eエヴァンジェリスト

## 最強の対上肇

ネツト拡敗術

商品企画によって 生まれた 新しいデザイン缶 昨年、8回(5月号~12月号)にわたって連載した、eエヴァンジェリスト・村上肇氏による『最強のネット拡販術』の実践応用編。村上氏がともに「伝わる情報発信」に取り組んでいる企業のウェブマスターと、その挑戦を紹介する。

会い、

無理に売り込むことなく

や取引形態は別の会社といって

大きく分けられ、それぞれ顧客

一当社の事業は製缶と什器に

できれば、

理想とする顧客と出

### 第1回

### 自社の潜在価値を掘り起こし 「企画力ある缶屋」をアピール

大阪製罐株式会社 常務取締役 清水雄一郎氏

る企業のウェブマスター



の価値を自社ホームページを通値」をしっかりと把握して、そ

り、自社がもつ「潜在価ンターネットの特性を知

じて情報発信していく。これが

は、オフィスや工場内で使用すたことに始まります。六〇年にたことに始まります。六〇年に一九四八年。清水常務の祖父・一九四八年、清水常務の祖父・一大阪府東大阪市に本社を置く

加したのがきっかけでした。

に清水常務が私のセミナーに参ことになったのは、二○○九年

同社がネット拡販に取り組む

本連載では、私が支援していてす。
私はコンサルタントとして、不スの支援を、製造業を中心におっています。

責任者)に話を聞きながら、中 小製造業がどのようにネット拡 小製造業がどのようにネット拡 をお伝えしていきます。 今回は、二○一○年に「缶パ ッケージ」に特化したホームペ ッケージ」に特化したホームペ ががいました、大阪製罐の清 ががいました。

菓子メーカーを中心にお付き合 風月堂さんなど、神戸の老舗洋<br />
索がっとう す。当社はモロゾフさんや神 内に十数社ほど。その多くは 販売店を通じてエンドユーザー めています。什器は、 割合。私が任されているのは製 客と長年の取引を続けてい 子缶製造を専業とする会社は にお届けしています。 缶事業で、クッキーやチョコレ おおむね製缶が七、什器が三の いいくらい異なります。 いをさせていただいています\_ に製造してメーカーに直接、 清水常務、以下発言は同氏) トなどの洋菓子用の缶を中心 実は、 代理店と 売上は 納 ま 菓

めています。 めています。 めています。 かれ、清水常務の父で二代目にあま業を展開してきました。現在出して、製缶と什器を二本柱に出して、現在

## 理想の顧客を描き ムページをつくる

うになったんです」

び込み営業をしましたが、当社 の手段がないかと模索するうち が手がけたいロットと先方のニ 町の小さな洋菓子店などにも飛 つながりませんでした。 ーズが合わず、なかなか成約に 業績が伸びていませんでした。 不況が続いていて、思うように にも取り組んでいました。 係を大切にしながら、 当として、長年の取引先との関 清水常務は製缶事業の営業担 「〇三年に入社したのですが、 新規開拓 何か他

> 得られませんでした。 想定するロットから外れた問 きますか?」といった、同社が 記したページをつくり、販売に 写真に収めた画像とコメントを ジ内に数種類の既製缶を一枚の ら自社ホームページを設けてお 合わせが多く、期待する成果は ったものの、「一缶から納品で つなげようとしていました。 ただ、一定数のアクセスはあ 清水常務はこのホームペー 清水常務の入社前

様が求めていることが何なのか った情報を提供すべきか、 新規客を獲得するためにどうい 「手探りの状態でしたの お客

ホームページに着目するよ

という考え方が、そもそもなか たんです。とくに理想のお客様 セミナーを受講して、情報発信 すしくみもありませんでした。 がわからなかった。 にもノウハウがあることを知っ ったことを痛感しました お客様にオーダーを促 振り返って

ために、 と理想の顧客は異なります。 すが、改変を加えたことで、 の役目は果たしていました。 内を目的としたものであり、 者の姿が想定できていなかった ていました。会社案内を見る人 途半端なページになってしまっ しろ缶の販売につなげるには中 もとのホームページは会社案 発信する情報が茫漠と で そ

工場内の様子 ⑥大阪製鋼

大阪製罐の本社工場

#### Company Data

創業 1948年

清水浩一 代表者

菓子用缶、スチール製什器の 製造・販売など

85名(パート含む) 従業員 18億円 (2011年度) 商 本 社 大阪府東大阪市

URL http://www.osaka-seikan.co.jp/

菓子缶ヒーロー・カンカンマンのブログ

http://ameblo.jp/canhappy/

## 成果につながる 継続することが

を開始しました。 完成し、 四か月ほどで新ホームページが セミナーを受講後、 一〇年五月末から運用 着手して

身を味わった後で、 す。菓子用の缶は、 様である菓子メーカーのご要望 В 違いました。当社のビジネスは る会社と考えていたのですが、 た。当初は単純に、 改めて自覚するようになりまし が何を提供する会社なのかを、 缶を提供することだったので に応え、その販売に貢献できる to Bがメインであり、 作成の過程を通じて、 家庭内で何 缶を提供す 消費者が中 お客

ていませんでした。そこで、

水常務はそれらをしっかりと把

缶技術などについても整理でき

同社が手がける缶の特長や製

したものになっていたのです。

できるよう、会社案内とは別に、 握し、情報発信していくことが

ホームページを一からつくって

いきました。



さらに、「発注から最短三

ージをつくったのです。

きることをコンセ に応じたオリジナル 掘り起こすことで、 は非常に重要です。

プトに、

むらかみ はじめ 株式会社創代表取締役。1962年、滋賀県生まれ。80年、比叡山高校卒業後、二六製作所に勤務。97年、同社ホームページ「マグ ネットワールド」を立ち上げ、町工場ウェブマスターに。2001年、製造業で唯一、日経ECグランプリを受賞。02年に独立。自らを「eエヴァンジェリ スト(伝道師)」と任じ、現場経験と独自の成功体験から現実に即したコンサルティング、ウェブプロデュースを続ける。製造業のためのコミュニティ 『e製造業の会』を主宰するなど、ものづくり企業を中心にネット活用を支援する。 http://www.e-b2b.jp/ http://hajime.keikai.topblog.jp/

> なり、 そ、 者をつなぐ缶を提供 るようになりました 菓子メー 用途で使われることを想定 とも多 当社 (V わば X (V) 1 のミッションだと考え カーの宣伝効果を果 11 力 ″記憶のフッ までは、 ーとお菓子の購 することこ そうし クル 0 歴 た た

これまでに手がけてきた多種多 われ から、 様な金型をもつとい との信頼関係がありました。 と、 づくりに励んできたからこそ培 業者である清水常務 客に尽くしてきた証でしょう。 清水常務は、長年、 同社には、 その間 たものでしょう。 顧客の期待に応えても 1構築してきた顧 創業六〇年 います。 の祖父の 同 同 .社が 社 は、 顧 Ŏ 代 創 客 史

11

ます

が、

文章を書くのに

時

業を継続してきたことで仕事 ーチンワーク化していたが 社内において潜在化して 顧客ニー 潜在価値 缶を製造 このこと 値 週 ホ ズ 事 間 で を Ø が 的に言 はコンテンツづくりに悩 と実感して 調に推移しているとい 新規客がリピートするなど、 る今年度は、 約五〇〇〇万円の売上をネッ 作業に す。 物事がうまく回り 新ホーム ح いうの 週 葉に落とし込ん 慣 回 n W ページを開設してか います。 Ŕ 7 ブ 11 私自 口 なかったから ただ、 始めて グを更新 んで表現 身、 Z

、 ま し 当 11 初 る

います

ね。

最

初

に受

てしまっては意味がありませ

ット

・拡販では、

継続

が

大切な

0

よう

が、

そのタイミングで止

示されるようになりました。

ネ

1/3

と感じることもあるで

イト

が

上

位に

表

年、

継続して

11

ます

W

缶

パッ

ケー

. !

で検

索

す

注を獲得するの だと感じて

ŧ,

開設

か

ß

三か月

(

半年ほど継続したとき

改めて気づきました。

しまっていたこうした価

えに、

経由で上げました。二年目とな それらを訴えていくと、 ージを開設した初年度に .できることを具体的に示し、 '納品できる」とい 初年度で獲得 った、 います。 ホー 自社 順 で二 です までは 更新するようにしてからこれ キー すると当社のサ けた製品などの実績をメ やはり最初は抵抗がありました。 間をとられることなどもあり 7

ヮ

ドを盛り込んで、

手

イン

ま

が缶パッ

ケー

3

ع

V が Š

がネット拡販です。 年ほどかかりましたから すぐには成果が上 自社 がらな の特長 11 0)

信じ

て継続することが

大事 ず。

成

果が現われてきま

そ

清水常務

の辛抱強さも

同

◎ 缶バッケージの大阪製罐株式会社 オリジナルデザイン缶を

缶パッケージのホームページ http://www.osaka-seikan.co.jp/kan/



スチール製什器のホームページ http://www.os-cabinet.jp/

ます。 まである程度の すぐに反応があるケー 成果が上 理想の顧客に届くことで徐 や実績など、 ダイエット」 が増え、 それと同様に、 始めてから体重が減少す ホームページを開設 がるようになって それらがしっ 発信するコンテ と似てい 時間を要 最初 は ます ・スは かりと す Þ 稀 き h 7

すべては始まる。

半年は辛抱を。

他のジャンルのものも手がけて

顧客にアピールできれば、

いくといった取り組みを通じて、

な市場の開拓につながります。

ホームページからの情報発信

いきたいと思っています」

経済の成熟化に伴い、

市場が

問い合わせは宝の山。

新たなニーズが埋まっている。

の成功の大きな要因でしょう。

# 企画力のある缶屋をめざす顧客のニーズに応える

同社ではコンテンツが増えて は事が進めやすくなりました。 損客への電話対応の際、営業担 顧客への電話対応の際、営業担 できるので、より行き届い とができるので、より行き届い

> になっているそうです。 になっており、取引先も全国にになっており、取引先も全国にっているそうです。 になっており、取引先も全国にす。ホームページ経由の問い合

> > れており、

自分にぴったりと合

細分化しているといわれます。

顧客のニーズは基本的に満たさ

「製缶部門の営業担当は私を 「製缶部門の営業担当は私を 含めて四名いるのですが、三か 含めて四名いるのですが、三か 月ほど前から一名を新規担当と して、問い合わせや商談などを して、問い合わせや商談などを して、問い合うになりました。 お客様のお役に立てています。 新規のお客様からの引き合いもこれまでの二年間で増えまいもこれまでの二年間で増えました。 お客様のお役に立てていることを実感でき、モチベーシることを実感でき、モチベーションも上がりますね。 大きな喜 びとやりがいを感じています。 
間い合わせには、新たなニー 
間い合わせには、新たなニー 
間い合わせには、新たなニー

小ロットのオリジナル缶を求め ているお客様が多いことがわかってきたので、そうしたニーズ に応えられる商品開発に力を入 れ始めたのだそうです。 「今後は "企画力のある缶屋"

自社の潜在価値を掘り起こすことから

ダイエットと同じですぐに成果は出ない。

として缶を使うことを提案して 界に対して、結婚式の引き出物 異なる顧客を創造していく。 を行なうことで、 とのメリットを伝える情報発信 ネット拡販術でもあります。た とする市場の開拓に取り組むの 子業界以外にも、 カーに対して、缶で梱包するこ 包に紙箱を用いている菓子メー とえば、缶であれば、商品の梱 であり、それを実現できるの 顧客を創造していく視点も重要 も大切ですが、一方で、 こうした状況下、 ブライダル業 いままでとは 自社 新たに が得意 菓 が

ニーズに応える姿勢を同様に貫客とのやりとりから顕在化する

ズが埋もれています。

徐々に、

村上の

は、すべて自社次第です。伝えたい相手に発信する内容が伝われば、必ず反応が返ってきます。 耐客からニーズを教えてもらい、活かしていく。ホームページは、試行錯誤のヒントを得られる場なのです。

大阪製罐では、缶パッケージ 大阪製罐では、缶パッケージ たいとのことですが、 程度の成果を出したこともあ り、昨年一〇月に什器専用のホ 一ムページも開設しました。 一件器の販売自体は代理店など を経由するため、新規顧客が獲 を経由するため、新規顧客が復 をといるかが製品に比べて のかりにくいとのことですが、 をといるかが関係といる。

# fl NTLメンバーズサイト案内

ことでしょう。

lack

から喜ばれる存在となっていく

いていけば、

同社はさらに顧客

ださい。
本誌購読者の方はパソコンやタブレット本誌購読者の方はパソコンやタブレット
本誌購読者の方はパソコンやタブレット本誌購読者の方はパソコンやタブレット

の方はパノコンやタブレット

●「WEB 商いの達人養成塾」のご案内

ローリスクで地道に「市場創造、開拓」ができる "WEB 商いの達人" をめざす、村上肇氏による実践社長塾を6月から月1回(全6回)、大阪で開催します。1回5000円(税込)。 http://www.newtopleader.com/topics\_detail16/id=34369

http://www.newtopleader.com