

製造業向け BtoB ECサイト立ち上げ成功事例セミナー

開催日時

2025年 **5月12日(月)**、**13日(火)**、**14日(水)**、**15日(木)**
10:00~12:00 14:00~16:00 10:00~12:00 14:00~16:00

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がございます。

受講料

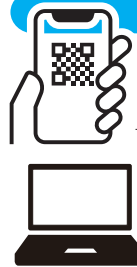
(1名様)

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/127473>
船井総研ホームページ (<https://www.funaisoken.co.jp>) の
右上検索窓に「127473」をご入力し検索ください。



最新経営ノウハウや
成功事例コラムを
メルマガ配信!



メルマガ登録はこちらから

お申込みはこちらから

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)

※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サイト立ち上げで 売上過去最低からV字回復! 過去最高益達成したその方法とは?

- ・BtoB ECサイト立ち上げ前と立ち上げ後で変わった驚くべき変化とは?
- ・アナログ営業とBtoB ECサイトを立ち上げweb営業を付加したハイブリッド型営業で過去最高益を達成した社内の裏話!

ゲスト講師

株式会社シナノトレーディング
代表取締役

仕名野 秀治氏

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

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3STEP

日坂 大起

講師紹介



ゲスト
講師

株式会社シナノトレーディング 代表取締役

仕名野 秀治氏

1999年に株式会社シナノトレーディングを設立。オートバイレーサーの経験をもとに、モータースポーツ業界を中心に様々な業界に向けたイベント用テントをはじめ、風対策ウエイト、ディレクターチェア、テーブル、各種カバーなどのイベントブースホスピタリティ用品の企画、輸入、製造、販売を行っている。より高品質・高付加価値・カッコいいイベントブースを創る会社として日々経営を行っている。



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本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。

製造業消費財メーカー向け

BtoB

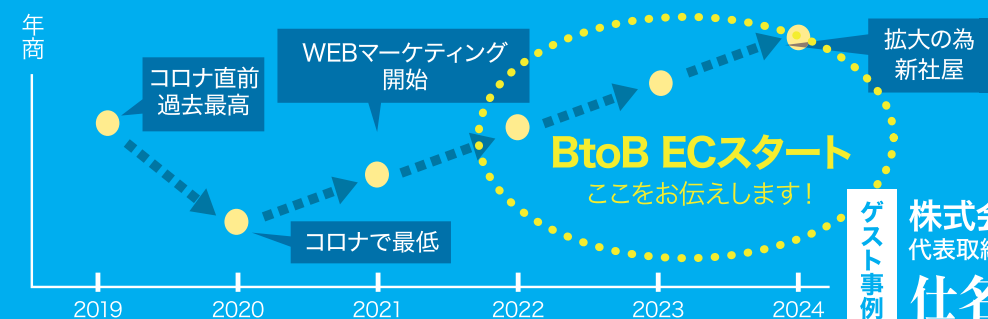
2025年必ずやるべき打ち手!

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 成功事例セミナー

1. 大口案件を増やしていくためのデジタルBtoB営業
2. 営業マンを増やさずに新規取引先を増やす
3. 完全にIT化デジタル化しないアナログとのハイブリットモデル

BtoB ECサイトの立ち上げから 成功までの秘訣を徹底解説!



株式会社シナノトレーディング
代表取締役

仕名野 秀治氏



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

製造業向け BtoB ECサイト立ち上げ成功事例セミナー
お問い合わせNo. S127473

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。)

127473

BtoB

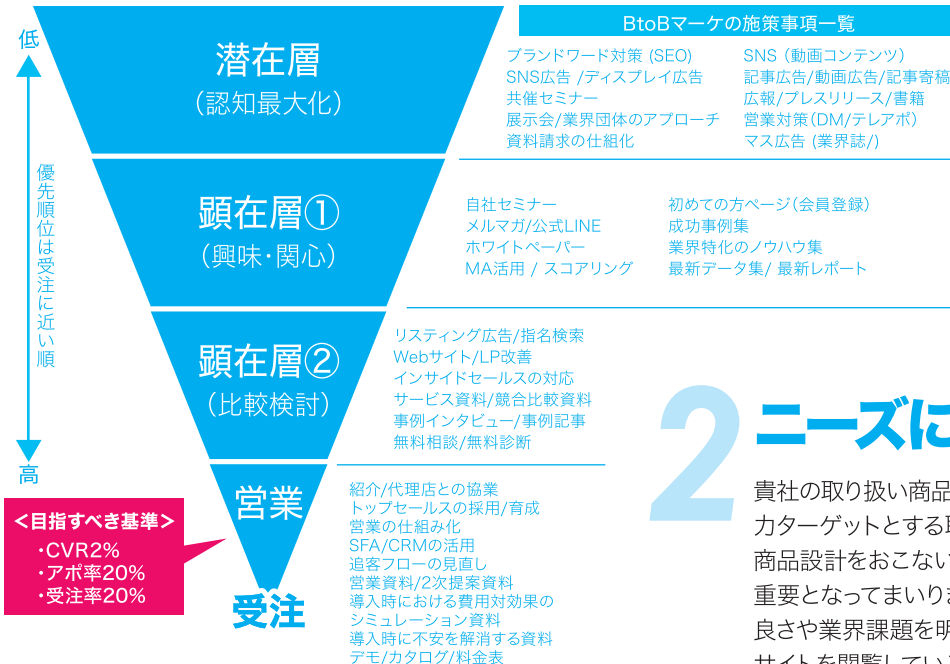
EC攻略に必要な3つのポイント



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

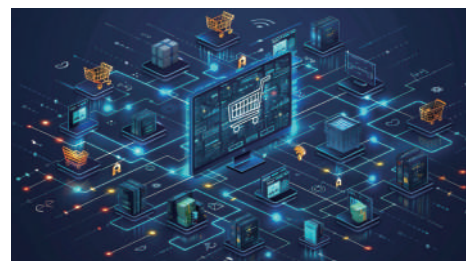
<0から始めるBtoBマーケティング施策の優先順位>



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で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

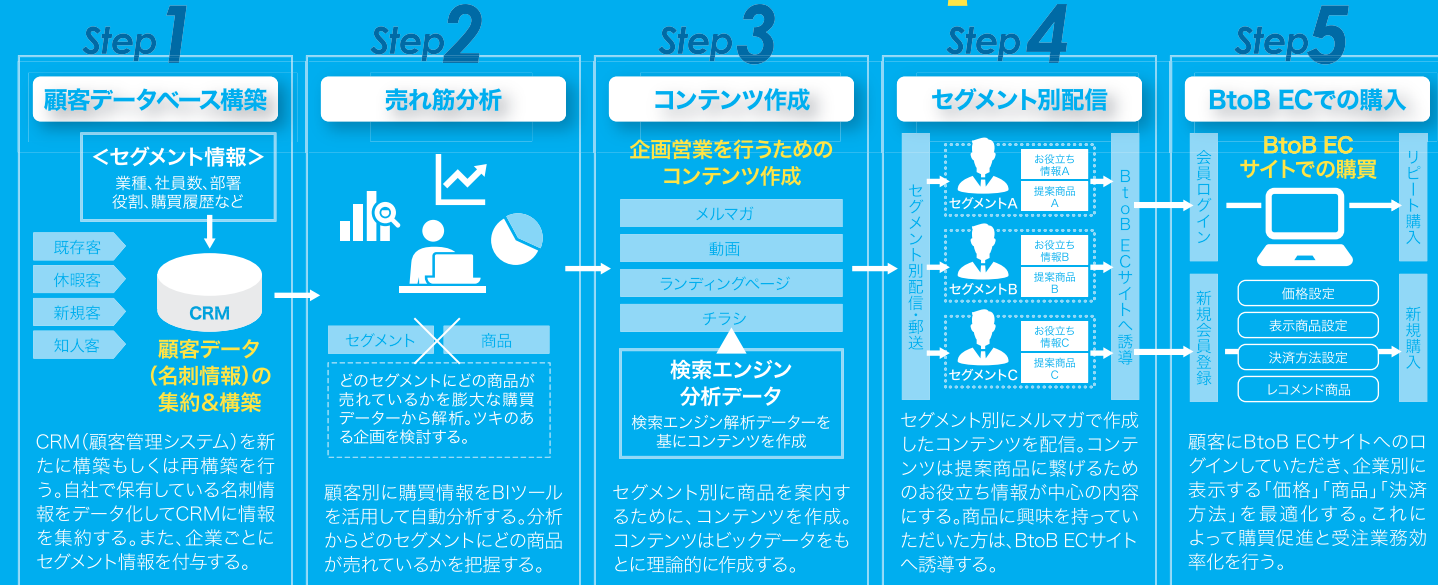
貴社の取り扱い商品を商品カタログのように掲載することはもちろん主力ターゲットとする取引先の業界の方にわかりやすいニーズをとらえた商品設計をおこない導入パッケージ(入口商品)を明確に設けることが重要となってまいります。なぜならばこれからの新規のお客様は貴社の良さや業界課題を明確に認識しておらず、お困りごとを抱えている方がサイトを閲覧している可能性が高いからです。



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、これ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と手を出さず必要な機能や取り組みに絞って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を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の取り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り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み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。

