



営業必見！

人気 10 業界の ハイパフォーマー徹底調査

SALES SCOPE 関連資料

powered by  SALES
SCORE



業界別に営業職の特色を調査した「SALES SCOPE」



営業職の能力は、クリエイティブや事務職と比べ、スキルや資格といった客観的な評価材料がありません。そのため、実際に営業を行う方へのインタビューをもとにスキルチェックやコンピテンシー診断を作成し、営業力を数的に解き明かそうとする動きが盛んになってきています。

しかしながら、そういった診断では画一的な「営業としての正解像」にどれだけ当てはまるかを測るだけのものも多く、商材や手法が多様化する営業の現場に対応できているとは言えません。

SALES SCOPEは人気10業界の営業職へアンケートを実施し、仕事内容や業務成績だけでなく、性格、キャリア志向性、思考行動傾向などの人物特性に至るまで、多種多様なデータを収集しました。

ここでは、「できる営業」と一括りにされがちな優秀層を業界別に分析することで得た、それぞれの業界の特徴や傾向についてご紹介していきます。

調査期間：2020年7月

調査方法：インターネット調査（適性検査「SALES SCORE」利用者含む）

有効回答数：879名

目次

1. 「できる営業」の思い込み・・・4
2. 業界別ハイパフォーマー特性・・・10
3. データドリブンな営業採用・・・22

1.

「できる営業」の思い込み

優秀層傾向の業界比較

営業全体から見る「できる営業」像

「できる営業」のイメージ

どんな業界にでも、どうやってこんなに契約が取れるんだろう、と不思議に思ってしまうほどのパフォーマンスを発揮するセールスパークソンがいます。

人と話すことが得意で、いつも自信に満ちている、そんなイメージのあるハイパフォーマーですが、彼らはどんな会社でも活躍することができるのでしょうか。保険と証券の「できる営業」を思い浮かべると、違う印象を持ちませんか？

人物特性の主要7項目について、実際に成績上位層（上位20%の成績を残したことがあると回答した人）と中・下位層の平均点の差を比べて、各業界で活躍する営業の傾向についてのぞいてみましょう。

営業全体で違いをのぞく

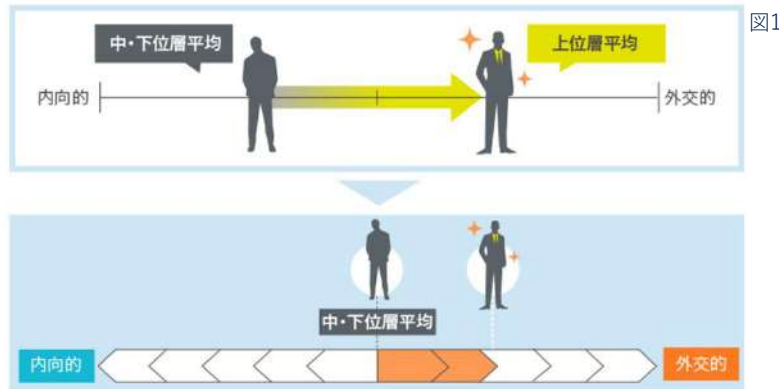


図1

図1は、中・下位層の外向性の平均を基準としたとき、優秀層の平均点との差をどの程度離れているのかを表したものです。

優秀層は中・下位層と比べると、やや外向的な傾向があることが分かります。営業では顧客とのコミュニケーションが不可欠なため、納得のできる結果ではないでしょうか。

「できる営業」の人物特性



図2

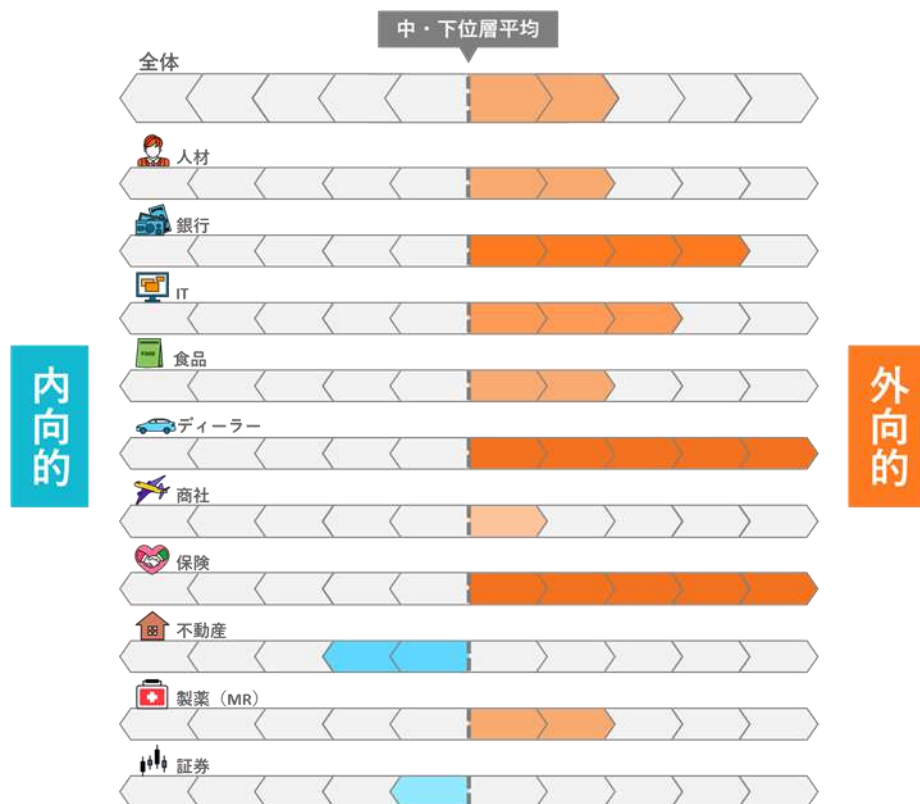
図2では、主要項目における営業全体の上位層と中・下位層の差を、図1のように各項目での中・下位層の平均を基準に示しています。

中・下位層と比べ上位層はやや自信家でスペシャリスト志向な傾向にあることが読み取れます。また、大胆な傾向もあり、この中・下位層と上位層の差が他の項目よりも大きいことが分かります。

自身の業界の専門知識に長け、押しが強く大胆に商談を行う人物像は、皆さんがイメージする「できる営業」とも近いのではないのでしょうか。

では、この傾向が業界によってどのように異なるのか、その差を詳しく見ていきましょう。

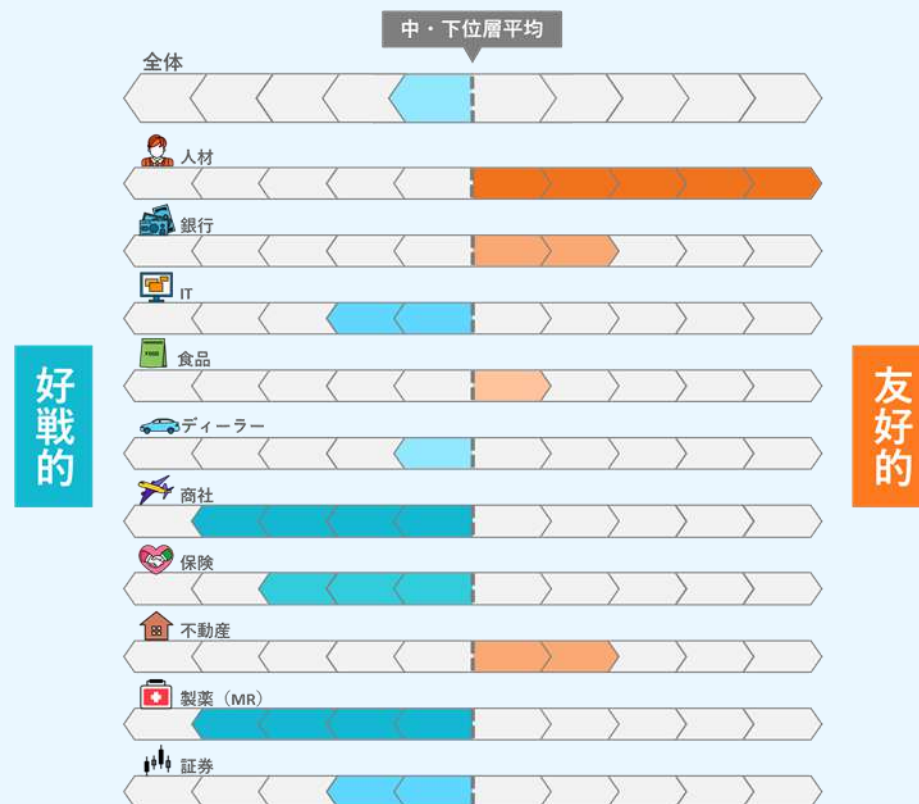
外向性の業界別傾向



外向的であるほど、外からの刺激に影響されやすく、積極的に人とかわる傾向があります。一方で、内向的であるほど分析的で、自分の時間や深く考える時間を大切にする傾向があります。

営業全体と比較すると、自動車・保険業界の優秀層は中・下位層と比べ極めて外向的で、逆に、証券・不動産の優秀層は中・下位層と比べ多少内向的であることが分かります。

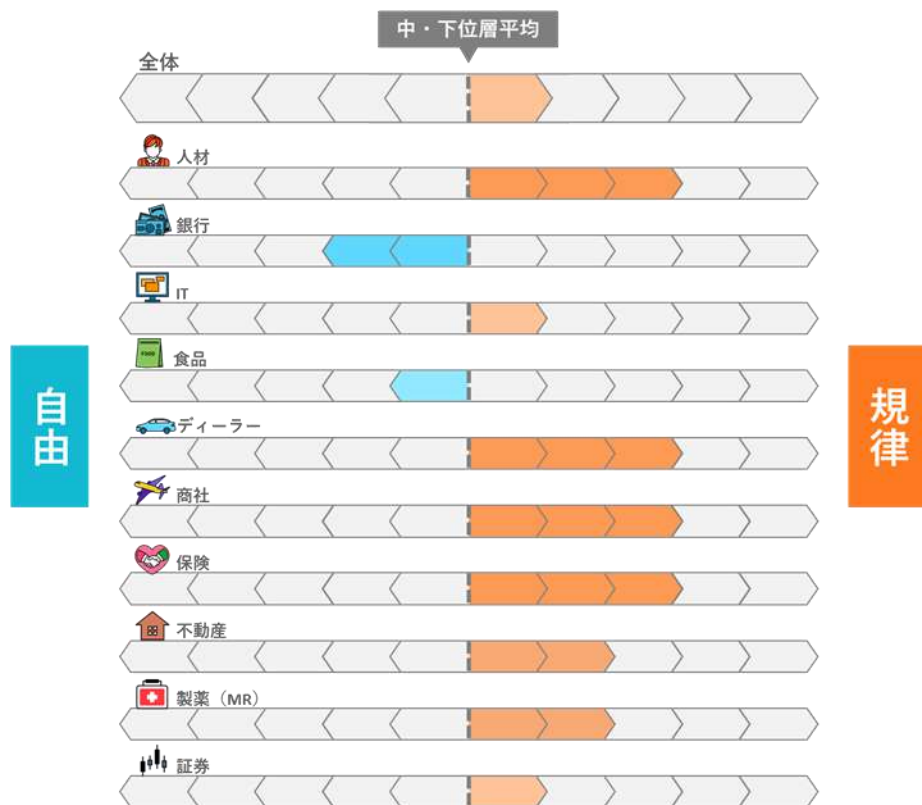
協調性の業界別傾向



友好的な傾向が強いほど人の気持ちを汲み取り、思いやることに長けています。一方、好戦的な傾向が強いほど行動力があり、自分の意見を明確に伝えることに長けています。

営業全体と比較すると、製薬・商社の優秀層は中・下位層と比べより好戦的で、逆に、食品・銀行・不動産・人材の優秀層は中・下位層と比べ友好的な上、人材は特にその傾向が強いことが分かります。

良識性の業界別傾向



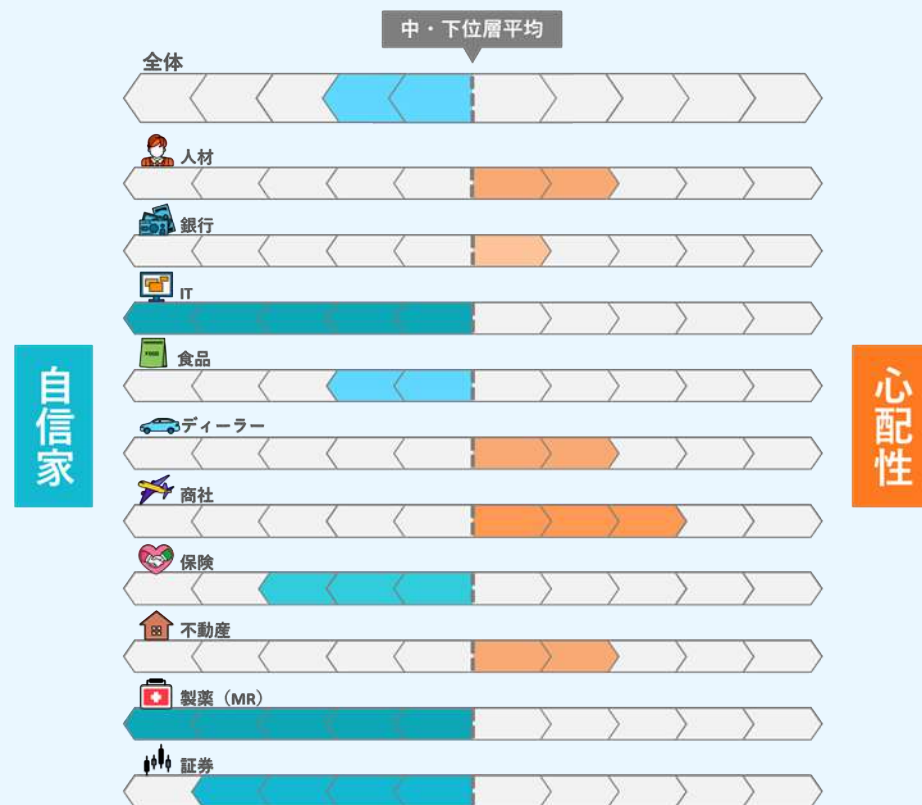
自由

規律

規律の傾向が強いほど勤勉な一点集中型で、粘り強く物事に取り組むことに長けています。一方、自由の傾向が強いほど飽きっぽい性質ですが、柔軟で臨機応変な対応に長けています。

どの業界でも優秀層がより規律的な傾向にあることが分かります。一方、銀行・食品では、優秀層が多少自由な傾向にあることが読み取れます。

情動性の業界別傾向



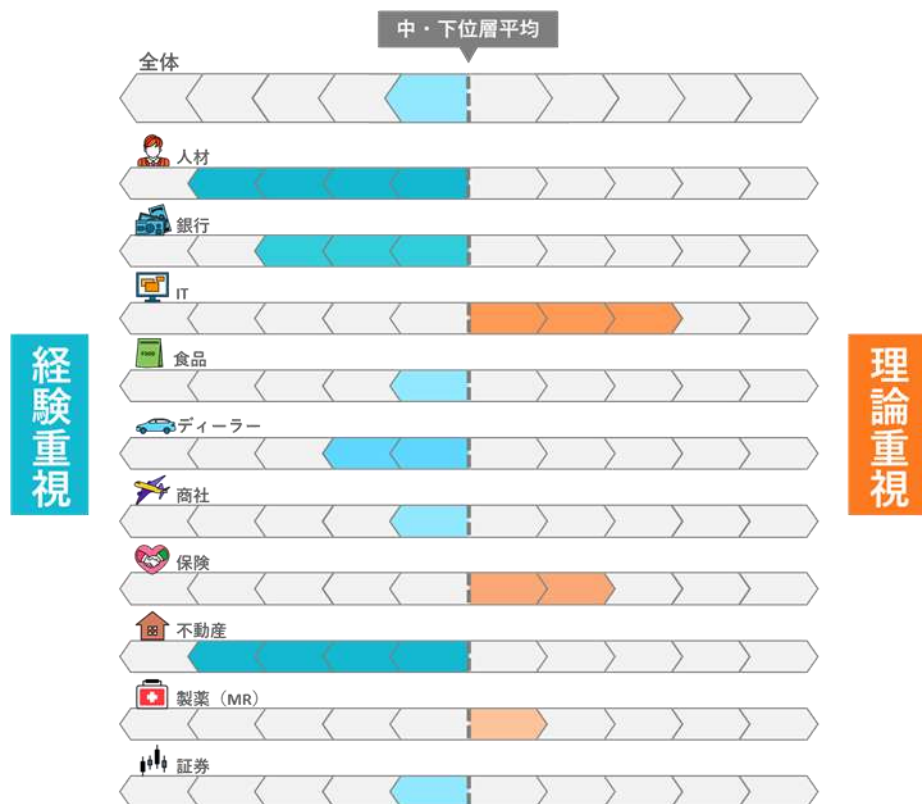
自信家

心配性

自信家なほど物事に動じず冷静な傾向があります。一方で心配性な傾向が強いほど場の雰囲気を読むことに長けており、不安になりやすいと捉えられることもあります。

営業全体と比較すると、IT・MR・証券の優秀層は中・下位層と比べて極めて自信家で、逆に、自動車・商社・人材・不動産の優秀層は中・下位層と比べやや心配性な傾向にあることが分かります。

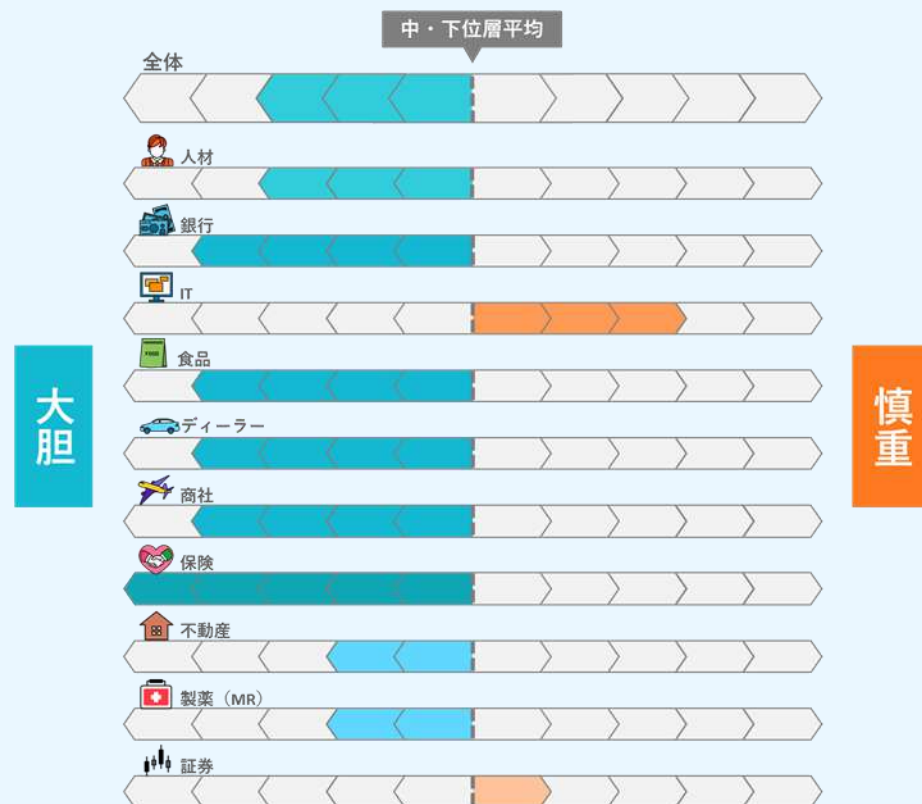
論理思考の業界別傾向



理論重視な傾向が強いほど目に見えるものを重視する現実主義で、一方、経験重視な傾向が強いほど人間関係を大切にし、言語化できない知識や感情を重視する傾向にあります。

営業全体と比較すると、人材・不動産の優秀層は中・下位層と比べより経験重視で、逆に、IT・保険の優秀層は中・下位層と比べ理論重視なことが分かります。

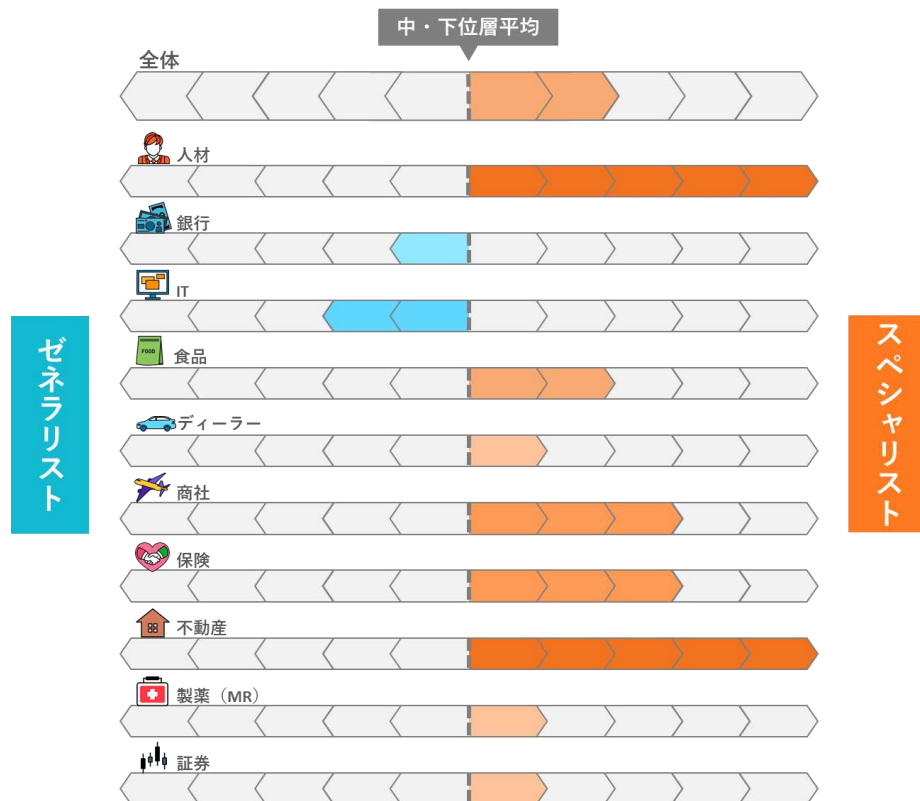
慎重型の業界別傾向



慎重な傾向が強いほど計画をしっかり立て正確さを重視しますが、一方、大胆な傾向が強いほど人を巻き込んで直感的に行動することに長けていますが、無神経で浅はかだと捉えられることもあります。

多くの業界で、中・下位層より優秀層のほうがより大胆な傾向にあることが分かります。一方で、IT・証券の優秀層は中・下位層と比べ慎重なことが分かります。

専門性・機能性の業界別傾向



スペシャリストの傾向が強いほど自身の知識を深めて実践することを重視し、専門外のタスクには目を向けない場合もあります。一方、ゼネラリストの傾向が強いほど広い視野を持って場を管理することに意欲的であると言えます。

営業全体と比較すると、人材・不動産の優秀層は中・下位層と比べ極めてスペシャリスト志向な傾向が強く、逆に、IT・銀行の優秀層は中・下位層と比べ多少ゼネラリスト志向なことが分かります。

このように、各項目を営業全体や各業界で比較してみると、優秀層の傾向や中・下位層との差の大きさに違いがありました。いわゆる「できる営業」に必要なとされる素質でも、その傾向は業界によって異なり、「営業力」と呼ばれる能力は、普遍的なものでは無いことが分かります。

さらに、昨今はIT技術の発達により、対面が主要であった営業活動のオンライン化、分業化も進み、それぞれの営業活動で必要となる能力の専門性が高まっていると考えられます。

昔からの共通イメージである「できる営業」像を追いかけていては、これからの市場で活躍する「できる営業」を取り逃がしてしまうかもしれません。



2.

業界別ハイパフォーマー特性

各業界の優秀層が持つ特性について

営業全体の優秀層特性

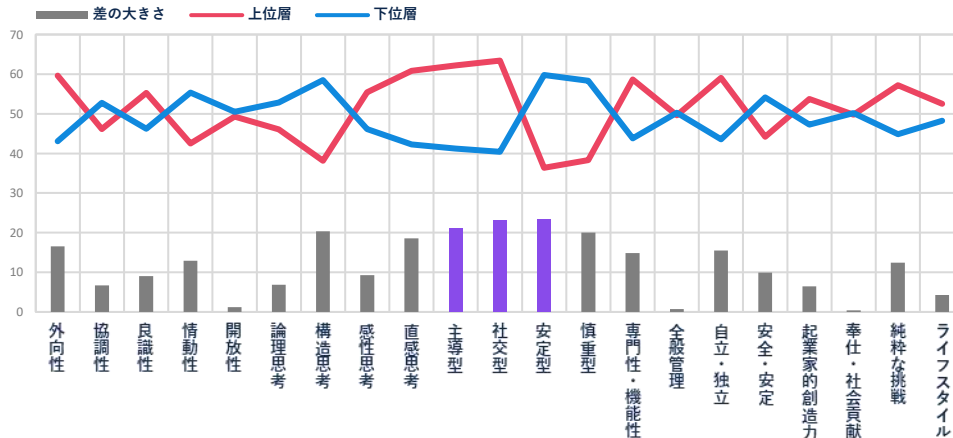
具体的な優秀層の特性

前のセクションでは、主要な人物特性7項目から「できる営業」の傾向について比較し、業界ごとに差があることを紹介しました。

では、営業手法や顧客属性の異なるそれぞれの業界では、具体的にどのような人物が活躍しているのでしょうか。

ハイパフォーマー達のどんな特性がどの程度強いのか、各業界の優秀層と中・下位層の人物特性全21項目を比較し、彼らの特性をのぞいてみましょう。

営業全体の優秀層をのぞく



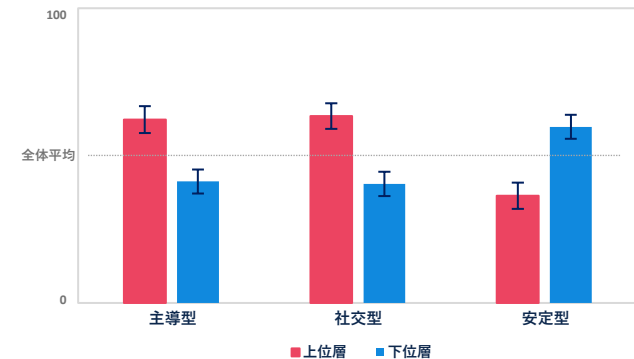
上のグラフでは、下位層の平均点を青線、上位層の平均点を赤線で示しており、棒グラフはそれぞれの平均点の差を表しています。

どの項目でも少なからず違いがありますが、特にグラフ中央辺りの項目で大きな差があることが分かります。これらの項目は人物の行動特性を表しており、上位層と中位・下位層では行動パターンやコミュニケーションの取り方に違いがあることが読み取れます。

優秀層の特徴的な人物特性

このグラフでは、上位層と中・下位層の得点の大きさと、その標準誤差を示しています。

特に差が大きかった、主導型、社交型、安定型の項目について詳しく見ていきましょう。



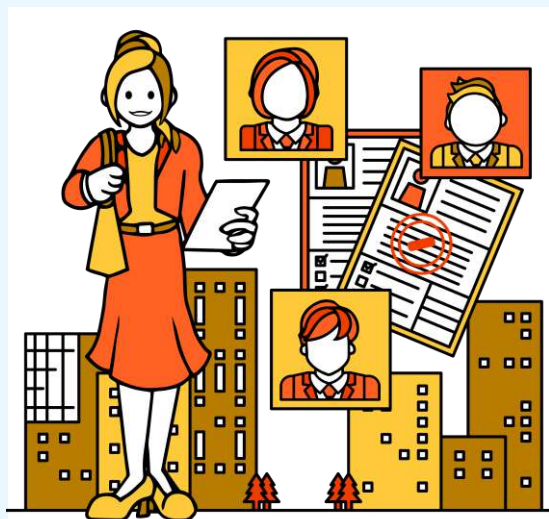
主導型: 意識が高く、何事にも挑戦し貪欲に結果を求める
社交型: 仲間と協力したり、楽しみながら物事を進めることを好む
安定型: 聞き上手で、陰ながら支援するサポート役を好む

ハイパフォーマーは主導型と社交型で中・下位層を大きく上回っています。新規顧客を獲得するためのチャレンジ精神や、部署全体で目標達成を目指す団結力は営業に必須の能力と一般的に言われていますが、実際にハイパフォーマーはそれらの能力に長けていることがデータに表れています。

一方で中・下位層は安定型の平均点がハイパフォーマーの倍近く高いことが分かります。営業活動においてサポートが得意な人物は不可欠ではありますが、営業成績に対してポジティブな影響があるとは言い難いようです。

では、商材や営業手法、顧客属性が異なる業界では優秀層の特性にどのような違いが出てくるのでしょうか。詳しく見ていきましょう。

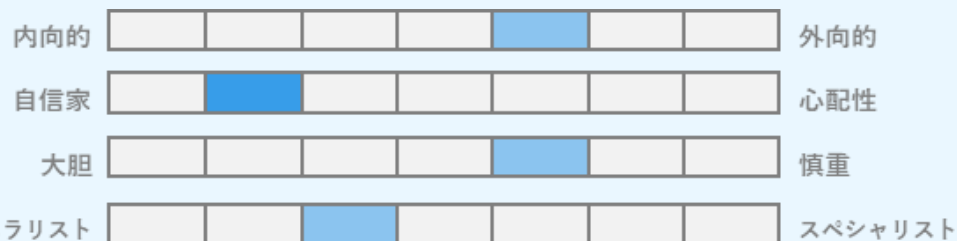
人材業界の優秀層特性



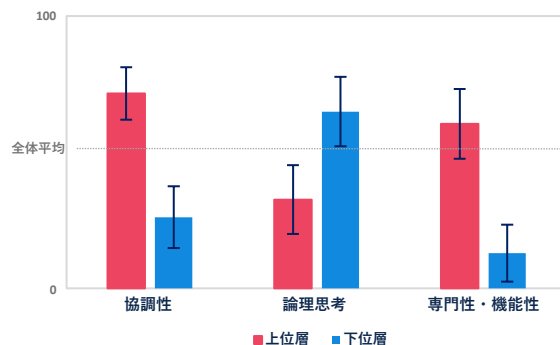
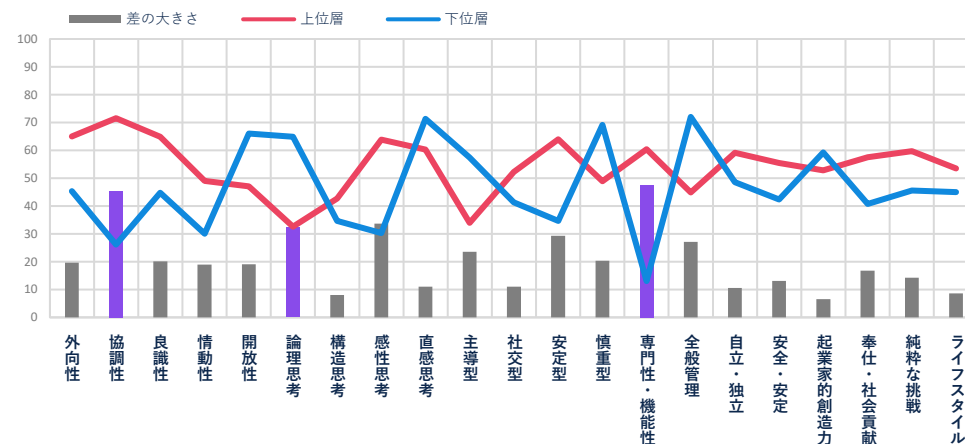
人材業界の全体的な傾向

人材採用に投資を行う企業と働き口を探す人材の橋渡しを担うのが人材業界の営業職です。

慎重で自信家な傾向にあり、企業と求職者の相性を見極める能力や、引き合わせる押しの強さが重要な業界であると考えられます。また、外向的でゼネラリスト志向なため、様々な業界の知識を身に付けるための好奇心や、総合的な判断ができる知見が求められていると言えます。



優秀層特性



協調性
周囲に溶け込み、思いやりのある行動がとれる

論理思考
現実主義で、論理的、分析的に物事を考える

専門性・機能性
自分の能力や技術を磨き、特定の分野での活躍を目指す

上位層は論理思考の得点が低く、協調性で中・下位層を大きく上回っています。現実的な課題解決を顧客に提案することよりも、顧客の気持ちを汲み取って並走することに長けていることが分かります。

また、上位層は知識を深めてスペシャリストを目指したいという気持ちが強く見られます。そのため、特定の業界に明るかったり、キャリアコンサルティングなどについての知識が豊富であることは、営業成績と密接に関係していると考えられます。

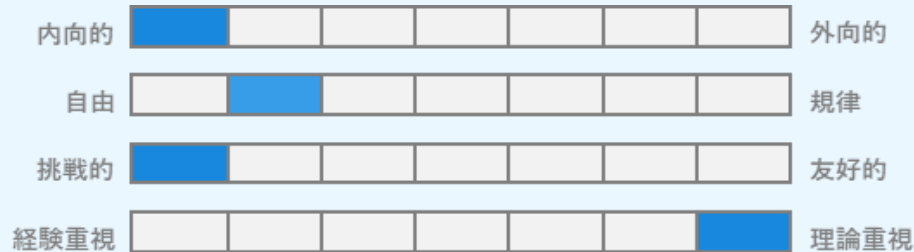
IT業界の優秀層特性



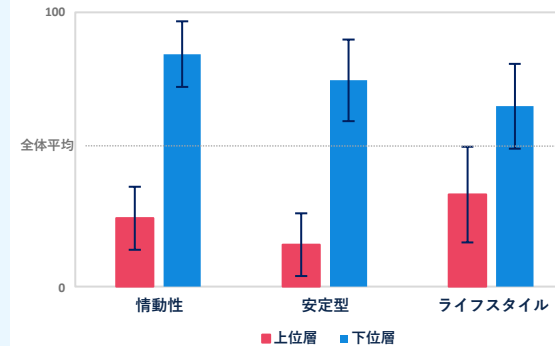
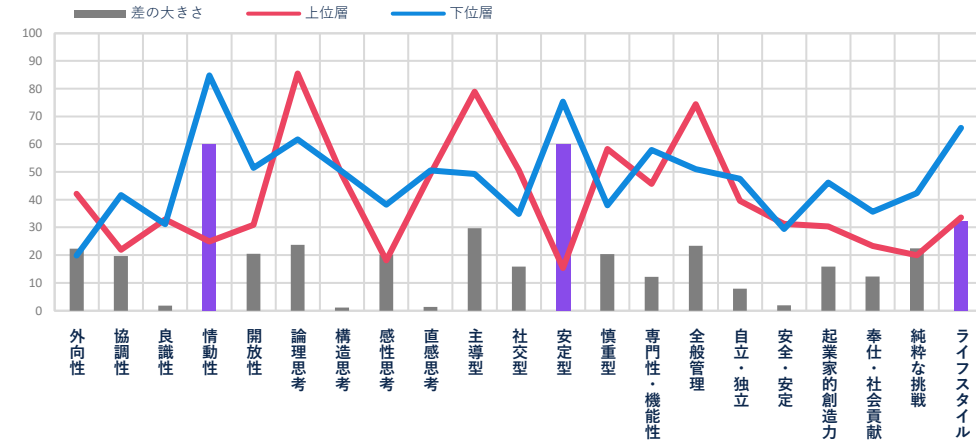
IT業界の全体的な傾向

システム受託開発やソフトウェアなどITに関する商材や、WEBの制作提案等をおこなうのがITの営業職です。

野心や昇進意欲が強く、自身のステップアップのためなら環境の変化もいとわない人が多い傾向にあります。また、内向的な性質も強く、回答の瞬発力や交渉力以上に、システムの仕様や設計についてきちんと理解し熟考できる思慮深さが必要であると考えられます。



優秀層特性



情動性
感受性が豊かで、不安や緊張を感じやすい

安定型
聞き上手で、陰ながら支援するサポート役を好む

ライフスタイル
私生活とキャリアの調和やバランスを求める

上位層は情動性と安定型の得点が低く、自信家で、新しいことに挑戦したり、成功するまで根気強く続けることに長けていることが読み取れます。インサイドセールスが普及しているIT業界では、一日に多数の顧客へアプローチすることが求められるため、商談回数も多く、いわゆる「精神力」の高さが重要になっていると考えられます。

また、中・下位層のライフスタイル得点が高いことから、IT業界で多く導入されている「自由な働き方」をモチベーションに入社している営業は、成績が上がりにくい傾向にあることが考えられます。

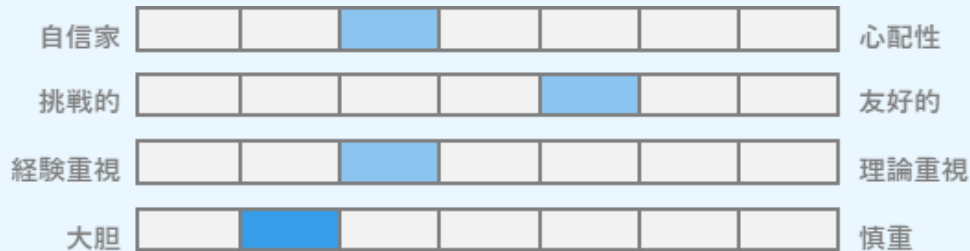
食品メーカー業界の優秀層特性



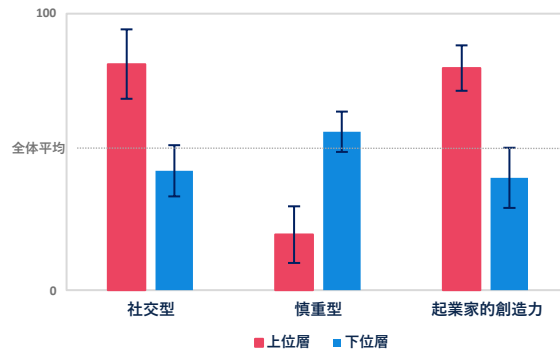
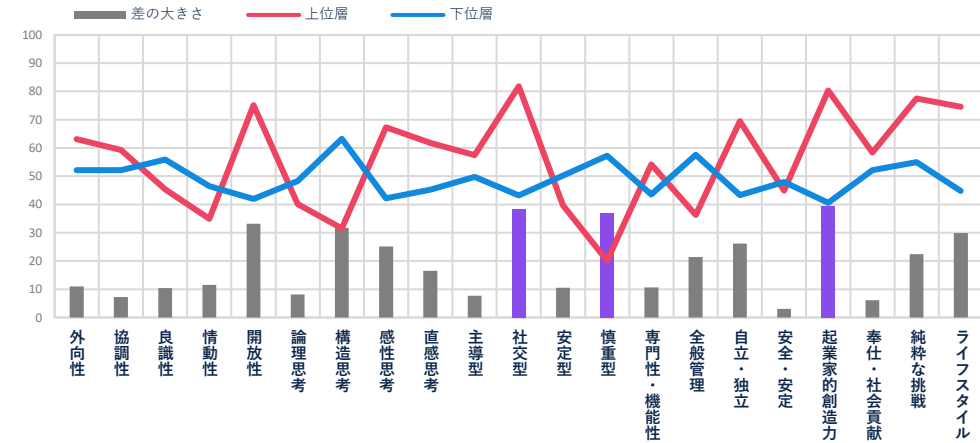
食品メーカー業界の全体的な傾向

食品を扱う小売店や、卸売店、飲食店などに自社の扱う製品を販売するのが食品メーカーの営業職です。

人を先導することが得意な自信家で、協力して物事を進める傾向が強いです。どんな現場でもリーダーシップを発揮することに長けていることが読み取れます。また、大胆で感覚的な傾向にあり、ロジックよりも直感や自分の経験則に従い、思い切った判断をする面もあります



優秀層特性



社交型
 仲間で協力したり、楽しみながら物事を進めることを好む

慎重型
計画的に仕事を進め、成果の質を高めていくことを好む

起業家の創造力
自らの力で新しいものを作り出して達成することを求める

上位層の慎重型の得点が低いことから、過度に準備に時間をかけたりせず、大胆に行動を起こす傾向が強いことが分かります。また、社交性と起業家的創造力で中・下位層を上回っており、人脈を作ったり、人を巻き込んで大きなことに挑戦したりする傾向があることも読み取れます。

食品という商材の性質上、他のメーカー以上に最終消費者との距離が近い業界で、誰しもが顧客になり得る環境です。小さな繋がりも見逃さない社交性と、可能性のある場所には自ら飛び込んでいくような積極性が重要な能力であると考えられます。

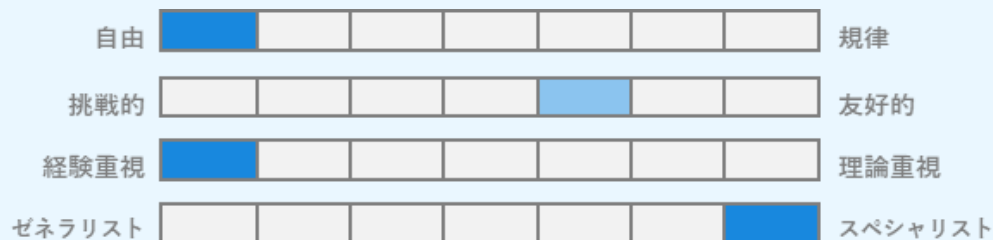
自動車業界の優秀層特性



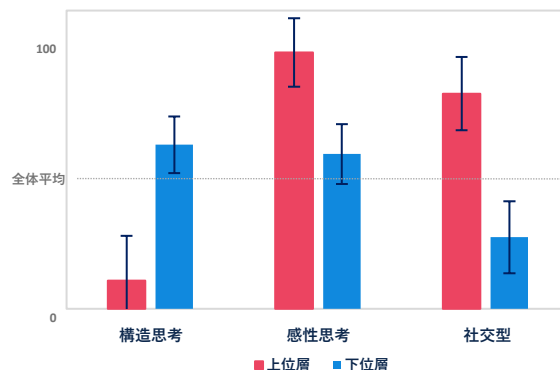
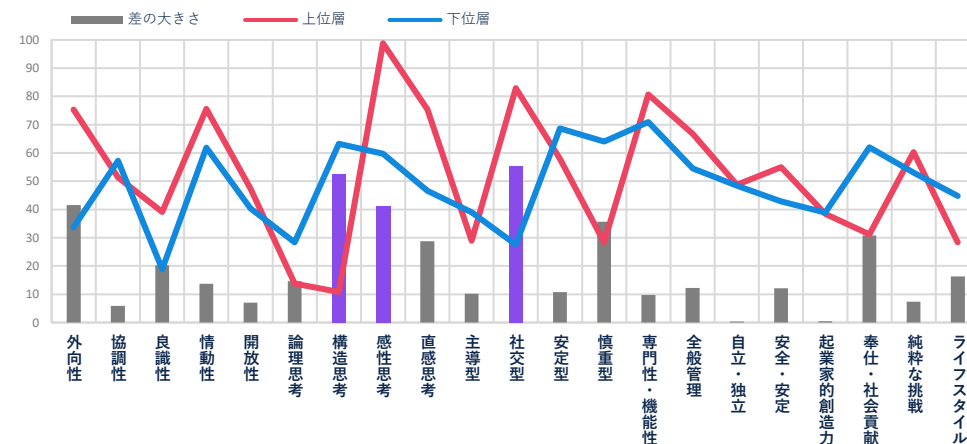
自動車業界の全体的な傾向

自動車メーカーが開発・生産する新車・中古車を仕入れ、お客様に対して販売・メンテナンス（車両点検など）をおこなうのが自動車の営業職です。

経験則や感覚で物事を判断する傾向にあり、型にはまらない柔軟性を持っています。また、顧客の生活を豊かにするために商品の勉強を怠らない、スペシャリスト気質が強い傾向にあることが、全体のデータから読み取れます。



優秀層特性



構造思考
規律やルールを重視し、計画的に考える

感性思考
人間関係や感情の機微に敏感で、気遣いが得意

社交型
仲間で協力したり、楽しみながら物事を進めることを好む

上位層の構造思考の得点が低く、感性思考が高いことから、計画や規則に則って行動するより、数字にできない気持ちを読み取って思いやることに長けています。さらに、人との共同作業にも長けているため、一人の顧客に対してじっくり時間をかける営業が得意であることが読み取れます。

自動車営業ではただ物売るだけでなく、顧客の生活に合わせたカスタマイズから購入後のメンテナンスまで、長くサポートすることが必要です。顧客との信頼関係を時間をかけて築いていく能力が成績を残す上で重要になると考えられます。

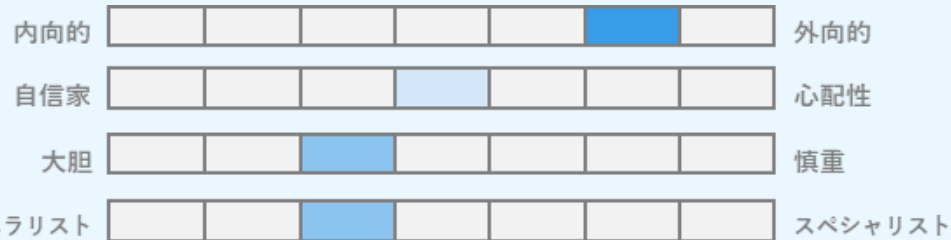
商社の優秀層特性



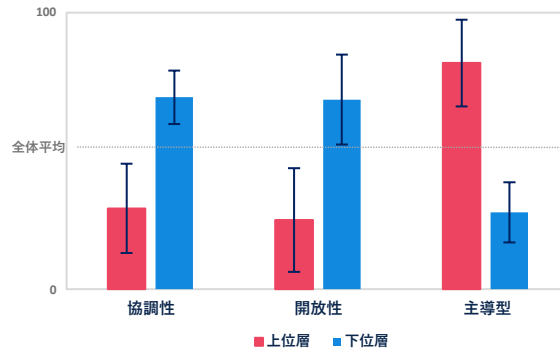
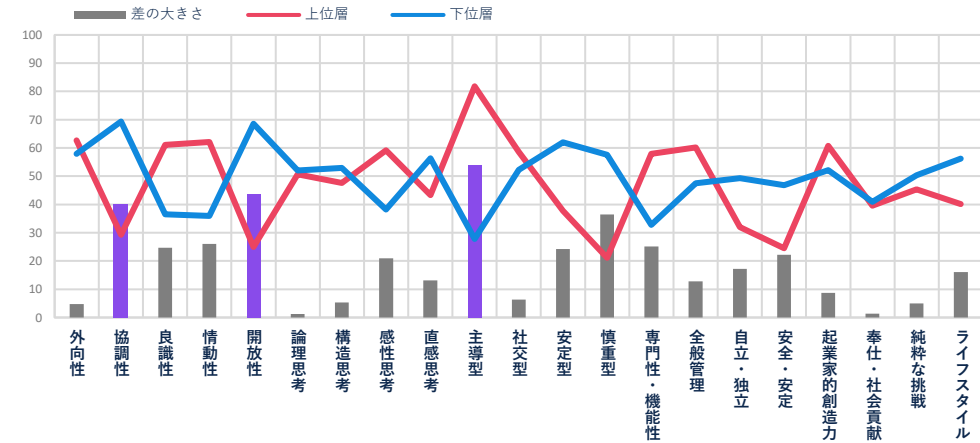
商社の全体的な傾向

商品の売り手と買い手の仲介役となり輸出入を行うのが商社の営業職です。幅広い商品取扱の仲介に加え、事業投資をメインにおこなう場合もあります。

積極的に人と交流し刺激を受けることを好む、好奇心旺盛な傾向が強いことが読み取れます。また、起業家的な感性を持つ人が多く、生産から物流まで一貫して事業に携わる商社では、経営者の視点が必要であるということが分かります。



優秀層特性



協調性
周囲に溶け込み、思いやりのある行動がとれる

開放性
想像力に富み、新しいものや美しいものに感化される

主導型
意識が高く、何事にも挑戦し貪欲に結果を求める

上位層の協調性と開放性の得点が低いことから、周りに流されることがなく、着実にルーティンタスクをこなしていくことが得意な傾向にあります。また、主導型の得点が高いため、チャレンジ精神に富み、能動的に動くことができる傾向にあることが分かります。

華やかな印象のある商社ですが、日本特有の業態ということもあり、承認までのフローが長かったり、年功序列の風土が強いことでも知られています。古い慣習の中で活躍するためには、積極性だけでなく、事務的な作業も効率よく行える能力が必要であると考えられます。

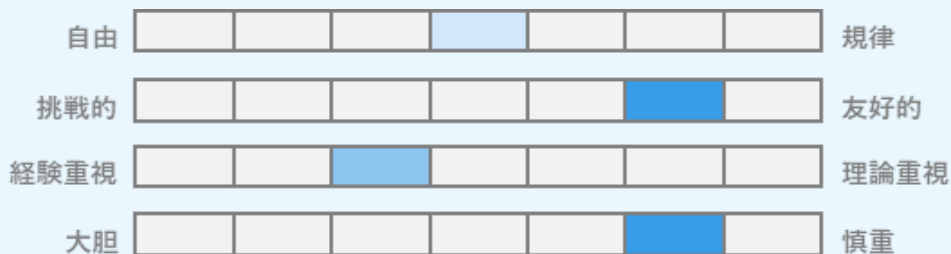
保険業界の優秀層特性



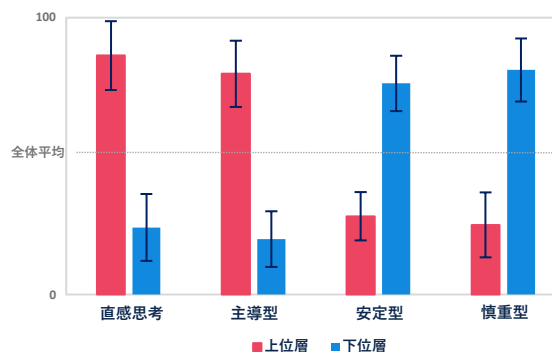
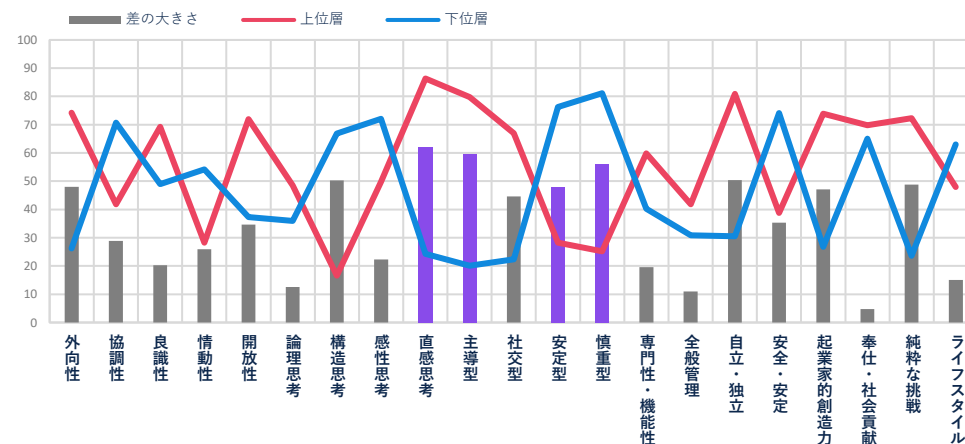
保険業界の全体的な傾向

個人や企業の顧客に対して最適な保険商品を提案し、保険加入に伴う一連の手続きのサポート業務を担当するのが保険の営業職です。

人のためになる仕事をしたいという意識が強く、人の気持ちを汲み取ることにも長けています。同時に、営業では顧客からの信頼を得ることを重視する人が多く、顧客に寄り添い共感しながら、一緒に悩むことができる能力が求められていると考えられます。



優秀層特性



直感思考

新しいものの好きで、物事の全体を直感的に捉えることが得意

主導型

意識が高く、何事にも挑戦し貪欲に結果を求める

安定型

聞き上手で、陰ながら支援するサポート役を好む

慎重型

計画的に仕事を進め、成果の質を高めていくことを好む

上位層では直感思考と主導型の得点が高いことから、判断への瞬発力が高く、積極的に行動することに長けている傾向が読み取れます。一方で、中・下位層は安定型と慎重型の得点が高く、相手の気持ちを汲み取ったり、綿密な計画を立てることに長けている傾向があります。

「もしもの時への備え」を商材としている保険業では、後者のほうが適性があるように思われますが、数十年単位の長期的な契約を多く結ぶためには、慎重になりすぎるよりも、多少強引であっても押しの強さが重要になってくるのだと考えられます。

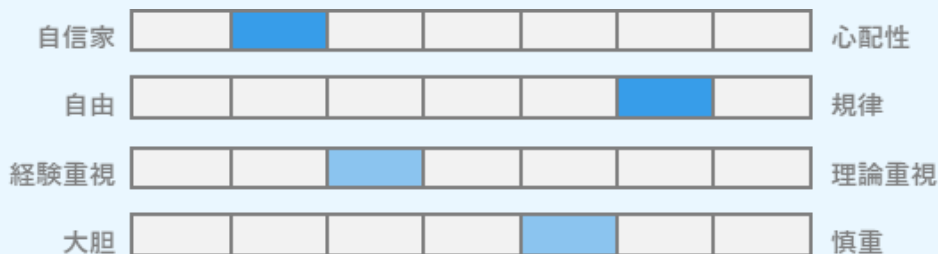
銀行業界の優秀層特性



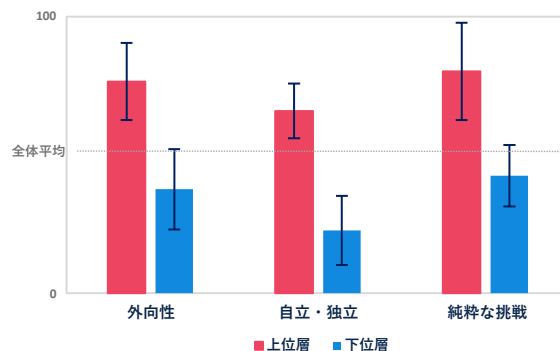
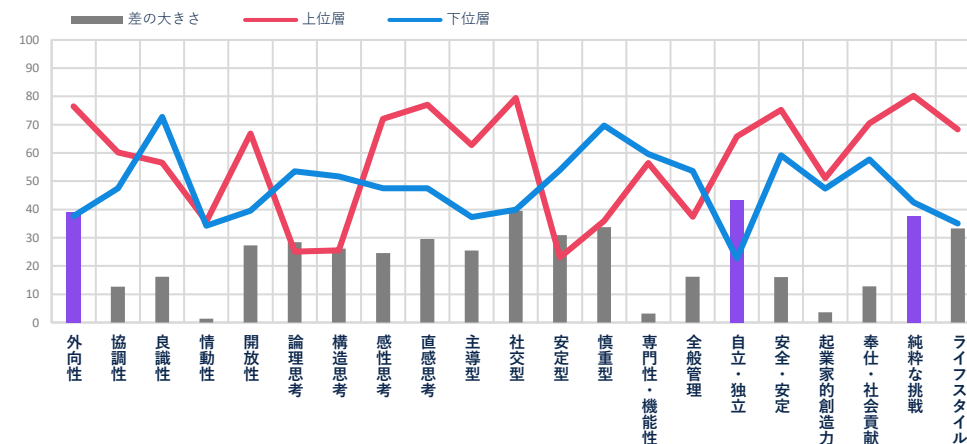
銀行業界の全体的な傾向

投資信託や外貨預金など金融商品の提案を行う他、預金業務や現金の融資などさまざまな項目で契約に結びつけるのが銀行の営業職です。勤勉な傾向が強く、コソコソ物事に取り組むことに長けています。

また、キャリアの安定を重視する人が多く、知識や資格を習得する際も、「知識を深めるため」よりも「一つの組織で長く働くため」のほうがモチベーションに繋がりがやすいようです。



優秀層特性



外向性

外界からの刺激に影響されやすく、積極的に人に関わろうとする

自立・独立

規則に縛られず自分のやり方やペースで仕事を進めることを求める

純粋な挑戦

困難な課題の解決や人との競争にやりがいを感じる

上位層は、これらすべての項目で中・下位層を大きく上回っており、積極的に人とかかわったり、新しいことに挑戦する傾向がみられます。

また、厳格で真面目なイメージの強い銀行業界ですが、意外にも「組織のルールや規則に縛られたくない」という気持ちが強いほうが成績上位であることもわかります。

数多くの同期社員達から頭一つ抜けるためには、業界の安定感に甘えたり周りに流されたりせずに、自分のペースを守りながら仕事をしよう、という意識が重要であると考えられます。

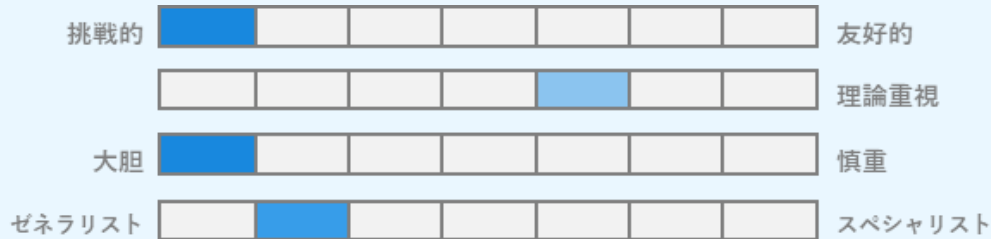
不動産業界の優秀層特性



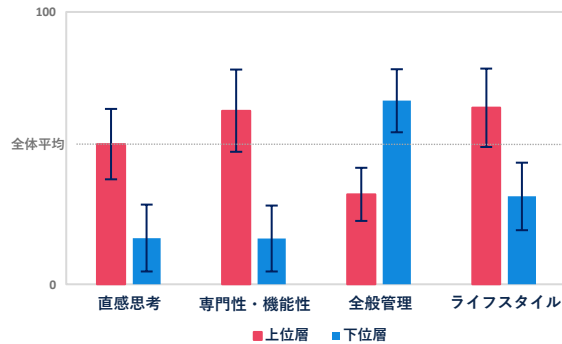
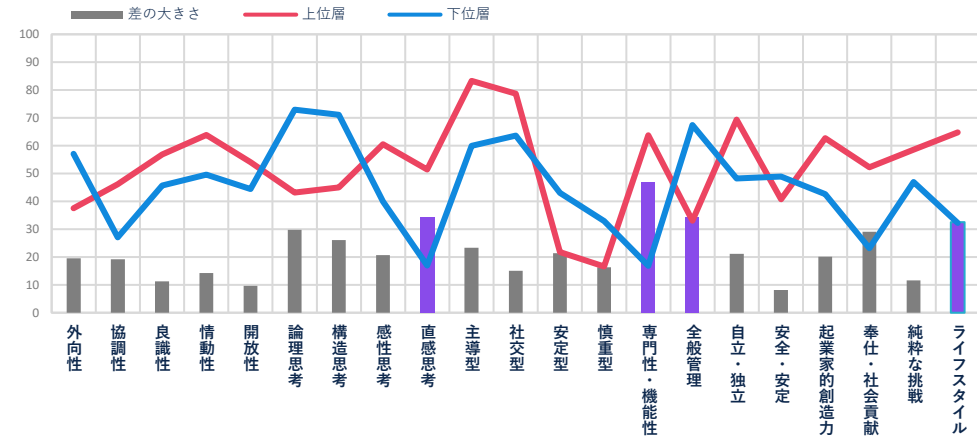
不動産業界の全体的な傾向

マンションや戸建て等の不動産を販売したり、貸主と借主を仲介するのが不動産の営業職の仕事です。

精神的に強く、社交性が高いため、顧客の生活に寄り添った提案や問題解決のための粘り強さに長けているといえます。また、怖いもの知らずで、アグレッシブな傾向もあり、高額な商材を販売するうえでは、顧客の決断を促すための押しの強さに活かされていると考えられます。



優秀層特性



直感思考

新しいものの好きで、物事の全体を直感的に捉えることが得意

専門性・機能性

自分の能力や技術を磨き、特定の分野での活躍を目指す

全般管理

総合的な視点を持って、組織を管理する責任のある立場を目指す

ライフスタイル

私生活とキャリアの調和やバランスを求める

上位層の直感思考の得点が高く、フットワークが軽く瞬時に判断ができる傾向が強いと考えられます。また、専門性の得点が高く、全般管理の得点が低いことから、昇進に対する意欲よりも、自身の知識や経験を活かし現場で活躍したいという意欲のほうが強い傾向にあります。

さらに、ライフスタイルの得点が中・下位層を上回っていることから、現場重視でありながら私生活の充実も図る、メリハリのある働き方が得意な人材が、不動産業では優秀な成績を残す傾向にあると考えられます。

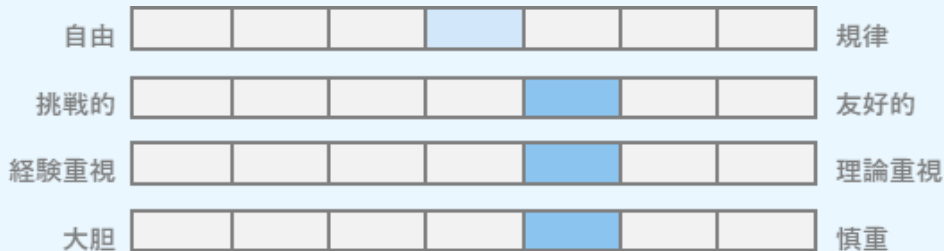
製薬業界(MR)の優秀層特性



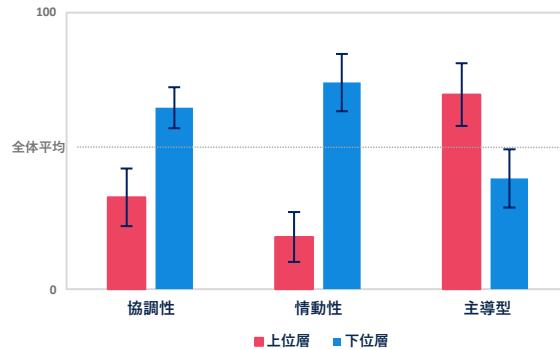
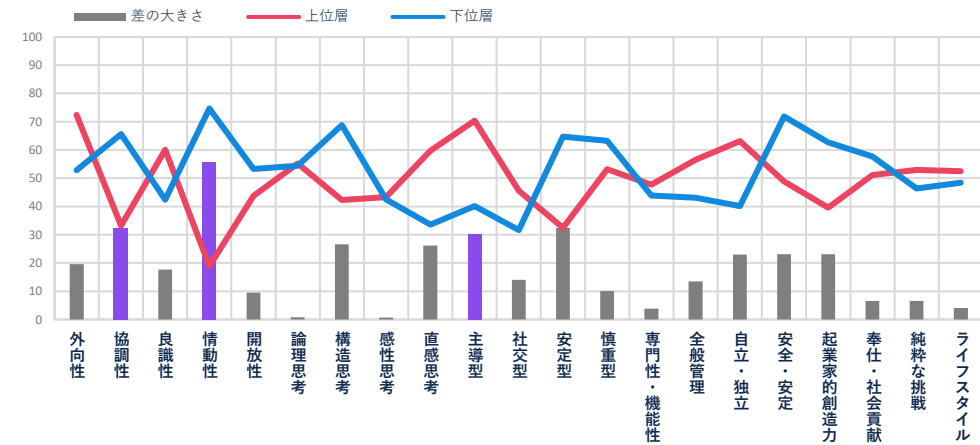
製薬業界（MR）の全体的な傾向

医療品メーカーや製薬企業に所属し、医療関係者に対して自社の医療用医薬品の適正情報を伝えるのが製薬の営業(MR)です。

製薬会社と医療関係者の仲介役として、何か1つに突出していることよりも、すべての能力で安定したパフォーマンスを発揮できることが重要であると考えられます。また、安定したキャリアを重視する人が多く、計画的に物事を進める傾向があります。



優秀層特性



協調性
周囲に溶け込み、思いやりのある行動がとれる

情動性
感受性が豊かで、不安や緊張を感じやすい

主導型
意識が高く、何事にも挑戦し貪欲に結果を求める

上位層は、情動性と協調性の得点が低いことから、ストレスに強い自信家で、人と競うことを好む好戦的な傾向にあることが分かります。また、主導型の得点が高く、チャレンジ精神や向上心があることもわかります。

MRは医師や看護師といった医療関係者へ医薬品の情報提供を行うため、専門家に対しても臆せず堂々と発言できる逞しさが不可欠です。さらに、同業他社との情報交換も活発な業界なため、学ぶ姿勢や積極性が必要とされていることが読み取れます。

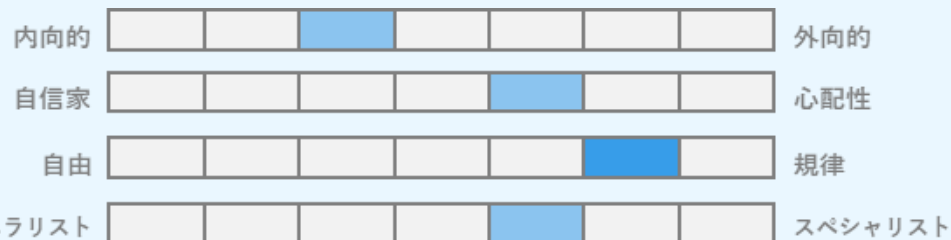
証券業界の優秀層特性



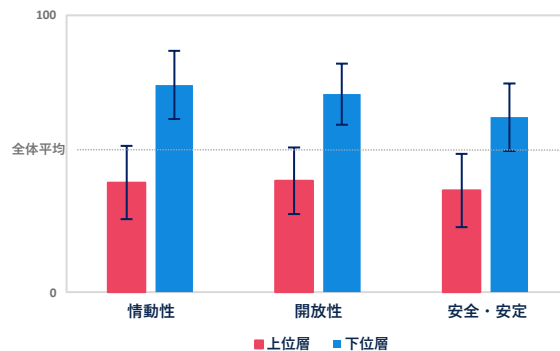
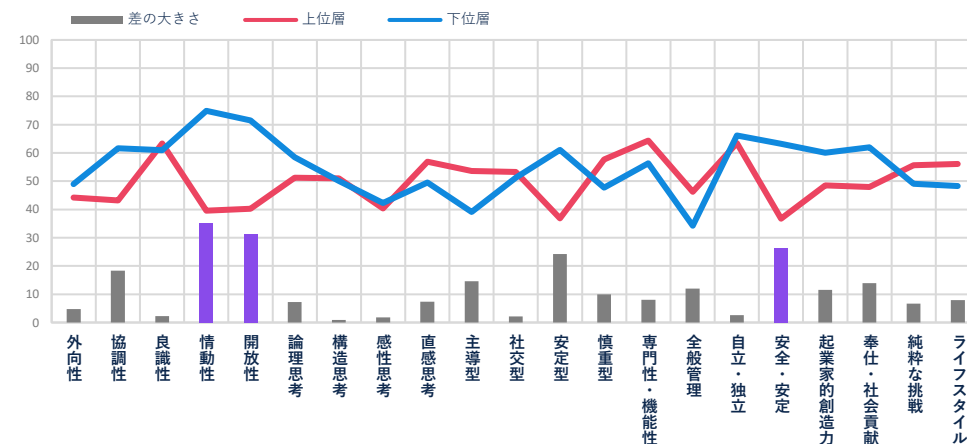
証券業界の全体的な傾向

株式や社債など証券取引にまつわる商材に携わるのが、証券会社の営業職です。証券取引の仲介や販売、運用によって利益を得る職業となります。

多少心配性な面がありますが、リスクの高い提案を行うこともあるため、重要な特性といえます。また、スペシャリストになりたいという気持ちが平均的に高く、知識を身につけ専門家として身を立てることに意欲的であると考えられます。



優秀層特性



情動性
感受性が豊かで、不安や緊張を感じやすい

開放性
想像力に富み、新しいものや美しいものに感化される

安全・安定
組織内での着実で安定したキャリアを求める

上位層は情動性と開放性が低く、ストレスに強く、規則の厳しい単調な仕事を着実に進めることに長けていると考えられます。また、安定した金融業界ではありますが、中・下位層と比べると、雇用や給与の安定をそれほど重視していないこともわかります。

証券のリテール営業ではインセンティブ制を導入していることが多く、自身の成績と給与が直結しています。「売れなければ給料が下がる」というリスクを気にせず、プレッシャーにも強い人物こそ、こういった環境で最大のパフォーマンスを発揮できる人材であると言えます。

3.

データドリブンな営業採用

勘と経験に頼らない営業組織づくり

客観的な指標で効率的な営業採用を

ここまでご紹介してきたように、同じ営業といえど、業界によって活躍するセールスパークソン像は異なります。商材や営業手法、顧客属性や地域に合わせて、必要とされる能力を見極める必要があるのです。

そこで重要となるのが、「客観的な指標」です。「営業は外向的なほど良い」というような経験や勘による主観的な判断材料を捨て、人事データを収集・分析してみましょう。優秀層の傾向を把握することで、活躍人材をより明確に見極めることができます。

あなたの企業独自の「できる営業像」に基づいたデータドリブン採用で
営業採用の効率化を目指しましょう

データドリブン採用の 5 STEP

- 1 調査項目の決定** どんなデータを使って営業力を分析するか決まっていますか？
- 2 調査の実施・集計** データの収集方法や管理の仕方は決まっていますか？
- 3 優秀層の定義付け** 何を基準に営業の優秀さを判断するか、どの程度細かく評価するか決まっていますか？
- 4 優秀層の傾向分析** 従業員の評価と調査データを分析するためのツールや手法は決まっていますか？
- 5 調査結果の活用** 優秀層の傾向を、どのように採用計画や人材育成方針に活用していくか決まっていますか？

弊社提供サービス「SALES SCORE」のご紹介

営業採用に特化した適性検査「SALES SCORE」なら
専門的な知識がなくても、データドリブンな営業採用を実現することができます！

調査項目の決定

BIG 5 をベースとした営業に特化した35項目

調査実施・集計

**WEB検査だからいつでも受検可能
検査完了後すぐに結果を反映**

優秀層の定義付け

営業実績から従業員の優秀さを自動で評価

優秀層の傾向分析

優秀さと検査結果の関係性を自動で分析

調査結果の活用

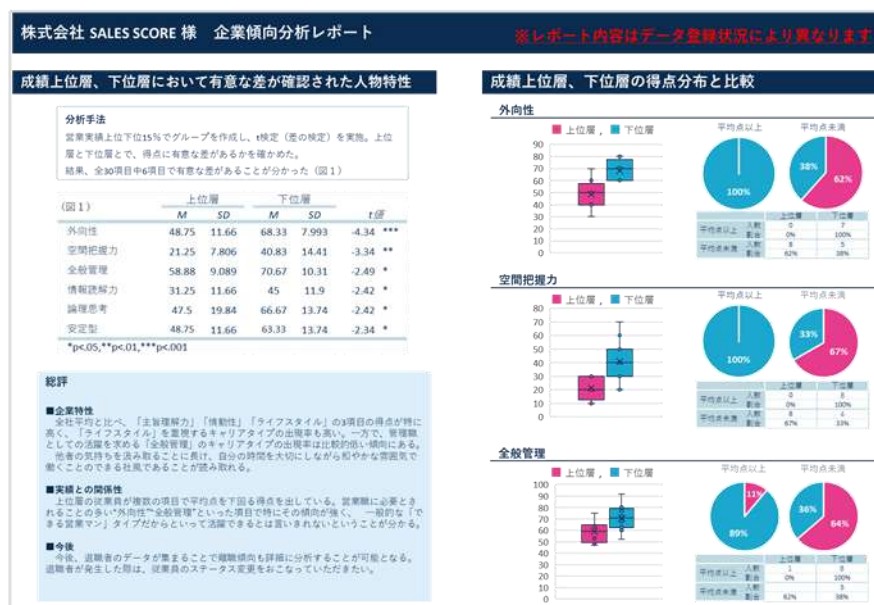
**応募者の活躍期待値を予測実績として可視化
営業タイプやストレスタイプを診断**



[SALES SCOREサイトを見る](#)

[資料をダウンロード](#)

組織の特徴を可視化したレポートを作成します



SALES SCOREを導入いただいた企業様には、専任アナリストが従業員様の検査結果と登録頂いた実績を分析し、組織全体や優秀層の傾向に関するレポートを無料で作成いたしております。

今後の採用計画や人材育成における指標としてご利用ください。

関連サイト リンク集



SALES SCOPE

人気10業界のセールスパーソンを徹底解剖
仕事内容をはじめ、業界風土や仕事へのモチベーションなど、実際に働いてみないとわからない、営業の本音をデータによって紐解きます。



SALES SCORE

営業採用に特化した適性検査「SALES SCORE」サービスサイト
営業職従業員の人物特性を採用候補者と比較し
採用候補者のパフォーマンスや離職リスクを予測します



SALES SOLDIER

1分でわかるあなたの営業タイプ診断
19の質問から人物特性を導き出し、5種の営業戦士タイプと8種の営業属性であ
なたに適した営業スタイルと活躍できる環境を明らかにします。

Company Profile

会社名	オルグロー株式会社 (ALLGROW.Inc.)
代表取締役	南 永一
所在地	渋谷区神泉町10-10VORT 渋谷神泉ビル6階
TEL/FAX	03-5784-4330 / 03-5784-4331
日本法人設立日	2012年6月15日
取引先銀行	三井住友銀行 渋谷駅前支店 三菱UFJ銀行 渋谷支店
加盟団体	東京商工会議所
URL	https://www.allgrow.co.jp