

WEBで獲得したリードの 確度を見極めて送客先を決める方法

「セールス連携するときの送客ルール設計書のサンプル付き」

この資料は、BtoB企業向けに「WEBで獲得したリードの確度を見極めて送客先を決める方法」を具体的に解説した資料です。自社のWEBサイトでリード獲得を積極的に展開しているBtoB企業では、リードの獲得件数が増加すればするほど、「**確度を見極めと送客先の選定（フィールドセールスかインサイドセールスか）が難しい**」という課題にぶち当たります。この資料では、こういった課題を解決する具体的な方法を1つご紹介します。ぜひ御社のフィールド・インサイドセールスとの連携のヒントにご活用ください。

主な目次・内容

1. 確度を見極め精度が低い場合の3つの問題点
 1. 無駄な営業活動になる
 2. 優先度の高いリードがわからない
 3. フォロー率の悪化
2. WEBで獲得したリードの確度を見極める方法とは？
 1. 確度を見極める精度を高める具体策とは？
 2. この具体策の優位性
 3. 具体的な実行の流れ
 4. この具体策で確度判断の精度が上がる3つの理由
3. 実際に実践した事例
 1. BANTを把握し確度を見極めたIT企業の例と送客ルール設計書サンプル
 2. 顧客の課題を把握し見極めたIT企業の例
 3. QCDの要望を把握し見極めた製造業の例

[申し込みする](#)