

99%が
実現できていない

高生産性改革

電気工事業 経営改革セミナー

電気工事業向け
経営改革セミナー

2024年4月5日(金)

2024年4月9日(火)

開催概要

オンライン	2024年4月5日金	【申込み締切】4月1日(月)	13:00～15:00(ログイン開始12:30～)
	2024年4月9日火	【申込み締切】4月5日(金)	13:00～15:00(ログイン開始12:30～)
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		

※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。
※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。

セミナー内容

第1講座

2024年働き方改革がついにスタート!

最新の働き方改革・人材採用を大公開!

- 現在の電気工事業の市況と今後の展望
- 良質な人財を確保する最新の採用戦略とは?

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

脱下請!

電気工事業が取り組むべき“デジタル営業戦略”とは?

- 粗利3割超を目指す!元請になる方法を徹底解説!
- 高収益案件が集まる電気工事業に必須なデジタル営業戦略とは?

株式会社船井総合研究所 製造業商社支援部 太田 智也

第3講座

電気工事業経営者の皆様に

すぐに取り組んでいただきたいこと

- 電気工事会社が勝ち残っていくためのポイント
- 経営者にこれから実施いただきたいこと

株式会社船井総合研究所 製造業商社支援部 マネージング・ディレクター 藤原 聖悟

99%の電気工事会社が実現できていない

高生産性改革

人手不足は今後も加速!
今、取り組むべき元請け化!

このような方におすすめします!

- ✓ 元請工事の引き合いを増やし、高利益体質になりたい...
- ✓ 安定的に高単価、高利益の工事受注が取れる仕組みを構築したい...
- ✓ 一人あたりの生産性を上げていきたい...
- ✓ 業務効率化を進めたいが、どこから、どのように手を付ければ良いかわからない...
- ✓ 残業時間は減らしたいが、売上・利益は落としたいくない!
- ✓ 元請け化を進めたいが、任せられる人が社内にはいない...

お申込み方法

【QRコードからのお申込み】右記のQRコードを読み取ってお申込みください。

※お申込みに関するよくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください。

【PCからのお申込み】下記セミナーページからお申込みください。

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/111087>

【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。



主催



サステナブルな成長を推進する。

Funai Soken

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

電気工事業

経営改革セミナー

船井総研セミナー事務局

E-mail: seminar271@funaisoken.co.jp

お問い合わせNo.S111087

当社ホームページ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。

111087

人手不足は今後も加速!
今、取り組むべき元請け化!

99%の電気工事会社の実現できていない 高生産性の仕組み・ノウハウ完全公開

高生産性を実現するために、電気工事会社に取り組むべき3つのこと^{UP}

ポイント
1

粗利30%超を目指せる!
本業とのシナジーで、高単価・高粗利を実現

2025年で国土強靱化計画が終了することによって、公共工事の受注額が減少すると予想されています。そのため、下請業務ばかりを担う電気工事会社は利益率や納期のコントロールができず、常に少ない利益しか得られなくなります。そこで、今、取り組むべきことはズバリ「元請け化」です。電気工事会社の強みが活きる工事ラインナップを揃えることで、高単価・高粗利案件を獲得できます!



ポイント
2

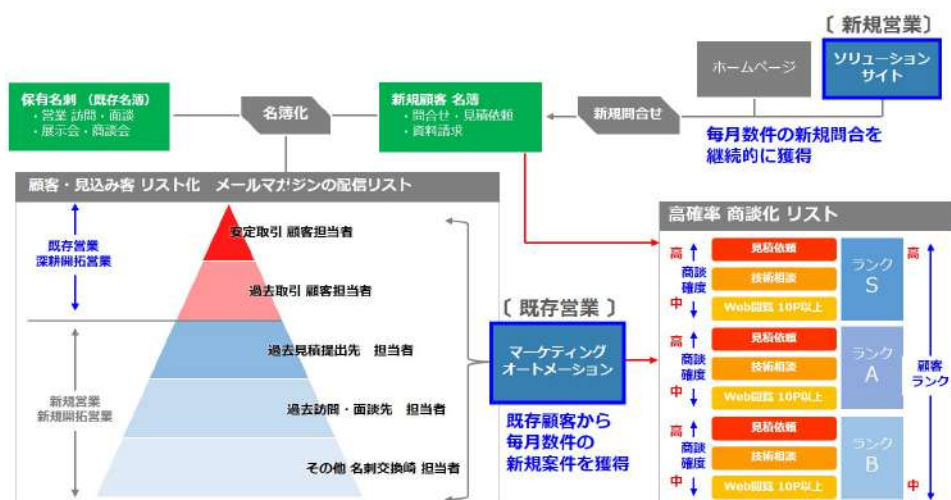
Webを活用して、営業マン0でも自動集客!
企業規模に関わらず短期間で構築できる!

自社の強みを反映した専用の集客サイトを立ち上げ・運用することで、既存顧客はもちろん新規顧客からの問い合わせを発生させることができます。自社の強みや技術力をしっかり反映した集客サイトがあれば、たとえ出入りしている他の電気工事業者がいたとしても、施主との接点をつくり案件を獲得することが可能です。



ポイント
3

マーケティング・オートメーションを活用して、
人を増やさずに成長できる!



業績を伸ばす電気工事会社は、デジタルを全面的に活用しています。過去の取引先や、見込客に対して、訪問営業ではない新たな手段として最も有効なツールがマーケティング・オートメーションです。社内に眠っている名刺をリスト化し、メルマガなどの営業DXシステムと併せて活用することで、工数をかけずに、休眠顧客への定期的なアプローチが可能となります。

このような思いのある事業主が対象です!

- ✓ 生産性を上げたい!と“生産性向上”に興味がある事業主
- ✓ 人手不足を少しでも解消するために生産性を上げたい!とお考えの事業主
- ✓ 粗利率が低く、利益が残らない仕事ばかりにお悩みの事業主
- ✓ 生産性を高めるために“本当に使える”デジタル・ITツールを知りたい事業主
- ✓ 高生産性を実現できている会社の仕組みやノウハウを知りたい事業主
- ✓ 今後のビジョンを描くのに他の工事会社に取り組んでいる内容を知りたい事業主

自社で実行していくため、成功するためにはどのようなステップを進めればよいか \ 続きはセミナーで! /

