

食品メーカー向け 営業DXセミナー

講座内容 & スケジュール

株式会社船井総合研究所 東京本社

〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-6-6
日本生命丸の内ビル21階
[JR「東京駅」丸の内北口より徒歩1分]

オンライン

オンライン

13:00
↓
15:30
(受付開始12:30~)

2023年 **5月25日(木)**

申込期日:5月21日(日)

5月31日(水)

申込期日:5月27日(土)

6月7日(水)

申込期日:6月3日(土)

受講料

一般価格 **税抜30,000円** (税込33,000円) / 一名様

会員価格 **税抜24,000円** (税込26,400円) / 一名様

※全日程とも内容は同じです。
ご都合の良い日程をお選びください。
※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

諸事情により、やむを得ず会場を変更する場合がございますので、会場は受講票にてご確認ください。また最少催行人数に満たない場合、中止させていただく場合がございます。尚、中止の際、交通費の払戻し手数料等のお支払いはいたしかねますので、ご了承ください。

業務用食品メーカー事業主対象 新規顧客開拓セミナー

Webマーケティングで

年間300社超

新規顧客開拓

物価上昇・景気後退の 厳しい環境下でも 新規顧客を最大化し 業績を向上させるたった一つの方法

展示会時に頼らず、狙いたいターゲット業種から問い合わせを獲得する手法大公開!

講座	講師・内容紹介	
第1講座	<p>営業DXに取組み業績を上げた中小食品メーカーと、成果につながらなかった会社の違い</p> <p>コロナ以降、DXという言葉が聞かない日がないというほど定着しています。ただし、DXに取り組んでみたものの、成果が出なかった、実際のところ何処から手を付けたら良いのか? 自社の規模や業界特性に合ったDXはあるのか? というのが多くの中小食品メーカー経営者の悩みではないでしょうか。本講座では、この2~3年で営業DXに取組み、業績を上げた中小食品メーカーと、成果につながらなかった会社の違いと、業績を上げるための営業DXのポイントについて解説いたします。</p> <p style="text-align: right; font-size: x-small;">株式会社船井総合研究所 地方創生支援部 マネージング・ディレクター 横山 玖珠</p>	
第2講座	<p>営業DXに取組みコロナ禍に売上150%UP! 地方の中小食品メーカーのDX戦略</p> <p>新潟県三条市で業務用ダシ、調味料、鰹節、削り節の製造加工を行う。2020年より本格的に営業DXに取組み、DXを通じた売上は、コロナ禍の2020年対比で153%UP。マーケティングオートメーション、SFA、CRMにZohoを導入し、効率化と新たなビジネスチャンスの創出の双方に成功している。中小食品メーカーのDX戦略について、株式会社フタバの代表取締役社長である江口氏よりご講演いただきます。</p> <p style="text-align: right; font-size: x-small;">株式会社フタバ 代表取締役社長 江口 晃氏</p>	
第3講座	<p>営業DXに取組み業績を上げた中小食品メーカーの事例紹介</p> <p>酒類、製茶、発酵食品、農産加工品など全国の地方の中小メーカーで営業DXに取組み、業績を上げた事例と業績を上げるために取り組んだ、マーケティングオートメーションや、営業管理の自動化などZohoを活用し営業DXを推進する上での事例とポイントを解説いたします。</p> <p style="text-align: right; font-size: x-small;">株式会社船井総合研究所 地方創生支援部 中山 凌輔</p>	
第4講座	<p>Webに詳しくない方でも大丈夫! コストを最小化し、営業DXを導入するための手順と期待される効果</p> <p>具体的に営業DXを推進していく際に必要なコストや必要なツール、導入するための手順について解説し、あなたの会社の業績を上げるための道筋について整理を行います。</p> <p style="text-align: right; font-size: x-small;">株式会社船井総合研究所 地方創生支援部 マネージング・ディレクター 横山 玖珠</p>	



**特別
ゲスト
登場**

株式会社フタバ
代表取締役社長
江口 晃氏

ゲスト講師必見の実績

- 1 300件/年の新規見込み顧客を獲得し、3年連続事業年商1.2倍に成長!
- 2 業務用サイトに5,000件/月以上のアクセス数を獲得し認知拡大に成功!
- 3 業務用サイトの通販部門による売上は年商約6,000万円を達成!
- 4 PB/OEM商品開発など100万円を超える大型案件の受注も多数実現!
- 5 コロナ禍でも業績を落とさず、変化に強いビジネスモデル!

受講は、法人企業の事業主・経営幹部に限ります。個人での参加やコンサルタントの受講はできませんので、予めご了承ください。

お申込み方法 — Webからのお申込み —

右記のQRコードを読み取りいただきWebページのお申込みフォームよりお申込みくださいませ。
※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ページからもご覧いただけます!

https://www.funaisoken.co.jp/seminar/098929 [TEL]0120-964-000(平日9:30~17:30)



開催日時

2023年 **5月25日(木)** **31日(水)** **6月7日(水)**

開催時間

13:00~15:30
(受付 12:30~)

参加費

一般価格30,000円(税込**33,000円**) / 一名様

会員価格24,000円(税込**26,400円**) / 一名様

主催



明日のグレートカンパニーを創る
船井総研セミナー事務局

食品メーカー向け営業DXセミナー

E-mail: seminar271@funaisoken.co.jp

※お問合せの際は「セミナータイトル・お問い合わせNO・お客様氏名」を明記の上、ご連絡ください

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

お問い合わせNo. **S098929**

Webからお申込みいただけます。(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。→ **098929** 検索)

業務用食品メーカーの厳しい外部環境下において今後必須なマーケティング戦略

このような方に
オススメします

- ✓ 業務用法人取引の売上・利益を向上させ、大きく業績を伸ばしたいと考えている方
- ✓ 業務用専門サイトを構築し、安定的・継続的に引き合いを獲得したいと考えている方
- ✓ 新たな人員の採用や既存業務の工数を増やすことなく業績アップを実現したい方

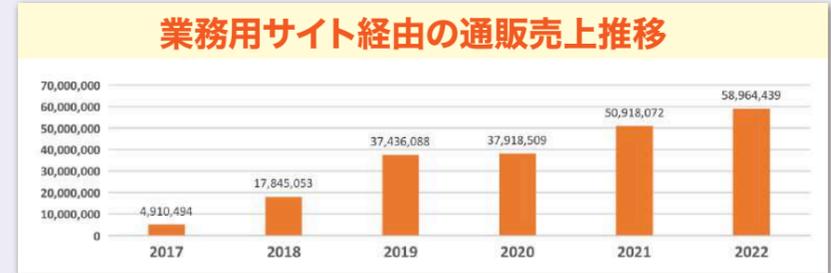
新規顧客を最大化し業績を向上させるたった一つの方法とは？

コロナウイルスの影響に加え、物価上昇など景気が後退する厳しい状況が続く中、既存の取引先からの売上減少や取引の中止などで売上減少に苦しむ中小業務用食品メーカーが数多く存在します。そんな中、業務用商材に特化した専門のホームページを制作し、反響を獲得し新規顧客を獲得していくWebマーケティングを導入することでこの窮地でも業績を向上させる企業が存在します。今回は、具体的にどのようなサイトを構築するべきなのか、どのような具体的結果を得ることができるのかを先行して取り組んでいる企業の事例を基に学んでいただけますと幸いです。

業務用専門サイトを構築し売上拡大に成功！



株式会社フタバでは、「だしドットコム」という業務用だしの専門サイトを2017年にオープン。業務用ECの売上だけでも年商約6,000万まで売上が伸びています。他にも、PB/OEMの依頼などを数多く受注しており、売上に大きく貢献しています。

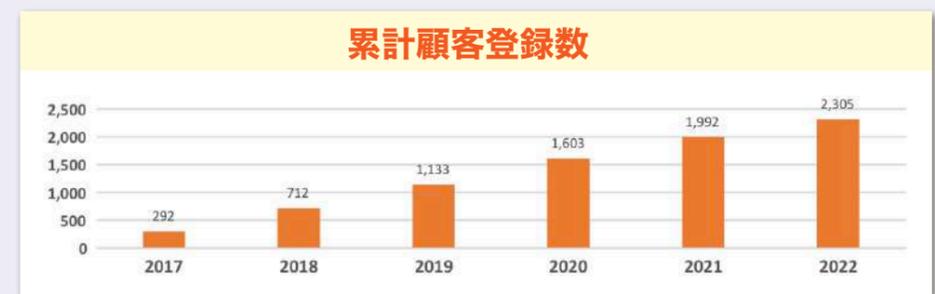


現在サイトには、月間5000件を超えるアクセスがあり、Web上での認知を拡大することに成功しています。自社の強みをサイト内で訴求することで競合他社との差別化を図っています。

週2ペースでメルマガ配信し、高頻度の顧客接点構築に成功！



サイトの登録会員に対してメールマガジンを週2回ペースで配信。定期的に顧客に情報を届けることで、売上の拡大に繋がっています。さらに、一定期間購入のない離脱客に対してお得なクーポンを配信することで毎回約1%の会員が戻ってくるなど長期的な顧客との関係構築にも貢献しております。

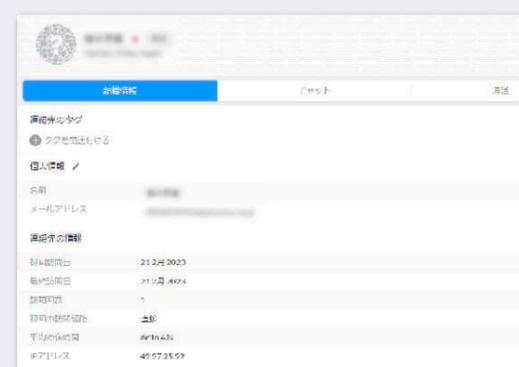


チャットボットの導入！お客様のお悩みをAIで解決し、お問い合わせや商品の購入数最大化に成功！



株式会社フタバの業務用専門サイトには、チャットボット機能を搭載しています。これにより、お客様が知りたい情報や見たいページへの誘導をスムーズに行うことができ、離脱を防ぐことに加え、問い合わせや商品の購入、さらには資料請求などのコンバージョンを最大化することに成功しています。お客様とのやり取りは、あらかじめ設定した内容で自動化しており工数をかけることなく対応することができています。

顧客のサイト閲覧情報を取得しスコアリングすることに成功！これにより、優先的にフォローすべき顧客が自動的に判明！



株式会社フタバでは、デジタルツールを導入することで、「いつ」「だれが」「どのページを」閲覧したのかを把握することに成功しています。また、この閲覧状況を自動的にスコアリングすることで、優先的にフォローすべき顧客の判別を自動的に行うことができる仕組み作りを行っています。従来であれば、お客様が何に関心を持っているのか、何に課題を抱えているのかといった情報は、直接訪問をして取得する必要がありましたが、この仕組みを導入することで訪問するコストをかけることなく最適なアプローチを行うことができます。