

sansan

フォローメールで可能にする

展示会後の 効率的なフォローと ビジネス機会最大化



Contents

1	はじめに	02
2	なぜ展示会後の効率的なフォローが重要なのか	04
	顧客フォローの現状	
	フォローの重要性	
	フォロープロセスの属人化によるリスク	
	効果的なフォロー戦略のために考慮すべきこと	
3	デジタル名刺ソリューションが実現する 効率的なフォロー方法とは	10
	Sansanの「デジタル名刺ソリューション」でできること	
	デジタル名刺	
	メール配信の仕組み	
4	まとめ	14



1 はじめに

はじめに

展示会後のアフターフォローは、効率的に実施できているでしょうか。

展示会は、多くの見込み顧客と出会える重要な機会です。

しかし、その後のフォローメールが属人化してしまい、貴重な商談機会を実は逃してしまっているケースも少なくありません。また、システムで一度配信した場合でも、顧客との長期的な関係構築までには至らないケースも多いのではないのでしょうか。

まずは属人化してしまうフォローメールから脱却し、自動化された効率的なフォロー体制を構築することが、展示会での接点を商談へとつなげ、商談機会を最大化する第一歩となります。

本資料では、展示会後の貴重な顧客接点を最大限に活用し、自動配信による効率的なフォローと継続的な顧客接点の構築を実現するためのポイントを具体的に解説します。

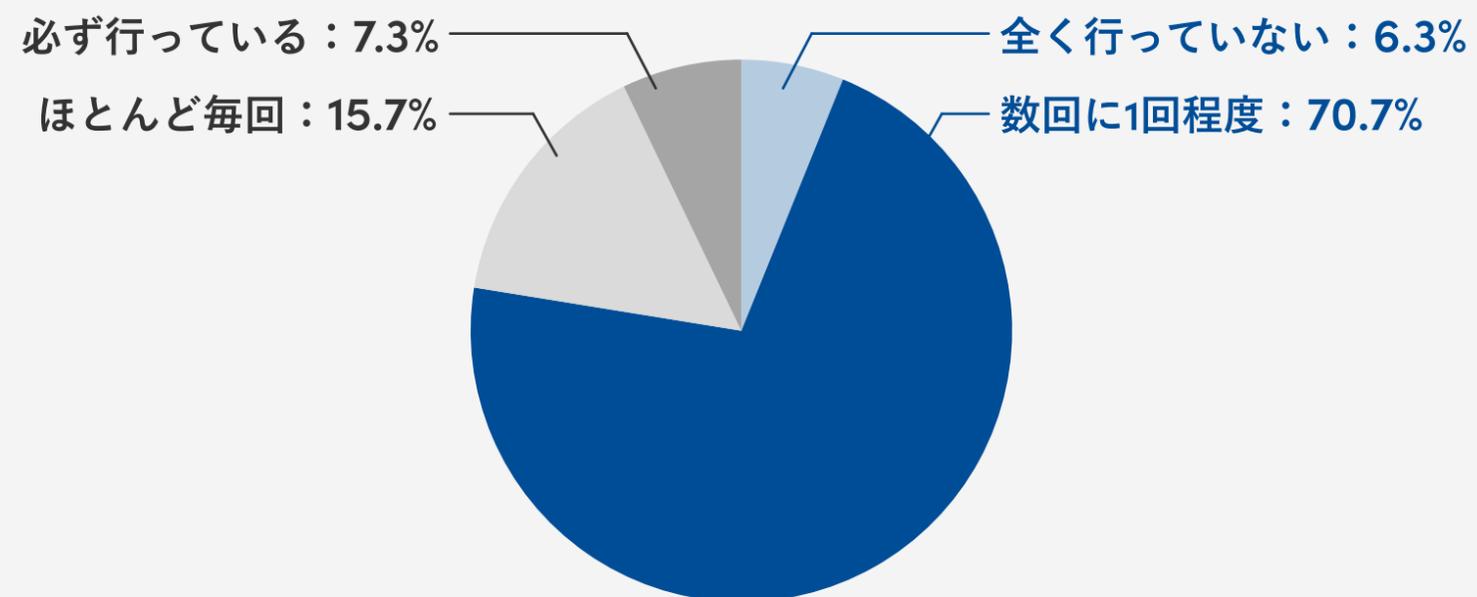


2 なぜ展示会後の 効率的なフォローが重要なのか

顧客フォローの現状

調査によると、顧客と新たに接点を持つ機会として「展示会・見本市」と挙げた人のうち、フォローの連絡を「全く行っていない」「数回に1回程度」と回答した人は合わせて**77%**でした。ほとんどの人が、展示会後に一貫したフォローができていないことがわかります。

フォロー連絡（お礼・打ち合わせ案内など）の実施頻度



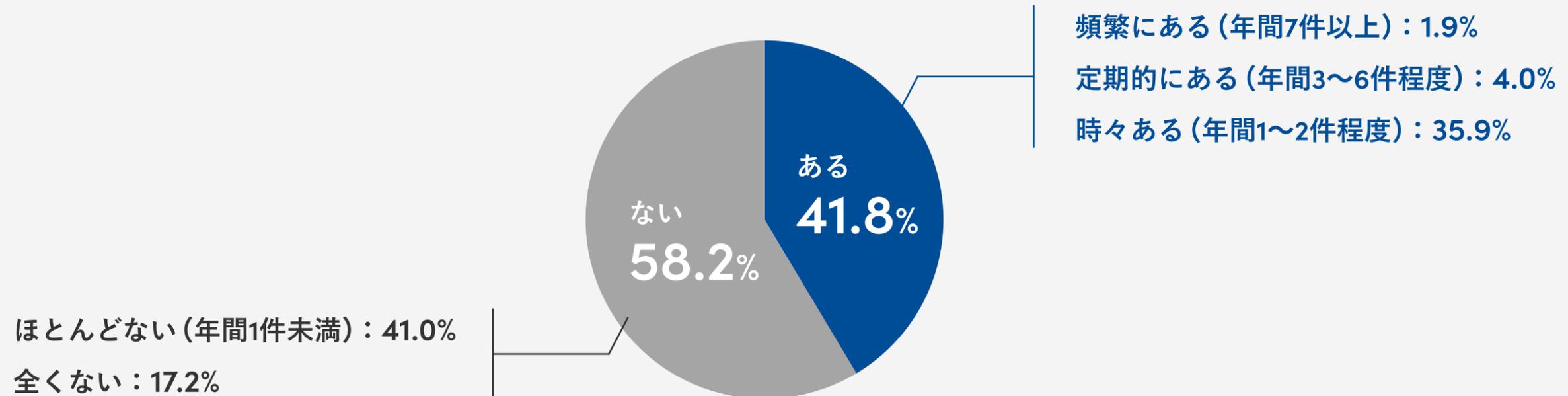
77%

※ 出典：Sansan株式会社「顧客フォローアップの状況調査」(2024年)、Sansan株式会社「名刺交換後の営業・購買活動の実態調査」(2025年)

フォローの重要性

一方で**41.8%**の人が年間1件以上、名刺交換後しばらくしてから購買検討のために連絡を取ったことがあると回答しており、「購買検討者が連絡を取りやすい状況を作ること」が鍵と言えます。

名刺交換後しばらくして購買の検討のために 名刺交換相手に連絡を取った経験



※ 出典：Sansan株式会社「顧客フォローアップの状況調査」(2024年)

フォローの重要性

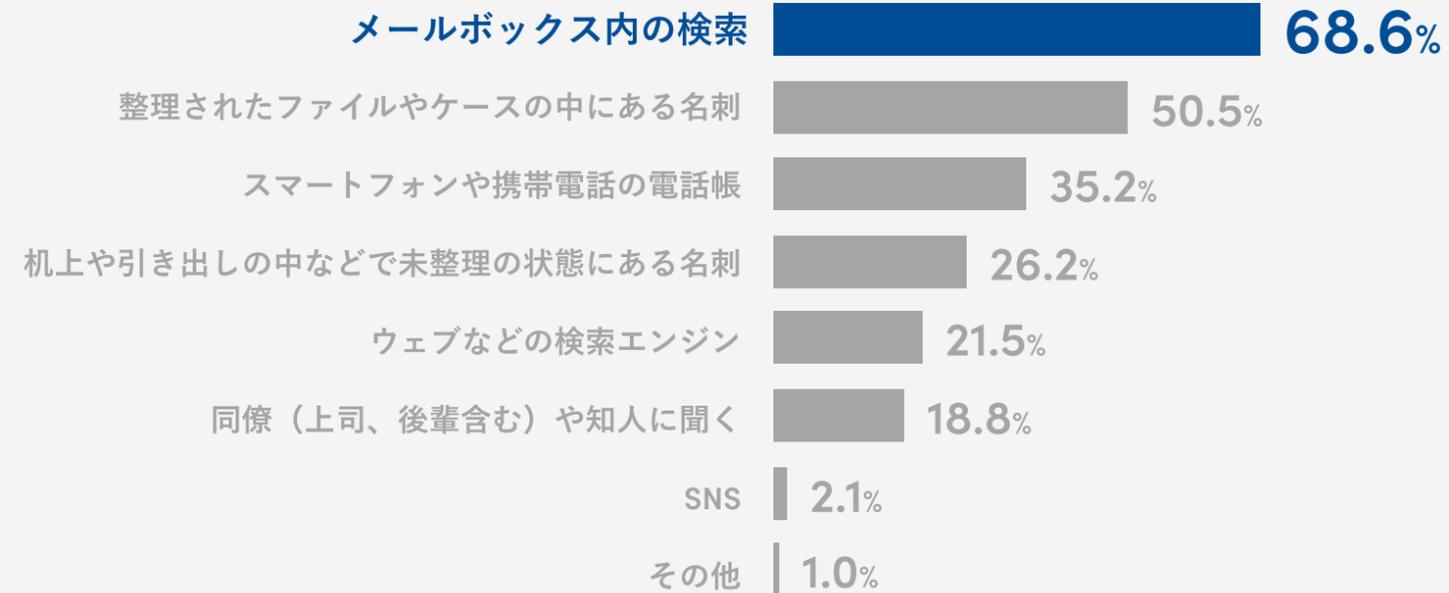
購買検討者が連絡を取りやすい状況を作るためには何が必要でしょうか。

実は、ビジネスパーソンの68.6%が連絡先を探す際にメールボックスの検索を活用しているという調査結果が出ています。

つまり、**展示会で接点を持った後にフォローメールを送ることが重要**です。

また、メールを送らずにいると、相手との接点を失い、ビジネスチャンスを逃すことにもつながりかねません。

必要な連絡先の探し方



※ 出典：Sansan株式会社「顧客フォローアップの状況調査」(2024年)

フォロープロセスの属人化によるリスク

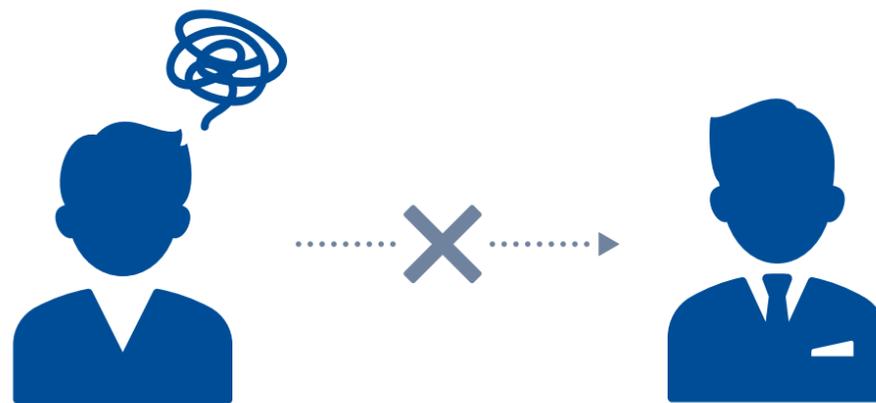
多くの企業では、顧客のフォロープロセスが体系的に管理されていない現状があります。これにより、以下のようなリスクの発生につながります。

商談化率の低下

- 最適なタイミングでのフォローができず、顧客の温度感が高いうちに連絡ができない
- 各営業担当者間のフォロー方法に一貫性がなく、顧客体験の質を担保できない

長期的な営業機会の損失

- 適切なフォローを行っていないことで、顧客との長期的な関係性を構築できない



効果的なフォロー戦略のために考慮すべきこと

素早い顧客フォローによる商談化率の向上

- フォロープロセスを均一化し、顧客の温度感が下がる前にアプローチ
- フォローメールの送付により、連絡を取りやすい状況を確立

長期的な営業機会の創出

- 属人化したフォロー体制の解消

次のページからは、上記ポイントの実現に役立つ

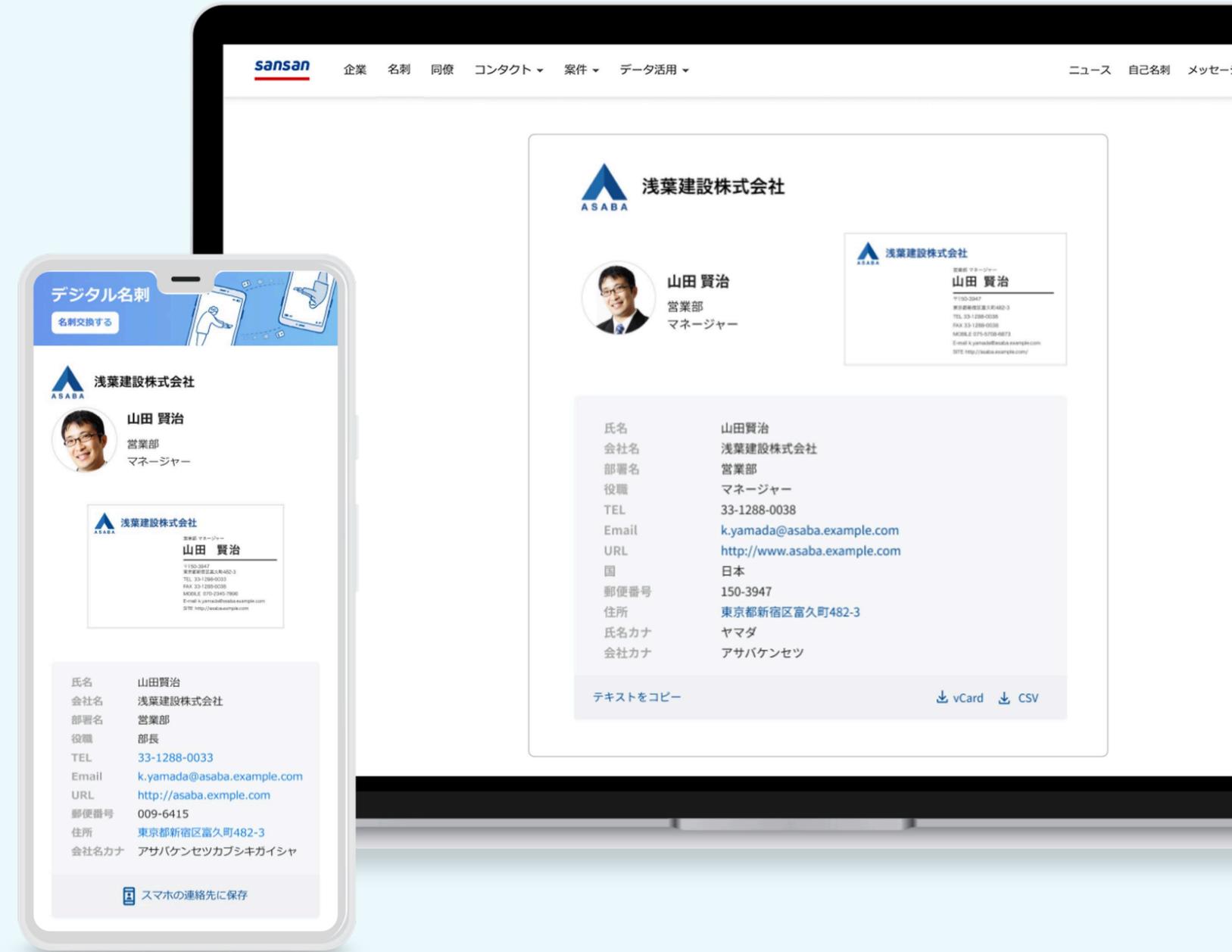
Sansanの「デジタル名刺ソリューション」について解説します。

3 デジタル名刺ソリューションが実現する 効率的なフォロー方法とは

デジタル名刺

はじめからデジタルデータとして
作られた名刺です。

相手を選ばず、誰にでも
簡単に共有できます。

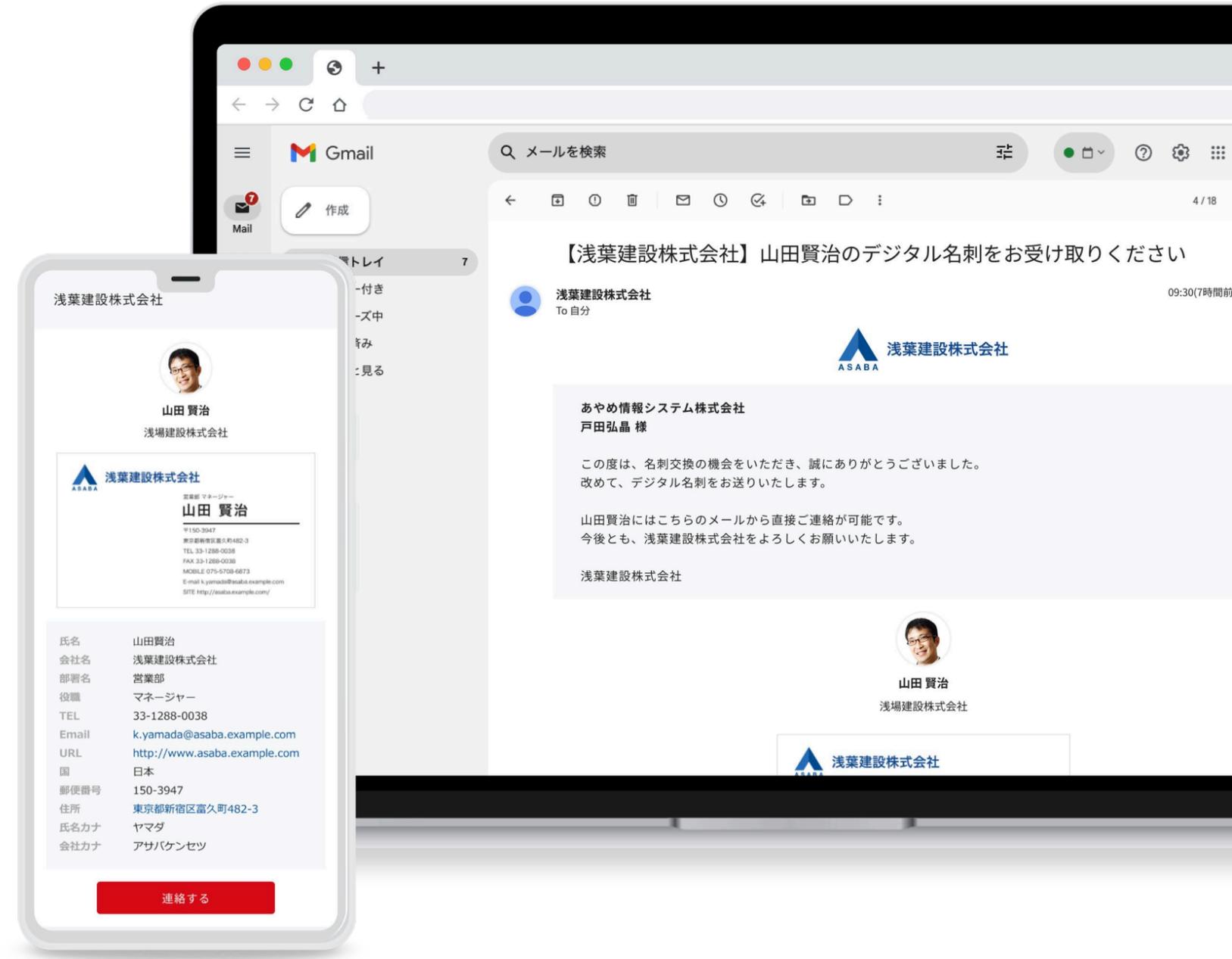


Sansanの「デジタル名刺ソリューション」でできること

名刺をスキャンするだけで、
翌営業日に顧客のメールボックスへデジタル名刺を自動配信。

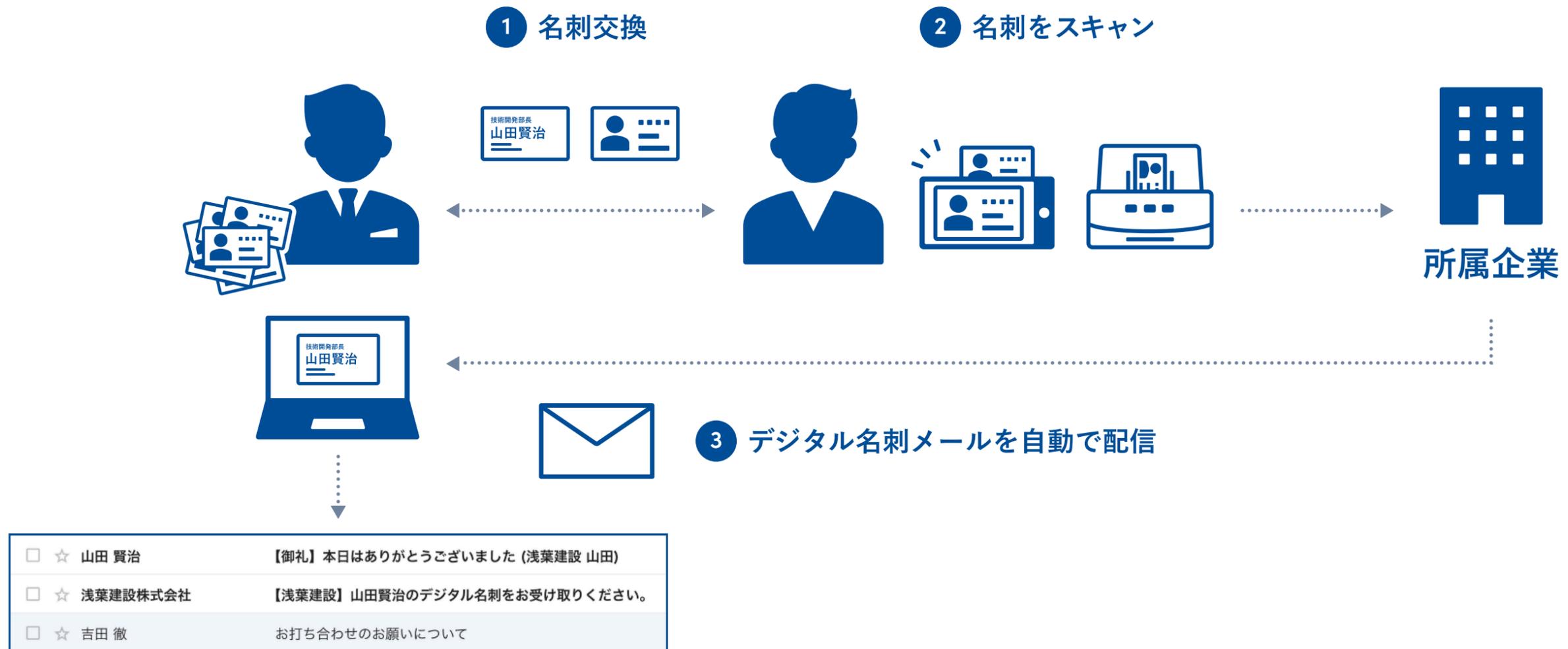
貴社営業担当者のデジタル名刺を確実に届け、
メールから相手がいつでもあなたに
連絡できる状態を作ることができます。

展示会で交換された大量の名刺にも埋もれることなく、
商談機会の創出につながられます。



メール配信の仕組み

所属している企業から、名刺交換した社員のデジタル名刺を自動配信。
設定から機能をオフにすることも可能です。



4 まとめ

まとめ

顧客フォローを効率化し、ビジネス機会を最大化するためには、以下の観点での取り組みが不可欠です。

- 手作業による見落としやタイミングの遅れを防ぐ自動配信の仕組み作り
- 継続的な顧客接点を実現する効果的なフォローメール設計

Sansanのデジタル名刺ソリューションを活用したフォロー施策により、以下の効果を実現できます。

- 新規商談の創出 – 取引先が名刺を探す手間なく営業担当者へ連絡可能に
- 営業効率の向上 – 名刺交換後のフォローが自動化され、営業の手間を削減

これらの取り組みを通じて、

展示会で得られた貴重な顧客接点を最大限に活用し、持続的な事業成長を実現しましょう。

お問い合わせ・関連記事

営業DXサービス「Sansan」

Sansanにログインする

<https://ap.sansan.com/> 

サポートセンターにお問い合わせをする

<https://jp-help.sansan.com/hc/ja> 

関連する記事・ヘルプサイト

機能ガイド | デジタル名刺

<https://sin.sansan.com/function/guide-online-meishi/> 

事前案内から開催後のフォローまで。

展示会におけるSansan活用

https://sin.sansan.com/best_practice/effective_use_of_exhibition/ 

ヘルプサイト | デジタル名刺メールとは

<https://jp-help.sansan.com/hc/ja/articles/43878045930393> 

sansan



※本資料の記事・写真等の無断転載、複写、複製を禁じます。
本資料は2025年4月に作成されたものです。掲載されている各種情報は作成時点のものです。

© Sansan, Inc.