**[오비맥주] 합격 자기소개서**

**직무 : Commercial sales**

**1. 자신을 대표하는 슬로건과 함께 본인에 대해 서술하시오.**

**[Live boldly, Push yourself, Don't settle.]**

원하는 모든 것을 성취하는 것은 어렵지만, 모든 것을 시도해보는 것은 어렵지 않다는 생각으로 저는 많은 것에 도전해 왔습니다. 뮤지컬 배우를 꿈꾸며 동아리에서 주연배우를 맡아 무대에 서보기도 하고, 직접 동아리를 만들어 운영해 보기도 했습니다. 아르바이트를 통해 마련한 자금으로 단기어학연수를 다녀왔고, 그 곳에서 학교에선 보지 못한 다양한 기회들을 포착하고 창업을 꿈꾸며 스타트업에 들어가 근무해보기도 했습니다. 다양한 분야에 도전해보며 저는 세 가지 배움을 얻었습니다. 먼저 실패를 통해 더 많은 것을 배우고 성장했다면 그것은 단지 시행착오에 불과하다는 것입니다. 둘째는 어떤 일이든 기초를 견고하게 다지지 않으면 한계가 있다는 점입니다. 마지막으로, 해보지 못한 일에 대한 미련과 후회가 없으면 다음 목표를 향해 전력질주 할 수 있다는 점이었습니다. '대담하게 살 것, 자신을 밀어 넣고, 안주하지 말 것.' 영화 '미 비포 유'에서 도전하는 것을 망설이는 여주인공에게 남주인공이 건넨 이 말은, 주체적으로 삶의 방향을 설정해 온 제 모습을 대변합니다.

**2. 오비맥주 영업직에 왜 자신이 적합하다고 생각하는지에 대한 구체적인 이유를 서술하시오.**

**[준비된 '젊음의 No.1 맥주' 전문가]**

소비시장의 제품군이 과포화 되고 개인의 중요성이 대두되는 사회 전반의 트렌드 속에서, 2030세대를 중심으로 과거의 '단체, 여러명'의 음주문화에서 벗어난 '개인의 기호, 혼자'의 음주문화가 대두되고 있습니다. 그로 인하여 신규 고객에 해당하는 20대의 가변적인 트렌드를 파악하여 초기 구매습관을 형성시켜, 브랜드 충성 고객으로 만드는 것이 주류업계의 주요 성공요인으로 부각되고 있습니다. 저는 20대 주류 고객 접점의 최전선이라 할 수 있는 MT 물품 중개 스타트업 OWO에서 이러한 트렌드와 부합하는 영업성과를 경험해 보았습니다. 저알콜 과일소주의 인기가 급상승하던 2016년 초, 회사의 제휴 업체인 지역 할인 마트가 단 한 종류의 과일소주만을 취급하는 것을 보고, 제안서를 작성하여 신제품을 유치시켰습니다. OWO를 통해 주류를 주문하는 소비자의 선호 제품군을 분석하여, 해당 제품에 대한 소비자의 니즈를 마트 사장님께 보여드렸고, 상위 3가지 제품을 마트에 입고시켜 마트와 저희 회사 모두 매출이 상승하는 성과를 올릴 수 있었습니다. 이러한 실무과정을 통하여 경험한 핵심 고객층에 대한 소비 트렌드 분석 능력을 활용하여, 시장공략에 적합한 영업전략을 개발하여 제안하고, 채택된 제안을 핵심시장에서 실행하는 역할을 하겠습니다. 이를 통해 오비맥주가 주류업계의 트렌드를 선도하는데 일조하는 영업전문가로 성장하도록 하겠습니다.

**3. 오비맥주 영업직으로 근무하면서 직면하게 될 어려움이 무엇이라고 예상하며, 이를 극복하기 위한 자신만의 노하우가 무엇인지 서술하시오.**

오비맥주가 재작년부터 새롭게 런칭한 수입맥주 브랜드들을 시장에 안정적으로 정착시켜 매출을 높이는 과정에서의 어려움이 예상됩니다. 몇 년 새 이른바 '혼술(혼자 술을 마시는)' 트렌드가 확산되며 수입 맥주 매출이 증가하고 있습니다. 이러한 흐름에 발 맞춰 오비맥주는 다수의 새로운 수입맥주 브랜드를 런칭하였습니다. 그러나 수입 맥주는 고객 충성도가 높고, 최근 그 종류가 500여개로 급증함에 따라 새로운 브랜드가 시장에 안착하는 것이 쉽지 않은 실정입니다.

이러한 시장상황을 극복하기 위해 기자단 대외활동과 공모전 그리고 스타트업에서 다방면의 고객 인터뷰를 통해 문제를 파악하고 전략을 모색했던 경험을 적극 활용하여, 각 제품이 고유의 개성을 가진 제품으로서 시장에 정착할 수 있도록 하겠습니다. 현장의 소비자와 실무자가 생각하는 맥주선택의 기준과 니즈를 경청하는 의사소통 과정을 바탕으로, 니즈와 부합하는 특징과 장점을 가진 제품을 선별하고 최적의 유통채널을 선별하겠습니다. 이러한 과정을 통해 영업직 근무 중 직면할 수 있는 어려움을 자신과 회사 발전의 계기가 되도록 창의적으로 해결해 갈 것입니다.

**4. 지금까지 살아오면서 본인이 느낀 가장 큰 성취감은 무엇인지 당시 상황, 자신의 행동, 결과물 등에 대해 구체적으로 서술하시오.**

**[분석, 기획, 실행, 3,000만원의 매출을 달성하다.]**

스타트업에서 근무하며 기획부터 마케팅, 영업, 사후관리까지 일련의 과정을 주도적으로 집행하여 3,000만원의 매출 성과를 도출했을 때 가장 큰 성취감을 느꼈습니다.

대학생을 대상으로 MT펜션과 물품 중개 O2O서비스를 제공했던 OWO사업은 비수기(겨울)와 성수기(봄,여름)가 뚜렷했습니다. 때문에 3,4월 성수기 고객 유입을 위한 전략이 매우 중요했고, 2월 한 달간 저는 저비용 고효율의 영업마케팅 전략을 기획하고 실행하는 업무를 맡게 되었습니다. 먼저 핵심고객인 학생회 간부들의 니즈를 조사해보니, 해당 시기(2월) 그들은 신입생 오리엔테이션 야간 프로그램 진행을 위한 컨텐츠 제작에 소요되는 시간과 노동을 줄이면서도 질 높은 컨텐츠를 필요로 하였습니다. 저는 주문 시 증정 용도로만 배포되어 수백 장의 재고가 쌓여 있던 보드게임 판을 활용하면 추가비용 없이도 그들의 니즈를 충족시킬 수 있을 것이라 판단하여 이를 활용한 SNS 프로모션을 진행하였습니다. 그 결과, 총 17개 대학 89개 단체가 이벤트에 참여하였고, 이들을 통해 온라인 35,624명, 오프라인 약 5,400명에게 바이럴 효과가 발생하여 OWO의 인지도와 기업이미지 상승이라는 1단계 목표를 달성하였습니다. 이후 프로모션을 통해 수집한 고객 정보를 기반으로 성수기 고객 유입을 위한 본격적인 영업 전략을 수립하였습니다. 1단계 프로모션의 혜택을 받아 우호적인 고객이 많은 대학교와, 제휴 펜션이 가장 많은 대성리와 접근성이 좋은 대학교, 두 가지 요소를 기준으로 동선을 정하여 총 572개 단체에 방문 영업 활동을 진행하였습니다. 두 단계에 걸친 영업마케팅 결과, 3,4월 두 달간 약 3,000만원의 매출을 올리며 목표를 초과 달성하였고, 사업 지속을 위한 자금을 마련할 수 있었습니다. 또한, 일련의 과정 중에 발생한 수치들이 정부지원사업인 '2016 도전! K-스타트업' 프로그램에서 핵심지표로 사용되었습니다. 이 프로그램을 통해 추가로 확보한 정부지원금 3,000만원으로 부족했던 시스템과 서비스를 보강하였고, 엔젤 투자를 유치하여 법인전환을 할 수 있었습니다.

전략을 기획하는 것에서부터 수백 개의 단체를 직접 방문해야 했던 과정은 비록 힘들었지만, 자체적인 분석과 실행전략이 적중하여 회사의 발전에 직결되었을 때 느꼈던 성취감은 모든 힘들었던 과정을 잊게 해줄 만큼 컸습니다.