

見込み客を育成するインサイドセールス担当者が実行すべき 2つの営業戦略

主な内容

見込み客の育成を担当するインサイドセールスが行うべき2つの営業戦略についてその概要や営業方法をまとめた資料。電話やメルマガでフォローするだけでは見込み育成（リードナーチャリング）はできない。「売る」につなげるためのインサイドセールスのあるべき姿とは？そしてその戦略の概要とは？

こんなインサイドセールスの担当者の悩みを解決する資料

1. インサイドセールスではどのようなことをしなければならないのかがわからない
2. 電話営業、メールなどでフォローしているがうまくクロージングにつなげられない
3. やることが一辺倒で行き詰まっている感じがする

目次

1. インサイドセールスって何？
2. インサイドセールスが解決する営業課題
3. インサイドセールスの2つの目的
4. 2つの目的を達成するためにやるべき5つの営業作戦
5. 5つの営業作戦を実行する2つの営業戦略
6. ステップ戦略の目的
7. ステップ戦略の立て方
8. 年間戦略の目的
9. 年間戦略の立て方

[申し込みする](#)