INFORMATION

商社・卸売業でDXを推進したい
とお考えの事業者の皆様へ

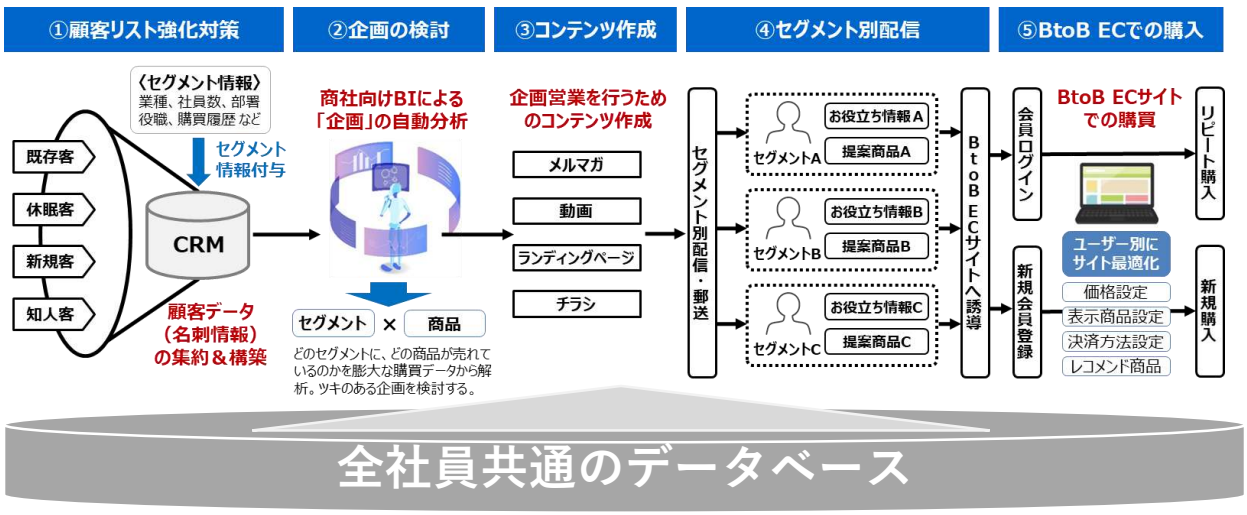
このようなお悩みはございませんか？

・値下げ交渉ばかりで、低下し続けている**粗利率を上げたい。**
・BtoB ECを導入したものの利用率が上がらず、**事例を知りたい。**
・ECと営業が分断されており、**Webとの連携を強化したい。（データがバラバラ）**
・本当は新規取引先開拓にも時間を割きたいのに、**既存顧客のフォローで手一杯。**
・DXに取り組みたいが**何から始めれば良いかわからない　or　うまくいっていない。**

そのお悩み、「全社員DX人材化」で解消します！

多くの商社・卸売業の企業にとって、粗利率の低下、営業の属人性や生産性の上がらない販売チャネルの分断は大きな悩みです。インフレと円安がかつてなく進む中、地域商社や卸売業の企業から、「**どのように収益を上げていけば良いのか**」「**DXをどこから進めれば良いのか**」、いまだにわからないというお声がよく聞かれます。

では今、実際に収益が確保できている、DXが成功している卸・商社はどのようなことをしているのでしょうか？今回は「**全社員のDX人材化**」で商社・卸売業の強みである「**外商のコンサルティング営業による新規・LTVアップ**」、「**セグメント別の商品MDの最適化による利率アップ**」、「**EC・DXツールを活用した生産性アップ**」を実現している企業の事例を特別にご紹介させていただきます。



目指すべきは、データによる全社員DX人材化！

～コンサル営業への転換とECによる顧客自走化で生産性アップ～

商社・卸売業のお悩みとして、ほとんど新規顧客が獲得できていない。もしくは売上は落ちていないけど利益は落ちている、というケースが多く見受けられます。このまま市場の激化についていけない場合、最悪、売上7～8割を占めているような大手の取引先がなくなる、というケースもあります。**そうなってしまっては、事業継続そのものが危ぶまれることにもなりかねません。**

では、うまくいっている事業者はどのようなことに取り組んでいるのでしょうか？本セミナーでは、事例を元に「全社員DX人材化」＆「コンサル営業」＆「商社ECの立ち上げ」での業績アップに取り組まれている家具卸企業、**リビンズ株式会社　代表取締役専務　須山盛樹　氏**をゲストとしてお招きし、現在取り組まれていることについてお話しいただきます。

KPIダッシュボードで事業全体および各テーマの成長性を「全社員」が確認

卸・商社の課題の一つにデータの管理があります。例えば、定例会議で使う数字が違ったり、計算式、元としている抽出システムや条件が違い、会議中に確認が発生するケース。それぞれがそれぞれの基準でデータを計算しては判断基準があいまいになっていき、正しい判断ができなくなっていきます。それを正そうとすると本来話すべきアクションの時間がどんどん短くなっていき、改善が見込めない。また、準備するにも時間がかかり、会社全体の生産性が落ちていきます。本セミナーでお話しいただく株式会社リビンズでは、上記のような課題を**BI技術を駆使し、KPIダッシュボードで解決。コンサル営業への転換やECの立ち上げなどを実行し、生産性を改善している取り組み**をお話しいただきます。

商社・卸向けDX実践事例レポート

～全社員DX人材化取り組み事例/コンサルティング現場から～

リビンズ株式会社と特別講師のご紹介

＜企業ミッション＞

事業意欲のある中小小売店の事業継続を支える

本セミナー特別講師

リビンズ株式会社　代表取締役専務　須山 盛樹　氏

独自の基幹システムに集約されたデータを駆使した商品開発と店舗販売管理システムの提供、物流サービス、販売支援など、「中小小売店の事業継続を支える」というミッションを体現し続けている。現在では、国内でも有数の家具ボランタリー・チェーンから株式会社へ改組しており、プラットフォーム企業として国内外250のメーカーと全国140店舗の販売店を結ぶ。

1　ダッシュボードと紐づく各テーマKPIの改善BIを構築

「全社員DX」を進めていく上で、まずは各テーマの進捗率がまとめて見える化できる、KPIダッシュボードの開発に着手。マーケテイング会議の最初に必ずこのダッシュボードを見るように設計し、それぞれのテーマ担当がそれぞれの指標を追いかけることで数字意識を持つように取り組んでいる。ただそれだけでは改善にはつながらないため、改善につながるためのBIも一緒に見える化し、仮説を立てながら目標KPIに対してアプローチできるように進めている。

セミナー内で
実際の画面をご紹介

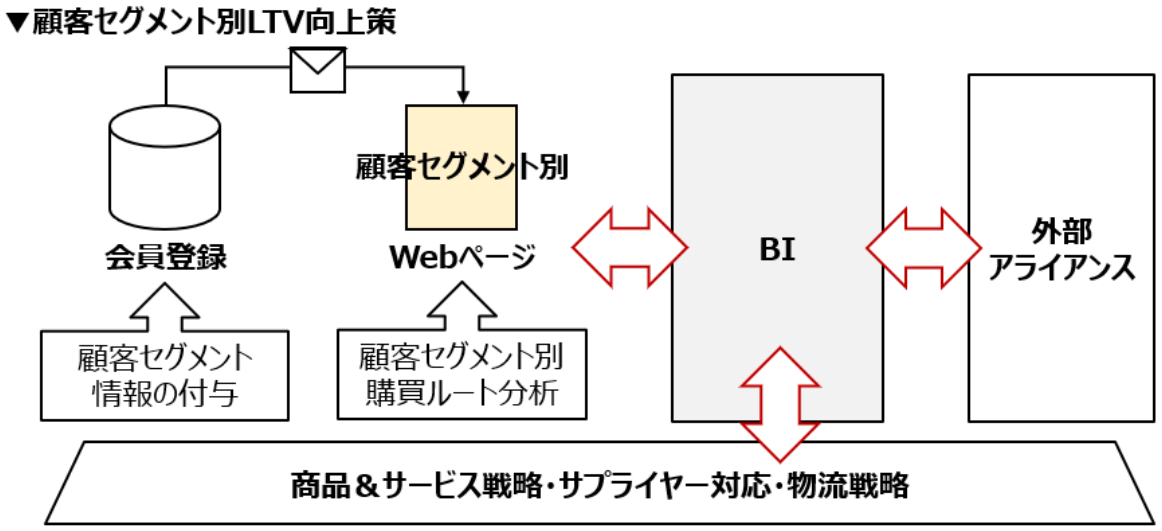
2 【組織DX】KPI管理にあった組織体・会議体への変更

ＫＰＩダッシュボードと各アクションを実行するための組織体・会議体の変更をしていきます。新たにマーケティング推進室会議を創設し、ダッシュボードや各種ＢＩを見ながらアクションを決め、検証していきます。成果の数字を毎回確認し、評価する取り組みを進めています。

事業スキーム	目的	会議体	組織体
会社全体の売上目標	計画方針の決定	事業推進室会議	役員幹部クラス(事業推進部)
各組織別のKPI			
各個人別のKPI			
各組織別の実績評価	実行会議	マーケティング推進室会議	部長・課長クラス(マーケティング推進部)
各個人別の実績評価			
組織・個人アクション			
実装			

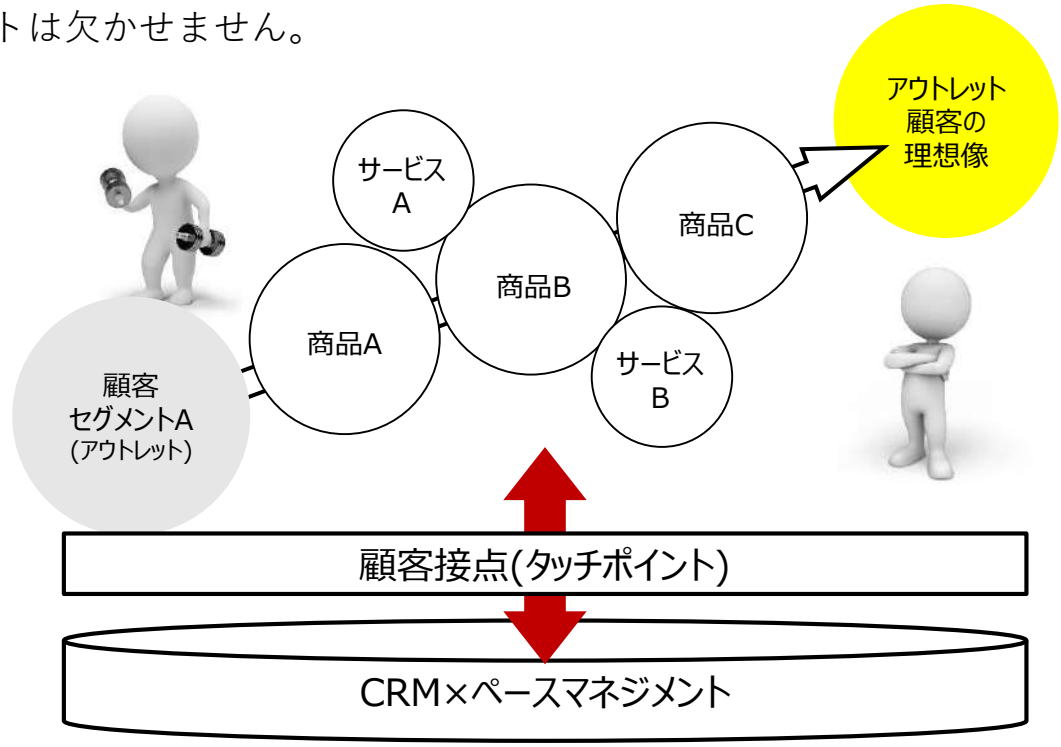
3 【チャネルDX】EC×顧客セグメント戦略の実行

BtoCへのEC展開＆BtoB ECの導入による新規チャネルの付加。単純にECを立ち上げるのではなく、顧客セグメント別にアプローチ手法とECの役割を変えて戦略的に実行します。例えば、顧客セグメント別におすすめの商品や組み合わせをコンテンツ化。メルマガリストを獲得したり、ECで販売が発生したデータを活用して取り扱い商品の増加、新規顧客獲得を実現します。また、新たな取り組みの時間を生み出すため、これまで電話やメール、FAXで行っていた受注業務をECを利用することで効率化します。



4 【営業DX】マンパワーから戦略的営業への転換

属人性の高い営業業務を戦略的な営業（顧客セグメント別企画営業）へ転換。「顧客セグメント別企画営業」とは、例えばアウトレット業態ならアウトレット業態、郊外店なら郊外店、といったようにセグメントを分け、物売りではなく、企画（商品とサービスの組み合わせ）を売る営業スタイルになります。商社・卸売業において、取引先の多さは強みですが、営業一人がアプローチできる顧客の数は限られており、お客様全員に等しく営業がアプローチすることは不可能です。そのため、営業を見込客訪問や重要顧客への営業に集中させるためには、営業プロセスの効率化をするための顧客別セグメントは欠かせません。



5 【在庫DX】不稼働在庫把握による滞留在庫の早期判断

複数に散らばる在庫データを集約し、毎日データを更新。不稼働在庫（180日間一度も販売のない商品）になる前にこれまでの販売から予測を立てることで、不稼働在庫にならないよう、調整を行っています。

既存商品	**30日・60日・180日で不稼働在庫予測**
新規商品	**販売開始1ヶ月で予測仕入/維持/処分判断**

【卸・商社向け】月3,000円から始める全社員DXセミナー

このような方におすすめのセミナーです

①卸・商社でデジタルを経営戦略に組み込んでいるが、**実行戦略にまで落とせていない。**
②本当は新しい取引先を増やしたいけど**ルート営業ばかりで新規獲得の動きができていない。**
③各個人が顧客をスプレッドやエクセルで管理している。**データがバラバラで紐づいていない。**
④既存客への訪問が精一杯で、**休眠客フォローや新規開拓に時間を割けていない。**
⑤営業担当の商品知識不足が原因で、**顧客に自社取扱商品が全て認知されていない。**

講座内容

第1講座
『卸・商社のDXトレンドはこれ！全社員DX人材化をしよう』

・卸・商社業界課題とDXトレンド
・DXのGOALは社員も取引先もHappyになる
　デジタル活用型ビジネストランスフォーメーション
・商品、在庫、営業、労働時間・・・すべてを1ページで見るダッシュボード経営
・全社員DXとは？事例から学ぶDX人材を量産する方法

株式会社船井総合研究所
データDXチームリーダー
中村　勇志

第2講座
『全社員DX人材化の最前線！実事例でわかる社員のDX化』

・「全社員DX」に取り組むことになったきっかけ
・実際にやってみての苦労やポイント
・これだけは伝えたい！データマネジメントの威力
・これからやっていきたいこと

リビンズ株式会社
代表取締役専務
須山　盛樹氏

第3講座
『DXで何を変えるのか？トップラインが上がる活用事例10選』

・デジタルで業務にかかる負荷を劇的に改善する方法
・デジタル技術で実現する”営業DX”で営業効率を1.5倍にする方法
・顧客に儲かる情報を届ける企画営業部門を立ち上げて売上UPする方法

株式会社船井総合研究所
データDXチーム　宮崎　靖也

第4講座
『今こそ卸・商社は全社員DX人材化に舵を切ろう』

・売上が上がるDXに特化しよう
・失敗するDXと成功するDXの違い
・月3,000円からできる売上が上がる自動連携の仕組み

株式会社船井総合研究所
データDXチームリーダー
中村　勇志

お問い合わせ

サステナグロースカンパニーをもっと。Funai Soken
【お問い合わせ】来場開催No.S110244 / オンライン開催No.S111599
主催：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
※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。

ご入金確認後、マイページの案内をもってセミナー受付とさせていただきます。

【卸・商社向け】月3,000円から始める全社員DXセミナー

日時・会場

東京会場　にてご参加　お問い合わせNo. S110244

2024年 3月 25日（月）　開始 13：30 ▶ 終了 16：00　受付開始 13：00

お申込み期限： 3月 21日（木）

開催場所：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］

［来場開催について］
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、会場はマイページ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ことがございます。
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。

オンライン　にてご参加

※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。　お問い合わせNo. S111599

2024年 4月 3日（水）　開始 13：30 ▶ 終了 16：00　ログイン開始 13：00

お申込み期限： 3月 30日（土）

2023年 4月 4日（木）　開始 13：30 ▶ 終了 16：00　ログイン開始 13：00

お申込み期限： 3月 31日（日）

オンライン開催セミナーのお申し込みはこちら

［オンライン開催について］
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。
来場開催とオンライン開催でお申込みページが異なりますので、ご注意ください。

対象

・中堅規模の商社・卸売業を営む、生産性を上げたい皆様
・データを生かして業績を伸ばしたいと考える皆様

受講料

一般価格　税抜 25,000円（税込 27,500 円）／一名様
会員価格　税抜 20,000円（税込 22,000 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いたします。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メンバーズ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

上記QRコードよりお申込みください。クレジット決済が可能です。
または、船井総研ホームページ（www.funaisoken.co.jp）の右上検索窓にお問い合わせNo.110244（来場開催）／No.111599（オンライン開催）を入力、検索ください。

お問い合わせ

サステナグロース カンパニーをもっと。 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。