

# デマンドジェネレーション診断

↓当てはまるものにチェックをつけてください。

マーケティングリソースについて		
__人		マーケティング専任担当者がある（いらっしゃる場合は人数も記入）
		コンテンツ（WEB&メール）を継続して社内で作れる体制がある。
		リードフォロー、アポイント獲得の担当（インサイドセールス）がいる。
MAの運用者・担当者について		
__人		高度なMAを操作・運用できる人が社内にいる。
__万		MAの導入・運用コンサルティングの予算も想定している。
		MAの運用ルールを決めるのに時間（社内調整）が必要そう。
マーケティングレベル（リテラシー）について		
__%		目標受注数の達成に必要な「商談数」をマーケティング施策で補強・供給できている。
		過去名刺・休眠顧客に対して育成活動（ナーチャリング）を実施している。
__件		リード（見込み客・名刺と同等の個人情報）を5万件以上保有している。
自社商材とMAツールの相性について		
		かけるコスト（WEBマーケティングコスト）に対して見返り（LTV）が高い商材である。
		失注管理・ペンディング管理を運用できている。
		リードタイム（受注までの期間）が最初の接点から半年以上ある