

自動車販売店向け_2026年最新のMA活用事例セミナー

オンライン開催

講座	セミナー内容
第1講座	【2026年最新時流】持続可能な自動車販売店経営の条件 ・人手不足、高齢化といった業界の深刻な課題解決に向け、なぜ今「生産性向上」が不可欠なのかを解説します。 ・先進的な取り組みや、最新技術で実施できる2026年の時流 ・時流を押さえつつ、現場変革に向けて具体的にどうデジタルツールを導入すべきかその手順を体系的に伝えます。 株式会社船井総合研究所 モビリティ支援部 リーダー 岡田 三菜美
第2講座	【活用事例・新規集客編】「即対応・自動追客」で未接触客を来店へ繋げるデジタル接点構築術 ・「グロースクラウド」に蓄積された膨大なデータをどう武器に変えるか、顧客接点の自動化メソッドを公開。 (事例①)「対応速度30倍」問合せから30分以内の初動を自動化し、来店誘導率を45%から85%へ向上 (事例②) チャットボットで即決確度の高い客層を選別し、優先的に営業へ繋ぐ手法 (事例③) 在庫ページの滞在時間に応じた自動クーポン表示で、月間62件の新規問合せを上乗せ 株式会社船井総合研究所 モビリティ支援部 チーフコンサルタント 真船 颯太
第3講座	【活用事例・代替え強化編】「LTV最大化」と「事務工数半減」を実現する部門間連携DX ・代替サイクルを20%早める!顧客の「買い替えサイン」をクラウドが検知し、最適なタイミングでアプローチする手法。 (事例①)「集計作業ゼロ」電子アンケート活用&顧客DBへの自動反映 (事例②) リース満了や車検時期に合わせた「ホット度」の可視化と、代替提案の効率化 (事例③) LINEを活用したコミュニケーションで架電コストを削減 株式会社船井総合研究所 モビリティ支援部 チーフコンサルタント 真船 颯太
第4講座	【明日からのアクション】DX活用による業績コミット 多くの事例を見ていただいたうえで、「自社にできるか?」という不安を払拭します。 ・DXにより何を目指していくべきか ・DX化の優先順位 (やるべきDX とやらなくてよいDX) ・デジタルツールへの投資判断軸 ・DX化を進めるための社内組織体制について解説いたします。 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

「集客を増やしたい」のに
お金にも労力にも限界がある

169社のコンサル事例から導き出した

※2026年5月時点でのモビリティ支援部コンサルティング社数

自動車販売店の

集客

DX活用で

自動化

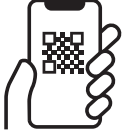
効率化



これらすべてをシステムが自動で行うから、属人性を排除!
現場スタッフは営業活動に集中できる! 詳細な事例は中面へ!

開催日時	2026年 7月 17日(金) 10:00~12:00	開催方法 オンライン開催 (ログイン開始: 開始時刻30分前~)
	2026年 7月 21日(火) 13:00~15:00	
	2026年 7月 23日(木) 13:00~15:00	
講座内容はすべて同じです。ご都合のよい日時をおひとつお選びください。		
受講料	一般価格 税抜 10,000円 (税込 11,000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もございます。
会員価格 税抜 8,000円 (税込 8,800円) / 一名様		

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/142481>
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「142481」をご入力し検索ください。



【お問い合わせ】 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。

主催

自動車販売店向け_2026年最新のMA活用事例セミナー

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 〒104-0028 東京都中央区八重洲二丁目2番1号 東京ミッドタウン八重洲 八重洲セントラルタワー35階

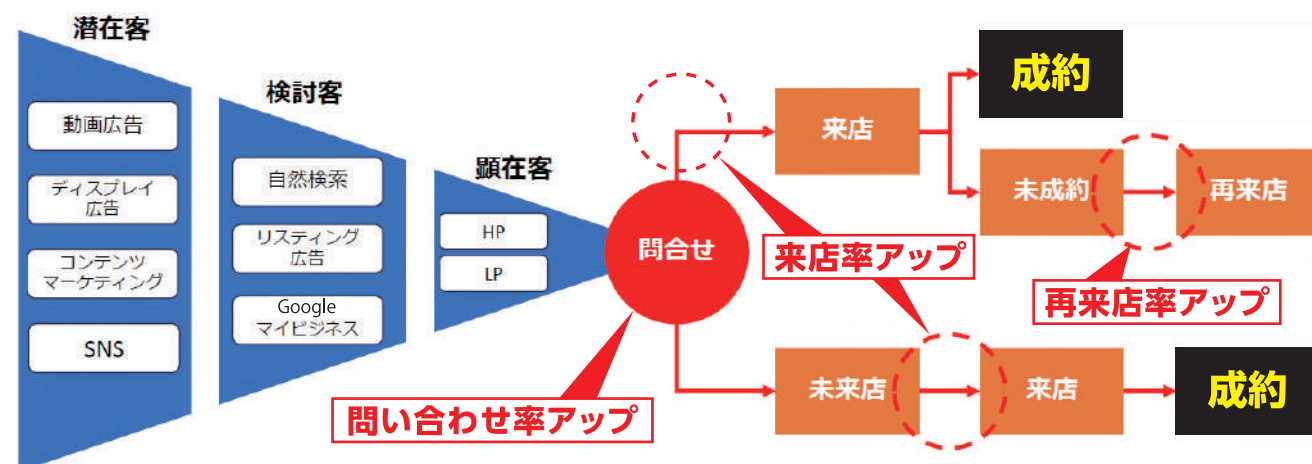
お問い合わせNo.S142481



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[\[www.funaisoken.co.jp\]](http://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。) → 142481

自動で集客が増える仕組みとは？

見込み顧客が成約に至るまでの流れと集客アップの重要ポイント



Webマーケティングの最適化

顧客データの蓄積&活用

事例①

サイト離脱防止ポップアップで月30件の問い合わせ獲得

在庫ページでの滞在時間が10秒を超えると起動するように設定し、キャンペーンやセール情報を表示



事例②

チャットボットで総合HPから車販の見込み顧客を選別

総合HPにチャットボット受付を導入し見積り、下取・査定、車検・点検などを自動で選別



事例③

ステップメールの自動配信で費用をかけずに長期追客

配信順	タイミング	配信面
1通目	当日	お礼メール どのメールも、誰がいつ開封したかまで追跡することが可能
2通目	3日後	軽SUV スライド ワゴン セダン
3通目	1週間後	特典説明 安心保証書 自動車 成約の声

事例④

案件管理の効率化&BIでの進捗可視化で問合せ対応速度が前年対比30倍

問合せの対応状況を記録し、平均対応速度を可視化管理のしやすさや、現場スタッフの意識が向上
ステップメール配信と組み合わせることで、来店誘導率が45.2%から85.0%へ向上



システムを入れた後の活用が大事!

Zohoグロースクラウドを活用している企業ヘインタビュー!

できるようになったことの一例

- 1 チャットボットを構築し、問合せ率UP・総問合せ数の増加
- 2 問合せへの返信テンプレ活用で工数削減
- 3 電子アンケートの活用で、データの二重入力削減&顧客リストを蓄積
- 4 顧客情報や営業進捗を一元管理し、属人性を排除した管理に
- 5 ステップメールやSMSの自動配信で、工数をかけずに長期追客・総来場UP
- 6 Excelやスプレッドシートでは見えない多角的な顧客分析により、マーケティング強化

Q1.今までの集客方法との違いは何ですか?

Zohoの自動タスク機能を活用し、「後追いの強化」ができています。
お問い合わせ後に来店へ至っていないお客様や、来店後に未決着となっているお客様に対して、各段階ごとに適切なフォローができるようになりました。
ホーム画面上で状況が分かりやすく管理できるため、抜け漏れのない対応が実現できています。

Q2.操作は難しくなかったですか?使い慣れるのにどれくらいかかりましたか?

操作自体は難しくありませんでした。もともとGoogleスプレッドシートを活用していたため、導入当初は多少の違いに戸惑いはありましたが、約1か月ほどで浸透しました。

Q3.これからどんなことにチャレンジする予定ですか?

車販だけでなく、レンタカー事業の管理・集計、さらに保険部門や車検部門の実績管理にも活用していきたいと考えています。
複数の業務を一元管理できる点は非常に魅力的で、今後さらに活用の幅を広げていく予定です。

デジタルマーケティング担当:Sさん

以前は保険担当としてトップの営業成績。
約三年前からデジタルマーケティングチームに移籍。
＜主な業務＞
・在庫車両のネット掲載作業・毎月の企画LPの作成
・問合せ対応・広告バナーの制作