

Okahata

NEWS LETTER

Business updates, new ideas and more
from Okahata

2021

07

選択肢を増やす「リ:デザイン」
コンテンツを入りに、
働き方、営業、次は業界を

RE:DESIGN

...なーんちゃって(少し本気)



↑どこ展営業用シール。原寸大。

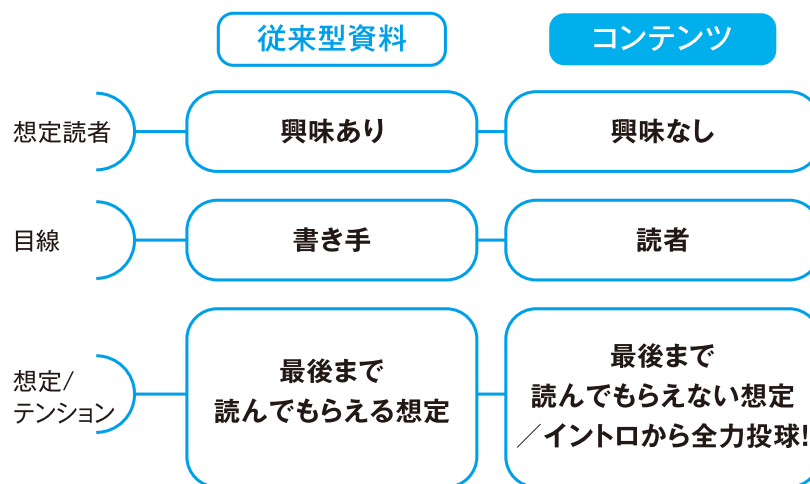


コンテンツは、NHKのど自慢。 鐘が鳴るまで、全力で歌え

書け

岡畑典裕

コンテンツと、従来型営業資料の書き方の違いを表にすると、



弊社に興味のない読者に振り向いてもらうエンタメ作品＝コンテンツ。5秒でも役に立たない／つまらない情報が続けば、**不合格の鐘2つ、カーンカーン**(のど自慢風)。コンテンツは、鐘が鳴るまで、全力で歌う・書く!(たらたら自己紹介から始めるなんて、もったいない)

従来の営業活動が、従来型資料に営業トークで“突っ込む”漫才だとすれば、コンテンツは、ひとりでステージに立つ、無名ピン芸人。よほどの手練れでない限り、冒頭からハイテンションで書くべきなのですが、実際やると、丁寧な自己紹介から始める癖がなかなか抜けない。。

弊社の筆達者たち★も当初は大苦戦していましたが、
徐々にコツを掴みはじめたのか、ついに**パンチあるエンタ
メ営業資料**が出来上がりました!
この動画(51秒)、ぜひ観てください。絶対、損はさせません。



LINK ▶ <https://youtu.be/qJHzjHQnmS4>



軽量高反発素材の詳しい話、聞きたくなりませんでしたか?
詳しくは、くつナビで! LINK ▶ <https://kutsunavi.com/post-798/>

★ 弊社に筆達者が多い理由!? ★

弊社の自慢のひとつは、295回続く(2021年7月時点)、社員が書く社内報(編集後記でお馴染みのkikiさんが編集長)。在宅勤務の日々を綴ったホッコリ系や、リーダーシップを語る暑苦しい系など、盛り沢山で、Okahata Awardsでのベスト3(投票制)は、いつも大激戦です!

この動画とブログのワンツーパーンチこそ、“まだ見ぬ君”を振り
向け、対話機会を作り出す、弊社の目指す営業コンテンツ!

ということで、

化学とコンテンツに精通した

岡畑興産、 開発営業コンテンツ作り、 請け負います！

市場や製品や製法、原料背景まで熟知した化学品商社だから気付く、訴求ポイント。本当に響く言葉とデータを、市場目線で選び抜き、気合と愛嬌で包む、コンテンツ力。

化学とコンテンツ、両方出来ちゃうのが、岡畑興産。

“分かってる”化学屋が化粧品原料向けコンテンツ作ると、こんな感じ。(どこ展も、実はこっそり進化中)

岡畑興産の
“どこでも、ひとり展示会”

どこ展
DOKOTEN

取り扱い製品の
“営業”ページ



得意の対面営業トークも盛り込んで



55秒でポイントを伝えます

使用するメリット

- いろいろな形での製品化が可能
ヒアルロン酸ファイバーの強度、形状を変えることで、さまざまな用途へ展開が可能です。一歩違った商品開発の可能性も広がります。
- ビジュアルを意図した化粧品開発に
さまざまな形状に加工できるので、商品の形や使い方も、よりキャッチーなものへと開発することも可能になります。
- より高機能な化粧品としての訴求も
ヒアルロン酸の分子量を高めることで、肌への浸透力が高まります。また、機能性原料



営業が対面でご説明する内容をコンパクトに

化学業界内のコミュニケーションが枯渇している間に、脱炭素、SDGs、LCAなどお客様の原料選定基準が激変。かと言って、**従来型資料をそのままオンライン化しても、市場には伝わらない**というジレンマ。

御社の新技術、隠れた製品を、どこ展プラットフォームに載せ、市場に届けるお手伝いをさせていただきます。

デジタル三河屋の新規事業、“コンテンツ作り請け負業”。是非、岡畑興産にお声がけ下さい！

バンドー化学株式会社様に、 調達への貢献を 表彰いただきました!



／ 褒めてもらうとますます頑張る、岡畑です ／



さて、ツミキでお馴染みのOkahata Awards(弊社社内表彰制度)は、従来のモチベモデルを(頑張る→褒める)から(褒める→頑張る)に切り替える取組でしたが、やっぱり、褒められるって嬉しいものでした。

特に、売上げでなく、中身をご評価頂きましたことは、中小専門商社冥利に尽き、今後もバンドー化学株式会社様の“イノベーションに食らいつく”(弊社裏スローガン)思いを、さらに強くすることが出来ました。この場を借りて、吉井社長様をはじめ、バンドー化学株式会社の皆さま、有り難うございました!

今月のどこ展

化学工業日報の取材を受けました。
広告掲載も予定しています。

化学工業日報 2021年7月16日

岡畑興産(大阪市、岡畑興裕社長)が、ウェブやデジタルツールを活用し新しい顧客開拓戦略に乗り出した。自社で扱うケミカル製品や各種サービスをオンライン展示会のサイト方式で提案するウェブ「どこ展」(同社呼

岡畑興産

称)を開設。今秋までに従来の自社サイトと融合させ、ネットとリアルを結ぶ新しい化学品専門商社の営業スタイル(岡畑社長)へ高めていく。長引く新型コロナウイルスの影響で国内外への出張や営業訪問など企業も行動制限が続くなか、リテラシーの

ネットとリアルを結ぶ営業スタイルへ

高いウェブ会議とネットも踏まえ「雑談できるウェブ会議」開催を顧客に提供し、積極的な営業開発につなげていく。岡畑興産は、スポーツシューズ部材などプラットフォーム事業と機能性化学品、化粧品原料などのフライングケミカルを主体とする化学品事業の2分野で事業展開を進め今年、創業70周年の大きな節目を迎えた。ただ、昨年から新型コロナウイルス影響で(拠点を持つ)中国やインド、台湾などへの直接的な海外訪問や営業

製品などサイトで提案

「どこ展」開設



「どこ展」で説明する岡畑社長

(同)は他社・他業界と同様に制限がかり、国内移動なども厳しい状況にある。このため、業界でもいち早く海外拠点を含め全社員がどこでも顧客対応できるネットワーク網と機器を整備。自宅、訪問先、勤務先と垣根のない営業体制を全社的に確立。これに連動しウェブ戦略の「どこ展」を開設。新たなポータルサイトとして新規や潜在需要の営業開拓として活用する。

「どこ展」はオンライン展示会ウェブをヒントに自社製品やサービスを展示会スタイルで紹介するユニークなもの。現在、化学品部が扱うパーム由来1、3PDや化粧品成分内包型エココパセル、ヒアルロン酸ファイバーほか9品目の製品紹介をアップし今後、品揃えも増やす。

ウェブ閲覧の需要家がメールやオンライン面談予約などで簡易に担当社員へつながる仕組みとした。SEO戦略にも力を入れており現在、大手検索サイトで「どこ展」と検索すれば常に表示上位へ入るようになっていく。どこ展のアドレスは <https://www.okahata.net/dokoten/>

突出し広告 7/30(金)掲載予定

アジア発のサステナブル素材

展示中

どこ展

DOKOTEN

岡畑興産株式会社

★★どこ展:広告キャンペーン予定

化学工業日報 : 7月以降、記事&広告予定
10月ケミマテ出展も決定

Cosmetic-Info.jp : バナー広告掲載中



■ 編集後記

Shohei Ohtani

(社内報Gazette2021年7月号より転載)

何となくモヤモヤとしている今日この頃、大谷翔平選手の活躍に心を躍らせている方も多いと思います。私はストイックなイチロー派ですが、それでも楽しそうに“baseball”をしている大谷選手をみるのはとても楽しいものです。自由に感情を表し躍動している姿をみると、何でも「道」にしてしまう日本の「野球」と“baseball”って別物だな、と感じます。

かつてバレーボールの全日本代表でオリンピックでも活躍した益子直美さんが、「中学からバレーを始めてから高校まで一度も褒められることなく、怒鳴られたり、たたかれたりしながら練習や試合をやってきた。バレーをやっていて一度も楽しいと思わなかった」と語っていました。怒られないために監督の言うことに従い、次第に「自分で考えること」をしなくなった結果、スポーツに必要な自主性、主体性が身につかなかったと言います。子供たちにそんな思いをさせたくないという気持ちから「指導者が怒らないこと」を唯一のルールとした小学生のバレーボール大会「益子カップ」を立ち上げ、暴力やバワハラのない楽しめるスポーツに取り組んでいます。

イチロー選手は引退会見で「貫いたものは何か」と問われ「野球を愛したこと。これは変わることがなかった」と答えています。「好き」が心の真ん中にあるからこそ、その周りにある苦手なことやつらいことをどうやって克服して「好きなこと」を向上させようかと考えることができるのだと思います。それはスポーツだけでなく、学問でも仕事でも同じこと。監督や上司に否定され続け、凝り固まった考えややり方を押し付けられれば、やる気も失い、好きだったことも嫌いになってしまいます。

以前GAZETTEで紹介した大谷選手が高校生の時(2010年)に作ったマンダラチャート。本当によく考えられていて、当時のチャートの中央にある「ドラ1 8球団」を「MLB」としても、そのスタンスが全く変わることなく(相変わらずフィールドでゴミ拾いしてるし、ボールボーイにもとっても優しい)、彼の現在の活躍の礎となっていることがわかります。人事評価などにも使われているマンダラチャートですが、入社時に作ったマンダラチャートを10年後中堅社員になった時に見つめなおして、さらなる10年のためのチャートを作ってみるのもいいかもしれません。



13日はホームラン競争、14日はオールスター、大谷選手、菊池選手が晴れの舞台を“enjoy”してくれるといいですね。(kiki)

ニュースレター バックナンバーはこちら

LINK ▶ <https://okahata.wixsite.com/oksite/onl>

岡畑興産株式会社 ニュースレター／毎月発行

2021年7月29日号

発行：岡畑 典裕

岡畑興産株式会社

大阪府大阪市中央区島之内1-5-6

TEL：06-6251-8252 FAX：06-6251-8278

Okahata
OKAHATA&CO.,LTD

OKAHATA NEWS LETTER
2021.7.29 / Issue 015

© 2021 オカハタとアイデアと