

マーケティングオートメーションによる 営業に渡すリードリストの作り方

～商談化・フォロー率を高めるリスト作り「3つの手順」～

主な内容

営業部にホットリードを展開後、受注率やフォロー率が悪いといった課題をどう解決するかを説明した資料。ホットリードの定義が難しくどのようなリストを渡せばよいのかのヒントがまとめられています。**具体的には、ホットリードリストを、アプローチリードリスト、そしてホットカンパニーリストへと進化させる手順をまとめています。**

こんな課題を解決する資料です

1. 営業部にホットリードを展開してもフォロー率・受注率が悪い
2. ホットリードの定義・判断基準の策定が難しい

目次（全15ページPDF資料）

1. 営業部に渡すリードリストのよくある課題
2. その課題を解決するためのポイントとは？
3. 営業部に渡すリードリスト作りの手順
 1. ホットリードリストとは？その作り方とは？
 2. アプローチリードリストとは？その作り方とは？
 3. ホットカンパニーリストとは？その作り方とは？
4. 営業部に渡すリストの作り方まとめ

申し込みする