

【Webセミナー】印刷会社のためのデジタルシフト経営

PC・スマホで
セミナー参加!

選べる曜日! スマホからもOK!
ご都合の良い日程で以下よりお選びください。

一般価格 11,000円(税込)
/一名様
会員価格 8,800円(税込)
/一名様

オンライン
開催

2021年

8/27 [金]

9/2 [木]

13:00 - 15:00

申込締切日: 8月23日(月)

申込締切日: 8月29日(日)

(ログイン開始 12:30~)

※オンラインミーティングツール「Zoom」を使用いたします。Zoomご参加方法の詳細は「船井総研 web参加」で検索

講座	内容
第1講座	時流に対応できない印刷会社に未来はない! 印刷会社の未来設計図とは? Point 1 コロナ禍でも新しい取り組みをして成功した企業の共通点とは Point 2 DX化で描ける未来と、DX化しないで迎える未来とは Point 3 印刷会社に本当に必要なDX戦略とは
第2講座	印刷会社のためのデジタルシフト経営! 戦略から手法まで徹底解説! Point 1 営業系DXで案件数アップと客数アップを実現する Point 2 商材系DXで客単価アップと粗利アップを実現する Point 3 DXの本質は効率化ではなく、成長を軌道に乗せる投資である
まとめ講座	地方の中小印刷会社の経営者は覚悟を決める! 業界が分岐点にいる“今”、間違った舵取りは絶対にしない

講師紹介



株式会社 船井総合研究所
DX支援本部 人材・ものづくり支援部 シニアコンサルタント **宮本 賢一**

年商120億円の大手SP会社にてマネージャー職を務める。各地域のクライアント部門の責任者としてクライアントの業績アップを実現させるとともに長年苦戦していた自社の部門収益をV字回復させる。その現場経験を経て船井総研に入社し、広告・印刷業界を専門とするチームの主軸として活躍。広告主の様々な課題を解決するためのプロジェクトもリーダーとして多数の実績を積み。前職のSP会社での経験を活かしブランディング戦略の構築からプロモーション企画立案、現場における営業同行まで現場最前線のサポートに対する顧客からの信頼が厚い。

お申し込み方法 — WEBからのお申し込み —



右記のQRコードを読み取りいただきWEBページのお申し込みフォームよりお申し込みくださいませ。

※お申込みに関してのよくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください

セミナー情報をWEBページからご覧いただけます!

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/075569>



必ず経営者の方がご参加ください

DXで再成長を目指すか、時代に残され淘汰の道を選ぶか
選択肢は“今”経営者の目の前に

印刷会社のための

早くスタートした
企業が勝つ

攻めのDX

今、本当に必要なDXとは何か?

客数アップ

客単価アップ

案件数アップ

これらをすべて実現し、効率も高める!

営業系DX

商材系DX

果たして、何から
実現すればよいのか?

自社サイト強化
SFA、CRM、MA導入
オンライン営業、ウェビナー
Web広告、SNS強化

どの商材が売れやすく
利益率が高いのか?

動画制作
WebサイトやLP制作
SNSアカウント運用
Web広告運用

今、印刷会社が抱えるDXの悩みをすべて解決いたします!

PC・スマホで
セミナー参加!

オンラインセミナーの参加は以下の日程から、ご都合の良い日をお選びください

オンライン開催

2021年 8/27 [金]

9/2 [木]

13:00 - 15:00 (ログイン開始 12:30~)

新型コロナウイルス感染症に罹患された皆さま、および関係者の皆さまに心よりお見舞い申し上げます。

主催



明日のグレートカンパニーを創る

Funai Soken

【Webセミナー】印刷会社のためのデジタルシフト経営

お問い合わせNo. S075569

TEL.0120-964-000

平日
9:30~17:30

お申込みに関するお問合せ: 時田
内容に関するお問合せ: 宮本

株式会社 船井総合研究所 〒541-0041 大阪市中央区北浜 4-4-10 船井総研大阪本社ビル

WEBからお申し込みいただけます。(船井総研ホームページ[www.funaisoken.co.jp]右上検索窓に「お問い合わせNo.」を入力ください。) → 075569

DXは経営者の最重要課題

DXで再成長を目指すか、時代に残され淘汰の道を選ぶか、選択肢は目の前に 今、目を背けるか変化を受け入れるかで**企業の未来が決まる**

営業DXでここまで営業の現場が変わる!

DX前の現在

DX後の未来

新規開拓

24時間365日働くDX営業マンで新規数大幅アップ

リスト購入、もしくはサイトから探しTELでアプローチを毎日続けるが結局アポインとは取れても数件。社員は結果が出ず疲弊し、モチベーションが下がる。

24時間365日黙々と新規開拓を行うWeb広告を活用し、問い合わせを獲得する。ウェビナーも活用することで、ニーズが顕在化した顧客とも接点を持てる。

案件化

DX化を実現することで受注までの工数が激減

半ば強引に獲得したアポイントや既存顧客への案内からは優良な案件化にはつながらず、受注までの道のりは遠く、途中で案件が消失してしまう。

Web広告やウェビナーから発生した案件は、すでに見込み客のニーズが顕在化しているので、受注までの道のりが短く、効率的に受注ができる。

既存深耕

既存顧客の取りこぼしを無くし、顧客シェアを高める

既存顧客の潜在的ニーズを把握するためには、訪問営業が欠かせないが、コロナ禍で訪問ができないとこれまでの案件を取りこぼし、他社に発注が流れてしまう。

定期的に行うメルマガ×Webサイトを活用することで、既存顧客のニーズを把握し、常に顧客ニーズに合った新規商材の提案が可能になり、顧客シェアが高まる。

まだまだある営業DXの効果はセミナーで!

商材DXでここまでお客様の反応が変わる!

DX前の現在

DX後の未来

客単価

顧客の販促費すべてを獲得し、客単価大幅アップ

印刷系の商材については、これまで通りの案件をもらっているが、印刷物の枚数や案件自体が減っているため客単価は毎年5~10%減っている。

印刷系の商材だけでなく、顧客の販促費すべて狙える可能性があり、動画やWeb関係の商材まで対応することで客単価大幅増を狙うことができる。

提案の幅

本質的課題と向き合い、顧客の売上アップを狙う

顧客は印刷物を作りたいのではなく、販促の成果を得たい。しかし、自社では何をやってよいかわからないので販促の提案を求めているが、自社では提案できない。

顧客の本質的な課題である販促の成果に向き合う提案を行い、最善の販促手法を自社で選定し、顧客の売上アップに貢献する。

粗利額

販促の上流をおさえることで、価格競争には陥らない

既存の印刷物は競合の印刷会社だけでなく、ネット印刷などとも価格競争を繰り広げ、毎年売上が減り、粗利額も減り続けている。

複合的な販促提案をする企業は地方には殆どいないので、販促の上流をおさえることで、価格競争には陥らず、売上・粗利ともにアップを実現できる。

まだまだある商材DXの効果はセミナーで!

まだまだある
DXの悩みを
セミナーで
徹底解説
いたします!

悩み
1

組織体制はどうすればいいの?

悩み
2

DXが社長の仕事っていうけど、社長は何をすればいいの?

悩み
3

まず、はじめにやることって何?

悩み
4

具体的に何をすればいいの?

悩み
5

Webサイトって作り直した方がいいの?

悩み
6

一体いくらぐらいかかるの?

悩み
7

DXの終わりってあるの?

悩み
8

社内に人材がいらないが外部から人を雇う必要があるの?

悩み
9

地方でもできるの?