タイトル　オンラインにおけるプロモーションシステム導入の取組

その他

申請事業者：K・Pクリエイションズ株式会社（宮崎市）
業　　種：印刷業

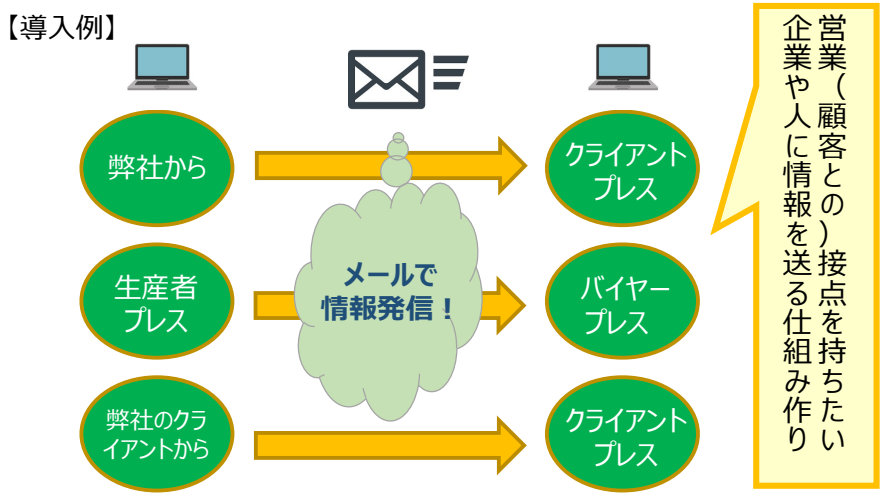
コンサル事業者：澤井　友恵（宮崎市）
業　　種：ITコンサルタント業

ポイント　コロナ禍で営業困難になった現在、オンラインプロモーションシステムの導入によるプロモーション活動継続の実現！

取組の概要

導入部門：企画営業（6名体制）
導入業務：営業業務
導入目的：プロモーション活動の継続
ツール　①：顧客管理システムの構築
ツール　②：メール配信システムの構築
手　　法：①弊社のクライアントに営業案件をメールで配信
　　②弊社のクライアントにてツールとして利用頂く
規　　模：月平均イベント回数：1回／月、来場者数：100人／回
導入費用：1,645千円
（機器：300千円，コンサル：250千円，システム構築：1,095千円）

【導入例】



取組の背景

これまでイベント事業を通じてプロモーションを実施していたが、コロナの影響によりイベント自体が中止・延期を余儀なくされているため、売上のマイナス影響を受ける形となった。今回の取組によりオンラインを活用した非対面でプロモーションを実施できる体制を構築する。

①顧客管理システムの構築
　⇒Excelや紙の名刺を保有するのではなく、顧客区分ができるデータベース構築
②電子情報化システムの構築
　⇒facebookやブログを更新するように簡単に情報を作成）
③メール配信システムの構築

取組の成果

・従来は、会社に出社し作業を行っていたが、オンラインへ対応できる環境構築を実施したため、企画営業部門の6名は、会社へ出社することなく、自宅からでも作業が出来るようになった。（＝結果として、コロナ感染対策を行いながら、業務が継続できる体制構築が行えた。）
・また、今回の取り組みより、人との直接的な接触を削減しながら、クライアントやバイヤー等に情報発信できる仕組みを構築することができた。（上述同様、コロナ感染対策を行いながら、業務が継続できる体制構築が行えた。）
・コロナ禍の時期は、直接接触が厳しい状況であったが、ICT活用により非対面での情報発信・接触が通常期の15%程度できるようになった。
・本取組により、売上がコロナ禍時期と比較し約15%増加した。
（コロナ禍の時期は、月平均売上が約8,000,000円／月であった。）