



salesforce

SalesforceとPardotで できることを理解する

株式会社セールスフォース・ドットコム
カスタマーサクセス統括本部



アジェンダ

本タスクの内容

1. MAとは？
2. MAはなぜ必要なのか？
3. 活用のポイント
4. プロセスごとの主要機能
5. トラッキングの仕組み
6. ビジネスユニット
7. 用語について



1. MAとは？



MAとは？



マーケティングオートメーション(MA)とは「顧客開拓におけるマーケティング活動を可視化および自動化するツール」のことです。見込み顧客の固有情報や見込み客から収集した各種情報を一元管理し、育成、そして購買意欲の高い見込み客を絞り込む活動を自動的かつ効率的に行う役割を果たします。

2. MAはなぜ必要なのか？



なぜ今、マーケティングオートメーションが必要なのか？



昨今のビジネスシーンには大きな変化が訪れています



①購買プロセスの変化



②人材不足



③働き方の変化

①購買プロセスの変化

営業の知らないところで進んでいる見込客の購買プロセス



お問い合わせまでに
購買プロセスの 60% が完了 ※

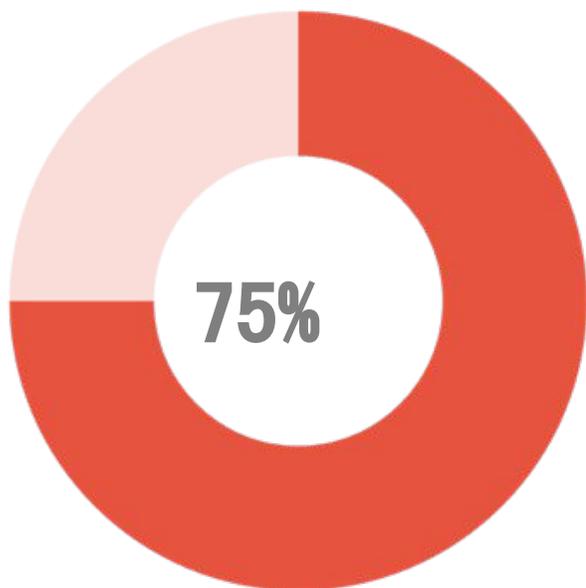
※出典: Corporate Executive Board 「Value-ology」

インターネットの普及により自ら情報収集できる手段が広がったため
自社の製品・サービスの魅力を十分に伝えることができないまま
知らぬ間に競合他社を選択されてしまうケースが増えてきている

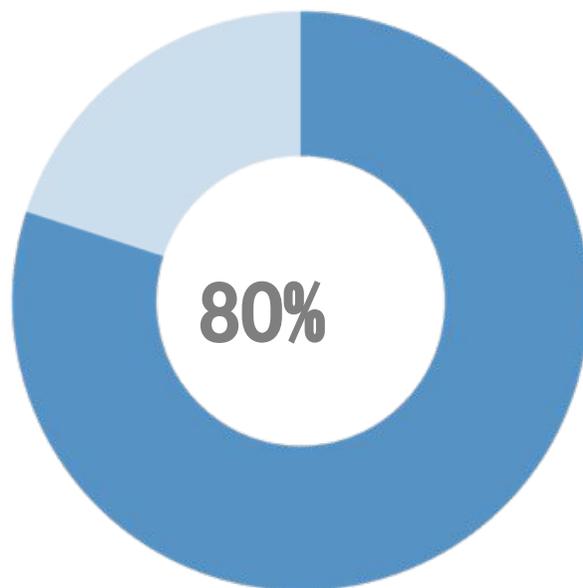
②人材不足

フォロー出来なかった見込み客は、その後競合から購入している

獲得した見込み客のうち
直近で購買検討まででない割合



積極的な購買意欲が見られないため
フォローを止めてしまった見込み客のうち
2年以内に競合企業から製品を購入する割合



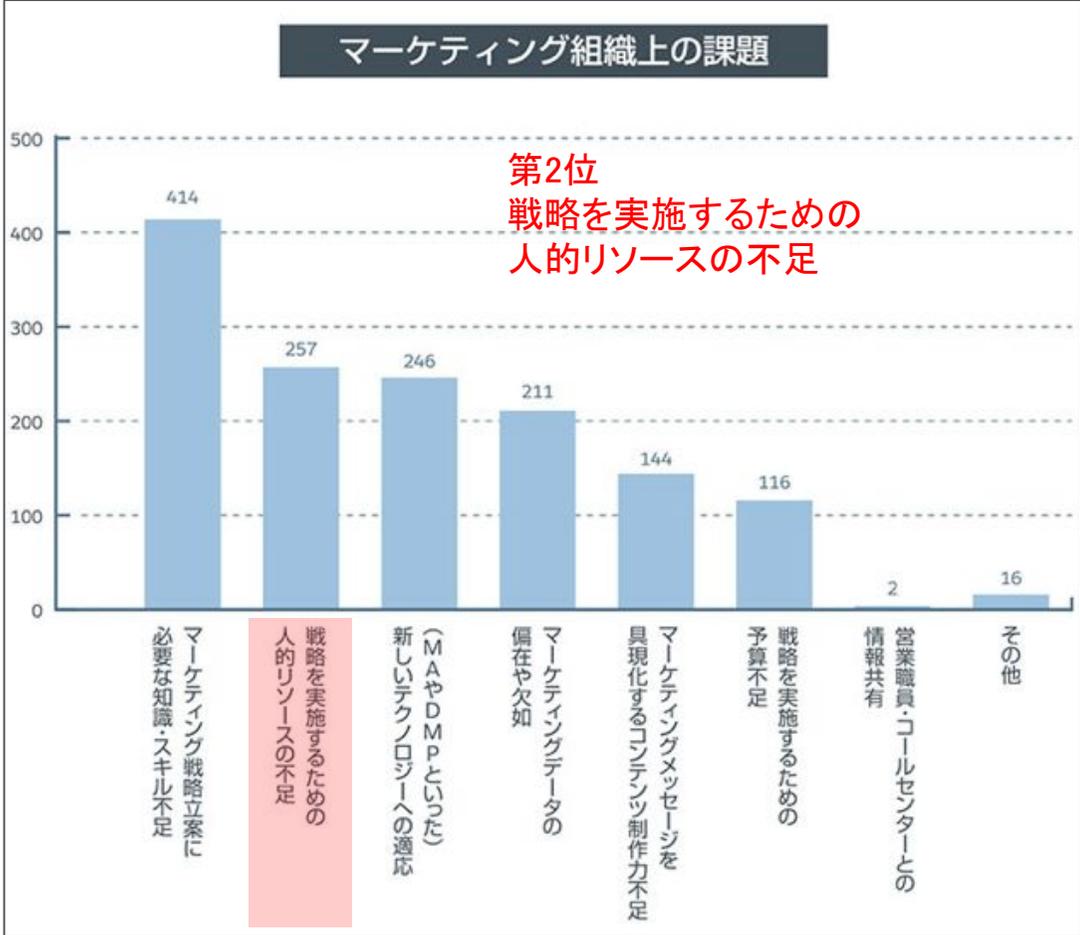
出典: Sirius Decision

しかし、営業担当は忙しく
目の前の見えているお客様対応がメイン
一度休眠するとなかなか掘り起こせない



③人材不足

「手動」は「自動化」へ。工数を減らし、人的リソースは戦略的な活動に集中させる



労働力人口が減り続ける日本企業が行うべき改善の取り組みとは?
<http://www.kddi.com/business/column/20180104/productivity-improvement/>

AIはマーケティング担当者に欠かせない「パートナー」となる
<https://www.salesforce.com/jp/blog/2018/06/AI-for-marketers>

③働き方の変化

DXの流れに加え、COVID-19の影響もあり働き方の変化が加速



オフィスワーク



リモートワーク



会議・商談



WEB会議



セミナー・展示会

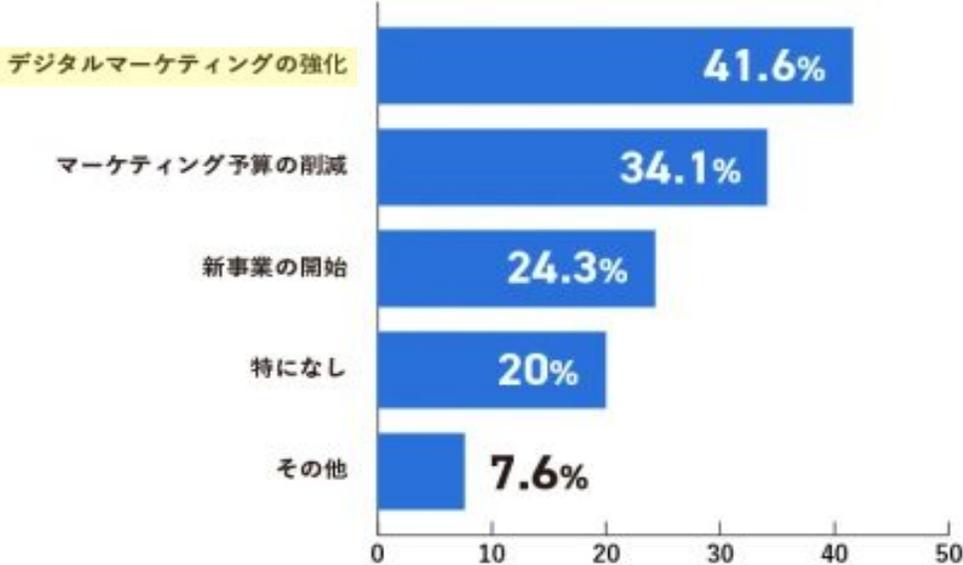


Webinar

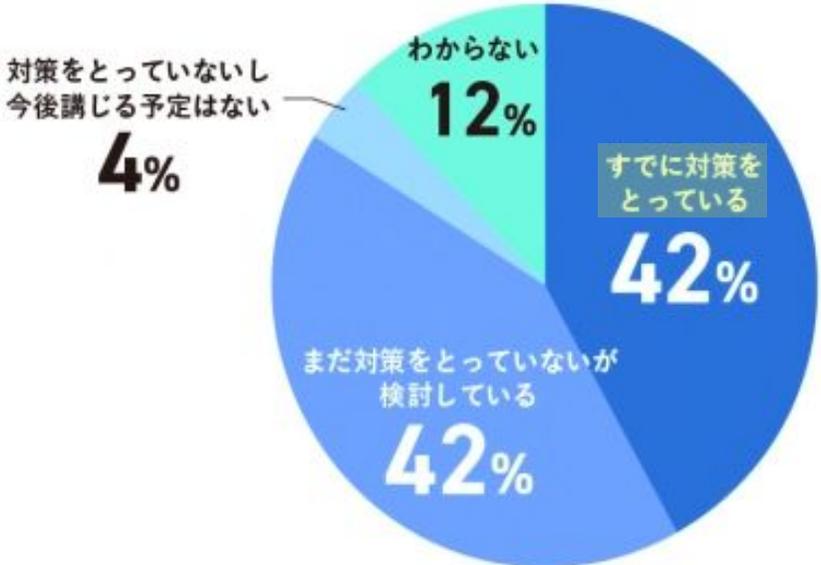
市場の変化/働き方の多様性への対応

多くの企業がデジタルマーケティング強化に取り組み始めています

すでにとっている、もしくは現在検討している対策を
次のうちから全て選択してください



あなたの勤務先や担当しているクライアントにおいて、
コロナウイルスの拡大を受けてマーケティング戦略の見直しを行なっていますか



123人

※ 株式会社BLAM社による調査結果(新型コロナウイルス拡大感染に伴う企業のマーケティング活動への影響調査)
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000040.000030645.html>

市場の変化/働き方の多様性への対応

すでに各社ともデジタルマーケティング強化に対する取り組みがはじめています

すでにとっている、もしくは現在検討している対策を
次のうちから全て選択してください

あなたの勤務先や担当しているクライアントにおいて、
コロナウイルスの拡大を受けてマーケティング戦略の見直しを行なっていますか



“デジタル = 非対面”

で顧客と向き合う必要性

顧客の本音はより一層つかみにくく

従来よりWEBでの情報収集が進み、本音がつかみにくい状況に



見込客



社長から検討するように
言われたから調べてみるか

WEBセミナー参加しよう



過去にメールもらったな



WEBサイトも確認しよう



各社調べたんだけど
他社さんに決めたよ

貴社営業

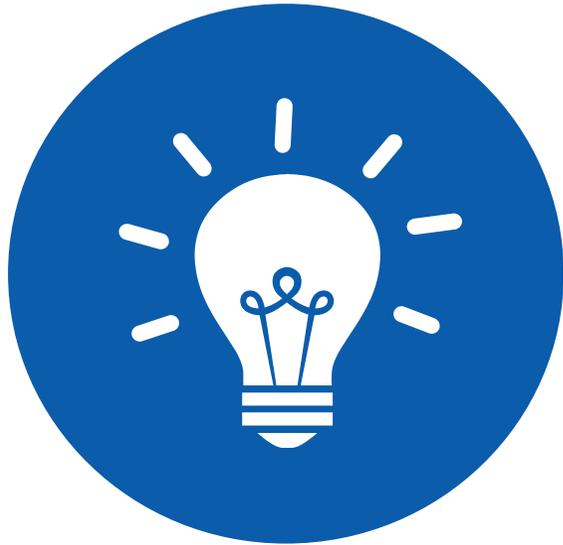
見込客



えっ??!!
一声掛けてよ...
早く言ってくれば...

まとめ

急速に変化する時代に対応する必要がある



購買プロセスの変化



人材不足



働き方の変化

見込み客のオンライン上の行動を可視化し
興味・反応に応じたマーケティングの実務作業を自動化する仕組みが必要

3. MA活用のポイント



マーケティングオートメーション

企業は何をすべきか



見込み顧客の
行動・関心事に応じて
個別にアプローチ



ウェブサイトの
閲覧



メルマガ購読

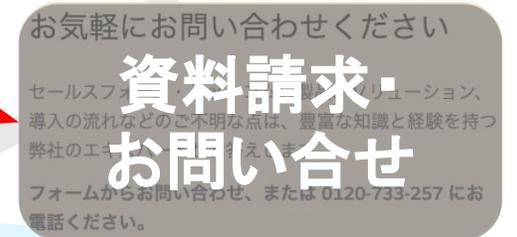
見込み顧客



これら一連の活動を**自動化**



イベント・展示会
ウェブセミナー
参加

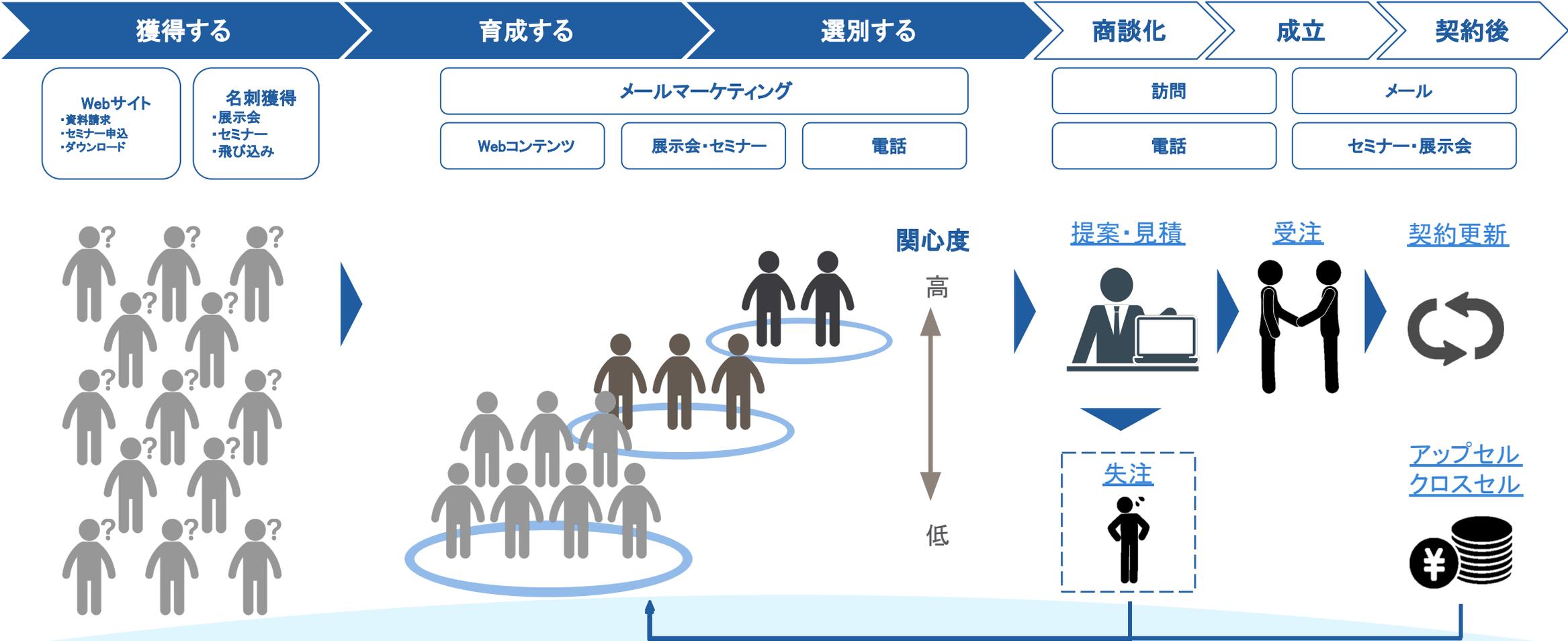


お気軽にお問い合わせください
資料請求・
お問い合わせ

Pardot活用のコツ

一般的な見込み発掘～受注に至るプロセス

見込み客を



獲得する

育成する

選別する

商談化

成立

契約後

Webサイト

- 資料請求
- セミナー申込
- ダウンロード

名刺獲得

- 展示会
- セミナー
- 飛び込み

メールマーケティング

Webコンテンツ

展示会・セミナー

電話

訪問

電話

メール

セミナー・展示会

関心度

高

低

提案・見積

受注

契約更新

失注

アップセル
クロスセル

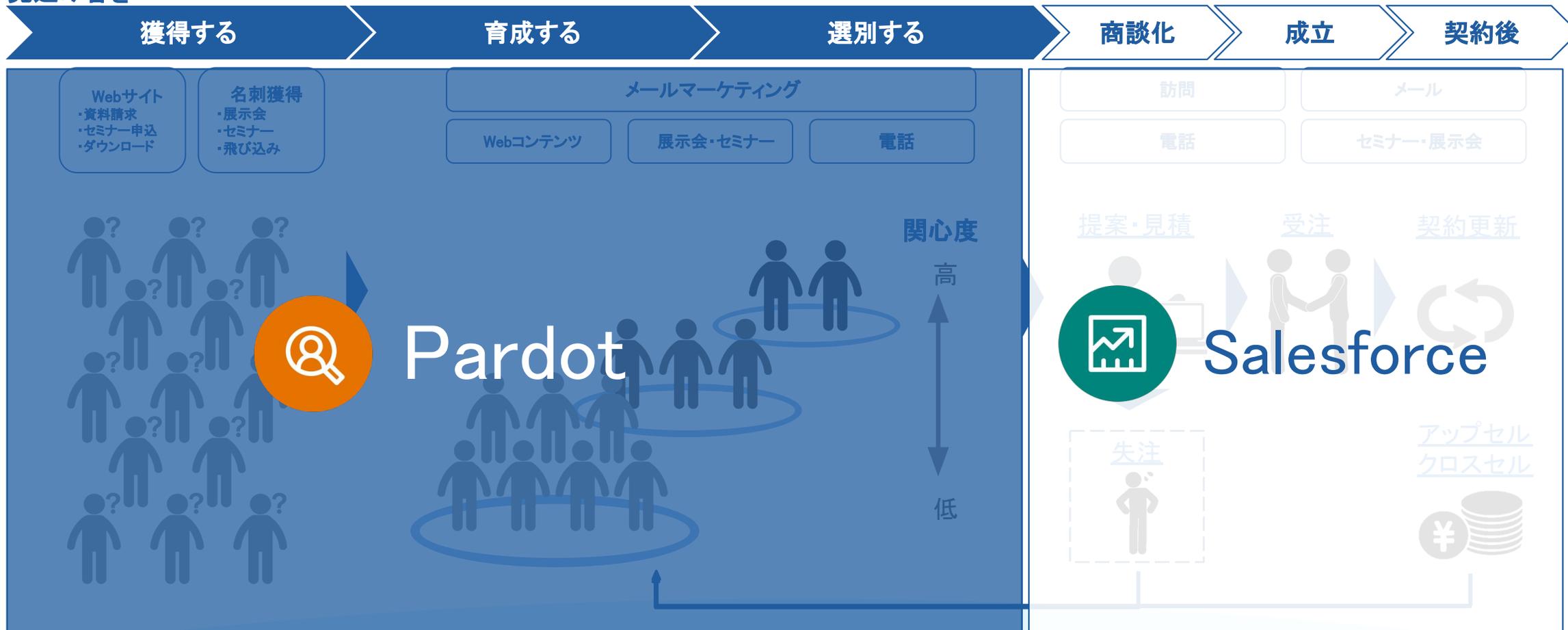


Pardot活用のコツ

PardotとSalesforceの各役割



見込み客を



Pardot活用のコツ

各プロセスで実施すべきこと

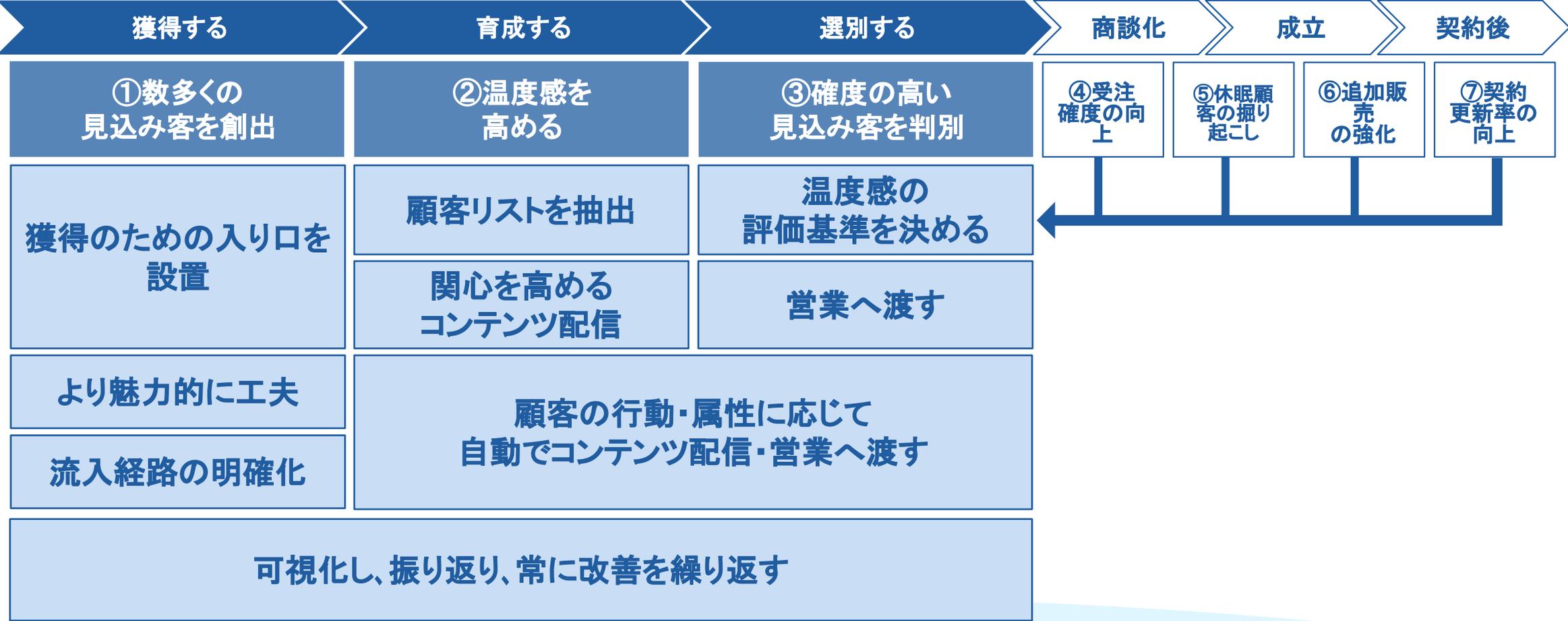
見込み客を



Pardot活用のコツ

各プロセスで実施することの詳細

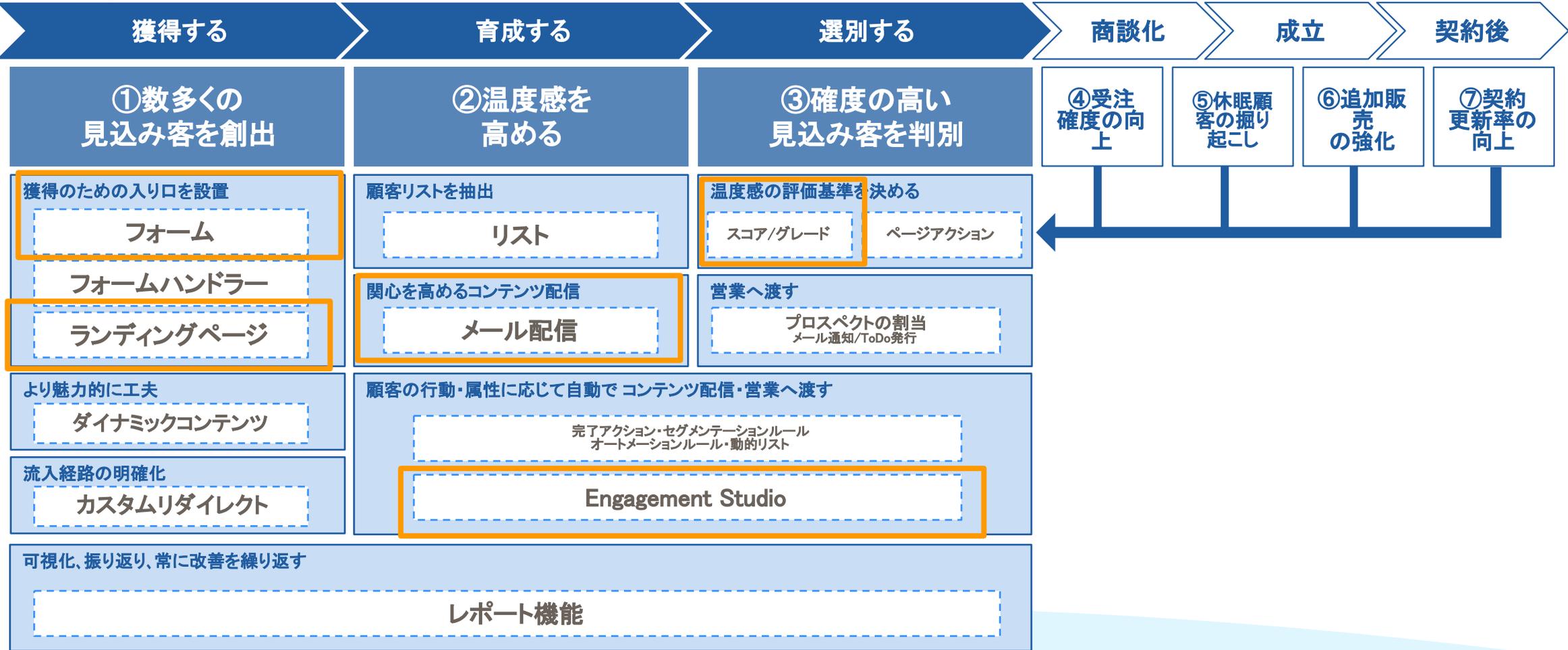
見込み客を



Pardot活用のコツ

それぞれを機能に落とし込むと...

見込み客を



4. 各種機能の理解



フォームとランディングページ



機能概要

- セミナー案内用のページやお申し込みフォームなどをテンプレートを使って簡単に作成

メリット

- ドラッグ & ドロップベースで作成可能
- 外注することなくページが作成可能

活用例

- キャンペーン用のページ作成
- セミナーやイベントの受付ページ作成
- 展示会出展の報告ページ作成



機能概要

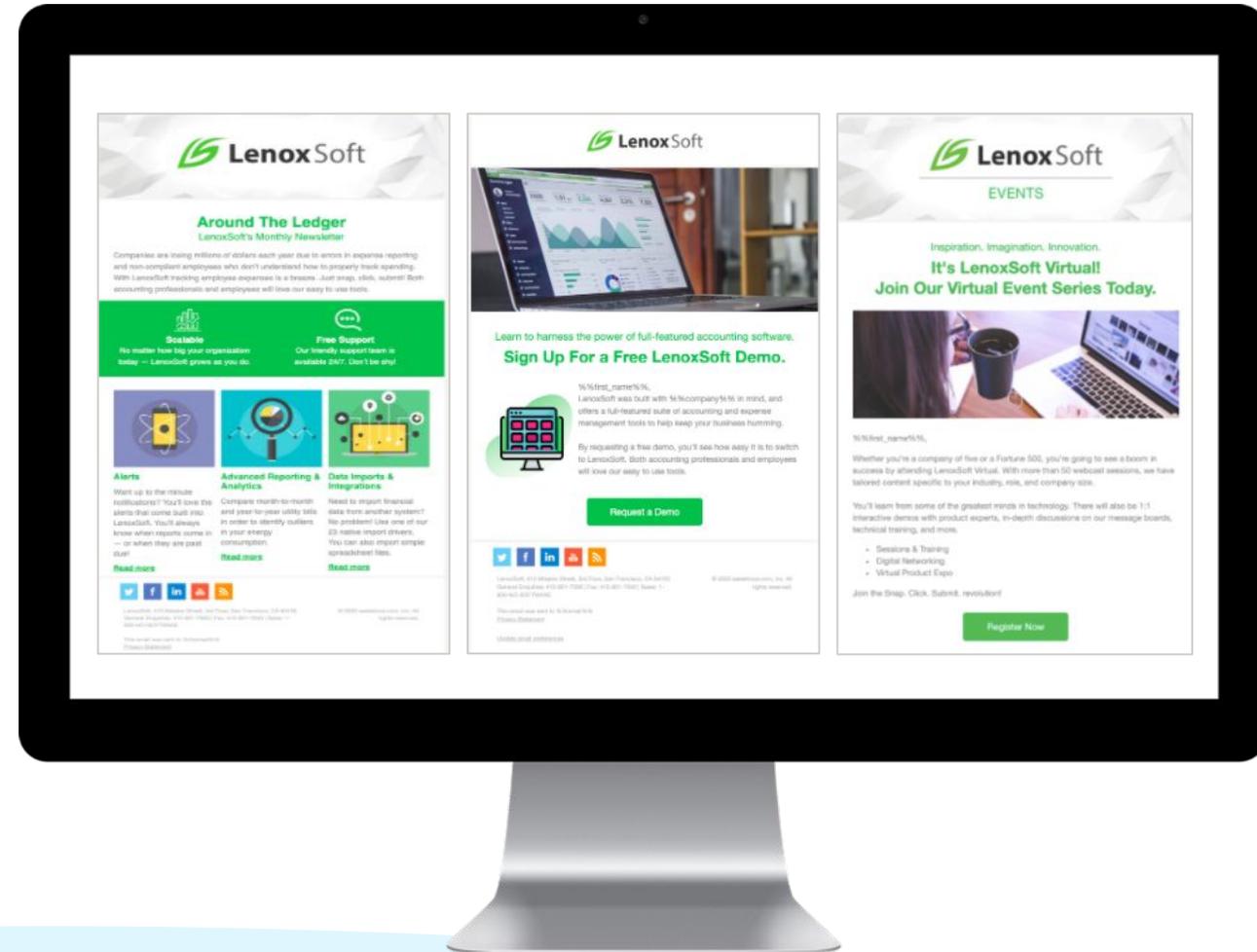
- マウス操作で見栄えの良いメールが作成可能
- CRM上のお客様情報を差し込み、One to One配信、配信予約など必要な機能を網羅
- HTMLエディター搭載

メリット

- 内製化により配信までのスピードが向上
- One to One機能を活用することで開封率・クリック率が向上

活用例

- セミナーや展示会などのイベント集客
- 定期的なメールマガジン
- 営業担当からの新商品案内



スコアリング



機能概要

- メール開封、リンクのクリック、Webページ閲覧といった行動に得点を付与し、製品やサービスへの関心度を数値化
- 関心度合いごとに商談フォローや次のMAシナリオを自動実行

メリット

- 受注見込みの高い顧客をすぐにフォロー
- それ以外の顧客を関心度を高める育成シナリオへ流す事ができる

活用例

- 高スコアのプロスペクトは商談化してインサイドセールスによる営業活動を開始
- 中～低スコア顧客へ定期的なキャンペーンメールを送る



Engagement Studio



機能概要

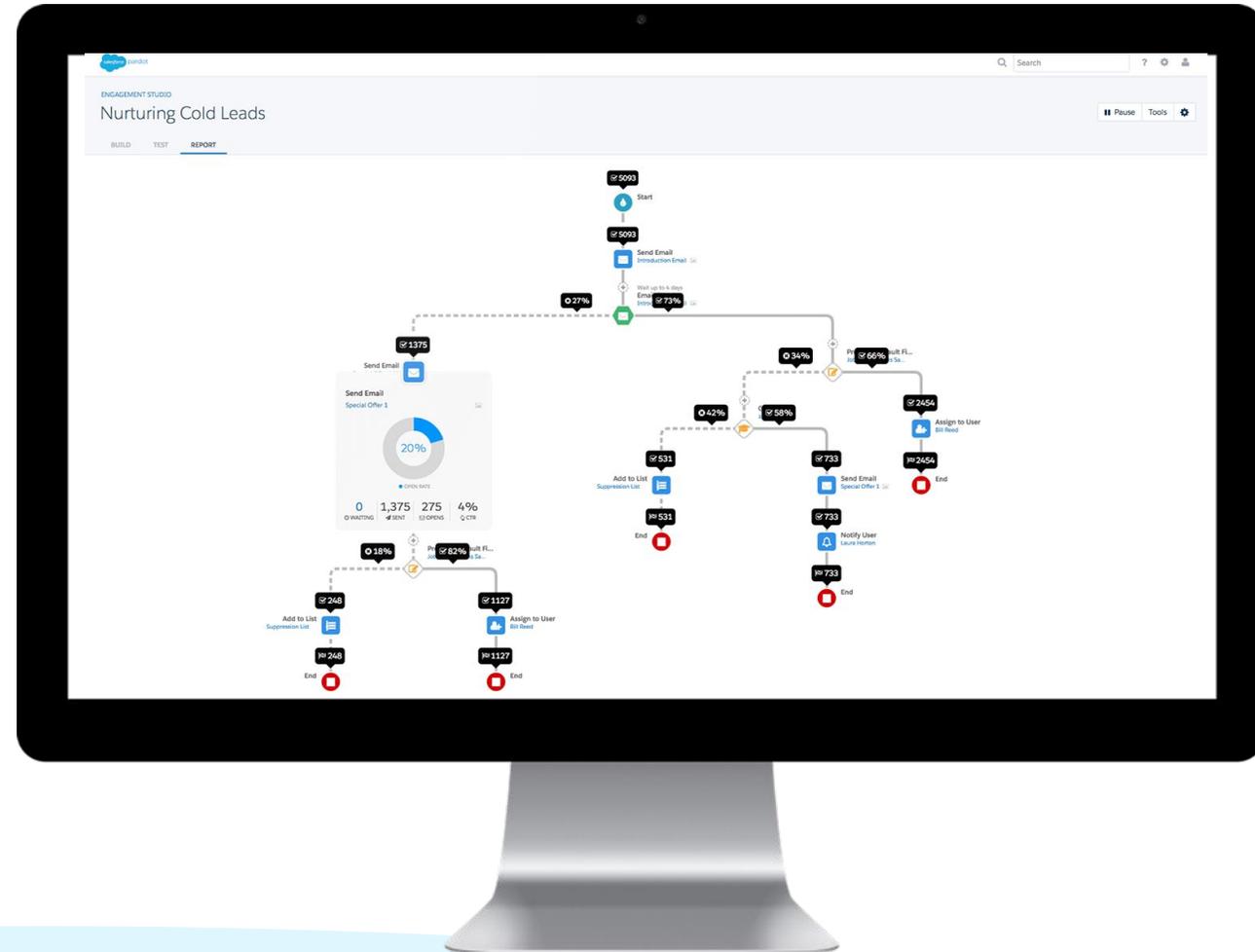
- 見込み客を育成するためのメール送信、それに対するアクションなど、顧客の属性に応じて分岐と実行を繰り返すシナリオを自動化する機能

メリット

- 顧客の関心度に応じて複数のゴールを設定し適切な営業アクションに導く
- 自動化により作業効率化とフォロー漏れを防ぐ

活用例

- 割引キャンペーン対象顧客へのメール送信とWeb訪問のトラッキング、フォームを通過したら翌日に営業からアプローチ(全てPardotとSalesforceで完結できます)



5. トラッキングの仕組み (Cookieの理解)



Cookieとは(説明)

Webマーケティングを行う上で重要な“Cookie”について説明します

Cookieとは？

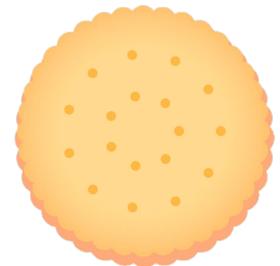
Webページにアクセスした履歴を記録する為に、アクセスしたユーザに発行されるファイル

どうやって発行するのか？

ユーザがWebにアクセスした際にCookieを受け入れる設定になっているデバイス(PCやスマートフォン)のブラウザに対して発行する

Cookieの使用目的

- Webサイトでユーザー情報を保存し、利便性を向上させるため
- ユーザー情報を取得し、ユーザーごとに適した広告配信を行うため



語源は「フォーチュンクッキー」
秘密の情報をやりとりする所から
連想されたそうです

Cookieによってできること

Cookieによりユーザとデバイスが識別できる状態になると、Web上の行動やメール開封アクションの履歴が蓄積できるようになります。また2回目以降訪問する時に以下のようなサービスを提供する事ができます。

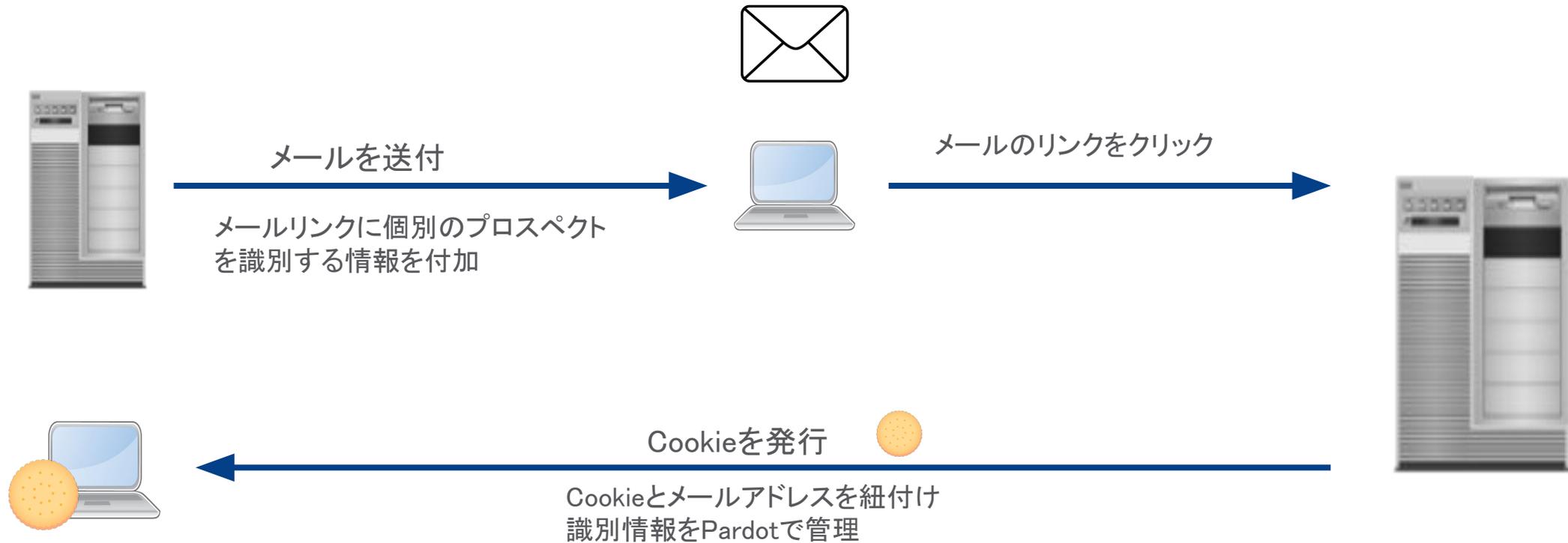
- Webサイトのログイン状態を保持したり、ユーザ名を記憶させる
- ECサイトの買い物カゴの中身を保持
- よく見る商品情報に合わせて広告をカスタマイズする

どれも日常的に体験できる事ですね。

Cookieはブラウザに保存されるので、同じ端末でもパソコンを初期化すると無くなってしまいます。この場合はそのサイトの[ユーザ名]と[パスワード]でログインする事でCookieが再発行され、サーバ側の履歴データと紐付ける事が可能です。

Cookieとメールアドレスを紐付けする方法

方法1 リスト宛のメールに含まれるリンクをクリックしてもらう



Cookieとメールアドレスを紐付けする方法

方法2 キャンペーンページに誘導しフォームにメールアドレスを入力・送信してもらう



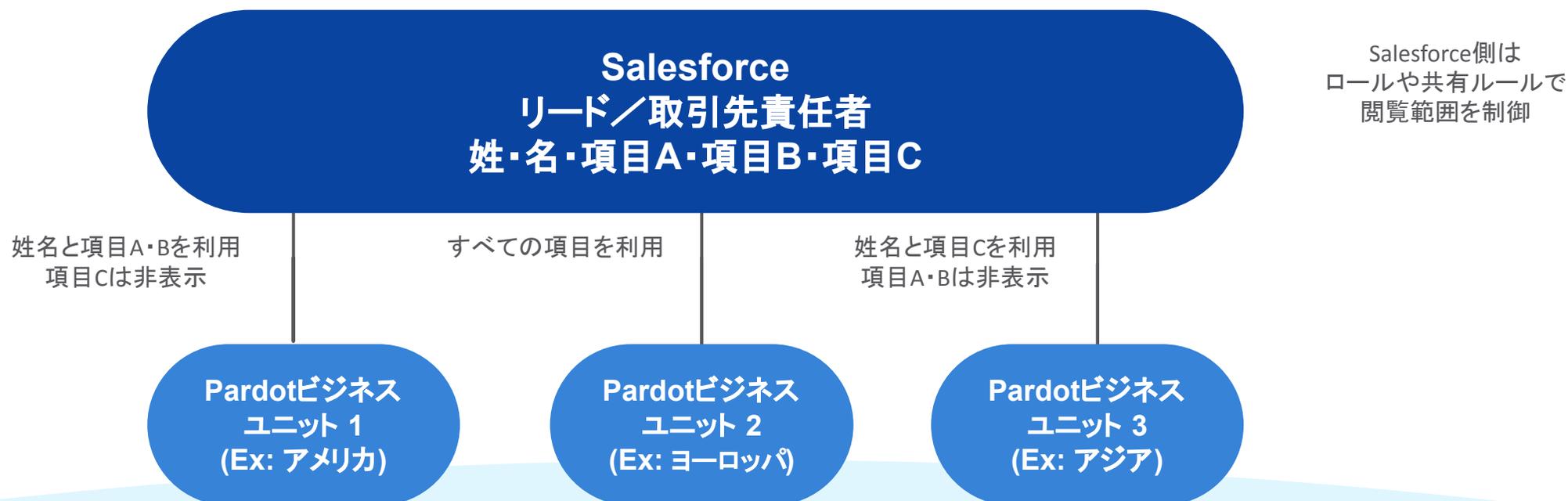
6. ビジネスユニットの理解 (Advanced Edition)



ビジネスユニットとは



地域や事業部ごとに、Pardotでのマーケティング活動で利用する情報を独立制御できる機能です。例えばSalesforceのリードまたは取引先責任者の項目情報を、各国のマーケティング担当ごとに表示・非表示の制御をしたいという要件を実現します。(これをパーティショニングといいます)



ビジネスユニットごとに制御可能な機能

ビジネスユニットを使うとユニットごとに以下の機能を独立して管理することができます

1. プロスペクトと項目
2. アセット (例: メールテンプレート、リスト、タグ等)
3. オートメーションルール

ビジネス
ユニット 1
(Ex: アメリカ)

プロスペクト
オートメーションルール
メールテンプレート
リスト

ビジネス
ユニット 2
(Ex: ヨーロッパ)

プロスペクト
オートメーションルール
メールテンプレート
リスト

ビジネス
ユニット 3
(Ex: アジア)

プロスペクト
オートメーションルール
メールテンプレート
リスト

ビジネスユニットの詳細情報



[Pardotビジネスユニット実装ガイド](#)

[Pardotビジネスユニットの管理](#)

7. 用語について



索引



あ行

アクティブプロスペクト
オートメーションルール

か行

カスタムオブジェクト
カスタムリダイレクト
キャンペーン (Pardot)
グレード
コネクター

さ行

CRM
スコア

スコアリングルール

セグメンテーション
セグメンテーションルール

た行

ダイナミックコンテンツ
ダイナミックリスト
タグ
ダッシュボード
テーブルアクション
登録解除ページ

は行

ビジター
ビジターフィルター
フォームハンドラー

プロスペクト

プロスペクトアカウント
プロフィール
ページアクション

ま行

メールテンプレート
メールドラフト
メールプリファレンスセンターページ
メール可能なプロスペクト
メール不可のプロスペクト

ら行

ランディングページ
レイアウトテンプレート

アクティブプロスペクト

アクティブプロスペクトとは、メールの送信、開封、バウンス、商談のいずれかに加えて、少なくとも 1 つのアクティビティを実行したプロスペクトです。

オートメーションルール

オートメーションルールは、繰り返し可能で、条件に基づいたルールであり、一致するプロスペクトを検索してアクションを適用します。

カスタムオブジェクト

Pardot では、カスタムオブジェクトを使用して、Pardot のデフォルトオブジェクトではない CRM 内のカスタムオブジェクトやデフォルトオブジェクト関連のオートメーションを実行できます。

カスタムリダイレクト

カスタムリダイレクトは、バナー広告のクリック、サードパーティサイトへのリンク、およびソーシャルメディアのリンクをトラッキングしたり、Pardot の外部でホストされるファイルにアクセスしたりする場合に使用します。

キャンペーン (Pardot)

Pardot キャンペーンは、テーマに関連するタッチポイントです（他のシステムの「ソース」に似ています）。Pardot キャンペーンはプロスペクトの最初の接触をトラッキングします。プロスペクトの Pardot キャンペーンは、プロスペクトが、Pardot トラッキングリンクまたは Pardot トラッキングコードを最初にクリックしたときに設定されます。

プロスペクトは、いったんキャンペーンに関連付けられると、そのキャンペーンに関連付けられたままになります。各プロスペクトが関連付けられるのは、1 つの Pardot キャンペーンのみです。ただし、プロスペクトの Pardot キャンペーンを変更することができます。

グレード

グレーディングはペルソナ、適合性、またはデモグラフィックを反映します。グレードは、プロスペクトに関する情報（業種、役職、会社の規模など）に基づきます。

か行



コネクタ

Pardot はコネクタを使用して、サードパーティアプリケーション (Web セミナーサービス、Google Ads など) と同期します。データが 2 つのアプリケーション間でやり取りされます。コネクタを使用することで、以前は別々だったマーケティングチャネルを Pardot から管理できるようになります。

CRM

CRM は、カスタマーリレーション管理 (Customer Relationship Management) を意味します。つまり、企業は CRM システムを使用することで、ビジネス関係とそれに関連するデータや情報を管理できるようになります。Pardot は Salesforce CRM と統合されています。

スコア

スコアはグレードとは異なります。スコアは、プロスペクトが実行するアクティビティ (ページの表示、フォームの完了など) に基づきます。スコアは、プロスペクトが企業に対してどの程度関心を持っているかを示します。

スコアリングルール

スコアリングルールは、プロスペクトのスコアを調整する場合に使用します。Pardot には、ベースラインスコアリングルールがあり、独自のカスタムルールを作成できます。

セグメンテーション

セグメンテーションでは、マーケティングニーズに合ったプロスペクトのターゲットリストを作成します。たとえば、ニュースレター用リスト、ドリッププログラム用リストなどを作成できます。

セグメンテーションルール

セグメンテーションルールは、指定した条件に基づいてプロスペクトの一時リストを取得する場合に使用します。オートメーションルールとは異なり、セグメンテーションルールは継続的には実行されません。

ダイナミックコンテンツ

ダイナミックコンテンツは、プロスペクトの条件に基づいて、Web サイトや Pardot のフォーム、ランディングページ、レイアウトテンプレート、メールで HTML コンテンツを表示する場合に使用します。プロスペクトがダイナミックコンテンツの条件に一致する場合、コンテンツのバリエーションが表示されます。

ダイナミックリスト

ダイナミックリストはルールベースです。プロスペクトが条件に合致すると自動的に追加され、合致しないと自動的に削除されます。

タグ

タグは、簡単に更新できるようにデータテーブルとアセットリストを絞り込んだり、プロスペクトにラベルを付けたり、アセットにラベルを付けたりする場合に使用します。ほぼすべてのテーブル、レコード、アクションから、タグを作成してアセットに適用できます。

ダイナミックコンテンツ

ダイナミックコンテンツは、プロスペクトの条件に基づいて、Web サイトや Pardot のフォーム、ランディングページ、レイアウトテンプレート、メールで HTML コンテンツを表示する場合に使用します。プロスペクトがダイナミックコンテンツの条件に一致する場合、コンテンツのバリエーションが表示されます。

ダイナミックリスト

ダイナミックリストはルールベースです。プロスペクトが条件に合致すると自動的に追加され、合致しないと自動的に削除されます。

タグ

タグは、簡単に更新できるようにデータテーブルとアセットリストを絞り込んだり、プロスペクトにラベルを付けたり、アセットにラベルを付けたりする場合に使用します。ほぼすべてのテーブル、レコード、アクションから、タグを作成してアセットに適用できます。

ビジター

Pardot がトラッキングしているアセットを訪問した Web サイトビジターです。ビジターは匿名またはプロスペクトのいずれかです。匿名ビジターがメールアドレスに関連付けられると、プロスペクトになります。プロスペクトのライフサイクルファネルの最初のステップもビジターと呼ばれます。

ビジターフィルター

フィルターを使用すると、特定の種類の訪問、クリック、その他のアクションをキャンペーン結果やメール通知から除外できます。最も一般的な使い方は、会社の IP アドレスを除外して、レポートの内容が偏らないようにすることです。プロスペクトのプロファイルにフィルターをかけて、アクティビティを非表示にできます。

フォームハンドラー

フォームハンドラーは Pardot フォームの代替機能です。フォームハンドラーを使用して、サードパーティフォームまたはカスタムフォームを Pardot と統合し、登録データを追跡できます。

は行



プロスペクト

プロスペクトとは、匿名のビジターから変換され、現在は特定できる情報がある人のことです。

プロスペクトアカウント

プロスペクトアカウントでは、同じ会社に勤めるプロスペクトをグループ化し、会社に関するすべての情報を 1 か所で管理できます。

プロフィール

プロフィールは、理想的な顧客に基づいてプロスペクトをグレーディングするために使用します。場所、会社の規模、役職などの要因を条件として設定し、プロスペクトの階層化に使用します。

ページアクション

ページアクションは完了アクションであり、プロスペクトのページビューによってトリガーされます。ページアクションは、Pardot のトラッキングコードを含むページに適用できます。

メールテンプレート

Pardot のメールテンプレートは再利用可能なメールデザインであり、新規メールのベースにすることができます。テンプレートをデザインして作成した後で、受信者ごとにメールをパーソナライズできます。テンプレートを変更し、ユーザーが加えることのできる変更の種類を変えることもできます。

メールドラフト

メールドラフトは、まだ送信されていないメールです。ドラフトは単一リストのメール送信で作成されます。

メールプリファレンスセンターページ

メールプリファレンスセンターページは、プロスペクトが公開リストに登録したり、登録解除したりできる場所です。

メール可能なプロスペクト

メール可能なプロスペクトとは、Pardot からのメールを受信できるプロスペクトです。登録解除しておらず、ハードバウンス (ソフトバウンス 5 回) がなく、手動でオプトアウトしていない場合にメール可能なプロスペクトになります。

メール不可のプロスペクト

メール不可のプロスペクトは、メールからオプトアウトしたか、インポートでオプトアウトされたか、メール不可として指定されているか、ハードバウンス (ソフトバウンス 5 回) があったプロスペクトです。

ランディングページ

ランディングページとは、ビジターがリンクや広告をクリックしたときに通常誘導されるページです。一般的に、このページには広告、検索キーワード、クリックされたリンクに関連した固有のコンテンツが表示されます。

レイアウトテンプレート

レイアウトテンプレートは、ランディングページ、フォーム、サイトの検索結果の書式設定に使用します。



Thank You