

AI時代における 「BtoBマーケティングモデル」 変革研究会

テーマ

営業依存から、しくみで売る企業へ —AI時代に選ばれるBtoB企業の条件—

POINT 01

AIの浸透が
従来の常識を覆す！？
最新のマーケティングモデル
を習得する

POINT 02

部分最適を脱し、全社単位の
マーケティング経営ノウハウと
「モデル改革計画」を構築する

POINT 03

DX&AI活用による
「最適なモデル実装×
業績向上」の推進



B to B / MARKETING / MODEL

BtoB企業が直面するマーケティング・営業に関する課題と成功例

Problem and Success case

BtoB企業 マーケティング・営業の課題例

CASE

1



【従来依存】
訪問と人間関係頼みの営業から抜け出せない
「足で稼ぐ」営業が中心で、ウェブやメール、オンライン商談などデジタルを組み合わせた新しいスタイルに切り替えられていない。

CASE

2



【属人化】
人によって成果がバラバラで、真似ができない
トップ営業のやり方が見える化されておらず、経験や勘に頼っているため、再現性が低く育成もしづらい。

CASE

3



【低生産性】
ターゲットが曖昧で活動の質が下がる
「有望なお客様候補」が絞り込めていないため、営業やマーケティングの時間・人手が分散してしまい、重点的なアプローチができない。

マーケティングモデル変革に成功している企業例

CASE

1



**狙う会社を決めて、
AIとデジタルで効率よくアプローチ**

事前に「重点的に攻める会社」を決め、ネット上の情報や自社データをもとにAIで関心度を見える化し、オンライン商談と訪問を組み合わせ、大口顧客の新規開拓に成功している。

CASE

2



**会社全体で営業のやり方見える化し、
属人化を解消**

顧客情報を一つのシステムにまとめ、商談の進み具合や受注までのパターンを共有。AIが「今、どのお客様に動くべきか」を教えてくれることで、若手でも成果を出しやすい環境を整備。

CASE

3



**お役立ち情報を発信して、
自然に声がかかる関係づくり**

お客様の課題に役立つ記事やセミナーを継続して発信し、「困ったときに相談したくなる会社」として認知を獲得。問い合わせやご紹介が増え、継続的に商談が生まれる仕組みを構築。

AI時代における「BtoBマーケティングモデル」変革研究会のテーマ

Theme

営業依存から、しくみで売る企業へ —AI時代に選ばれるBtoB企業の条件—

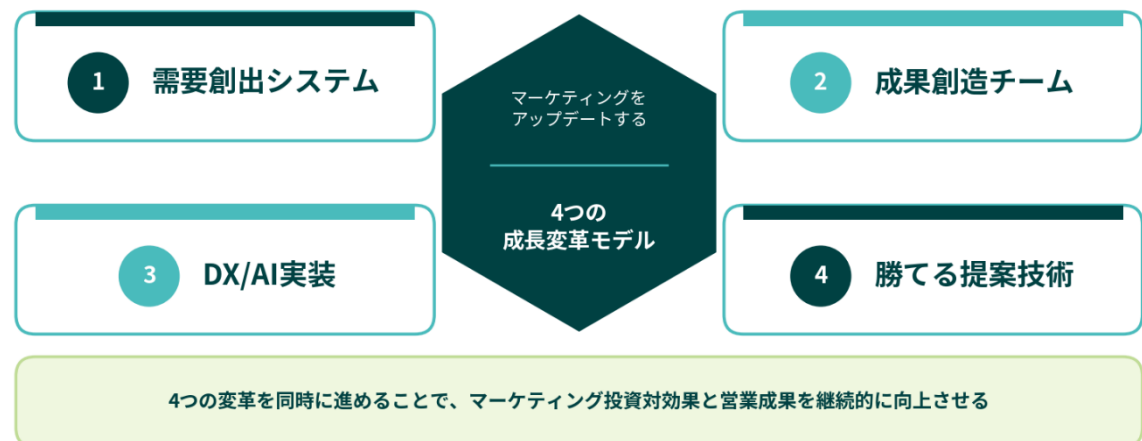
「AI時代、そのマーケティング・営業のしくみは、もう古い。」

社会変化や技術革新により、「良い製品を作れば売れる」時代は
終わりを迎えました。

しかし多くのBtoB企業では、展示会や対面主体の営業、あるいは
既存顧客への依存といった、従来型のしくみから脱却できていない
のが実情です。加えて、マーケティング活動は部分最適にとどまり、
組織や人事、データ基盤、さらにはAI・DXの活用までもが分断された
ままになっています。その結果、新規受注の伸び悩みや営業生産性
の低下による「実質的な企業成長の停滞」という深刻な課題が顕在化
しています。

当研究会では、最先端のBtoBマーケティングモデルを体系的に学び
ながら、コンサルタントとともに自社の変革ロードマップを具体化
します。単なる知識習得にとどまらず、「自社をどのように変え、
売れるしくみを作るか」まで踏み込む、経営直結の実践型プログラムです。

マーケティングを“Transformation”する「4つの変革」



AI時代における「BtoBマーケティングモデル」変革研究会 当日のスケジュール

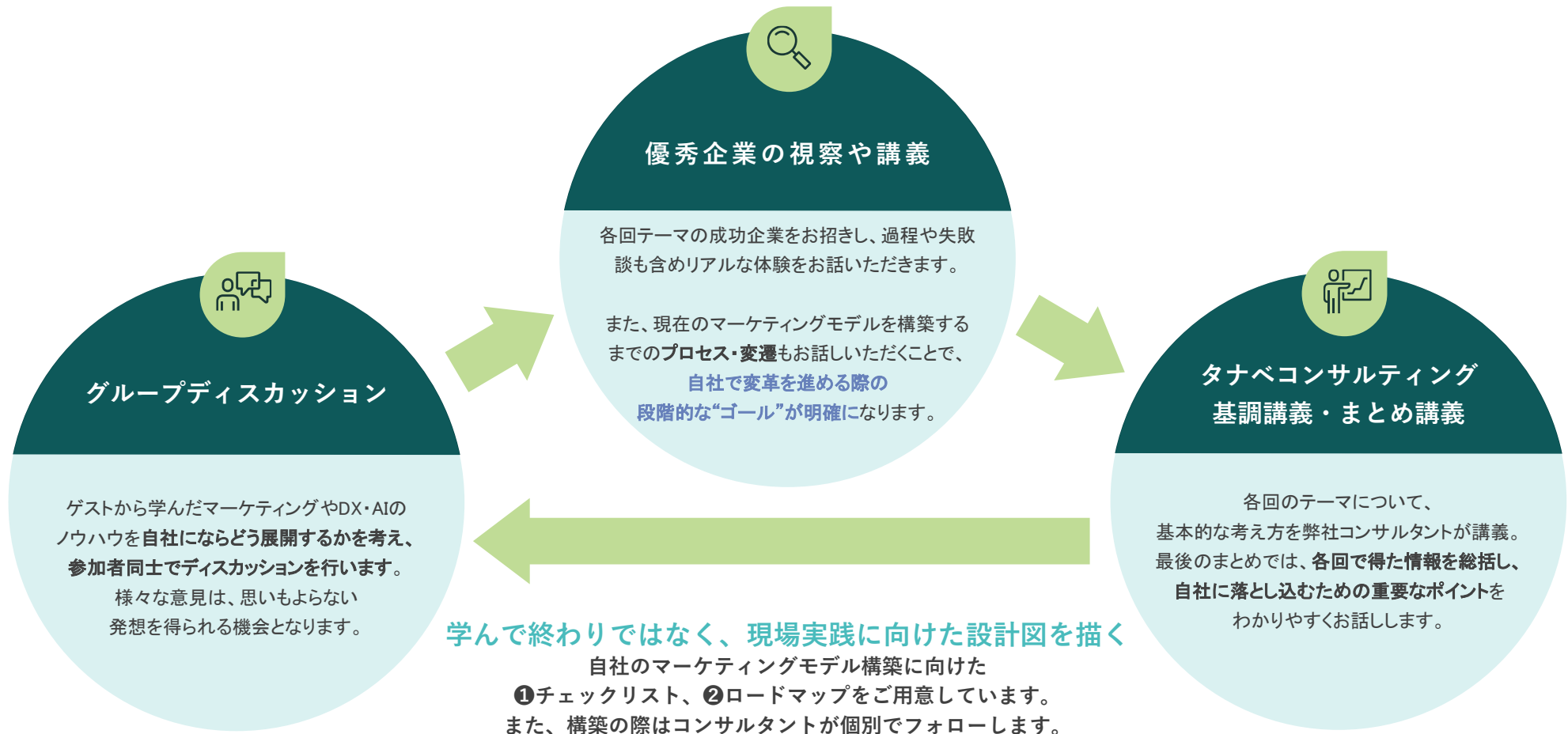
Schedule



AI時代における「BtoBマーケティングモデル」変革研究会 最終アウトプット作成の流れ

Output Creation Process

①講義・視察や、②ディスカッションを通じ、
現在の経営環境に即した「最適な“自社のマーケティング・営業モデル（売れるしくみ）”」を設計します



AI時代における「BtoBマーケティングモデル」変革研究会 リーダー紹介

Leader Introduction

AI時代における「BtoBマーケティングモデル」変革研究会リーダー 國末 悠太

“根性営業”から、AIとしくみで勝つBtoBマーケティングモデルへ。次の一手を共に描く研究会

多くのBtoB企業が「既存のお客様には売れるが、新規が伸びない」「営業は忙しいのに成果が頭打ち」という悩みを抱えています。その原因の一つが、訪問と人間関係に頼った昔ながらの営業スタイルから抜け出せず、AIやデジタルを十分に活かせていないことです。AIは、どの会社にもいつ・どんな提案をすべきかを教えてくれる、心強いパートナーです。当研究会では、難しい言葉だけで終わらず、「自社の現場でどう変えるか」まで一緒に考え、実行していきます。「今のやり方のままでは不安だ」「次の一手を探したい」と感じている皆さまにこそ、ぜひ参加いただきたいと思います。

Profile

「いかなる時もクライアントと共に」をモットーに、クライアントに寄り添ったコンサルティングを展開。「戦略構築(川上)×マーケティングDX(川中・川下)」を得意としており、体系的な経営支援を実施。クライアントの成長をサポートすることが地域社会に貢献するという考えのもと、使命感を持って活動中。

こんな方はぜひ
ご参加ください

- ✓ 従来型のマーケティング・営業モデルに依存しており悩みを抱えている企業
- ✓ 新規受注が停滞しており既存顧客の依存度が高い企業
- ✓ DX推進・AI導入・活用に苦戦している企業



営業・マーケティングDX戦略・実装サイトのご案内

Salesmodel DX Website

営業の稼ぐ力を向上させる業務と組織改革DX/AI

中期経営計画に基づいた「あるべき営業モデル」を再定義。戦略策定からデジタル実装、そして組織・評価制度の再構築まで、一気通貫で支援し、「勝てる営業組織」構築を支援するマーケティング&営業DX/AI構想確立支援コンサルティングのご紹介のほか、お役立ち資料やコラムを掲載しています。

特定のツール導入や施策実施を目的とせず、
営業プロセス全体から稼ぐ力の最大化にアプローチします。

詳細はWEBをご覧ください ▼

営業・マーケティングDX戦略・実装サイト



マーケティングからカスタマーサクセスまで、 顧客創造のプロセス全体を最適化



AI時代における「BtoBマーケティングモデル」変革研究会 ゲストご紹介

Guest Companies

第5回 愛知 2027年10月21日(木)

株式会社 **テルミック**



株式会社テルミック

代表取締役社長 田中 秀範 氏

【事業概要】 治具部品(金属部品や製造ライン用パレット部品、精密部品)の加工において、単品・小ロットを得意としており、材料～完成品まで一貫生産することで顧客の発注プロセスの効率化に寄与している。またCRMやWebマーケティングにも注力し、“外に出ない独自の営業スタイル”によって顧客への対応スピードの早期化を図っている。さらにDX活用により、ルーティンゼロ・残業ゼロ・紙ゼロを目指し、デジタルツールの活用を全社的に推進することで働きやすい環境づくりにも取り組んでいる。

問い合わせが集まる仕組みづくり

～製造業の常識を変えたBtoBマーケティング経営～



AI時代における「BtoBマーケティングモデル」変革研究会 開催日程と申し込み要項

Event dates and application requirements

開催日時

第1回	2027年	02月 18日 (木)	・	02月 19日 (金)
第2回	2027年	04月 22日 (木)	・	04月 23日 (金)
第3回	2027年	06月 24日 (木)	・	06月 25日 (金)
第4回	2027年	08月 26日 (木)	・	08月 27日 (金)
第5回	2027年	10月 21日 (木)	・	10月 22日 (金)
第6回	2027年	12月 16日 (木)	・	12月 17日 (金)

開催時間／1日目：午後開始、2日目：午前終了

※日程・開催時間等は変更になる場合がございます。予めご了承ください。

研究会参加者(全回参加の方のみ)には
FCC SUMMITの視聴アカウント付き！

詳細は、弊社ホームページをご参照ください。

開催概要

受講対象 BtoB企業の経営者、役員、マーケティング・営業の責任者・担当者など

定員 30名様

会費 お1人様(全6回通し)

561,000円(税込)

1名様追加料金(同一企業様) 1回/77,000円(税込) 全6回通し/495,000円(税込)

同一企業内であれば
お申込みされた方以外の受講もOK！

【申込期限】 各研究会、開催日の1週間前までにお申込みください。

※事情により、お申込みをお受けできない場合がございます。予めご了承ください。

【受講取消】 1. お申込み期限日(第1回開催の1週間前、同一企業様からの追加お申込みの場合は

各回開催の1週間前)までの取消につきましては全額返金いたします。

2. お申込み期限日の翌日からの取消につきましては代理受講をお願いいたします。

代理受講が不可能の場合は以下の通り取消料を申し受けます。ご了承ください。

① お申込み期限日の翌日から第1回開催日の前日

(同一企業様からの追加お申込みの場合、各回開催日の前日)：会費の40%

② 第1回開催日以降(同一企業様からの追加お申込みの場合、各回開催日当日以降)：会費の全額

お申込み ホームページからお申込みください。詳細もこちらからご覧いただけます。

タナベ マーケティング研究会



E-mail | soken-lab@tanabeconsulting.co.jp



※ 弊社ホームページの研究会参加要項に掲載されている研究会規約をお読みの上、お申込みください。研究会規約 <https://www.tanabeconsulting.co.jp/t/lab> ※研究会の会費には教材費、懇親会費を含みます。交通費・宿泊費は各自手配・ご負担いただけます。※お申込み受付後、ご請求書をお送りいたします。会費の前納をもってお申込みとさせていただきます。※状況により懇親会が実施できない場合がございます。予めご了承ください。※ご希望回のみ参加されるには、必ず他に1名さま以上の全回参加のお申込みが必要です。

【個人情報のお取り扱いについて】タナベコンサルティングでは個人情報の保護に努めております。詳細は弊社ホームページ上に記載の「プライバシーポリシー」(<https://www.tanabeconsulting.co.jp/t/policy.html>)をご覧ください。なお、ご記入いただいたお客様の個人情報は、上記のお申込みに関する確認・連絡、および弊社発行のメールマガジンや商品・サービスのご案内などをお送りする際に利用させていただきます。