



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 2 章

### 業務プロセス！サンプルシナリオを設定する

**シナリオ1** 製品・サービスの関心度が高まった見込み客を見逃したくない時



# 目次

## 2-1. 実践編について

- はじめに
- サンプルをベースにシナリオ設計・設定をする
- シナリオ別で活用するPardotの機能一覧

## 2-2. シナリオの概要・設定

- シナリオ1：製品・サービスの関心度が高まった見込み客を見逃したくない時
  - Step1 要件の整理
  - Step2 シナリオの設計
  - Step3 コンテンツの準備・各種設定

## 2-3. 最後に

- 定番シナリオ20選のご紹介
- Pardot「はじめてガイド」
- 最後に

## 第 2 章

業務プロセス！  
サンプルシナリオを設定する

# 2-1. 実践編について

# 2-1. 実践編について

## はじめに

“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1章の「Pardotの基本を理解する」を学習いただいた方に向けて、よくご相談いただいたり、実際に企業が活用して便利だったシナリオのサンプルを実際に設計・設定をしていく流れをご紹介します。



# 2-1. 実践編について

## サンプルをベースにシナリオ設計・設定をする

第1章の「Pardotの基本を理解する」でご紹介した、作業ステップに関してイメージできましたでしょうか。ここからは、実際にいくつかの業務プロセスのサンプルを活用して、Step1「要件の整理」から、Step4「Engagement Studioの設定」までの流れを解説します。

ぜひ、自社のPardot環境でも一緒に設定を進めてみてください。

本書では、「シナリオ1: 製品・サービスの関心度が高まった見込み客を見逃したくない時」をご説明いたします。シナリオ1は、「オートメーションルール」でシナリオの設定が完了するシンプルなシナリオになります。また、シナリオ2、シナリオ3は、Step3「コンテンツの準備・各種設定」では、Pardotの各機能を使って設定を行い、最後に準備したコンテンツをベースに、Step4「Engagement Studioの設定」の実施を行います。

## シナリオ別で活用するPardotの機能一覧

	シナリオ1				シナリオ2				シナリオ3			
	製品・サービスの関心度が高まった見込み客を見逃したくない時				商談に繋がりそうな確度の高い見込み客を発見した時				再アプローチのタイミングを見逃したくない時			
各種機能	リスト	●	ファイルアップロード	—	リスト	●	ファイルアップロード	●	リスト	●	ファイルアップロード	—
	フォーム	—	ページアクション	●	フォーム	●	ページアクション	—	フォーム	—	ページアクション	●
	メールテンプレート	—	完了アクション	—	メールテンプレート	●	完了アクション	●	メールテンプレート	●	完了アクション	—
	自動応答メール	—	カスタム項目	—	自動応答メール	●	カスタム項目	—	自動応答メール	—	カスタム項目	●
オートメーション	オートメーションルール	●	Engagement Studio	—	オートメーションルール	—	Engagement Studio	●	オートメーションルール	●	Engagement Studio	●

本書ご紹介



メールテンプレート、リストメール、フォーム、リスト作成の詳細な設定に関しては、[Pardot「はじめてガイド」](#)の施策実行・効果測定各ステップから該当機能をクリックして、機能の説明や動画をご確認ください。

## 第 2 章

業務プロセス！  
サンプルシナリオを設定する

# 2-2.シナリオの概要・設定

## 2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ1

salesforce

### シナリオ1：製品・サービスの関心度が高まった見込み客を見逃さない

商談や制約につながった見込み客は、比較・検討をはじめた際に関連するページやメールへの反応など、ある程度の行動パターンに特徴がでてくる場合があります。ここでは、見込み客がWebサイトにおいて製品・サービスの検討段階でよく見られているコンテンツページを訪れた際に、営業担当者または関係者に通知をしてフォローアップを促します。

#### 製品・サービスの関心度が高まった見込み客を見逃したくない時



自社の事例ページや価格ページなど、特定のページをよく見ている見込み客（プロスペクト）がいる場合



#### リアルタイムで把握する



インサイドセールスに通知する

## 2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ1

salesforce

### シナリオ1：製品・サービスの関心度が高まった見込み客を見逃さない

#### Step1 要件の整理

Step1

Step2

Step3

Step4

施策の「誰に、何を、いつ伝え、どんなアクションを取ってもらうか」を定め、目的とゴールを明確にするために要件を整理します。

項目	詳細
目的	製品・サービスの価格ページや導入事例・活用ページなどを訪れる見込み客は、購入の比較・検討段階に入っている可能性が高く製品・サービスの関心度が高まった状態なので、その動きを見逃さないために関係者に通知をしてフォローアップを促す
ゴール	関係者に通知の上、見込み客をフォローアップ
ターゲット（誰に）	製品・サービスの関心が高まったプロスペクト
コンテンツ（何を）	関係者にメール通知
タイミング（いつ）	事前に設定した該当ページをプロスペクトが訪れた時
ポイント	<ul style="list-style-type: none"><li>・事前に対象となるWebページを確定する</li><li>・関係者に通知があった場合、どのようなフォローアップを行うべきか検討する</li><li>・フェーズ1として関係者に通知する段階から、徐々にシナリオのアップデートを行い、さらにプロスペクトの確度を把握するためのエンゲージメールを送信することも効果的です</li></ul>

## 2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ1

salesforce

シナリオ1：製品・サービスの関心度が高まった見込み客を見逃さない

### Step2 シナリオの設計

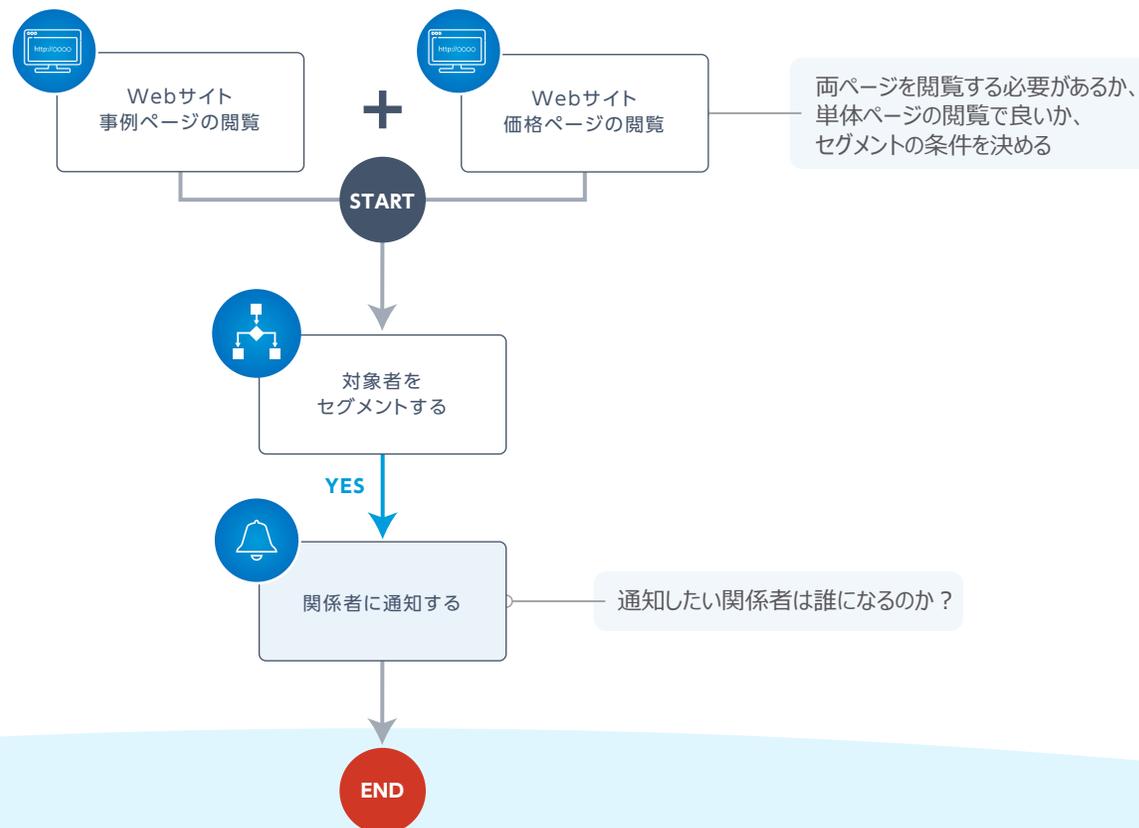
Step1

Step2

Step3

Step4

スタートからゴールまでの全体のストーリーを、具体的にアクションや分岐を決め、遷移図に整理します。



## 2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ1

salesforce

### シナリオ1：製品・サービスの関心度が高まった見込み客を見逃さない

#### Step3 コンテンツの準備・各種設定

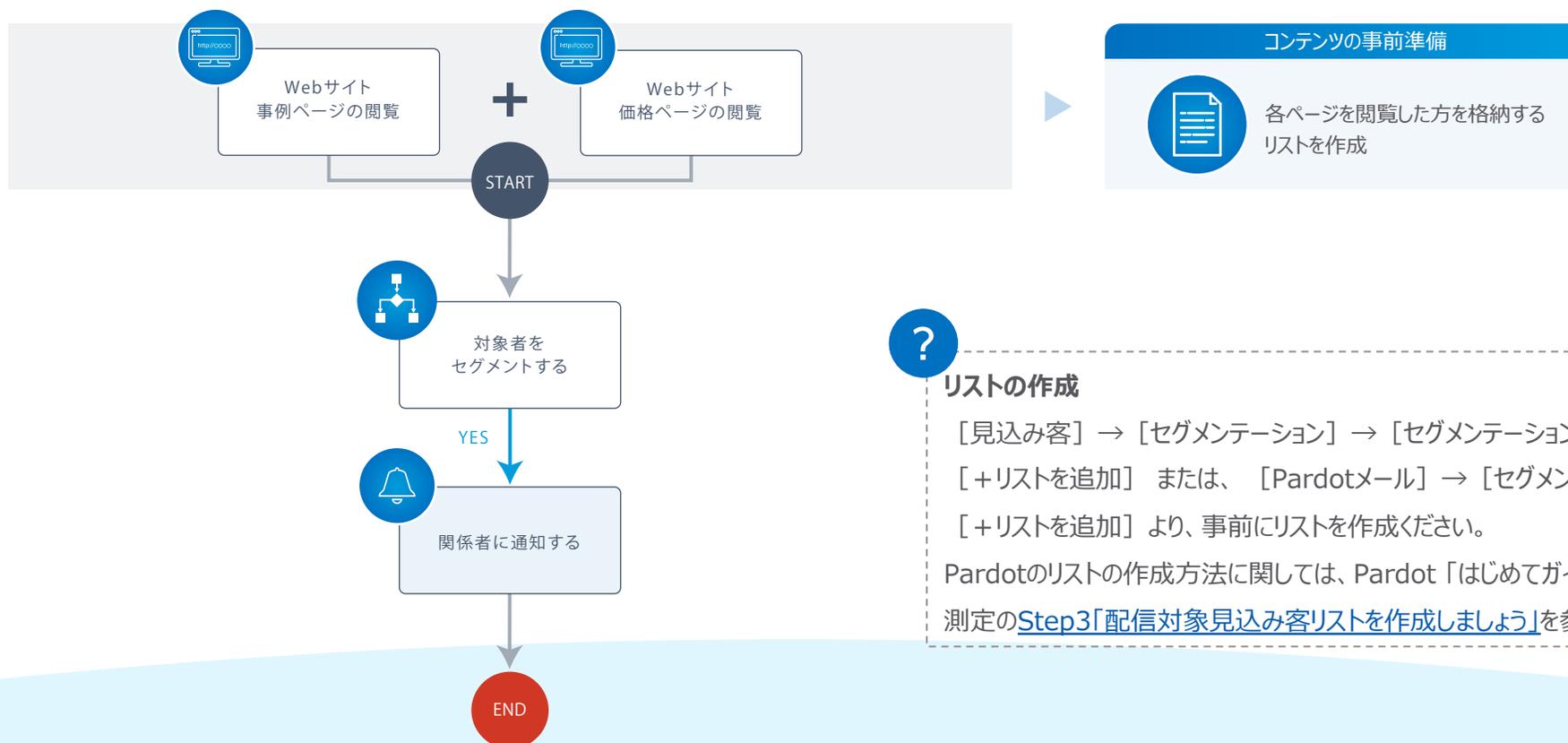
Step1

Step2

Step3

Step4

整理した遷移図から、事前準備が必要なコンテンツや各種設定を洗い出します。



## 2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ1

salesforce

### Step3 コンテンツの準備・各種設定

Step1

Step2

Step3

Step4

事前準備（リストの作成）が完了したら、実際にPardotの設定をしていきます。今回のサンプルはページアクションやオートメーション機能を活用して設定をしていきます。

#### 1. ページアクションを設定

ページアクションで該当ページを設定し、完了アクションで事前準備で作成したリストに格納します。

[オートメーション] → [ページアクション] → [+ページアクション]

Engagement Studio

オートメーションルール

ページアクション

セグメンテーションリスト

すべて ▼ 🔍 検索...

Pardot

Pardot ダッシュボード 見込み客 キャンペーン ▼ Pardot キャンペーン **オートメーション** Pardot メール コンテンツ Pardot レポート さらに表示 ▼

ページアクション

Created at: 常時 ▼ フィルター:

**+ ページアクションを追加** ツール ▼

<input type="checkbox"/> 名前	ページ URL	スコアの変更	スコアリングカテゴリ	優先ページ?	作成日時	アクション
-----------------------------	---------	--------	------------	--------	------	-------

## 2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ1

salesforce

### Step3 コンテンツの準備・各種設定

Step1

Step2

Step3

Step4

#### ページURL

このアクションをトリガーにするサイトページURLを記載

ここでは、「●●価格ページ」の

URL [ https://www.salesforce.com/jp/service/XXXX ] を記載

#### 完了アクション

リストに追加「 [閲覧者] ●●価格ページ」を選択する

#### ★ワンポイントアドバイス

優先ページ? を有効にした場合は、プロスペクトのアクティビティで個別にページ名を表示することができます。

#### プロスペクトのアクティビティ

すべての種別

すべてのカテゴリ

アクティビティ	種別	スコア	日時
🕒 訪問: 10 ページビュー	訪問	10	2020/12/15 20:06
📄 フォーム:[inquiry]トレーニング問い合わせ	ビュー	0	2020/12/15 19:59
👁️ ページビュー: [閲覧回数] トレーニングページ	ビュー	1	2020/12/15 19:56
🕒 訪問: 26 ページビュー	訪問	26	2020/12/17 18:35

#### ページアクションを編集

キャンセル

名前\* [閲覧者] ●●価格ページ

ページ URL\* https://www.salesforce.com/jp/service/XXXX

該当ページを指定

このアクションをトリガーするサイトのページ URL。

ページスコア\* 1

デフォルトでは、Web サイトのすべてのページでプロスペクトのスコアに 1 ポイントが追加されます。プロスペクトのスコアを減らすには、負の値を入力します。

スコアリングカテゴリ

優先ページ?

有効にした場合、プロスペクトのアクティビティでこのページが個別に呼び出されます。

#### 完了アクション

完了アクション

+ 🗑️

リストに追加

[閲覧者] ●●価格ページ

選択

リストに追加

+ 新しい完了アクションを追加

完了アクションは、特定済みのプロスペクトがこのページを閲覧している場合にのみ実行されます。

ページアクションを保存

キャンセル

## 2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ1

salesforce

### Step3 コンテンツの準備・各種設定

Step1

Step2

Step3

Step4

### 1. ページアクションを設定（ページ単体で評価する場合）

★ワンポイントアドバイス ページ単体の場合は、このページアクションの完了アクション設定から担当者に通知することで設定は完了します！

#### ページURL

このアクションをトリガーにするサイトページURLを記載

ここでは、「●●価格ページ」の

URL [ `https://www.salesforce.com/jp/service/XXXX` ] を記載

#### ★ワンポイントアドバイス

Webサイトのディレクトリ配下を全て対象にしたい場合は、ワイルドカードを使って対象ページを指定することが可能です。

設定サンプル「`https://www.salesforce.com/jp/service/*`」

\*を追加することにより、`service/`以下のページ訪問も全て対象としてすることが可能です。

#### 完了アクション

ユーザーに通知：山田花子を選択

#### ページアクションを編集

キャンセル

名前 [閲覧者] ●●価格ページ

ページURL `https://www.salesforce.com/jp/service/XXXX`

該当ページを指定

このアクションをトリガーするサイトのページURL。

ページスコア 1

デフォルトでは、Web サイトのすべてのページでプロスペクトのスコアに1ポイントが追加されます。プロスペクトのスコアを減らすには、負の値を入力します。

#### 完了アクション

完了アクション

ユーザーに通知 ▼ 山田花子 ▼

ユーザーに通知

+ 新しい完了アクションを追加

完了アクションは、特定済みのプロスペクトがこのページを閲覧している場合にのみ実行されます。

ページアクションを保存

キャンセル

## 2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ1

salesforce

### Step3 コンテンツの準備・各種設定

Step1

Step2

Step3

Step4

### 2.オートメーションルールの設定

価格ページと事例ページを共に閲覧したプロスペクトに対して、関係者に通知する設定をします。

[オートメーション] → [オートメーションルール] → [+オートメーションルール]

The screenshot displays the Pardot Engage Studio interface. At the top, there is a navigation bar with the Pardot logo and a search bar. The main navigation menu includes: Pardot, Pardot ダッシュボード, 見込み客, キャンペーン, Pardot キャンペーン, **オートメーション** (highlighted with a red box), Pardot メール, コンテンツ, Pardot レポート, and さらに表示. The left sidebar shows the 'Engagement Studio' menu with 'オートメーションルール' (highlighted with a red box), ページアクション, and セグメンテーションリスト. The main content area is titled 'オートメーション' and contains the 'オートメーションルール' section. It features a 'ビュー:' dropdown set to 'すべてのオートメーションルール', a 'フィルター:' input field, and a 'タグ' dropdown. A prominent red box highlights the '+ オートメーションルールを追加' button. Below this, there are columns for '名前', 'プロスペクトが一致', '繰り返し', '作成済み', '更新済み', and 'アクション'.

## 2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ1

salesforce

### Step3 コンテンツの準備・各種設定

Step1

Step2

Step3

Step4

#### 説明

オートメーションルールの設定内容を簡単に記載します。

#### ルール

リスト「[閲覧者] ●●価格ページ」のメンバーであり、かつ「[閲覧者] ●●事例ページ」のメンバーでもある

#### オートメーションルールを作成

キャンセル

名前 \* [閲覧者] 価格ページと事例ページ

フォルダー \* /Uncategorized/Automations 選択

説明 価格ページと事例ページを共に閲覧したプロスペクトに対して関係者に通知する

設定内容の説明を記載する

タグ タグを追加

注意: タグはオートメーションルールにのみ適用されます

ルールの繰り返し  
ルールでプロスペクトの複数回一致を許可します。

#### ルール

一致項目 \*  すべて一致  いずれか一致  
オートメーションルールは過去にさかのぼって適用され、選択した条件を満たすすべてのプロスペクトに影響します。

+ 削除 プロスペクトリスト ▼ 次のメンバーである ▼ [閲覧者] ●●価格ページ 選択

および

+ 削除 プロスペクトリスト ▼ 次のメンバーである ▼ [閲覧者] ●●事例ページ 選択

各該当リストのメンバーである

## 2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ1

salesforce

### Step3 コンテンツの準備・各種設定

Step1

Step2

Step3

Step4

#### アクション

ユーザーに通知：山田花子を選択

ルール

一致項目  すべて一致  いずれか一致  
オートメーションルールは過去にさかのぼって適用され、選択した条件を満たすすべてのプロスペクトに影響します。

+ 削除 プロスペクトリスト ▼ 次のメンバーである ▼ [閲覧者] \*\*価格ページ 選択

および

+ 削除 プロスペクトリスト ▼ 次のメンバーである ▼ [閲覧者] \*\*事例ページ 選択

+ 新しいルールを追加 + 新しいルールグループを追加

アクション

+ 削除 ユーザーに通知 ▼ 山田花子 ▼ ユーザーに通知

+ 新しいアクションを追加

リアルタイムに実行   
アクションの実行時刻が極めて重要な場合を除き、オートメーションルールをリアルタイムで実行しないことをお勧めします。リアルタイムルールが集中すると、フォームやランディングページの読み込みに時間がかかることがあります。リアルタイムで実行されないルールは、定期的にバッチ処理されます。

オートメーションルールは、一時停止中モードで保存されます。オートメーションルールを開始する準備ができたなら、一時停止を解除します。

オートメーションルールを作成 キャンセル

## 2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ1

salesforce

### Step3 コンテンツの準備・各種設定

Step1

Step2

Step3

Step4

### 3.オートメーションルールを再開

一時停止で保存されるため、[オートメーションルールを再開] をクリックする必要があります。

ホーム > マーケティング > オートメーションルール  
【閲覧者】 価格ページと事例ページ

編集 コピー 削除

⚠ これらのオートメーションルールは、現在一時停止中です。 **オートメーションルールを再開**

🔍 これらのオートメーションルールに一致するプロスペクトを検索します。 **一致をプレビュー**

コンテンツ

名前 【閲覧者】 価格ページと事例ページ

OR

オートメーションルール

ビュー: 全てのオートメーションルール フィルター: タグ + オートメーションルールを追加 ツール

<input type="checkbox"/>	名前	プロスペクトが一致	繰り返し	作成済み	更新済み	アクション
<input type="checkbox"/>	【閲覧者】 価格ページと事例ページ [一時停止中] /Uncategorized/Automations	0		2020/11/10 16:36	2020/11/10 16:36	⚙️
<input type="checkbox"/>	...	2		2020/11/09 21:07	2020/11/09	🔍 編集

0件選択済み: 移動 表示中 5 ▶️ **再開** コピー 削除

## 2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ1

salesforce

### Step3 コンテンツの準備・各種設定

Step1

Step2

Step3

Step4

#### 4.設定完了 通知メールの確認

設定完了後に、実際に該当アクションに当てはまるプロスペクトが発生した場合は、内部通知メールとしてご指定したユーザーに向けてメールが送信されます。

今回のシナリオは、ページアクションやオートメーションルールを活用いただいて実装ができる軽微なシナリオになります。

salesforce pardot

### Pardot オートメーションルール通知

[プロスペクトを表示](#)

オートメーションルール通知

項目	値
Matched Prospect	花子 山田
Automation Program	[閲覧者] 価格ページと事例ページ

プロスペクトの全詳細

項目	値
Email	[redacted]
First name	花子
Last name	山田
Company	株式会社 山田商店
Campaign	[website]: [redacted]
Score	63
Assigned user	未割り当て
Original Referring URL	[redacted]
プライバシーポリシー	同意する

## 第 2 章

業務プロセス！  
サンプルシナリオを設定する

## 2-3.最後に

## 2-3. 最後に

### 定番シナリオ20選のご紹介

業務プロセスのサンプルシナリオをご紹介いたしましたが、すぐに活用いただけそうでしょうか。シナリオを活用した施策の実行は、設計や設定することがゴールではございません。実施した結果どれだけの成果に繋がったのかを可視化するために、レポートの設定や定期的に関係者で振り返りを行うことが重要と考えております。シナリオ設計やオートメーションの設定は、難しいと考えていた方も、本書をご確認いただいたことで少しでも活用できるイメージができましたら嬉しいです。

また、今回のシナリオの他に、実用レベルで使われている利用シーンに合わせた定番シナリオのご紹介です。貴社が抱えている課題解決につながるシナリオも、きっと見つかるのではないのでしょうか。

#### いまから始める マーケティングオートメーション 定番シナリオ20選



toBeマーケティング株式会社で代表取締役 CEOを務める小池 智和氏の協力のもと、実用レベルで使われている先駆者のシナリオを参考にし短期間で効果を実現していただくための、マーケティングオートメーションの効果を高めるシナリオをまとめたeBookです。利用シーン別に7つのカテゴリーに分けられており、取り上げられているシナリオはすべて実際に活用され大きな効果を上げているものです。

##### 利用シーン別7つのカテゴリー

- ・見込み客の育成
- ・既存顧客からのリピート
- ・休眠顧客/失注商談の掘り起こし
- ・営業活動
- ・見込み客の見極め
- ・ABM
- ・その他のシナリオ

<https://www.salesforce.com/jp/form/pdf/ma-standard-20-scenario/>

## 2-3. 最後に

[Pardot「はじめてガイド」](#)の戦略・実行・測定から各ステップをクリックして、機能の説明や動画をご確認ください。

Pardot   
パードット

初心者の方へ

導入後の活用方法を学ぶ！

### 「Pardot はじめてガイド」

パワフルなツールにより、マーケティングの各段階で有力な見込み顧客を特定し、スムーズな販促活動を可能にするPardot。初めにこのページで基本について学び、より迅速に、より多くの商談を生み出す販促活動を目指しましょう。



## 2-3. 最後に

業務プロセス内で活用いただけるサンプルシナリオをご紹介いたしましたがいかがでしたでしょうか。実際に企業が活用して便利だったシナリオになりますので、ぜひ貴社の業務プロセスに組み込んでみてください。

- サンプル1：製品・サービスの関心度が高まった見込み客を見逃したくない時
- サンプル2：商談に繋がりそうな確度の高い見込み客を発見した時
- サンプル3：再アプローチのタイミングを見逃したくない時

また、第3章では、「すぐに役立つ！メールサンプル集」として、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をご紹介しております。



第3章「すぐに役立つ！メールサンプル集」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**