

## 2016年度 第3回 医療業界(通算73回)(平成28年10月20日)

テーマ: 医療業界の営業経験から学んだ営業職の能力とは!



講義風景

高田 弘治 様 元株式会社ホリスター代表取締役兼アジア地域担当事業部長

### ◆講義の目的

講師が医療業界における営業経験から得た知識にもとづき、次の3つの項目に対し理解を深めることを目的に講義を実施した。

1. 営業職に就く者としての『人間力』をつける、そのきっかけにする
2. 企業経営の基礎を学び、営業職について考える
3. ビジネスが成功する為の基本的プロセスを学ぶ

そして、営業職を担い成功する為に必要な考え方を議論し、更に社会人として最低限慣れ親しんで欲しい言葉を多用する事によって、以下の内容に沿って進めた。

- I 人類が発明した最高に意味のある『もの』とは?
- II 一流企業ってどんな会社?
- III 人生の成功方程式 By 稲盛和夫氏?
- IV 企業・会社とは何か?
- V 企業・会社は何の為に存在するのか?

### ◆企業の経営理念について

経営理念の大切さを理解することにより、『企業とは何であるか?』、『企業は何のために存在するのか?』と言う原理原則的な疑問に明確なメッセージを提供し、自分たちが働きたい企業の経営理念を再確認する事の重要性を認識した。

### ◆リーダーシップ&マネジメントについて

以下の3つの役割というシンプルな表現で、誰もがリーダーになれることを学ぶ

- I 理念を示す
- II リソースを活用する
- III 結果を出す

### ◆ビジネスが成功する為のプロセスについて

★Sales & Marketingの基礎

※『営業とは?』

- ・営業は科学である→“Sales is Science”
- ・人間は完璧では無いが、バランスをとれる→“Human beings is not perfect but balanced”

※『Marketingとは?』

- ・より良い商品を適切な価格で、最適な販売チャンネルを通じて消費者に提供するための諸活動
- ・市場の反応を知り問題意識を持って対応、実践するマインド
- ・市場に於いて『競合優位』なポジションを確保するための戦略的発想法

A)市場を理解する:競合優位を見極めるためSWOT分析を活用した例を紹介

B)戦略と戦術を練る:OGST (Objective Goal Strategy Tactics)

C)組織構造と社内資源を確認する

D)実行段階

- ①社内外のコミュニケーション
- ②管理職会議
- ③PDCA (Plan, Do, Check, Action)
- ④アクションプラン会議&営業結果報告会議(Incentive Plan)
- ⑤内勤者会議

⑥取引先との交渉

⑦営業パーソン(Medical Representatives)

## ◆医療業界のしくみ

医療業界における業務について説明を行い、理解を深めた。

追加情報:ある新人営業パーソンが『やりがい』を感じる時:

- ☆ 医療従事者や事務職員、更には患者さんから感謝された時
- ☆ 例えたまたまでも、新規施設を開拓できた場合、
- ☆ じっくり計画を練ってアプローチした販売製品が採用された時
- ☆ プランを大幅に達成し、インセンティブをしっかりと頂いた場合
- ☆ 提案したイベントが成功
- ☆ 計画立案した事業が採択され、成果が上がった
- ☆ 仕事関で関わった人が昇進、又は人間としての成長が見られた時
- ☆ 仕事を通して社会貢献が出来た事を実感できた場合

最後に、営業職はマズローの欲求段階説(Maslow's Hierarchy of Needs)最高位の自己実現を達成する機会を提供する職種である事を伝えて講義を締めくりました。