

展示会の アフターフォロー ガイドブック

展示会で見込み顧客を取り逃さない！
アフターフォローの事前準備と流れ



目次

展示会の出展でよくある悩み	P1
展示会でのアフターフォローはなぜ重要なのか？	P2
展示会のアフターフォローで失敗しないための事前準備	P3
狙うべきターゲットの明確化と優先順位の基準設定	P4
名刺データの取り込み準備	P5
展示会後のお礼メールと商談打診メールの作成	P6
アフターフォロー用のウェビナーやお役立ち資料の準備	P7
メルマガ配信計画の策定	P9
案件の進捗状況の見える化	P10

目次

展示会でのアフターフォローの流れ	P11
全体へのお礼メール配信	P12
優先度Aの顧客への電話でのアプローチ	P14
優先度Bの顧客への個別メールでのアプローチ	P15
全体へメルマガやDMなどでの継続的なフォロー	P16
展示会の振り返りと今後の計画	P17
展示会のアフターフォローで失敗しないためのチェックリスト	P18
展示会の戦略やアフターフォローでお悩みの方はお気軽にご相談ください	P19

展示会の出展でよくある悩み

「展示会に出展してみたものの、出展費用に見合う案件化ができていない…」

「展示会で名刺の数は稼げたが、その後が続かない…」

お金と時間をかけて展示会に出展したのに、このような状況に陥っていませんか？

その原因は、**展示会後のアフターフォロー**に問題があるからかもしれません。

アフターフォローができていない企業

展示会の出展後に商談が生まれない

顧客が競合他社の製品やサービスを導入してしまう

展示会の費用対効果が合わず赤字になってしまう

アフターフォローができている企業

展示会の出展後に商談が生まれる

顧客が製品やサービスを検討する際に声がかかる

展示会の費用対効果が合い、次回の出展に繋がる

展示会でのアフターフォローはなぜ重要なのか？

展示会で名刺交換をしたリード（見込み客）のうち、すぐに商談化や受注に繋がるのはごく一部です。

展示会参加者の多くは「情報収集段階」ですぐに製品やサービスの導入を検討しているわけではありません。また、参加者は自社だけではなく競合他社も含めた多くのブースを回り話を聞いています。

そのため、**営業担当者からの提案**や、**メールやDMなどでの定期的なフォロー**がなければ、なかなか受注には繋がりませんし、展示会で見た製品やサービスのことはすぐに忘れてしまいます。

顧客の検討タイミングが来た時に自社が想起されず、気づいた時には競合他社で決まっているという「機会損失」を防ぐためにも、**継続的なアフターフォローを仕組みとして取り入れることが大切です。**

展示会のアフターフォローで失敗しないための事前準備

展示会のアフターフォローで失敗しないためには、**しっかりと事前準備をしておくことが大切**です。以下の内容をそれぞれ準備しておき、展示会後に慌てず計画的にアフターフォローができるようにしておきましょう。

事前準備

- 狙うべきターゲットの明確化と優先順位の基準設定
- 名刺データの取り込み準備
- 展示会後のお礼メールと商談打診メールの作成
- アフターフォロー用のウェビナーやお役立ち資料の準備
- メルマガ配信計画の策定
- 案件の進捗状況の見える化

狙うべきターゲットの明確化と優先順位の基準設定

展示会で名刺交換した方全員に同じ対応をするとどうしても非効率になってしまいます。自社の狙うべきターゲット像（ペルソナ）や展示会場での会話内容に基づきフォローの優先順位を決めていきましょう。

優先度の例

優先度A



今すぐ客

具体的な悩みがあり、
見積もりやデモを希望
している

優先度B



検討客

自社製品やサービスに
興味を示し導入時期も
具体的

優先度C



情報収集

情報収集段階で挨拶や
名刺交換のみ、または
ターゲット層ではない

名刺データの取り込み準備

展示会後の名刺スキャンには、意外と時間がかかるものです。可能であれば、**展示会の当日からストックルームでスキャナーや名刺管理アプリを用いて名刺の取り込みを進めていきましょう。**そして、**展示会后すぐにメール配信ツールでお礼メールが送れるようにしておきます。**

名刺データの取り込み準備をしておくことで、展示会後の熱量が高い参加者に、素早くアプローチができるようになります。

× 悪い例



展示会後の電話
やメールが遅い

他社にアプローチを
先にされてしまう

熱量が冷めて自社を
忘れられてしまう

○ 良い例



展示会后すぐ電話
やメールをする

他社よりアプローチ
を先にできる

熱量高い状態で商談
や情報提供ができる

展示会後のお礼メール・商談打診メールの作成

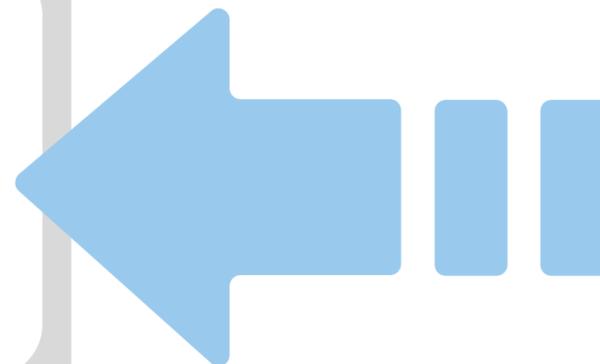
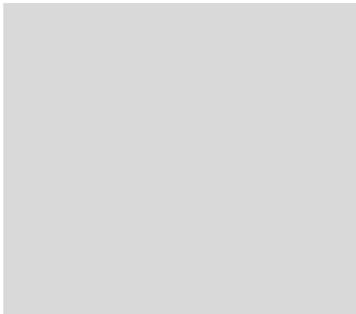
展示会後に送るお礼メールや商談打診メールはあらかじめ作成して、**名刺データの取り込み後すぐに配信**できるようにしておきましょう。できれば、名刺交換をした翌日にこれらのメールが送れると効果的です。

また、お礼メールでは、**出展したブースやノベルティの写真**を入れておくと自社のブースを思い出してもらいやすくなります。**当日に写真撮影を忘れない**ようにしておきましょう。

New Message

To

Subject



アフターフォロー用のウェビナーやお役立ち資料などの準備

すぐに商談や受注に繋がらなかった見込み顧客に対しては、**自社の製品やサービスに関するウェビナーやお役立ち資料、導入事例記事やコラム記事などを定期的にメルマガで配信し、アフターフォローを行っていきます。**

すぐにネタが尽きてしまわないように、**あらかじめ計画的に企画や制作を進めていく必要があります。**

主な施策と特徴



ウェビナー

自社の製品やサービス、ノウハウについて深く理解してもらう



お役立ち資料

自社のノウハウや考え方を伝え、潜在的な課題に気付いてもらう



導入事例

製品やサービスの導入イメージを伝え信頼性を高めることができる



郵送DM

メルマガを見ない人にも自社の製品やサービスの魅力を伝えられる

展示会のアフターフォローで失敗しないための事前準備

青葉印刷では、お客様の導入事例やコラムを紹介するメルマガを毎月配信しています。
また、不定期にセミナーの開催も行い、メルマガでの案内をしています。

メルマガ例

[2] 今月の実績紹介「UVインクジェットプリンターでオリジナルノベルティ作成」

当社のUVインクジェットプリンターを使用して、100円ショップで購入できるアイテムに名入れを行ってみました。



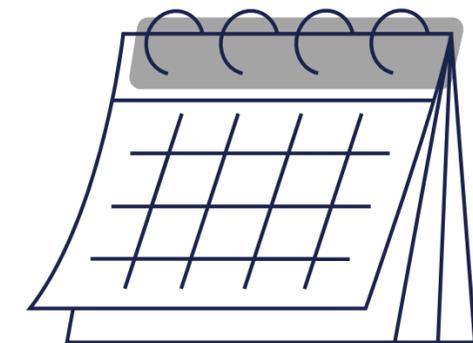
実際に印刷してみると、シンプルな市販品が一気にオリジナルグッズへと変身！
ちょっとした名入れでも、見た瞬間に「特別感」が生まれます。

メルマガ配信計画の策定

展示会後も自社の情報を定期的に届けるためのメルマガ配信計画を策定しておきましょう。

まずはウェビナーやお役立ち資料、導入事例記事、コラム記事などの情報を週1回程度配信することを目指しましょう。展示会後に送るお礼メールや商談打診メールはあらかじめ作成し、名刺データの取り込み後すぐに配信できるようにしておきましょう。できれば、名刺交換をした翌日にこれらのメールが送れると効果的です。

配信するネタが少なければ、まずは月1回配信を行い、少しずつ配信できるネタを拡充していきましょう。



案件の進捗状況の見える化

展示会の出展後「**どれだけ商談や受注に繋がったのか**」や「**どれだけの上や利益に繋がったのか**」を社内で見える化しましょう。案件の進捗状態を見える化しておくことで展示会の**費用対効果が分析しやすくなり、今後の展示会出展に活かれます。**

案件数が多くなければスプレッドシートやエクセルでの管理も可能ですが、そうでない場合は**CRM/SFA**といったツールを導入することで効率的に管理することも検討してみてください。

進捗状況の例



展示会でのアフターフォローの流れ

展示会でのアフターフォローは、以下の流れで進めていきます。

STEP 01

全体へのお礼メール配信



STEP 02

優先度A（今すぐ客）の顧客
への電話でのアプローチ



STEP 03

優先度Bの顧客への個別
メールでのアプローチ

STEP 04

全体へメルマガやDMなど
での継続的なフォロー



STEP 05

展示会の振り返りと今後の
計画

①全体へのお礼メール配信

まずは、**展示会で名刺交換をした見込み顧客全体に対してお礼メールを配信**しましょう。

展示会開催中でも、名刺交換をした次の日にお礼メールを送ることで自社のことを思い出してもらいやすくなります。

お礼メールでは展示会で出展した製品やサービスに関する以下のような情報を送りましょう。

配信情報の例

- LPやWebサイト
- サービス資料
- 導入事例記事
- 導入事例集資料
- お役立ち資料
- ウェビナー案内

展示会でのアフターフォローの流れ

また、日程調整用のURLを送ることで、顧客からの商談申込みもしやすくなります。

青葉印刷の場合は、以下のようなDMを郵送することもあります。**DMを郵送することで、より自社の製品やサービスを思い出してもらいやすくなります。**



名刺交換のお礼

拝啓 時下益々ご健勝のこととお慶び申し上げます。
このたびは、福山商工会議所第15回ビジネス交流フェアにおきまして、名刺交換をさせていただき、誠にありがとうございました。

弊社では印刷に留まらないコミュニケーションメディアの制作を得意としております。今後、弊社の最新情報やお役立ち事例などをお届けさせていただきたく存じます。貴社のビジネスに少しでもお役に立てれば幸いです。本DMの裏面に弊社の制作事例を一部ですが記載しております。是非ご一読ください。

敬具

青葉印刷株式会社

実績一部公開
詳細は裏面へ

こんなお悩みありませんか？

自社の魅力をクライアントに伝えたい
採用応募を増やしたい
業務の無駄をなくしたい

弊社はこのように解決します！

カタログ
パッケージ
インフォグラフィック動画
採用ブース装飾
リクルートサイト
リクルート動画
DM制作
ECサイト
工場内マップボード

QRコードを読み取り
弊社の実績の詳細をぜひご覧ください。

成功の秘訣がここに！

青葉印刷株式会社
〒721-0902 広島県福山市藤樹2-11-25
☎ (084) 957-2222

②優先度A（今すぐ客）の顧客へのアプローチ

展示会で「見積もりが欲しい」「具体的に相談したい」といった話を聞いた**優先度A（今すぐ客）の見込み顧客**に対しては、**できれば名刺交換をした翌日に電話かメールでのアプローチを行きましょう。**

展示会でヒアリングした内容を踏まえて、見積もりの提出や、商談の打診を行います。



③優先度B（検討客）の顧客へのアプローチ

優先度Aの見込み顧客へのアプローチが完了したら、自社の製品やサービスに興味を示し、導入時期も具体的な優先度B（検討客）の見込み顧客に対してアプローチをしていきましょう。

すぐに商談に繋げるのが難しそうな場合は、**顧客の業界に近い導入事例記事や課題解決に役立つお役立ち資料の送付も効果的**です。



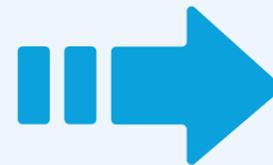
④全体へメルマガやDMなどでの継続的なフォロー

名刺交換した見込み顧客全体に対し、定期的なメルマガ配信や郵送DMの送付など継続的なフォローを行きましょう。
また、メルマガではウェビナーやお役立ち資料、導入事例集などの案内をして、反応のあった顧客に対しては、個別にアプローチや情報提供をするようにしましょう。

フォロー例

ウェビナーに参加した顧客

お役立ち資料をダウンロードした顧客



顧客の社内で情報収集や検討段階が進んでおり、
自然な流れでフォローができ商談に繋がりやすい

青葉印刷では、メルマガ内で資料やウェビナーを案内するURLをクリックした方をスコアリングし、興味関心が高い方への個別アプローチも行っております。

⑤ 展示会の振り返りと今後の計画

一連のアフターフォローを終えた段階で、**展示会の成果をデータで振り返ります。**

成果データの例



■ 獲得した名刺の数



■ 商談数



■ 受注数



■ 受注金額

このようなデータを見ながら、**現場スタッフの気づきを社内で共有し、今後の展示会出展に向けた改善策を検討していきましょう。**

展示会のアフターフォローで失敗しないためのチェックリスト

展示会準備

- 狙うべきターゲットの明確化と優先順位の基準は設定できていますか？
- 名刺データの取り込み準備はできていますか？
- 展示会後のお礼メールと商談打診メールの作成はできていますか？
- アフターフォロー用のウェビナーやお役立ち資料の準備はできていますか？
- メルマガ配信計画の策定はできていますか？
- 案件の進捗状況の見える化はできていますか？

展示会后

- 名刺交換した次の日に、お礼メールが送れていますか？
- 名刺交換した顧客は優先度を分けて電話やメールでフォローができていますか？
- メルマガや郵送DMなどで展示会後のアフターフォローができていますか？
- ウェビナーへの参加や資料ダウンロードをした顧客にアプローチができていますか？
- 展示会の振り返りを行い、次の展示会に向けた改善案が考えられていますか？

展示会の戦略やアフターフォローでお悩みの方は お気軽にご相談ください

「展示会の戦略やアフターフォローをどうするか **自社だけでは考えるのが難しい…**」

「名刺データや案件管理をする **ツールの選定をどうしたらいいか分からない…**」

「メルマガやウェビナー、導入事例記事などを企画したり制作したりする **ノウハウやリソースがなく困っている…**」

このようなお悩みのある方向けに、無料で展示会に関する壁打ち・ご相談を行っています。

ぜひお気軽にご相談ください。



展示会関連事例のご紹介 01

展示会関連

パネル・ブース図面・装飾



展示会関連事例のご紹介 02



展示会関連

パネル・ノベルティ・ブース全体



WEB関連事例のご紹介



WEB

PC / タブレット / スマートフォン 対応



WEB

PC / タブレット / スマートフォン 対応



動画関連事例のご紹介



動画

会社案内



動画

プロモーション