

「初めての売上は一生もの」

四つの要素を持った営業人材の採用強化

電解水素水整水器の領域販売を手掛ける日本トリムでは、職域販売の営業人材の採用を強化している。同社では、「コミニケーション・第一印象」と「謙虚さ・責任感」の「2+2（ツープラスツー）」の要素を持った人材を、採用の判断しているという。

コロナ収束で採用強化

日本トリムによると、コロナが収束したことで、同社の対面販売の営業が活発化しているという。「自己免疫」や「セルフメディケーション」といった志向を持つ消費者が増加しているため、コロナ前よりも、電解水素水の話聞いてもらいやすい状況があるという。

日本トリムでは、三つの理念を掲げて採用活動を行っているという。①企業は人である②夢を実現するために人を教育する③採用は門戸を広げ、教育を徹底する——の三つだ。成長し続け自己実現できる人材を育てることに企業が責任を持つべきであるという、森澤紳勝会長の考えに沿ったものだという。

現在は、中途採用するケースの方が多いというが、「2+2」の要素があれば、対面の営業経験の有無は問わないという。

運動部でキャプテンなどを務め、リーダーシップを発揮した経験のある人材や、何かに挫折した経験のある人材は、採用後に活躍できているケースが多いとしている。先輩社員からの指導や現場での出来事を、素直に吸収できる人ほど、成長性が高いという。

22年に入社したDS（職域販売）事業部の北

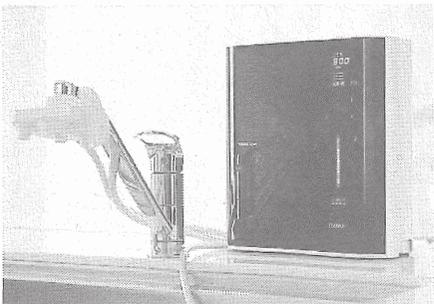
健康セミナーに登壇し、お客さまに電解水素水の優位性やメカニズムの説明を行っているという。

キャリアを生かしてセミナー

北川さんは、「初めての整水器が売れたときはとてもうれしかった。買ってくれたお客さまとは、今でも電話でやり取りをするほど、仲良くさせてもらっている」と話す。

北川さんは、営業でセミナーに登壇し始めた当初、セミナーに参加したお客さまの反応が良くないと感じる時も少なくなかったという。

日本トリムの電解水素水整水器



川さんは、学生時代、営業の仕事をすることは想像もしておらず、入社直後は、人前で話す際も緊張していたそう。入社2年目の現在は、月間6〜10回程度、