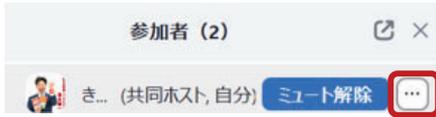


オンライン展示会営業®セミナー 13:30開始です

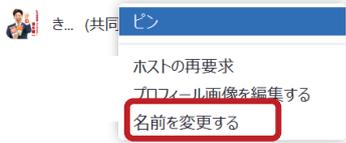
1. ご自分のお名前をお申込み時のお名前に変更ください。

①画面下部の をクリックすると右側に参加者の一覧が表示されます。

②右側のご参加者一覧の中から、ご自身のお名前にカーソルを合わせると表示される をクリックします。



③一番下の「名前の変更」をクリックします

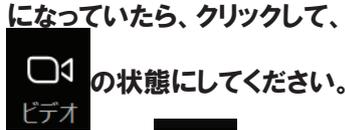


④お申込み時のお名前を入力し、「変更」をクリックしてください。



2. 本日のルール(ZOOMの使い方)

・ビデオは、自分が映るように設定してください。画面右下のビデオマークが になっていたら、クリックして、



・オーディオは の状態にしてください。※発言する際は、都度「マイクのアイコン」をクリック



正しい状態→ ※どうしてもマイク・ビデオが準備できない場合は、チャットにコメントください。

・挙手の時は、実際にカメラの前で挙手。
・画面ハードコピー・録画・録音は厳禁。

ルールを守って頂けない場合は、ご退室頂くことがあります

3. ビューの設定

・画面右上の をクリックして、上から2つ目の「左右表示:スピーカービュー」に をつけてください。



展示会で確実に成果を出す！

展示会営業®セミナー



株式会社展示会営業マーケティング
代表取締役社長

展示会営業®コンサルタント
清永健一 (中小企業診断士)



清永 健一(きよなが けんいち)プロフィール

展示会営業[®]コンサルタント。中小企業診断士。神戸大学経営学部卒。
 (株)展示会営業マーケティング 代表取締役。奈良生まれ、東京在住。
 展示会のプロフェッショナルとして、展示会主催者や出展企業などに
 そのノウハウを伝えている。



著書の「飛び込みなしで新規顧客がドンドン押し寄せる展示会営業術」他4冊は
 いずれもAmazon部門1位を獲得。

展示会の専門家としてNHKラジオ総合第一に出演。
 行政、公益法人、金融機関、各地の商工会議所など講演実績多数。

日本唯一の展示会営業[®]コンサルタントとしてテレビ出演。

講演、セミナー、研修実績多数。名刺交換では長蛇の列が。

活動が新聞、雑誌、WEBメディアに掲載される。

ランチェスター経営の竹田隆一氏と。

著書がテレビのビジネス書ランキング2位に。

展示会テーマの著書が全国の書店で大型展開

Copyrights (C)展示会営業[®] All Rights Reserve

東京ビッグサイトの屋外広告



Copyrights (C)展示会営業[®] All Rights Reserve

展示会って本当に出るべきなの？

- ◆日程を自分で決められない
- ◆展示会当日は、他の仕事ができない
- ◆準備に時間がかかる
- ◆出展費用がかかる
- ◆費用と労力がかかるのに、成果が約束されていない

見込客と接点を持つ方法は？



こんな方法は他にない！だから出展すべき！
ただし、出さえすれば何とかなるわけではない！

展示会営業®を実践し、展示会場でテレビ取材

2021年2月24日～26日 インテックス大阪 感染対策EXPO で
弊社クライアント (株)ミヤゲンが関西テレビに取材され、
昼と夕方のニュースで放映されました。



Copyrights (C)展示会営業® All Rights Reserve

6

セミナーが効果的

Nextech Week

2022年5月11日～13日 東京ビッグサイト



Copyrights (C)展示会営業® All Rights Reserve

7

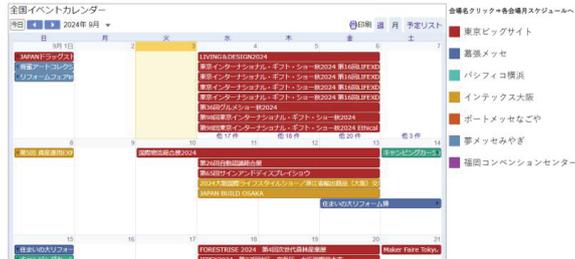
どの展示会に出る？

開催時期？ 出展コスト？ 展示会場の場所？ 来場者数・・・

展示会スケジュール

全国の展示会スケジュール

全国の展示会スケジュールは以下です。



<https://tenjikaieigyo.com/schedule/>



展示会レポート

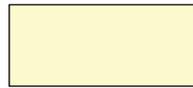
「工作機械」「食」「介護」「ロボット」「IT」などキーワードで検索すると関連する展示会の会場動画等をご覧いただけます。



<https://tenjikaieigyo.com/category/work/>

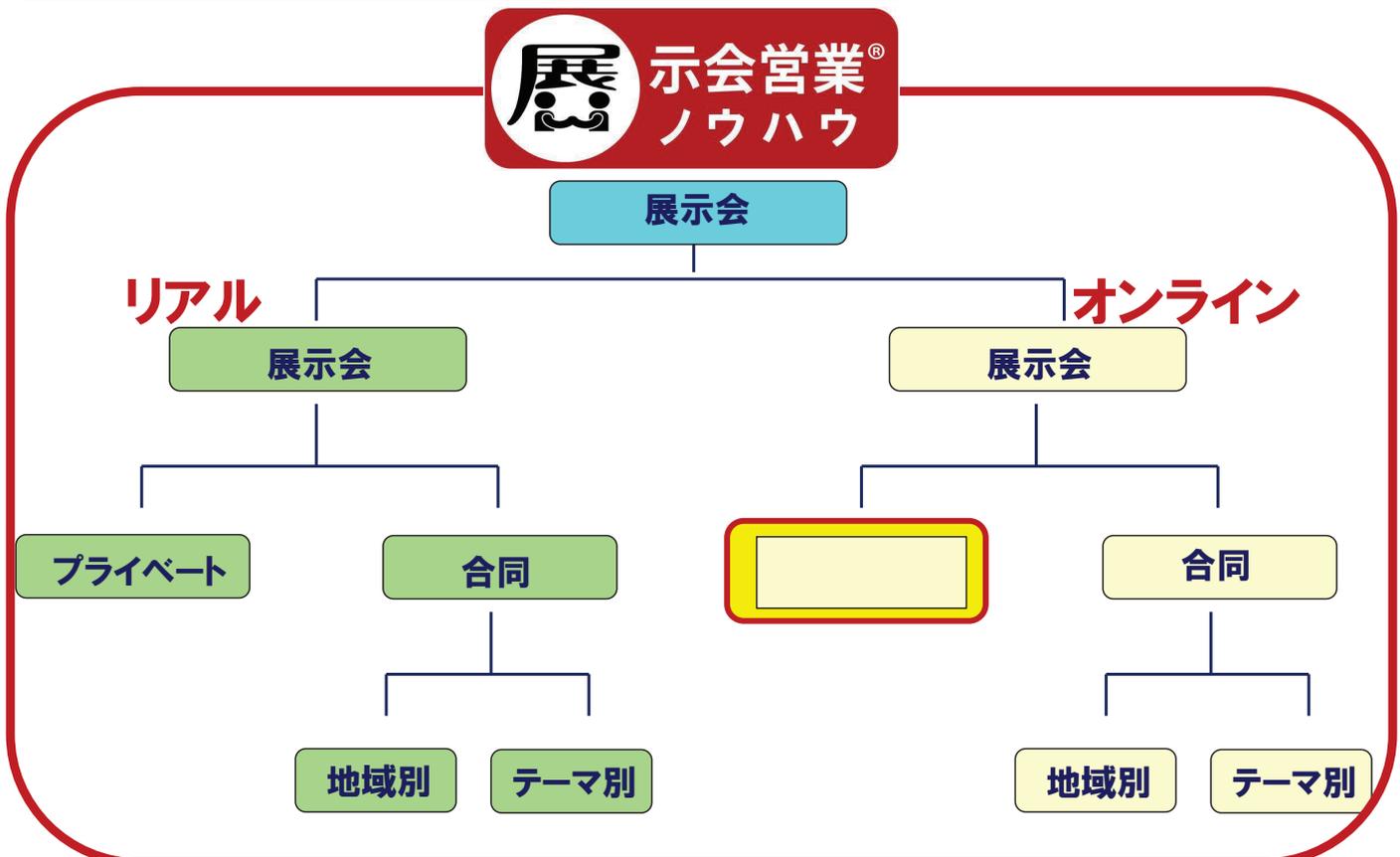


作戦

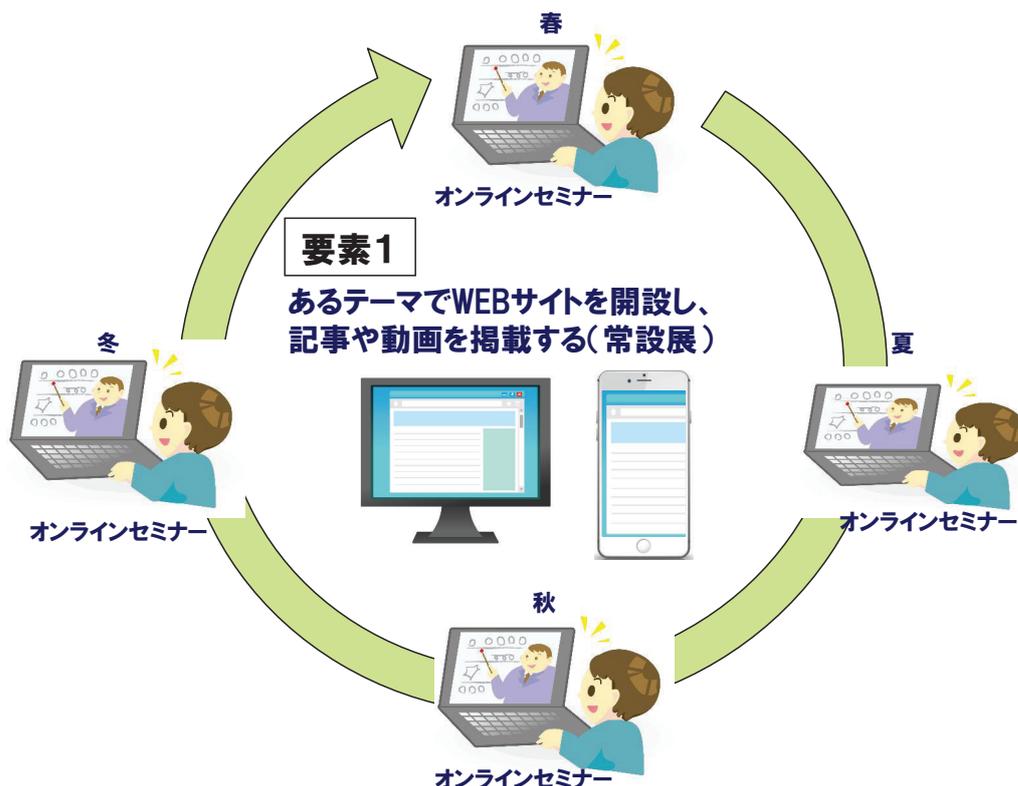


戦法

展示会は奥が深い



自前オンライン展示会のイメージ



自前オンライン展示会は費用ゼロで実施可能

Copyrights (C)示会営業[®] All Rights Reserve

弊社クライアント事例

自前オンライン展示会 実践事例

要素1



Date: 2022年12月10日(土) 10:03

いつもありがとうございます。
 一昨日訪問した旭川のお客さまが
 坂東プラスを2台も購入した理由は、
 西本さん、金さんと3人で開催した
 オンライン展示会の動画を見たのが
 きっかけだったそうです。
 十割蕎麦が簡単に出来ることが分かり、
 札幌支店に問合せ、実機で蕎麦打ちをして、
 十割蕎麦が出来るのを確認した結果でした。

要素2



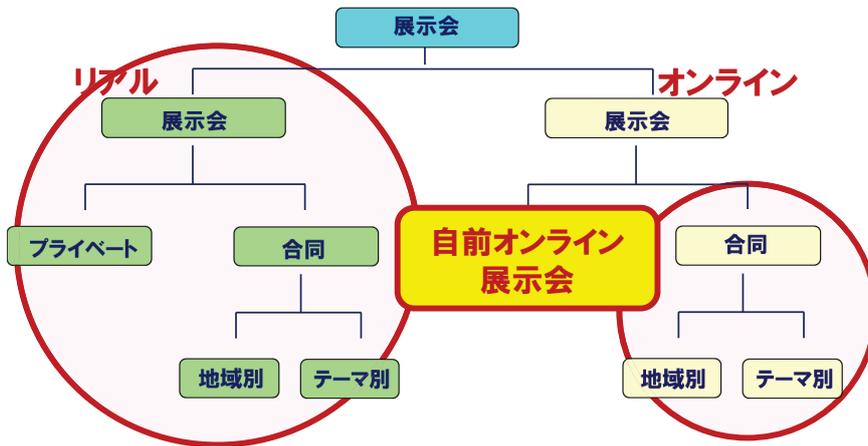
Copyrights (C)示会営業[®] All Rights Reserve

自前オンライン展示会はさまざまな営業施策に展開可能

リアル展示会



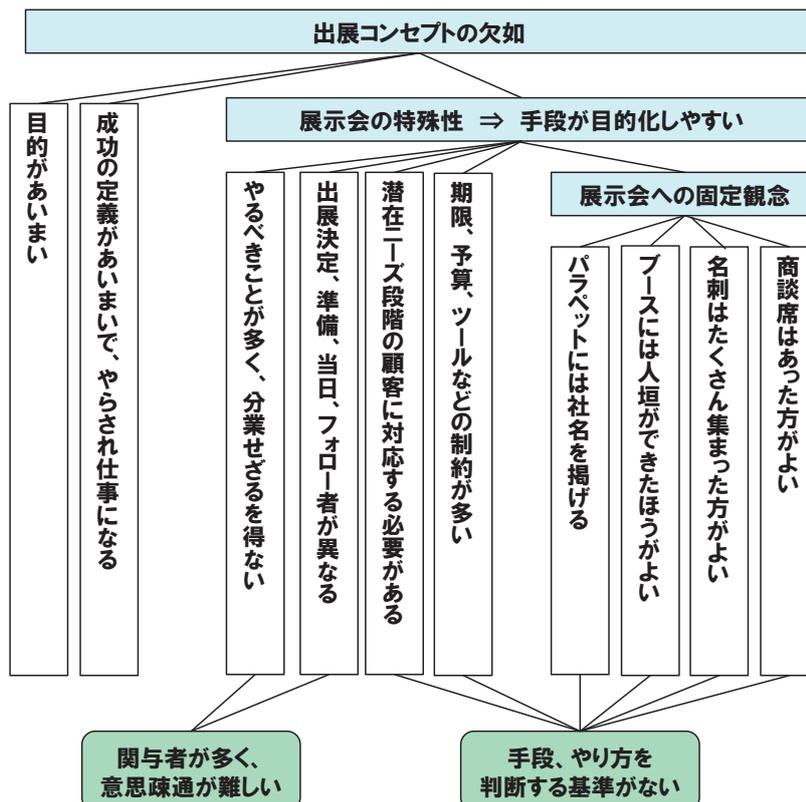
自前オンライン展示会



リアル展示会や合同オンライン展示会に展開し相乗効果を出す

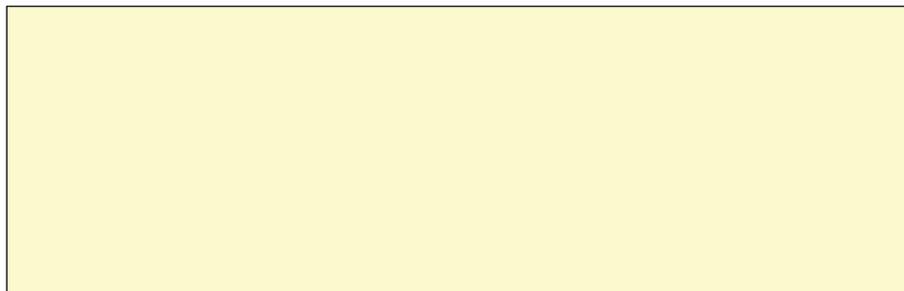
Copyrights (C)展示会営業[®] All Rights Reserve

展示会出展が失敗する構造



なぜ展示会に来るのか？

来場者の目的は、



自社がすべき情報提供とは？

急に何屋さんかと聞かれたら・・・

物理的ドメイン

- ・ 花屋
- ・ 印刷業
- ・ 化粧品製造業
- ・ ネジ製造業
- ・ 出版社
- ・ システム販売業
- ・ コンサルティング業



機能的ドメイン

- ・ うるおい提供業
- ・ 販売促進支援業
- ・ 美人・美肌創造業
- ・ 緩み撲滅業
- ・ 知識・文化伝達業
- ・ 業務効率改善業
- ・ 企業体質強化業

扱うモノではなく

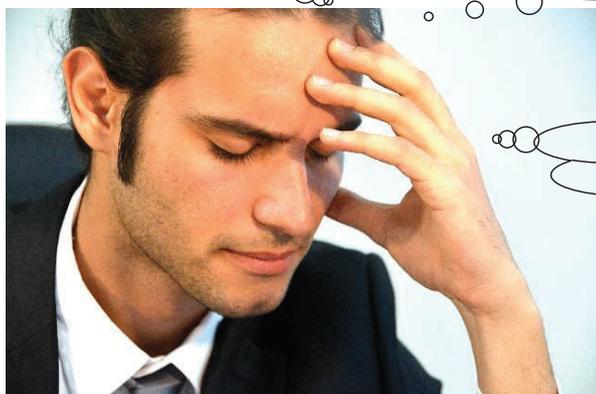


を考える

展示会出展コンセプトが命

せっかく出展するのだから
うちの商品を全部みてほしい

当社の顧客は多岐にわたる。
たくさんの業種に来てほしい



たくさんの商品を展示する方が
興味を引きやすいはずだ

- ・競合が居並ぶシチュエーション
- ・歩きながら、視線を送るのはわずか3秒

$$1 \text{ [] } = 1 \text{ [] } = 1 \text{ [] }$$

出展コンセプト検討シート

出展商材:

出展予定展示会:

1. 展示会で出会いたい人は？

2. その人が日ごろ心の中でつぶやいている悩みは？



4. ホント？、思うでしょ。裏付けはね・・・

3. だったら、うちが(こんな風に)役に立てますよ





Copyrights (C)展示会営業® All Rights Reserve

出展コンセプト検討シート

出展商材: 業務用昇降棚

出展予定展示会: スーパーマーケットトレードショー

1. 展示会で出会いたい人は?

食品スーパーの経営者・店長

2. その人が日ごろ心の中でつぶやいている悩みは?

- ・人を募集しても来ない。人が集まらないぞ。
- ・スタッフがすぐやめてしまう・・・
- ・常に人手が不足しているなあ。
- ・スタッフが高齢化してこのままでは退職してしまうなあ。
- ・バックヤードが狭くてモノが入らないぞ
- ・脚立を使うとコケちゃうかも。労災になったらヤバイなあ。

4. ホント?、思うでしょ。裏付けはね・・・

- ・C社では、50店舗導入済み。
累計2000台導入済み。
もっとも長い店舗で13年だが、
労災事故ゼロ。
- ・G社では、作業場改善に寄与し、
女性が活躍している
- ・住設で20年超累計〇台の実績から
生み出した商品である

3. だったら、うちが(こんな風に)役に立てますよ

- ・女性や高齢者でも働きやすい環境になるので、
「働きたい」という人が増える可能性があります。
- ・働きやすい環境になるので、定着率が高まる可能性があります。
- ・高齢者でも無理なく働けます
- ・固定棚だと使えない上空の空間を使えるので
スペース増になります。
- ・棚に置いてあるものの上げ下げを、
通常2人のところを1人でできるので省人化になります
- ・脚立を使わなくてよいので、事故防止につながります。

シンキングタイム！

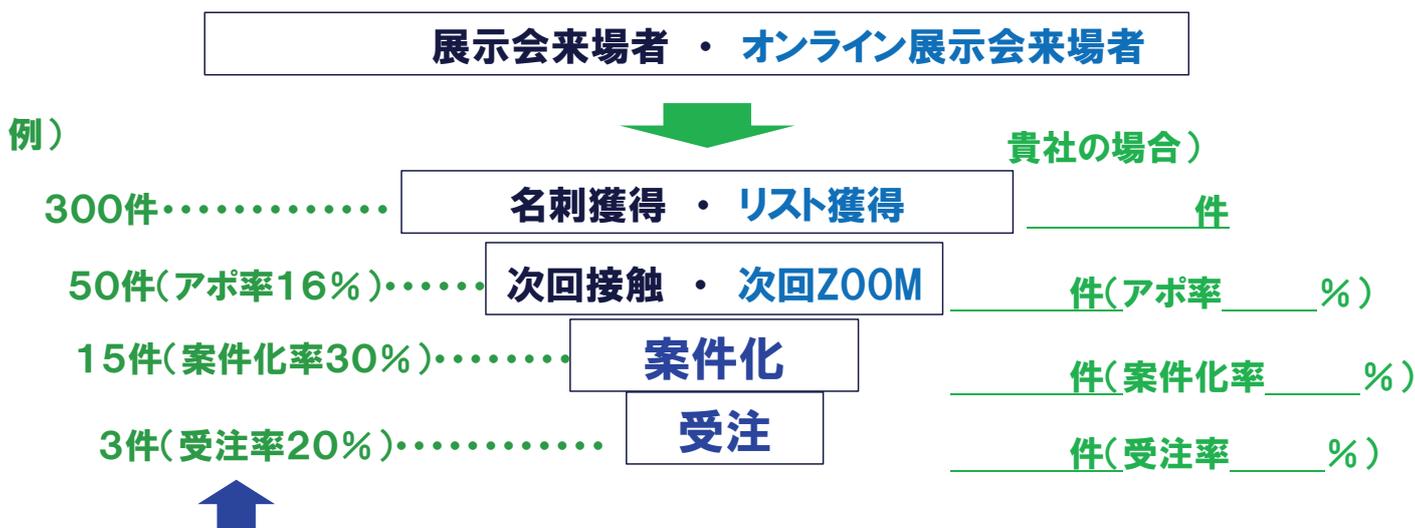
展示会出展やオンライン展示会開催の最終目標は、

では、貴社の中間目標どっち？

- A. 認知度アップ
- B. 見込客獲得

売上アップにつながる展示会にするために・・・

目標を数値化する



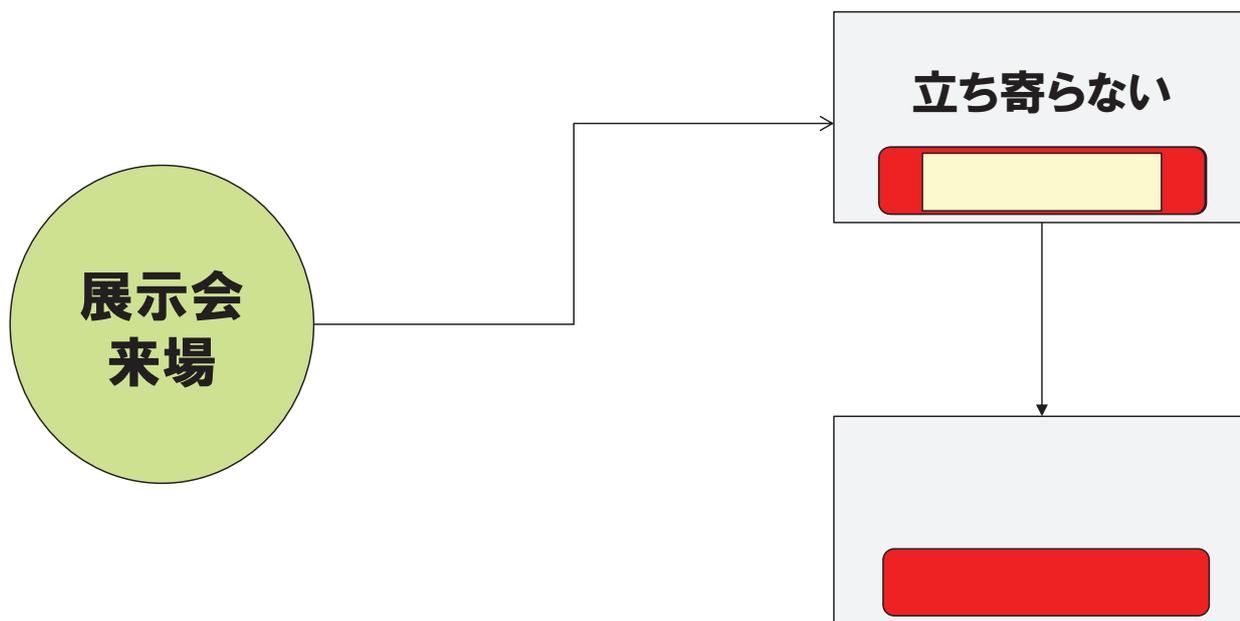
最終的に得たい成果から各段階の目標値を逆算する

展示会はイベント！

成果を出すために

して取り組む

展示会の成功を阻む2つの壁



ブースキャッチコピー 大切なのはインパクト

◇インパクトを出すための3原則

1. [Yellow box]

2. [Yellow box]

3. [Yellow box]

(例)オリジナル紙袋製造販売

**「オリジナル紙袋」を作成する方必見！
納品まで丸投げ！100枚からOK！宣伝効果UP！**

200社超のエリア内で一番人が集まったブースキャッチコピー

**「オリジナル紙袋」を作成する方必見！
納品まで丸投げ！100枚からOK！宣伝効果UP！**



Copyrights (C)展示会営業® All Rights Reserve

展示会で成果を出すためには・・・

成果の出ている展示ブースをたくさん見ることが重要です。

**YouTubeに、成果の上がる展示ブースを公開しています。
以下からチャンネル登録してご覧ください。**

展示会営業ちゃんねる

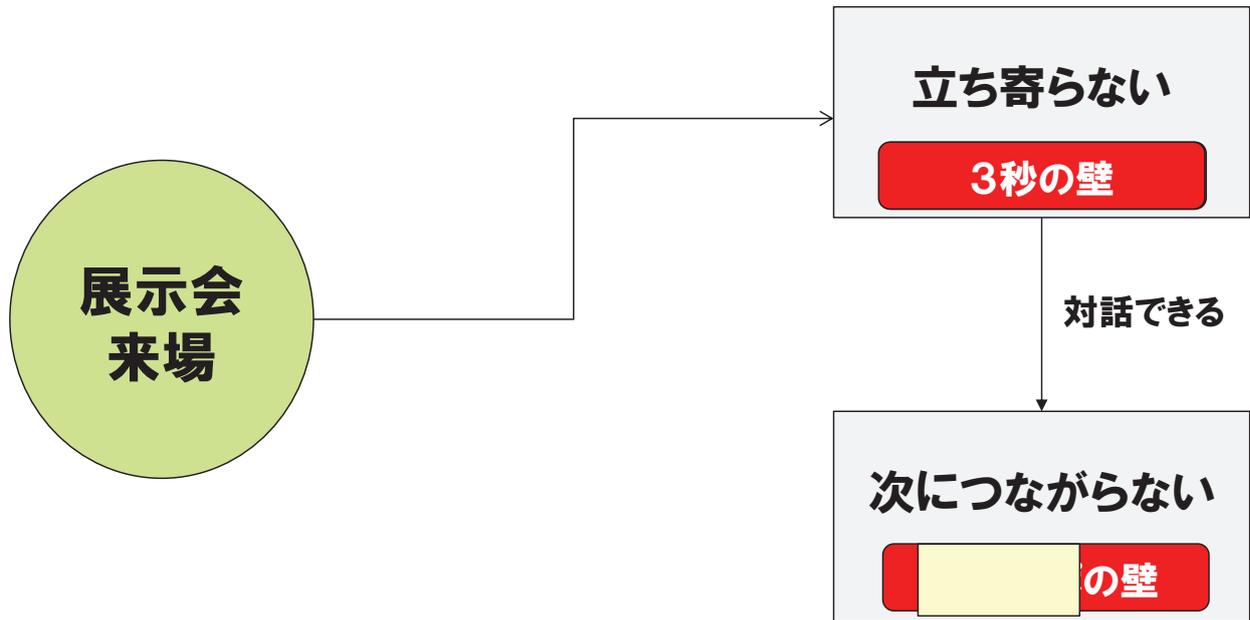
展示会営業ちゃんねる 清永健一公式
チャンネル登録者数 3300人

チャンネル登録

展示会営業ちゃんねる 検索

コロナでもできる半リアル展示会 4:37
コロナ後の展示会成果コソコソ 7:03
コロナ後、初！東京ビッグサイトの展示会を実況 4:47
オンライン展示会で失敗しないための3カ条_リモート営業 2:06
パワポに自分が入った動画の撮り方_OBSやZOOMを活用... 16:19

展示会の成功を阻む2つの壁



弊社クライアント事例

次回接触のための特典企画を仕込んでおく

www.oandk.ne.jp

来場特典

限定 80施設!

空気環境測定

ナノイオン加湿器プレゼント

介護施設、病院関係者様へ

ノロインフルの院内感染を阻止!

《30年の清掃実績と浮遊菌を抑える加湿器》

O&K co.,ltd.

ノロ集団感染:三重の特養ホームで2名死亡

山形、最上の老人ホーム

ノロウイルス集団感染

入所者1名死亡、1名重症

nanofeel ナノフィール

【多機能加湿装置】

加湿 除菌 殺菌 脱臭

世界唯一の ナチュラルクラスター加湿

望まれて次回接触する仕掛けトーク

実は、今回 _____ 診断を実施しています。

この _____ 診断は、人が動きますので、

本当は、最低でも _____ 円程度はいただきたいくらいなのですが

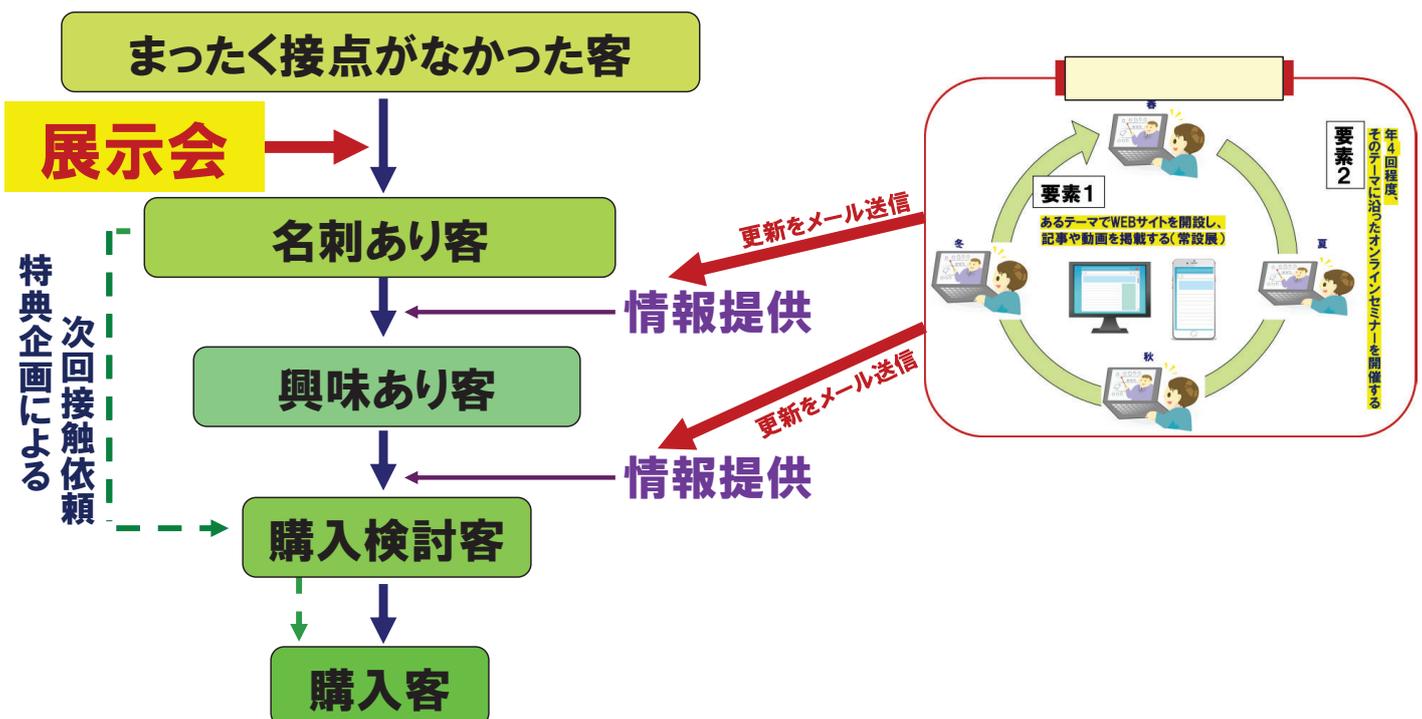
この展示会ブースでお会いした方については、

先着 _____ 社限定で、無料で対応させてもらっています。

実際、かなりお得なので、ほとんどの方がエントリーされますが、

お客様はどうされますか？

リアル展示会はきっかけ



そのうち客へは、自前オンライン展示会の
記事・動画更新を継続的にメールし、将来の有力見込み客にする

展示会・オンライン展示会で 飛躍的に成果を上げる30のチェックリスト

展示会・オンライン展示会で飛躍的に成果を上げる30のチェックリスト

◆基本情報

- ①展示会参加経験の有無 (あり、なし) ②ホームページ有無 (あり、なし)
- ③直近の展示会出展予定 20__年__月、__予定なし
- ④雇用保険加入済み正社員数 ____人 ⑤展示会プロジェクトメンバー人数の目安 ____人
- ⑥新聞、テレビ、雑誌などマスメディア露出の希望 (あり、なし) ⑦補助金活用の希望 (あり、なし)
- ⑧商品単価(複合品の場合は案件単価、レポート品の場合は2年間の総売上額) ____約 ____万円

非常に当てはまる・・・5 やや当てはまる・・・4
あまり当てはまらない・・・2 全く当てはまらない・・・1

1	ブースの上段やWEBのサムネイルなどの最も目立つ位置には社名や商品名でなくキャッチコピーを掲載している	
2	カタログ、小冊子、名刺、ホームページなどのツールは、コンセプトと一貫性があるものを準備している	
3	リアル展示会、オンライン展示会ともに来場者の動線を意識して設計している	
4	全員が接触した見込み客に対して、どのように行動を促すかを理解している	
5	目的を達成するための名刺獲得数、リスト獲得数などの目標を設定している	
6	後日接触しやすくなるような期間限定の魅力的な特典を用意している	
7	別の展示会やライバルのホームページを来場者や閲覧者の立場で見ている	
8	1ブース=1アイテム=1ターゲットの原則に基づき出展コンセプトを明確化している	
9	効果音やクイズ、ストーリーを使い、来場者の印象に残るプレゼン技術を持っている	
10	お礼メールが受け取った人の印象に残るように工夫を施している	
11	展示会出展やオンライン展示会開催の目的が明確である	
12	取得した名刺やリストは、1.確度高、2.確度低、3.対象外などランク分けしている	
13	興味喚起する資料やデータをリアル及びオンラインブースの中に置き、来場者を誘導する工夫をしている	
14	コンセプトが、来場者に3秒で伝わるキャッチコピーをつくっている	
15	プレゼンテーション自体で競合と差別化しようという意識を持っている	

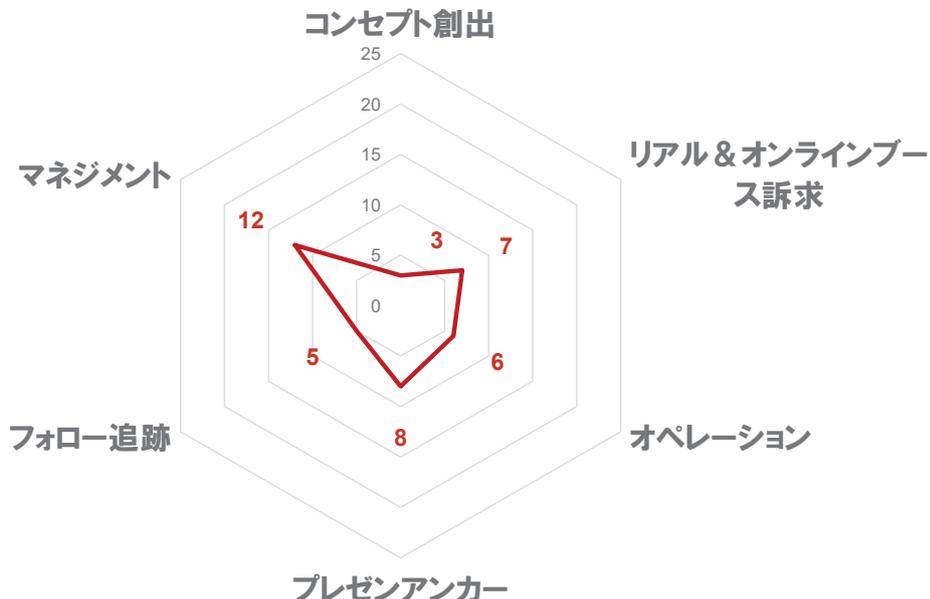
16	展示会当日の陣頭指揮は、社長や部長など責任者がとっている	
17	社員やチーム全員で展示会出展の目的と目標を共有している	
18	検討開始客が参加しやすいように配慮したセミナーのような1対多での顧客接点をつくっている	
19	独自の案内状を送付して来場者の「立ち寄りリスト」に自社のブースが入るようにしている	
20	単なる商品説明や売込みでなく、どのような情報提供をしたらよいか、社員全員が理解している	
21	自社や自社商材の誕生の経緯や事例を社員がストーリーで語ることができている	
22	「目標まであと〇件だ」との声かけがあるなど、目標を念頭に置いた活動をしている	
23	展示会の期間中、全員が、改善点などを記載した振り返りメモを提出し、次の日につなげている	
24	展示会やオンライン展示会で集めた名刺やリストをデータ化し全社で共有している	
25	ブースではあえてスペースを空けるなど人が入りやすい工夫をしている	
26	ターゲット層が抱えている悩みの上位3つを把握している	
27	忙しい来場者に顧客へのメリットや自社の特徴を伝える1分トークスクリプトを用意している	
28	他の出展社も見込客になることを理解し、名刺交換をしている	
29	名刺獲得数、アポ数などの計数マネジメントが押し付けにならないように工夫をしている	
30	展示会で出会った見込み客と関係性を深める教育的な情報発信を行っている	

Copyrights (C) 展示会営業® All Rights Reserve

本セミナーの特典: ZOOM個別相談 (特別無料)

- ◆個別相談では、貴社の展示会やオンライン展示会を活用した営業の問題点を明らかにします。(所要時間: 1時間以内)
- ◆簡易分析シートをお渡しします。

分析例



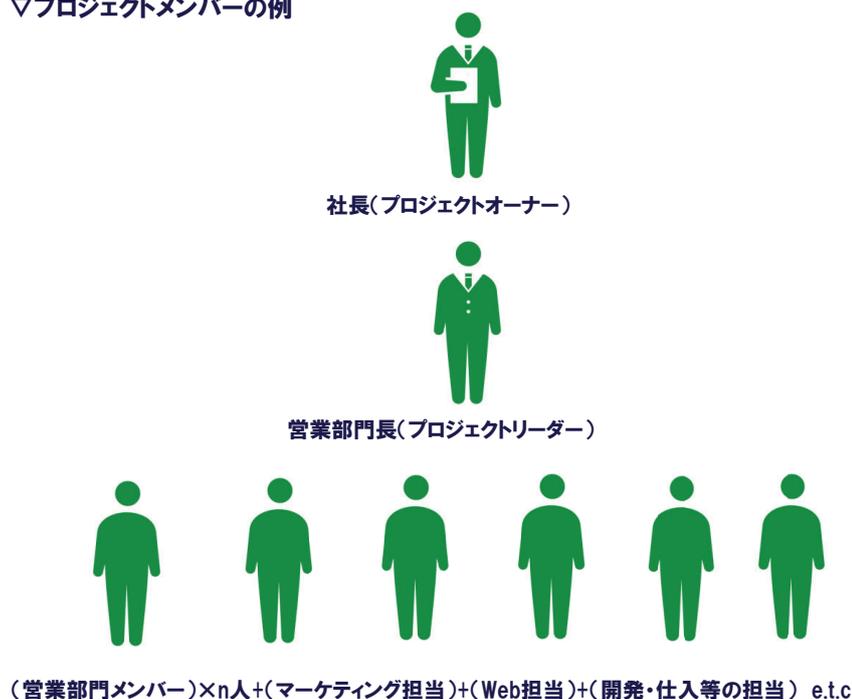
展示会を自社だけで成功させるのは困難

・社長や幹部の方には他にやるべきことがある。
でも任せると、 になってしまう

・だれも を教えてくれない

展示会で成果を出すコツ

▽プロジェクトメンバーの例



3～10名程度の展示会営業プロジェクトチームを結成する

「オンライン展示会営業[®]研修」のご案内

展示会営業[®]の実践事例

- ☑ 出展コストの33倍の売上を展示会終了後、
6か月で実現したITシステムベンダー
- ☑ 前年比で、案件化数5倍、受注数3倍を
達成した包装機材商社
- ☑ 展示会で前年比4.37倍の
一日350枚の見込客の名刺を獲得した人材紹介会社
- ☑ 約200万円の自社ブランド製品の受注件数が、
前年比3.7倍にアップした工作機械卸

展示会営業[®]クライアントの声

<p>来場者にメリットとなる情報提供が出席効果を高</p>  <p>一般社団法人 日本能率協会 (JMA) 産業振興センター ディレクター 小宮 太郎様</p>	<p>成功体験があれば企業は変わる!</p>  <p>ジェトロ (日本貿易振興機構) 市場開拓・展示事業部長 吉村 佐和子様</p>	<p>展示会に特化したノウハウと日本唯一の場数</p>  <p>日建リース工業株式会社 代表取締役社長 岡山 正勝様</p>
<p>小予算でも知恵と工夫で大きな成果を出せる</p>  <p>株式会社アームズ・エディション 代表取締役 宮谷 信一様</p>	<p>出展社の成長が展示会を育てる</p>  <p>TSO International 株式会社 代表取締役社長 佐々木 剛様</p>	<p>ノウハウが成果に直結する</p>  <p>株式会社ワイエムジーワン 代表取締役社長 山家一繁様</p>
<p>展示会で戦う準備ができました</p>  <p>株式会社井上ボーリング 代表取締役社長 井上 壯太郎様</p>	<p>実践・成功したコンサルティング内容は信頼でき</p>  <p>オークス株式会社 専務 星野 基様</p>	<p>展示会の会期中、会期後の行動が見えました</p>  <p>株式会社エドランド工業 取締役 久保 有希様</p>

Copyrights (C)展示会営業[®] All Rights Reserve

38

オンライン展示会営業[®]研修で得られること

- ☑ 展示会出展・オンライン展示会開催ノウハウだけでなく、受注獲得ノウハウが手に入ります。
- ☑ 自然と教える・教わるという先生ポジションで営業ができるようになります。
- ☑ 通常の営業にも好影響がある考え方やテクニックを学べます。
- ☑ リアル展示会とオンライン展示会との併用によって相乗効果を発揮できるようになります。
- ☑ AI時代にこそ重要になる、目で見て、手で触って、耳で聞くという生身の対話をフル活用した営業手法が身に付きます。
- ☑ 商材やターゲット顧客層が変わっても展示会営業[®]プロセスを自社で自立的に回していくことができるようになります。

Copyrights (C)展示会営業[®] All Rights Reserve

39

特徴的なノウハウ

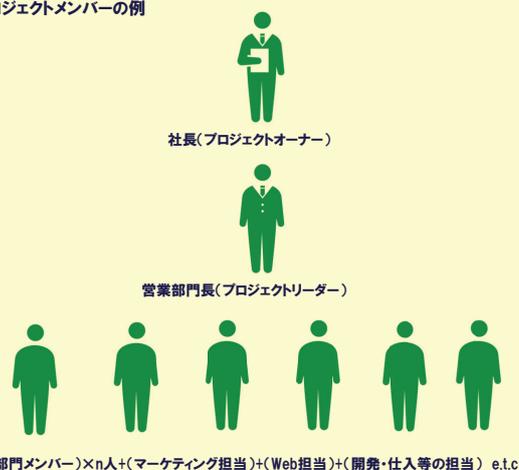
- ◆展示会出展やオンライン展示会開催をきっかけにして売上アップを実現する日本で唯一のノウハウ。
- ◆これまで営業強化に全く取り組んでこなかった企業にとっても、様々な営業力強化策を講じてきた企業にとっても有効なノウハウ。
- ◆顧客に専門家として「教えて差し上げる」という視点を持つため、社員さんが自社にこれまで以上にプライドを持てるようになるノウハウ。
- ◆社内の停滞ムードを刷新し、勢いをもたらすノウハウ
- ◆業務のデジタル化、DXのきっかけになるノウハウ。

準備いただきたいこと

1. 3～10名程度のプロジェクトチームを結成下さい。

2. プロジェクトチームメンバーは、コンサルティング期間中、動画を視聴し、課題に取り組み、ZOOMコンサルを受ける時間の確保をお願いします。

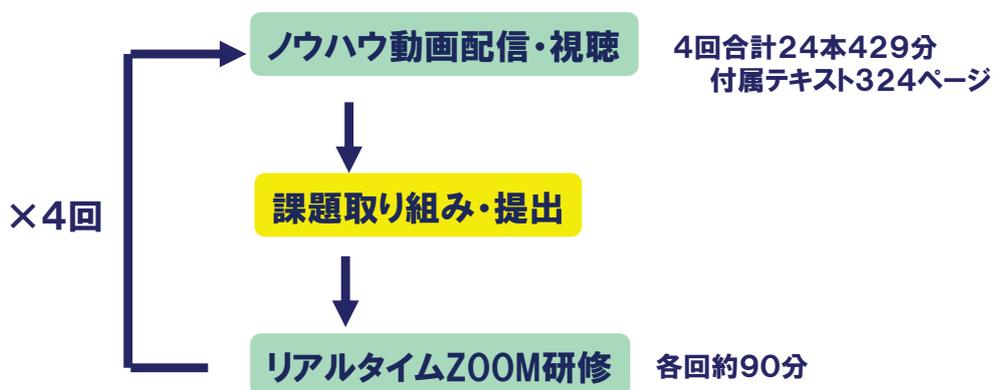
▽プロジェクトメンバーの例



オンライン展示会営業®研修の進め方（全4回）

貴社 & 弊社

貴社



期間中、ZOOM、メール、電話、来社での個別相談は無制限で対応します。

受け身では成果は出ません。

Copyrights (C) 示会営業® All Rights Reserve

オンライン展示会営業®研修 標準カリキュラム(全4回)

内容	時間	展示会営業®ノウハウ概要	成果物
1 ノウハウ動画1 課題取り組み リアルタイムZOOM研修	7本128分 90分	展示会の成果を決定づける出展コンセプト策定 自社が何者かを顧客価値で考える肩書の決定 ブースやZOOM商談で活用する1分トークスクリプト	出展コンセプト完成 興味喚起する肩書 記憶に残す1分自己紹介
2 ノウハウ動画2 課題取り組み リアルタイムZOOM研修	5本84分 90分	見込み客を惹きつけるキャッチコピー、プロフィールのづくり方 優良な名刺・リストを集めるブースオペレーション 次回接触を容易にする特典企画	3秒で心を掴むキャッチコピー この人から買いたいと感じるプロフィール 特典企画
3 ノウハウ動画3 課題取り組み リアルタイムZOOM研修	6本143分 90分	一枚にすべてを盛り込む！顧客獲得型名刺の作成 信頼を圧倒的に高める顧客の声コンテンツのづくり方 ブース前やオンライン展示会内でのセミナーのコンテンツ作成	顧客獲得型名刺 顧客の声チラシ 受注獲得型セミナーコンテンツ
4 ノウハウ動画4 課題取り組み リアルタイムZOOM研修	6本74分 90分	ド新規客とのリーチを増やすキーワードの選定方法 文章が苦手でも大丈夫！ブログ記事を量産する文章作成術 「買わせてください」とお願いされる商談設計法	見込客設定増大キーワード ブログ記事ライティングスキル 商談トークスクリプト

展示会出展

※オンライン会議室ZOOMで実施いたします。

※3～15名程度の展示会営業プロジェクトチームにこの研修を受講いただきます。

オンライン展示会営業®研修 事前視聴動画

※研修受講企業様だけがご覧になれる限定公開動画です。

事前視聴動画:

・4回合計24本429分 ・付属テキスト324ページ

第1講動画		7本 128分
1. コンサルタント自己紹介		18分
2. オンライン展示会とは?		13分
3. すべての土台! 出展コンセプト		37分
4. 顧客ターゲティング		18分
5. 出展コンセプト検討シート		20分
6. 目的・目標		18分
7. インパクトを残す肩書		4分

第3講動画		6本 143分
1. 顧客獲得型名刺の作り方		8分
2. 説得力を高める「顧客の声」の作り方		16分
3. 問題解決型商談で教える人になる		19分
4. 顧客獲得型セミナーの作り方		61分
5. 来場者を引き付けるエンタメプレゼン		20分
6. ミニセミナーの作り方		19分

第2講動画		5本 84分
1. 3秒で顧客をつかむ! キャッチコピー		26分
2. 「この人から買いたい」をつくるプロフィール		15分
3. 細部に神が宿る! ブースオペレーション		15分
4. 次につながる特典企画		10分
5. オンライン商談のコツ		18分

第4講動画		6本 74分
1. サイト流入を増やすキーワード選定法		18分
2. 原稿記事を量産する文章作成術		17分
3. リスト獲得を加速させるお役立ち資料		15分
4. 1分自己紹介動画を撮影してみる		7分
5. 志プレゼン動画をつくってみる		10分
6. 目標設定		7分

Copyrights (C) 展示会営業® All Rights Reserve

オンライン展示会営業®標準スケジュール

※開始月をご相談に応じます。

※期間を短縮して実施することも可能です。例えば各セッションを毎月2回にすると2月で仕上がります。

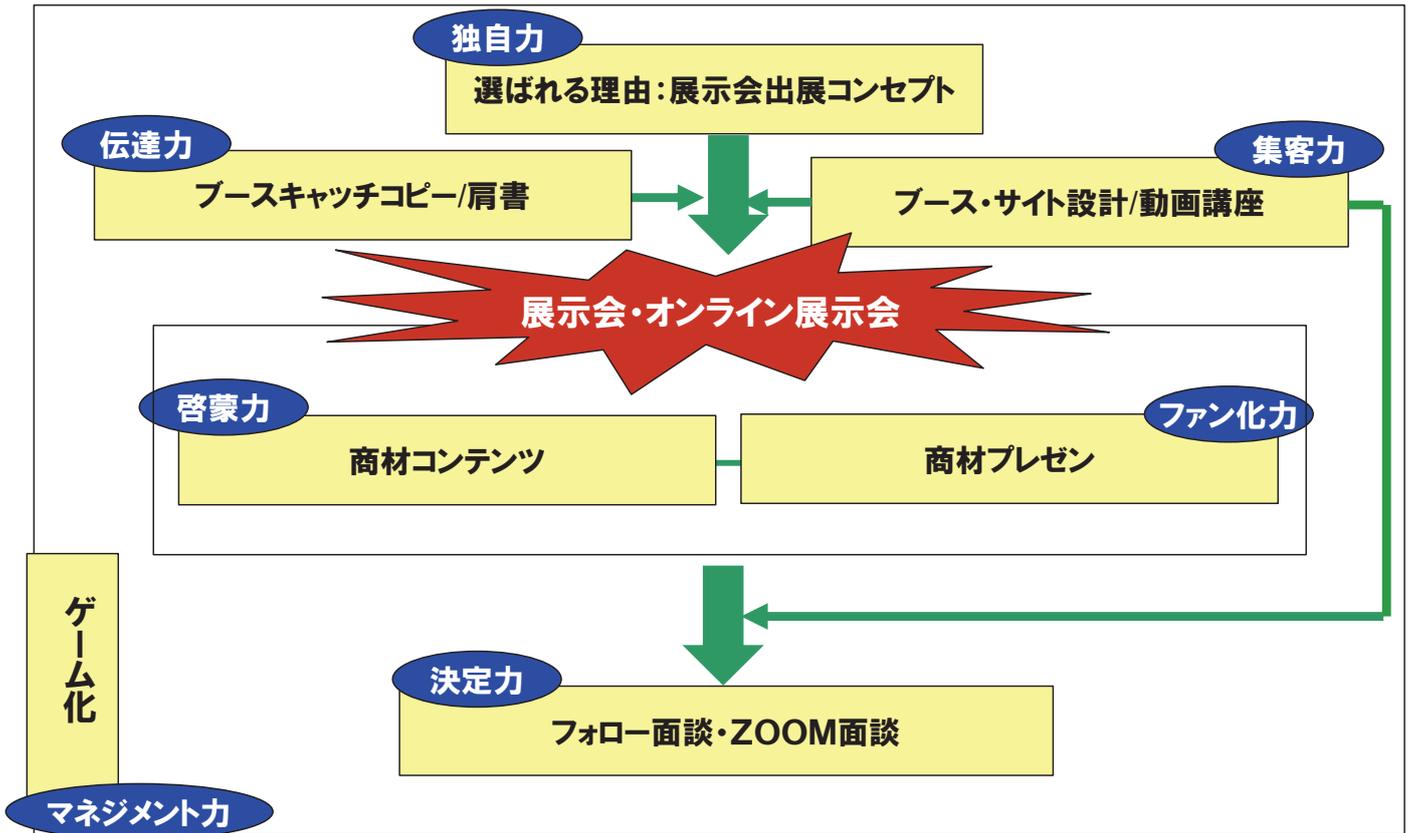
No.	内容	時間	分担	n月				(n+1)月				(n+2)月				(n+3)月				(n+4)月				(n+5)月							
				1W	2W	3W	4W	1W	2W	3W	4W	1W	2W	3W	4W	1W	2W	3W	4W	1W	2W	3W	4W	1W	2W	3W	4W				
1	ノウハウ動画配信・視聴	90分	貴社・弊社	○				○				○				○				○											
2	課題取り組み・提出		貴社		○				○				○				○				○										
3	課題フィードバック(ZOOM)	90分	貴社・弊社			○				○				○				○				○									
4	リアル展示会出展																														
5	個別相談(期間中回数無制限)(ZOOM)		貴社・弊社	→																											



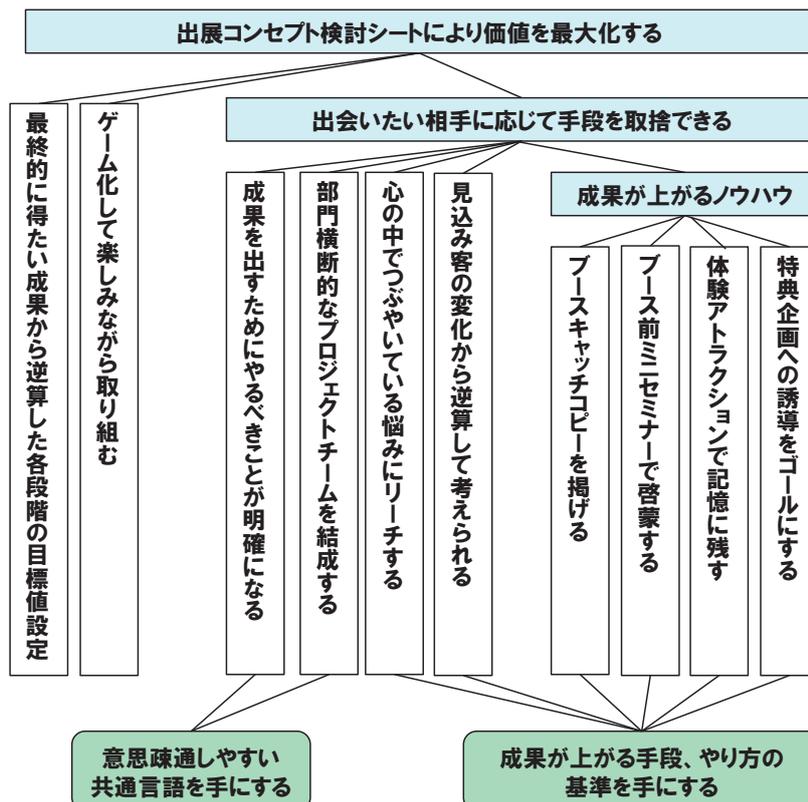
リアル展示会出展

オンライン展示会開催がそのままリアル展示会の出展準備になります。

展示会やオンライン展示会で成果を上げる7つの力

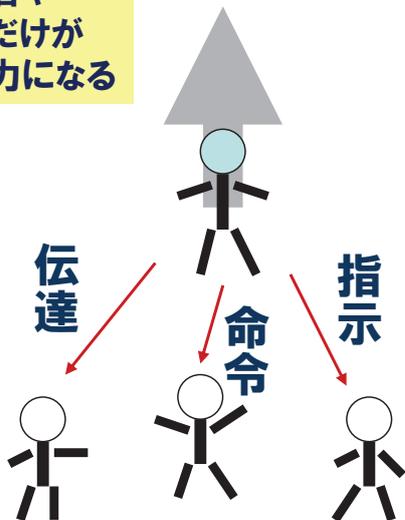


オンライン展示会営業®研修によって展示会を成功に導く



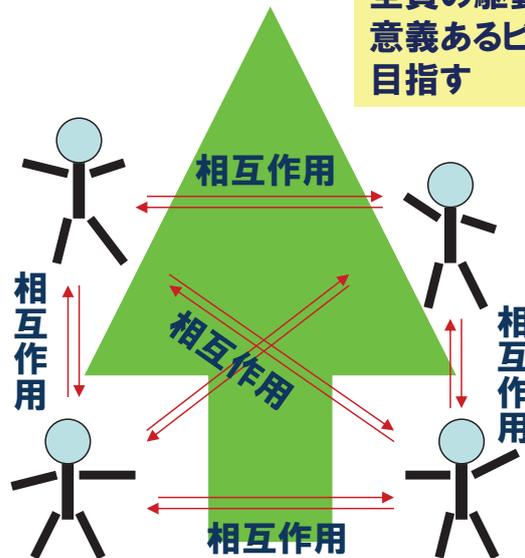
機関車経営から新幹線経営へ

経営者や幹部だけが
駆動力になる



機関車経営 (他律型組織)

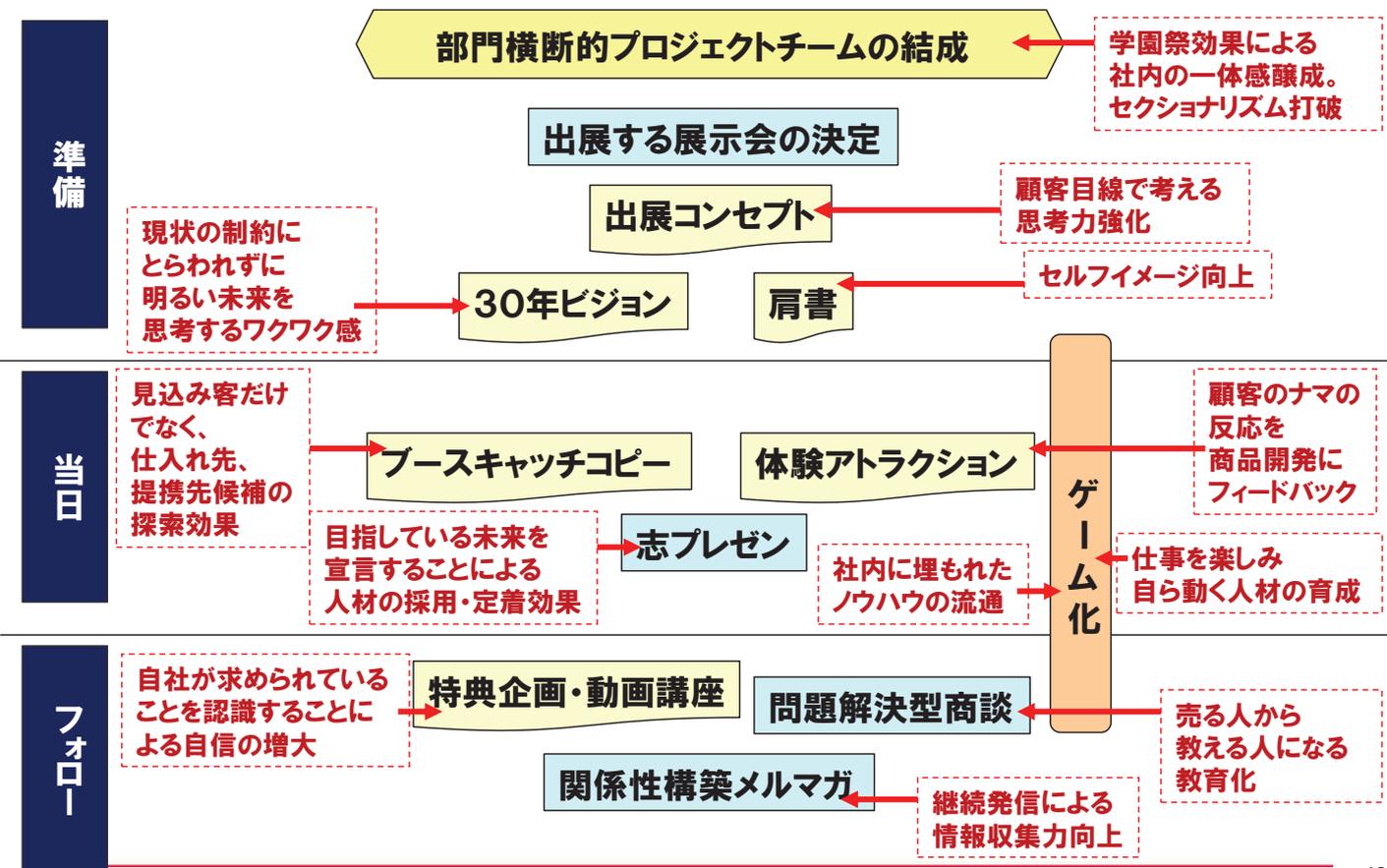
全員の駆動力で
意義あるビジョンを
目指す



(自律協調型組織)

先頭の機関車だけが引っ張るのではなく社員全員が駆動力を持つ

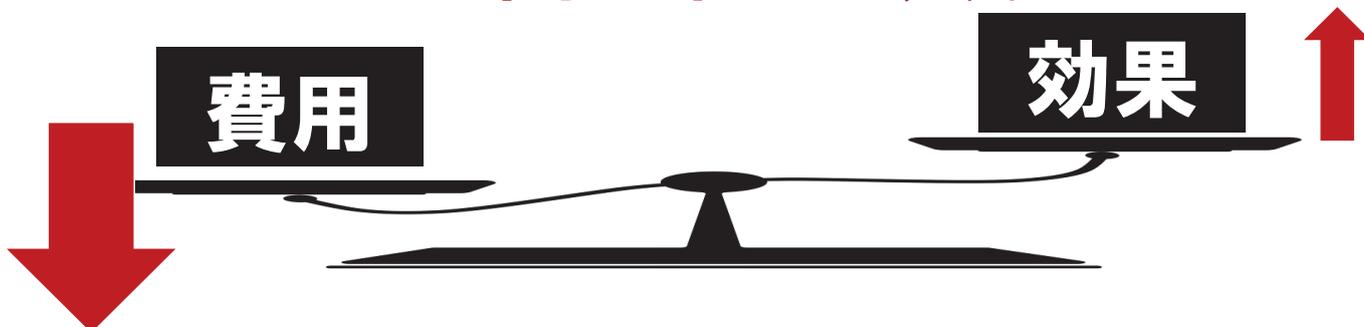
オンライン展示会開催や展示会出展で会社を変える！



費用を最小化する



展示会を活用して、**中小企業さんに元気になってほしい**



補助金・助成金

Copyrights (C)展示会営業® All Rights Reserve

50



オンライン展示会営業®研修費用

・360分のワークショップ型研修の実施	66万円(税込72.6万円)
・429分のノウハウ動画	81万円(税込89.1万円)
・期間中無制限のZOOM、メール等による個別相談	90万円(税込99万円)

237万円(税込260.7万円)

↓
1,670,000円(税込1,837,000円)
↓

※ただし、**補助金・助成金**として 円が支給されるため、
 円のプラスが生じます。

ご注意

1. 月 日 () の17:59までのお申込みに限ります。
2. ご希望が多数となった場合、期間内でも途中で終了することがあります。

Copyrights (C)展示会営業® All Rights Reserve

51

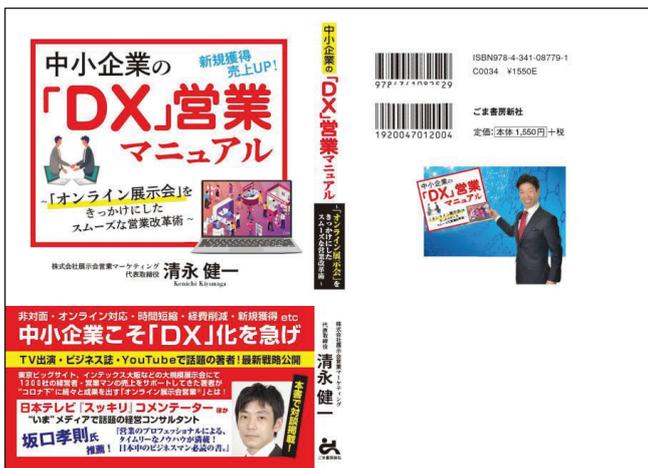
補助金・助成金についての詳細も個別相談でご質問ください

◆個別相談の申し込み方法

のちほど、
このセミナーに申し込みいただいたメールアドレスに
【復習メール】をお送りします。
【復習メール】に、
個別相談の候補日時を記載していますので、
ご希望日を指定の上、ご返信ください。

Copyrights (C) 展示会営業[®] All Rights Reserve

52



株式会社展示会営業マーケティング

代表取締役社長 清永健一

展示会営業[®]コンサルタント 中小企業診断士

〒140-0002 東京都品川区東品川5-9-15-904

(東京ビッグサイトのすぐ近くです)

TEL: 4500-8539 FAX: 03-4330-1690 mobile: 090-1968-0468

Mail: kiyonaga@tenjikaieigy.com

URL: https://tenjikaieigy.com/

