

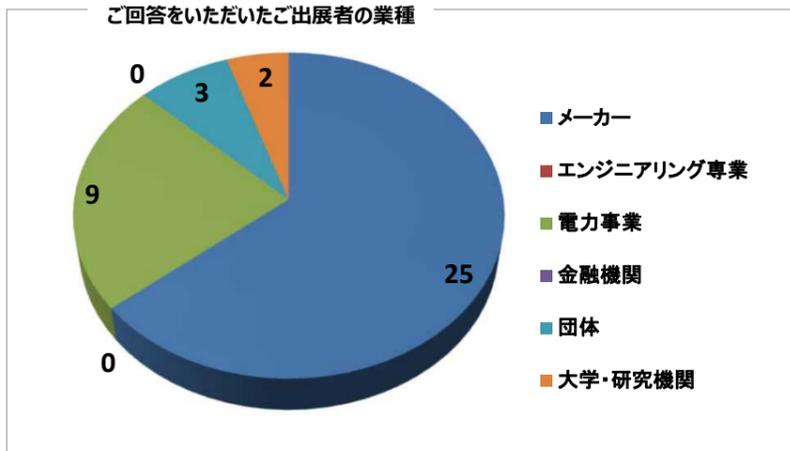
第17回エレクトロヒートシンポジウム ご出展者様アンケートご回答まとめ(最終報告)1/5

ご出展の皆様にはアンケートにご協力いただき誠にありがとうございました。

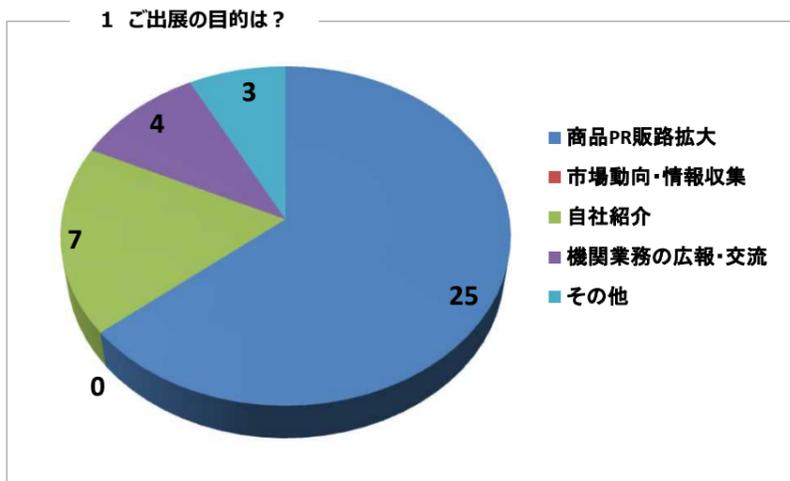
勝手ながら1月末日をもちまして締め切らせていただきました。このご報告が最終となります。

次回第18回につきましても引き続きご支援を給わりますようお願いいたします。

2023年2月1日 エレクトロヒートシンポジウム事務局



<ご出展の目的など全般に関して>



アンケート設問

<ご出展の目的など全般に関して>

- 1-1 ご出展の目的は？
1-2 ご出展の目的は達成されましたか

<出展方法、運営などに関して>

- 2 第16回から動画出展をPDF出展に切り替えましたがいかがでしょうか
2-1 技術展示サイトの構成や出来栄はいかがでしたでしょうか
2-2 募集から終了までの運営はいかがでしたでしょうか
2-3 募集のご案内や「出展要項」は判りやすかったですでしょうか
2-4 メルマガやリーフレットはPRにご活用いただけましたか
2-5 出展料は妥当でしょうか

<閲覧者情報の扱いについて>

- 3 ご提供した「出展ページ閲覧者の入場登録情報」はお役に立ちましたか
3-1 閲覧者情報はどのようにご活用されましたか
(される予定でしょうか)

1. 閲覧された方にお礼状を送るなどコンタクトを取った(あるいは、取る予定)
2. 閲覧された方にコンタクトを取って個別のご相談を受けて対応中
3. 閲覧された方の分析(業種・業態等)を行った(あるいは、行う予定)
4. その他の活用法
5. 特に利用していない(あるいは、利用する予定は無い)

- 3-2 開催期間中にご出展ページからのお問い合わせ等は
ございましたか

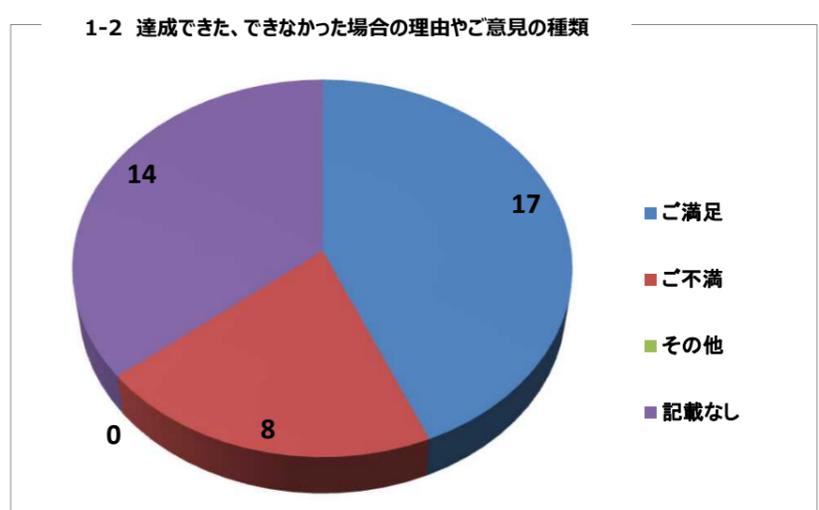
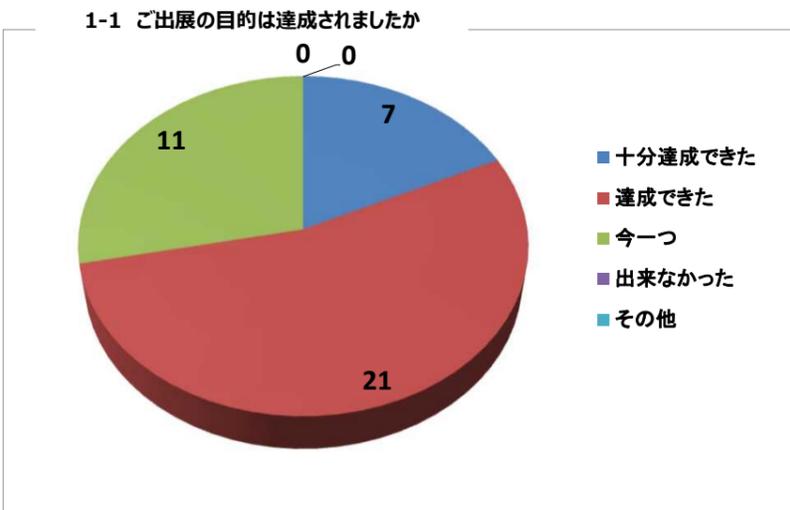
- 3-3 今回ご出展ページ枠共通に新設した「お問い合わせフォーム」から
のお問い合わせ等はございましたか

<次回に向けて>

- 4-1 次回の開催方法について
4-2 次回もご出展いただけますでしょうか
5 その他全般的なご意見他

備考;ご意見で

- 「●」付きはご指摘など
「△」付きはご提案その他など



<主な目的達成のご意見>

- 具体的な問い合わせが数件あった。 ○技術展示を視聴したお客様から視聴したとのご連絡があり ○問合せを数件いただくことができた。
- 新規顧客からの問い合わせがあった。 ○興味があると聞きしていたお客さまに来場いただいたため。
- 120名以上の展示来場者があり一応の効果はあった。今後営業から顧客へのアプローチを行う。 ○一定数の来訪があったため。
- それなりのアクセスがあり情報をPRできた点。 ○一定のお客様にPRできたため。 ○複数のアクセス及び閲覧があったため。
- 延べアクセス数は340回と55社平均262社より多かった。 ○たくさんの方々に見ていただいた。 ○昨年よりも多くの来場がありました。
- 多くの方に来場いただき、PRできたと思います。また、期間特別配信も実施させていただきましたので、目的は達成。
- 多くのお客さまに閲覧いただけたものと感じている。また、シンポジウム中に開催したオンラインセミナーにおいて多くの視聴者を得た。
- 多くの方にご関心・ご来場いただいたので。

<主な今一つ、達成できなかったのご意見>

- 一定数の来場者で会社を知ってもらうことは出来たと思うが、目的に繋がる問合せが無かった。
- 弊社ブース入場者数は平均より多かったが具体的な引き合いに繋がらな質問、依頼が無かった ●問合せがほぼ無かった。
- 一定数の来場者で会社を知ってもらうことは出来たと思うが、目的に繋がる問合せが無かった。 ●来場目標数の目標値を達成できなかったため
- 問合せが少ない。 ●問合せはそれほど多くなかったため。 ●閲覧されているが、問い合わせまでには至らなかった。
- 地元企業の閲覧が少なかった

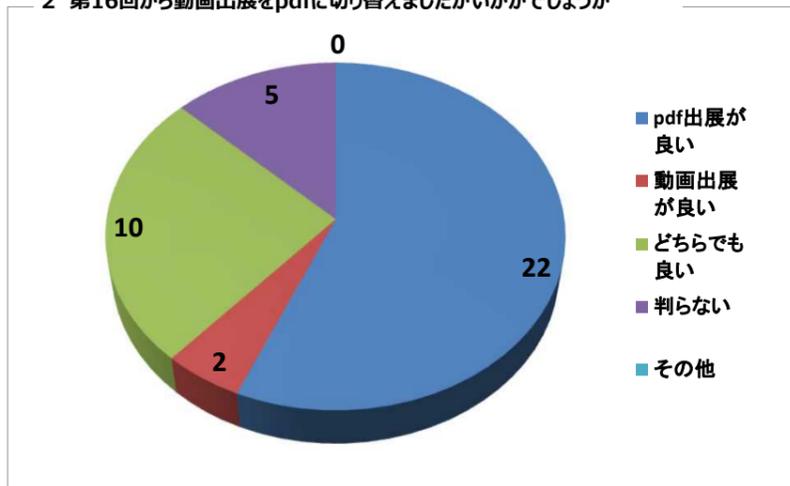
<その他のご意見>

特になし。

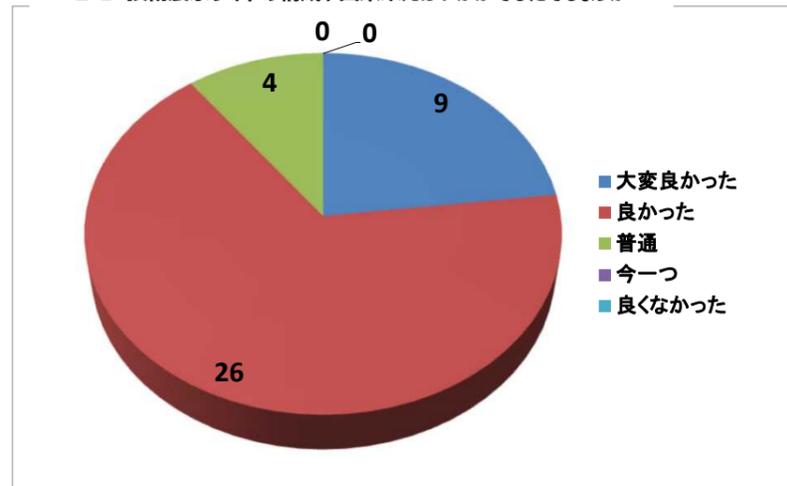
第17回エレクトロヒートシンポジウム ご出展者様アンケートご回答まとめ(中間報告)2/5

<出展方法、運営などに関して>

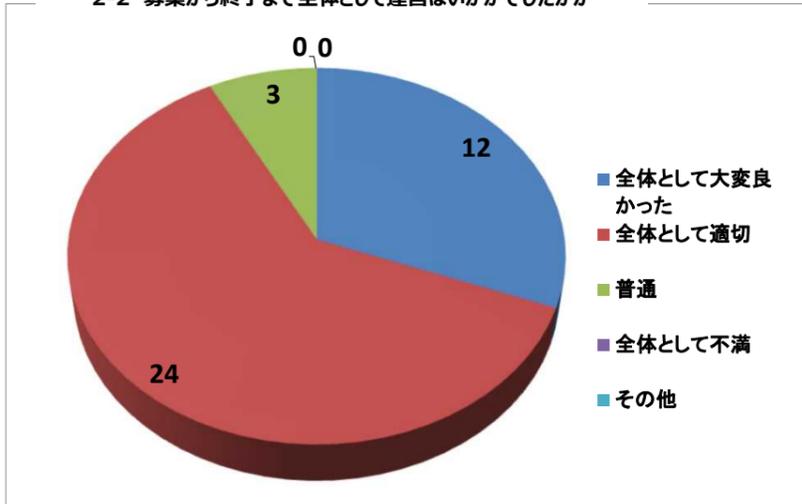
2 第16回から動画出展をpdfに切り替えましたがいかがでしょうか



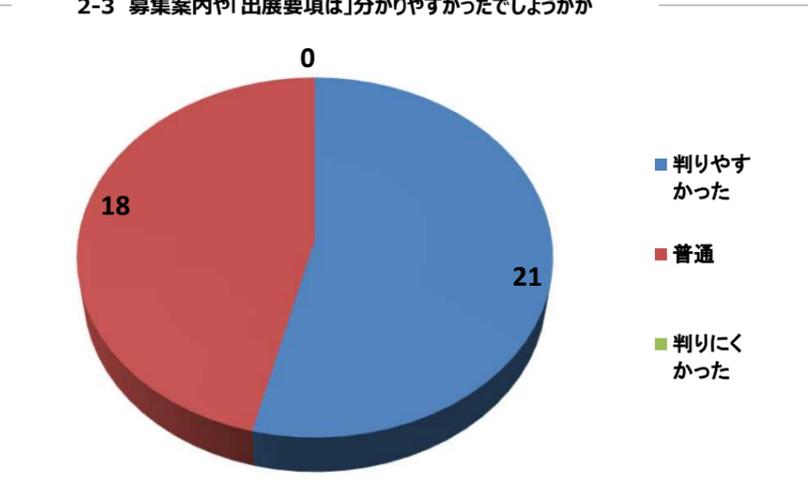
2-1 技術展示サイトの構成や出来栄はいかがでしたでしょうか



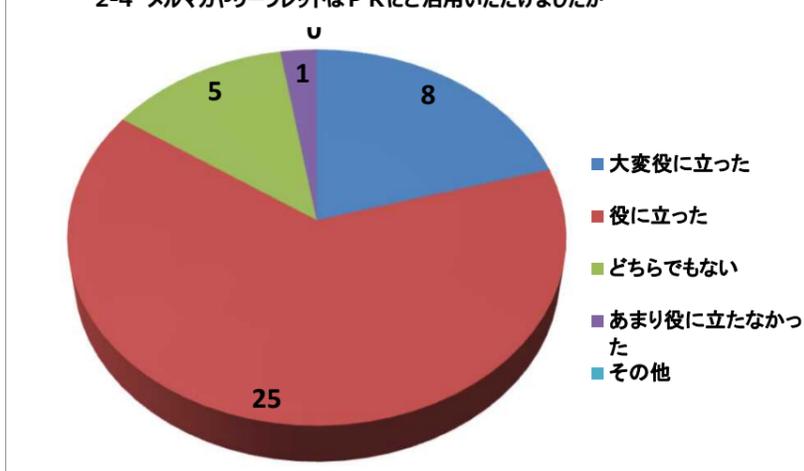
2-2 募集から終了まで全体として運営はいかがでしたか



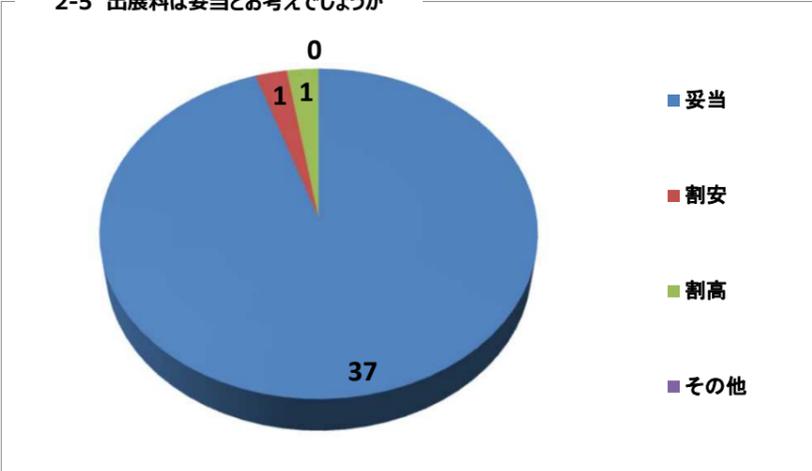
2-3 募集案内や「出展要項は」分かりやすかったですでしょうか



2-4 メルマガやリーフレットはPRにご活用いただけましたか



2-5 出展料は妥当とお考えでしょうか



<第16回からppt出展に切り替えたことへのご意見>

- 来客者が見たいものが見れるから良い。 ○PDF出展の方が出展者側が効率的。
- 自分のタイミングで閲覧できることからPDFの方が見やすい。また事務局も作成の手間がかからない。
- 出展アイテムの自由度が増した。

- やはりリアルが良い。

<その他のご意見>

- △コロナの状況次第ですが、次回は現地開催とのハイブリッド方式もご検討いただければと思います。

第17回エレクトロヒートシンポジウム ご出展者様アンケートご回答まとめ(中間報告)3/5

<サイトの構成や出来栄、運営などに関するご意見>

<構成、出来栄>

- 昨年同様見易く良かったと思います。 ○迷うことなく目的の場所に入れたと思います。非常に見やすかったです。 ○発表等の視聴スピードが変えられるのは良い。
- 年々使い勝手や見やすさが向上している。 ○昨年はポータルパナーのスペースが異なりましたが、今回は同スペースで見やすかったと思います。

- あえて言えば、一部の動画で雑音が大きかったり、音量のレベルがまちまちだった。

<運営など>

- 円滑に遂行出来たことが良かったと思います。 ○タイムリーなPR活動がなされていたと思います。
- 募集期間に余裕があり、事務局から密に連絡があった。 ○ご案内は早めにご連絡いただき、更に締め切り間近にはリマインドしていただくことで、とても助かりました。
- 案内を早めにいただくことができ、締め切り前にはリマインドいただくことで、スムーズな準備ができました。
- リマインドのお知らせもあり、不明な点を丁寧に説明していただきました。 ○分からない点を都度サポートいただけたことが、とても助かりました。
- 期間中複数回の案内があり、倦怠や気づきにつながったと思います。またプレ期間を設けていただいたおかげで当社セキュリティ上による不具合に事前に気づけ助かりました。
- スムーズな運営と細かなご連絡、大変ありがとうございました。今後もよろしくお願いいたします。 ○昨年同様のため特段分かりにくい点はありませんでした。
- 毎朝来場実績のメールが自動で届くなど、システム化されておりルーティン的に実績を知ることができた。 ○日々の来場者リストがメールで送付頂けるのは良かった。
- 日報もあり助かります。
- 期間限定のセミナーは再入場を促す良い企画と思います。

- 2分野出展の方法が少しわかりにくかった点はあったが、他は特に問題なかった。
- 事務局としては良かったのですが、当方の対応が後手後手になってしまった。

<リーフレット他について>

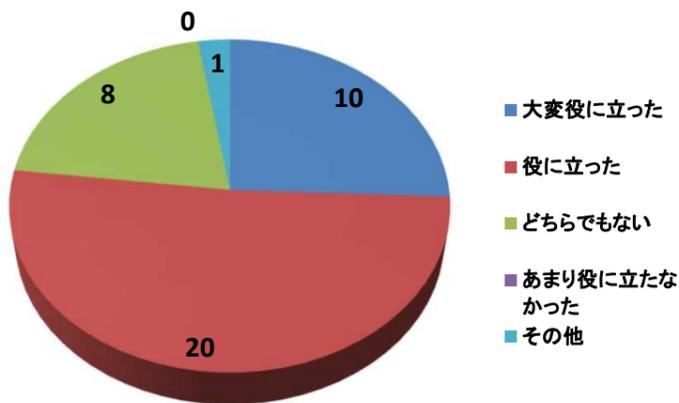
- △開催案内のペーパーでの配布は不要と思います。当社では社内及びお客様へもメール配信で十分でした。
- △リーフレットのPDFデータをいただくと、訪問できないお客様にもメールでURLとともにPRできると思った。(社内でリーフレットをスキャンして使用したが)。
- △リーフレット枚数が多かった。

<出展料について>

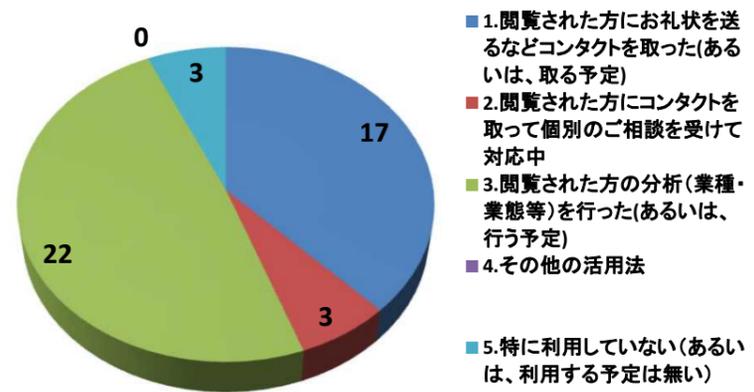
- △出展のページ数によって出展料が異なるのは(出展内容はリンクページに飛ばせるため)あまり意味がないと思います。出展料で差をつけるなら、スペースではなく、リンクの有無や動画の有無など内容に制限を設けるのが良いと思います。

<閲覧者情報の扱いについて>

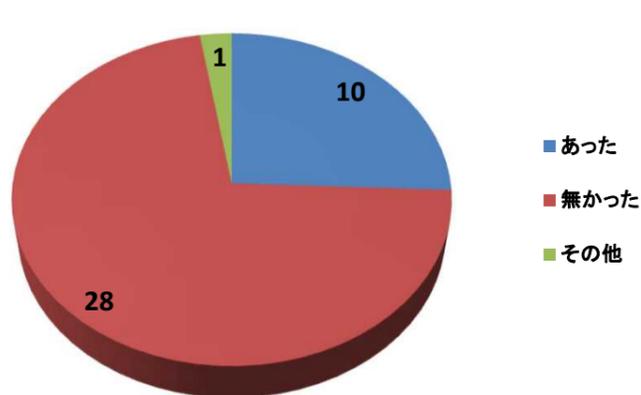
3 「出展ページ閲覧者の情報」お役に立ちましたでしょうか



3-1 「出展ページ閲覧者の情報」はどのように活用されますか (される予定)



3-2 開催期間中にご出展ページからお問い合わせやコンタクトはありましたか



<コンタクトの内容>

- 詳しい話を聞きたいという連絡が数件あった。
- 自社設備のCN対応改修提案を要請された。
- 当社ソリューション内容に関するお問合せ。
- 当社再エネメニューに関する問い合わせ。

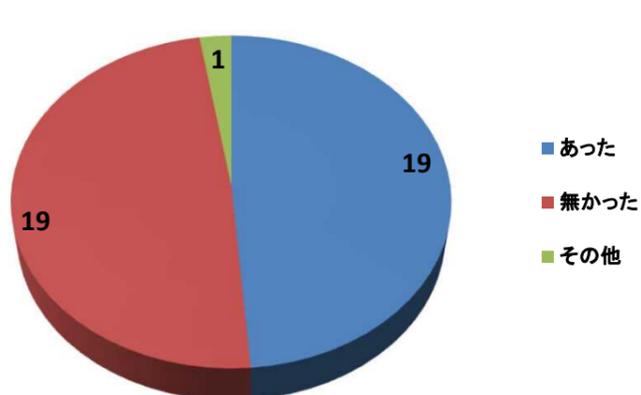
<その他のご意見>

- △当方からのアプローチ次第で商談につながる可能性はあります。

<閲覧者の入場登録情報のご提供に関するご意見>

- 来場者人数の把握もできた。
- 今後の営業活動で活用予定。

3-3 新設の問い合わせフォームからお問い合わせやコンタクトはありましたか



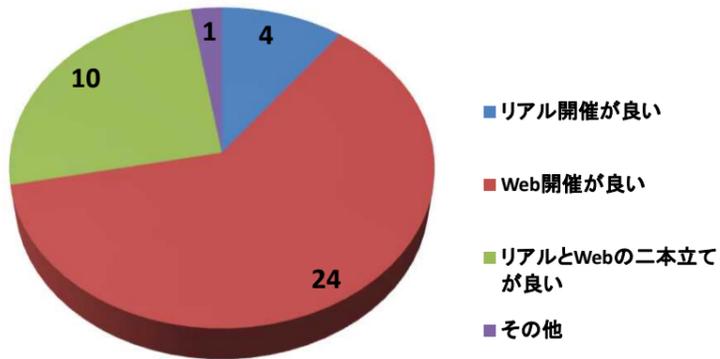
<お問い合わせフォームに関するコメント>

- 商談ではなく、当社への材料の売り込みがありました。
- 詳しい話を聞きたいという連絡が数件ありました。
- 直接飛んできた問い合わせは、1件のみ(コメントなし1件、事務局1件は含まず)でした。情報収集のための来訪者が多く、自発的に連絡を取りたい方は少ないのかもしれないと感じられた。
- 展示に関する内容や、それ以外の会社業種に関する質問を受け、ビジネスに繋がるかどうかは、未定だが、興味を持ってもらっていることが確認できた。

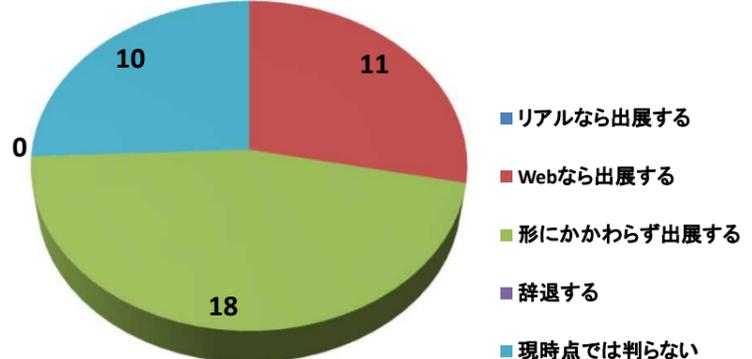
- △お問い合わせフォームの通知は来たが、問い合わせ内容やメールアドレスがなく、こちらから折り返して連絡するに至らなかった。
- △あったが、入力しないといけないと勘違いした問い合わせであった。
- △通知はいつか来たが、要望等の記載などが特に無く、連絡などをするにはつながらなかった。
- △目的のみ記載しており、問い合わせは特になかった。
- △定かではありません。

<次回に向けて>

4 次回の開催方法について



4-1 次回もご出展いただけますでしょうか



<開催様式に関するご意見>

<リアル派>

- 当社の作り方が悪いのか、WEBからの問い合わせがほとんどない。
- WEBは一方通行であるため、商談につながらないと思われる。次回はリアル開催も含めてご検討願います。

<Web派>

特段のご意見無し。

<シンポジウム全般に関するコメント>

- 初出展のため手探り状態でしたが、少しずつマーケット情報が得られつつありますので今後の製品開発や営業活動に役立てたいと思います。した。
- すぐに商談に結び付けるのは難しいですが、同業種で情報をPRすることで関心を持っていただけるのは非常によい機会だと思います。
- 以前にも増して、ゼロカーボン、省エネという切り口で見た多様な電気加熱方式が様々なシステムに応用されて社会貢献されているのが良く分かるシンポジウムでした。
- 回数を重ねることによりよい企画となっていると思います。
- 続けることが重要と思いますので継続をお願いします。
- 長期間にわたる運営・準備お疲れ様でした。引き続き、今後共宜しくお願い致します。
- 事務局のみなさま、おつかれさまでした。
- 有難うございました。 ○この度はありがとうございました。
- △ シンポジウム終了後も関係者は展示内容を一定期間確認できるようお願いしたい。
- △ WEB展示の場合、もっと広く開催案内ができれば尚よいかと思いました。
- △ WEBで参加、当社ページに来てくれた人の簡単なアンケートを取っていただくと助かります。
- △ 出展ページへの来場者が何に興味を持ったのか(どのリンクをクリックしたか)等もわかればよかった。
- △ 思っていたよりも出展企業が少ないと感じた。より多くの出展があると集客にもつながるのではないかと思います。

第17回エレクトロヒートシンポジウム ご出展者様アンケートご回答まとめ(中間報告)5/5

ご出展の目的一覧(ご参考)

<商品PR販路拡大>

- 新規顧客開拓のきっかけ作り
- 弊社製品・サービスを紹介し、産業分野のユーザー様と繋がり、お引き合いなど販売促進のため。
- 電化推進
- 製品・技術のPR
- 技術紹介と新規顧客開拓
- ヒートポンプへの取り組みのアピール
- 製品の紹介
- お客さまへのサービス周知
- 製品PRなど
- サービスのPR
- 製品・サービスのPR
- 企業認知度アップ、製品紹介。
- 新規顧客獲得と既存顧客へのPRのため。
- 新規顧客獲得のため。既存顧客へのPRのため。
- 電気ボイラ・ヒータの拡販
- 弊社最新商品の紹介
- 電力会社様、ユーザー様へのアピール及び認知度アップ度アップ。
- 書籍の出版を告知するため。
- サービスプロモーション
- 広く弊社HP製品を知ってもらい、引合を獲得する。(来場者の1割ブース来場を目指す)。
- 昨今のCNの機会を捉え、当社が提案するソリューション活動を広くPRすることを目的に出展。
- 当社製品の拡販を促進し、商談獲得を目指す。
- カーボンニュートラル達成に向けた弊社サービスメニュー、省エネ、省力化をソリューションするシステム提案や採用事例の紹介ならびにお客さまサイドでの省エネ、カーボンニュートラルに向けた取り組みの紹介。

自社紹介

- ヒートポンプ業界への貢献
- 当社PR
- 弊社のPR
- カーボンニュートラルに向けた弊社取り組みの案内
- 自社取り組みのPR
- 事業紹介
- 会社のPR

機関業務の広報・交流

- 省エネルギーセンターの活動の紹介と省エネ活動啓蒙
- 研究紹介
- 広報活動
- 機関業務の広報・交流

その他

- 記載なし