

2026年4月9日

書籍「ELG（エコシステム・レッド・グロース）パートナー/代理店と共に成長する次世代型マーケ・営業組織の事業戦略」を4月9日に発売

株式会社電通（本社：東京都港区、代表取締役 社長執行役員：松本 千里、以下「電通」）と株式会社パートナープロップ（本社：東京都千代田区、代表取締役：井上 拓海、以下「パートナープロップ」）は、書籍「ELG（エコシステム・レッド・グロース）パートナー/代理店と共に成長する次世代型マーケ・営業組織の事業戦略」を執筆し、株式会社宣伝会議から4月9日に発売します。電通とパートナープロップが有する企業間連携に関する知見を整理したプロセスモデル「ELG MODEL」をもとに、企業とパートナー企業が協働しながら事業成長を実現する、新たなマーケティングと営業戦略について解説しています。



宣伝会議、四六判、332 ページ、2200 円（税込）

ISBN：978-4-88335-653-9

編著者：梅木 俊成（電通）、井上 拓海（パートナープロップ）

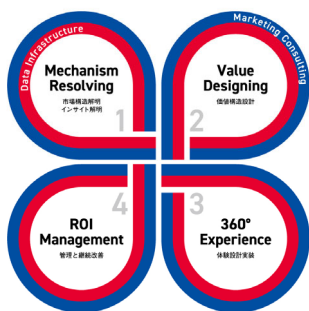
近年、人口減少や人材不足により、企業単独での営業活動や属人的な販売モデルだけで、持続的な事業成長を実現することは難しくなっています。メーカーやベンダー企業と販売パートナー、代理店、SIer、流通企業などが連携し、それぞれの強みを生かして顧客価値を創出・最大化する「エコシステム型」の事業成長モデルへの関心が高まっています。

本書では、こうした企業間連携による成長戦略を体系化し、企業とパートナー企業が協働して市場を開拓するための新しいマーケティングと営業戦略に関する考え方、「ELG MODEL」について解説しています。

「ELG MODEL」は、電通が提供する共創マーケティング・コンサルティングの知見（ソフト）と、パートナーブロップがプラットフォームとして実現してきた再現性のノウハウ（ハード）をもとに整理したプロセスモデルであり、パートナーのリクルーティング、オンボーディング、アクティベーション、リテンションまでの一連の取り組みを体系的に取りまとめています。また、パートナー企業との共創による市場開拓を推進するための組織設計やオペレーションの考え方に加え、B2B 企業がパートナーエコシステムを活用しながら持続的な成長を実現していく実践的な知見を提示しています。パートナー活用を推進する企業だけでなく、B2B マーケティングや営業組織の変革、事業戦略の高度化に取り組む企業にとっても示唆の多い内容になっています。

目次

- 第1部 国内企業に求められる新たな営業スタイル
- 第2部 ELG の全体像「ELG MODEL」
- 第3部 プランニング
- 第4部 実行プロセス
- 第5部 組織構成
- 第6部 オペレーション
- 第7部 発展していく ELG MODEL



本書で取り上げる「パートナー・リレーションシップ・マネジメント（PRM）」は、電通が提唱する、事業グロースのための次世代マーケティングモデル「Marketing For Growth」の4つのプロセスのうち、「1. Mechanism Resolving（市場構造解明、インサイト解明）」を起点としたサービスです。

「Marketing For Growth」については以下のリリースをご確認ください。

<https://www.dentsu.co.jp/news/business/2024/0130-010682.html>

「Marketing For Growth」のB2B領域における展開の詳細については、以下をご覧ください。

<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2024/0819-010760.html>

以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通コーポレートワン ブランディングオフィス 広報室 広報部

河南、内田、山中

Email : koho@dentsu.co.jp