

マーケティングと営業の連携

～成果を最大化する**仕組みと組織の創り方**

2017年7月25日(火) / 虎ノ門ヒルズフォーラム ホールB

PROGRAM

10:00-10:10 オープニング

10:10-11:10 講演Ⅰ【部門間連携とマーケティング機能】

東レにおけるBtoBtoBマーケティングの実践

- 東レにおけるBtoBtoBマーケティングのポイント
- 各事業部との横串連携の実践事例
- セールス& マーケッターの育成に向けた取り組み

東レ株式会社 マーケティング企画室長 島地 啓 氏

プロフィール 1982年4月東レ株式会社入社。印刷関連材料を扱う印写システム事業部にて輸出営業を担当し、同事業の北米マーケティング担当として米国駐在を経験。帰国後、光ディスク事業室、液晶材料事業部貿易課長を経て、2004年に印写システム事業部長。2007年より東レインテリナショナル株式会社にて経営企画等のスタッフ業務を経験した後、2013年6月東レ・ダウコーニング社長就任。2016年6月に東レ株式会社マーケティング企画室長に就任。2017年5月より現職。



講演内容のポイント 繊維から高性能フィルム、炭素繊維、エンジニアリング・プラスチック、電子情報材料、医薬・医療材、水処理膜など、幅広い分野の製品をグローバルに製造・販売する日本を代表する素材メーカーの東レ。同社は直接の取引先だけでなく、「顧客の顧客」も含めた市場全体を俯瞰したニーズに応えていくことが重要と考え、その実現に向けた積極的な各事業部との横串連携を進めています。本講演ではその旗振り役であるマーケティング企画室長の島地氏をお招きし、同社の各事業部との横串連携の実践事例やセールス& マーケッターの育成方法について、ご紹介いただきます。

11:10-11:55 講演Ⅱ【成果を最大化する考え方と仕組み】

勝ち続けるための顧客エンゲージメント

- 顧客生涯価値(LTV)を高めるエンゲージメントマーケティング
- 先進BtoB企業の最新マーケティング実践事例
- 企業成長の礎となる組織連携のあり方

株式会社マルケト 代表取締役社長 福田 康隆 氏

プロフィール 1996年、早稲田大学商学部卒業。同年、日本オラル株式会社に入社。2001年より米国オラルに異動し、ハイテクや自動車などの業界を中心に、在米日系企業のビジネス開発を担当。2004年に米国セールスフォース・ドットコムへ入社し、在米日系企業への営業活動から、日本のSMB市場へのオペレーション戦略立案に携わる。2005年、セールスフォース・ドットコム日本法人に異動し、中堅中小企業に特化した営業組織を編成。以後9年間に渡り、専務執行役員兼シニアバイスプレジデントとして、同社の成長を牽引する。2014年6月から現職に就任。



講演内容のポイント 世界36か国以上で4600社以上が採用する世界最大のマーケティング専門プラットフォームのマルケト。日本市場においてもBtoBマーケティングを牽引する10社以上のパートナーと協業し、「営業とマーケティングの協業」を支援する新たなサービスをリリースするなど、展開をさらに加速させています。本講演では同社の代表取締役社長 福田氏より、BtoB事業を行うお客様の中に見つけた顧客生涯価値(LTV)を高めるエンゲージメントマーケティングのあり方について、先進BtoB企業の最新マーケティング実践事例を交えてご紹介いただきます。

11:55-12:45 ランチ ※会場内でお弁当をお配りいたします。

12:45-13:45 講演Ⅲ【マーケティング・マネジメントと組織】

世界を相手に戦う横河電機のマーケティング戦略と組織体制

- 横河電機のグローバル展開とマーケティング戦略
- 組織としてのデータ分析と新たな価値創造
- 最適なマーケティングのための組織体制

横河電機株式会社 執行役員 マーケティング本部長 阿部 剛士 氏

プロフィール 1985年、インテリジャパン株式会社(現インテル株式会社)に入社。2005年、同社マーケティング本部長に就任。2007年、芝浦工業大学専門職大学院 技術経営/MOT卒業。2009年、同大学地域環境システム専攻博士課程修了。2011年、同社取締役副社長 兼 技術開発・製造技術本部長に就任。2016年、横河電機株式会社に入社、現在に至る。



講演内容のポイント 計測、制御、情報技術を軸に、グローバル市場でビジネスを展開し、7割近くの海外売上比率を誇る横河電機。主戦場が海外へと移行、装置のモニタリングや運用を制御するOT(Operational Technology)とITの融合など、同社を取り巻くビジネス環境が大きく変化するなかで、グローバルレベルでのマーケティング改革に挑戦されています。なかでも、新たな価値創造や質の高い経営の意思決定を実現する「データ分析」については新たに専門組織を編成し、取り組みを強化しています。同社のマーケティング部門を統括されている阿部氏をお招きし、世界で戦うために同社が取り組まれるマーケティング・マネジメントや最適なマーケティング組織体制についてご講演いただきます。

13:45-14:15 講演Ⅳ【アカウント・ベースド・マーケティングの実践】

マーケティングと営業の連携を強化する、顧客分析に基づいたターゲティングとは

- アカウント・ベースド・マーケティング(ABM)実践のための事前準備
- プロファイル(顧客属性)から考える自社の優良顧客の特徴
- 顧客分析から導き出されるターゲットアカウントの選定方法

株式会社東京商工リサーチ 事業本部 マーケティング部 部長 弓削 正範 氏

プロフィール 外資系国際ブランドのクレジットカード会社でプロダクトマーケティング、マーコム業務をマネージャとして約10年経験後、2009年に米国ダンアンドブラッドストリート(D&B)と東京商工リサーチ(TSR)の合併会社であるD&BTSRへ入社。その後、TSRへ転籍し、マーケティング部の立ちあげを事業部長として指揮し、現在に至る。



講演内容のポイント 営業とマーケティングの連携を実現する新たな手法であるアカウント・ベースド・マーケティング(ABM)への注目が、BtoB事業を行う企業を中心に高まっています。このアカウント・ベースド・マーケティング(ABM)を実施する上で特に重要な「ターゲットアカウントの特定」に関して、顧客分析から導き出される特徴をもとにどのようにして選定していくべきか。世界最大2億件を超える国内・海外の企業情報を提供する信用調査会社である東京商工リサーチのマーケティング部門を統括する弓削氏より、概念だけでなく実務に即した形、さらには東京商工リサーチ自身の実践事例を交えて、ご講演いただきます。

14:15-14:25 小休憩

14:25-15:25 講演Ⅴ【BtoBマーケティングトップの役割と新たな連携施策】

NECにおけるマーケティング戦略と実践

- NECのマーケティング戦略と組織体制
- アカウント・ベースド・マーケティングの取り組み ～営業とマーケティングの最適な連携
- マーケティングトップ/CMOの役割 ～課題と展望～

日本電気株式会社 執行役員 兼 CMO(チーフマーケティングオフィサー) 榎本 亮 氏

プロフィール 1995年から2002年までArthur Andersen(後のBearing point)においてマーケティング戦略・営業改革等を推進するコンサルティング部門のパートナー。Bearing point合流後はCommunications領域のマネージングディレクターとして2008年まで従事。2009年から2014年までIBMの通信業界担当理事。2014年Salesforce.comで通信業界担当執行役員に就任。2015年からNECの執行役員となり、コーポレートマーケティング本部を担当。2017年4月にNECの全社マーケティング活動を統括するCMOに就任、現在に至る。



講演内容のポイント BtoCからBtoB、BtoG(Government)へと完全に事業の軸足を転換し、社会ソリューション事業を推進するNEC(日本電気)。同社はマーケティングの重要性を早くから認識し、他社に先駆けて戦略的なマーケティング、CMO職の設置、さらには最適な組織体制の構築などに取組まれてきました。同社のCMO(チーフマーケティングオフィサー)として、全社マーケティング活動を統括する榎本氏をお招きし、BtoBマーケティングトップが担うべき役割、先進的なマーケティング施策であるアカウント・ベースド・マーケティング(ABM)の実践事例、マーケティング&セールス組織体制などについて、今後の課題や展望も交えてご講演いただきます。

15:25-15:40 コーヒーブレイク

15:40-17:00 パネルディスカッション【マーケティングと営業の連携を徹底討論！】

実践企業によるマーケティング&セールスの課題共有と組織間連携の進め方

- 何故マーケティングと営業は足並みが揃わないのか? ～課題共有～
- マーケティングと営業をつなぐことはできるのか? ～各社のお取り組み～
- 営業とつながる、成果につながるマーケティング組織の在り方 ～課題と展望～

パネリスト アンリツ株式会社

計測事業グループ グローバルオペレーションセンター マーケティングコミュニケーションチーム 課長 ... 駒井 寛 氏

プロフィール 1986年入社。第一研究所で筑波大学と共同で並列処理コンピュータを開発。2000年社内人材公募により事業戦略室に移動し、2005年デンマークの計測器メーカーのネットテスト社買収に従事。2008年からマーケティング本部 マーケットコミュニケーション業務部に国内広告宣伝やグローバルMARC戦略策定に携わる。2014年、マーケティングオートメーション(MA)ツールを導入しデジタルマーケティングの試行開始。2015年からMAの本格実施を開始し現在に至る。

パネリスト 大成建設株式会社

営業推進本部 企画推進部 次長 上田 茂数 氏

プロフィール 1987年大成建設株式会社に入社後、土木・建築作業所、本支店管理部門を経て、2002年本社営業推進本部に配属。当時の上司とマーケティング部門を立ち上げ、2008年より同部門の責任者となる。2012年からは営業の最前線にて新規営業を中心に活動。本年4月より企画部門に異動してマーケティング戦略の策定・実行を担当している。認定登録医業経営コンサルタント 認定登録ファシリティマネジャー

パネリスト ルネサス エレクトロニクス株式会社

企画本部 マーケティングコミュニケーション統括部 Webマーケティング部 部長 関口 昭如 氏

プロフィール 1989年日立グループ企業に入社後、半導体情報のEDI、Webサイト構築、B to Bマーケティングサポート業務などを経験。現在はルネサスエレクトロニクス株式会社にて、Webサイトの統括、および営業活動と連携したグローバルなデジタルマーケティング活動を担当している。工学博士(システム情報工学)。



モデレーター 株式会社マルケト マーケティング本部長 バイスプレジデント 小関 貴志 氏

プロフィール 1994年日本電気株式会社(NEC)へ入社し、大手企業向けシステム営業に従事。その後デル株式会社及びレノボジャパン株式会社にて中堅中小企業及び個人向け営業部門のマネジメント、オンラインマーケティングの責任者を経て、2007年11月に株式会社セールスフォース・ドットコム入社。インサイドセールス部門や新規営業部門の立ち上げ及びマネジメント、社内営業支援部門の責任者を歴任。現在、企業の成長に最も大きく貢献できるITの分野は、マーケティングオートメーションの領域にあると感じ、株式会社セールスフォース・ドットコムを退職し、2014年6月より株式会社マルケトにて勤務。



17:00-17:45 懇親会 ご参加者様同士のネットワーク構築の場として、会場ホワイエにて開催します。一部の講演者の方にもご参加いただく予定となっておりますので、是非ご参加くださいませ。