

自動車販売店のデジタル管理変革セミナー

開催日時・場所

2025年 8月18日・27日(水) 14:00～16:00
(受付開始: 開始時刻30分前～)

船井総研グループ 東京本社
サステナグローススクエア
TOKYO(八重洲)

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。

第1講座

【自動車販売店におけるDXの時流】

現状の自動車業界のDXの状況と自動車販売店でなぜデジタル活用やDXが必要なのかについてお伝えいたします。

株式会社船井総合研究所 モビリティ支援部 松原 潤



第2講座

ゲスト講座

【特別ゲスト講座】

株式会社横山モータースがなぜデジタルツール導入を決めたのか、また実際にツール導入を進める中で課題になったポイントやその解決策についてお伝えいたします。

株式会社横山モータース 代表取締役社長 横山 智紀氏



第3講座

【DXツール活用で生産性向上!横山モータース様の成功事例】

株式会社横山モータースにて実施したDXの具体的な施策や取組の内容、また、グロースクラウドとは何か、またグロースクラウドを活用して他の会社様で実施しているDX事例についてもお伝えさせていただきます。

株式会社船井総合研究所 モビリティ支援部 松原 潤



第4講座

【自動車販売店が業績を伸ばすためにすべきこと】

自動車販売店がなぜDXを進める必要があるのか、また、どのようにDXに取り組み企業としての競争力を高めて業績を伸ばしていくのかお伝えします。

株式会社船井総合研究所 モビリティ支援部 マネージャー 瀬尾 耕平



受講料 一般価格 税抜 20,000円(税込 22,000円)／一名様 会員価格 税抜 16,000円(税込 17,600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。

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/130646>

船井総研ホームページ(<https://www.funaisoken.co.jp>)に右上検索窓に「130646」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 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。



脱紙 & 脱Excel

顧客データを捨てていませんか？ デジタル管理変革セミナー

新車販売、中古販売、リース販売…
色々なお客様や商材の管理が
複雑でしたが、
ツール1つで管理できました！



特別ゲスト

株式会社横山モータース
代表取締役社長 横山 智紀氏

成果①

問い合わせ・来場・受注の管理が全て一元化!

成果②

CRMとしてお客様の乗換も管理!

成果③

集計表へ自動で実績が可視化!

主催



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 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル

自動車販売店のデジタル管理変革セミナー

お問い合わせNo. S130646

お申込みはこちら ➡



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。)

130646 🔍

自動車販売店でよくある課題

- ①問い合わせ**対応遅れ**や**漏れ**が**頻発**している
- ②顧客情報が様々な場所に分散し、
必要な**情報**にすぐ**アクセス**できない
- ③過去の**商談履歴**が**活用**されず、
営業活動に活かせていない
- ④成約率向上のための**データ分析**が**不足**している
- ⑤車両購入後の顧客フォローが仕組化されておらず、
リピート率が**低い**
- ⑥従業員間で顧客情報や商談状況が共有されず、
スムーズな連携ができていない
- ⑦顧客の乗り換え時期を適切に把握できておらず、
提案のタイミングを**逃**している。
- ⑧上記の課題が複合的に影響し、**顧客満足度**が**低下**している。
- ⑨蓄積された顧客データをグラフなどで可視化
できていないため傾向や**課題**が**把握しにくい**。
- ⑩顧客満足度調査の結果が**集計・分析**されず、
改善に**活か**せていない

1つでも当てはまる方は是非ご参加ください！

セミナーご参加特典

- ①**無料経営相談** ②**無料デモ体験**

横山モータースのご紹介

株式会社横山モータース
代表取締役社長 横山 智紀氏

横山氏の祖父（前会長）が、昭和36年に町のバイク店として創業後、今年で創業64年目を迎える。現在では、自動車販売のみならず、大衆向け立ち合い車検サービス、钣金事業、保険事業も行い、お客様のカーライフをトータルでサポートする体制を整えている他、DXにも積極的に投資することで業績を伸ばしている。



横山モータースの課題とDX後の姿が わかる対談の一部をご紹介します！

松原：

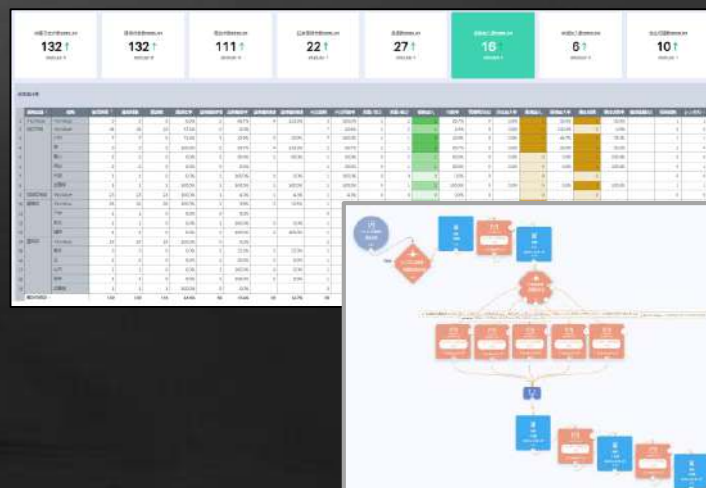
横山社長、本日はお時間いただき
ありがとうございます！

早速ですが、株式会社横山モータースが
DXに踏み切った背景やDXでの成果のポイントを
お教えいただけたら幸いです。

横山氏：

わかりました。参考になる点があるかどうか
わかりませんがお伝えさせていただきます。
弊社は自動車販売事業を始めてから中古車、
未使用者、新車、かつリース販売と
商品の幅を広げてまいりました。
台数が増えたのは良かったのですが、
それに伴って業務の煩雑さも増大し、
頭を抱えておりました…。

グロースクラウド導入企業の声



茨城県 A社

以前はウェブサイト等からの問い合わせ対応で遅れや漏れが頻繁に発生していましたが、グロースクラウドに一元化することで、対応の遅れや漏れがほぼゼロになりました。お客様からの感謝の声が増え、従業員のストレスも軽減されました。

過去に受注したお客様の顧客情報が様々なシステムやツール、また紙に分散していましたが、グロースクラウドにデータをインポートすることで顧客情報を集約でき、誰でも、どこからでも必要な情報にアクセスできるようになりました。

岐阜県 B社

愛知県 C社

集客や成約率向上等、業績を向上させるためのデータ分析が不足していましたが、グロースクラウドに蓄積されたデータを表やグラフで簡単に可視化できるようになったことで、売上や顧客の傾向、また営業スタッフの活動状況と課題が明確になり、データに基づいた精度の高い計画が可能になりました。

従業員間で顧客情報や商談状況の共有が少なく、スムーズな連携ができていませんでしたが、グロースクラウドによって顧客情報や商談状況を詳細に記載することができるようになり、スムーズな連携が可能になりました。

茨城県 A社

松原：

商品や買い方が増えるとその分管理しないといけない情報が増えますよね。

横山氏：

そうなんです。だから、どうしても色々なツールやシステムを使い分けざるを得なくて、在庫管理はA社のソフト、見積もり作成は別のB社のシステム、顧客管理はまた別のExcelシート...といった具合で、もう何が何だかわからなくなっていました。

松原：

リース販売は専用のシステムに別途入力する必要がありますからね...

横山氏：

まさにその通りです。それに、お客様が来店時、お声を聞くためにアンケートも実施しているんですが、未だに紙ベースでやっておりましてので、集計するのも手間だし、せっかくいただいた貴重な顧客データも活用できずに、ほとんどそのままになってしまっているのが現状です。もったいない話ですよ。

松原：

紙のアンケートは、集計や分析に手間がかかりますし、データとしての活用も難しいですよ。

グロースクラウドとは

グロースクラウドが解決できる課題例

- ・問い合わせの対応漏れが多い...
- ・顧客情報が色々なシートに書かれており、どこに何があるかわからない...
- ・商談内容を分析して成約率を上げたい...

グロースクラウドで解決した事例

1. チャットボットで新規問い合わせ獲得
2. 問い合わせを自動連携し一括管理
3. 来店予約を一括スケジュール管理
4. ステップメールでの来客誘導
5. WEBアンケート取得で工数削減
6. 商談情報も一元管理
7. 非成約案件の後追い管理も実現
8. 受注情報も一元管理
9. 問い合わせ・商談・受注情報を全て自動集計
10. 客層分析や商品分析ダッシュボード

導入による成果例

- ①問い合わせ対応漏れがゼロへ！
- ②対応スピードアップとステップメールで来店率増加！
- ③集計作業や転記作業が無くなり工数大幅減！



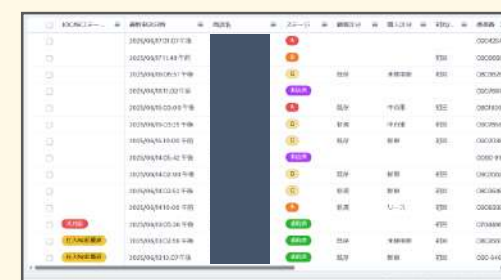
※チャットボット参考画像



※ステップメール参考画像

横山氏：

そんな時に、船井総合研究所のグロースクラウドを拝見しまして、一つのシステムで、顧客の問い合わせ管理から、商談の進捗状況、受注情報まで一元的に管理できると。さらに、顧客の乗り換え時期まで管理できると聞いて、「これはうちの課題を解決してくれるかもしれない！」と思ったんです。



※横山モータース管理画面

松原：

ありがとうございます。グロースクラウドを導入して管理業務はどう変わりましたか？

横山氏：

まず、バラバラだった顧客情報が一元管理できるようになったのが大きいです。今まで色々な場所を確認するのに膨大な時間が取られていましたが、グロースクラウドのおかげで、顧客の名前で検索すれば、過去の問い合わせ履歴から商談の進捗、契約内容、納車情報まで、全部まとめて見られるようになったんです。またリスト作成も簡単なので乗換管理もでき、CRMとしての活用もばっちりです。



※横山モータース管理画面

松原：

それは素晴らしい成果ですね！生産性も向上していることかと思います。セミナーでは導入時の課題や解決のポイントについても詳しく教えてくださいね！