

Sales Transformation 2021

変わる。“営業が生み出す価値”

～新たな顧客価値と営業組織改革・マネジメントの最前線～



開催日時

2021年9月13日(月) 13:00～16:00

開催形式

オンラインフォーラム

参加定員

100名(事前登録制)／無料ご招待 ※参加対象外の方はご参加をお断りする場合がございます。

参加対象

企業の経営層、役員、経営企画、営業部門、デジタル・DX推進部門、他事業部門の管理職や次世代を担うリーダーの方々

開催趣旨

新型コロナウイルスの影響により、非対面営業やリモートワークが主流となり、営業領域におけるデジタル化が急速に進みました。足で稼ぐといった古い営業方法が根強く残っていた企業においては、継続的な顧客獲得のために、これまでの常識を覆さざるを得ない段階までに至り、企業の利益向上のために、経営層や営業部門は、激動の変革時代を迎えています。

しかしながら、目まぐるしく変化する顧客・消費者ニーズに追いつくことができず、期待とは異なる顧客接点や営業方法によって価値を生み出すことができず、顧客を逃してしまうケースや、根本的な営業組織の改革ができず、営業ノウハウの共有や組織体制の構築が儘ならず、属人化や生産性低下になってしまうケースなど、商談数ならびに売上の減少とともに、結果として成果を上げられていないという企業が多いようです。

今、経営層・営業部門のリーダーが、改めて考えるべきことは、過去の成功体験にとらわれず、どこで価値を生み出すべきか、つまり「何を・誰に・どのように売るか」という価値提供における舞台とプロセスではないでしょうか。

現在の環境や顧客ニーズに対し、柔軟かつ最適な営業モデルの再構築と、個々による属人的な営業ではなくチームとして、新たな顧客価値向上や利益創出を見据えた本質的な営業組織/意識改革に取り組んでいかなければいけません。

本フォーラムでは、激動の新時代を迎えた今、企業が持続的に成長していくために、変化が求められる「営業が生み出す価値」を大きなテーマに考察してまいります。自社にとって、顧客にとって、最適な営業モデル・営業組織へと進化していくにはどうすればよいのか。営業領域における有識者の視点や、今まさに営業変革に挑戦されている先進企業の視点から、営業が価値を創出するための条件に迫り、競争時代に打ち勝つためのヒントをご提供いたします。

主催：株式会社ビジネス・フォーラム事務局
ゴールドスポンサー：株式会社ジャストシステム
シルバースポンサー：株式会社セルム

JUST.
SYSTEMS

CELUM

プログラム詳細・ご登録はこちらから

<https://www.b-forum.net/bfst2109>



お問い合わせ先・発送元：株式会社ビジネス・フォーラム事務局 〒101-0052 東京都千代田区神田小川町2-2 センタークレストビル9F TEL: 03-3518-6531 (受付時間 9:30～18:00 ※土・日・祝日を除きます)

基 調 講 演	営業 × 未来
13:00-13:30	企業が目指すべき営業の在り方 ～価値を生み出す、営業スタイル・組織・マネジメントの要諦～ ■ ニューノーマル時代の営業の現状と課題 ■ 営業部門の変革をどのように進めていくべきか ■ 経営層・営業部門のリーダーの役割と責務 東京工業大学大学院 特任教授 東北大学未来型医療創造卓越大学院 特任教授／レジェンダコーポレーション 取締役 北澤 孝太郎 氏 プロフィール 1962年京都市生まれ。1985年神戸大学経営学部卒業後、株式会社リクルート入社。20年に渡り、通信、採用・教育、大学やスクール広報などの分野で常に営業の最前線で活躍。採用・教育事業の大手営業責任者、大学やスクール広報事業の中部関西地区責任者を担当後、2005年日本テレコム（現ソフトバンク）に転身。執行役員法人営業本部長、音声事業本部長などを歴任。その後、モバイルコンビニ株式会社社長、丸善株式会社執行役員、プライシユマン・ヒラード・ジャパン株式会社 VPなどを経て、現在に至る。営業幹部（役員や部長）や営業リーダーの教育の第一人者であり、営業イノベーションなどの分野でも、研修やコンサル、パーソナルコーチなどに多くの実績を持つ。特に優れた営業戦略・戦術を導く「北澤モデル」は多くの企業で活用されている。 
ゴールドスポンサー講演	
13:30-14:00	営業利益率36%超の企業が実践する営業手法 ～データの活用と、合理性を追求した営業活動の概要～ ■ SFA/CRMのデータベースを中心に据えた営業の仕組み ■ マニュアルと「考えさせる仕組み」による「プロ営業」の育成 ■ 徹底した数値によるマネジメント 株式会社ジャストシステム ソリューションストラテジー事業部企画マーケティンググループ エキスパート 松木 俊之 氏 プロフィール 1971年生まれ。2000年ジャストシステムにキャリア入社。前職からトータルして人事7年、営業4年、営業企画・マーケティング15年。BtoB事業のマーケティングとセールスの仕組み作りに従事。直近は「成長型営業支援クラウドサービス JUST.SFA」のプロダクトマーケティングを担当。 
特 別 講 演 I	営業 × DX × 顧客価値
14:00-14:30	日立建機にみる、営業のデジタル変革 ～DXで顧客価値を最大化する営業スタイルの実現～ ■ モノからコト「顧客課題解決型の営業」へのシフト ■ 営業の個人能力依存からの脱却 ■ 脱却に向けデジタル変革を推進する上でのポイント 日立建機株式会社 DX推進本部 DX改革統括部 統括部長 龍尾 信哉 氏 プロフィール 1993年東京理科大学応用数学科卒業。同年、日立製作所入社。業務コンサルティング事業に従事。コンサルティング方法論の開発と、CRM（営業）分野を中心にお客様適用を担当。2006年所属事業部が日立コンサルティングとなり転籍。日立製作所のIT戦略部隊を経て2019年より日立建機。現在、DXによる改革推進を担当。 
14:30-14:40 休 憩	
特 別 講 演 II	営業 × 働き甲斐 × デジタル
14:40-15:10	中外製薬における、新たな時代の営業スタイル ～MR/デジタルのベストミックスと人財育成～ ■ COVID-19と薬価制度改革がもたらした環境変化 ■ 変わる「顧客へのアプローチ/情報提供スタイル」、変わらない「MRの存在価値」 ■ 中外製薬における営業人財育成とマネジャーの役割 中外製薬株式会社 執行役員 営業本部長 日高 伸二 氏 プロフィール 1987年 京都薬科大学薬学科卒業。同年 日本ロシユ株式会社入社。MR、本社プロジェクト、営業マネジャーを経験。2002年 中外製薬統合後、がん製品プロダクトマネジャーおよびがん領域グループマネジャーを経て09年オンコロジー製品政策部長。11年 オンコロジーユニット長。14年 執行役員プライマリーユニット長。18年 執行役員 メディカルアフェアーズ本部長。20年 執行役員 営業本部長。 
シルバースポンサー講演	
15:10-15:30	新たな顧客価値を創造するこれからの営業組織のあり方 ■ “今まで”と“これから” ■ 新たな顧客価値を創造する営業組織に必要なこと ■ 営業組織を“Transformation”する3つのポイント 株式会社セルム 執行役員 吉村 亮太 氏 プロフィール 大阪府生まれ。2001年に神戸学院大学経営学部卒業後、ビジネスコンサルタントに入社、営業管理職として組織変革のコンサルティングサービス及び教育研修サービスの企画営業に従事。医療系のマーケティング・プロモーション会社での新規事業開発責任者を経て、2009年セルムに入社。中部支社長、企画営業部部長を経て現職。本気の人材開発にこだわりをもち、経営リーダーの覚悟を問うプログラムや、研修にとどまらず経営リーダーを輩出する仕組みづくりや育成体系の構築などに携わる。自らもまたクライアント企業の次期経営者のメンターなどを行う。 
特 別 講 演 III	営業 × 組織改革 × マネジメント
15:30-16:00	V字回復を実現させた、学研の意識改革 ～新たな事業・価値創出と組織の在り方～ ■ V字回復に向けた取り組み ■ 医療・福祉分野誕生から紐解く、営業の価値創出 ■ 経営層・リーダーは企業文化・組織をどう作るべきか 株式会社学研ホールディングス 代表取締役社長 宮原 博昭 氏 プロフィール 1959年生。広島県呉市出身。防衛大学卒業後、1986年株式会社学研研究所（現学研ホールディングス）入社。2009年同社取締役を経て、2010年より代表取締役社長。日販グループホールディングス株式会社社外取締役、公益財団法人古岡奨学会理事長、一般社団法人日本雑誌協会副理事長などを務める。趣味は野球と飛行機操縦。 