2020-03-02

**陳如月**

**一年內減少2500人！是什麼奪走日本製藥公司MR的工作？**

日本創生投資董事長三戶政和說：「我相信十年後，銷售的概念就會消失。」本文摘錄自三戶政和的新作『不需要銷售』。

* **科技消除銷售的概念**

三戶確信，十年後，所有企業都沒有銷售了。這不是指沒有銷售人員，而是「銷售概念」本身將消失。

這種徵兆不僅在B2C，而且在B2B領域中也能看到，實際上，在美國從事商業諮詢和市場研究的Forrester Research 公司在2015年已經出版以「Death of a Salesman」為題的報告。該報告提出了一個令人震驚的預測，「在美國的450萬B2B銷售人員中，有100萬人將在五年內失去工作。實際上有22%的B2B銷售人員失去工作，這是一個非常令人震驚的報告。」

仔細看這份報告的話，B2B銷售人員中特別明顯減少的是以接受訂單為主的營業職，「從160萬人減少到100萬人，會減少33%。」另外，預計進行商品說明的營業人員將減少25%，透過與客戶建立關係導向所需要產品的營業職將減少15%。

附帶提一下，根據這份報告的問卷調查，約75%的採購負責人表示，「在網站上購買比從銷售人員那裡購買更方便」，93%的受訪者表示，「如果已經決定要買什麼，想在網上買。」這暗示在B2B的營業活動中，很多也將被透過互聯網購買所取代。

另一方面，這份報告還寫道：「顧問式銷售人員將增加約10%左右。」顧問式銷售人員指在深入瞭解銷售產品的基礎上，根據客戶需求進行簡單易懂的說明，有時也會幫助顧客在其企業內部的採購審批流程至預算完成，像顧問一樣的存在。

不過，在2015年的科技預測中，被認為會增加的這個顧問式銷售人員在科技發展的時刻也會逐漸消失。這次，三戶以具體的例子讓我們來思考這個現實。

* **作為銷售代表的「MR」也被科技取代**

科技取代現場銷售人員的情況在醫療行業也在發展。現在，在日本製藥公司的營業人員，也就是所謂的MR（醫藥資訊負責人）正在穩步減少。

說到MR，也可以說是銷售人員的代表。

在過去的醫療戲劇中描繪的MR就是這樣的感覺。總是潛伏在醫院的某個角落，看準接觸醫師的時機。一看到機會就接近醫師，推銷自己公司的藥品。晚上，在高檔俱樂部招待醫師，在醫師家人生日時贈送奢侈品。「這就是銷售人員」這樣的MR印象。

藥品的銷售非常專業，需要複雜和廣泛的知識，在使用過程中也存在風險。因此，從旁看，關於藥品的銷售活動中似乎很難引進科技。另外，「作為醫師的一方，因為購買了重要的藥品，所以還是想接受別人仔細的說明吧。」

![一張含有 螢幕擷取畫面 的圖片

自動產生的描述]()但現實並非如此。互聯網的購買正在迅速發展。根據日本MR認證中心的彙整，MR人數在2013年達到6萬5752人的高峰，之後連降6年，在2018年底為5萬5900人。特別是2018年度的減少是有史以來最高的，1年内减少了2533人，约占整體的4.1%。

MR的應屆畢業生的雇用也繼續受到抑制，2019年的春季，6成的製藥公司MR暫不雇用應屆畢業生。

MR人數顯著減少的背後，實際上是因為有「ＭＲ君」這樣的Web服務存在。「ＭＲ君」是由經營日本最大規模的醫療資訊專業網站「m3.com」的M3公司提供的，是將以前向MR購買藥品的醫師的行動在Web上代替服務。

截至目前，製藥公司透過MR向醫師提供關於其藥品的資訊，MR在了解負責醫師的專業性和個性、醫院的個別條件等的同時，向醫師提供最合適的藥品資訊。此時，在招待攻勢下一些藥品的訂單也可以說是多餘的。

但是，藥品也是政府的公務預算，這種推高成本的過度的營業活動被視為問題，所以，日本的藥界制定自我規範。這樣一來，MR的活動範圍被縮小。在這樣的背景下擴展開來也是因為有MR君的Web服務。

目前，在日本有28萬名醫師使用M3開發的「m3.com」，約占醫師總數的九成。越來越多醫師透過這個網站使用ＭＲ君，所以現在MR君是製藥公司的營業活動中不可或缺的。使用MR君也減少了製藥公司的巨大成本。根據M3公佈的數據，使用MR君讓醫師認識資訊的成本僅為人的60分之1。

人的情況下，無論如何都會出現訊息的偏差，但MR君是根據總部管理的資訊，所以也可以準確無誤地傳達訊息。更重要的是，MR君不僅僅是單純登載藥品資訊的服務。MR君是以「直接在互聯網上實現MR的營業活動」為目的而製作的。也就是說，顧名思義，MR君是代替人類MR的服務。MR君具備醫院和醫師的資料庫，資料庫中不時儲存各個醫師的專業性、特徵、藥品購買狀況、資訊瀏覽狀況等資料。MR君提供的内容和提供方式根據這些資料而變化。

也就是說，就像人的MR配合對方醫師提供資訊和新藥建議一樣，MR君也能給每個醫師以客製化的方式傳達內容。此外，MR君還刊登製藥公司提供豐富的藥品資訊的動畫和靜態影像內容。現在，MR君也提供APP了，它的設計就像Yahoo的新聞APP，資訊非常容易看到。

隨著MR君的推出，製藥公司的營業策略發生很大的變化。然後，MR的工作被科技侵蝕，MR的數量持續減少。

優秀的營業人員的廣泛產品知識將被可以立即下載（瀏覽）龐大訊息的互聯網取代，而提供滿足客戶需求的產品的技能將主要負責AI的推薦功能支援。 技術超越銷售人員的能力只是時間問題。提供滿足客戶需求的產品的技能將由以AI為中心的推薦功能提供支援。科技術超越營業人員的能力只是時間問題。

(取材自DIAMOND Online)

–End–