2022-11-14

**譯者**．**陳如月**

日本Active-T座談會 — MR的第二職業，利用在醫療保健行業的經驗也可以選擇不同行業的企業

由武田藥品的OB志願者們組成的商業社群「Active-T」於10月21日以「MR的第二職業：轉職的缺點 －新天地在哪裡？」為主題的媒體座談會。隨著各製藥公司紛紛招募提前退休員工，MR在產業內的就業市場趨於飽和的情況下，與會者認為MR經驗可以應用於醫療保健行業。能夠活用經驗的「新天地」，除了醫療保健相關的市場調查公司和顧問公司外，從不同行業進入醫療保健領域的新公司以及與數據健康相關的公司也被提到是可以利用經驗的「新天地」的選擇。其中對於不同產業新加入市場的企業，在尋找熟悉醫療、醫療機構的銷售代表，也有人說存在著「錯配」。

座談會由在武田藥品有MR等經驗的専修大学商学部高橋義仁教授擔任主持人，和1994年與當時的武田藥品經營階層（武田國男社長）一起參與人事制度改革專案的Minori經營研究所法人代表秋山健一郎，以及前輝瑞MR目前任職日本Korn Ferry顧問公司的資深商務開發處長野見山健一郎分享觀點。

**◎不能協商價格的銷售經驗「反而是優勢」**

野見山表示，MR處理的是與生命相關的產品，在掌握高度專業化醫師需求的基礎上，蒐集資訊、提供活動和請求處方，也從區域醫療合作的角度展開活動等等，因此，「雖然不能說是全員，但比起其他行業的純銷售，MR的工作水準更高。」在談到MR不能進行價格協商的同時，他也指出：「這是一項真正以客戶為導向才能完成的工作。一直換各種手法，處心積慮要和醫師溝通的同時找到最佳切入點。客戶導向的水平相當高」的認識。

雖然也有人認為MR沒有價格談協商經驗會成為轉職後的弱點，但野見山指出，「雖然認為這是弱點，但實際上考慮到現在最新的銷售要求，反而可以認為是優勢。」其原因在於，在醫藥行業之外，越來越多的趨勢是尋求一種吸引「透過購買產品獲得體驗和價值」的銷售方式。他表示，從這一點來看，MR不依賴價格的客戶導向思維在藥業之外也適用。

高橋表示，「MR活動並不是單純的銷售，而是多方面的資訊。」他認為，洞察決策者的各個需求的同時進行接觸的活動是一種高超的技能。然而，他指出，價格協商是「商務的基本部分」，如果考慮轉行到藥業以外的銷售職位時，就有必要學習價格協商。

秋山在武田薬品從事人事制度改革時，詢問銷售以外的職業對MR的期待是什麼，回答說「想要醫師和醫院的資訊」，認識到如果能從醫師們那裡聽到真心話，這是MR特有的技能。對於正在考慮換工作的人，他聲援道：「我希望你能對自己積累的經驗有更多的自信。」

**◎「其他行業的人都想做醫療保健」**

對於MR在藥業以外的工作機會，野見山和高橋表示：「MR的經驗也可以用在醫療保健等其他行業。」經常聽到有MR經驗的人轉行到市場調查公司或顧問公司等，野見山以凸版印刷進入醫療保健領域為例，提議從不同行業收集新進入醫療保健的公司的資訊等，「開闊視野，收集資訊，學習也很重要。」高橋也表示：「其他行業的人都想從事醫療保健，為什麼會出現如此錯配的情况呢？我自己也聽說過很多關於醫療保健行業的訊息，確實存在需求。」

秋山強調，鑒於日本勞動人口減少，轉職的市場是光明的。轉職的瓶頸是，從藥業轉職後薪資減少的情況比較多，不過，他說：「你想以什麼樣的人生觀、工作觀生存下去呢？希望大家也有薪資增加、減少以外的觀點。」

**◎盤點職涯**

此外，也有人指出，為了在轉職活動中取得成功，光靠宣傳自身的銷售業績和預算達成率的結果是不够的。野見山說：「即使聽到『達成率是160%』的結果（招聘方面的招聘負責人）也會想：『成功了嗎？』我想知道這部分是自己做的嗎？」為了達成成績努力的小插曲，失敗的時候，學到了什麼挽回了什麼，針對弱點如何與團隊和其他部門怎樣合作做出怎樣的成績，他並解釋說，重要的是整理好這些內容並簡潔地說明是很重要的。

至於被認為很困難的中老年轉職，他認為在漫長的職涯中「一定有一些成功的經驗」，建議對職涯進行盤點，用簡單的語言表達，可以改變印象。

(資料來源：MixOnline)