**職　務　経　歴　書**

\*\*\*\*年\*\*月\*\*日

氏名: ○○ ○○

**< 職務経歴概要 >**

○○大学を卒業後、化粧品メーカーの○○化粧品株式会社に入社。マーケティング部に配属され、自社・他社商品の販売動向や消費者動向をつかみ、売上げ拡大に貢献することが出来ました。その後、外資系消費財メーカーの株式会社○○○○に転職、海外の本部とも連携をとりながら、日本国内における消費者嗜好にあった商品開発に成功。販売戦略・プロモーションを企画し営業部門との連携によって大ヒット商品に成長させることができ、結果、売上利益に大きく寄与し、現在に至っております。

**< 経験・スキル >**

－ 商品企画・開発

市場調査をもとに消費者ニーズの掘り起こしをおこない、現行商品の改良や新商品の企画立案。

商品コンセプトの企画から、実際の商品開発、マーケットへの投入、販売促進・PR、効果測定までワンストップで担当

－ 販促・プロモーション

広告戦略、媒体戦略の企画立案を行うと同じに、営業部門への新商品導入に対する教育、販売マニュアル及びプレゼン資料の制作。SNS・メルマガの活用した宣伝戦略策定、各種イベントとのタイアップ等

|  |  |
| --- | --- |
| **<職務経歴詳細>**  **20xx年x月～20xx年x月 ○○化粧品株式会社**  **事業内容：化粧品メーカー　　　資本金：xxxxx百万円 社員数：xxx名 非上場** | |
| 期間 | 業務内容 |
| 20xx年x月  　　～  　20xx年x月  （○年○ヶ月） | 商品マーケティング部配属  部長以下5名で主に以下の業務を担当  ◆商品企画・開発  ・マーケティング会社と連携し、消費者調査・市場調査の企画・立案・実施  ・新商品のコンセプト作成し、研究開発部との打ち合わせ、評価・検証  ・制作部と連携しパッケージデザイン、ネーミングの作成  ・市場導入計画の策定、価格設定・販売・収益予測データ作成  ◆プロモーション・販促  ・プロモーション計画・宣伝・媒体戦略の企画・立案、広告代理店との打ち合わせ、折衝  ・セールスマニュアル・プレゼン資料の作成、制作部とカタログ、販促ツール制作の連携  ・直営販売店に対する新商品導入のコンセプト、販売教育  【主な実績】  － xxxx 年 商品コンセプトが市場に受容され、月販 xxxxx個達成  － ○○とのコラボレーション商品を開発、月販目標売上xxxx円を 3ヶ月連続達成に貢献 |
| **20xx年x月～現在 株式会社△△△**  **事業内容：外資系消費財メーカー　　資本金：xxxxx百万円 社員数：xxx名 非上場** | |
| 期間 | 業務内容 |
| 20xx年x月  　　～  　現在  （○年○ヶ月） | マーケティング企画室配属  室長以下4名、アシスタントマネージャーとして、室長をサポートする傍ら、米国本部と連携をとり、日本国内でのマーケティングを担当  ◆ブランディング戦略  ・米国本部と連携し、日本国内における効果的なマーケティング戦略の策定  ・ブランド認知度の調査、及び競合調査  ・新商品に対する顧客認知及び満足度調査  ・大手スーパーとタイアップしたプライベートブランドの開発  ◆宣伝・販促  ・TV、雑誌、交通広告等の企画、代理店とのディレクション  ・WEBマーケティング戦略立案、WEB広報課と連携しSNS・メルマガを活用した宣伝  ・各種イベントとタイアップ・コラボレーション企画  【主な実績】  －担当新製品について社内従来品売上より昨対比140％を記録  －インターネットでの受注率○○％アップ  －インターナルブランディングとして、全社のブランド戦略会議を企画運営 |

**< 取得資格 >**

|  |  |
| --- | --- |
| 取得年月 | 資格名 |
| 20xx年x月 | TOEIC　880点 |
| 20xx年x月 | マーケティングビジネス検定　B級 |

**< 自己PR >**

ポジティブに行動し、その結果をしつかり検証して次のプランをたてるPDCAサイクルを意識して取り組んでおります。マーケティングは人との関わりが非常に重要であり、社内外の協力体制構築や細やかなコミュニケーションには自信があります。

また消費者の立場に自分を置き換えて、広い視野でトレンドを知る事を常に意識し、一歩先のアイデアに活かしておりマーケティングのプロフェッショナルとして更なる経験を重ねていきたいと思っております。

以上