

職務経歴書

2024年10月現在

氏名:K.M

■ 経歴概要

新卒でA株式会社に入社し、マーケティング職に約2年間従事。データ分析、SNS・雑誌・TV等各種媒体への広告出稿、企画品制作等の業務を、企画立案から進捗管理まで主担当として実行し、マーケティング領域全般にわたる知識と経験を保有。

2018年7月より株式会社Bコンサルティングに入社。約6年間、戦略・業務コンサルタントとして幅広いクライアント企業の戦略策定、業務改善、及び実行を支援。案件進行におけるタスク設計・スケジュール管理・リサーチ・データ分析・資料作成・会議のファシリテーション等を、主体的に推進した経験を保有。

2024年4月に同社退職後、現在会社設立準備中。(2024年11月を目途に登記完了予定)

■ 職務経歴

2018年7月～2024年4月 株式会社Bコンサルティング

期間	業務内容
2018年7月 ～2024年4月	<p>コンサルタントとして、様々な業界の業務改善・戦略策定支援に従事。プロジェクト全体のタスク設計・スケジュール管理・各種資料の作成等、主体的に業務を遂行。 (下記、主な参画プロジェクト)</p> <p>【大手IT企業 営業・マーケティング戦略策定～実行支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 主な支援内容 ※1名体制で顧客支援を実行 <ul style="list-style-type: none"> ・ ECモールへの出店を誘致するためのToB営業戦略の策定・実行 ・ ECモールへの広告出稿を誘致するためのToB営業戦略の策定・実行 ・ ECモール売上最大化のためのToCマーケティング施策の立案 ・ Google Analytics及び顧客企業独自の分析ツールを使用したデータ分析 ・ 顧客及び顧客取引先とのKPIの調整 ・ 顧客及び顧客取引先への説明・提案資料作成 ➢ 主な成果 <ul style="list-style-type: none"> ・ 約2年間で合計109ブランドの出店誘致(目標達成率121%) ・ 年間1000万円の広告出稿誘致(目標達成率111%) ・ 企画立案したECモール内キャンペーンでの売上約150万円(目標達成率150%) <p>【大手証券会社 コンタクトセンターナレッジ管理業務改善支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 主な支援内容 ※2名体制(自身+配下のメンバー1名)で顧客支援を実行 <ul style="list-style-type: none"> ・ プロジェクト全体のタスク設計及びWBS作成 ・ メンバーのスキル・成長を考慮したタスクの割振 ・ 業務ヒアリング及びAs-Is業務プロセスの作成 ・ 約1万3000件のナレッジの整理 ・ 顧客内複数関係者との折衷の上、管理ルール及びTo-Be業務プロセスの作成 ・ 管理表(マクロ機能含む)・業務マニュアルの作成 ・ 顧客との協議用資料、顧客内上層部への説明資料作成 ➢ 主な成果 <ul style="list-style-type: none"> ・ 業務プロセスの整備により、監査指摘内容の解消に貢献 ・ 管理表(マクロ機能含む)の作成により、顧客の日次作業時間を約3分の1に短縮 <p>【大手飲料メーカー 調達部門基幹システム(SAP)切替支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 主な支援内容 ※5名体制(上司2名+自身含むメンバー3名)で顧客支援を実行 <ul style="list-style-type: none"> ・ 関連部署全体への業務ヒアリング及びAs-Is業務プロセスの作成 ・ 効率化可能箇所特定の上、職務分掌に沿ったTo-Be業務プロセスの作成 ・ システム要件定義及びワークアラウンド案の作成 ➢ 主な成果 <ul style="list-style-type: none"> ・ 部署横断での業務プロセス整備により部署間の重複業務を削減し効率化に貢献

期間	業務内容
2016年4月 ～2018年6月	<p>年間予算約2.1億円を活用し、主力ブランドのマーケティング戦略立案～実行を遂行。</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 主な業務内容 <ul style="list-style-type: none"> ・ データ分析 Google Analytics を使用。ウェブサイト(PV数・CTR等)、動画広告(再生数・平均再生時間等)、SNS広告(imp・エンゲージメント率等)、店舗売上(店舗別売上推移等)のデータ分析を実施 ・ SNS・雑誌・TV等各種媒体への出稿 媒体選定、訴求内容の検討・決定、企画書作成、進捗管理を実施 ・ 年間広告戦略作成 昨年度売上・競合他社戦略・時流を踏まえた月別広告予算の振分け、営業担当・ウェブサイト担当等売り場担当者との調整等を実施 ・ 企画品の制作 ノベルティグッズの企画立案・進行、パートナー企業選定、店舗・ウェブサイトでの販売個数の調整等を実施 ・ ブランドウェブサイト制作 ブランドウェブサイトリニューアル時の企画立案・進行、ブランドウェブサイト内コンテンツの企画立案・進行、SEO対策の企画立案・進行等を実施 ➤ 主な成果 <ul style="list-style-type: none"> ・ 年間売上17.2億円(目標達成率101%)

■ PCスキル

Word	報告書、見積書、礼状、議事録などの社内外文書が作成できるレベル
Excel	IF・VLOOKUP等を組合せた応用関数、ピボットテーブルが作成できるレベル
PowerPoint	会議資料、提案資料、報告資料が作成できるレベル

■ 資格

普通自動車第一種運転免許	2012年12月取得
--------------	------------

■ 自己PR

< 関係者を巻き込み合意形成する力 >

全体像・課題を誰も把握できていない中、情報の整理・関係者への説明・議論を推進し、合意形成の上業務フローに落とし込んだ経験があります。

前職にて担当した【大手証券会社 コンタクトセンターお客様対応用資料の管理業務改善支援】の案件では、コンタクトセンターのオペレータが閲覧する資料について、資料の全量が把握できていない・各コンタクトセンターに存在する資料更新担当者が各々で資料更新を行っているという課題があり、ほぼ白紙の状態から情報収集及び業務フローを構築する必要がありました。また案件期間は3ヶ月間で、その後は顧客内の特定部署が管理業務を担うことから、その部署のメンバーへ理解を促し、且つ全員に納得感のある業務フローの構築を行う必要がありました。

そのため、まずは資料更新担当者へのヒアリングや資料の内容確認からAs-Is業務フローを作成し、今後管理業務を担当する顧客企業内部署のメンバー全員へ情報共有をすることで、チームとしての認識を統一しました。

その後、課題と考えられる箇所・効率化できそうな箇所やあるべき姿を提示し、それをベースにチーム全員で「現実的には対応可能か」「どのような対応ならできそうか」「いつまでに・どこまで実現する必要があるか」といった観点で議論を繰り返し、To-Be業務フローの作成を行いました。

その結果、案件終了時の顧客評価では今後の運用を考慮した業務設計を高く評価してもらうことができ、さらに顧客の日次作業時間を約3分の1に短縮することに成功しました。

< 困難な事象に対し打開策を考え、実行する力 >

競合サービスと比較し劣勢の状況で、最大限の“出来ること”を考え実行した経験があります。

前職にて担当した【大手 IT 企業 営業・マーケティング戦略策定～実行支援】の案件では、大手 IT 企業(以後顧客企業)にて、同社が新規事業として立ち上げたコスメ EC モールへ、コスメブランドの出店を誘致する法人営業戦略の策定を行いました。

顧客企業はメッセージアプリやそれに付随する各種サービスの知名度はあったものの、コスメ EC モールとしては参入直後であったため、コスメブランドに対して十分な売上見込を提示できず、競合サービスと比較し出店メリットが小さい状況でした。

そこで顧客企業が持つ強みとコスメブランド目線でのメリットを考えた結果、「将来的なメリット＝EC モール自体の成長可能性が高く今取引することが最善と判断してもらう材料の提供」「直近のメリット＝顧客企業内別サービスでの無償広告枠の提供」を提示するのが最も良いのではないかと考え、自ら 2 つの対策を実行しました。

1 つ目は、「将来的なメリット」を感じてもらえるような提案資料の改善です。直近 5 年間でサービス全体として目指す姿・実装予定機能・開催予定キャンペーンについて、顧客企業内担当者全員の考えを集約することで、コスメブランド目線で“この EC モールに今から出店しておけばメリットが大きいかもしれない”と感じてもらえる提案資料を作り上げました。

2 つ目は、「直近のメリット」として提示できる無償広告枠の社内調整です。先述の通り顧客企業はメッセージアプリやそれに付随する各種サービスとしての知名度はあったため、それらの無償広告枠を確保しコスメブランドに提供することができれば、出店するメリットになることは明白でした。一方、無償広告枠は限られた枠数を全社で有効活用する必要があり、簡単に確保できる状況ではありませんでした。そこで、まずコスメ EC モールと相性が良さそうな顧客企業内の別サービスを洗い出し、同サービス担当者へアポイントメントを取り付け、課題をヒアリングしました。その後その課題に対してコスメ EC モールが貢献できるデータを取りまとめて企画書を作成し、各サービスの担当者との交渉を繰り返すことで、無償広告枠を複数確保することに成功しました。

その結果、コスメブランド担当者に「将来的なメリット」「直近のメリット」を具体的に理解してもらうことができ、目標 90 ブランド誘致のところ、109 ブランドの誘致に成功しました。

以上