



Adobe Experience Makers

～変革の時代に求められるリーダーシップを考える～

EXPERIENCE MAKERS LIVE

特別対談



祖谷 考克

アドビ株式会社
DX マーケティング本部
本部長



上野 邦彦

ソフトバンク株式会社
法人マーケティング本部
本部長



法人マーケティング本部の担当領域

ソフトバンクにおける B2B マーケティング

マーケティング コミュニケーション

法人顧客・メディア向け
プロモーション



デジタルマーケティング

メールマーケティング
Web マーケティング



インサイドセールス

非対面営業



活用中のマーケティングツール

Adobe Experience Cloud

Webツール



Adobe Marketing Cloud

Adobe Target

Adobe Analytics Cloud

Adobe Audience Manager

Adobe Analytics

メールツール



Adobe Marketing Cloud

 Marketo Engage

- メール自動配信
- 顧客行動の可視化

arm TREASURE DATA

データ統合ツール



- 様々なデータを統合
- 他サービスと容易に連携

ソフトバンクのインサイドセールス

顧客規模に合わせた2つのチーム

顧客規模

大企業

中小企業

トスアップ型 (大企業)

顧客育成

クロージング



自己完結型 (中小企業)

顧客育成

クロージング



ソフトバンクのデジタルセールス

マーケティングと営業が密に連携

デジタルマーケティング

- 白地企業発掘
- 担当者発掘
- 案件発掘



インサイドセールス

- 課題共有/ニーズ発掘
- 商材紹介
- 一次提案



対面営業

- リレーション構築
- 現地デモ
- クロージング



法人マーケティング本部設立の背景

デジタルセールスの強化が必要に



強い対面営業



取り扱い商材拡大



中小・零細企業カバー率

每期増益

2,000超

≒10%

企業の購買行動における変化を
どのように捉えているか

ハイブリッド営業

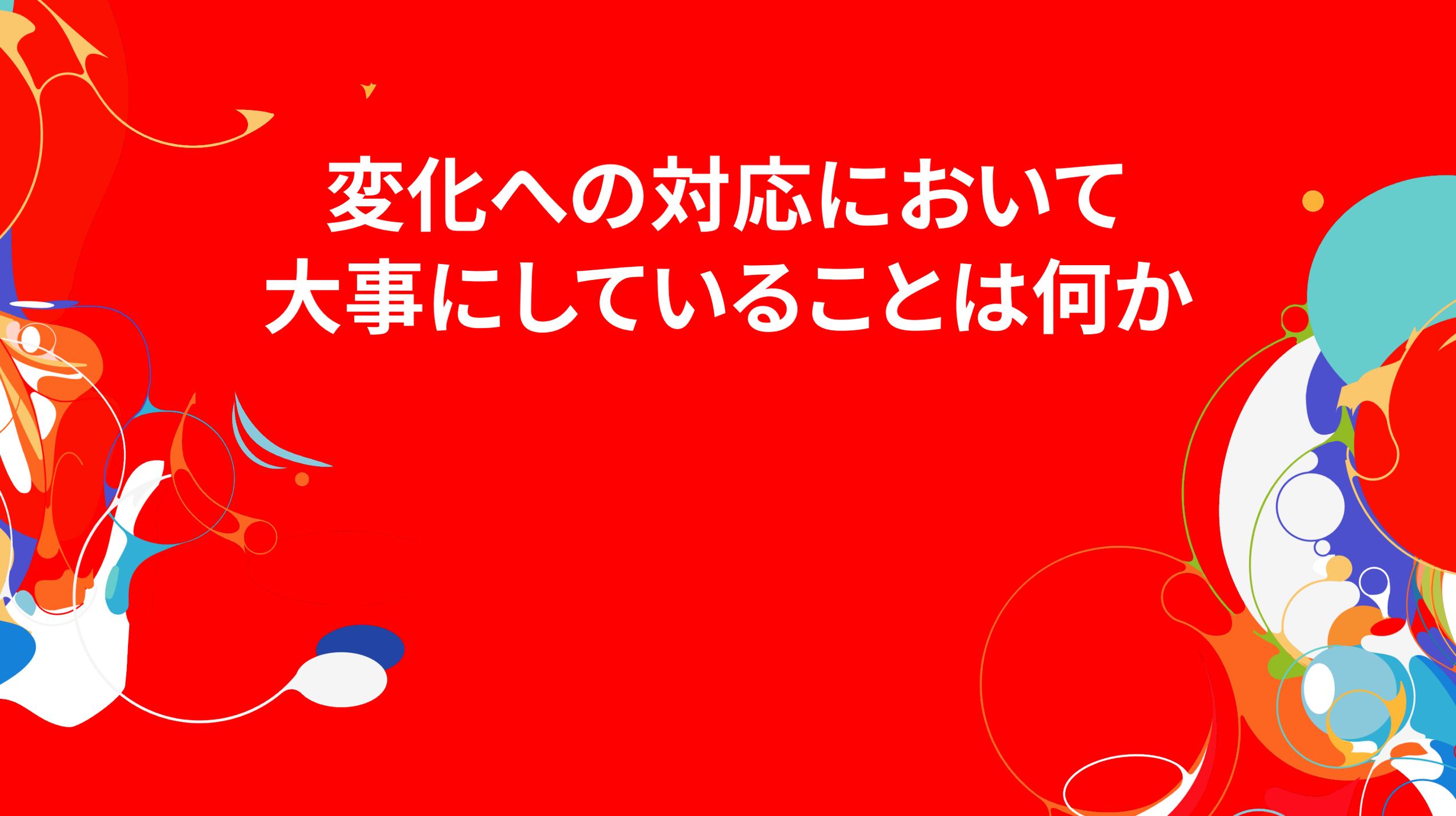
オンラインとオフラインを融合した営業スタイル



ハイブリッド営業の特長

デジタルを徹底活用し、効率的に顧客へアプローチ





変化への対応において
大事にしていることは何か

「まずはやってみる」：新しい営業手法

複数社の役員同士がオンライン上でディスカッション

1社対3社のウェブミーティングを開催



「まずはやってみる」：組織の変遷

変化や成長に合わせて柔軟に変更

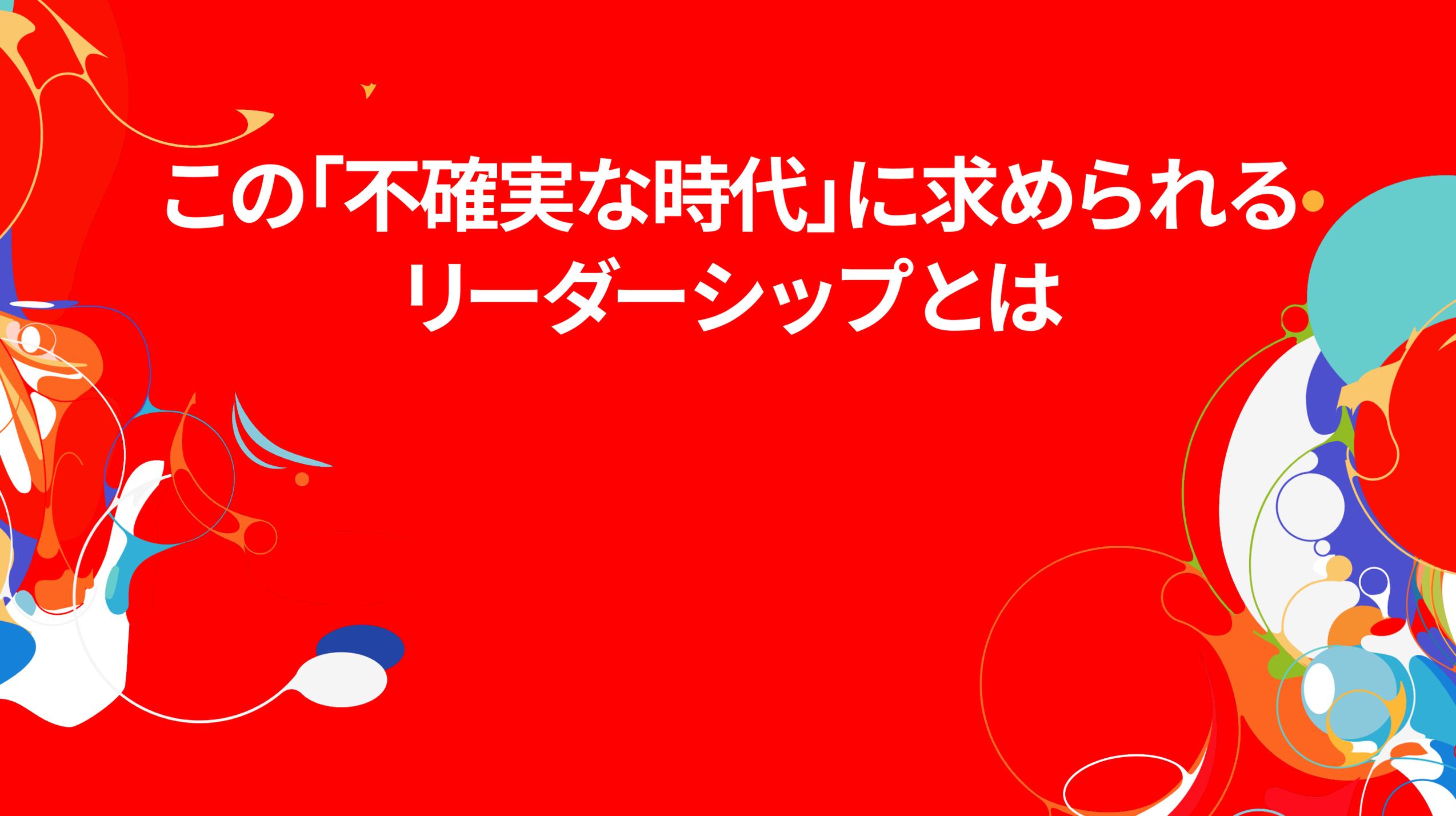
2年での組織改編数

7回

※2018年4月～2020年4月の2年間



「まずはやってみる」ためには
どうしたらいいか



この「不確実な時代」に求められる。
リーダーシップとは

リーダーシップのDO's / DON'Ts

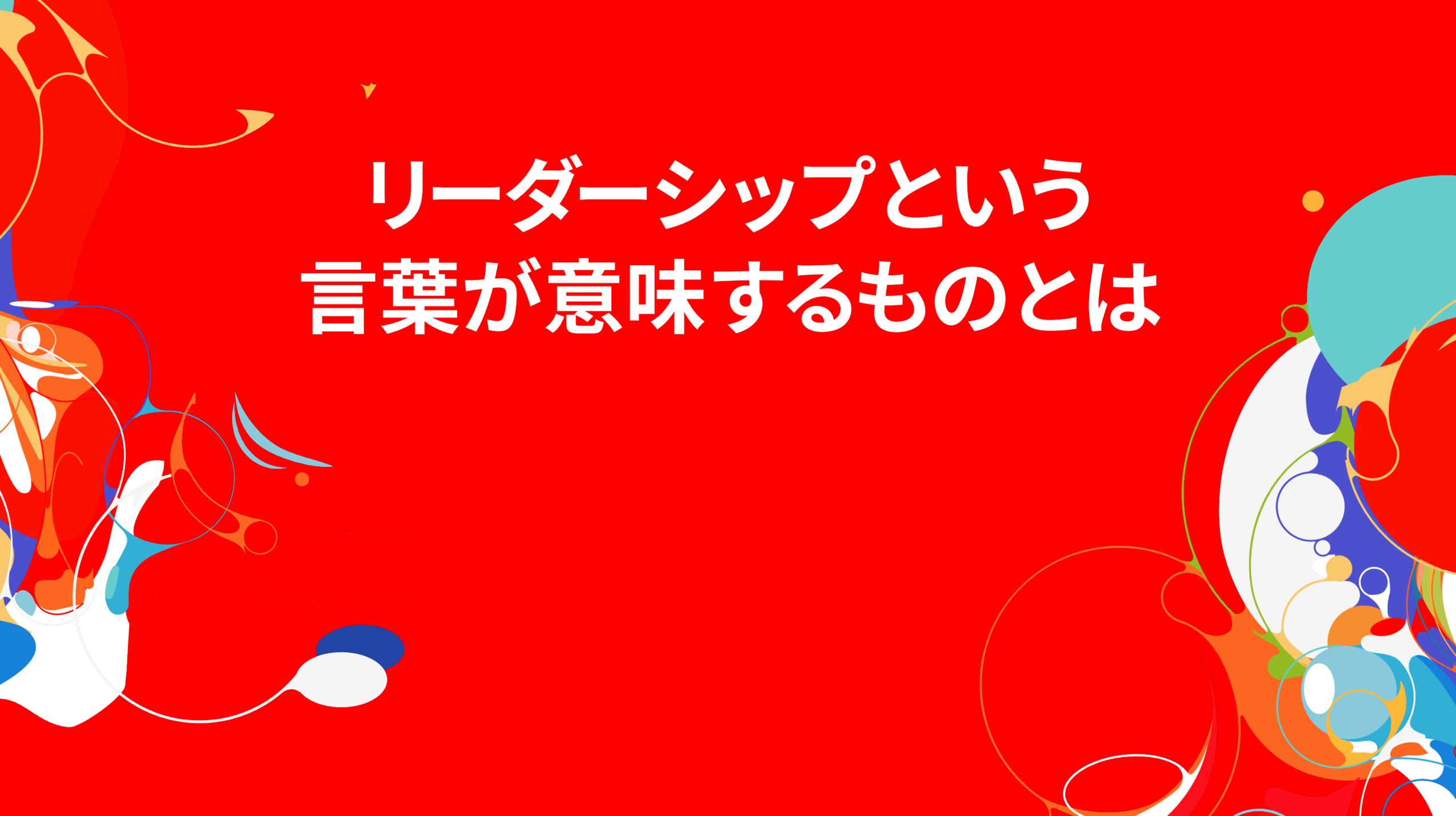
スピード感をもって、挑戦しやすい環境を作る

DO's

- ゴールの提示
- 意思決定の提供
- 期限の決定

DON'Ts

- 足元の成果を
求めること



リーダーシップという
言葉が意味するものとは

行動指針

1. 情報感度を上げる

2. スピードを速める
(初動を早く)

3. 新しい事に挑戦する



すべての働く人々をもっと自由に

Digital Tech First

＝ SoftBank



