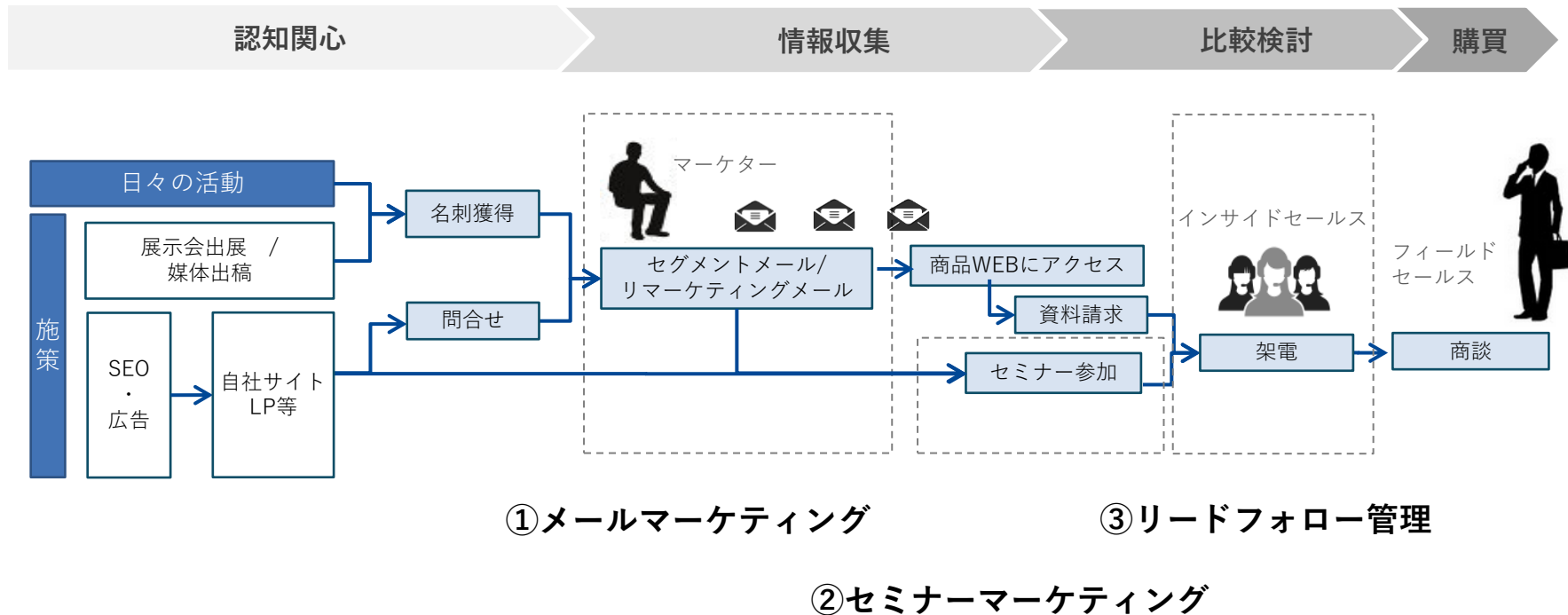


# 施策設計について

---

# 施策設計とは

リードを商談・受注へ繋げるために、  
自社で運用するマーケティング施策を選定／設計する。



## ③ リードフォロー管理

# 概要

## ③リードフォロー管理

### 内容

SMPに蓄積されたリード情報を基に、リード期待値をセグメント分けしフォローの優先順位をつけておくことで、期待値の高いリードを漏れなく商談・受注へつなげます。さらにSMPでは、活動履歴機能を利用することで、そのフォロー結果をリードの履歴情報として登録することができるため、継続的なリードフォロー管理を行うことができます。

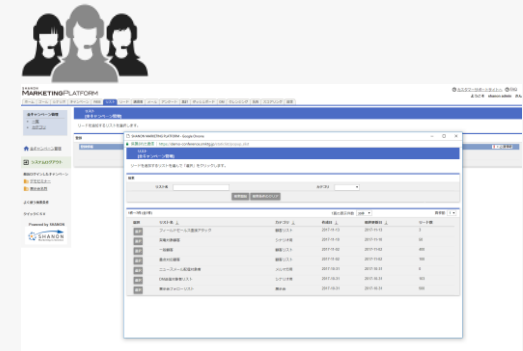
#### ①行動情報の管理



#### ②フォローリストの作成



#### ③フォロー結果の登録



### ケースA

**目的／課題** 期待値の高いリードを漏れなくフォローできる体制を構築する。／商談数が安定しない・増えない。

**対応策** 今すぐ対応したい“HOTリードリスト”のフォロー管理を行う。

#### 事前準備

- リスト：「HOTリードリスト」
- 活動履歴項目：「日付」「種別」「内容」「活動者」「活動結果」「活動ソース」
- 検索条件：「トラッキング履歴が15ページ以上・30日以内」「申込履歴がある」「活動履歴がない」

#### 運用方法



##### 週次で リードをリスト化

週次で検索条件を確認し、対応リストへ追加し、営業へ送客(共有)します。



##### 一週間以内に リストリードへ架電

共有されたリードを基に、営業はリード詳細画面を見ながら架電を行います。



##### 架電結果を 活動履歴に登録

架電した結果、結果を活動履歴へ登録し、対応リードをリストから除外します。

### ケースB

**目的／課題** 過去に一度架電を行ったリードを再度フォローできる体制を構築する。／初回架電後のリードの動きを追えていない。

**対応策** 優先度は高くはないが対応しておきたい“掘り起こしリードリスト”のフォロー管理を行う。

### 事前準備

- リスト：「掘り起こしリードリスト」
- 活動履歴項目：「日付」「種別」「内容」「活動者」「活動結果」「活動ソース」
- 検索条件：「トラッキング履歴が5ページ以上・30日以内」「申込履歴がある」「活動履歴がある・60日以上前」

### 運用方法



#### 隔週で リードをリスト化

隔週で検索条件を確認し、対応リストへ追加し、営業へ送客(共有)します。



#### 二週間以内に リストリードへ架電

共有されたリードを基に、営業はリード詳細画面を見ながら架電を行います。



#### 架電結果を 活動履歴に登録

架電した結果、結果を活動履歴へ登録し、対応リードをリストから除外します。

### ステップ

#### 1. 設計

1. 設計シートを用いて、どんなリストをどのように運用するかを検討する。

#### 2. 事前準備

1. [全キャンペーン]>[リスト]メニュー->[一覧]メニュー。
2. リードリストを、新規登録ボタンから登録。
3. [全キャンペーン]>[リード]メニュー->[活動履歴の項目設定]メニュー。
4. リード架電結果を登録する項目を、新規登録ボタンから登録。
5. [全キャンペーン]>[リード]メニュー->[複合検索]メニュー。
6. リードリストが抽出されるような条件を作成し、検索要件の保存ボタンから登録。

#### 3. リスト作成

1. [全キャンペーン]>[リード]メニュー->[一覧]メニューから、1-6で作成した検索条件をクリック。
2. リードが存在する場合は、全リードにチェックを入れてリストへ追加ボタンをクリック。
3. リードリストを営業へ共有。

#### 4. 架電

1. リード詳細画面を確認しながら、リードに対して架電。
2. 架電後はリード詳細画面の「活動履歴の登録」ボタンをクリックして登録。
3. 架電後はリードにチェックを入れて、リスト除外ボタンをクリック。

