



salesforce

フォローすべき見込み客の 質を改善しましょう

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



見込み客への個別フォローにおける役割



Pardot担当者

見込み客の創出~育成~
評価を担当



関心度の高い見込み客リスト



営業/インサイドセールス

引き継いだ見込み客の
フォローを担当

見込み客への個別フォロー よくある失敗例



成約になったという話を聞かないけど、ちゃんとフォローされているのかな・・・



Pardot担当者

見込み客の創出～育成～
評価を担当

連携不足により
引き継いだ見込み客が
無駄に・・・

見込み客の質が低くて商談に至らない！
時間もいないから
後回しにしよう・・・



営業/インサイドセールス

引き継いだ見込み客の
フォローを担当

Pardot担当者と営業/インサイドセールスとの連携が必要不可欠！
定期的なコミュニケーションの場を設け、質を改善しましょう

営業/インサイドセールス部門との定例会議

営業部門との定例会議を設け、すり合わせをしましょう

開催頻度

- ・ 毎週○曜日 ※最低でも隔週1回は開催しましょう

出席者

- ・ Pardot担当者 (見込み客の創出~育成~評価の担当者)
- ・ 営業/インサイドセールスなど、見込客をフォローする部門の責任者

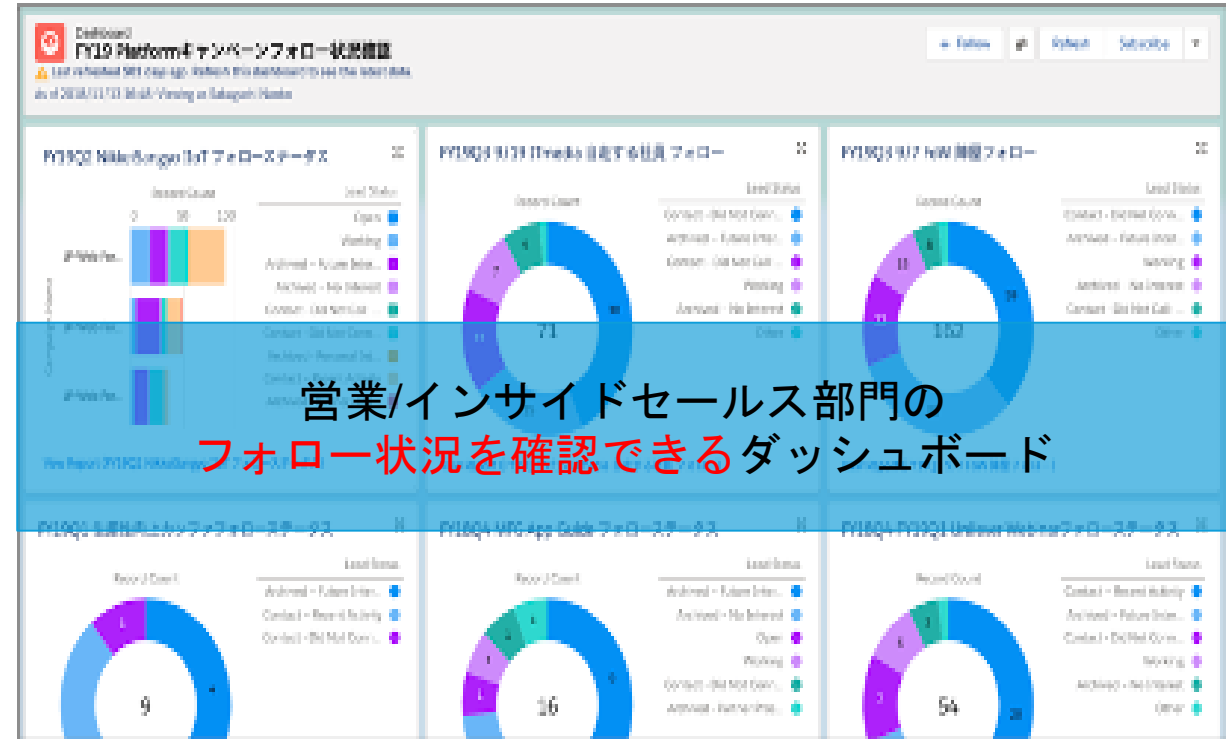
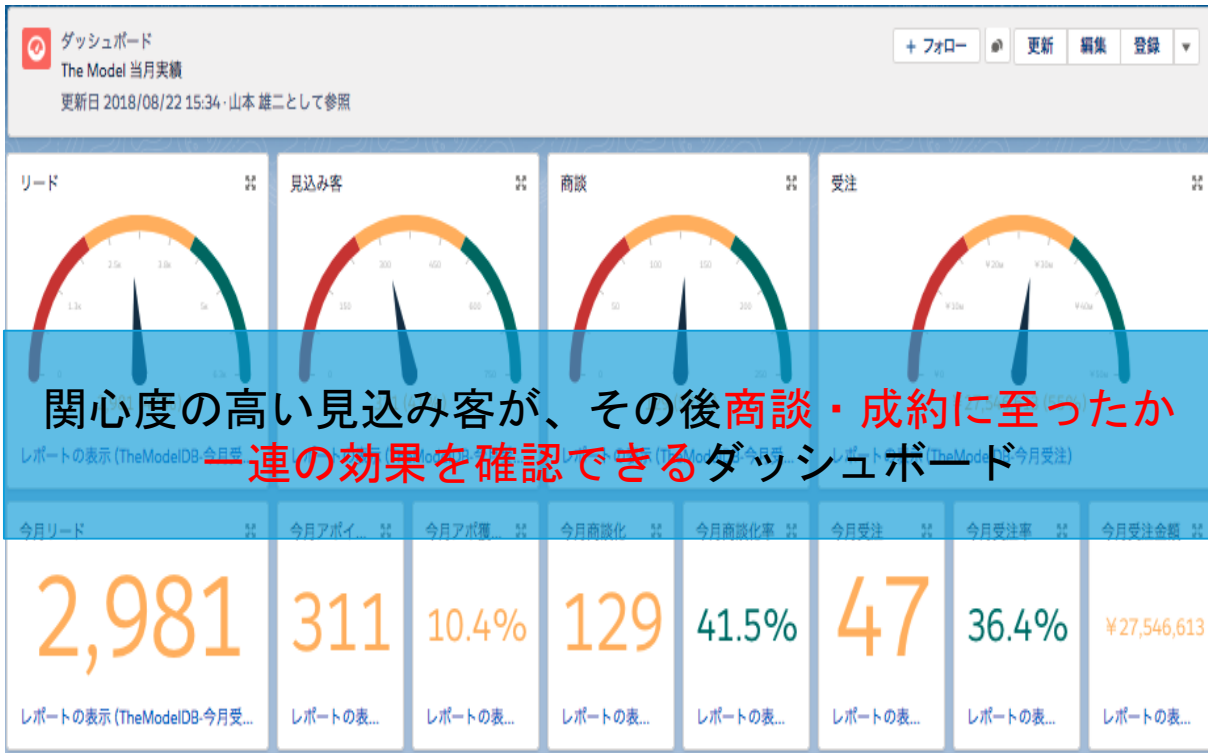
会議での 確認事項

- ・ 引き継ぎ後の見込み客に対するフォロー状況の確認
- ・ 引き継ぎ後の見込み客がフォローされていない場合、その理由と解決方法 (ポテンシャルが低い、担当が忙しいなど)
- ・ 営業目標に対して、現在の見込み客数は充分か?
- ・ 引き継ぎ基準は営業部門から見て適切か? (基準を上げたい、基準を下げていいのもっと数がほしいなど)
- ・ パイプラインを増やす為の施策検討(広告やイベント)

共通のダッシュボードで進捗を確認



Pardot担当者と営業/インサイドセールス部門が確認できる共通ダッシュボードを用意



定例会議での確認はもちろん、日常的にチェックし
見込み客創出の施策やフォローを日々改善しましょう

質の改善のためのヒント

- ・ 引き継ぎ基準は営業部門にとって適切か？
 - 業種・業界・顧客ランクなどの要素を基準に追加
スコア基準値を下げる
一定期間アクションがない見込み客のスコア値を調整する(次ページ参照)
- ・ 引き継いだ見込み客がフォローされていない理由は？
 - 数が多すぎるのであれば、基準を絞り込むかフォロー人員を増員する事も検討
- ・ 商談化後の受注率や受注金額はどうか？
 - 商談金額や受注率とスコアの相関があれば、引き継ぎ基準の参考に

参照：一定期間アクションがない見込み客のスコア調整



一定期間アクティビティのないプロスペクトのスコアをリセットする方法

オートメーションルールで、

90日間アクティビティがない場合にスコアを減算する

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。

+ 前	プロスペクトの時間	⇅	数日前の最新アクティビティ	⇅	次の値より小さい	⇅	180
-----	-----------	---	---------------	---	----------	---	-----

+ 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

+ 前	プロスペクトのスコアを調整	⇅	次の数値を加減	⇅	-100
-----	---------------	---	---------	---	------

+ 新しいアクションを追加

減らす方法は二種類

- 次の数値を加減で「- (マイナス)」を入れると、現在の値からその分を減算
- 次の数値に変更で「ゼロ」を入れると、現在の値に関わらずゼロに減算

見込み客に個別フォローを行い、商談化や成約につなげるには

Pardot担当者と営業/インサイドセールスとの連携が重要です

【やるべきこと】

- 定例会議を設け、質を改善するためのすり合わせを行う
 - 共通ダッシュボードを用意して進捗を確認



Thank You