

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



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
 - 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
 - Step4 Engagement Studioの設定

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」をご説明いたします。

シナリオ2の、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2

salesforce

シナリオ2：商談に繋がりそうな確度の高い見込み客を発見

Webサイトから資料請求があった場合、フォーム送信の完了画面や自動応答メールで資料を提供をしたあと、その後のフォローアップはどうしていますか。営業担当者がその後フォローアップをしてもなかなか商談につながらない場合があったり、全ての資料請求において営業がフォローアップするのもリソース的に難しい場合があります。

そこで、資料請求をしたタイミングで、見込み客の属性や行動をスコアリングや追加のメール施策を交えて、営業がフォローアップする上で優先順位を導き出します。

商談に繋がりそうな確度の高い見込み客を発見した時



Webサイト経由で資料請求をした見込み客の中から、製品・サービスへの関心度の高い人を把握する

対応の優先順位をつける



優先度の高い見込み客を
営業担当者に通知する

?

シナリオ設定する前にご確認

シナリオ2は、Pardotのフォームアクションを起点に設計を行なっております。

そのため、Webサイトにおいて資料請求やホワイトペーパーなどのダウンロードコンテンツが設定されていることが望ましいです。

Pardotのフォームの作成方法に関しては、Pardot「はじめてガイド」施策実行・効果測定の[Step2「獲得のためのフォームを作成しましょう」](#)を参照ください。

2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ2

salesforce

シナリオ2：商談に繋がりそうな確度の高い見込み客を発見

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	Webサイトから資料請求をしたプロスペクトの中から、顧客の属性や行動をスコアリングや追加のメール施策を交えて判断し、営業がフォローアップする上で優先順位を導き出す
ゴール	資料請求者の中から対応の優先順位を判断して、営業担当者に通知を行う
ターゲット（誰に）	資料請求をしたプロスペクト
コンテンツ（何を）	資料請求した方に資料（PDF）の提供と、メールにて製品・サービスに関する追加の情報提供（導入事例など）のメール
タイミング（いつ）	資料請求をしたタイミング
ポイント	<ul style="list-style-type: none">・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・デフォルトのスコアリングルール以外に追加予定のスコアリングがあれば、付与したいスコアの点数を確定してページアクションから設定する

2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ2

salesforce

シナリオ2：商談に繋がりそうな確度の高い見込み客を発見

Step2 シナリオの設計

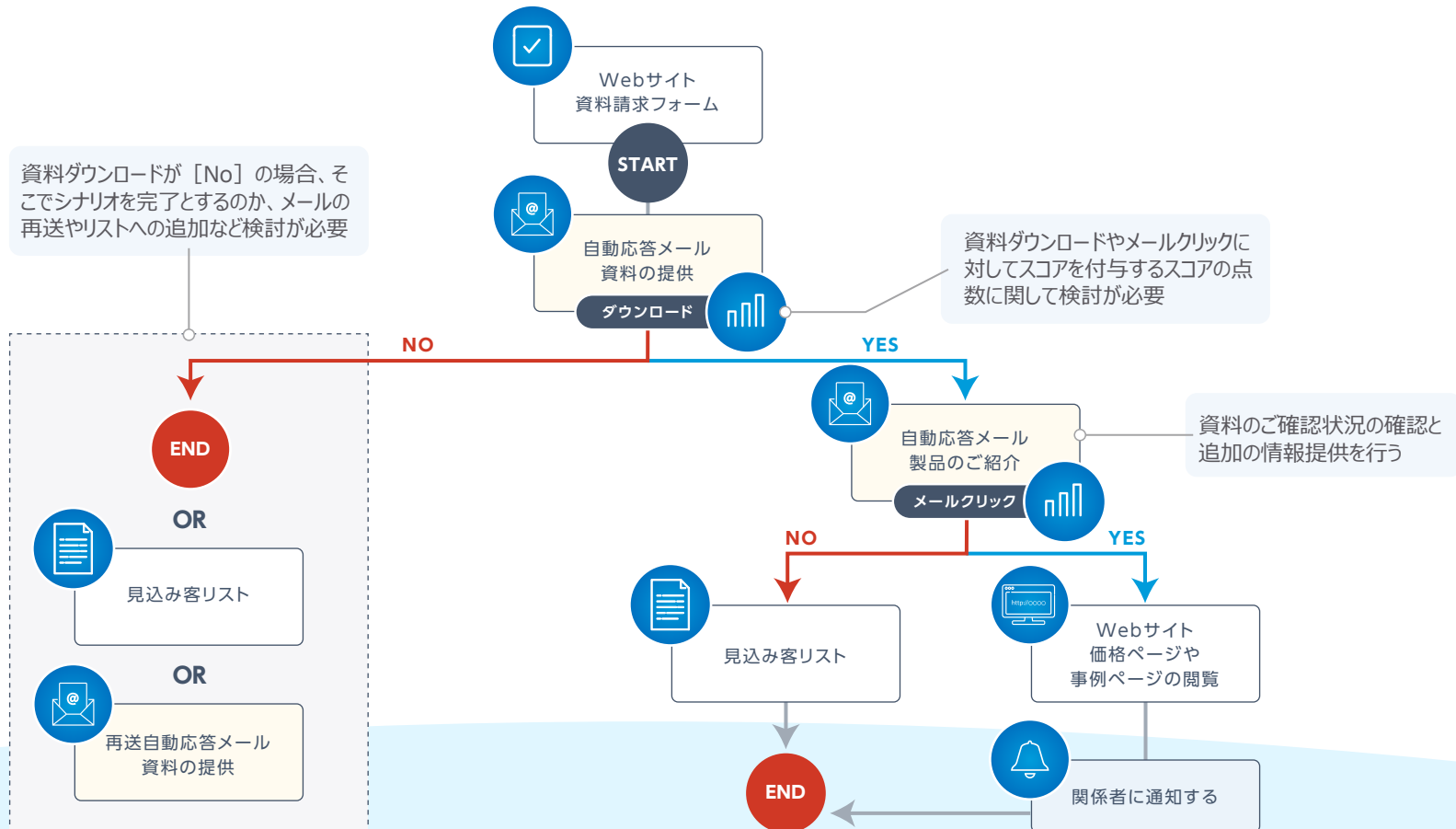
Step1

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2

salesforce

シナリオ2：商談に繋がりそうな確度の高い見込み客を発見

Step3 コンテンツの準備・各種設定

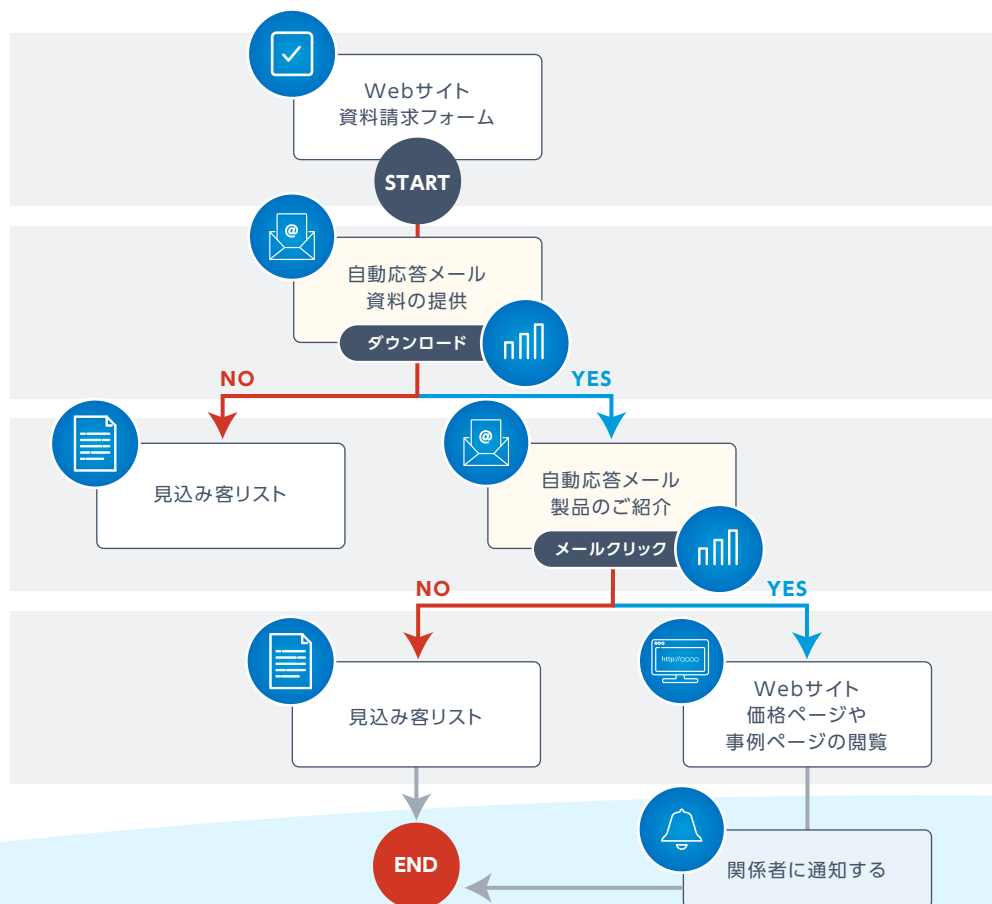
整理した遷移図から、事前準備が必要なコンテンツや各種設定を洗い出します。

Step1

Step2

Step3

Step4



コンテンツの事前準備



資料請求者のリストを作成し、
フォームの完了アクションに設定する

コンテンツの事前準備



資料提供リンクが入った
自動応答メールの
テンプレートを用意する

資料のPDFファイルを
 Pardotにアップ
する

コンテンツの事前準備



製品・サービスに関する情報提供の
メールのテンプレートを用意する

コンテンツの事前準備



見込み客を格納するリストを作成

2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ2

salesforce

Step3 コンテンツの準備・各種設定

Step1

Step2

Step3

Step4

事前準備で必要なコンテンツ制作の中で、1.フォームの完了アクション、2.PDFファイルのアップロード、3.自動応答メールにPDFファイルのURLを挿入、に関しての設定を解説いたします。

1. フォームの完了アクションを設定

資料請求フォームの完了アクションから、フォーム送信後のプロスペクトが格納されるようにリストを設定します。

[コンテンツ] → [フォーム] → 該当のフォームの [フォームを編集]

完了アクション説明

リストに追加「 ●●●● 資料請求対象者」を選択する

その他、完了アクションで設定したいアクションを設定ください。ただし、[自動応答メールを送信] は、Engagement Studioで設定するために、今回は完了アクションで指定しないでください。

完了アクション

お礼メッセージ お礼コード

お礼メッセージ

お問い合わせありがとうございました。
資料請求を承りました。ご指定のメールアドレスに資料を送付いたしますのでご確認くださいませ。
メールがお手元に届くまで今しばらくお待ちくださいませ。
[HOMEへ戻る](#)

お礼メッセージは、フォームの入力後に表示されます

送信後も常にフォームを表示
フォーム登録後の10分の待機時間を無効化

フォームのお礼メッセージを表示する代わりに次のURLにリダイレクト

完了アクション

リストに追加 ●●●● 資料請求対象者 選択

リストに追加

新しい完了アクションを追加

前へ 次へ 確認して保存 キャンセル

2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ2

salesforce

Step3 コンテンツの準備・各種設定

Step1

Step2

Step3

Step4

2.提供資料のファイルアップロードとスコアの設定

資料請求時に展開する資料ファイル（PDF）をPardot上にアップロードすることで、資料の表示やダウンロードに対してスコアリングを設定します。

[コンテンツ] → [ファイル] → [+ファイルをアップロード] より、PDFファイルをドラッグアンドドロップしてアップロードしてください。

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 ▼

フォーム
フォームハンドラー
レイアウトテンプレート
ランディングページ
多変量テスト
カスタムリダイレクト
ダイナミックコンテンツ
スニペット
ファイル
フォルダ
タグ

ファイル

+ ファイルをアップロード
またはファイルをドロップ

Pardot でホスティングされたファイルはすべて、割り当てられた URL で誰でも利用することができます。機密情報はアップロードしないようにしてください。

フィルター: タグ

+ ファイルを追加 ツール

<input type="checkbox"/>	名前	サイズ	場所	短縮 URL	更新済み	アクション
<input type="checkbox"/>	WhitePaper.pdf /Products/Expense Management	163.44 KB	http://www3.lenoxsoft.com/l/2018...	http://bit.ly/2AiAgq8	2020/12/23 8:37	⚙️

2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ2

salesforce

Step3 コンテンツの準備・各種設定

Step1

Step2

Step3

Step4

バニティURL

「 /XXX_document 」 PDFのURLを設定

完了アクション

スコアを調整「 +5」ポイントを設定する

※スコアは事前に確定した数値を設定ください。

★ワンポイントアドバイス

アップするPDFファイルの名前は、文字化けを防ぐために半角英数で管理してください。

ファイルを編集 キャンセル

名前

フォルダー 選択

タグ

キャンペーン 選択

ファイル ファイルを選択
この項目を空白のままにして既存のファイルを保持するか、新しいファイルをアップロードして既存のファイルを上書きします。
Pardot でホスティングされたファイルはすべて、割り当てられた URL で誰でも利用することができます。機密情報はアップロードしないようにしてください。

トラッカードメイン ▼
このトラッカードメインを使用して、このアセットへのリンクを作成します

バニティ URL バニティURL設定
このアセットの一意のパスを入力するか、空白のままにして自動生成された URL を使用できます

完了アクション スコアを調整
+ 削除 ▼ ▼ ポイント、デフォルトのスコア値を超えています。24 時間内に同じプロスペクトに適用されるのは 1 回のみです。

2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ2

salesforce

Step3 コンテンツの準備・各種設定

Step1

Step2

Step3

Step4

3.自動応答メールにPDFファイルのURLを挿入

フォーム入力後にプロスペクトに送信する [自動応答メール] を準備して、フォームの入力内容の挿入と、アップロードしたPDFファイルのURLを設定します。

[Pardotメール] → [テンプレート] →

該当のメールテンプレートの [メールテンプレートを編集]

4.その他のコンテンツを準備

その他、製品・サービスに関する情報提供のメールのテンプレート1点、見込み客を格納するリストをご準備ください。

The screenshot shows a Salesforce email template editor. At the top left is the Salesforce logo. Below it, there are two lines of merge tags: `{{Recipient.Company}}` and `{{Recipient.LastName}}` followed by "様".

The main body of the email contains the following text:

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。

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。

Below this is a red-bordered box containing a list of form input fields with their corresponding merge tags:

- 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}}`

To the right of this box is a red button labeled "フォームの入力内容の挿入".

Below the form fields is another red-bordered box containing a paragraph of text:

●●●●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>

To the right of this box is a red button labeled "PDFのリンクを挿入".

At the bottom of the email template, there is a line of text: "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。"

Below that is another line of text: "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。"

At the bottom, there is a dashed line followed by the company address: "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"

Finally, at the very bottom, there is a line of text: "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。"

2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ2

salesforce

シナリオ2：商談に繋がりそうな確度の高い見込み客を発見

Step4 Engagement Studioの設定

設計したシナリオと準備したコンテンツを実際に Engagement Studioに設定していきます。

今回は、資料請求フォームを送信した方に対してメールを送信し、資料ダウンロードリンクをクリックした方に、後日提供した製品・サービスの関連情報をつけたメールを送信して、提供した資料や製品・サービスに対して反応を示したプロスペクトを把握して営業担当者に通知をします。

- ① 開始設定（リストを設定）
- ② アクション：メールを送信
- ③ トリガー：メールリンクのクリック
- ④ Yes アクション:メールを送信
- ⑤ No アクション：リストに追加
- ⑥ トリガー：メールリンクのクリック
- ⑦ Yes アクション:スコアを調整
- ⑧ Yes アクション:ユーザーに通知
- ⑨ No アクション：リストに追加
- ⑩ 終了



2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ2

salesforce

Step4 Engagement Studioの設定

Step1

Step2

Step3

Step4

[オートメーション] → [Engagement Studio] → [+ Engagementプログラムを追加]

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

Engagement Studio

プログラム数

ビュー: 日付範囲: フィルター:

すべてのプログラム 常時

+ Engagementプログラムを追加

名前	状況	プログラムメンバー	繰り返し	作成済み	更新済み	更新者	アクション
----	----	-----------	------	------	------	-----	-------

2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ2

salesforce

Step4 Engagement Studioの設定

Step1

Step2

Step3

Step4

1 開始設定 (リストを設定)

名前・フォルダー・説明

Engagement Studioの名前、格納先を指定。
説明には、設定するシナリオの概要を記載

受信者リスト

事前に設定した、リスト「●●●●資料請求対象者」を
選択する

業務時間内のみメールを送信

業務時間内でメールを送信する場合はチェックの上、営業
日・時間を設定

名前*

フォルダー*

Uncategorized/Engagement Programs

説明

受信者リスト

リストを選択

除外リスト

リストを選択

業務時間内のみメールを送信

プロスペクトに複数回プログラムにエントリーすることを許可します

保存

終了

名前*

資料請求からの見込み客の確度を測る

フォルダー*

Uncategorized/Engagement Programs

説明

Webサイトから資料請求をしたプロスペクトの中から、見込み客の確度を判断して営業に通知する

受信者リスト

●●●●資料請求対象者

除外リスト

リストを選択

業務時間内のみメールを送信

プロスペクトに複数回プログラムにエントリーすることを許可します

営業日*

日 月 火 水 木 金 土

始業時間 10:00

終業時間 17:00

タイムゾーンを選択

(GMT+09:00) Asia - Tokyo

2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ2

salesforce

Step4 Engagement Studioの設定

Step1

Step2

Step3

Step4



要素を追加

[+] をクリックして、アクション、トリガー、ルールのいずれかの要素を選択

2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ2

salesforce

Step4 Engagement Studioの設定

Step1

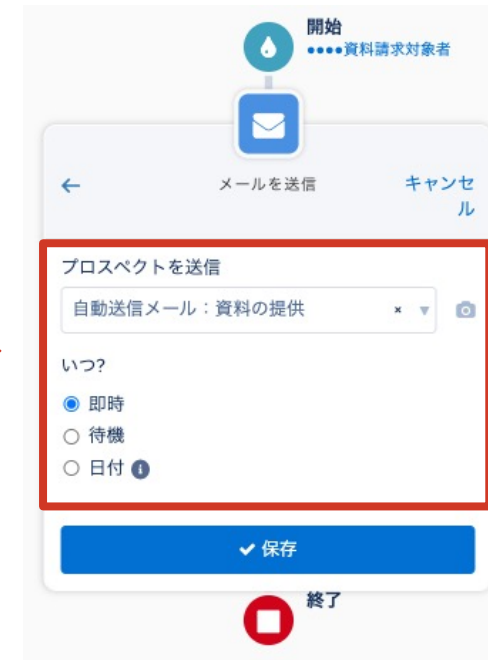
Step2

Step3

Step4

2 アクション：メールを設定

アクションから [メール送信] を選択、事前に設定した自動応答メールのテンプレート「自動送信メール：資料の提供」を設定、配信は [即時] を選択



2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ2

salesforce

Step4 Engagement Studioの設定

Step1

Step2

Step3

Step4

3 トリガー：メールリンクのクリック

トリガーから [メールリンクのクリック] を選択、
[リンクの選択] で特定リンクを選択、
評価日時：待機3日で設定

The image displays three sequential screenshots of the Salesforce Engagement Studio interface, illustrating the configuration of a trigger.

Screenshot 1: Shows the '要素を追加' (Add Element) menu. The 'トリガー' (Trigger) option is highlighted with a red box. The menu includes options for Action, Trigger, Rule, Copy-paste, and End.

Screenshot 2: Shows the 'トリガー' (Trigger) selection screen. The 'メールリンクのクリック' (Click on Email Link) option is highlighted with a red box. Other options include Custom Redirect Link, Open Email, Download File, Form, Form Handler Complete, and Landing Page.

Screenshot 3: Shows the configuration screen for the 'メールリンクのクリック' (Click on Email Link) trigger. The 'メールの選択' (Select Email) dropdown is set to '自動送信メール：資料の提供' (Auto-send email: Provision of materials). The 'リンクの選択' (Select Link) dropdown is set to '特定のリンク' (Specific link). The '評価日時' (Evaluation time) is set to '待機' (Wait) for 3 days. A '保存' (Save) button is visible at the bottom.

2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ2

salesforce

Step4 Engagement Studioの設定

Step1

Step2

Step3

Step4

評価日数について

トリガーの要素に入った際、すぐに次のアクションを行いたい、一定期間待ってから次のアクションを行いたいによって評価日数の[最大]と[待機]を使い分けます。

最大

すぐにアクションを行いたい場合に選択し、最大の日数を指定します。

例：メール開封トリガーの最大を選択し、日数を5日に設定

⇒ 5日間の間にメールが開封されたら、すぐに [はい] に進みます。

⇒ 5日間経ってもメールが開封されなかった場合、5日後に [いいえ] に進みます。

待機

一定期間経過してからアクションを行いたい場合に選択し、待機日数を指定します。

例：メール開封トリガーの待機を選択し、日数を5日に設定

⇒ 開封でも未開封でも、5日後に同じタイミングで、 [はい] もしくは [いいえ] に進みます。

※最大も待機も、日数を0日に設定しないでください。0日に設定するとすべて [いいえ] の評価になってしまいます。

2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ2

salesforce

Step4 Engagement Studioの設定

Step1

Step2

Step3

Step4

4 Yes アクション:メールを送信

アクションから [メール送信] を選択、
事前に設定した自動応答メールのテンプレート「自動送信メール：製品のご紹介」を設定、配信は [即時] を選択



2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ2

salesforce

Step4 Engagement Studioの設定

Step1

Step2

Step3

Step4

5 No アクション : リストに追加

アクションから [リストに追加] を選択、
事前に設定したリスト「●●製品_見込み
客」を設定、リスト追加は [即時] を選択



2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ2

salesforce

Step4 Engagement Studioの設定

Step1

Step2

Step3

Step4

6 トリガー：メールリンクのクリック

トリガーから [メールリンクのクリック] を選択、
[リンクの選択] で特定リンクを選択、
評価日時：最大3日で設定

The image shows a three-step process for configuring a trigger in Salesforce Engagement Studio:

- Step 1:** A flowchart view of a scenario. A red box highlights the 'トリガー' (Trigger) category in the '要素を追加' (Add Element) menu.
- Step 2:** A list of trigger options. 'メールリンクのクリック' (Click on email link) is highlighted with a red box.
- Step 3:** A configuration screen for 'メールリンクのクリック'. A red box highlights the 'メールの選択' (Select email) dropdown (set to '自動送信メール：製品のご紹介'), the 'リンクの選択' (Select link) dropdown (set to '任意のリンク'), and the '評価日時' (Evaluation time) section (set to '最大' / '3' days).

2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ2

salesforce

Step4 Engagement Studioの設定

Step1

Step2

Step3

Step4

7 Yes アクション:スコアを調整

アクションから [スコアを調整] を選択、
事前に決定したスコア「+5」を設定、
スコアの反映は [即時] を選択



2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ2

salesforce

Step4 Engagement Studioの設定

Step1

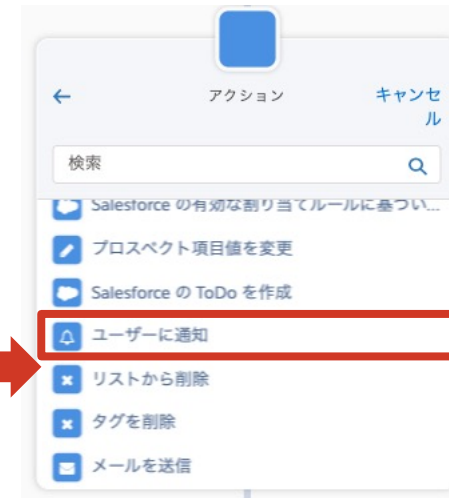
Step2

Step3

Step4

8 Yes アクション:ユーザーに通知

アクションから [ユーザーに通知] を選択、
通知者「山田花子」を設定、
通知のタイミングは [即時] を選択



2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ2

salesforce

Step4 Engagement Studioの設定

Step1

Step2

Step3

Step4

9 No アクション : リストに追加

アクションから [リストに追加] を選択、
事前に設定したリスト「●●製品_見込み客」を設定、リスト追加は [即時] を選択



2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ2

salesforce

Step4 Engagement Studioの設定

Step1

Step2

Step3

Step4

Engagement Studioのテストについて

設定したシナリオが正しく動くかテストを行います。

タブ [テスト] に切り替え、開始日時を指定し
[テストを開始] をクリック、各分岐では、日付と
[はい] or [いいえ] を指定

The screenshot displays the Engagement Studio interface for a scenario titled '資料請求からの見込み客の確度を測る' (Measuring the probability of leads from inquiry requests). The 'テスト' (Test) tab is selected. The '開始' (Start) dialog box is shown, where the start date is set to 12/01/2020 and the 'テストを開始' (Start Test) button is highlighted. Below, the test execution flow is shown, including a decision point 'メールリンクはクリックされたか?' (Was the email link clicked?) with response options 'いいえ' (No) and 'はい' (Yes). The test log on the right shows the progress: 'Engagement 開始済み' (Engagement started) and 'メール送信済み' (Email sent).

2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ2

salesforce

Step4 Engagement Studioの設定

Step1

Step2

Step3

Step4

Engagement Studioの開始設定

テストが終了し、各コンテンツの確認が完了したら、Engagement Studioの稼働を開始します。

右上の「開始」をクリック、開始日・停止日を設定し、「今すぐ開始」をクリック



2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ2

salesforce

Step4 Engagement Studioの設定

Step1

Step2

Step3

Step4

Engagement Studioの一時停止

一時停止した時点で全ての処理が一時停止します。

プロスペクトが待機のステップに入っている場合、その待機は一時停止します。プロスペクトは、プログラムが再開されるまで、そのステップに留まります。

プログラムが再開されると、プロスペクトは待機を終了してから、次のステップに進みます。

例：待機期間5日間の待機中に一時停止をした場合

⇒ 5日の間に再開された場合は、待機期間を待ってから次のステップに進みます。

⇒ 5日以上経過後に再開された場合は、再開と同時に次のステップに進みます。

ENGAGEMENT STUDIO
資料請求からの見込み客の確度を測る / Draft

一時停止 ツール

作成 テスト レポート アクティビティ

このプログラムを検索

フィルター
アクティビティ日付
常時

開始
●●●資料請求対象者

メールを送信
自動送信メール: 資...



Engagementプログラムを
一時停止したときの待機の動作方法

https://help.salesforce.com/articleView?id=pardot_how_do_waits_work_when_i_pause_an_engagement_program.htm&type=5

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

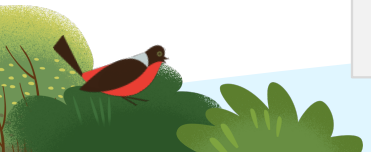


toBeマーケティング株式会社で代表取締役 CEOを務める小池 智和氏の協力のもと、実用レベルで使われている先駆者のシナリオを参考にし短期間で効果を実現していただくための、マーケティングオートメーションの効果を高めるシナリオをまとめたeBookです。利用シーン別に7つのカテゴリーに分けられており、取り上げられているシナリオはすべて実際に活用され大きな効果を上げているものです。

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

初心者の方向け

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

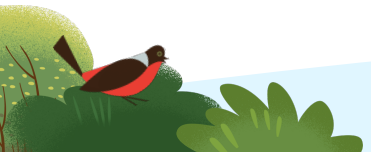
業務プロセス内で活用いただけるサンプルシナリオをご紹介いたしましたがいかがでしたでしょうか。実際に企業が活用して便利だったシナリオになりますので、ぜひ貴社の業務プロセスに組み込んでみてください。

- 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