

～製品が特殊、専門性が高い～

参加費
無料

事例で学ぶ 生産財企業のWebマーケティング

新規開拓に成功した電子部品メーカーが打った手は？

Withコロナ時代に求められる生産財企業のWebサイトとはどのようなものか？どのような考えでWebマーケティングに取り組めばよいのか？【Webマーケティング】をテーマにしたセミナーや勉強会のほとんどが一般消費者向けのビジネスを対象にしたもので、専門性の高い生産財企業にはなじみにくいものとなっています。20年以上にわたる生産財業界での経験をベースにインターネット上で生産財企業が打つべき手立てをわかりやすく解説します。

日時 **9月22日** (水) **14:00～15:30**

会場 ① 蕪崎市商工会 【リアル参加】 (蕪崎市本町1-5-25)

② Zoom 【オンライン参加】

③ YouTube LIVE 【生配信】

※③はセミナー後も期間限定配信予定

定員 ① 20名

② 100名 (共に先着順)

主催 風林火山ビジネスネット運営委員会

《セミナーのポイント》

- ・Withコロナ時代に求められるWebサイトとは？
- ・市場ニーズは想像以上に大きい
- ・生産財企業のWebサイトの平均アクセス数はどのくらい？
- ・更新されないWebサイトが逃す新規取引先と優秀な人材
- ・作り方に囚われると失敗する
- ・SNS、メールマガジン、SEO？ 中小～中堅製造業が最優先すべきものは？
- ・BtoBユーザーが利用している仕事の情報源
- ・中小～中堅製造業でのWebサイト活用成功事例

講師紹介



宮本 栄治 氏

株式会社コスモブレインズ 取締役
Webマーケティングコンサルタント
ものづくり革新ナビ登録専門家
Google広告認定資格者
Googleアナリティクス認定資格者

1990年より株式会社コスモ・リパティ社で生産財情報誌の広告営業に携わりその後20年以上、生産財マーケティングの仕事に従事する。2000年 ボードコンピュータ専門雑誌「ボードコンピュータガイド」を企画創刊。2001年 光通信と無線応用技術の専門誌「MPP」を企画創刊。2008年より製造業専門のネットコンサルタントへ転身。Google、Yahooを活用したリスティング広告、アクセス解析からサイト改善に至るコンサルティングに定評がある。2011年 生産財の購入プロセス「TiiiCAモデル」を提唱。クライアントのWebサイト経由の問い合わせ対前年比120%目標に活動、2014年から7年連続対前年度プラス成長を継続中。2020年 問い合わせ獲得件数9,012件(年)の実績。

お申込み
お問い合わせ

裏面をご覧ください。

事例で学ぶ 生産財企業のWebマーケティング

セミナー申込書

お手数ですが、下記申込フォームから必要事項を入力の上、
9月16日（木）までにお申込み下さい。

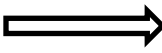
【申込フォーム】

URL：<https://forms.gle/sZKyvr7isatARiqb9>

QRコードからお申込みいただけます。



やむを得ない場合のみ【FAX】可。以下の枠内はすべて記入必須です。

事業所名			
所在地			
TEL/FAX	TEL	FAX	
m a i l			
受講者名			
	複数申込み可能です		
参加方法 (1つ選択)	① 韮崎市商工会 【リアル参加】		
	② Zoom 【オンライン参加】（上記mailにID等を送付します。）		
	③ YouTube LIVE配信 【右記QRよりご視聴可】 		



風林火山ビジネスネット運営委員会 担当：仲澤（韮崎市商工会）

TEL 0551-22-2204 FAX 0551-22-9500

E-mail: info@nirasaki.or.jp