



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3 再アプローチのタイミング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3：再アプローチのタイミング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
 - 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3：再アプローチのタイミングを見逃したくない時」をご説明いたします。

シナリオ3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3

salesforce

シナリオ3：再アプローチのタイミングを見逃さない

見込み客に対して商談時にBANT条件*をヒアリングすることがございますが、この際に製品・サービスの導入時期が今でない場合、その後のフォローアップはどのように管理していますか？

Sirius Decisions（シリウス・ディシジョンズ）社の調査によると『購買意欲が見られなくなった、アプローチを止めてしまった見込み客のうちの80%は、2年以内に競合企業から製品を購入している』といった統計データが発表されております。

そこで、製品・サービスのタイミングが今でない場合や、過去に失注した見込み客が、再度興味を持ったタイミングを見逃さずキャッチして、営業担当者にToDoを作成して通知することで、漏れなくフォローアップできる体制を構築します。

再アプローチのタイミングを見逃したくない時



製品・サービスのタイミングが今ではない場合や、過去に失注した見込み客が、再度興味を持ったタイミングで顕在化する

休眠顧客の顕在化



ToDoを作成して
営業担当者に通知する

*BANT条件とは

BANT条件とは、法人営業の際にヒアリングしておくべき4つの情報の頭文字を取ったものです。

B=Budget（予算） A=Authority（決裁権） N=Needs（必要性） T=Timeframe（導入時期）

2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ3

salesforce

シナリオ3：再アプローチのタイミングを見逃さない

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・サービスのタイミングが今でない場合や、過去に失注した見込み客が、再度製品・サービスに興味を持ったタイミングを把握して、営業担当者にToDoを作成して通知し、あらためて商談化の可能性がないか見極める
ゴール	顕在顧客の再発掘して商談化に向けてフォローアップする
ターゲット（誰に）	製品・サービスのタイミングが今でない場合や、過去に失注した見込み客（プロスペクト）
コンテンツ（何を）	現状の状況確認、製品・サービスの最新情報や企業事例など、再検討時に有益な情報のメール
タイミング（いつ）	Webサイトに再来訪したタイミング
ポイント	<ul style="list-style-type: none">・中長期的にフォローアップが必要な見込み客に対して、定点観測が実施できるように対象者を把握する必要があります。・そのためにも、営業担当者やインサイドセールスは、定点観測が必要な見込み客のリスト化を運用ルールとして徹底することが重要です。・対象者は、失注した見込み客をはじめ、商談までに至らなかったが中長期的に商談化の可能性のあるリードも対象として検討する

2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ3

salesforce

シナリオ3：再アプローチのタイミングを見逃さない

Step2 シナリオの設計

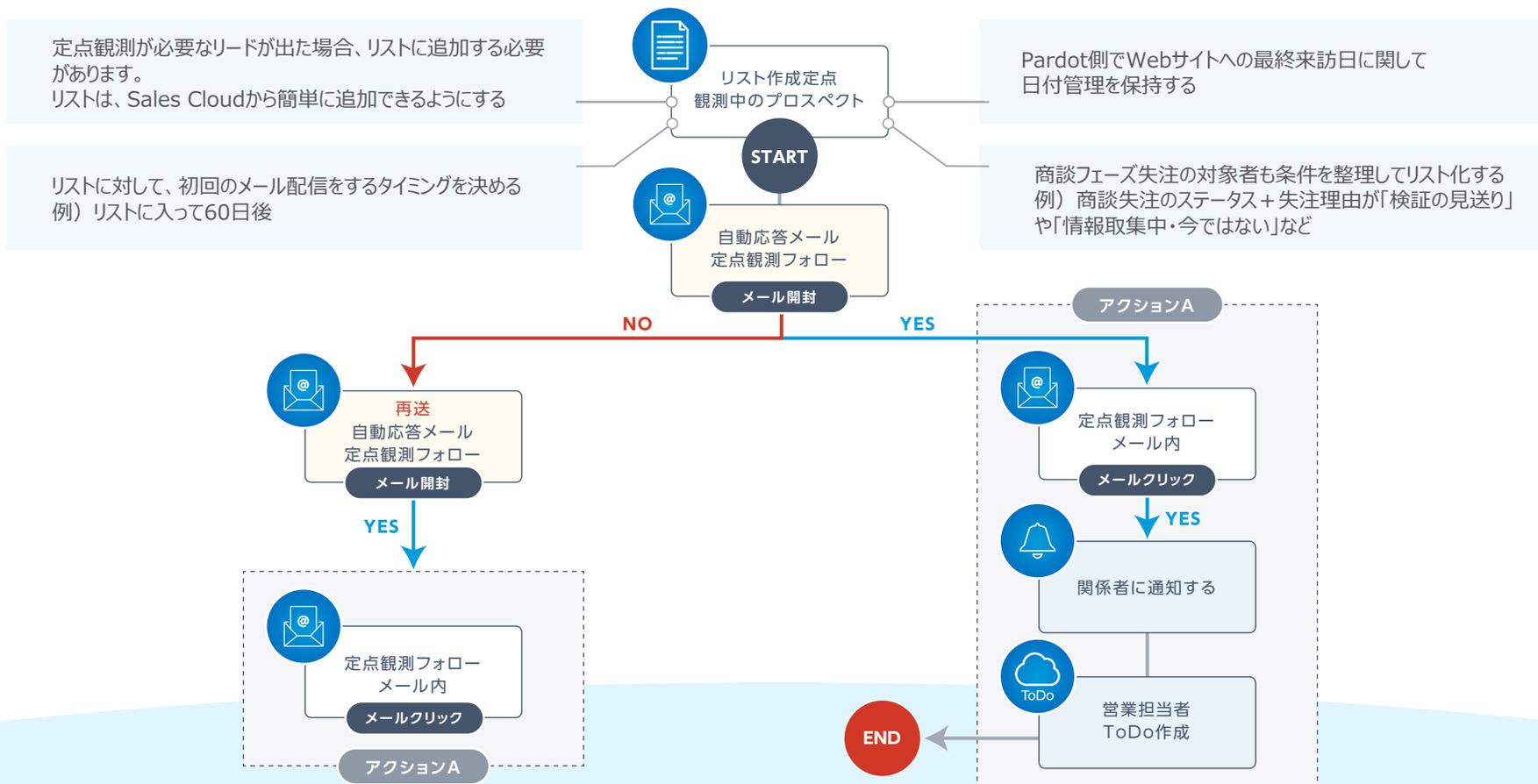
Step1

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3

salesforce

シナリオ3：再アプローチのタイミングを見逃さない

Step3 コンテンツの準備・各種設定

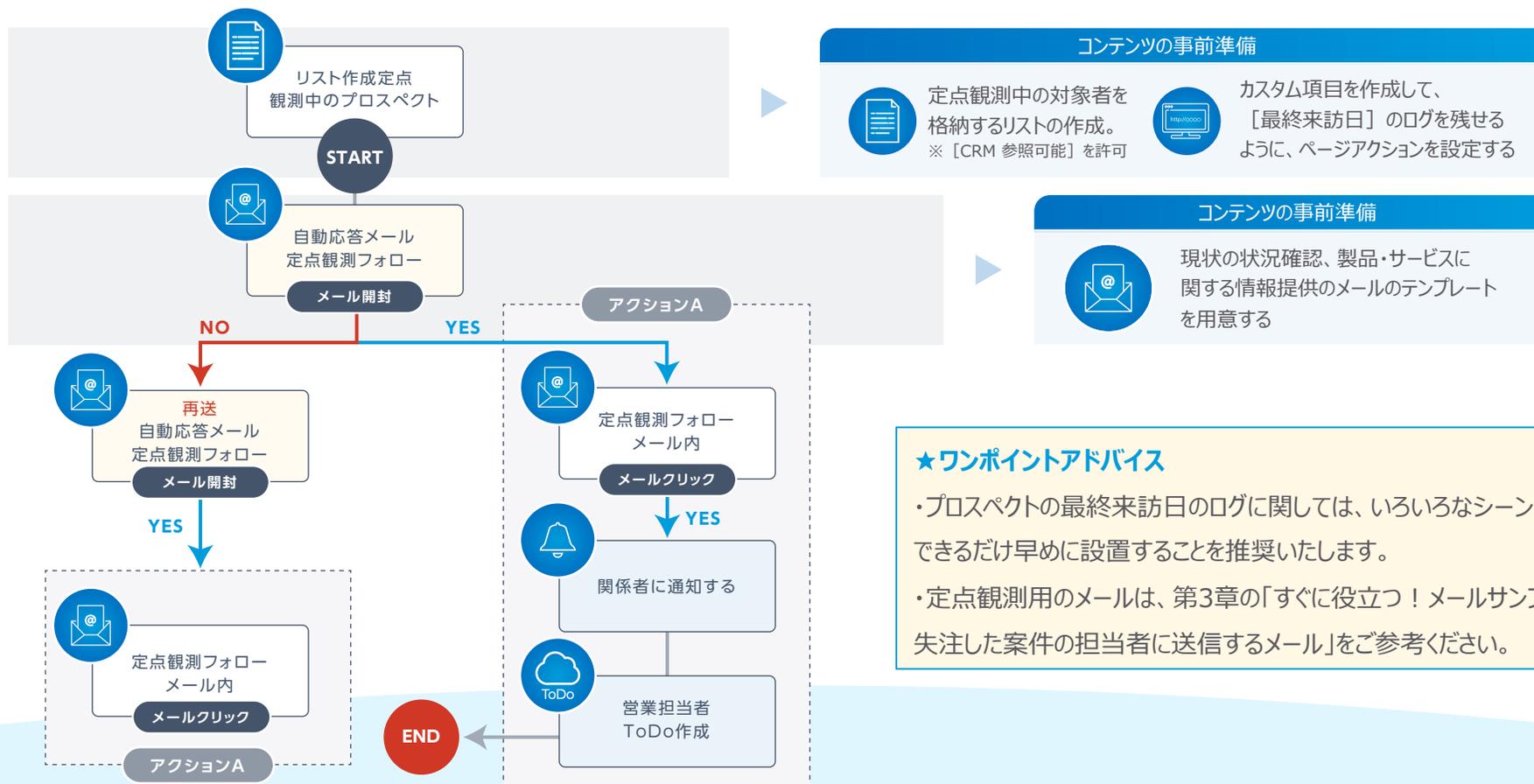
Step1

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3

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.Engagement Studioにセットする対象リストの作成、2.カスタム項目の作成、3.ページアクションの設定に関して解説いたします。

1. 定点観測中の対象者を格納するリストの作成 リード・取引先責任者から追加

定点観測中の対象者を格納するリストを作成して、作成時にSalesforceからPardotの該当リストに追加できるように

[CRM 参照可能] を許可する

[見込み客] → [セグメンテーション] → [セグメンテーションリスト] → [+リストを追加]

または、[Pardotメール] → [セグメンテーションリスト] → [+リストを追加]

リスト情報

CRM参照可能にチェックする

リスト情報

名前

フォルダー

タグ

テストリストのメール送信
テストリストのメール送信は、内部テストにのみ使用され、100 プロスペクトに制限されます。

アーカイブの日付
この項目は並び替えのみに使用します。アーカイブの日付が保存され、東部標準時 (米国) で表示されます。

公開リスト
メールプリアレンスセンターにこのリストを表示

CRM 参照可能
CRM からこのリストへのプロスペクトの割り当てを許可

2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ3

salesforce

Step3 コンテンツの準備・各種設定

Step1

Step2

Step3

Step4

SalesforceからPardotのリストに追加する

Salesforceのリードまたは取引先責任者の対象プロスペクト画面、▼より [Pardotリストに追加] を選択

The screenshot shows the Pardot Lightning interface for a lead record. The top navigation bar includes 'Pardot Lightning', 'ホーム', 'Pardot', '見込み客', 'リード', '取引先責任者', '取引先', '商談', 'キャンペーン', 'ダッシュボード', 'レポート', and 'さらに表示'. The lead record details are visible, including 'リード' (Lead), 'フォローする', 'Send to Pardot', '新規ケース', and '新規メモ'. A dropdown menu is open, showing various actions: '削除', '所有者の変更', '取引の開始', 'レコードタイプを変更', 'コピー', '印刷用に表示', '編集', 'Sansan人物情報', 'Send Engage Email', 'Send Pardot Email', 'Add to Nurture List', and 'Pardot リストに追加'. The 'Pardot リストに追加' option is highlighted with a red box and an arrow pointing to a modal window titled 'Pardot リストに追加'. The modal window contains a search bar with '定観測' and '定観測中のプロスペクト' listed below it. The '追加' button is highlighted in blue.

※「Pardotリストに追加」が表示されていない場合は、ページレイアウト編集より追加いただく必要があります。



SalesforceへのPardot標準アクションの追加 (Pardotリストに追加)

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

2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ3

salesforce

Step3 コンテンツの準備・各種設定

Step1

Step2

Step3

Step4

1. 定点観測中の対象者を格納するリストの作成 失注リードの条件設定

商談の失注（不成立商談）や、自社で失注時に記載いただく失注理由を選択して、その後フォローアップしていきたい見込み客条件を設定する

[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]

ルール

プロスペクトの商談の状況 [不成立の商談]

および [+新しいルールグループを追加] を設定して、自社で設定している失注時に選択いただく理由を設定ください。

サンプルでは、プロスペクトのカスタム項目の失注理由が [検討自体を見送り] または、失注理由が [情報収集段階・今ではない] を選択

※失注理由は、事前に貴社の営業プロセスの中で活用されており、失注処理によって異なります。失注理由をカスタム項目で管理していない場合は、プロスペクトの商談の状況のみの設定でも可能です。

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。

+ プロスペクトの商談の状況 ▼ 不成立の商談 ▼ **プロスペクトの商談の状況**

および

+ すべて一致 いずれか一致 **プロスペクトの失注のカスタム項目**

+ プロスペクトのカスタム項目 ▼ 失注 ▼ 次の値と等しい ▼
検討自体を見送り ▼

または

+ プロスペクトのカスタム項目 ▼ 失注 ▼ 次の値と等しい ▼
情報収集段階・今ではない ▼

+ 新しいルールを追加

2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ3

salesforce

Step3 コンテンツの準備・各種設定

Step1

Step2

Step3

Step4

アクション

プロスペクトを、先ほど作成したリストに追加 [定点観測中のプロスペクト] を選択

または

+ 削除 プロスペクトのカスタム項目 ▼ 失注 ▼ 次の値と等しい ▼
情報収集段階・今でない ▼

+ 新しいルールを追加

+ 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 プロスペクトをリストに追加 ▼ 定点観測中のプロスペクト 選択 **リストに追加**

+ 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を保存 キャンセル

2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ3

salesforce

Step3 コンテンツの準備・各種設定

Step1

Step2

Step3

Step4

2. カスタム項目の作成

Webサイトへの最終来訪日を常に把握するために、
カスタム項目で [最終来訪日] を作成する

[Pardot設定] → [オブジェクトと項目の設定] →
[プロスペクト項目] → [+カスタム項目を追加]

カスタム項目を作成

名前、カスタム項目IDを設定

同期動作 [Pardotの値を使用する] を設定

種別 [日付] を設定

カスタム項目を作成

キャンセル

名前* 最終来訪日

カスタム項目 ID* Last_Visit_day

タグ タグを追加

タグはカスタム項目のみに適用されます

salesforce.com 項目名

同期動作* データの同期時に Pardot と Salesforce の値が異なる場合:

Pardot の値を使用する

同期動作・種別

種別* 日付

- 複数の応答を記録して表示する (問題のレポートのように、常に表示するように設定する項目に有効)
- この項目に値がないときに使用するデフォルトの差し込み印刷の値を設定する
- 定義済みの値を使用する (チェックボックス、ラジオボタン、ドロップダウン、複数選択)

カスタム項目を作成 キャンセル

2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ3

salesforce

Step3 コンテンツの準備・各種設定

Step1

Step2

Step3

Step4

3. ページアクションの設定

定点観測中の対象者を格納するリストの作成して、作成時に SalesforceからPardotの該当リストに追加できるように [CRM参照可能] を許可する

[オートメーション] → [ページアクション] → [+ページアクション]

ページURL

Webサイトの全ページが対象となるため、ワイルドカードを使って対象ページを指定 [https://www.salesforce.com/jp/*] を記載

完了アクション

プロスペクトのカスタム項目を [最終来訪日] を選択 (2で作成したカスタム項目) して、 [Submission date] を選択

ページアクションを編集

キャンセル

名前

ページURL ページURL
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
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

+ 検証中: ~ カスタム項目値

+ 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3

salesforce

シナリオ3：再アプローチのタイミングを見逃さない

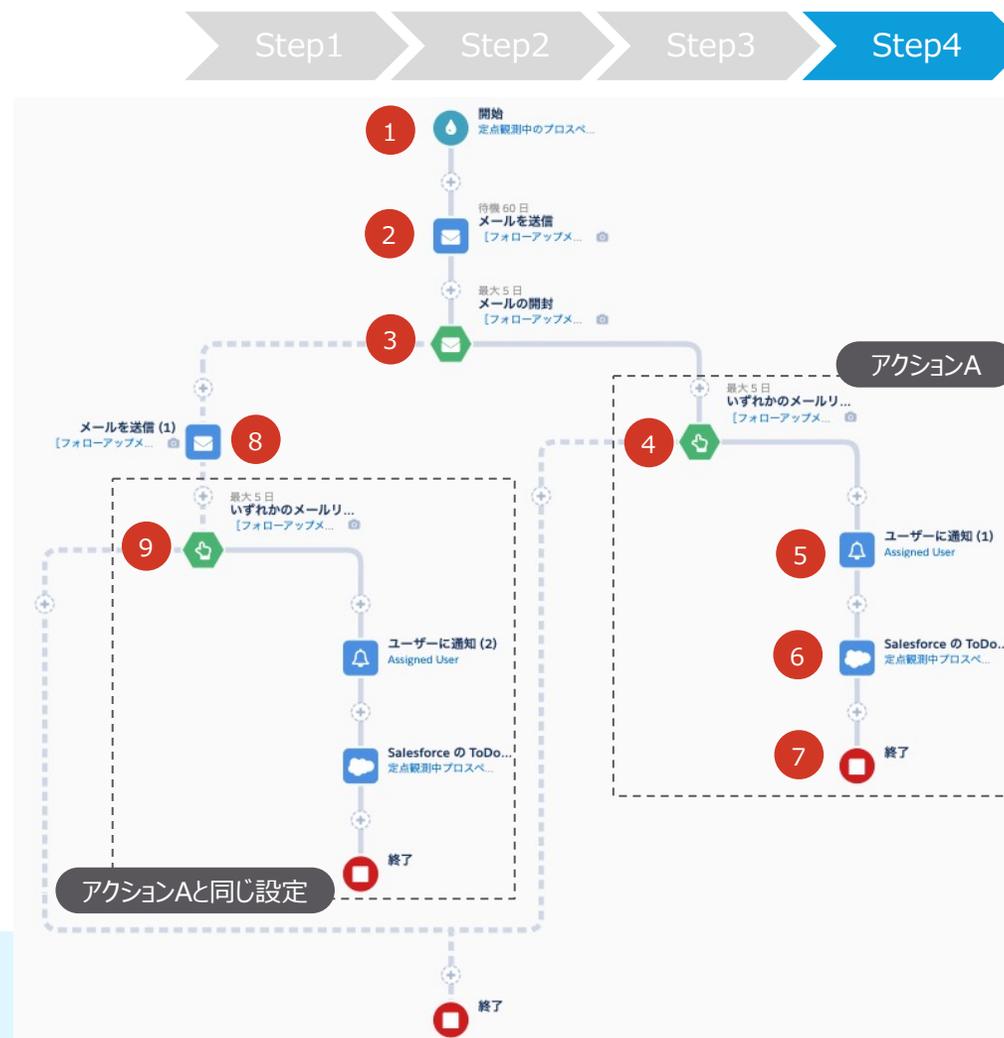
Step4 Engagement Studioの設定

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、製品・サービスのタイミングが今でない場合や、過去に失注した見込み客を、定点観測用のリストとして管理し、その対象者に対して60日後にメールを配信して、再度Webサイトに来訪したタイミングで担当者に通知とToDoの作成を行います。

- ① 開始設定（リストを設定）
- ② アクション：メールを送信
- ③ Yes トリガー：メール開封
- ④ Yes アクション：ユーザーに通知
- ⑤ Yes アクション：ToDoの作成
- ⑦ 終了
- ⑧ No アクション：メールを再送信
- ⑨ トリガー：メールリンクのクリック
Yes アクション：ユーザーに通知
Yes アクション：ToDoの作成
終了

アクションA



2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ3

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]

The screenshot shows the Pardot user interface. At the top, there is a navigation bar with the following items: 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. Below the navigation bar is a sidebar menu with the following items: Engagement Studio (highlighted with a red box), オートメーションルール, 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 'Engagement Studio' and contains a section for 'プログラム数' (Program Count). This section includes a 'ビュー:' dropdown menu set to 'すべてのプログラム', a '日付範囲:' dropdown menu set to '常時', and a 'フィルター:' input field. A red box highlights the '+ Engagement プログラムを追加' button. Below this section is a table header with the following columns: 名前, 状況, プログラムメンバ, 繰り返し, 作成済み, 更新済み, 更新者, and アクション.

2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ3

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「定点観測中のプロスペクト」を選択する

業務時間内だけにメールを送信

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

業務時間内だけにメールを送信

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*

定点観測中のフォローアップ (通知編)

フォルダー*

Uncategorized/Engagement Programs

説明

受信者リスト

定点観測中のプロスペクト ×

除外リスト

リストを選択

業務時間内だけにメールを送信

営業日*

日 月 火 水 木 金 土

始業時間 ⓘ 終業時間 ⓘ

10:00 18:00

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3

salesforce

Step4 Engagement Studioの設定

Step1

Step2

Step3

Step4

ENGAGEMENT STUDIO

定点観測中のフォローアップ (XX製品編) Draft

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

開始
定点観測中のプロセス...

+ をクリック

終了

要素を追加

- アクション
何かを実行する
- トリガー
イベントをリスンする
- ルール
ステートメントを評価する
- コピーされたステップ
クリップボードからステップを貼り付ける
- 終了
最後のステップを配置する

終了

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3

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： [フォローアップメール] 製品・サービス」を設定、配信は待機を選択して [60日] を設定



2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ3

salesforce

Step4 Engagement Studioの設定

Step1

Step2

Step3

Step4

3 トリガー：メールの開封

トリガーから [メールの開封] を選択、
対象メールが②と同じ「自動送信メール： [フォローアップ
メール] 製品・サービス」か確認して、
評価日時：最大5日で設定

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

- Step 1:** A flowchart showing the overall setup. The 'Trigger' step (green hexagon) is highlighted with a red box. The trigger is set to 'Event: Listen for event' (イベントをリスンする).
- Step 2:** A list of triggers. The 'Email Opened' (メールの開封) option is highlighted with a red box.
- Step 3:** The configuration screen for 'Email Opened'. The 'Evaluation Time' (評価日時) is set to 'Maximum' (最大) with a value of 5 days. The 'Save' (保存) button is highlighted with a red box.

※評価日数の「最大」「待機」の違いに関しては、次ページを参照ください。

2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ3

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3

salesforce

Step4 Engagement Studioの設定

Step1

Step2

Step3

Step4

4 Yes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] で任意のリンクを選択、
評価日時：最大5日で設定

The image shows two screenshots from the Salesforce Engagement Studio interface. The left screenshot displays a workflow with three steps: '開始' (Start), 'メールを送信 (2)' (Send email (2)), and 'メールの開封' (Email opened). A green trigger icon is connected to the 'メールの開封' step. Below the workflow, a list of triggers is shown, with 'メールリンクのクリック' (Click on email link) highlighted with a red box. The right screenshot shows the configuration screen for this trigger. It includes fields for '名前' (Name), 'メールの選択' (Select email), 'リンクの選択' (Select link), and '評価日時' (Evaluation time). The '名前' field is set to 'いずれかのメールリンクのクリック'. The 'メールの選択' dropdown is set to '[フォローアップメール] 製品・サー...'. The 'リンクの選択' dropdown is set to '任意のリンク'. The '評価日時' section has '最大' (Maximum) selected, and the value '5' is entered in the days field. At the bottom, there are '削除' (Delete) and '保存' (Save) buttons.

2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ3

salesforce

Step4 Engagement Studioの設定

Step1

Step2

Step3

Step4

5 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 [Assigned User (割り当てられたユーザー)]
を設定、通知のタイミングは [即時] を選択

The image shows a two-step process for configuring an action in Salesforce Engagement Studio. On the left, a list of actions is displayed in a search interface. The action 'ユーザーに通知' (Notify User) is highlighted with a red box. On the right, the configuration screen for this action is shown. The notification recipient is set to 'Assigned User' (highlighted with a red box), and the timing is set to '即時' (Immediate).

最大5日
いずれかのメールリ...
[フォローアップメ...]

アクション

検索

- Salesforce の有効な割り当てルールに基づい...
- プロスペクト項目値を変更
- Salesforce の ToDo を作成
- ユーザーに通知**
- リストから削除
- タグを削除
- メールを送信

終了

ユーザーに通知

名前
ユーザーに通知 (1)

通知
Assigned User

いつ?
 即時
 待機

削除 保存

2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ3

salesforce

Step4 Engagement Studioの設定

Step1

Step2

Step3

Step4

6 Yes アクション:ToDoの作成

アクションから [SalesforceのToDoを作成] を選択、
通知者 [Assigned User (割り当てられたユーザー)] を
設定、件名・期日・優先度などを記載

The image shows a workflow configuration in Salesforce Engagement Studio. On the left, a flowchart shows a trigger '最大5日 いずれかのメールリ... [フォローアップメ...]' leading to an action 'ユーザーに通知 (4) Assigned User'. A red box highlights the 'SalesforceのToDoを作成' action in the action list. On the right, the configuration screen for this action is shown, with a red box around the main configuration area. The configuration includes:

- 件名: 定点観測中プロスペクトのフォローアップ
- 割り当て先: Assigned User
- 優先度: High
- 状況: 状況を選択
- 期日: 2 日 (今日から)
- リマインダー: 1 日 (今日から)
- コメント数: 定点観測中のプロスペクトがサイトに再来訪しました。行動履歴を確認の上、フォローアップをお願いします。
- いつ?: 即時 待機

A blue '保存' (Save) button is at the bottom.

2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ3

salesforce

Step4 Engagement Studioの設定

Step1

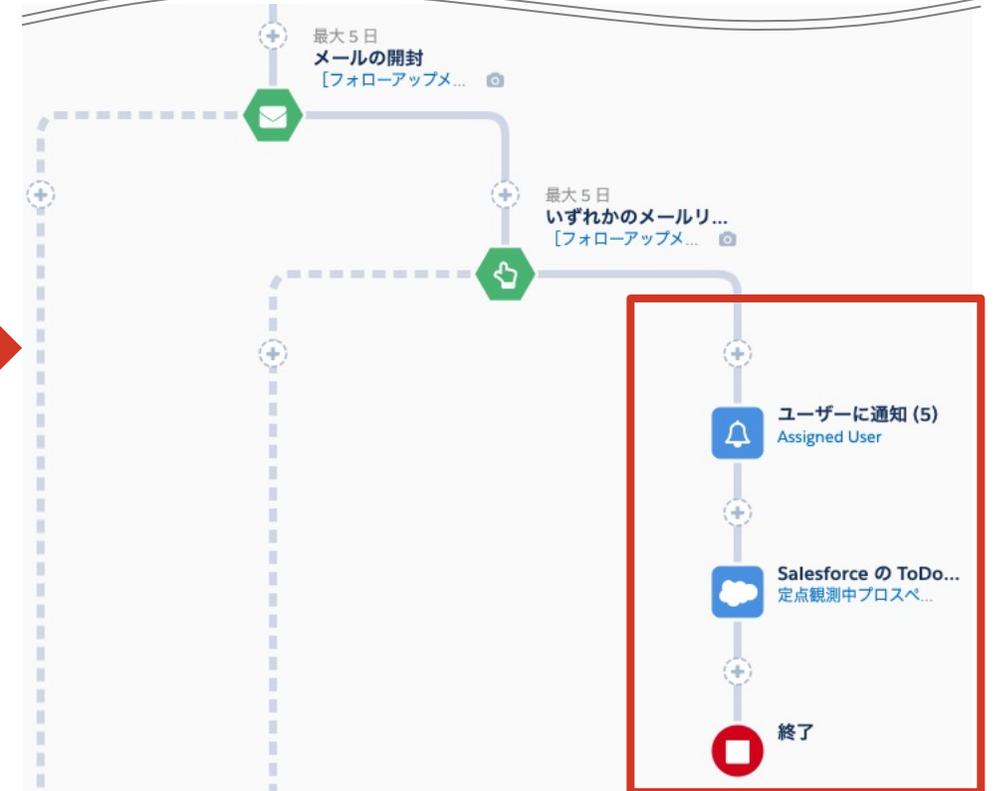
Step2

Step3

Step4

7 終了

+ (要素を追加) から、[終了] を選択



2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ3

salesforce

Step4 Engagement Studioの設定

Step1

Step2

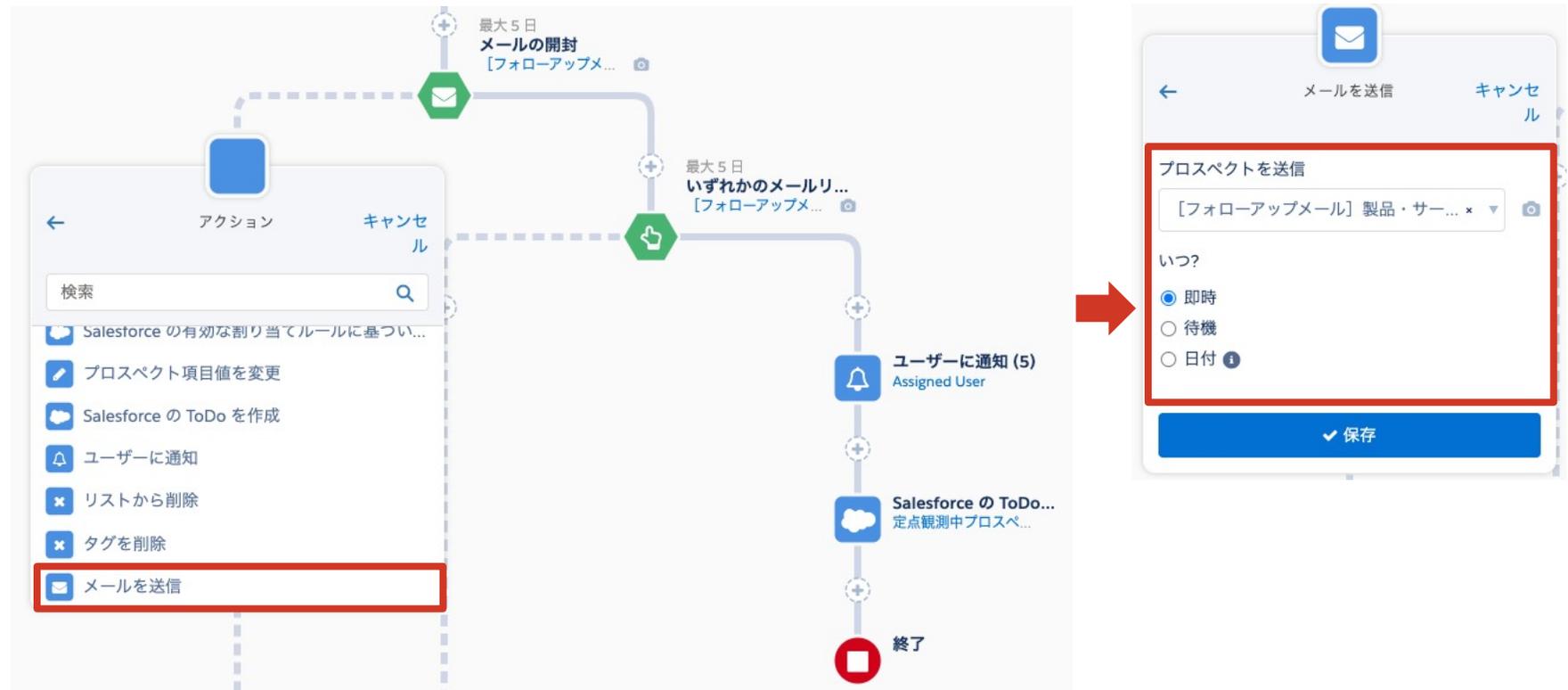
Step3

Step4

8 No アクション : メールを設定

未開封のプロスペクトに向けてメールの再送をいたします。

アクションから [メール送信] を選択、自動応答メールのテンプレート「自動送信メール： [フォローアップメール] 製品・サービス」を設定、配信は即時を設定



2-2. シナリオの概要・設定

シナリオ3

salesforce

Step4 Engagement Studioの設定

Step1

Step2

Step3

Step4

9 アクションA（設定済みのステップを複製する）

アクションAの④トリガー：メールリンクのクリックから⑦終了のステップに関しては、複製機能を活用して設定いたします。
右上 [選択] してコピーしたいステップを選択して [コピー] をクリック、差し込みたいステップから [コピーされたステップ] を選択して複製が完了

The screenshot displays the Salesforce Engagement Studio interface. The main window shows a workflow diagram titled "定点観測中のフォローアップ (XX製品編...)". The workflow includes several steps: "メールを送信 (3)", "メールの開封", "いずれかのメールリ...", "ユーザーに通知 (5)", "Salesforce の ToDo...", and "終了". A red box highlights a specific step in the workflow, and a red arrow points to a copy-paste menu on the right. The menu lists various actions and triggers, with "コピーされたステップ" (Copied Step) highlighted in a red box. A green notification banner at the bottom of the workflow area states "4 ステップがコピーされました。" (4 steps have been copied).

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