

知財とホームページを活かして新規顧客開拓に成功

(株)タイセイエンタープライズ (東京都)

当社は昭和53年6月に設立され、薬情・薬袋一体型用紙やアンケート一体型封筒、チケットを同封できるしおりなど、特許取得済みの紙を扱う印刷会社。

1. 相談のきっかけ

これまで、当社は中小規模の取引先を中心に、地道な営業で販路を拡大してきていた。

取引金融機関の紹介で当拠点のを知り、事業者が取り扱う紙製品の販路開拓をさらに促進するにはどのような方法があるかアドバイスが欲しいとのことで拠点への来訪相談に至った。

2. 課題整理・分析

○特許という製品力のほか、当社の見逃せない隠れた強みとして、
・都心に近いオフィスで短納期に
・デザインや企画から印刷まで一貫して仕事を依頼できること
があると判断。

○市場動向などから販路先として今後はドラッグストアや調査会社、旅行会社といった大手企業が顧客となりうると予測された。そのため人的販売だけでなく、新たな販売チャンネルを開拓する必要があると判断。

○ただし、どの紙製品が見込み客に受け入れられるか見当が付けられなかったため、まずは全ての製品情報を見込み客に広く訴求する手法の導入が課題であった。その際に自社の独自の価値を発信し競合との差別化を図る必要性もあった。

3. 解決策の提案

○自社ホームページをリニューアルし、当社の印刷だけではないトータルサービスの利点を広く情報発信するよう助言。

○ホームページのリニューアル後、ターゲット別に提案書の作成支援を行い、さまざまなチャネルを活用しながら営業活用を展開。

○紙媒体での印刷というサービス以外のメリットを強調して情報提示することで、自社製品が競合他社との値引競争による製品単価の下落に巻き込まれないように提案した。

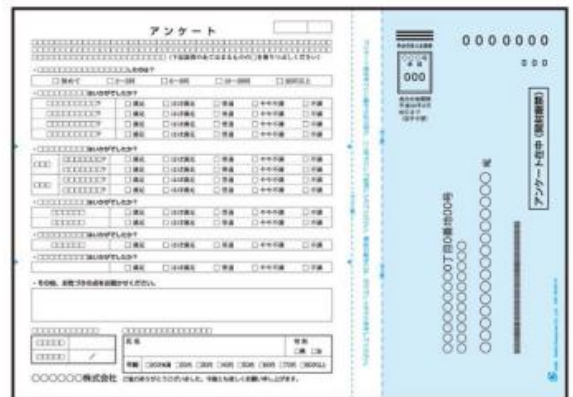
4. 成果

・サービス内容の情報発信を工夫しながら営業を展開することで、従来のチラシなどの製品に加え、アンケート用紙一体型の封筒についての問い合わせを受けることとなった。薬袋が売れると思っていた社長の期待を超え、これまで取引のなかった企業の販路開拓に成功した。

・アンケート用紙一体型の封筒は、特にITを使わない高齢者やその場で配布するアンケートに有効であることがわかり、回収率も最大2倍になることが確認された。販路開拓が成功するとともに、新製品の具体的な導入メリットが明確になることで、さらなる新しい取引開拓が期待される。

・当社は今後、アンケート用紙一体型の封筒について、調査会社を中心とした販路開拓を行う予定であり、薬袋についてさらに新たな市場開拓を目指す。

＜アンケート用紙一体型の封筒＞



＜当社が扱う薬袋＞

