

Members Introduction



st

獲得



KAWAMOTO川本 祐也 YUYA 同志社大学 理工学部 4回生

AOKI YUMA

青木 悠磨 立命館大学 経営学部 卒業 CFOリーダー





BCC関西

3rd

SAKAI RYUKI 阪井 琉生

大阪経済大学 経営学部 4回生 BCC関西



獲得

TAKINO KOTA

桃山学院高等学校 卒業

SUZUKI TATSUYA 鈴木 達也

グローバルコミュニケーション学部 卒業IS



YADA 6th **HIROMI**

18件 獲得

彌田 広海

経営情報学部 卒業 CFO



KOBAYASHI th SHOTARO

小林 将太朗

人文学部 卒業 CFO



NOSAKI **MIKIYA** 野崎 幹陽

鹿児島大学 農学部 MOT



9th KONO TOMOHITO
TO

大分県立宇佐高等学校 卒業 TOM リーダー

15 件 獲得



KONO TOMOHITO 10 KONDO TOMOHITO 10 KONDO

14 件 獲得

近藤 抄多

近畿大学 法学部 1回生 SOL リーダー



KADOYA SHOTA 角谷 翔太

京都産業大学 法学部 4回生 XYZ



12th OKUDA

13件 獲得

獲得

奥田 健也

京都産業大学 外国語学部 卒業 GTF リーダー



SAITO TAIGA 齊藤 大河

愛知学院大学 商学部 2回生 BCC名古屋



VOL.32 2021



14th KANASASHI YOSHIKI

12 金刺 佳輝

東海学園大学 スポーツ健康科学部 4回生 BCC名古屋



OKUHARA RIKUTO

奥原 陸斗

近畿大学 経済学部 3回生 TOM



EMOTO SHINSUKE 恵本 真佑

近畿大学 経済学部 2回生 TOM

営業が身だしなみで 気をつけるべきポイント チェックリスト

男性の営業はココを見られている!

営業マンが身だしなみを考える際、必ず守らなければならないマナーがあります。

それは、相手に好まれる身だしなみを選ぶというルールです。

自分の趣味嗜好ではなく、「相手に好感を持たれる服装」という観点で身だしなみを整えなければなりません。

足元のセンスとお手入れ・・・□

一流のビジネスマンは、相手の靴を見てその人を判断すると言われます。

「おしゃれは足元から」という言葉もあります。

いくら着こなしが完璧でも、足元がイマイチだったら台無しになってしまいます。

足元のセンスも営業マンには必要な要素なのです。

また、靴の手入れも大事です。週に一回で良いので汚れを落とし、クリームで磨くという作業を習慣にして下さい。

ビジネスシューズの手入れはとても面倒かも知れませんが、その面倒な作業がしっかりと出来ている 人であれば仕事もキチンとこなす人だろうと判断されるのです。

スーツの型崩れ・・・□

スーツは、美しく見せるため、適所に肩パッドや芯などを配置しながら作られています。

しかし、着方や保管の仕方によってはそのバランスを保てなくなります。

そして、型崩れを起こしてしまう事もあります。

スーツは日々懸命に戦う貴方を守る大切な鎧。いい状態を維持するためにも、細かな事に気を配って 下さい。

ヒゲや鼻毛の処理・・・□

ヒゲや、鼻毛の処理は万全ですか?

ヒゲの剃り残しがあったり、鼻毛がのばしっぱなしの男性には清潔感は感じられず、だらしない印象を与えます。

まず最初のステップは鏡を見る事です。1日に3回、鏡で自分をじっくり観察し、ヒゲの剃り残し、 肌荒れ、鼻毛など、身だしなみの乱れに気づいて下さい。 身だしなみは、相手に対して仕事への誠意や熱意を示したり、好感を持って貰うための物です。会社によってはマニュアルもあるかも知れません。より良い関係を相手と築くためには、身だしなみを整える事が必要です。

女性の営業はココを見られている!

営業職の身だしなみは、女性であっても TPO に合わせる事が大切です。

特に女性は、スーツ1着で事が足りる男性と違ってスーツに多様性があります。

しかしながら、ファッション性が求められている訳ではありません。ビジネスに相応しい清潔感と信頼感がある装いが必要です。

業種・職種に合った爪や靴・・・□

爪や靴も自分の好みではなく、ビジネス上適切でなければなりません。

まず、爪は手入れがされ、長すぎない事が大切です。

マニキュアも派手すぎないように節度をもつようにしましょう。

そして、営業職は歩く事も多いので、靴はヒールの高さは5センチまでがオススメです。

ピンヒールは、歩きにくいのでやめておいた方が無難です。

業種や職種に合ったものか、今一度振り返ってみて下さい。

ビジネスに最適な口紅の色・・・□

化粧は自然でなければなりません。

口紅の色は職務に合わせてビジネスを意識した物がオススメです。白っぽい物やブラウン系は避けた 方がよいでしょう。

さらに、化粧くずれはしていないかを意識する事も必要です。

化粧をしたら、必ず全身を見てみて下さい。

髪型と化粧のバランス、スーツを着た時のバランスはきちんと合っていますか?見た目の印象は大切ですから、気を抜かないように注意しましょう。

下着の透けや服の露出度・・・□

女性は男性よりも、ファッションに対する意識が強いです。

そのため、個性を出そうとして服装にアクセントをつけようと考える人が多いです。

しかし、営業職であれば、身だしなみで自分を主張してはいけません。

例えば、透けすぎたり露出度の高い服装は不適切です。

外見がお客様に与える影響の大きさをよく考え、服装を見直してみて下さい。

自分を成長させてくれる営業本の選び方

「自分には営業職は向いていない」とネガティブに感じてしまう人もいるかもしれませんが、最初から全ての能力を持ち合わせている人なんてそうそういません。

トップクラスの営業マンでも最初はいろいろな能力が欠けていて、経験や努力によって現在の人格に至っているのがほとんどだと思います。

その「努力」という部分でよく取り入れられているのが読書。 実際の業務で全てを身につけるには相当な時間と労力がかかり、現役の間に全てを身につけることはかなり難しいでしょう。

ですので、隙間時間にビジネススクールに通ってみたり、いろいろな本を読む生活をすることで役立つ知識を身につけたり、他の営業マンの戦略を学ぶことができます。

とは言え、実際書店などで本を探してみると営業本の数は非常に多く、どの本を読めば良いのかわからないまま結局買わない…というパターンに陥ってしまいがちです。 適当なものを買っても内容がいまいち自分に合っていなかったり、途中で飽きてしまっては意味

がありません。 自分に合う営業本を選ぶためには5つのポイントを押さえるのがおすすめです。

これらを意識しながら本を選べばどんな種類の営業職でもシックりくる本を選ぶことができます。

自分のモチベーションが上がる本を選ぶ

よく「好きなことに対してはその力を伸ばすことができる」と言いますが、まさに 仕事に対しても同じで、どんなに能力がなくてもモチベーション次第でやりきるこ とができてしまうんです。そのくらいモチベーションは物事に大きく関連していま す。

本を読むことでモチベーションが上がり、それが仕事にも活きてくるというのが理想ですので、本の内容紹介や最初のページを読んでみて惹かれるものがある本を選ぶようにしてみましょう。

心理学の原則が学べる内容だとベスト

営業職では心理学の勉強も大いに役立つと言われています。

営業をかけるときや商談の際には相手を納得させることが必要ですが、心理学を身につけておけば「こういう言い方をすると相手はこう感じる」や「相手にとってマイナスになる話は先にするべき」といった判断がスムーズにできるようになり、契約にも結びつきやすくなります。

営業のノウハウが学べる内容でももちろん良いのですが、本の内容にこういった心理学的なものが含まれているとより勉強になると言えるでしょう。



自分の仕事内容に合ったものを選馬

本を選ぶ際に自分の仕事内容に合った内容を選ぶようにするとより効率よく学ぶことができるでしょう。

今の仕事に対してある程度の知識や経験があるのであれば、敢えて他の種類の本を読んで違った視点で考えるもの良いですが、今の仕事でより成果を上げたいと思っている人であれば同じ内容の仕事で成功している人の本などを選ぶことがおすすめ。著者によって内容も違いますし、全く逆の発想で書いていることもあり、いろいろな人の本を読んでみると面白く、新しいことを発見できることでしょう。

先輩や同僚がおすすめするもの

自分で本を選ぶのも良いですが、同じ職場の先輩や同僚がおすすめしているものがあるのであれば一度は読んでおくと良いでしょう。

普段同じ仕事をしている同士なら悩みや身につけたい能力も似ているでしょうし、 少なくても全く畑違いの内容ということはないはず。

また、おすすめしている人がしっかりと実績を出している人や成功者であるならなおさら読んでみるべきです。その本を読むことによって必ず何かしら身につけられるものがあるでしょう。

ロングセラーとなっている本

本屋さんではよくランキング形式で棚に本を並べてあったりします。

これでランクインしている営業本や、ロングセラーとなっている本は市場価値も高いということになるため一度読んでみる価値はあるでしょう。

人気があるということは、何かしら人の心を揺さぶった内容があったということに繋がり、新しい会話術や今までの考え方を一変するきっかけになるものかもしれません。

また、一般的に名の知れている本を読んでおくと取引先の担当者や同僚との話題にすることもできますのでおすすめです。

Message

from the president



「価値」ある人財だからこそビジネスの「切り札」となる。

私が考えるサクセスストーリー ビジョン、活動を発信していきます。

マガジン発行にあたり

弊社では、より多くの若者に当社のことをよく知っていただくためにマガジン発行を始めました。

若者たちの存在意義、活躍の場を作ってあげたいという思いから、今では 100名以上の学生を採用し、社会人としてのノウハウを提供しております。

会社として生き残るためには自分以上の後継者を育成しなくてはなりません。しかしながら現在では人材不足の会社が多く、後継者すら作れない時代です。ありがたいことに弊社では希望を持った学生、新入社員がたくさん入社しており、それは今までの社会貢献活動、インターンシップの受け入れなど率先して行ってきた結果だと思っております。

そのような学生がキラキラして働いている姿、活躍している姿をもっと多くの方に知ってもらうために全力でこのマガジンを制作しております。 また、新たな新規事業や弊社での企画、イベントなど楽しい情報もたくさん 掲載していく予定です。

今後の御愛読、何卒よろしくお願い申し上げます。

代表取締役 今泉 篤二



「スラッシュタグウォーカー」は造語で「切り(スラッシュ)札(タグ)」。 成功への切り札となる人財や情報がここに詰まっているという意味。 社内報を読んだ若者たちが未来の切り札となるよう 貢献したいという思いを込めています。



SLASH TAG. WORKER MAGAZINE VOL.32 2021.11

発行元: 日本ネットワークコミュニケーションズ株式会社

発行日: 2021年12月31日

企画・編集:メディア事業社内編集部員

デザイン・印刷:株式会社ワールドデザインテーブル

お問合せ: contact@nncom.co.jp