

既存技術・ソリューションを元に先端ニーズ収集&新市場参入で自社の成長を加速	
中小部品メーカー（機械要素部品）経営戦略セミナー	
お問い合わせNo. S107557	
講座	内容
第1講座 13:00～13:30	中小の部品メーカーこそ進めるべき、デジタルマーケティング セミナー内容抜粋 混迷期の今がチャンス！ 車載・産機・次世代通信・医療他、成長市場から最新ニーズを掴む方法はコレだ！ セミナー内容抜粋 先進のモデル企業はもう始めている、このビジネスモデル！ 株式会社船井総合研究所 製造業商社支援部 リーダー 山崎 悠
第2講座 13:40～14:20	中小部品メーカーのための、技術ニーズ収集・成長市場開拓・業績アップを強力に進める“最新”ビジネスモデル大公開 セミナー内容抜粋 リアル営業だけで市場ニーズ・顧客ニーズを集めるのは非効率！ 中小の部品メーカーこそ進めるべき、“デジタル”技術マーケティングの全貌 セミナー内容抜粋 開発／設計部門を攻略し、先端ニーズ収集&成長市場参入を果たす、最新ビジネスモデルを3ヵ月で立ち上げる5つのステップ 株式会社船井総合研究所 製造業商社支援部 リーダー 山崎 悠
第3講座 14:30～15:00	中小の部品メーカーの社長に今すぐ取り組んで欲しいこと セミナー内容抜粋 コスト高／景気低迷／国内市場縮小の中、 中小の部品メーカーがこれからも業績を伸ばす絶対条件とは？ セミナー内容抜粋 これから大きく二極化する業界で勝ち残るために必要なこと 株式会社船井総合研究所 製造業商社支援部 マネージャー 中小企業診断士 高野 雄輔

開催要項	
ご入金確認後、マイページの案内を持ってセミナー受付とさせていただきます。	
日時・会場	※講座内容はすべて同じです。ご都合のよい日時をおひとつお選びください。 オンライン開催 2024年2月14日(水) 13:00～15:00 (ログイン開始 12:30より) 【お申込み期限】2月10日(土) オンライン開催 2024年2月22日(木) 13:00～15:00 (ログイン開始 12:30より) 【お申込み期限】2月18日(日) 本講座はオンライン受講となっております。 諸事情により受講いただけない場合がございますご了承ください。セミナーご参加方法の詳細は「船井総研 Web参加」で検索。
受講料	一般価格 税抜 10,000円 (税込 11,000円) / 一名様 会員価格 税抜 8,000円 (税込 8,800円) / 一名様 ●お支払いが、クレジットの場合はお申込み手続き完了後の案内(メール)をもって、セミナー受付とさせていただきます。銀行振込の場合はご入金確認後、お送りする案内(メール)をもってセミナー受付とさせていただきます。●銀行振込の方は、税込金額でのお振込みをお願いいたします。お振込みいただいたにも関わらずメールがお手元に届かない場合や、セミナー開催4日前までにお振込みできない場合は、事前にご連絡ください。尚、ご入金が確認できない場合は、お申込みを取消させていただく場合がございます。●ご参加を取り消される場合は、開催3日前まではマイページよりキャンセルをお願いします。それ以降は下記 船井総研セミナー事務局宛にメールにてご連絡ください。尚、ご参加料金の50%を、当日の欠席は100%をキャンセル料として申し受けますのでご注意ください。 ●会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン(旧:FUNAIメンバースPlus)へご入会中のお客様のお申込みに適用となります。
お申込み方法	下記QRコードよりお申込みください。または、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.107557を入力、検索ください。 クレジット決済が可能です。受講票はWeb上でご確認いただけます。
お問い合わせ	明日のグレートカンパニーを創る Funai Soken 株式会社船井総合研究所 船井総研セミナー事務局 E-mail : seminar271@funaisoken.co.jp 【TEL】0120-964-000(平日9:30～17:30) ※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。また、お問い合わせの際は「お問い合わせNo.とセミナータイトル」をお伝えください。 ※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。

お申込みはこちらからお願いいたします



【QRコードからのお申込み】左記のQRコードからお申込みください
【PCからのお申込み】セミナーページからお申込みください⇒ <https://www.funaisoken.co.jp/seminar/107557>

2024年2月14日(水)

オンライン開催

【お申込み期限】2月10日(土)

2024年2月22日(木)

オンライン開催

【お申込み期限】2月18日(日)



従業員100人までの

機械部品メーカー

新市場開拓「社長の仕事」セミナー

- こうお考えの事業者に
ぜひお越しいただきたい！
- 1

自社の将来を担う、
次の事業の柱となるタネを
模索している
- 2

成長市場のニーズを入手し、
今後の技術・商品開発に活かしたい
- 3

車載・産機・次世代通信・医療などの
今後成長する市場への参入を
果たし、売上と利益率を上げていきたい
- 4

開発・設計部門を攻めることで、価格競争を回避し
利益率を5～10%アップさせ
高収益経営を実現したい
- 5

国内市場のみならず、
海外市場への参入も視野に入れた
成長戦略を描きたい

今ある技術を元に、人を増やさずに
『先端ニーズ収集』『新市場参入』を
強力に進め、成長する方法を大公開

事業主対象企画	
セミナー日程 オンライン開催	2024年2月14日(水) 13:00～15:00 (ログイン開始 12:30より) 2024年2月22日(木) 13:00～15:00 (ログイン開始 12:30より)

主催

 サステナブルなカンパニーをもっと。
Funai Soken
中小部品メーカー（機械要素部品）経営戦略セミナー
船井総研セミナー事務局 E-mail : seminar271@funaisoken.co.jp
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。

お申し込みはコチラから!▶
お問い合わせNo. S107557



縮小する
国内市場では
成長市場&海外を
狙え!

中小規模の「機械部品」メーカーに提言!

市場ニーズの収集で次の事業の柱を創るビジネスモデル

不況下でも
営業マンゼロでも
最先端ニーズを収集

こんな悩みも
本ビジネスモデルで
解決できます!

悩み1

車載・産機・医療など
成長市場のニーズを掴んで
市場に参入したい



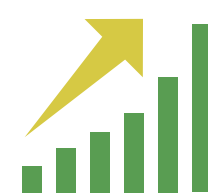
悩み2

人材確保が難しい中、
何とかいまの人員で
売上高・利益率を上げたい



悩み3

将来を見据えた
自社の成長
シナリオを描きたい



悩み4

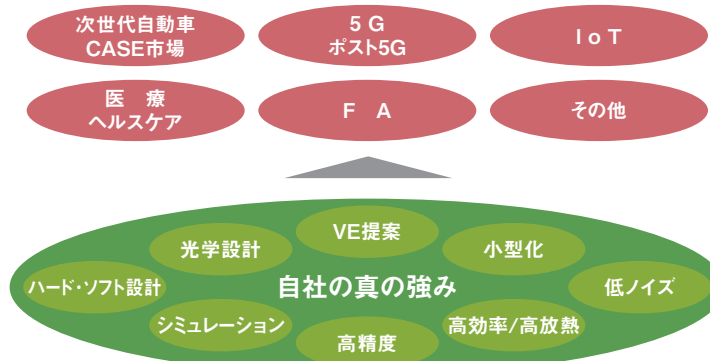
この時代の流れを、
自社が大きく成長する
チャンスにつなげたい



ニーズを掴んで成長市場に参入! 開発・設計部門攻略ビジネスモデルで実現できる3つのこと

実現できること **1** 自社の強みを活かせば、市場からの
ニーズを獲得でき成長産業に参入できる!

成長市場

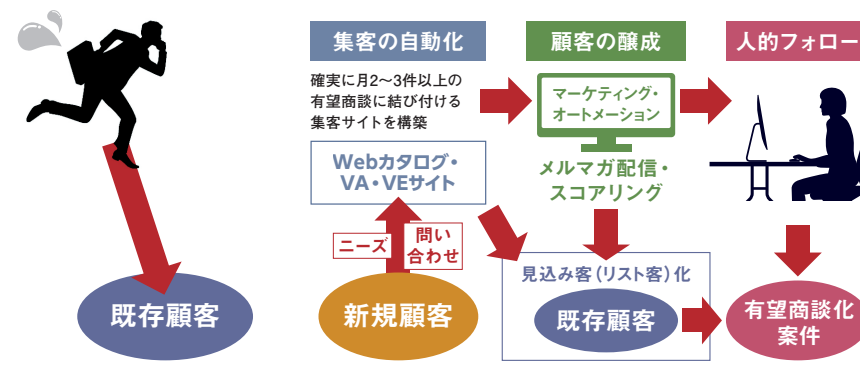


自社の真の強みを明確にし、それを訴求することによって成長市場の優良企業からの新規ニーズと引き合いを営業活動なしで獲得できるようになります。

実現できること **2** デジタルの活用により、ニーズ収集も自動化!
さらに「営業マンゼロ」で市場開拓も進む!

現状のビジネス

「新ビジネスモデル」導入後のスタイル



市場ニーズ・顧客ニーズの収集は、リアルだけでは限界があります。この開発・設計部門攻略ビジネスモデルを導入すれば、デジタルによるニーズ収集が可能となり、商品開発の方向性のヒントが得られると同時に営業活動の効率化にも繋がります。

実現できること **3** 開発・設計部門からの問い合わせで
価格競争を回避し、利益率が向上できる!

顧客



人的営業では新規開拓が困難な、開発・設計部門など川上部門からの引き合いを獲得できます。さらに開発・設計段階からのスペックインが可能となり、価格競争の回避・利益率向上が実現できます。

中小部品メーカーにおける新市場参入の成功事例多数!

成功事例 ① 関西エリア締結部品メーカーH社(従業員60名)

納入実績がなかった新業界から次々に引き合いが発生。
1年で問い合わせ4倍、新規売上5,000万円超に。

リアル営業だけではニーズの細分化と市場拡大スピードに対応できなかったが、本ビジネスモデルの取り組みによりこれまでアプローチできなかった市場・顧客にもアクセス。先端の開発案件の入手に成功し、年間数千万円規模の受注を獲得。

成功事例 ④ 関西エリア機械部品メーカーO社(従業員100名)

デジタルマーケティングの導入で、これまで攻略できていなかった
大手メーカーへの開発・スペックイン案件が増加。

自社の設計技術を顧客課題を解決するソリューションとして打ち出したデジタルマーケティングを展開。有数の大手企業からの開発案件を入手し、設計・試作・量産までのまるごと受注に成功。

成功事例 ② 東海エリア機械部品メーカーA社(従業員150名)

全く接点のない欧州のスタートアップ企業から受注獲得。
想定もしていなかったメタバース分野進出へ。

車載関連機器への参入を目的にデジタルマーケティングを導入。開発・設計者が求める技術情報・自社の強みなどの情報発信により狙った企業からの問い合わせ・引き合いを入手。

成功事例 ⑤ 信越エリアセラミック部品メーカーA社(従業員200名)

海外の超大手 半導体製造装置メーカーから引き合い、受注獲得。
直接訪問営業が可能になった。

主力商品の市場飽和による売上低下を回避するため、自社のコア技術を元にした技術マーケティングに着手。新アプリケーション情報の積極的発信で、新たな市場ニーズを収集、取り組み3ヵ月で新市場の開拓を実現。

成功事例 ③ 光学機器・部品メーカー(従業員50名)

営業マン「ゼロ」・非対面営業でも新規顧客を開拓

マーケティングオートメーションのフル活用で、コロナ禍を機に営業形態をリアル営業からインサイドセールスのみに完全移行。営業マン「ゼロ」での拡販に成功。

この他、多数の成功事例の詳細を
セミナーの中でお伝えいたします。

セミナーへの
お申込みはこちら

