

# BtoB ECサイト立ち上げ×攻略セミナー

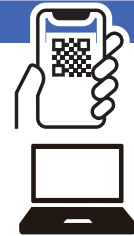
製造業消化財メーカー向け

2025年 **3月11日(火)**、**12日(水)**、**13日(木)**、**14日(金)**  
10:00~12:00 13:00~15:00 10:00~12:00 13:00~15:00

開催日時  
ログイン開始 開始時間30分前～  
開催場所 オンライン開催  
お申込み 期日  
・銀行振込み…………… 開催日6日前まで  
・クレジットカード…開催日4日前まで  
※祝日や連休により変動する場合もございます。

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。

受講料 (1名様)  
一般価格 税抜 10,000円 (税込11,000円) 会員価格 税抜 8,000円 (税込8,800円) /1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/125542>  
船井総研ホームページ (<https://www.funaisoken.co.jp>) の  
右上検索窓に「125542」をご入力し検索ください。



船井総研セミナー事務局 E-mail [seminar271@funaisoken.co.jp](mailto: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」と検索しご確認ください。※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。

## セミナー詳細

### 第1講座

## BtoB ECで経営課題を解決する 参入事例を一挙大公開

- ・先行事例からイメージを固める
- ・自社のビジネスをBtoB ECサイトで成長させるポイントとは？
- ・BtoB ECサイトでできる経営課題の対策とは？

### ゲスト講師

株式会社ネットショップ支援室  
インテグレートッドマーケティング部  
アライアンスユニット リーダー

山本 航氏

### 第2講座

## 自社のビジネスで顧客開拓を一気に 進めるBtoB ECサイト活用とは？

- ・アナログ経営企業がBtoB ECサイトを浸透させるための進め方
- ・顧客開拓を進めるための集客戦略とは？
- ・既存社員の営業ノウハウをインストールする
- ・大手取引先開拓をするためにはディープニッチポイントを強化する

株式会社船井総合研究所 DX支援本部  
マーケティングイノベーション支援部  
ECソリューションユニット マネージャー

日坂 大起

### 第3講座

## 営業フローから 案件化受注までを増やす営業戦略

- ・営業マンを増やさずに見積数が倍増する企業の営業戦略とは？
- ・BtoB ECサイトの導入から活用までを事例をもとに解説
- ・明日から貴社が生まれ変わるための3つの3STEP

## 講師紹介



ゲスト  
講師

株式会社ネットショップ支援室  
インテグレートッドマーケティング部 アライアンスユニット リーダー 山本 航氏

ネットショップ支援室に入社当初は、BtoCとBtoBの領域でカスタマーサクセスとしてクライアントと一番近い立場で運営支援に従事。フロントからバックの業務まで提案・サポートできる知識を活かし、2023年からは営業として事業者の課題解決に注力。現在ではアライアンス担当としても従事し、現場目線、運用者目線、パートナー目線と広い視野を持ったソリューション提案を行っている。



株式会社船井総合研究所 DX支援本部 マーケティングイノベーション支援部  
ECソリューションユニット マネージャー

日坂 大起

入社以降リテールビジネスを中心にファッションアパレル/ビューティ関連のコンサルティングに従事。EC領域の横断型での分析/活性化のコンサルティングを得意としクライアント内での新規事業における組織活性化、インハウス化の実績を多数持つ。売上規模1億円未満から30億円規模の幅広いレンジでの経験をもち現在では成長企業の第二事業化に向けた新ブランド/商品開発からのEC参入と中堅規模のECカンパニーへの計画作りを主にサポートしている。

BtoB

2025年必ずやるべき打ち手！

BtoBマーケティング × 専門業種特化型メディア

# ECサイト立ち上げ & 攻略セミナー



## セミナーのポイント

1. 大手やポータルサイトに負けないサイトを作り  
新規開拓をしたいメーカー

毎月新規取引、見積り依頼が発生するようになる

2. ITリテラシーが低く社内で導入に苦戦している

完全にIT化するのではなく、アナログとのハイブリットモデル

3. 既存の事業展開に限界を感じている

新しい営業チャネルで全国から優良案件が増える

## ひと足先に参入した事例を 一挙大公開！

## ゲスト事例

株式会社ネットショップ支援室  
インテグレートッドマーケティング部  
アライアンスユニット リーダー

山本 航氏



主催

サステナブル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 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル

BtoB ECサイト立ち上げ×攻略セミナー  
お問い合わせNo. S125542

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](https://www.funaisoken.co.jp)]右上検索窓にお問い合わせ「No.」を入力ください。)

125542

# BtoB EC攻略に必要な3つのポイント



先行事例企業のインタビュー（※抜粋）

## BtoBマーケティング超おすすめ実践事項

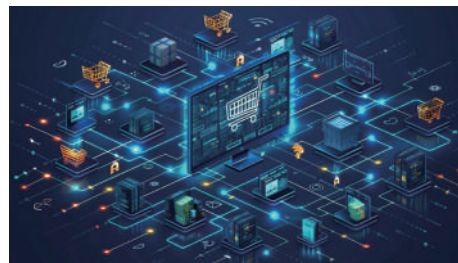
<0から始めるBtoBマーケ施策の優先順位>



これまでのアナログ的な営業体制から脱却しBtoB ECサイトを通じて問い合わせ客の最大化や見積件数の倍増、EC購入売上高の成長を、目指すには単純にサイトを立ち上げるだけではなく成果の得る営業活動を実践する必要があります。ただし、いきなりすべてを実践するには労力もかかり社内のリソースだけではやりきれない可能性があり、まずはどのような施策となぜ必要なのか全体像を把握する必要があります。

## 2 ニーズにあった商品設計づくり

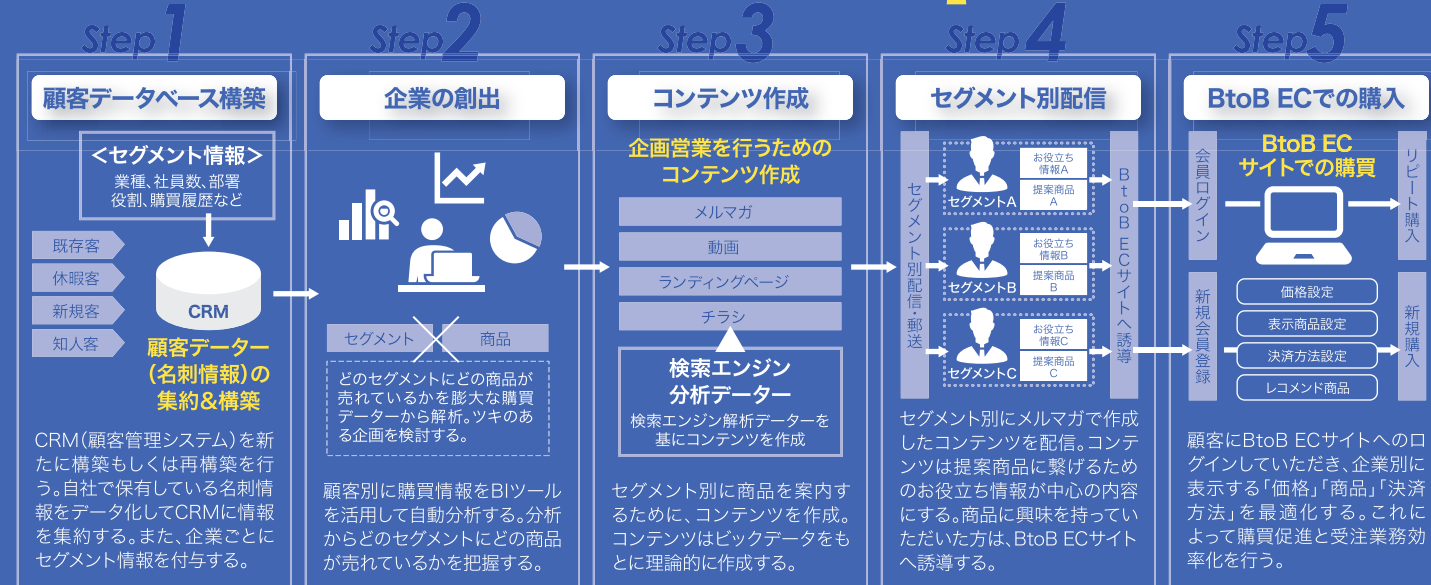
貴社の取り扱い商品を商品カタログのように掲載することはもちろん主ターゲットとする取引先の業界の方にわかりやすいニーズをとらえた商品設計をおこない導入パッケージ(入口商品)を明確に設けることが重要となってまいります。なぜならばこれからの新規のお客様は貴社の良さや業界課題を明確に認識しておらず、お困りごとを抱えている方がサイトを閲覧している可能性が高いからです。



## 3 特定業界(業種)に特化した専門店サービス

一見した品揃えやサービス力(価格や納期等)では大手サイトに勝つことができません。特定の業界に絞るからこそ狭属性で一番化することができ、大手サイトとの比較においても取引先に対して優位性を保つことができ、差別化できる戦略として勝てる戦略を打ち出すことができます。

## BtoB EC攻略に向けた5Step!



## Q1 BtoB ECサイトに対して、当初から勝ち筋はありましたか？

A 我々の業界もおそらく他社と同様デジタルやECに対してあまり詳しい人材がおりませんでした。また、ここまでアナログ的な営業でやってこれたこともあり、そこまで必要を感じておりませんでした。しかし、取引先からの要望や新規での営業案件で次第にECサイトに関するニーズを聞くようになり、このままアナログ的な営業体制のみで進めていくのに限界を感じていたこともあり、不安ながらもではありますが、ECサイト導入を決断いたしました。右も左もわからないような状況ではありましたが、初期ではあまりあれもこれも手を出さず必要な機能や取り組みに絞り展開を進めていきました。

## Q2 導入当初、社内からの評価はいかがでしたでしょうか？

A 社内からの評判以前に、導入すると決めた私自身(経営幹部)が、まだ全体像を把握することができておりませんでした。そもそもが勝算を感じての導入ではなく、このままの体制に不安を感じての決断だったということもあり、危機感だけは感じておりました。社内に得意な人材がいたわけではありませんでした。営業力の強化に関しては必要性を感じておりました。また、現実的に今の時代にとび込み営業等、足で稼ぐのではなくWEBサイトやECを通じて問い合わせを獲得したほうが、人件費的にも人員の生産的にも効率的であり社内からの応援は比較的初期からございました。

## Q3 ここまでを振り返って

A 振り返ってみると、そもそも導入を決断できたことが大きかったように思えます。デジタルやEC対応に関しては、なんとなく必要性を感じておりましたが、重要性の高さに対しては緊急性に感じてはいない領域ではありました。しかし、実際導入する前と導入後では、ECにおける売上高もそうですが、サイトを通じて、これまで取引のなかった大手企業からの引き合いや大型案件の受注等、確実に取引先の属性が変化してきております。この現状に関してのターゲティングポイントを一言でいえば、このECの取組みをまず始めるといった決断から始まっていると感じております。

## ここまでお読みいただきました皆さまへ

DMを手にとってくださり誠にありがとうございます。今回のセミナー主宰をしております、株式会社船井総合研究所の日坂と申します。今回セミナー開催にあたり、なぜ皆様にご案内をさせていただいているのかに関してご説明させていただきます。このBtoB向けマーケティングやECはコロナをきっかけにDXやリモート営業等働き方の見直しから急速に進んできた取組みや考え方になります。すでに弊社と一緒に今回のセミナー内容を実践していただいている企業様も存在しておりますが、基本的には営業力の強化や商談の仕組化等デジタル領域だけを強化するのではなく、全社的な見直しにより業績をV字回復された企業もいらっしゃいます。

皆様の業界でも基本的には営業マン人数の強化/営業力強化/新規開拓が大きな課題になっているかと存じますが、これらを解決するキーワードが今回のセミナーでのご案内内容に盛り込まれていると考えております。

お忙しいところ恐縮ですが、ぜひご参加いただけますと幸いです。

