



不断

3

デジタル人材育成

日本HP（東京都港区、岡戸伸樹社長）が営業部門のデジタル変革（DX）に向けた人材育成を加速している。データを活用した新たなビジネスモデルの開拓のほか、競争優位の確保や新たな価値

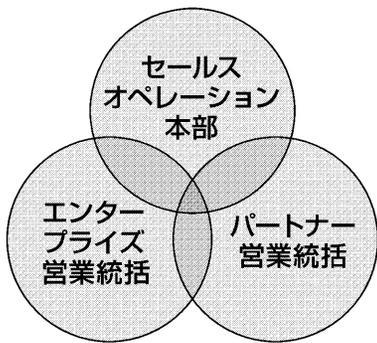
の発見ができる人をDX人材と定義する。

同社では営業部門がエンタープライズ営業統括とパートナー営業統括に分かれており、エンタープライズ営業統括では、主にパソコン（PC）やプリンターを法人向けに直接販売する。数十人規模の体制で、「（データの活用に対する）理解度に差はあるかもしれないが、DX人材と云える」（淵上弘士執行役員エンタープライズ営業統括）。

顧客に感じてもらえるよう「（自社が）正しい

日本HP

日本HPではセールスオペレーション本部が全体をリードしながら、各営業組織とともにDXを推進



い方向に努力する必要「がある」と認識する。そこで、顧客情報や営業担当者の活動内容と蓄積する。具体的に認めるように記録する。顧客情報や営業担当者が顧客と交わした会話や要し

DBで営業活動可視化

た時間などを後から確認できる。営業担当者に聞くだけでは分からないこともある」（同）とし、情報の可視化を重視している。ほかにも、セミナー後のアンケート結果を分析して、商談につなげる。アンケートでは参加者が購買担当者なのかどうかや、次年度の計画といった具体的な質問をするという。得たデータに基づいて、顧客に応じた情報を提供する。

データ活用訓練 毎年実施

エンタープライズ営業統括とパートナー営業統括のそれぞれに設置している営業企画部がデータ分析を先導し、営業担当者はいも学べる。「顧客の考え方や価値観が変化分析したデータを使いこなす必要がある。そこで営業担当者を対象に、データの活用方法に、データの活用に関するトレーニングを実施している。データを使う意義や重要性を説明することに重点を置き、全員が受講する必要があるという。トレーニングは動画形式で1コース当たり約30分。理解度を確認するテストもある。こうしたトレーニングは、（阿部未沙子）複数あるといい、1回（水曜日に掲載）