No. _____

イノセル株式会社

〒102-0074

東京都千代田区九段南1-5-6 りそな九段ビル5F

TEL：03-6869-9847 FAX：03-6869-9759

MAIL：recruit@inosell.co.jp URL：https://inosell.co.jp