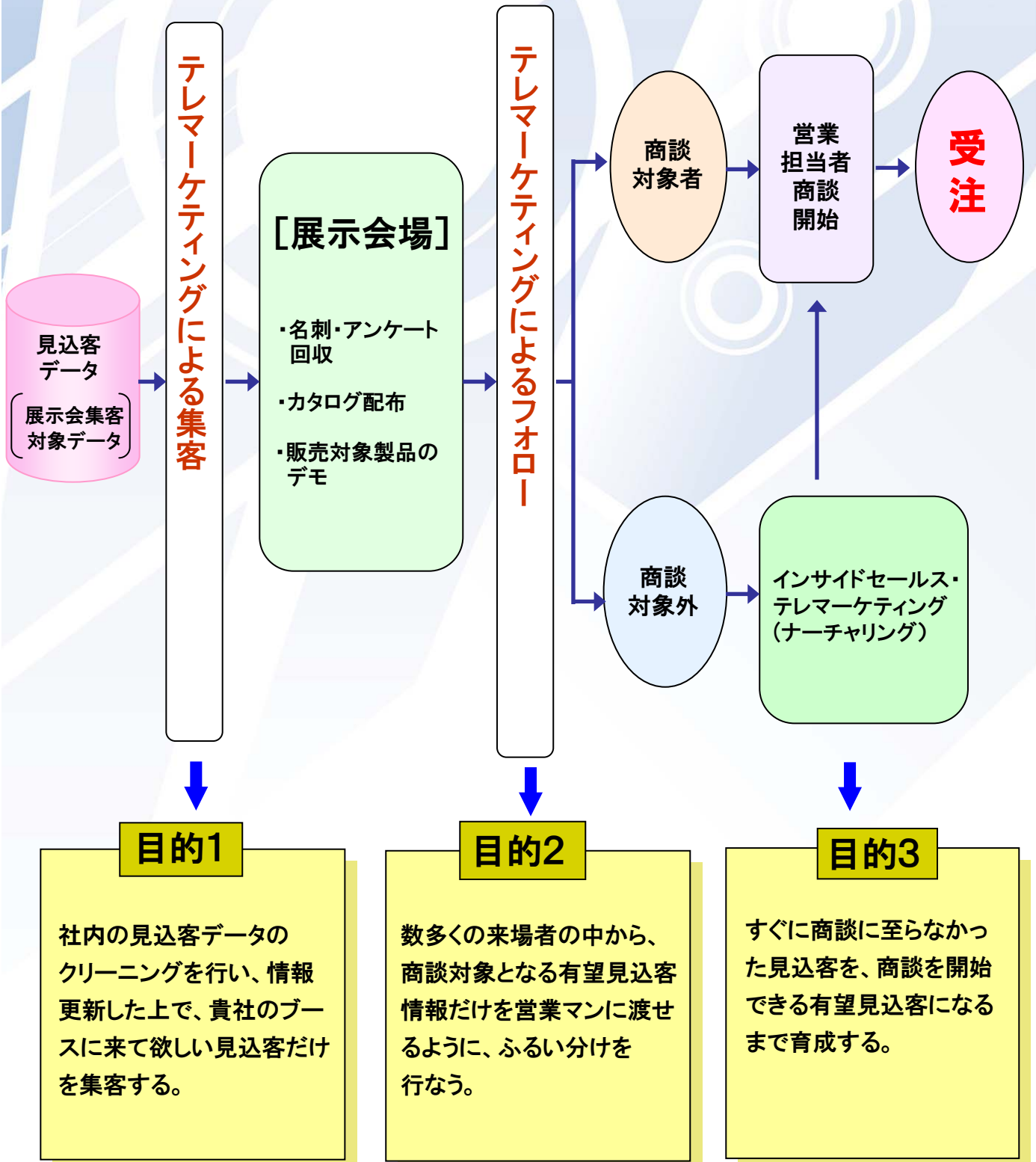


# 展示会集客・来場者フォロー テレマーケティングご提案書

 日本ダイレクト株式会社

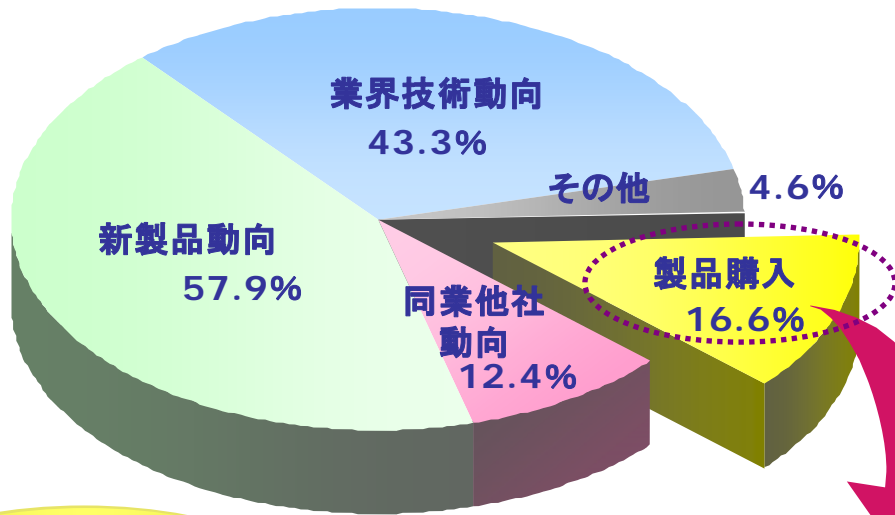
<http://www.nihon-direct.co.jp/>

# 1. 展示会テレマーケティングの目的



## 2. 技術系展示会の目的と課題

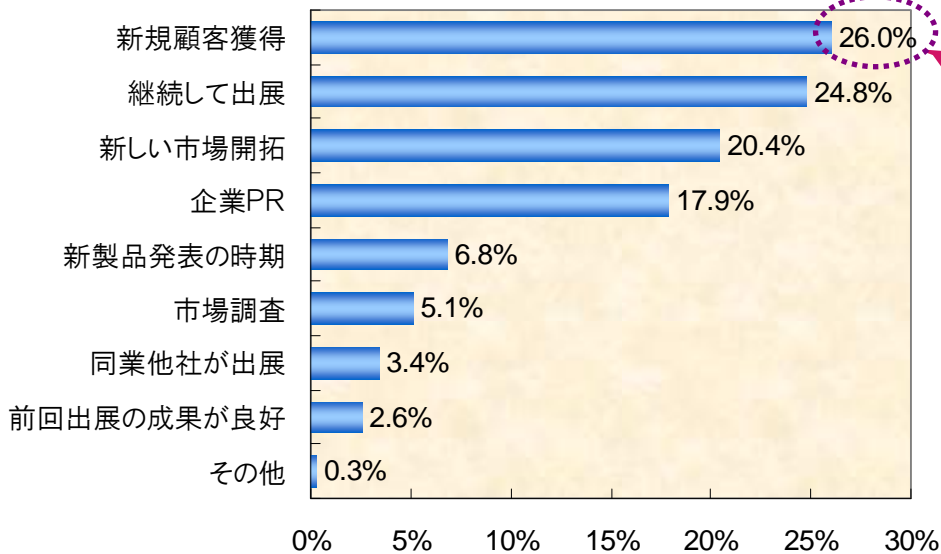
### a. 展示会来場者の来場目的と課題



製品購入目的で来場の有望見込客に、少しでも多く貴社ブースに来て頂かなくてはなりません！

製品購入目的の来場者は16.6%だけです！

### b. 展示会出展社の出展目的と課題

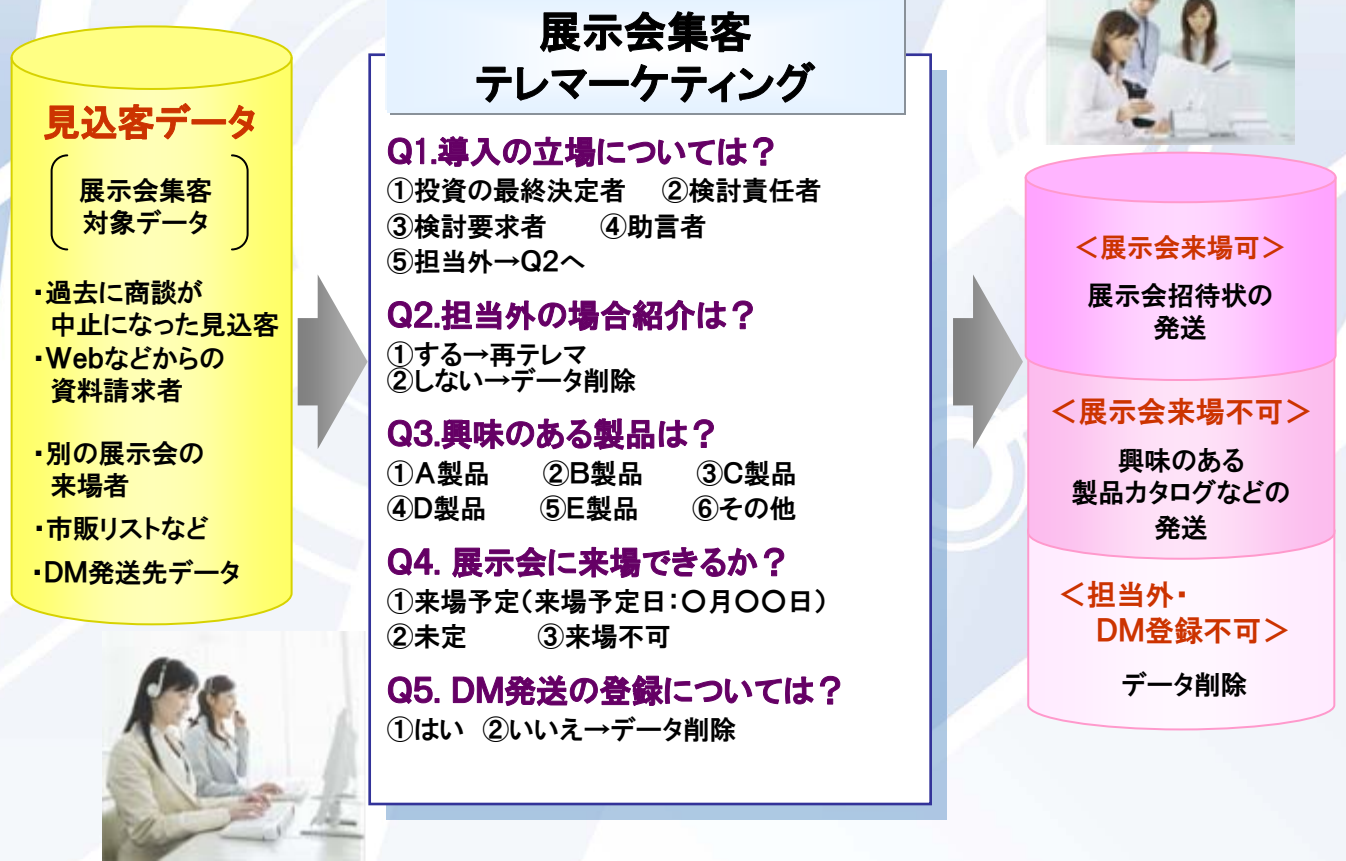


ライバル会社より、製品購入目的の有望見込客を少しでも多く発掘しなければなりません！！

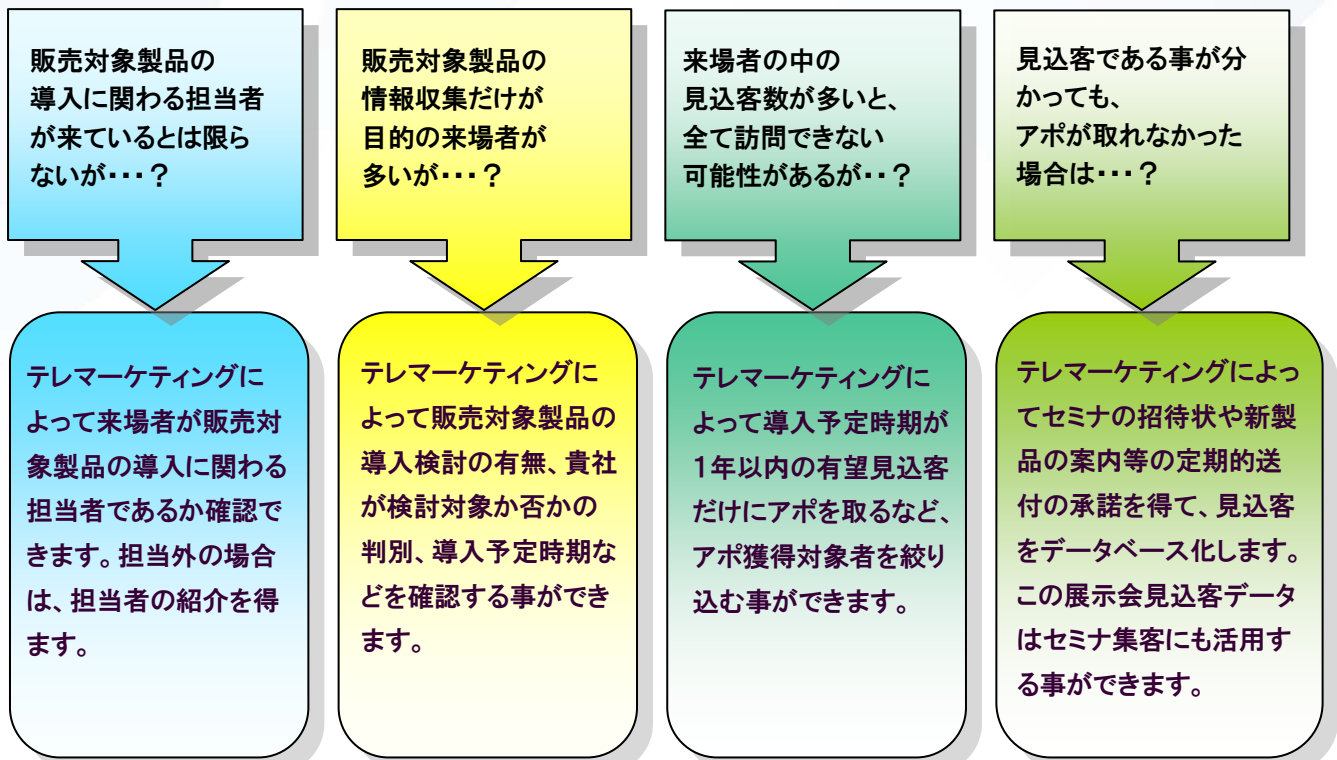
製品購入が目的の来場は16.6%と少ないのに対して、出展社側の出展目的で一番多いのは「新規顧客獲得のため」になっています！

# 3. 展示会集客の運用方法と来場者フォローのポイント

## a. 展示会集客テレマーケティング運用方法



## b. 展示会来場者フォロー・テレマーケティングのポイント



# 4. 展示会来場者フォロー・テレマーケティングの運用方法

## a. 展示会来場者フォロー・テレマーケティングの運用方法

貴社



1. 展示会来場者の名刺やアンケート用紙を、Excelファイル等でご用意頂きます。(紙ベースでも構いません。)
4. 営業マンは訪問の日時を決めるだけで営業活動が開始できますので、ライバル会社より早く、多くの見込客と商談ができます。
6. テレマーケティングの結果を5つのランクに分けて納品いたしますので、見込客データベースはインサイドセールス対象者として長く活用できます。

日本ダイレクト



2. 名寄せを行ない、同一部署で複数名の来場者の場合は、役職の上位者からテレマーケティングを行います。
3. 有望見込客である事がテレマーケティングによって確認できた来場者へアポを取ります。アポ獲得情報は当日中にEメールでお送りいたします。
5. テレマーケティングの結果には来場者との詳細な会話内容がデータベース化されていますので、営業担当者にすぐに引き継ぐことができます。

## b. テレマーケティングによるアポイント対象の来場者

受注

有望見込客との商談開始

4つの条件を満たしている事をテレマーケティングで確認します。その中で条件に合った来場者のみを有望見込客としてアポイントを取ります。

販売対象製品の導入に関わる担当者

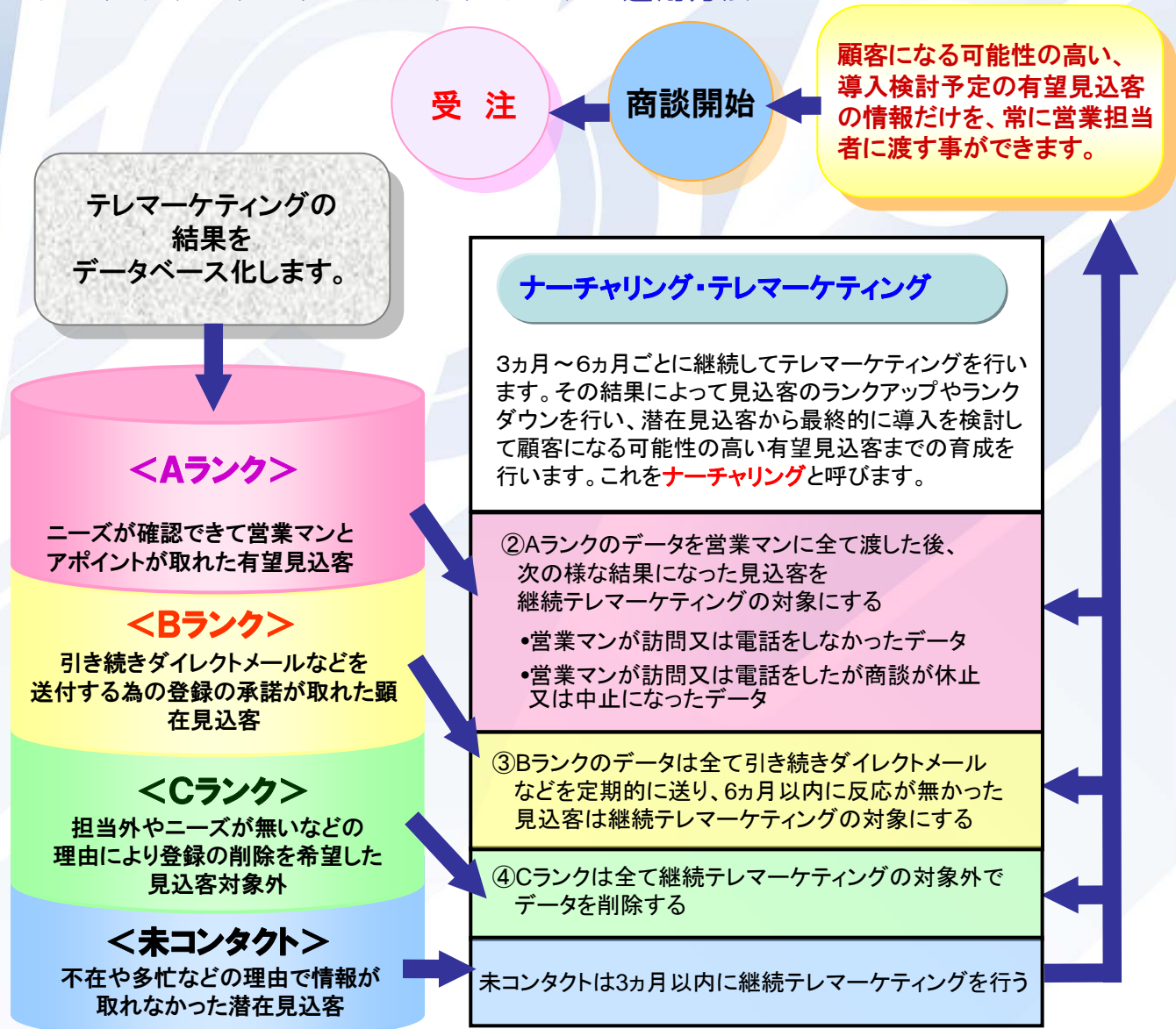
導入予定時期は1年以内

貴社検討対象内

その他・予算など

# 5. テレマーケティング結果の活用方法と効果

## a. ナーチャリング・テレマーケティングの運用方法



## b. 展示会テレマーケティングの効果



多くのIT及び生産財製品のテレマーケティングを経験した電話オペレーターが、**正確**な有望見込客情報を収集します。

外回りに忙しい営業マンやライバル会社よりも、**早く**有望見込客情報を収集します。

営業マンの人件費や派遣社員(管理費なども含む)1人分よりも、**低コスト**で有望見込客情報を収集します。



 日本ダイレクト株式会社

〒194-0023 東京都町田市旭町1-16-16 ホワイビル2F

TEL : 042-725-1895 FAX : 042-725-1839

URL: <http://www.nihon-direct.co.jp/>