

工業用油剤メーカー 経営戦略セミナー

講 座

内 容

なぜあなたのオリジナル油剤は売れないのか?

- ▶商品力・技術力が高いのに、なぜか商品が売れない「たった一つ」の理由
- ▶人的営業によらずとも、新規の優良顧客から引き合い・注文を入手し、リピート化させる秘訣
- ▶成長する工業用油剤メーカーが導入している、最新ビジネスモデルの全貌

第1講座

13:00~13:30

製造業特化の経営コンサルタント。電子機器開発・プリント基板設計/実装・電子部品メーカーなどのエレクトロニクス企業のほか、機械加工業・板金加工業などの加工業や装置メーカーなどに対し、戦略構築からマーケティング・生産性向上・人材開発の仕組みづくりを一貫して提供することで、クライアントの売上・利益率アップに貢献する。「仕事を通じて、人と企業を幸せにする」がモットー。



株式会社船井総合研究所 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

第2講座

13:40~14:20

自社オリジナル油剤で優良企業を攻略し、業績アップを実現するビジネスモデル

- ▶自社製品の魅力を伝え、受注率を上げるための「ソリューション」を見つけ、活かすポイント
- ▶人的営業によらずとも、「デジタル」をフル活用し、優良顧客を「いますぐ」「効率よく」攻略する方法
- ▶「年間50件の口座開拓を達成したA社」、「大手優良メーカーからリピート受注化を実現したB社」など、業績を伸ばしている工業用油剤メーカーの事例を大公開



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

14:30~15:00

工業用油剤メーカーの社長に今すぐ取り組んでいただきたいこと

- ▶オリジナル油剤を通じて、真の顧客ニーズを掴み、次の商品開発に活かす
- ▶ソリューションを研ぎ澄まし、自社の「真の魅力」を伝えることこそ、持続的経営を実現する近道
- ▶これから生き残る工業用油剤メーカーが取るべき戦略

高野 雄輔

開催日時

2025年 12月 9日火

開催方法

オンライン開催

2025年 12月 11日木

お申込み期日

13:00~15:00 (ログイン開始:開始時刻30分前~)

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。

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(IQ: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/134566>
船井総研ホームページ(<https://www.funaisoken.co.jp>)の右上検索マークから「134566」をご入力し検索ください。

オンラインセミナー

2025年 12月9日火・11日木

13:00~15:00 (ログイン開始:開始時刻30分前~)

金属加工油 切削油 潤滑油 防錆油 洗浄剤

工業用油剤メーカー

自社オリジナル製品販売強化セミナー



オリジナル製品なら

価格競争
ナシリピート
受注優良顧客も50社
開拓できる

工業用油剤メーカー 経営戦略セミナー

主催 Funai Soken

株式会社船井総研研究所 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル

お問い合わせNo.S134566

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)右上検索マークから「お問い合わせNo.」を入力ください。

134566

オリジナル製品・ブレンド品を取り扱う切削油・潤滑油メーカー 知名度ゼロ・営業リソース不足でも優良顧客を開拓できる仕組みを大公開!

仕組みその1 課題解決にフォーカス!

間違ったマーケティング活動

情報提供型
・商品仕様
・商品特徴
・使用方法

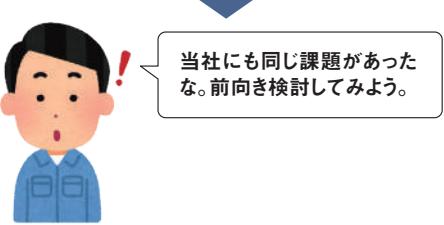
正しいマーケティング活動

課題解決型
・課題ごと
・工程ごと
・加工品ごと

お客様が抱える 真の課題解決を軸にした マーケティング活動

業績を向上させる工業用油剤メーカーでは、お客様が抱える課題ごとに解決事例を豊富に蓄積しており、それを基に、情報発信や、マーケティング活動を行っています。

これにより、既存ヒントの差別化が図れ、購入するメリットが伝わり、興味を持つもらいやすくなります。



仕組みその2 人的営業なしで大手を開拓!

現状の営業スタイル



「仕組み化」後の営業スタイル

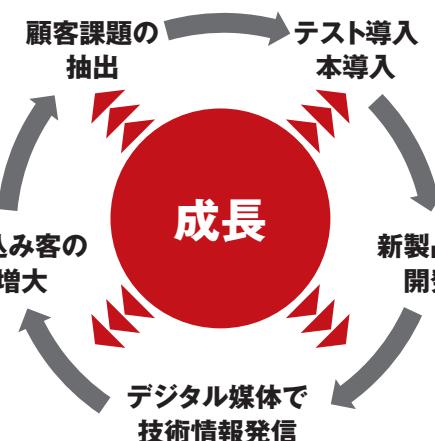


知名度ゼロの工業用油剤でも 優良ユーザーから引合を 獲得する営業DX

「仕組みその1」でご紹介した方法を基に営業DX体制を構築すれば、人的営業なしで、大工作機械メーカーから具体的な問い合わせを発生させることができます。

この手法は、従来の主な新規開拓手法である飛び込み営業などと比較し、圧倒的な効率化が可能です。

仕組みその3 将来の売上の柱を立てる!



問い合わせの増加を通じて、より多くの 顧客課題を収集し、次の製品開発につなげる

前項で述べた、問い合わせ獲得の自動化された仕組みは、単に顧客数を増やすだけではありません。この仕組みを通じて得られた顧客からの問い合わせデータは、お客様が製品に求める真のニーズや、どのような点にオリジナル性や付加価値を見出しているのかを明確に把握するための貴重な情報源となります。

これらの詳細なニーズを深く分析することで、既存製品の改善点や、市場が求める新たな油剤の方向性を具体的に特定することができます。これにより、勘に頼らないデータ主導の商品開発が実現し、顧客の期待を超える革新的な製品を生み出すことができます。

このような方にお奨めのセミナーです



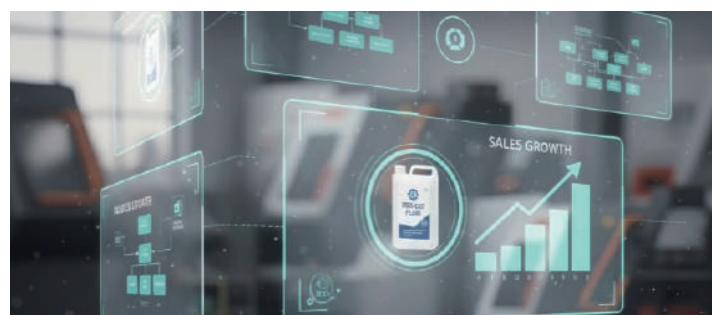
自社オリジナル油剤をもっと拡販したい



テスト導入してくれる見込み客を
どんどん増やしたい



自社オリジナル油剤を購入してくれる顧客を特定し、
的確にアプローチしたい



新しく営業担当者を採用せずとも、
自社取り扱い製品が飛躍的に売れる方法を知りたい

成功事例多数! 工業用油剤メーカーでの業績アップ事例

事例 1



工業用油剤メーカーA社(北信越地方)

Amazonやモノタロウで全く売れなかったオリジナル油剤が、デジタルとアナログを融合した顧客課題解決型の情報発信に変更することで、年間50件の口座開拓に成功。

事例 2



工業用油剤メーカーB社(中部地方)

銀行紹介だけが顧客開拓手段だった水溶性切削油メーカーが、デジタル集客を強化し、大工作機械メーカーからテスト導入を獲得し、リピート受注化を実現。

セミナーで多数の事例と共に、成功のポイントをお伝えします

