

展示会出展計画シート

日付	年	月	日
所属			
氏名			

出展展示会名: ABC展

1. 出展目的	<input type="checkbox"/> 新規顧客開拓 <input type="checkbox"/> 既存顧客との関係強化 <input type="checkbox"/> 新製品や技術のPR <input type="checkbox"/> 代理店・提携先の発掘 <input type="checkbox"/> 市場調査や情報収集 <input type="checkbox"/> モチベーション向上や教育 <input type="checkbox"/> その他()		
2. 設定する目標	売上目標 (いつまでにいくら)	6ヶ月後に5000万円	
	会期後商談数	2ヶ月以内に30件	
	名刺獲得数	300枚	
	アンケート回収枚数	100枚	
	カタログ配布枚数	1000枚	
	ゴールのイメージ	「工場の効率化＝弊社」というイメージを、500名の方に持ってもらう	
3. コンセプト (目的・目標をどうやって達成するか)	コンセプト「あなたにもできる！工場効率UP 10の手法」		
	・弊社製品による効率化のシナリオを、経営層、工場管理者、現場担当者別に提案する。		
	・ブース前にて「声掛け担当」がパンフを渡し、興味があるかどうか聞く。 興味があれば、問題意識別に担当者につなぐ。		
	・アンケートに答えてもらいながら、弊社のソリューションを簡単に解説。 具体的案件を持つ方なら、アポを取り訪問につなげる。		
4. 出展する製品	工場効率アップ君、工場ムダとり君、工場見える化君		

5. 集客方法と数	展示会招待券郵送数	300通
	FAXによる送付:	なし
	メールによる案内:	1500通(過去に出展した展示会の見込み客1000名を含む。開催前、会期中、会期後の3回送付。メールに商品説明の動画も添付し、来場客/未来場客の需要の掘り起こしを行う。)
	営業担当者直接案内	100通(営業部5名によりそれぞれ20社訪問)
	広告	「月刊 生産現場管理」webに製品解説動画を掲載。Facebookページ広告、リスティング広告を掲載。
	ホームページ:	自社ホームページに展示会ページを作成し、出展製品の概要を掲載。 専用のお問い合わせフォームも掲載。
	その他:	
6. 来場客のフォロー方法	営業直接コンタクト	見込み度の高いものを中心にコンタクトし、うち新規20件に訪問。
	メールマーケティング	製品説明を含むメールを送付し、開封状況を分析。 興味がありそうなところから順にテレアポ代行をかけ、新規10件のアポを取得する。
	自社イベントにつなぐ	アポまでには行かないが、興味のあるところには、2ヶ月後の「効率アップセミナー」に誘導していく。
	その他	

7. 経費概算	出展ブース賃借料	70万円(2コマ)
	ブース装飾費・各種制作費等	100万円 (ブース装飾費:70万円、ポスター制作等10万円、ノベルティ制作費10万円、その他経費10万円)
	人件費(旅費含む)	営業部の営業人員費にて充当
	マーケティング費:	50万円 (動画メールマーケティング費:10万円、広告費:20万円、テレアポ代行費:20万円)
	費用合計額:	220万円