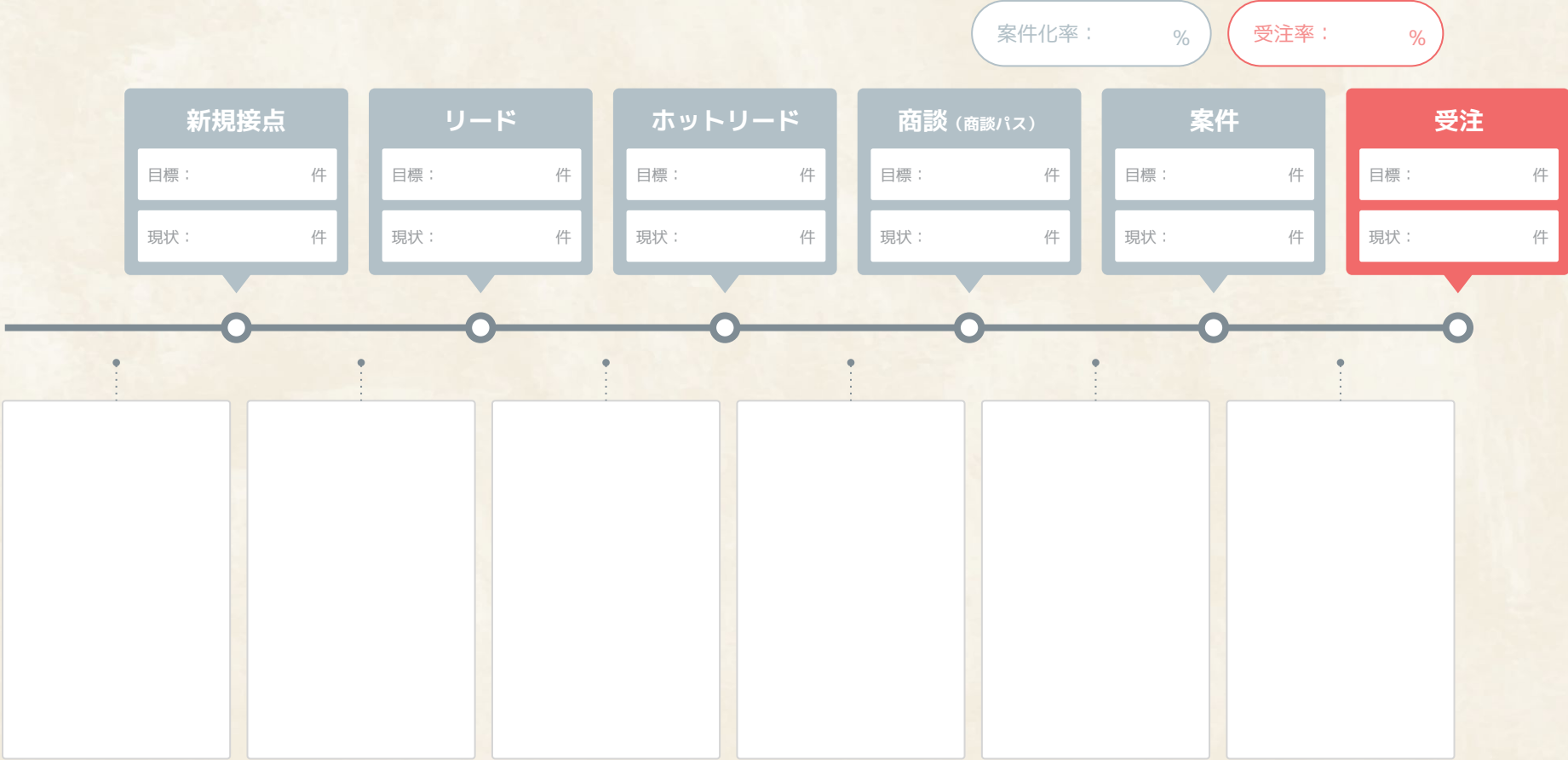


# 営業プロセスの例 ～売上から逆算した目標設定～



# ギャップを埋める施策例

案件化率：

%

受注率：

%

## 新規接点

目標： 件

現状： 件

## リード

目標： 件

現状： 件

## ホットリード

目標： 件

現状： 件

## 商談（商談パス）

目標： 件

現状： 件

## 案件

目標： 件

現状： 件

## 受注

目標： 件

現状： 件

- ・ SEO
- ・ ブログ
- ・ WEB広告
- ・ SNS
- ・ DM
- ・ 業界誌  
（業界新聞）
- ・ 4大マス媒体
- ・ 展示会
- ・ テレアポ  
（代行業者）
- ・ 飛び込み

- ・ EFO
- ・ サイト改善
- ・ 問い合わせ電話
- ・ 資料DL
- ・ メルマガ登録
- ・ 紹介
- ・ ポータルサイト
- ・ セミナー集客
- ・ 展示会
- ・ テレアポ  
（代行業者）
- ・ 飛び込み

- ・ メールマガジン
- ・ オウンドメディア
- ・ ホワイトペーパー
- ・ 後押しメール
- ・ プッシュ通知
- ・ ポータルサイト
- ・ インサイド セールス
- ・ ニーズ喚起セミナー

- ・ ログ活用
- ・ 日程調整 電話
- ・ 日程調整 メール
- ・ イベントアンケート  
にフォロー
- ・ 商談会
- ・ インサイド セールス
- ・ ハンズオンセミナー

- ・ 営業教育
- ・ SFA
- ・ 案件管理
- ・ アポイントの 質の向  
上

- ・ 差別化要素
- ・ 案件管理
- ・ 追客
- ・ アポイントの 質の向  
上