



参加メンバーのモチベーション向上が見られ、業務の改善に繋がっています。

*訓練前の状況を教えてください。

従来は、製造部は「衛生管理」、総務部は「ビジネスマナー」、営業部は「接客」といった、部署に応じた研修会を受講してきました。

コロナ禍の影響により売上が減っている中、需要掘り起

こしの為に「マーケティング」研修の提案がポリテクセンター京都からありました。

営業や販売員だけでなく製造や農場・事務所等、全部署のメンバーが「マーケティング」を知った上で同じ方向に向かって業務に取り組んでほしいという経営者の想いから、訓練実施に至りました。

*訓練を利用した感想、および受講者や職場の変化はありましたか。

全三回の訓練は、大変解り易い指導内容とリズムに引き込まれ、全員が毎回楽しみに参加出来ました。異部署メンバーとのディスカッションもあり、他部署への理解や新鮮な刺激を多く受けました。

訓練後は今迄より踏み込んだ視点で見るようになり、顧

客や同業他社への関心度が増

しました。またディスカッションを機会に日常でも他部署メンバーとのコミュニケーション度が深まりました。

研修終了後、次回への希望が多々ありアンケートを取ったところ、各部署・個人によって多くの希望テーマがあり選びきれないくらいです。

受講者の声

*講習の前段のディスカッションで各部署によって課題が違っていると感じていた。例えば製造部は人材育成、営業部はマーケティング習熟度の個人差やお客様の声を製造部に届けていないこと等。

訓練で部門間のディスカッションが活発に行われたこともありコミュニケーションが広がった。

訓練のあと職場では、お客様の声を製造部に何気ない場面で口頭で伝えることを日常化し、部門を超えてお客様を意識するようにしている。

常にお客様を意識することで、より安心して安全な食品を提供できる会社になり、弊社のいい所を商品力に活かし独自性を伸ばして行きたい。

株式会社もり

事業内容

京漬物製造販売

会社概要

京都市右京区西院金槌町15-7

創業 1962年 従業員数 85人

利用訓練コース

実務に基づくマーケティング入門
(令和3年9~10月、全3回)