

見込み客を育成する「5つの営業作戦」とは？リードナーチャリングの基礎知識と年間営業戦略の立て方

主な内容

「商談が進まないから」という理由で、せっかく獲得した見込み客をほったらかしにしているませんか？ Sirius Decisions社の調査では、「フォローをやめてしまった見込み客のうち、80%は2年以内に競合他社から購入している」というデータもございます。そのため、「ほったらかし」は「機会損失」を生みます。そんなほったらかしを改善するための営業戦略の立て方をご紹介します。

目次

- 顧客化できない最大の理由は「ほったらかし」
- まずは「見込み客の特性」を理解する
- 見込み客を顧客化する「5つの営業活動」
 - ・ 「メモリー活動」の目的と狙い
 - ・ 「購入動機付け活動」の目的と狙い
 - ・ 「リサーチ活動」の目的と狙い
 - ・ 「信頼性向上活動」の目的と狙い
 - ・ 「購入機会の提案」活動の目的と狙い
- つまり、見込客を顧客化するために必要な5つの活動は・・・
- 5つの活動をいつ・だれが・どうやる？年間戦略の立て方

全22ページにも及ぶ、膨大な情報のある資料です。ここでしか読めない資料ですので是非お申し込みください。

[申し込みする](#)