



Marketing BPO Strategy 2022

BtoB受注業のマーケティングBPO

～印刷会社の経営課題解決事例～

『ブランディング』+『Webサイト充実』で
売り上げアップと社内活性化を実現

背景

H県 F市 M印刷

M印刷様は「すべては、お客様のために」を企業理念に、販促物の企画・デザインから印刷・発送までトータル手掛ける創業40年の印刷会社です。

数年前に二代目社長が事業を引き継ぎ、丁寧なサービスを提供することから事業も拡大。社員数も年々増加し続けています。

しかし、数年前に制作した自社Webサイトは、選任の管理者がいないまま、日々の業務が忙しさにかまけて更新できない状態が続いていることが大きく影響したのか、Webからの問い合わせも皆無でした。



問題点

Webサイトの要望だけではなく、 経営課題もヒアリング

Webサイト更新のご相談を受け、当社が訪問しWebに関する要望をお聞きしました。打ち合わせ終了後、社長と雑談をしていたところ、「創業者である父から事業を引き継ぎましたが、先代の時代から在籍する社員と新しく入社した若手社員と一緒に働いており価値観を共有できていないと常々感じている」との悩みを聞きました。

そこで、「まずはブランディングに取り組みましょう」とご提案しました。



■ 課題

- Webサイトが放置状態
- 社員全員が価値観を共有されておらず一体感がない

解決策

社員全員のディスカッションで 会社の強みや課題を再発見

まずは社長や幹部社員の方々に集まっていただき、会社の強みや課題、日頃の仕事への思い、今後の取り組むべきことなどを話し合ってもらいました。また、営業スタッフから同社に対するお客様の声も集めていただきました。それをもとに会社の強みや課題、仕事への姿勢を抽出し、スタッフ全員で率直な意見をディスカッションしました。

■社員の感想

「自分たちが気づけなかった強みが明確になった」
「同僚の仕事内容や取り組み方が分かった」



■提案のポイント

- ・まずはブランディングから取り組むことに
- ・トップが決めるのではなく、全員で話し合う

結果

社員の一体感が生まれ、 Webからの集客も実現

ブランディングを進める過程で、社員と幹部社員、社員同士が話し合うことにより価値観を共有し、仕事が円滑に進むようになりました。そして「お客様と深くお付き合いし、支え合うパートナーでありたい」という新しい経営理念を定めました。

また、社員のディスカッションでヒアリングした内容をもとに、Webサイトを更新。特に会社の強みや社員の声などのページを充実。リスティング広告を出稿し、Web広告からの集客を図り、Webからの問い合わせが増えました。その後もサイトの運営やブログ作成などをサポートし、リスティング広告も継続的に行った結果、売り上げアップにつながっています。



■ 成果

- ブランディングを進め社員全員が価値観を共有
- 社員のヒアリング内容をもとにWebサイトを更新。
リスティング広告などによりWeb集客が増加
→売上アップ