



穂高電子 デジタル販促に注力

新型コロナウイルス禍で従来
の営業活動が変容を迫
られる中、商社ならで
はのソリューションの
提案がますます求めら
れている。穂高電子の
鈴木勝也社長は、商社
の強みを「複数のメー
カー製品を比較して、
最適なものを提案する
こと」と語る。デジタ
ルマーケティングの取
組

り組みを強め、商社の
新たな価値提供を探
る。 — コロナ禍での販
促は、

「訪問だけではな
い新しい売り方」を考
えるためポトムアップ
で始めた試み。本当に
求められる情報を届け
るため、デジタルを活
かす。 — プロジェクトの
具体的な活動は、

鈴木勝也社長は、去年の6
月に新部署「デジタル
マーケティングプロジ
ェクト」を立ち上げ

た。「訪問だけではな
い新しい売り方」を考
えるためポトムアップ
で始めた試み。本当に
求められる情報を届け
るため、デジタルを活
かす。 — プロジェクトの
具体的な活動は、

今後は、外部の人も
含め若い人に任せるつ
もりだ。必ずしも計測
器について詳しくなく
てもいい。情報を集
め、どう発信していく
か。我々とは違う発想
が欲しい。経営陣は側
面支援し、あとは現場
に任せるのが大切だ。

鈴木勝也社長に展望を聞く



商社の新たな価値提供
を探る鈴木社長

用した情報発信や拡販
を行う。
メーカーと同じ情報
をただ扱っても差別化
はできない。客先を回
って情報を集めるだけ
でなく、購入検討のも
っと早い段階で手を打
つことが非常に重要
だ。コロナ禍でさらに

ど配信するDMを視覚
に訴えるような内容に
変えていく。当社のH
Pを訪れてもらう数
を増やすとともに、長い
時間見てもらえるよう
工夫する。
今はDMのレスポンス
やサイトの訪問者
が、どのページをどの
くらい閲覧しているか
などのデータをし、開
発を支援する。

モーター開発支援製品で強み

車の開発メーカーが
主なターゲットだが、
エレベーターや電車、
エアコンなどモーター
を使う分野は全てこの
装置を活用できる。こ
れも高周波のハイエン
ド製品だ。5Gなので、
非常に高い周波数帯が
求められている。

た。問い合わせを
もらっても、どんな製
品を開発するつもり
か、機密保持契約もあ
り、簡単には教えても
らえない。打ち合わせ
するうちに、ようやく
最後に分かるといった
感じで、ニーズを想像
しながら探っていく面
がある。

先入観を持たず様々
なユーザーにアプロ
ーチしたい。そこで仕
掛けていくのにデジタ
ルマーケティングが大事
になる。