

| | | | | | | | |
|--------------------------------|--|---|----------------|--|----------------------------------|------------------|---------|
| 業種 (番号 記入) | 1 | 1製造業 2建設業 3卸売業 4小売業 5飲食業 6サービス業 7その他 | 主な取扱 商品・製品等 | 製造業 精密機械部品等 | | | |
| 資本金 | 1,000万円 | 年間 売上高 | 5,300万円 | 従業員数 | 常時雇用 3人 パート 人 役員(法人) 1人 専従者 人 | 創業 年月 (西暦) | 1963年4月 |
| 指導日 | | 主な指導項目 | | | | | |
| 6月17日(水) | | ホームページ作成の検討 | | | | | |
| 6月23日(火) | | 非対面型ビジネスとしての進め方検討 | | | | | |
| 6月26日(金) | | 申請書のまとめ | | | | | |
| 指導 分類 (番号 記入) | 16 | 11 | 4 | 1経営全般 2創業 3事業承継 4事業計画 5資金 6法律・特許等 7税務 8労務 9販路・取引 10開発・技術 11 IT・情報化 12生産・品質管理 13店舗・不動産 14記帳 15倒産防止 16その他(県再起促進事業費補助金) | | | |
| 相談 内容 | ホームページを作成し、非体面による商談等が行えるようにするため、再起促進事業費補助金の申請をする。 申請書作成に伴い専門家のアドバイスを受けたい。 | | | | | | |
| 相談時 における 課題・ 問題点 等 | <p>当社が抱える課題は次の通りである。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ホームページの活用方法(目的) <ul style="list-style-type: none"> →当社のホームページをリニューアルするが、ホームページを活用することで何をやりたいのか、目標設定や目的が曖昧な状況であった ・当社の強みの見える化 <ul style="list-style-type: none"> →金属加工のため自社製品がなく、自社の技術力が強みである。 しかし、現状ではその技術力が見える化できていない どのようにホームページ上で見える化すべきかが課題である ・ホームページの運用 <ul style="list-style-type: none"> →ホームページリニューアル後のホームページ運用方法が曖昧であった。 | | | | | | |

指導概要(指導日毎)

6/17(1回目)

当社には既存のホームページはある。しかし、紹介いただいた企業が当社の概要を確認するレベルで営業ツールとして活用するレベルではない。

今回のホームページリニューアルでどのようなことを目指すのかについて検討を行った。

※現状では、ホームページをリニューアルすることが決めているが、そのホームページをどのように活用したいのかが曖昧な状況であった。

今回のリニューアルのポイントは、コロナウイルスの影響により、見込顧客への訪問や来訪してもらうことが難しくなり、当社の技術力を対面式ではなく、非対面式で伝えることである。

一般的なホームページリニューアル(デザイン性アップ、SEO対策等)だけでなく、当社の技術力をどうやってWeb上で見込顧客に伝えるかをしっかりと検討することである。

VRや360度カメラなど普及し始めている技術を活用することも重要となってくる。

いろいろとアイデアがでたものの、今回依頼する業者がどこまで対応できるのかを確認してもらい、今回のホームページリニューアルによる狙う効果を明確にしてもらい次回打合せすることとした。

6/23(2回目)

ホームページ作成業者に確認してもらったところ、VRや360度カメラを使った動画作成対応は難しいため、現状できる範囲内での非対面型ビジネスを検討した。

今回のホームページの活用目的は、当社を見つけてもらうことだけでなく、当社に興味を持ってもらい、発注の問合せを獲得することである。

これまでは、興味を持ってもらい発注してもらうためには、直接面談し説明することで対応してきた。その直接面談を非面談にすることが今回のポイントである。

工場内を映し出せるような状況を作り出し、Web会議システムを活用して当社の良さを理解してもらうなどホームページとの連動性を構築する。

方向性が固まったので、その内容を申請書にとりまとめる

6/26(3回目)

申請書案が完成したため、その内容を確認し申請書最終版の検討を行った。

申請書としては、「非対面型ビジネス」のアピールが不足している。

今回の補助事業は、単にホームページをリニューアルするだけでなく、そのホームページとWeb会議システムを活用して、非対面型で受注獲得を目指すことである。

わかりやすい図などを作成しながら、何をやりたいのかしっかりと伝わる申請書の作成を行った。

今後の課題・専門家の意見、総括等

今回ホームページリニューアルを行うことは、当社の受注拡大に繋がると期待される。

これまでは、待ちの営業が中心であったが、ホームページを営業ツールとしての活用を積極的に進めることで、自社から発信する情報が多くなり、攻めの営業ができるようになる。

ただし、攻めの営業を行うためには、自社の強みをしっかりと棚卸し、見える化させることが重要になってくる。

見える化するためには、動画での対応は今後欠かせないポイントとなる。

(これまでは直に目にしていたことがコロナウイルスの影響で難しくなるため、画面を通して目にしてもらうことが重要になってくる)

費用対効果をしっかりと検討しながら、現在の動画技術や動画サービスの同行を確認しながら、有効と思われる方策に積極的に取り組むことが求められる。

これまでの営業スタイルを変えるチャンスであり、環境の変化に対応することで企業を成長させていくことを期待する。