

何が成功可否を決めるのか

切削加工業 成功する新規開拓・失敗する新規開拓セミナー お問い合わせNo. S119430

講座	内容
第1講座 13:00～13:35	新規開拓に成功している切削加工業が取り組んでいることとは? セミナー内容抜粋① 新規開拓に成功している切削加工業と失敗している企業の違い セミナー内容抜粋② 毎月10件以上新規の引き合いを獲得している切削加工業が取り組んでいる内容はこれだ! 株式会社船井総合研究所 製造業商社支援部 製造業商社グループ 製造業商社チーム リーダー 生駒 宏武
第2講座 13:40～14:35	切削加工業のための、新規顧客開拓・高収益化を実現する方法と成功事例を大公開! セミナー内容抜粋① 新規顧客から毎月300万円以上の売上を創出するための5つのステップを徹底解説! セミナー内容抜粋② 取り組み6年で売上3倍を実現したA社の事例 セミナー内容抜粋③ 新規開拓を自動でできる仕組みを構築し、新規の引き合いが10倍以上に増加したB社の事例 セミナー内容抜粋④ 川上部門である設計者・開発者から引き合いを獲得し、営業利益率25%超を実現しているC社の事例 株式会社船井総合研究所 製造業商社支援部 製造業商社グループ 製造業商社チーム リーダー 生駒 宏武
第3講座 14:40～15:00	切削加工業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① これから生き残る切削加工業が取るべき戦略とは セミナー内容抜粋② 日本経済の行く先が見えない今こそ、デザインシンキング的発想を経営に取り込もう 株式会社船井総合研究所 製造業商社支援部 製造業商社グループ マネージャー 中小企業診断士 高野 雄輔

開催日時 2024年 **11月12日火** **開催方法** オンライン開催
 2024年 **11月15日金** **お申込み期日** 銀行振込み : 開催日6日前まで
 13:00～15:00 (ログイン開始: 開始時刻30分前～) クレジットカード : 開催日4日前まで
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。

お申込み方法

【QRコードからのお申込み】
 右記QRコードからお申込みください。

【PCからのお申込み】
<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/119430>
 船井総研ホームページ(<https://www.funaisoken.co.jp>)の右上検索窓に「119430」をご入力検索ください。



E-mail seminar271@funaisoken.co.jp TEL 0120-964-000 (平日9:30～17:30)

※よくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索してください。
 ※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。

切削加工業

成功する新規開拓 何が成功可否を決めるのか 失敗する新規開拓

船井総合研究所 主催
経営戦略セミナー

全国100社超への
コンサルティングで判明した
経営者が考えるべき新規開拓戦略

切削加工業の成功事例を公開
2年で毎月10件の新規問い合わせを獲得
3年で新規売上年間3000万円達成
5年で営業利益率5倍に向上



切削加工業 成功する新規開拓・失敗する新規開拓セミナー お問い合わせNo. S119430

主催 サステナブルな成長を促す。 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



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。 119430

全国100社超へのコンサルティングで判明した、成功する切削加工業の新規開拓戦略はこれだ!

このようなお悩みも
本 新規開拓戦略
で解決できます!▶▶▶

悩み1
新規開拓に力を入れているが
思うようにうまくいかない



悩み2
新規開拓ができる
能力を持った
営業担当者がいない



悩み3
自社には
特別な技術が無い



悩み4
商談会・展示会後の
営業フォローが
徹底できていない



切削加工業が進めるべき新規開拓戦略 **3つのポイント**

ポイント1 価格競争を回避するために、開発・設計部門から仕事を獲得する

資材・購買部門からの引き合いでは価格競争に陥りがちですが、開発・設計部門など川上部門からの引き合いを獲得すれば、価格競争も回避しやすくなります。特別なコネクションがなくても、開発・設計部門からの引き合いを獲得する方法をお伝えいたします。



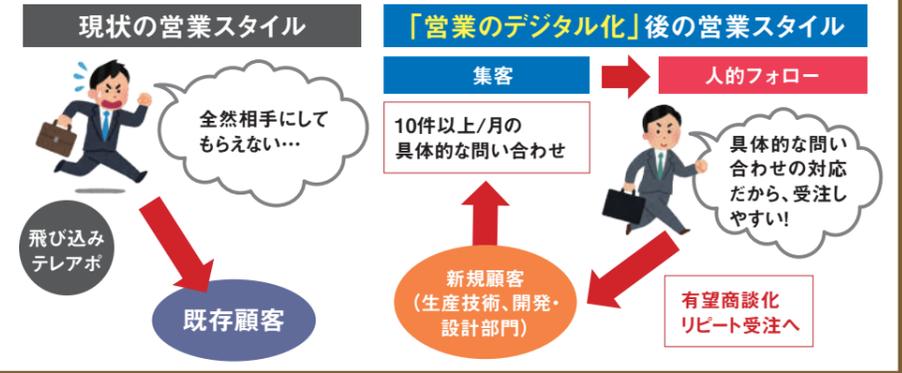
ポイント2 QCDにおける強みに加えて自社の「価値訴求」を明確にする

一般に強みという、QCDに目が行きがちですが、QCDのみだけでは差別化が難しいです。そこで、QCDに加えて「価値訴求」を明確にすることが重要です。「価値訴求」とは、顧客に価値をもたらす強みのことです。この価値訴求を明確にすることで、差別化ができ、新規開拓がしやすくなります。



ポイント3 営業マンを増やさずとも新規開拓ができる、営業のデジタル化を推進する

下図に示すようなデジタルマーケティングを駆使することで、営業効率が上がり、新たな営業担当者を採用することなく、リピート受注が見込める大手優良顧客からの引き合い獲得・受注が可能になります。



切削加工業で営業利益率を伸ばした**成功事例多数!** ▶ 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!



成功事例① 切削加工業A社 (従業員90名)
取り組み3年で新規顧客から年間3,000万円の売上を創出!
コロナ禍を機に、既存顧客からの売上が減少し、デジタルマーケティングによる新規開拓を開始。半導体・自動化機器など、市長市場からの引き合いを数多く獲得し、取り組み3年で新規顧客から年間3,000万円の売上を創出している。

成功事例② 切削加工業B社 (従業員200名)
取り組み6年で売上3倍を実現!
創業当初より新規開拓には積極的ではあったが、人的営業だと限界があることを日頃から感じていたため、デジタルマーケティングを導入。取り組み6年で、新規顧客からの受注を続々と獲得し、売上3倍に伸ばすことに成功した。

成功事例③ 切削・研削加工業K社 (従業員30名)
新規開拓を自動でできる仕組みを構築し、新規の引き合いが10倍以上に増加!
リーマンショックを機に、新規開拓の必要性を強く実感し、デジタルマーケティングを導入。自動で問い合わせがくる仕組みを構築し、そこで得た市場のニーズを自社の技術に反映させる活動を続けることで、新規の引き合いを10倍以上に増やすことに成功した。

成功事例④ 樹脂切削加工業A社 (従業員90名)
直近2年間で営業マン“ゼロ”のまま、売上21%、粗利27%向上!
営業マンを増やさずとも新規企業の開拓ができるデジタルマーケティングを導入。その結果、半導体、医療、食品を始めとしたさまざまな業界の継続取引先の創出に成功。売上高21%、粗利27%向上を実現。現在の売上に占める新規顧客の比率は20%を越えている。

成功事例⑤ 切削加工業A社 (従業員40名)
営業利益率15%超!稼働状況の数値化と価格競争を回避する営業体制を構築!
図面に対するコストダウン提案を加工の観点から設計者・開発者に対して行い、価格競争を回避することに成功。同時に、設備の稼働率の数値化・改善を行うことで、人時生産性が6,000円以上となり、営業利益率15%超を実現している。

成功事例⑥ マシニング加工業J社 (従業員30名)
得意な製品に特化することで、2%だった営業利益率が10%に向上!
従来、特定顧客1社に依存しており、多種多様なサイズ、形状、精度の部品を製作し、忙しくて利益が出ない体制だった。昨今は自社が得意な長尺プレート部品に特化し、新規開拓を行うことで、現場の生産性を向上させ、営業利益率10%を実現している。