Google/セールスアカウントストラテジスト/セールス/Vol.1

選考体験記, Google

書類選考 1次面接 2次面接 3次面接 最終面接

本記事で得られる情報

- ✓ Googleの選考は都市伝説がいっぱい…直近はどんな選考がなされている
- ✓ Google, Amazonの内定者は皆知ってる。○○○○メソッドとは
- ✓ Googleが重要視する思考力。その確認方法は意外とシンプル。具体的な質問内容が分かる

投稿者情報

選考結果（2019年）

内定獲得

応募時年収

８００万

オファー年収

１０００万

前職社名

外資/メディア

最終学歴

早慶上智

投稿者の強み

- ✓ **英語の実務使用経験有**
- ✓ **広告営業として大手自動車会社等の大手会社の開拓経験があること**

年齢	20代
性別	男性
卒業大学・学部	早慶上智・文系
社歴	転職回数1回 音楽コンテンツ制作会社→外資系メディア制作会社
	【外資系メディア制作会社】 海外で運営する様々なメディアプラットフォームの広告セールスを行っていた。具体的には、ドキュメンタリーメディアとスポーツメディアの広告セールスを行っており、制作物の進行からキャ

職務要約	ンペーンの実施、レポートまでを総合的に管理していた。在籍中はトヨタを中心に大手クライアントと複数新規契約を実現させた。外資系企業だったので、海外オフィスとメール、電話にて綿密なコミュニケーションを取っていた。 【音楽コンテンツ制作会社】 TVCMや企業ブランド映像などの広告映像の音楽制作の提案営業を行っていた。映像制作会社や広告代理店に積極的なプレゼンテーションを行い、TVCM向けのナレーションレコーディングの案件を1年で13社から受注することに成功した。
志望動機及び転職軸	［転職軸］ ・オフライン広告ではなく、オンライン広告の経験を積める会社 ・ワークライフバランスの保てる会社
併願先	無
利用したサービス	LinkedIn

選考試験について

応募部署・職種	セールスアカウントストラテジスト（広告営業）・セールス Googleの広告営業の部署は取引顧客の運用金額及び属性に合わせて5つのグループに分かれている。 業務内容は各クライアント向けにGoogleの各種デジタルデータソリューションの提供を行っている。 １）LCSグループ 1社で年間広告予算3億円以上のキークライアントを担当。具体的には、Amazon,楽天等を担当している。 ２）TMAグループ 電通、博報堂、サイバーエージェント等の大手広告代理店向けを担当。 ３）MAグループ ADK等の中小広告代理店向けを担当。 ４）MMSグループ 広告代理店向けではなく、1社6,000万円～3億円規模の広告運用を行うクライアント担当（化粧品メーカー、消費財メーカー等の各事業会社） ５）SBSグループ

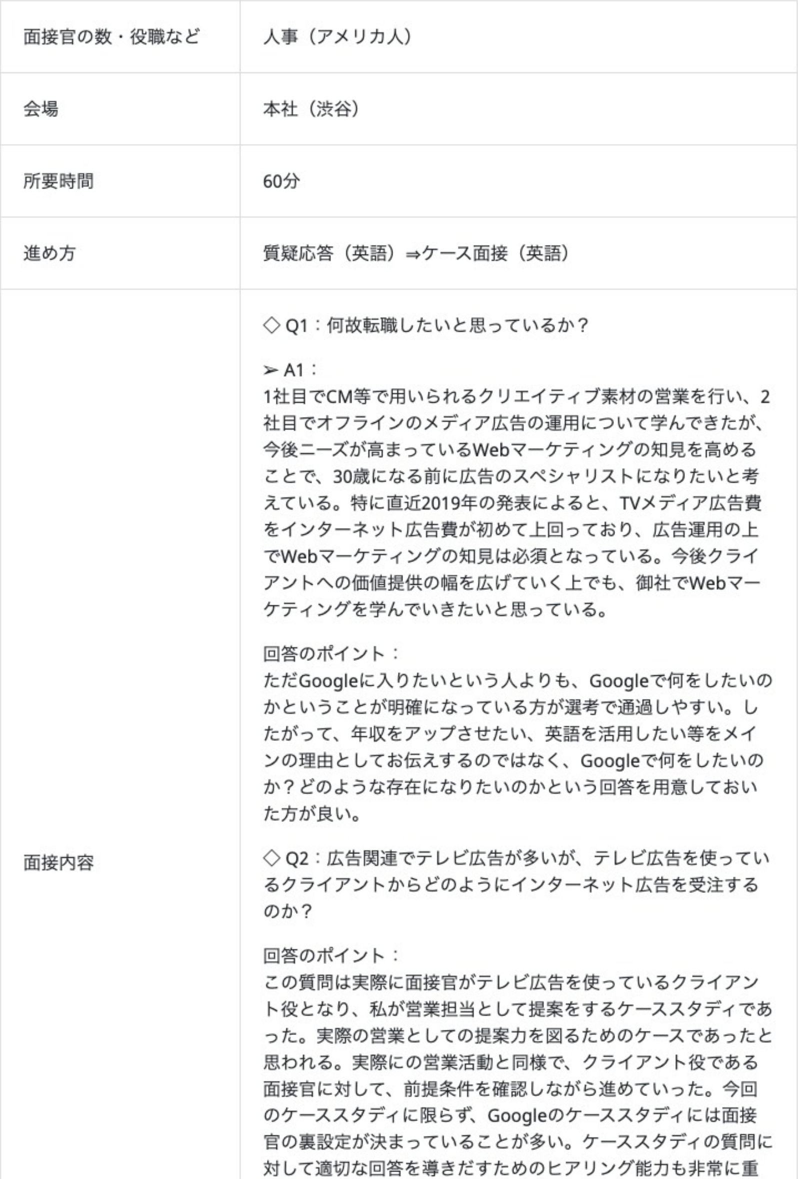
	1億円以下の広告運用を行っている事業会社向けの担当。あらゆる業界の事業会社を担当している。 今回のポジションはセールスアカウントストラテジストのポジションの中でもMAグループで採用されている。
仕事内容	大手広告代理店向けにGoogle広告の運用サポート及び新規サービスの提案を行っている。
選考ステップ	書類選考→1次面接（人事）→2次面接→3次面接→最終面接→内定
適性検査	無
想定所要日数（書類提出から内定通知受領迄）	20日前後
主な選考前準備	・STARメソッドに基づく面接での自己PR対策 【STARメソッドとは?】 STARとは、自己PR等を面接官に分かりやすく伝えるためのメソッドで、GoogleやAmazon等の外資系の面接の際には特に面接対策として必須と言われる内容である。Situation（状況）のS、Task（課題）のT、Action（施策）のA、Result（結果）のRの4文字を合わせるとSTARになることからSTARメソッドと呼ばれている。状況→課題→施策→結果の流れで簡潔に、定量的な結果を用いて説明することで、外資系の面接で評価を受けやすくなると言われている。 ・英語面接の準備 人事面談がアメリカ人だったこともあり、自己PR及び転職理由等の一般的な質問に答えられるように準備した。 ・Googleのサービス内容の研究： GoogleはYoutube, Gmail, Google Driveの主要サービスを始め、多くのサービスを提供しているため、Googleでのケーススタディに備えて、全サービスの概要を見直した。

この法人の現在の求人情報を確認する »

書類選考

必要書類	履歴書、職務経歴書、英語の自己推薦状（職歴、現年収、転職理由を記載する。もし現Google社員からの推薦文があれば別途参考資料として添付する。） 自己推薦状は最終面接終了後に作成し、APACの人事宛に決裁を取るために送られる。APAC人事部での最終決裁後に内定が出る。Googleはリファレンスを重要視していることもあり、現役のGoogle社員から推薦文を書いて貰えるように手配できた方が有利となりやすい。私の場合は、アメリカのGoogleで勤務する友人から推薦文を獲得した上でAPACの人事へ提出している。
自己PRの内容	・提案力 外資系メディア制作会社でトヨタ社等の大手クライアントからメディア広告の受注を実現した。新卒2年目にして音楽制作会社の営業責任者となり、映像制作会社や広告代理店から新規で13件の案件を受注した。 ・広告業界での知見 1社目、2社目共に広告業界での営業に従事しており、オフライン広告を通じて広告代理店や大手クライアントのマーケティング部門と折衝を行ってきた。 ・英語力 1社目では代表がアメリカ人であり、2社目では外資系の企業であったこともあり、英語を実務で常に使用しているので、英語はビジネスレベルでの使用が可能であることをPRした。
選考を左右したポイント	・英語でのコミュニケーション能力 ・課題解決力（ケーススタディにおいてクライアントの課題を適切に把握し、施策を提案できたかどうか） ・業務に関する専門性（ケーススタディの広告営業の提案において、インターネット広告及びテレビ広告等の広告業界関連の基礎知識を有しているかどうか）

１次面接



面接官の数・役職など	人事（アメリカ人）
会場	本社（渋谷）
所要時間	60分
進め方	質疑応答（英語）⇒ケース面接（英語）
面接内容	◇ Q1：何故転職したいと思っているか？ ➢ A1： 1社目でCM等で用いられるクリエイティブ素材の営業を行い、2社目でオフラインのメディア広告の運用について学んできたが、今後ニーズが高まっているWebマーケティングの知見を高めることで、30歳になる前に広告のスペシャリストになりたいと考えている。特に直近2019年の発表によると、TVメディア広告費をインターネット広告費が初めて上回っており、広告運用の上でWebマーケティングの知見は必須となっている。今後クライアントへの価値提供の幅を広げていく上でも、御社でWebマーケティングを学んでいきたいと思っている。 回答のポイント： ただGoogleに入りたいという人よりも、Googleで何をしたいのかということが明確になっている方が選考で通過しやすい。したがって、年収をアップさせたい、英語を活用したい等をメインの理由としてお伝えするのではなく、Googleで何をしたいのか？どのような存在になりたいのかという回答を用意しておいた方が良い。 ◇ Q2：広告関連でテレビ広告が多いが、テレビ広告を使っているクライアントからどのようにインターネット広告を受注するのか？ 回答のポイント： この質問は実際に面接官がテレビ広告を使っているクライアント役となり、私が営業担当として提案をするケーススタディであった。実際の営業としての提案力を図るためのケースであったと思われる。実際にの営業活動と同様で、クライアント役である面接官に対して、前提条件を確認しながら進めていった。今回のケーススタディに限らず、Googleのケーススタディには面接官の裏設定が決まっていることが多い。ケーススタディの質問に対して適切な回答を導きだすためのヒアリング能力も非常に重

	要なポイントである。 今回の質問では、クライアントが何故テレビ広告を使っているのかという背景が一切分からない設定でスタートしている。したがって、クライアントの広告でのメインターゲットは何なのか？何故テレビ広告をメインで使っているのか？等の背景を確認した後に、クライアントの広告でのメインターゲットへの訴求を最大化するためにインターネット広告（オンライン）施策の提案を行った。
面接官の印象	温和で優しいタイプの面接官。面接の導入でも場を和ませるような雰囲気を作ってくれている。 ただし、注意が必要なのは、Googleは全ての転職希望者の方に面接を通して良い印象を受けて帰って貰えるようにトレーニングがされている。したがって、面接官との雰囲気が良かったことと、面接の合否は必ずしも一致しないことが多い。
選考を左右したポイント	・英語でコミュニケーション能力 ・課題解決力 ケーススタディにおいてクライアントの課題を適切にヒアリングし、施策を提案できたかどうか。 ・業務に関する専門性 ケーススタディの広告営業の提案において、インターネット広告及びテレビ広告等の広告業界関連の基礎知識を有しているかどうか。
結果	通過（1日後に面接の結果が返ってきた）
特記事項	

2次面接

面接官の数・役職など	現場マネージャー（TMAグループ）
会場	本社（渋谷）
所要時間	45分

進め方	ケース面接⇒質疑応答
面接内容	◇ Q1：あなたのチームで全ての手柄を独り占めする人がいました。あなたはどのように対応しているか？ 回答のポイント： 今回も前回のケーススタディと同様、面接官が裏設定を持っており、問題の本質がどこにあるのかを引き出すためのヒアリング力、そしてそれに対しての適切な施策の検討力が求められていた。面接官に対して適切なヒアリングをせずに、推測や思い込みを元に考えた施策を回答してしまうとお見送りになってしまうことが多い。今回のケースでは、通常手柄を独り占めする人が全て悪いように見えるので、その人に対して処罰を与えるべきというような短絡的な回答がなされることが多い。しかし、Googleが求めているのは、何故このような現象が起こってしまったのか問題の本質を探り、それに合わせた改善提案ができるかどうかだ。例えば、人事評価制度が問題だったのか？マネジメント体制が問題だったのか？等、今回の事象が発生するきっかけを作ってしまった要因も考える必要がある。その要因をもとに適切な施策を検討できるという点がポイントだった。 ◇ Q2：これまでチームの中で難しい課題を乗り越えた経験は？ ➢A2： 1社目の音楽制作会社にて、営業マネージャーが急遽辞職したことで主要顧客の契約の大半が打ち切りとなり、売上が急降下した状態から、組織一丸となって取り組むことで新規クライアントを13社獲得し、会社の売上減少を救った経験がある。当時、私は音楽制作会社にて30秒のCMの音楽制作物の提案営業を行っていた。しかしながら、入社後半年で私の上司である営業部門のマネージャー1名（当時営業部門は私と上司の2名しか居なかった）とベテランのプロデューサー1名が退職し、過去に抱えていたクライアントを全て持っていってしまったことで売上が急激に減少するという危機的状況に陥った。早急に新規案件を獲得し、売上見込みを回復される必要があったが、音楽制作の案件は長年のクライアントのコネクションが非常に大切であったため、長年の業界でのコネクションが無い私の営業では早期での売上回復は絶望的な状況だった。そこで、会社のリソースを活用しつつ、短期で収益化を見込めるCMのナレーションレコーディングの提案を各社で実施した。弊社のレコーディング環境は非常に高品質であり、元々月に1件〜2件前後請け負っていたこともあり、ノウハウも社内に存在していた。結果として、私が営業のメイン担当として開拓を続け、1年で13社の新規契約を獲得し、ハリウッドからも依頼を貰えるまでに成長したことで社内

	の売上の危機を救うことができた。
面接官の印象	話やすい雰囲気
選考を左右したポイント	・課題解決力（ケーススタディで問題の本質を把握し、施策を提案できたかどうか） ・リーダーシップ（困難な状況で主体的に行動し、成果を創出できたかどうか） ・Googleらしさ（先入観なく、物事を判断するできるかどうか）
結果	通過（その場で面接の通過が伝えられた）
特記事項	面接ではいきなりケース問題が出題されるが、大抵の場合は面接官が質問に対しての裏設定を持っているため、ケースの課題の設定をヒアリングで把握してから始めるのが効果的。

3次面接

面接官の数・役職など	現場マネージャー（MMSグループ）
会場	本社
所要時間	45分
進め方	ケース面接→会社説明
	◇ Q1：スマートフォンアプリを創るのであればどんなアプリを創るか？ ➢ A1： 自分に必要なアプリを選別してセレクションしてくれるアプリを開発したい。 膨大なアプリの中から便利なアプリを自分自身でカスタマイズしないといけないが、ストレスが大きい作業となっているた

面接内容	め、適切なアプリ選択をサポートしてくれるアプリがあれば良いと思っている。世の中的に色々なアプリが溢れかえっている中で、多くの人は既に知っているアプリのダウンロードしか行っていない。しかし、私のように検索はしていないものの、便利ツールを知りたいというニーズは一定数見込めると思う。 ◇ Q2：そのニーズをどのように証明するか？ ➢A2： 市場調査を通して証明する。具体的には、世の中にアプリが溢れかえっている中で、多くの人はどのようにアプリ選択を行っているかを調べる調査を実施し、世の中の消費者ニーズを把握する。 具体的には、新しいアプリを導入する際に、知っているアプリを導入するのか、全く知らないアプリを調べて導入するのかというシンプルな質問の回答を集める。もし知っているアプリばかり導入しているのであれば、世の中の多くの人は便利なアプリを自ら調べてまで導入していないことの証明になる。
面接官の印象	非常に温和でフランクな方だった。途中で面接通過となり、最後は会社説明の時間となった。
選考を左右したポイント	Googleらしさ（創造力をもって新しい価値を生み出せるかどうか） Googleの面接ではイレギュラーな質問が投げかけられることも多い。そこで面接官はスピーディーな回答を求めている訳ではなく、論理的に根拠のある回答や問題の本質を理解した回答ができるかどうかを確認している。したがって、私の場合は今回のスマートフォンのアプリの問題のように検討が必要な質問については2分〜3分前後検討の時間を貰って回答を行っていた。
結果	通過（その場で通過を言い渡された。）
特記事項	

最終面接

面接官の数・役職など	マネージャー（MAチーム）
会場	本社（渋谷）
所要時間	45分
進め方	面接
面接内容	◇ Q1：Youtubeの売上を2倍にするために何ができるか？ ➢ A1： Youtubeの売上拡大をするためには、Youtubeの利用者層を拡大していく必要がある。前提として、現在Youtubeの利用者は若年層が大半を占めている。直近でビジネスコンテンツが増えているため、30代〜50代の利用も増えているものの、利用者数の90%以上が10代〜50代を占めている。したがって、50代以降の人口比率が多い日本でシニア向けのコンテンツを伸ばすことができれば拡大の余地がある。例えば、Googleのスマートフォンであるピクセルはまだシニア層向けに作られていないが、シニア向けのシンプルなOSを作り、Youtubeを身近な存在にすることで、今まで狙えていなかったシニア層の獲得を狙うことができる。 回答のポイント： 今回売上を2倍にするための期間、予算、制約等の前提条件の確認から始めていなかったのはマイナス評価となっている可能性が高い。今回のケーススタディも今までと同様、前提条件を確認した上で、売上を2倍にするための切り口を仮説としてどれぐらい立てられるのかが重要だと思った。その中で今回はYoutubeの課題の1つである年齢層に着目し、GoogleのリソースをYoutube以外ともコラボして提示したように、Youtube以外にもどのようなリソースとコラボすることで売上を伸ばせると思うのかという視点も重要になってくる。 ◇ Q2：あなたの友達がパン屋をオープンする予定。どのようなアドバイスをするか？ ➢A2： パン屋の経営をする上で、客単価と販売数の2つで売上は決定されるが、安い値段で販売量を増やすか、高い値段で一定の販売量で利益を出すかのいずれかが知名度が無い中で進めるには差別化戦略として取りやすい。 今回初めてパン屋を経営し、人員も少ない中での経営になると

	思うので、高付加価値戦略で少人数で運営をするべきだと思う。 具体的に、〇〇駅での開業を想定した場合、高付加価値のお店を経営しようとした場合、立地が非常に重要となっており、綺麗な雰囲気かつ治安の良い〇〇駅西口のエリアの選択がベストだと考える。また立地だけでなく、内装の工夫や高付加価値のメニュー開発をすることで、一定の高級パン屋のブランディングで出店することで客単価の確保を実現できると思う。 回答のポイント： 今回は前提条件を確認したところ、裏設定が無く、自分で設定を考えるケースだったため、自分自身で一般的なフレームワークから具体的な状況設定（浦和駅等）を行って回答を行った。
面接官の印象	論理的に話すのが好きそうな面接官だった。
選考を左右したポイント	・課題解決力（経営戦略を考える際に、論理的に考え、施策を検討できるかどうか） ・職務に関する専門性（Youtube広告の課題が何であり、そのためにどのような施策を検討できるか）
結果	通過（1日後に人事担当から面接合格の連絡を頂いた。）ただし、最後APACに人事決裁権があるため、APACの審査を行った。（1週間後ぐらいに内定のご連絡を頂戴した。）
特記事項	ケーススタディの場合、大抵は前提の条件設定が面接官の中でされていることが多いが、定期的に前提条件の無いケースも出題されることがあるので一般的なフレームワークは理解しておいた方が良い。(売上＝客単価×客数×回転率等)

選考を終えて

	【内定理由】 ・各ケーススタディで問題の本質を探るためのヒアリングを実施し、適切な施策提案が行えた点 表面的な回答ではなく、それぞれの状況での本質的な課題を知るためのヒアリングや課題を設定するためにフレームワークを用いたこと等が評価に繋がっていた。

内定理由 or 落選理由	・英語でコミュニケーション能力 アメリカ人の人事と英語でディスカッション、自己紹介、自己PRができたこと。 ・広告営業の経験 マーケティング担当者へ提案営業のロープレが実際に面接で行われていたが、広告営業の提案のポイントが何であるかを伝えられたこと。
選考後の感想	広告営業に直接的に関係ない話題も含めてケース問題が非常に多かった。答えに窮することもあったが、回答は焦ってせず、ディスカッションをしながら状況整理や背景の確認をしっかり行うことで、適切な回答に近づけることは多かった。回答しづらい質問があったとしても、3分ぐらい考える時間を貰っても問題はなかった。瞬発力というよりは、思考の深さが問われている印象だった。むしろ、瞬発的に回答し、問題の本質を見抜いた回答ができない人の方が評価されづらい印象だった。
選考を通じて心掛けていたこと	・STARの回答を参考に、簡潔に面接官に分かりやすい回答に努めていた。 ・思考力を問われるようなケーススタディが多かったが、面接官が裏設定を持っていることも多かったため、常に各ケース問題の本質がどこにあるのかを面接官に探るための質問を心掛けた。
これから応募する方へのアドバイス	・Googleの選考ではケーススタディが多い。問われているのは思考力なので、常に質問や問題の本質がどこにあるのかを把握することが大切。殆どのケーススタディでは面接官の裏設定があるので、それを引き出し、問題の本質的な課題を把握した上で施策を伝えることが重要である。対策のためにコンサルティングファームで頻繁に出題されるケース問題を練習すると効果的であると思う。 ・英語面接もあるので、自己PRやケースの問題に取り組めるぐらいの準備が必要 ・STARの回答方法を習得し、簡潔に分かりやすくPRすることができる準備が必要。

応募先当該部署の採用情報及び採用実績

	◇ 必須：

求められる経験/資格	・広告営業または広告運用経験者 ・英語でのコミュニケーション能力 ◇ 歓迎： ・Webマーケティングの運用、提案経験 ・ビジネスレベルの英語力
中途採用実績	◇ 年齢：25歳～35歳 ◇ 採用大学：慶應義塾大学、ニューヨーク大学、早稲田大学、大阪大学、京都大学、広島大学、上智大学 ◇ 社歴：P&G（セールス）、広告代理店、事業会社マーケティング部門 ◇ 性別：性別不問 ◇ 転職回数：1回～4回
給与	◇ 想定年収：750万～1,500万 ◇ モデル年収： ・26歳（メンバー）：750万 ・28歳（メンバー）：1,100万 ・33歳（マネージャー）：1,600万
転職先	アクセンチュア株式会社、ヤフー株式会社、Facebookジャパン
その他	ランチ、飲料無料

この法人の現在の求人情報を確認する »

Facebook　Linkedin　Twitter