



salesforce

初心者向け！すぐに活用できる Pardotのシナリオ解説

営業活動で取り入れやすいメールテンプレート例の紹介や、シナリオ設定の考え方から手順までをご紹介します

第3章

すぐに役立つ！メールサンプル集



目次

3-1. はじめに

- メールテンプレートを活用して効率的なメール送信
- メールテンプレート一覧

3-2. メールテンプレートの解説

1. 資料請求後の自動応答メール
2. 名刺交換後に送信するメール
3. セミナー参加者に送信するメール
4. クッキーの紐付けを促進させるために送信するメール
5. アクティブな見込み客への送信するメール
6. 見込み客の最近のアクティブ度を確認するために送信するメール
7. 過去に失注した案件の担当者に送信するメール
8. 顧客満足度確認するために送信するメール

3-3. 最後に

第3章

すぐに役立つ！
メールサンプル集

3-1. はじめに

3-1. はじめに

メールサンプル集のご紹介

“初心者向け！すぐに活用できるPardotのシナリオ解説”は、本書を含めて5つのeBookで構成されております。Pardotの理解を深めていただき、すぐに日々の業務に活用いただけるティップスをご紹介しますので、順番にダウンロードしていただきご活用ください。



本書では、第2章「業務プロセス！サンプルシナリオを設定する」を学習いただいた方に向けて、シナリオ設定時の作成するメール作成や、日々の業務でよく活用いただけるメールサンプル集をご紹介します。

3-1. はじめに

メールテンプレートを活用して効率的なメール送信

1日の業務の中で、メールに関わる時間を考えてたことはございますか？

1通あたりは数分でも、意外とメール件数が積もれば何時間という時間をメールに費やすこととなります。

ここでは、実際に企業が活用して効果があったテンプレートや、作業効率的に便利だと実感したテンプレートなど、シーンにあわせてマーケティングや営業担当者がよく作成する定型的なメールのテンプレート集を用意しました。

メールテンプレート一覧

	メールタイトル	説明
1	資料請求後の自動応答メール	資料請求のフォーム送信後にプロスペクトに自動応答されるメール [自動応答メール]
2	名刺交換後に送信するメール	イベントや展示会などで名刺交換をした際に送信するメール
3	セミナー参加者に送信するメール	自社のセミナーやウェビナーにご参加いただいた方に送信するメール
4	クッキーの紐付けを促進させるために送信するメール	Pardot上でクッキーの紐付けがまだのプロスペクトに対して、クッキーを紐付けするためにクリックを促すメール
5	アクティブな見込み客への送信するメール	特定ページに頻繁に訪れるプロスペクトに対してフォローアップするメール
6	見込み客の最近のアクティブ度を確認するために送信するメール	一度WebサイトでeBookのダウンロードなどアクティブだった見込み客の最近の温度感を図るために送信するメール
7	過去に失注した案件の担当者に送信するメール	過去に接点を持っていたが進まなかった商談の担当者に時期を見て再アプローチをするメール
8	顧客満足度確認するために送信するメール	サービスの解約防止や日々の顧客満足度を図るために実施するお客様満足度を確認するメール

第3章

すぐに役立つ！
メールサンプル集

3-2.メールテンプレートの解説

3-2. メールテンプレートの解説

1. 資料請求後の自動応答メール

資料請求のフォーム送信後にプロスペクトに自動応答されるメール [自動応答メール]

目的	資料請求時に入力いただいた内容の確認と資料送付を目的としたメールです。 簡単な資料に関する製品・サービスの補足説明を加えて情報の提供を実施してください。
ゴール	資料のダウンロード

件名について

件名	{{Recipient.LastName}} 様 ●●●●の資料請求いただきありがとうございます。 (資料送付)
解説	名前の差し込み、資料請求のお礼、資料が送付のメールである点を網羅する内容

★ワンポイントアドバイス

- ・フォームにご入力いただいたメールアドレスの送信確認を行う上で、資料の提供はフォーム送信後の完了画面で直接ダウンロードさせるのではなく、メールで提供することを推奨いたします。
- ・資料の提供は、ボタンでの提供やテキストリンクでの提供など、ダウンロード頂きやすい提供方法を採用してください。また、カスタムリダイレクトの設定で、ダウンロード後にスコアリングを自動的に追加することも可能です。

件名 {{Recipient.LastName}} 様 ●●●●の資料請求いただきありがとうございます。(資料送付)

本文

{{Recipient.Company}}
 {{Recipient.LastName}} 様

この度は、●●●●の資料をご請求いただきまして誠にありがとうございました。
 以下の内容で承りました。

氏名 : {{Recipient.LastName}} {{Recipient.FirstName}}
 メール : {{Recipient.Email}}
 電話番号 : {{Recipient.Phone}}
 会社名 : {{Recipient.Company}}
 役職 : {{Recipient.job_title_select__c}}

●●●●の資料でございますが、
 以下のURLよりダウンロードいただくことが可能です。
<https://www.salesforce.com/jp/form/pdf/XXXXXX>

資料をダウンロードする

●●●●は、製品・サービスに関する説明を加える。製品・サービスに関する説明を加える。
 製品・サービスに関する説明を加える。製品・サービスに関する説明を加える。
 その他、資料に関してご不明点などございましたらお気軽にお知らせください。

本日は、資料請求のお礼と資料のご提供のメールとなります。
 今後ともどうぞ宜しくお願いいたします。

株式会社セールスフォース・ドットコム
 〒100-7012 東京都千代田区丸の内2-7-2 JPタワー12階
 お問い合わせは[こちら](#)から

今後このような案内メールが不要な方は、お手数ですが[配信停止](#)からメール設定の処理をしてください。

3-2. メールテンプレートの解説

2. 名刺交換後に送信するメール

イベントや展示会で名刺交換をした際に送信するメール

目的	イベントや展示会で自社ブースにお立ち寄りいただいた来場者（名刺交換をした顧客）へのお礼とリードナーチャリングを目的としたメールです。 お礼メールは同時に、自社製品・サービスのリマインド効果の役割も果たすため、「思い出してもらおう」「印象に残す」ことを意識して情報の提供を実施してください。
ゴール	新規顧客の獲得、資料のダウンロード、クッキーの紐付け

件名について

件名	{{Recipient.LastName}} 様【イベント名】ご来場のお礼、無料DL「●●」ホワイトペーパーのご案内
解説	名前の差し込み、イベント・展示会名、ご来場のお礼、資料が送付のメールであることを網羅する内容

★ワンポイントアドバイス

- ・展示会で獲得したリードの購買意欲は高いものから、単なる情報収集まで段階は様々です。また、来場者の立場も多種多様になるため、まずはリードの情報を適切なセグメントに分けたうえで、それぞれのセグメントに合わせたメール文面を作成することを推奨いたします。
- ・Pardotからお礼メールを送信し、かつメール内のリンクをクリックいただくことで、クッキーの紐付けが可能となります。

件名本文

salesforce

{{Recipient.Company}}
 {{Recipient.LastName}} 様

先日は、お忙しい中、「イベント・展示会名」にて当社のブースにお立ち寄りいただき、誠にありがとうございました。
 当日ご案内させていただきました、セールスフォース・ドットコムの山田と申します。

●●●や●●●など、{{Recipient.LastName}}様の課題をお話いただき、とても有意義な時間をありがとうございました。

ご紹介させていただいた弊社の【製品・サービス】は、●●●が特徴で、貴社の●●●という課題にお役に立てるのではないかと考えております。

<当社ブース展示会商品一覧>
 ・製品・サービス名：XXX
 商品の説明：<https://www.salesforce.com/jp/service/XXXX>
 ・製品・サービス名：XXX
 商品の説明：<https://www.salesforce.com/jp/service/XXXX>

ブースでお渡ししました資料に、導入企業様の事例を追加したアップデートのデジタル資料をご用意いたしました。
 ご登録不要・無料でダウンロードいただけますので、ぜひご利用くださいませ。

資料をダウンロードする

その他、資料に関してご不明点や個別のお問い合わせなどございましたら、お気軽にご連絡頂ければ幸いです。

今後ともどうぞ宜しくお願いいたします。

株式会社セールスフォース・ドットコム
 山田 花子
 〒100-7012 東京都千代田区丸の内2-7-2 JPTワー12階
 TEL:090-XXXX-XXXX

今後このような案内メールが不要な方は、お手数ですが[配信停止](#)からメール設定の処理をしてください。

3-2. メールテンプレートの解説

3. セミナー参加者に送信するメール

自社のセミナーやウェビナーにご参加いただいた方に送信するメール

目的	セミナーやウェビナーにご参加いただいたお客様へのお礼と資料送付を目的としたメールです。お礼メールを活用して、セミナー参加者の顧客化や持続的な営業活動の接点作りなど、次のアクションへ誘導する工夫を凝らしながら実施してください。
ゴール	新規顧客の獲得、既存顧客とのエンゲージメントの強化

件名について

件名	{{Recipient.LastName}} 様 セミナーご参加のお礼と資料送付
解説	名前の差し込み、ご参加のお礼、資料が送付のメールである点を網羅する内容

★ワンポイントアドバイス

- ・セミナー参加後に実施してほしい行動として2つの型があります。お礼メールを利用して個別にコンタクトをとるために重要なポイントとなります。
- 1. 情報提供型セミナー：セミナー参加費用で収益を上げることを目的とする場合
 - ↳ アンケートへの回答、口コミ投稿の依頼
- 2. 顧客獲得型セミナー：セミナーをフロント商品として顧客獲得を目的とする場合
 - ↳ 別セミナーへの参加、新商品の発表（商談）、Webページの閲覧
- ・差出人名・差出人アドレスに講師の名前・アドレスを差し込むことでメールの開封率が高くなる傾向があります。その場合は、挨拶時に「本日の講師を務めました、株式会社XXXXXXの●名前●です。」と差し込んでください。

件名 {{Recipient.LastName}} 様 セミナーご参加のお礼と資料送付

すぐに役立つ！メールサンプル集

オンラインセミナー

テキストが入ります
テキストが入ります
テキストが入ります
テキストが入ります
テキストが入ります

{{Recipient.Company}}
 {{Recipient.LastName}} 様

この度はご多忙の中、弊社主催のセミナーにご参加いただき、誠にありがとうございました。
 セールスフォース・ドットコム（SFDC）のセミナー運営事務局でございます。

今回の「セミナー名」は、{{Recipient.LastName}} 様にとって有益な情報になりましたでしょうか。
 セミナーで投影いたしました資料に関しては、下記よりダウンロードしていただけます。
 {{Recipient.LastName}} 様のお役に立つと幸いです。

■ 関連資料
 ・講義資料 : <https://www.salesforce.com/jp/form/pdf/XXXXXX>
 ・活用コンテンツ : <https://www.salesforce.com/jp/form/pdf/XXXXXX>

■ お問い合わせ先
 この度のウェブセミナーでの ●● 活用やそれを実践するための製品についてのご質問・ご相談がございましたら、こちらの宛先までお送りください。 contact-us@salesforce.com

本日は、セミナーご参加のお礼と資料のご提供のメールとなります。
 今後ともどうぞ宜しくお願いいたします。

株式会社セールスフォース・ドットコム
 セミナー運営事務局
 〒100-7012 東京都千代田区丸の内2-7-2 JPタワー12階
 お問い合わせは [こちら](#) から

今後このような案内メールが不要な方は、お手数ですが [配信停止](#) からメール設定の処理をしてください。

3-2. メールテンプレートの解説

4. クッキーの紐付けを促進させるために送信するメール

Pardot上でクッキーの紐付けがまだのプロスペクトに対して、クッキーを紐付けするためにクリックを促すメール

目的	サイト訪問のみで終わっているビジターに対して、eBookや資料をダウンロードしていただき、クッキーを紐付けてアクティブプロスペクトにすることを目的としたメールです。ここでは、クリックしていただくことが最も重要なポイントとなるので、引きの良い情報や課題解決に役立つような情報の提供を実施してください。
ゴール	メール内のリンクをクリックしていただき、クッキーを紐付け

件名について

件名	{{Recipient.LastName}} 様 ●●●●活用企業様の導入事例のご紹介
解説	名前の差し込み、顧客の関心度の高い事例や、顧客に有益なebookや資料がダウンロード可能である点を網羅する内容

★ワンポイントアドバイス

- ・名刺データや保有しているリストなど、一度Pardotにインポートした際に、メール配信を行いクッキーを紐付けることが重要です。ここでは、メールの開封やクリックを促すために、見込み客の興味・関心度の高い話題などをフックにメール内容を作成ください。
 - ・面識や折衝がないプロスペクトの場合も、担当者のお名前を出すことで信頼度と親しみやすさが生まれますので、担当者のお名前を出すことを推奨します。
- 効果的なコンテンツ**
- └ 製品・サービスを活用いただいている企業の事例記事、業界の調査データなど
 - ・コンテンツの用意が難しい場合は、季節のご挨拶（お盆・年末年始）や、企業情報（サイトリニューアルや情報更新）などもあわせて検討ください。

件名 {{Recipient.LastName}} 様 ●●●●活用企業様の導入事例のご紹介

{{Recipient.Company}}
 {{Recipient.LastName}} 様

お世話になっております。
セールスフォース・ドットコム の山田と申します。

●●の情報収集に際して、{{Recipient.LastName}}様の参考になるのではないかと思います、本日は弊社のブログ記事をご紹介させていただきます。

Pardot活用企業様に、Pardotを導入した背景から、活用方法、現状の課題、今後の活用などについて、担当者にインタビューをさせていただいております。

 Pardot活用最前線
<https://successip.salesforce.com/blog>

その他、●●業界でお役立ていただける情報を定期的にアップしています。よろしければ、ぜひご覧ください。

また、MAをご検討中やご利用中の皆様大変好評いただいております【eBookの名前】も集客から顧客獲得までの各フェーズ別に詳しく施策内容を掘り下げておりますので、ぜひ、{{Recipient.LastName}}様のお役に立てれば幸いです。

eBookのダウンロード
<https://www.salesforce.com/jp/form/pdf/XXXXXX>

ご不明点などがございましたら下記までお気軽にお問い合わせください。
 今後ともどうぞ宜しくお願いいたします。

 株式会社セールスフォース・ドットコム
 山田 花子
 〒100-7012 東京都千代田区丸の内2-7-2 JPTタワー12階
 TEL:090-XXXX-XXXX

今後このような案内メールが不要な方は、お手数ですが[配信停止](#)からメール設定の処理をしてください。

3-2. メールテンプレートの解説

5. アクティブな見込み客への送信するメール

特定ページに頻繁に訪れるプロスペクトに対してフォローアップするメール

目的	自社Webサイトの特定のページに頻繁に訪れる潜在顧客に対して、自社や商品・サービスに対する理解を深めていただく、リードナーチャリングを目的としたメールです。プロスペクトに開封されやすい適切な配信タイミングや必要としている情報を加えて実施してください。
ゴール	案件化につなげる、プロスペクトの優良顧客化、エンゲージメントの強化

件名について

件名	{{Recipient.LastName}} 様 半年で商談案件が120%アップ! ●●●●のご紹介
解説	名前の差し込み、興味を持っていただけるインパクトのある数値データ、製品・サービスの紹介のメールである点を網羅する内容

★ワンポイントアドバイス

- ・面識や折衝がないプロスペクトの場合も、担当者の名前を出すことで信頼度と親しみやすさが生まれますので、担当者のお名前を出すことを推奨します。
- ・メール送信後の開封率やクリック数、コンバージョン率などの結果をもとに、顧客の興味度合いがわかるため、案件化しそうなプロスペクトに対して、メール送信後のフォローアップとして電話を掛けるなど、よりアプローチの優先順位付けがしやすくなります。
- ・電話番号の取得がまだの場合は、eBookやホワイトペーパーのダウンロードへ誘導してフォーム項目より電話番号を取得してください。

件名
本文

{{Recipient.LastName}} 様 半年で商談案件が120%アップ! ●●●●のご紹介

{{Recipient.Company}}
 {{Recipient.LastName}} 様

突然のご連絡にて失礼いたします。
 私、セールスフォース・ドットコムにて●●●●というサービスの営業をしております、山田と申します。

現在、貴社でおこなわれております営業活動に関しまして、何かご協力させていただけることがあるのではないかと思います、ご連絡させていただきました。

BtoBの営業活動を実施する中で、下記のようなことでお悩みではありませんか？

- ・アウトバウンド頼みの営業手法は限界だと感じている
- ・XX
- ・XX

こちらは当社の「商品・サービス名」をご検討いただいた企業様から、最初にお話ししていただいた際の課題になります。もし、一つでも当てはまる項目がございましたら、当社より{{Recipient.LastName}} 様に、お役に立てる情報が提供できるのではないかと思います。

導入事例
 ・[業界XXX：導入半年で商談案件が120%アップ](#)
 ・XX
 ・XX

もし、ご興味のあるテーマなどがございましたら、一度詳しくご説明の機会をいただけますと幸いです。

その他、何か気になる点などございましたらお気軽にご連絡くださいませ。
 今後ともどうぞ宜しくお願いいたします。

株式会社セールスフォース・ドットコム
 山田 花子
 〒100-7012 東京都千代田区丸の内2-7-2 JPTワー12階
 TEL:090-XXXX-XXXX

今後このような案内メールが不要な方は、お手数ですが[配信停止](#)からメール設定の処理をしてください。

3-2. メールテンプレートの解説

7. 過去に失注した案件の担当者に送信するメール

過去に接点を持っていたが進まなかった商談の担当者に時期を見て再アプローチをするメール

目的	過去に商談化した見込み客や、営業とやり取りがあったけれど、さまざまな理由で連絡が取れなくなり放置された状態の見込み客に対して、再フォローアップを行うことで、案件の顕在化を見極めることを目的としたメールです。 停滞している顧客の課題や特性に応じて内容を変え、その解決策の事例を加えて情報の提供を実施してください。
ゴール	案件の顕在化の確認、商談の再開

件名 `{{Recipient.LastName}}` 様 ●●●●の事例のご紹介（セールスフォース・ドットコム山田です）

本文



`{{Recipient.Company}}`
`{{Recipient.LastName}}` 様

お世話になっております。
セールスフォース・ドットコムの山田でございます。

前回のご連絡から少しお時間が空いてしまいましたが、【顧客の課題】に関して、その後状況はいかがでしょうか。

この度は、●●●●にてご活用いただいた事例が貴社のお役に立てるのではないかと思います、ご連絡をさせていただきました。

【導入企業名】様
●●部門でご活用いただき、●●コストを●%削減できたという事例になっております。
ぜひ以下のリンクからご覧くださいませ。
<https://www.salesforce.com/jp/customer-success-stories/XXXXXXX>

●●●●は、今年になりXXXX機能を拡張いたしまして、実際に導入いただいております企業様に高評価をいただいております。また、貴社と同じ業界の企業様の活用事例など、お伝えしたい新しい情報もございますので、情報交換も兼ねて一度打ち合わせの機会をいただけますと幸いです。

今週、来週でお伺い可能な日時を下記に記載いたします。
00月00日（月） 10：00～12：00
00月00日（水） 15：00～18：00
00月00日（木） 15：00～18：00
ご都合の合います日時はございますでしょうか。
難しいようでしたら、あらかじめ候補日を出しますとお気軽に申し付けくださいませ。

ご検討の程、何卒よろしくお願いたします。

株式会社セールスフォース・ドットコム
山田 花子
〒100-7012 東京都千代田区丸の内2-7-2 JPTタワー12階
TEL:090-XXXX-XXXX

今後このような案内メールが不要な方は、お手数ですが[配信停止](#)からメール設定の処理をしてください。

件名について

件名	<code>{{Recipient.LastName}}</code> 様 ●●●●の事例のご紹介（セールスフォース・ドットコム山田です）
解説	名前の差し込み、顧客の課題、解決策の事例が記載されている、会社・担当者名を名乗る

★ワンポイントアドバイス

- ・商談に進まなかった見込み客の失注理由をセグメンテーションすることによって、ターゲットとする顧客像を把握し、顧客の課題別にメールを配信することができます。
 - ・一度折衝があったプロスペクトになりますので担当者の名前を出す、当時の会話や状況などを冒頭に差し込むことで思い出していただくようにします。
 - ・メールを読んだあとに取って欲しいアクションをはっきりと示すことを推奨いたします。
- 例) Webページの来訪、資料のダウンロード、セミナーへの申し込み、打ち合わせの設定

3-2. メールテンプレートの解説

8. 顧客満足度を確認するために送信するメール

サービスの解約防止や日々の顧客満足度を図るために実施するお客様満足度を確認するメール

目的	顧客からさまざまな情報を引き出すために、アンケートの実施を通してサービス満足度や改善要望・集計・分析を目的としたメールです。アンケートの目的や利用用途を明示したうえで実施してください。
ゴール	アンケートにご回答いただき、顧客満足度の確認

件名について

件名	アンケートへのご協力でもれなく●●●●をプレゼント！（セールスフォース・ドットコム）
解説	アンケートに回答することによってお客様自身に直接的なメリットがあるメールである点、読み飛ばされないように依頼会社として明確に自社を名乗る

★ワンポイントアドバイス

- ・お客様にアンケートを依頼するときに、所要時間や設問数、回答期間、クーポンやポイント、プレゼントなどの特典を提供することで回答率をあげることができます。
- ・アンケートを回答する方法は、ボタンでの提供やテキストリンクでの提供など、ご回答頂きやすい提供方法を採用してください。また、カスタムリダイレクトの設定で、回答後にスコアリングを自動的に追加することも可能です。

件名本文

アンケートへのご協力でもれなく●●●●をプレゼント！（セールスフォース・ドットコム）



{{Recipient.Company}}
{{Recipient.LastName}} 様

平素より大変お世話になっております。
セールスフォース・ドットコムのカスタマーサクセス統括本部でございます。

いつもご愛顧を賜りまして厚く御礼申し上げます。
私どもセールスフォース・ドットコムでは、行動指針であるカルチャーコードに則り、今年度より「お客様満足度アンケート」を実施することいたしました。

日頃、ご提供するサービスに対して、貴社が感じている「満足・不満足」の本質を理解し、さらなるサービス改善・相談改善をしていきたいと考えています。

[アンケートに回答する](#)

お手数ではございますが、上記よりアンケートにご協力いただき、率直なご意見・ご要望をいただけますでしょうか。
（所要時間：●分）

なお、ご回答いただいた方には、もれなく弊社ノベルティ（●●●●）をプレゼントさせていただきます。
（到着はご回答後、約●カ月後になります）

※本アンケートは、勝手ながら、20XX年XX月XX日（X）までとさせていただきます。

皆様の健康をお祈りするとともに、ご協力に感謝申し上げます。
今後ともどうぞ宜しくお願いいたします。

株式会社セールスフォース・ドットコム
セミナー運営事務局
〒100-7012 東京都千代田区丸の内2-7-2 JPタワー12階
お問い合わせは[こちら](#)から

今後このような案内メールが不要な方は、お手数ですが[配信停止](#)からメール設定の処理をしてください。

第 3 章

すぐに役立つ！
メールサンプル集

3-3. 最後に

3-3 最後に

第3章の「すぐに役立つ！メールサンプル集」はいかがでしたでしょうか。マーケティング施策で活用いただけそうなメールや、営業活動の中で作成するメールのポイントなどヒントが見つかりましたら嬉しいです。また、Pardotで実際に配信したメールは、開封やクリックなど、数値計測が可能ですので、結果を見ながら自社で活用するベストなテンプレートを構築していきましょう。



“初心者向け！すぐに活用できるPardotのシナリオ解説”をダウンロードする場合はこちらより
<https://successjp.salesforce.com/article/NAI-000230>





Thank You