

展示会ダッシュボード設計チェックリスト

名刺獲得で終わらせず、商談・パイプライン・次回改善につなげるために

展示会ダッシュボードは、数字を並べるためではなく、
商談化・パイプライン・次回改善につなげるための設計が重要です。出展前に以下をチェック。

1 目的・KPI設計



- 出展目的を明確にする
- 名刺獲得数だけで終わらせない
- 当日の活動指標を決める
- 展示会後の成果指標を決める

活動指標 QRコードスキャン数/リード獲得数/ヒアリング数

成果指標 商談化数/商談化率/パイプライン金額/受注数

2 当日のデータ取得設計



- ブース前とブース内で取得情報を分ける
- 接客後すぐに入力できる運用にする
- iPadやフォームで現場入力しやすくする
- “後で見たい数字”から逆算して項目設計

ブース前



QRコード
スキャン

ブース内



名刺+ヒアリング項目を入力

入力項目例

名刺情報/業界/部署・役職/関心テーマ/
課題感/検討フェーズ

3 タグ・分類設計



- 関心テーマを事前に定義
- 課題感の分類を決める
- HOT/WARM/COLDの判定基準をそろえる
- 重点アカウント判定項目を持つ

関心テーマ例

AI

データ活用

MA・CRM連携

Salesforce連携

業務効率化

温度感

HOT

WARM

COLD

4 Salesforce連携設計



- 展示会名・キャンペーン名を統一管理
- リード/取引先責任者/取引先/商談の紐づけを決める
- 営業活動履歴の記録ルールを決める
- 商談化の定義を営業・マーケでそろえる
- 展示会別のパイプライン貢献を可視化する



展示会



リード



取引先
責任者



取引先



商談

5 重点アカウント・購買グループ分析



- 重点アカウントを事前に整理
- 同一企業内の複数接点を可視化
- 部署・役職・関与度を記録
- 購買グループの役割を見える化

推進者

利用部門

意思決定者

情報収集者

システム部門

購買部門

6 ダッシュボード構成



- 全体サマリー
- ファネル分析
- 属性・テーマ分析
- 日別・時間帯別・担当者別

- Salesforce営業対応状況
- フォロー・ナーチャリング状況
- 重点アカウント分析

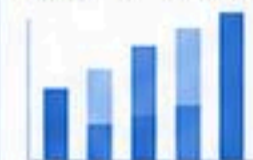
全体サマリー



ファネル分析



属性・テーマ分析



対応状況



重点アカウント分析



7 フォロー・改善活用



- HOTリードの初回対応期限を決める
- WARM/COLDのフォローシナリオを設計
- 未対応リードを見える化
- 展示会後の振り返り会議を設定
- 次回改善アクションまで決める



フォローシナリオ例

HOT	当日~2営業日以内に連絡・商談化を優先
WARM	1~2週間以内に情報提供・課題深掘り
COLD	定期的にナーチャリング・再接点を設計

最後に確認したい
5つの問い

1

名刺獲得数だけでなく、商談・パイプラインまで追えるか？

2

当日の接客直後に、必要な情報を記録できるか？

3

Salesforce上で、展示会リードと営業活動・商談を紐づけられるか？

4

重点アカウント内の購買グループまで可視化できるか？

5

ダッシュボードを見た後、次回改善のアクションまで決められるか？