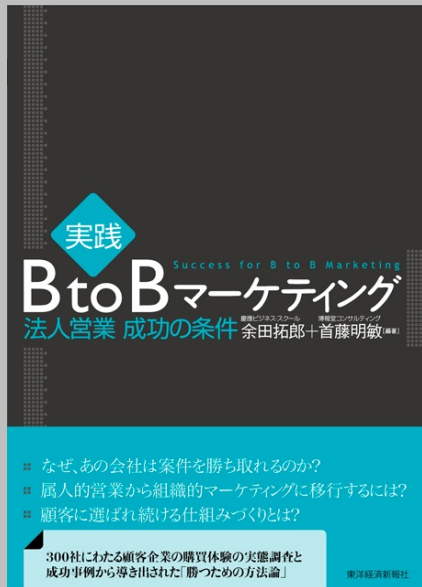


【実践】BtoBマーケティング
—法人営業 成功の条件—



編著：余田拓郎（慶應ビジネススクール）
 首藤明敏（博報堂コンサルティング）

- ・ 定価：2,200 円（+税）
- ・ 刊行：2013 年 12 月
- ・ 出版社：東洋経済新報社

目次：

はじめに

第 1 章
日本の BtoB 企業についての現状認識

第 2 章
BtoB における組織的マーケティングの取り組み

第 3 章
買い手企業の購買プロセスと商材特性による違い

第 4 章
組織的マーケティング成功事例

第 5 章
企業の課題に応じた組織的マーケティングの設計と運用

企業の生活者に対する BtoC のマーケティングは、ソーシャルメディア等の新しいテクノロジーの進化とともに多様化・高度化しています。

一方、法人に対する営業（BtoB）領域では、現在も未だ「属人的な営業力」に依存している傾向があり、BtoC 領域に比べてマーケティング手法の導入が進んでおりません。

博報堂及び博報堂コンサルティングは、BtoB におけるマーケティングの必要性やその在り方について、慶應義塾大学大学院経営管理研究科の余田教授と共に研究を行い、300 社にわたる買い手企業の購買体験の実態調査と売り手企業の成功事例から勝つための方法論を導き出しました。

本書では、その方法論をわかりやすく解説すると共に、人的なつながりへの傾注に限界を抱えている法人営業関係者に対し、組織的なマーケティング活動が法人営業の成功条件であることも示唆しています。

編著に、慶應義塾大学大学院経営管理研究科の余田教授とブランド構築と事業変革に関する経営コンサルティングを行う株式会社博報堂コンサルティング代表取締役社長の首藤明敏。博報堂コンサルティングのスタッフに加え、博報堂研究開発局の徳永朗主席研究員も本書の執筆に携わっています。