

中小企業のための
コロナ禍でも売上を伸ばし生産性を高める
DX推進セミナー&相談会

専門家が皆さんの疑問に直接お答えします

セールス&生産現場 × デジタル

DX（デジタルトランスフォーメーション）とは…
企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること



【参加無料】
途中回からの
参加も歓迎！

オンラインを活用した営業手法や、生産性向上に寄与する業務改善ツールなど、DXをはじめするための最初の一步を学び、相談できます。



DXについての
考え方がわかる

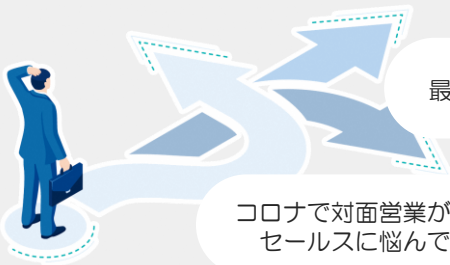


中小企業における
DX導入事例やツールを知る



自社のDX推進について
個別相談できる

こんなお悩みをお持ちの方に



最近よく聞くDXって何？

DX、進めたいけど、どこから
手を付ければいいのかわからない

コロナで対面営業ができず
セールスに悩んでいる

生産性を向上したい

他の中小企業は
どうしているの？

プログラム概要

9週連続のオンラインセミナーと個別相談会で、貴社の実態を踏まえたDX推進をサポートします。
(途中回だけの参加も可能です。※終了回も動画でアーカイブ視聴できます。)

2020/10/28~12/23

DXの考え方と実践方法
(全9回・オンラインセミナー)

個別相談受付
・書類審査

2021/1月~3月

DX推進のための個別相談会
(1社あたり3回)

どなたでも無料で参加できます。

希望者多数の場合は選考させていただきます

オンラインセミナースケジュール

なぜ今DXなのかという基本から、具体的な取組方法や事例・ツールの紹介までデジタルを活用したセールスと製造部門効率化を学ぶことができます。（毎週水曜日18:00～19:00）

オンラインセミナーはZoomウェビナーを利用します。開催日以降も一定期間はアーカイブ配信を行います。
※お申し込みいただいた方に参加用URLをお送りします。

第8回
12/16
(水)

製造部門におけるDX導入のポイント

「設備稼働監視システム」や「原価管理システム」、「生産管理システム」などの製造部門における業務改善DXツールを提供するベンチャー企業（4-5社程度）のピッチ方式で、導入事例や製造部門でのDX活用のポイントを解説する

登壇予定企業

株式会社KOSKA

原価管理自動化サービス「GenKan」

SWIMMER株式会社

クラウド生産管理サービス「スマイマー」

島田電子工業株式会社

設備稼働監視システム「Device Watcher」

KEYes株式会社

スマート南京錠システム

LiLz株式会社

遠隔点検システム「LiLz Gauge」

第9回
12/23
(水)

全体の振り返りと質疑応答、個別相談会の説明会

第1回から第8回までの振り返りを行うとともに、これまでの回で不明な点などがあれば質疑応答を行います。

また、1月以降に開催する個別相談会についての説明会と、その事前資料（質疑応答、自己チェックリスト）を提供します。

アーカイブ視聴リスト（実施済みセミナー）

内容は変更になることがありますのでご了承下さい。

#	日程	担当	テーマ	概要
第1回	アーカイブ配信	エイドリームコンサルティング(株)	中小企業におけるDX推進とは	経済産業省におけるデジタルトランスフォーメーションの定義や、なぜこれを推進していかなければならないのか？多くの経営者がDXの必要性を認識しているものの実施にふみきれておらず、DXにおける理解を深めその活用の方向性、メリット等を解説する。
第2回	アーカイブ配信	(株)セールスフォース・ドットコム	成功する営業プロセスとは	営業×テクノロジーによって、見込顧客獲得から商談・クローズ、カスタマーサクセスに至るまでの各段階で情報を可視化・数値化し、売上の増大を図っていく考え方を、世界的シェアNo1の営業支援ツールを提供し、多くの企業のDX推進を支援している株式会社セールスフォース・ドットコムが解説する。
第3回	アーカイブ配信	クラウドカンパニー(株)	Webマーケティングの考え方	コロナ禍において従来型の営業スタイル（展示会、セミナー、商品発表会）など、見込み客と接触する方法が難しくなる中、直接は会わないながらも見込み客にアプローチするWebマーケティングの考え方を学ぶ
第4回	アーカイブ配信	(株)WACUL	Web (BtoB) サイト構築のポイント	BtoBのWebサイトのターゲットは、BtoCサイトとは異なり「ながら購買」や「衝動買い」のような購買プロセスではない どのようにWebサイトを構築すればターゲットを獲得できるか、成功を導くサイト分析など、事例を用いてそのポイントを解説する
第5回	アーカイブ配信	クラウドカンパニー(株)	Web (BtoB) サイトを活用した見込み客獲得のポイント	これまで実施してきた営業活動である展示会、テレアポ・DM・FAX、オフライン広告などの代替手段としてWebサイトの活用を検討が必要である。どのようにして自社の事業や製品を知ってもらうか、見込み顧客獲得のポイントを解説する
第6回	アーカイブ配信	(株)イノベーション	オンラインツールを活用した商談の進め方	展示会やイベントでリアルな企業と接点が取れなくなり、更にテレワーク化によって、テレアポがつかない、DMが開封されないなどの課題を解決するためにオンラインツールの有効な利用方法について説明する ITを利用して効率的にリード顧客を獲得し、その情報を管理・運用するためのポイントを学ぶ
第7回	12/9	ベルフェイス(株)	オンライン商談で上手くクロージングするためのポイント	訪問営業とは勝手が違うオンライン商談、どのような資料を作成、オンラインでのクロージングを成功させるか？その手法を具体的に解説する

参加申し込み方法

対象企業：北九州市内の中小企業 申込締切：12/15（火）

パソコンからのお申し込み

<https://forms.gle/F5iTNJgSC16HHvnP9>

スマートフォンはQRコードから



※ フォームが開けない方や、ご質問などは、以下の運営事務局までメールにてお問い合わせ下さい。