



salesforce

自社への関心が高い見込み客へ
個別フォローを実施しましょう

～1.基準を決める～

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



本章のゴールと対象者

ゴール

- 「自社への関心が高い見込客」に対して個別フォローを行なう方法を理解する

対象者

- Pardotの利用推進者・設定担当者

自社への関心が高い見込み客に絞ってフォローを行なう
= 効率よく、成約率の高い営業活動

見込み客への個別フォロー 4ステップ



1. 関心が高い見込み客の基準を決める

どのような見込み客であれば、自社への関心が高いと言えるか?

2. フォロー方法を決める

誰がどのようにフォローするか?


3. 設定を行う

SalesforceとPardotに必要な設定を行う

4. 改善する

見込み客が商談や成約につながっているか確認し、継続的な改善をする

本動画のご説明範囲



自社への関心が高い見込み客の
基準を決めましょう

関心が高いと想定できる見込み客とは



自社に対して興味があり、積極的に情報収集をしている見込み客



- 1) 一定のスコアを超えている 例:スコア150を超えた
- 2) 特定のページを訪問 例:自社ウェブサイトの価格ページに訪れた

1)一定のスコアを超えている

スコア = 見込み客のアクションに応じて加算される点数
プロスペクトの視点で見た貴社に対する関心度を測れる

例えばこのような見込み客のアクションに応じて値が加算されます



ページの閲覧
「価格表」などのページの閲覧は商談を開始できる可能性を示す目安となる

+30点



フォームの登録
問い合わせフォームや資料請求フォームの登録は、関心度が高い可能性がある

+60点



メールの開封・クリック
メールの開封やクリックは、関心を示している可能性がある

+10点

合計100点

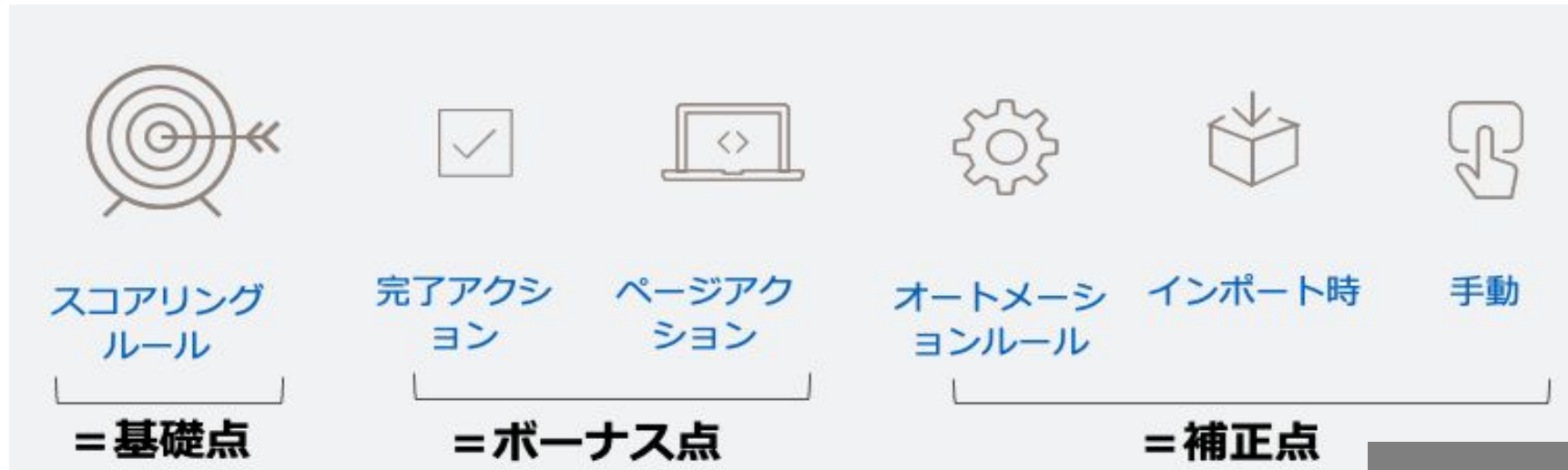
【補足資料】
スコアの基本をもっと学びたい方は
[こちらの動画をCHECK](#)

スコアの設定

- ・スコアは初期状態ではデフォルト値が設定されている
- ・スコアは各社ごとに最適な値に調整することができる

(例) 自社にとって重要な見込み客のアクションである「資料請求フォーム」はスコアを高め180点に設定

参考：スコアの調整方法 ※詳細は動画を視聴ください

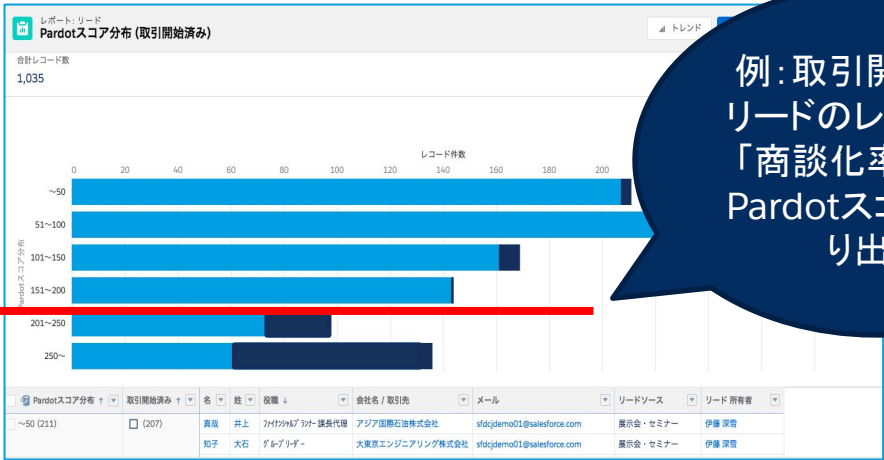


【補足資料】
スコアの基本をもっと学びたい方は
[こちらの動画](#)をCHECK

関心度が高いスコアとは何点か？

[Aパターン]

Pardot運用中でスコアが既に溜まっている場合



例：取引開始済みリードのレポートから「商談化率の高いPardotスコア」を割り出す

各社によって基準は変わります。スコア実績を確認するレポートを作成し自社にとって最適なスコア基準のヒントを見つけましょう

[Bパターン]

Pardot運用前でスコアがほぼない場合



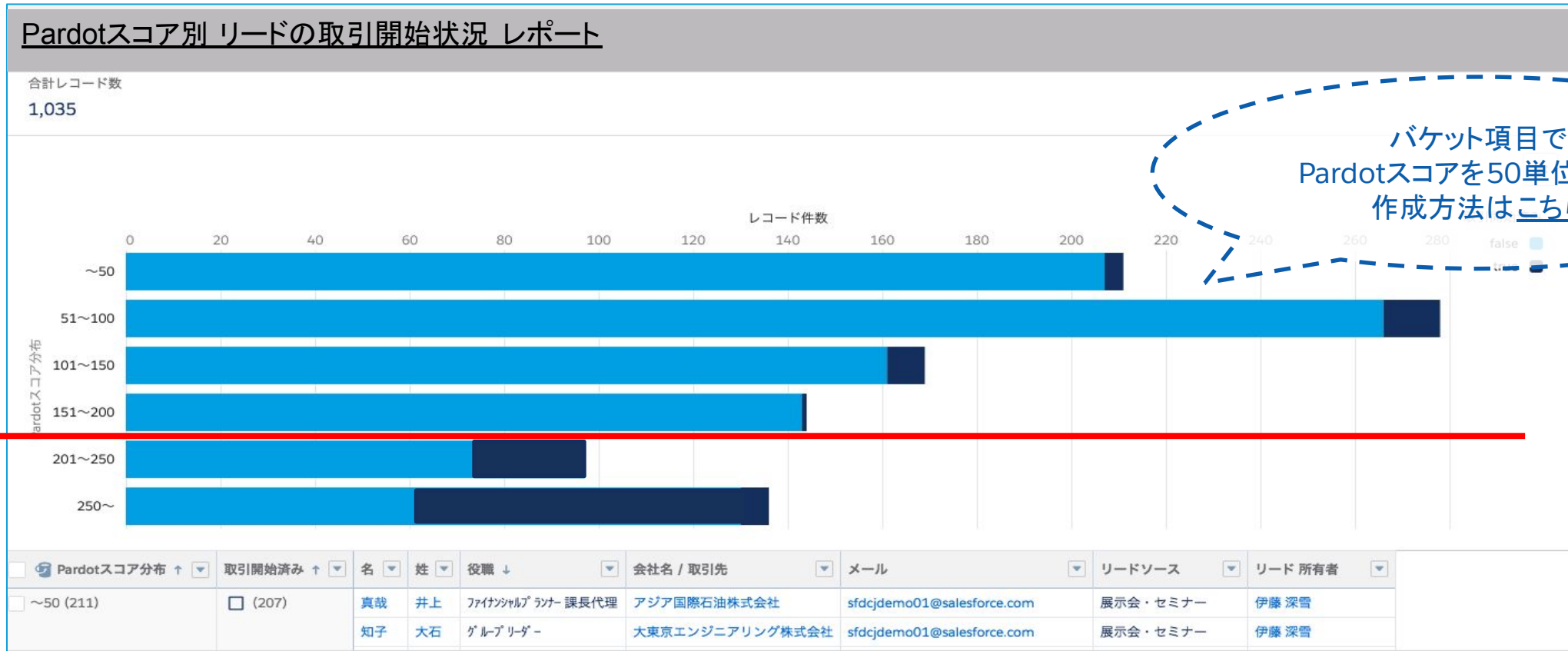
まずは80点に仮置きして、営業の意見やレポートを参考にして調整しよう

企業によって基準は変わります。まずは一旦仮で基準を決めて、運用開始後、スコアが溜まってきた段階でAパターンのレポートを作成し調整しましょう

参考: スコア基準のヒントとなるレポート例



例: スコア別の取引開始済みリード
→ 商談化率の高いPardotスコアがわかる



2) 特定のページを訪問

自社ホームページの どのページへの訪問が”関心度が高い”と言えるか？

例:価格ページ

Essentials	Professional	Enterprise	Unlimited
シンプルに始められる、ユーザー数10名までのCRM*	あらゆる規模のチームに対応する包括的なCRM	自社に合わせた細かいカスタマイズが可能なCRM	CRM機能とサポートが無制限
3,000円 <small>(税抜) /ユーザー/月** (年間契約)</small>	9,000円 <small>(税抜) /ユーザー/月** (年間契約)</small>	18,000円 <small>(税抜) /ユーザー/月** (年間契約)</small>	36,000円 <small>(税抜) /ユーザー/月** (年間契約)</small>
無料トライアル	無料トライアル	無料トライアル	無料トライアル

例:事例紹介ページ

0120-733-257 お問い合わせ

製品 リソース サポート 企業情報 COVID-19

Salesforce を活用する企業の導入事例

“顧客のニーズを徹底的に追求している当社にとって、ソーシャルツールは不可欠です。”

Barry Gilmore | CIO OF L'OREAL AMERICAS

事例を見る

デモを見る

Overview

導入事例

ご不明な点はお問い合わせください。
0120-733-257
お問い合わせ

L'ORÉAL

※スコアの場合、デフォルトではページ閲覧は一律 1点です。価格ページや事例ページなど、特に重要なページがある場合は、スコアの点数に関わらず即通知する、という基準を設けるのがおすすめです

参考: ページアクション(特定のページ訪問者を営業に通知)

※設定箇所

- ・Pardot Lightning オートメーション > ページアクション > ページアクションを追加
- ・Pardot Classic マーケティング>オートメーション>ページアクション > ページアクションを追加

【補足資料】
設定方法を知りたい方は
「ページアクション」をCHECK

まとめ（見込み客への個別フォロー 4ステップ）



1. 関心が高い見込み客の基準を決める

どのような見込み客であれば、自社への関心が高いと言えるか？

2. フォロー方法を決める

誰がどのようにフォローするか？

3. 設定を行う

SalesforceとPardotに必要な設定を行う

4. 改善する

見込み客が商談や成約につながっているか確認し、継続的な改善をする

まとめ



- 自社への関心が高い見込み客に絞って個別フォローを行なうことで**効率よく、成約率の高い営業活動**を進める事ができる
- 自社への関心が高い = 積極的に情報収集をしている見込み客
 - 例：一定のスコアを超えている
 - 例：特定ページへ訪問している

 **まず、自社にとっての「関心が高い見込み客の基準」を決めましょう**



Thank You