

展示会は仕組みが8割！

商談数を倍増させる

インサイドセールスと連携した

Ops設計術



Agenda

01

会社紹介

02

商談数を向上させる展示会Ops設計術とは
| 株式会社セールスリクエスト

03

immedio Forms のご紹介
| 株式会社immedio

セールスリクエスト

会社名 株式会社セールスリクエスト

代表 代表取締役 原 秀一

設立 2019年4月1日

所在地 東京都世田谷区駒沢公園 1-1 Tote駒沢公園307

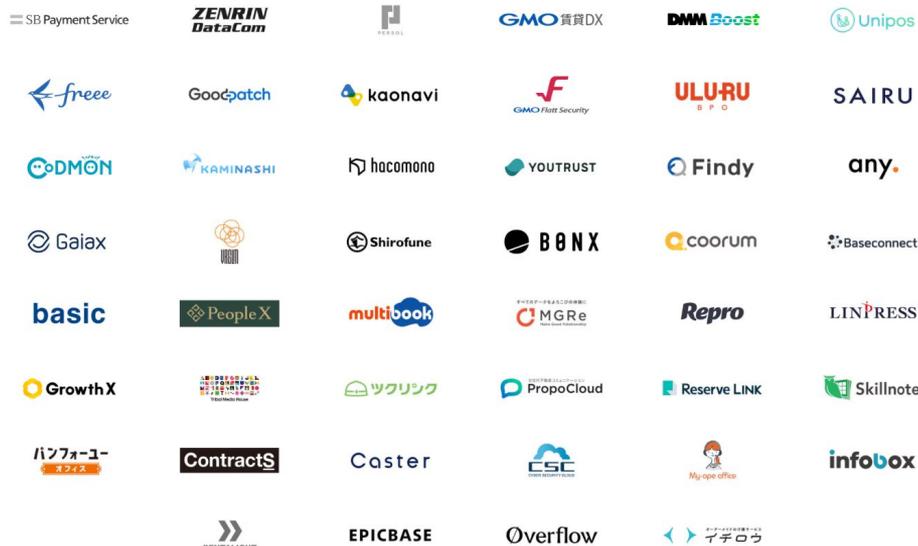
事業内容 インサイドセールス代行・CRM/MA活用支援



書籍 『インサイドセールス実践の教科書』
(翔泳社)



◆ 急成長企業から上場企業まで、多様な業界の企業をご支援しております



受注につながる アポを最大化

インサイドセールス代行×コンサルティング



インサイドセールス代行

インハウス支援

CRM活用・構築

インサイドセールスの戦略～実行を一気通貫でご支援。
商材・組織に合わせた柔軟かつ再現性のある支援体制をご提供します。

| インサイドセールス代行 | | Salesforce / HubSpot活用 | |
|--|--|---|---|
|  インバウンドリードの ヒアリング |  ハウスリストへの ナーチャリング |  ダッシュボード レポート作成 |  業務自動化 ワークフローの作成 |
|  オンライン商談 ※商材次第 |  特定企業への アウトバウンド |  Webサイト トラッキング設計 |  内製化に向けた 伴走支援 |

新規事業のテストセールス

カスタマーインサイドセールス

エンブラ獲得 CxOレター作成

展示会リード対応

株式会社immedio様のご紹介

※本テーマの重要な要素として「immedio forms」を利用しています



株式会社immedio

代表取締役

浜田 英揮

新卒入社した三井物産では主にIT分野での新規事業を担当。Harvard Business School留学後、M&A推進室にて幅広い事業分野の投資案件の実行に当たる。

2016年にbitFlyerに参画し、US拠点でCFO/現地拠点長を務める。2019年からはSansanに参画し、Bill Oneのプロダクトマーケティング及びインサイドセールス部門のマネジメントを担当。

2022年にimmedioを創業。ICC京都2023 SaaS Catapult2位入賞、東洋経済「すごいベンチャー100 2023」選出。

成長企業を中心に導入が進む

SaaS、Fintech、不動産、人材など様々な企業にてご活用頂いています。

 sansan

 Money Forward

 freee

 yappli

 HERP

 OPEN HOUSE
GROUP

 ROBOT PAYMENT

 jinjer

 LayerX

 LIFULL

 RevComm

 hacomono

 Loglass

 i-plug

 ジョーシス

 BATONZ

 NOT A HOTEL

 株式会社ベネッセ i-キャリア

 IVRy
アイフリー

 日本財託
ZAITAKU

あらゆる顧客接点を取りこぼさず商談化する 商談供給エージェント immedio



Webサイトからの商談獲得

サンクスページから商談を即提案。

フォーム情報やSalesforceデータで商談の是非を判断し、
最適な担当者を割り当てます。



ハウスリストからの商談獲得

顧客の資料閲覧・離脱などのタイミングで商談を打診し、営業へもリアルタイムに通知。分析ツールによって顧客の検討段階を可視化できます。



展示会からの商談獲得

immedio Formsは名刺とアンケートをブースで即時データ化。immedioと連携してその場でアポも取れるので展示会ROIが最大化します。



『商談数を向上させる 展示会Ops設計術とは』

セールスリクエストの展示会出展における事前情報

- サービス属性

- BtoB向け
- 支援サービス（無形商材）

- ブースについて

- 出展目的：有効リード獲得、商談獲得
- 情報提供手段：

- チラシなどを活用したピッチコミュニケーションが主体
- ツールデモなし

- 平均小間サイズ：2～4コマ

- データ管理ツール

- SFAはSalesforce、MAはAccountEngagement（旧Pardot）を使用



展示会では装飾やノベルティなどの工夫が成果に繋がる一方で、その施策内容は予算に大きく左右され、現実的な落とし所が求められます。

好立地・大きな小間
の確保



派手な装飾や
デザイン



豪華なノベルティ
の配布



高額な予算によるコストの制約が発生。「汎用的な成功法」にはなりにくい。

展示会本来の目的

「有効リードを獲得し、商談につなげる」

本質的な成功要因「情報伝達の仕組み」

高額な予算をかけるだけではなく、展示会の成果を最大化するには、
収集した情報を即座に共有・活用できる体制づくりが重要です。

まずは、情報伝達の仕組みを整備

ヒアリング情報の
正確な記録

メンバー間で
情報を
漏れなく引き継ぎ

展示会直後の
スピーディな
アプローチ



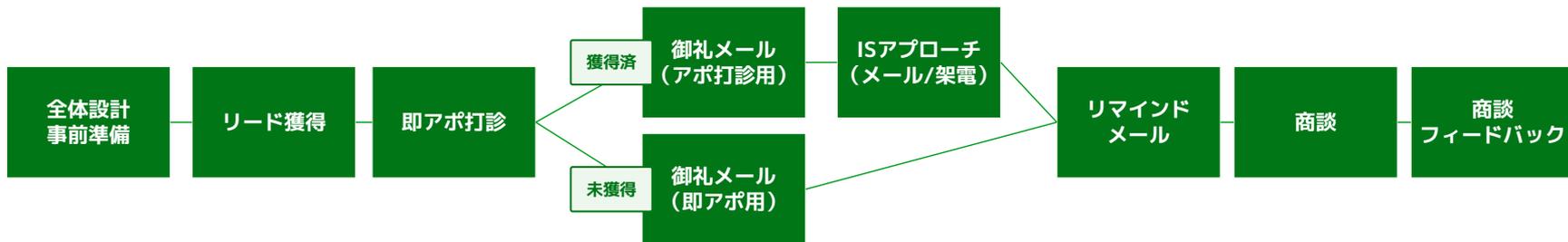
チーム・体制

商談獲得に向けた
効果の最大化



商談までの工程を見据え、
一つ一つの引き継ぎを高品質かつスピーディな連携を目指します。

チーム・体制



理想的な情報伝達の仕組みは、「情報管理」と「即時活用」がポイントです。
これを実現するために、3つの要素を整理します。

情報管理と即時活用を実現する要素

01

メンバーのパフォーマンス
最大化



02

メンバー入れ替わりへの
対応



03

展示会後の即時対応と
IS連携



来場者への対応品質を高めるには、
ヒアリング精度を保ちながら記録負担を減らす工夫が重要です。

①

メンバーのパフォーマンス最大化

メンバー入れ替わりへの対応

展示会後の即時対応とIS連携

目的

メンバーの負担を減らし、
効率的にターゲットの情報を
収集・記録する



チェックポイント

- 質の高いヒアリングができる
- ヒアリング内容の記入漏れを防ぐ入力設計がある
- 記録作業の工数を最小限に抑えるフォーマットがある
- ターゲットが明確で、数多く会話できる

メンバーの経験値に依存せず、**誰でも一定レベルの対応ができる**よう
事前に運用を仕組み化することが重要です。

②

メンバーのパフォーマンス最大化

メンバー入れ替わりへの対応

展示会後の即時対応とIS連携

目的

どのメンバーが対応しても
リードの質を保つ



チェックポイント

- 勝ちトークや動き方のレクチャーを事前にできている
- 誰が対応しても、トーク内容にばらつきが少ない
- メンバーへの教育コストを抑えられている

収集した情報を元に、**展示会終了直後にリードへ即アプローチできる仕組み**が、商談機会を最大化する鍵となります。

メンバーのパフォーマンス最大化

メンバー入れ替わりへの対応

③

展示会後の即時対応とIS連携

目的

熱量が高いうちにアプローチし、商談機会を最大化する



チェックポイント

- 展示会終了後のリード作成が簡潔にできる
- 即日に御礼メールを送信できる体制がある
- IS（インサイドセールス）による架電など、商談率を高める設計がある

実施したこと

弊社の元々の状況として、リソース不足・スキルのバラつきによる情報精度の低下
アプローチ開始までに時間がかかる、などにより、運営工数の膨大化と成果最大化に妨げがある状態



リソース・業務の 負荷

- ヒアリング後の記入漏れが発生する
- 名刺などの紙の情報をデジタルに変換する必要がある



スキルのバラつきで 情報精度の低下

- メンバーによってヒアリング品質に差が出る
- マニュアル作成やレクチャー対応に工数がかかる



アプローチ開始が遅い

- 展示会終了後の情報整理が非効率
- お礼メールの送信が週明けまでずれ込む

現場で発生する課題を解決し、展示会業務を効率化・属人化を防止するには
オフライン情報のデータ化ツールによる情報収集と即時活用の仕組みが有効です。

現場課題を解決する「immedio forms」

OCRによる名刺情報自動入力
で記入ミス削減

リソース・業務負荷

カスタム質問設計により、
ヒアリング品質とトークの標準化
を実現

スキルのばらつき・情報の品質悪化

Salesforce連携でリード化の
工数を削減し即日メールも可能
日程調整ツールとの連携により、
即アポ取得も可能

アプローチ開始が遅い

immedio formsの導入により、入力ミスの削減や対応スピードの向上など、運用効率と成果の両面で効果が出ています。

展示会対応の「Ops化」

OCRによる自動入力で、記入漏れやミスを大幅に削減

情報の
正確さ

ヒアリング項目の標準化で、事前レクチャーの負荷が軽減

スムーズな
情報引継ぎ

IS部門への引き継ぎもスムーズに

リード化・お礼メール送信・アポ取得までがシームレスに実行可能

スピード
アプローチ

商談獲得に向けた
効果の最大化を
実現



展示会の成果は、当日の工夫よりも事前の運用設計と、情報活用の仕組みによって決まります。
「データの質」と「スピード」の観点からOps設計を進めましょう。

両立すべき2つの要素

データの質



誰が聞いてもブレない情報

スピード



商談率を左右する即アプローチ

immedio formsでは、名刺OCRと選択式設問により、簡単にヒアリング情報を記録できる仕組みを整えています。これにより、データの質を担保できます。

① データの質

スピード

- ✓ 名刺をOCRで即時データ化し、ヒアリング内容と紐づけ
- ✓ メンバーが変動しても有効な情報を吸い上げられるよう、質問項目を細かく設計
- ✓ 項目は選択肢を多めにすることで入力工数を抑え、記録漏れを防止

ポイント

BANT条件や課題領域、関心のあるサービスなど、特に把握しておきたい情報を重点的に。

名刺登録フォーム
ご登録頂いた名刺に弊社より送ってのご案内をお送り致します。

名刺を取り込む > 完了!

名刺の画像から会社名等を自動で入力します

名前 *
田田 英博

メールアドレス *
inquiry@immedio.io

会社名 *
株式会社Immedio

電話番号 *
03-6843-1918

都道府県
東京都

従業員規模 *
 10名以下 11-100名 101-1,000名 1,001名以上

興味のあるサービス *
 Immedio Immedio Forms

商談希望
 はい

特に「課題領域」はインサイドセールスのアプローチに有効的な情報のため、フリーフォーマットに加えて、詳細な選択項目を設けておくことをおすすめします。

※ヒアリングフォームイメージ

■課題領域（複数選択）*

※課題・施策どちらでも可

※ヒアリングで拾ったワードにチェックを入れてください

- | | | |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> 商談獲得 | <input type="checkbox"/> 新規開拓 | <input type="checkbox"/> SDR |
| <input type="checkbox"/> BDR | <input type="checkbox"/> ハウスリスト活用(リードナーチャリング) | <input type="checkbox"/> エンブラ獲得 |
| <input type="checkbox"/> IS立ち上げ | <input type="checkbox"/> 内製強化(インハウス) | <input type="checkbox"/> 営業育成 |
| <input type="checkbox"/> 新規事業の営業 | <input type="checkbox"/> テストセールス | <input type="checkbox"/> CRM構築 |
| <input type="checkbox"/> CRM導入 | <input type="checkbox"/> CRM活用 | <input type="checkbox"/> 内製から委託に切り替えたい |
| <input type="checkbox"/> 委託会社を変更したい | <input type="checkbox"/> 委託会社を追加したい | <input type="checkbox"/> カスタマーインサイドセールス |
| <input type="checkbox"/> デマンドセンターアウトソーシング | <input type="checkbox"/> FSを外部委託したい | <input type="checkbox"/> 該当なし |
| <input type="checkbox"/> ヒアリングできていない | <input type="checkbox"/> その他 | |

記録に残しやすくすることを目的に、
MECEにすることよりも
多様なワードを散りばめておく

名刺取得した当日中にお礼メールとアポ提案を行うことで、温度感の高いリードを確実に次のアクションへつなげます。

データの質

② スピード

✓ **即アポ獲得のケース**：営業の空き時間を自動表示し、その場でアポの打診と日時を合意。日程調整機能より、カレンダー抑えとメール通知で面談予約完了

✓ **後追いのケース**：お礼メールを即日送信し、記憶が新しいうちに接点を強化

ポイント

商談打診を受け身でなく、**こちらから主導する設計**にする。



展示会で取得した情報を当日中にインサイドセールスに共有し、翌営業日から即アプローチできる体制を構築していきます。

データの質

- ✓ ヒアリング項目をSalesforceに連携し、手動転記を不要に
- ✓ Tierごとのアタックリストを翌朝までに整理・共有
- ✓ 1to1メール文面やトークスクリプトはChatGPTで自動生成

スピード

ポイント

個別事情や補足事項などは、社内チャットで報告。新鮮な情報をリアルタイムに共有していく。

セールスリクエスト (PR)
インサイドセールス代行支援で
展示会リードアプローチします！

The screenshot shows the 'immedio' CRM interface. At the top, there's a search bar and a 'リード' (Lead) tab. Below that, the profile of a lead named '浜田 英揮' (Hamada Eiji) is displayed. The profile includes a photo placeholder, a name field, and various contact details: 姓 (Last Name): 浜田, 名 (First Name): 英揮, 電話 (Phone): 050-5497-3816, 携帯電話 (Mobile Phone): [blank], メールアドレス (Email): hamada@immedio.io, 会社 (Company): 株式会社immedio, Webサイト (Website): Webサイト, 部署 (Department): [blank], 住所 (Address): 東京都渋谷区円山町28-1渋谷道玄坂スカイビル11F. There are also buttons for '詳細' (Details) and 'リードに転送' (Transfer to Lead). At the bottom, there's a note about recording errors: '記録失敗 転送エラー レコードの更新中にエラーが発生しました。もう一度試してください。 いずれか1つのレコードを使用しますか?' (Recording failed. Transfer error. An error occurred during record update. Please try again. Which record do you want to use?)

成果

「データの質」と「スピード」の両立を意識したOps設計により、商談率やアポ数の向上など、成果創出のスピード感や、目標達成において効果がうまれます。

定量効果 | 成果創出のスピード・確度の向上



商談率が10%向上し、ISの成果創出効率が改善

目標商談数の約2/3を展示会当日の即アポで獲得

同一展示会での前年比

商談率
1.3倍

商談件数
1.5倍

商談単価（量重視の結果）
0.8倍

Ops設計により情報の即時活用体制を整えることで、
展示会現場と、その後の対応に安定性と再現性が生まれます。

定性効果 | 事前準備・当日対応・事後対応の安定的な運用



お礼メールやアポ取得が即時対応できるスピード体制を構築

メンバー交代があっても、安定した対応が可能に

リード単位で情報が整理され、対応・改善がしやすくなる

オペレーション全体の再現性が高まり、属人化を防止

展示会成功のポイント

展示会を成功させる要因「情報伝達の仕組み」

POINT 1

- ・ 質の高いヒアリングを誰でも実施できる設計
- ・ 会期直後に即アプローチできるスピード体制
- ・ ISへ正確かつ迅速に引き継げる運用フロー

現場で発生しがちな解決すべき課題

POINT 2

- ・ メンバーの経験値による対応のばらつき
- ・ 紙や属人的な運用による記録ミス・作業遅延
- ・ アプローチの遅れによるリード温度の低下

「データの質」・「スピード」を重視し、ツールを活用した展示会Ops設計

POINT 3

- ・ immedio forms でヒアリングを標準化・自動化
- ・ 名刺OCR・選択式入力での記録ミス防止と時短を実現
- ・ Salesforce連携と日程調整機能で即アポ・IS連携を効率化

immedio formsの紹介



※2025年8月5日時点の情報となります。詳しくは株式会社immedio様へお問い合わせ下さい

イメディオ
immedio Forms

展示会の頑張りを無駄にしない

展示会での商談化の
取りこぼしをゼロに

名刺登録フォーム

 名刺を取り込む

姓 *

山田

名 *

太郎

会社名 *

株式会社immedio

メールアドレス *

test@immedio.io

電話番号

代表取締役

山田 太郎

ヤマダ タロウ

株式会社immedio

000-0000-0000

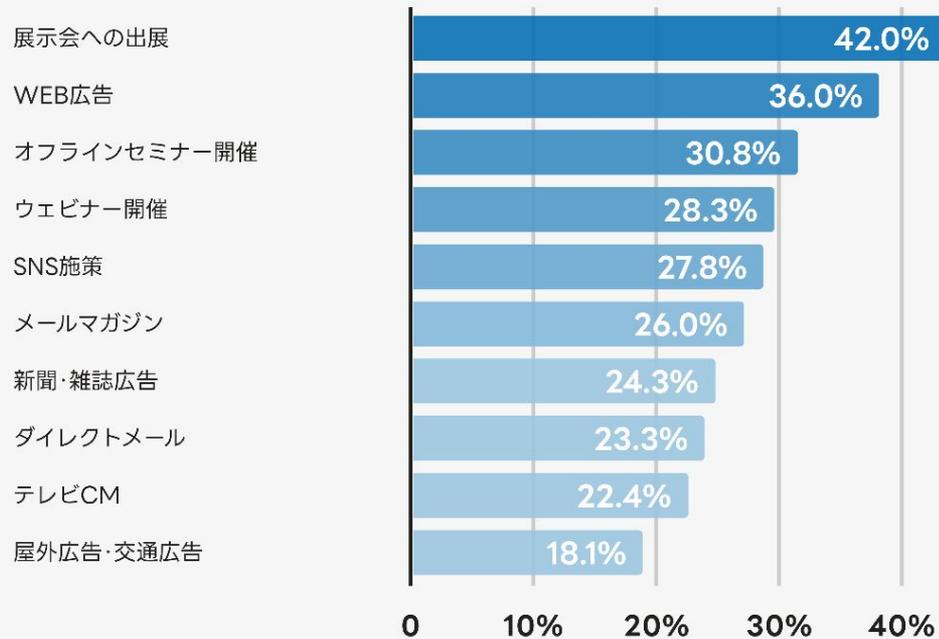
sample@immedio.io



B2Bマーケティング施策の普及度

Webマーケティングが普及した今も、展示会の実施率はWeb広告を上回っている

実施しているマーケティング施策TOP10



展示会 = 安定したリード供給源

オフラインセミナー、ウェビナーもSNSやメールマガジンを上回る実施率となっており、

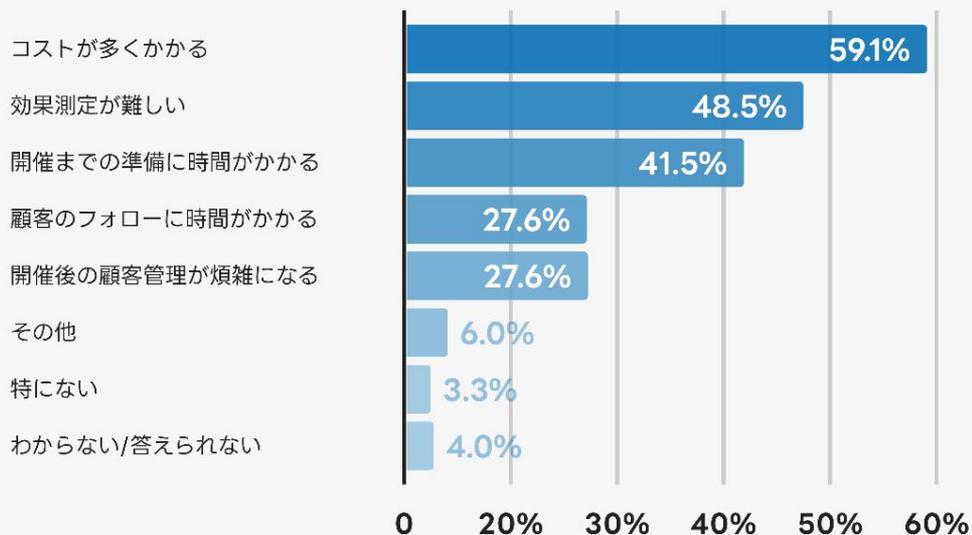
イベント施策の人気は高いと言えます。

また、コロナで規模が縮小していましたが、2023年から客足が戻ってきています。

展示会施策の課題

展示会は1回あたりのコストが高く、ROIを示すのが難しい

展示会出展における課題



名刺は取れても商談が取りにくい

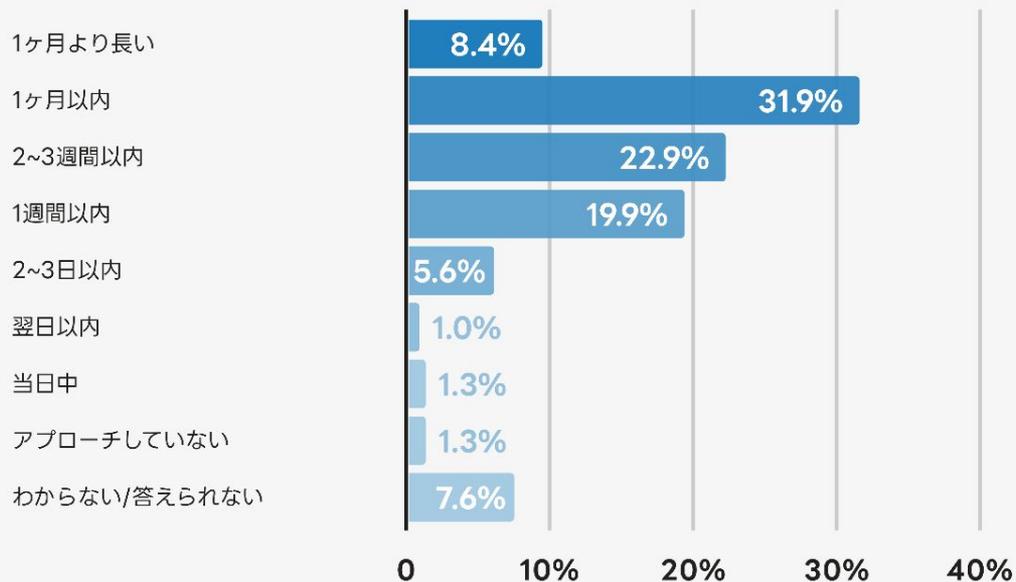
展示会直後に商談化するリードは少なく、
商談単価で見た際に正当化しにくい傾向があります。

リード数や認知獲得の魅力から展示会は必須の
施策である一方、**案件形成にどれだけ寄与するか**示せていない事が多いです。

展示会の商談が取りにくい理由

展示会リードに対して3日以内にフォローできているのは全体の8%止まり

出展後顧客に接触するまでの時間



せっかく話しても忘れられてしまう

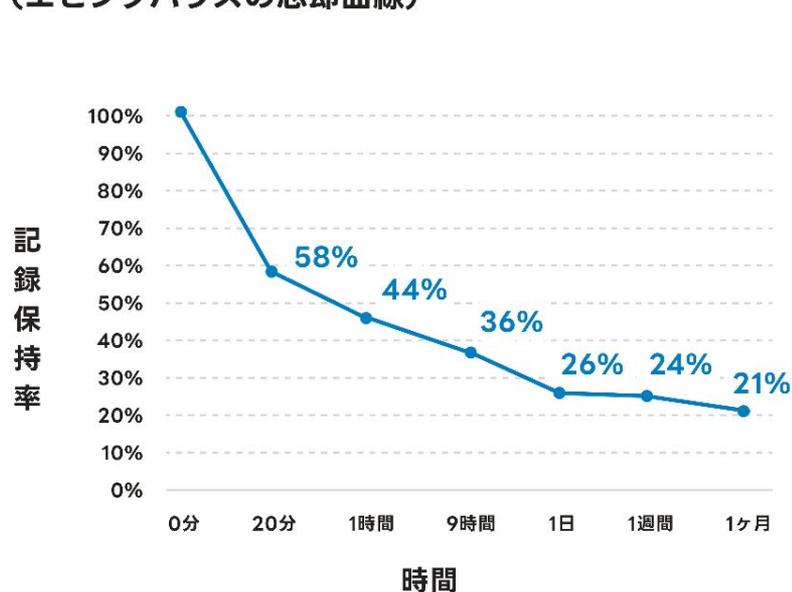
92%の企業が展示会の翌週以降にアプローチしています。

来場者のブース訪問数は平均20時間程度と言われており、会期から時間がたてばたつほどブースで説明した内容の記憶が薄れていってしまうのです。

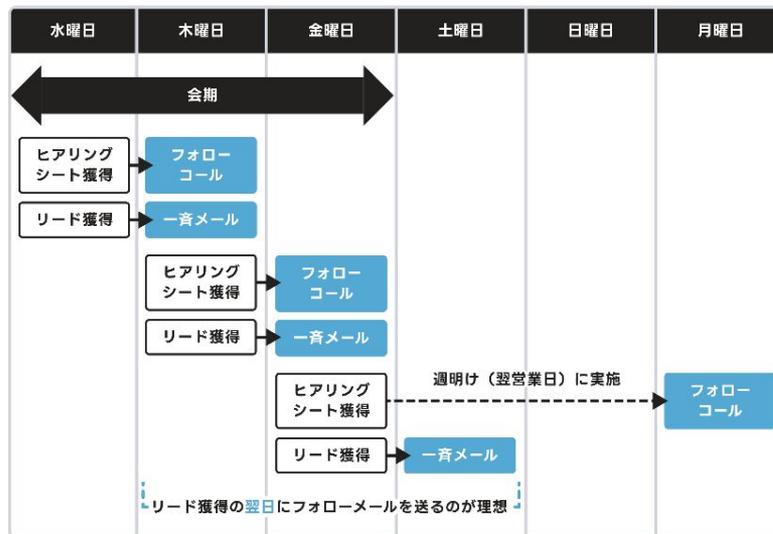
見込み客フォローアップの理想のリードタイム

「スピード」に向き合うことで好循環を生み出す

人は1日後に74%の事を忘れている
(エビングハウスの忘却曲線)



原則：当日/翌日のフォローアップ



正確なリード情報の取得

既存のリード情報取得手段だと、コストを抑えて即時に正確なデータを取得するのが難しい



名刺手打ち入力

早い現場の負担が多くデータも不正確

アンケートも同時入力でき、人数さえさけば即日対応も可能だが、コストもかかる。
また、ダブルチェックをしないと精度は低い。



名刺SaaS利用

正確だが納期が遅く高コスト

精度が高いオペレーターチェック入のサービスだと、特急料金を払わないと翌営業日に納品されない。手書きメモ不対応の場合も。



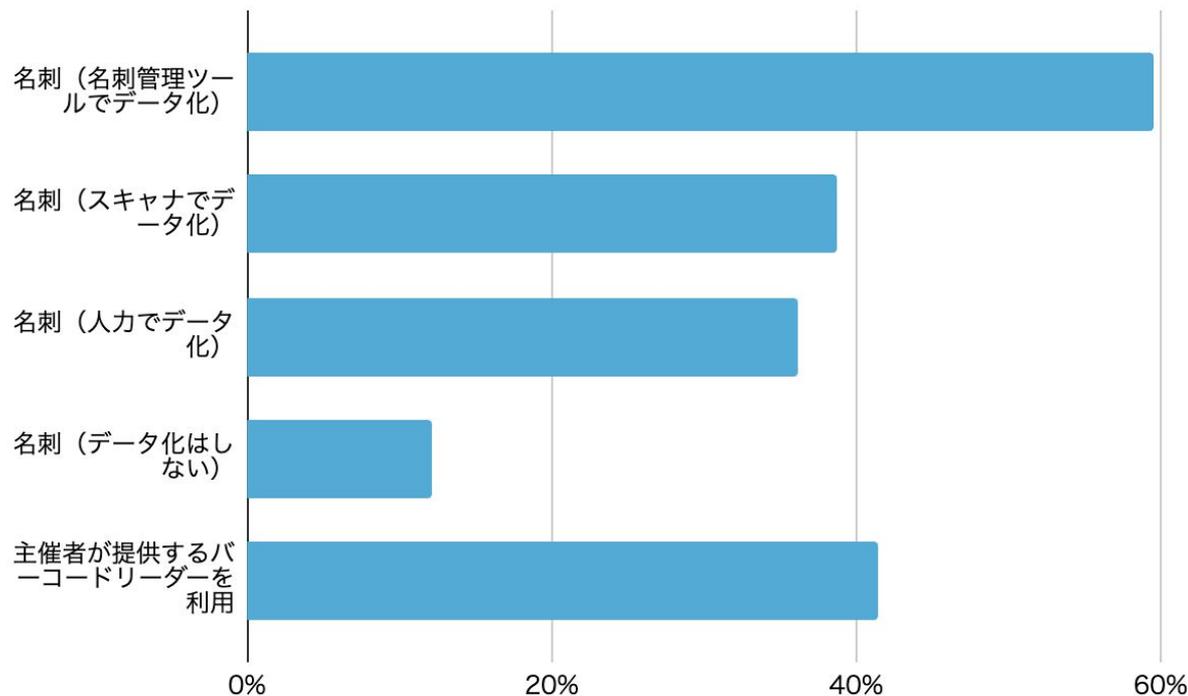
主催者提供QR

自己申告なのでデータの信頼性に欠ける

自己申告なので代表番号やフリーメアドが使われていることが多い。また、主催者によっては端末やリードごとに課金する場合も。

展示会でのコンタクト情報獲得・データ化手段

名刺を獲得して名刺管理ツールでデータ化することが最も多く、次に主催者が提供するバーコードリーダー。名刺管理ツールとバーコードリーダーの併用など、複数の手段を使っている場合も多い。



アンケート情報のデータ化

しっかり情報を引き継いでいるほど商談化率は上がるが、リード情報と紐づけてCRMに格納する工数は大きい



手書きメモを画像で保管

工数はかからないが後工程の負担になる

文字起こしが不要だが、インサイドセールスが都度画像を参照する必要があり、データになっていないので将来の分析にも使えない。



手書きメモを文字起こし

扱い易いデータになるが工数と時間がかかる

CRM上のデータとして取り込むことが可能だが、時間がかかって遅れの原因になりがち。即日対応するには多くの人手が必要。



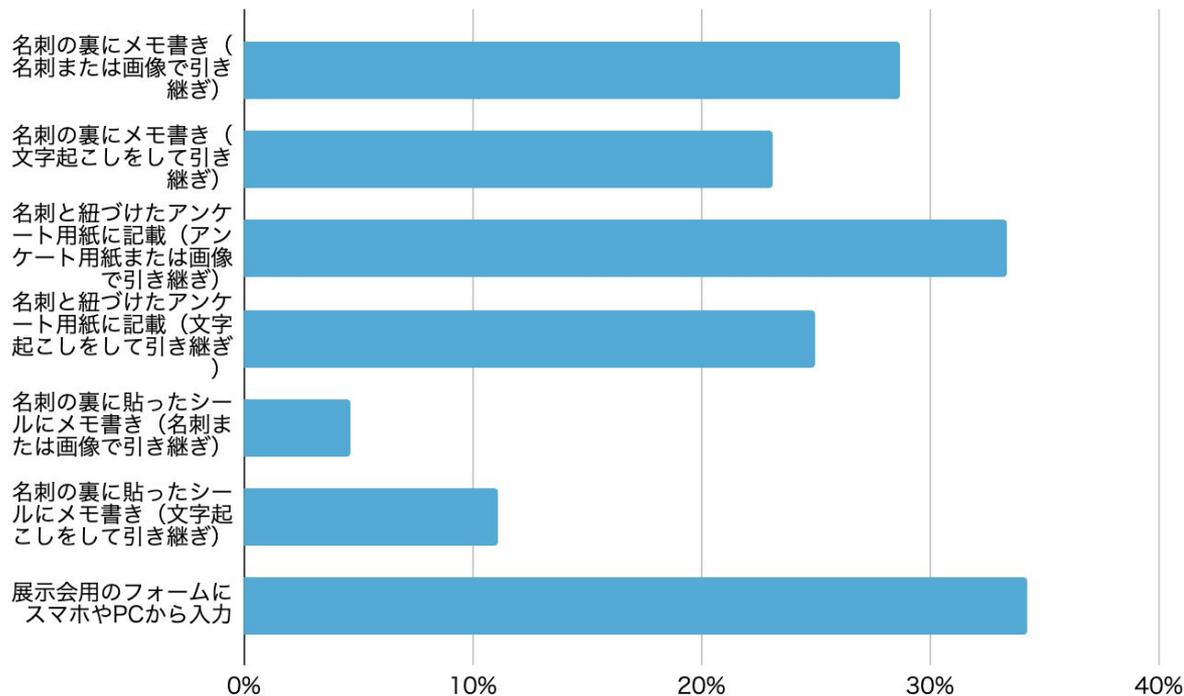
Web formに入力

自己申告なのでデータの信頼性に欠ける

データ作成の工数が二重になることはないが、名刺データを待つ必要がある。バーコードの場合社名と氏名で突合するので手間大。

展示会でのアンケート情報獲得・データ化手段

アンケート獲得手段として多いのは名刺と紐づけたアンケート用紙、名刺の裏にメモ書き、展示会用ウェブフォームの順。**アンケート用紙とメモ書きについてはデータ化されていないことが多い**。



アンケート情報のデータ化

既存のリード情報取得手段だと、コストを抑えて即時に正確なデータを取得するのが難しい



現地でカレンダーにいれる

アポ確定に工数が取られる

アポは確定できるがその場で会議通知やWeb会議URLの発行が必要になり、時間が取られる。結果リード獲得ペースが落ちる。



日程調整ツールを活用

氏名やメアドの入力が必要

アポ確定の工数が減るが、氏名やメアドの入力は必要。また、どのURLを使うべきかの取り回しが現地スタッフには難しいことも。



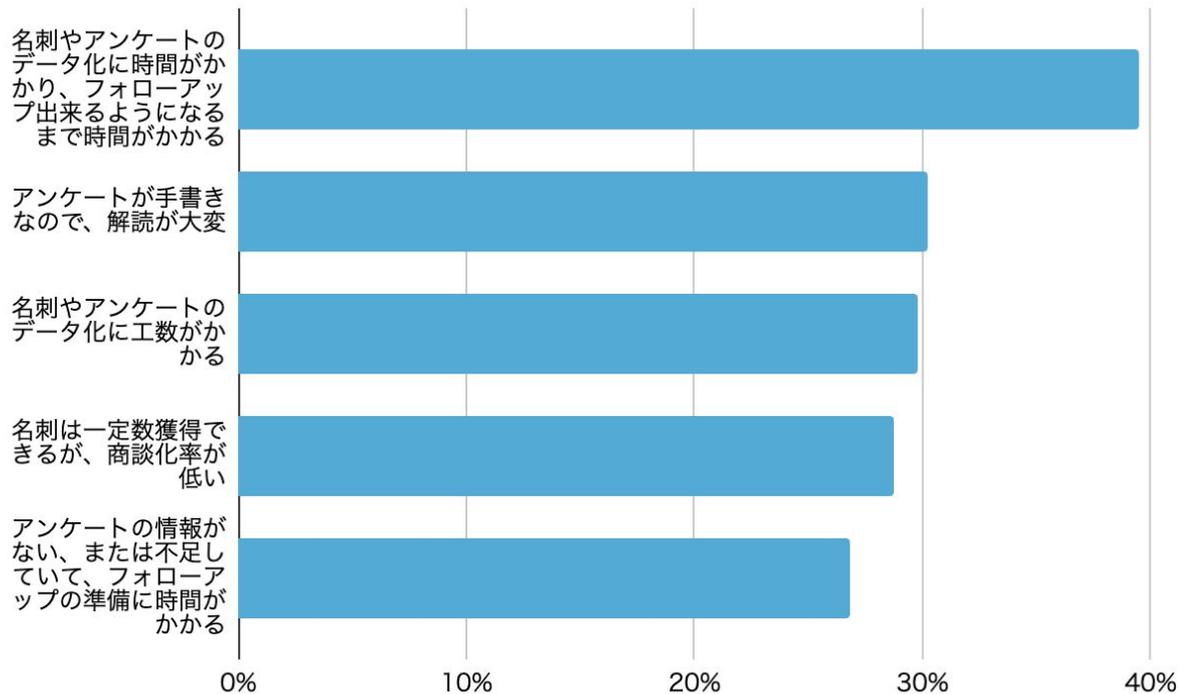
本社にすぐ情報連携

タイミングを逃して、商談を取りこぼしがち

データ作成の工数が二重になることはないが、名刺データを待つ突合が必要。バーコードの場合社名と氏名で突合するので手間大。

展示会リードのフォローアップにおける課題

最も多かったのは、**データ化に時間がかかりフォローアップまでのリードタイムが発生する** というもの。その他、アンケートが手書きなため解読が大変、データ化に工数がかかるというものが多かった。



展示会での商談化の取りこぼしをゼロに

immedio Formsの活用の流れ

immedio Formsの特徴

アンケートと紐付けて、接客直後にデータ化完了

その場で名刺をデータ化。人間の目でも確認することで、99%以上の精度を担保。
法人番号もその場で付与することができるので、CRM上での突合も簡単に。

名刺登録フォーム

名刺を読み込む

姓 * 名 *

会社名 *

メールアドレス *

電話番号 *

所属が異なるプロジェクト

画像取り込みで顧客情報を自動で入力可能

山田 太郎

〒100-0001
東京都千代田区千代田
株式会社 Immedio
03-6892-1510
saimo@immedio.io

名刺OCRでその場でデータ化を完了

姓・名、メアドなどに加え、部署役職、電話・携帯などをその場でデータ化。スマホ、タブレット、PCからの読み込みが可能。

今回の面談のご感想を教えてください。

姓 * 名 *

会社名 *

従業員数 *

所属の異なるサービス *

メールアドレス *

電話番号 *

アンケートを入力して名刺と紐づけ

ラジオボタンやチェックリストで回答内容の揺れを防止。自由記述欄もスマホから入力できるので、手書き時より情報量が増加。

メールアドレス *

電話番号 *

送信

法人名 株式会社 Immedio

法人名 株式会社 Immedio

法人名読み イスディオ

法人番号 01234567890

郵便番号 000 0000

所在地 東京都千代田区...

法人番号や従業員数をその場で取得

会社名と住所から法人を特定することで、その場で法人番号や従業員数を付与。CRMでの突合が楽になり、接客時の判断もしやすい。

商談是非と担当者を自動で判別して日程を表示

事前に設定したロジックから商談の是非と担当者をその場で判定するので、カレンダーの取り回しも不要。
フォローアップメールも自動で送信できるので、当日中の商談確定がよりしやすく。



適切なカレンダーを表示し 1クリック確定

ホット名刺の場合はフォーム送信後にカレンダーを自動で表示。1クリックでWeb会議URLが発行され会議通知も発送。



商談の是非と担当者を ロジックで判定

名刺情報とアンケート結果によって、商談の是非と担当者を自動で判定。Salesforceとも連動し、過去商談を加味した判断が可能。

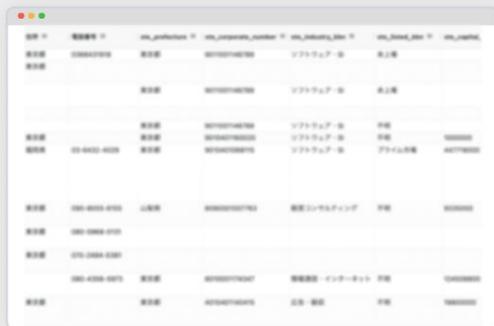


フォローアップメールを 自動で送信

展示会場では日程を決められないというお客様宛に、個別のフォローアップメールを自動送信。氏名等は同期済みで1クリック確定。

MA/CRMに即時同期でリアルタイムで獲得状況を可視化

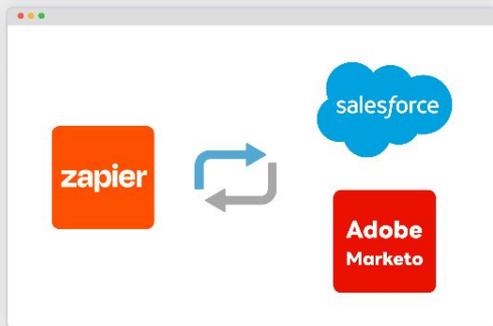
データはリアルタイムに作成されるので、Zapierを使って1件ずつMA/CRMへの同期が可能。
ダッシュボード機能が搭載されており、リアルタイムでアップデートされるのでオペレーションの磨き込みにも貢献。



| ID | 名前 | ステータス |
|---------------|--------|-------|
| 100-0000-0001 | 山田 太郎 | 新規 |
| 100-0000-0002 | 田中 花子 | 更新 |
| 100-0000-0003 | 佐藤 一郎 | 削除 |
| 100-0000-0004 | 鈴木 美咲 | 新規 |
| 100-0000-0005 | 高橋 健太 | 更新 |
| 100-0000-0006 | 渡辺 真由 | 削除 |
| 100-0000-0007 | 中村 大輔 | 新規 |
| 100-0000-0008 | 小林 千恵 | 更新 |
| 100-0000-0009 | 加藤 拓也 | 削除 |
| 100-0000-0010 | 山崎 明日香 | 新規 |

リストはスプレッドシートの編集とCSV出力可

名刺データ、アンケート、リッチ化データはスプレッドシートに収納され、後からの編集も可能。CSVで出力して簡単にCRMに格納。



ZapierからあらゆるシステムにAPI連携

immedioでZapを提供しているので、Zapierから簡単にSalesforceやHubSpot等のMA/CRMへの自動連携が可能。



名刺の獲得状況をリアルタイム集計

名刺獲得状況は時間ごと、担当者ごとにリアルタイム集計。名刺の属性ごとの集計も可能なので、展示会の空振り防止に貢献。

共に、顧客体験を高める営業へ。

