

Salesforceユーザーの必需品

営業案件・活動のみの管理から 顧客接点プロセス全体の管理へ

SFA/CRMに、マーケティングオートメーションの力を！

salesforce

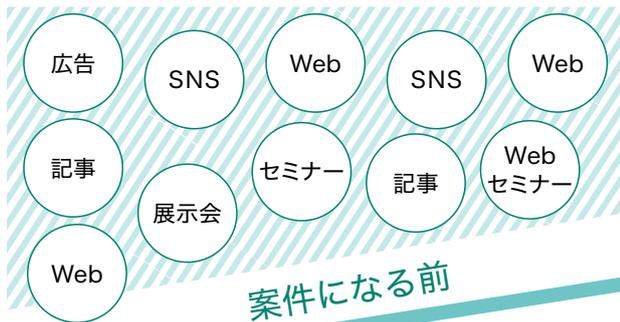
sales cloud

+

salesforce

pardot

顧客の購買プロセス



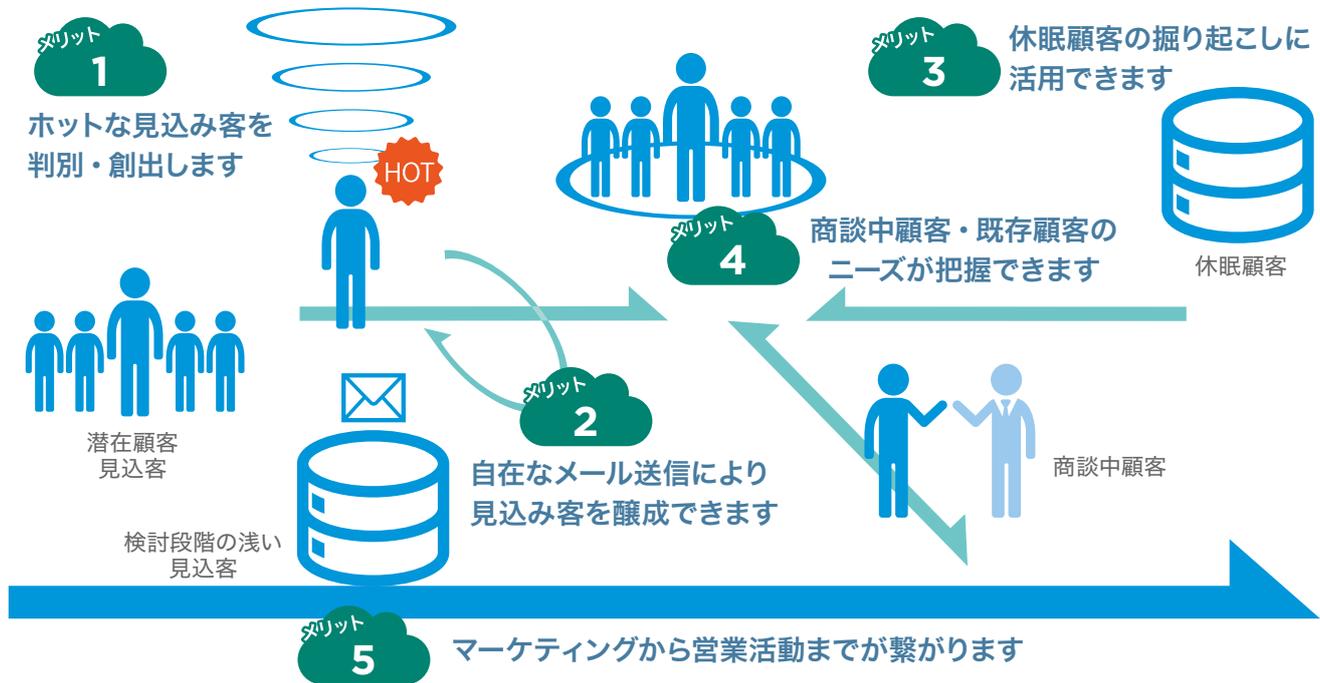
案件になる前

受注した後



顧客接点プロセス全体のカバーへ

Pardot導入による5つのメリット



豊富な機能群で、顧客接点プロセスを強化

Visitor 情報	ランディングページ作成	個人のWeb閲覧履歴把握	メール配信	動的コンテンツ (個別バナー)	Salesforce タスク生成
Google Adwords 連携	フォーム作成	スコアリング (Web行動)	ドリップメール配信	来訪ページアクション	Salesforce レポート連携
ソーシャルメディア連携	フォーム個別最適化 (EFO)	グレーディング (属性情報)	A/Bテスト	担当顧客 Web来訪通知	Salesforce 顧客情報連携

よくある質問

SalesCloudを導入していますが、顧客管理と商談管理のみ利用し、リード管理は行っていません。リード管理のオペレーションや、専用の組織を作ってからでないと、Pardotの導入はまだ早いのでしょうか？

そのようなことはございませんが、ご担当者は必要になります。また、導入と同時にインサイドセールス組織を作られたユーザー企業様もいらっしゃいます。Pardotにはリード管理のオペレーションに必要な機能が標準的に備わっており、プロセス設計や組織設計の手間を大幅に省くことが可能です。

すでにアクセス解析ツール・配信ツールを導入しています。Pardot導入を検討していますが、既存ツールとの機能の重複や、新ツールへの切り替えに伴う費用対効果、コスト面での重複精査など、考えることが多くてやや面倒です。

ほかのマーケティング支援ツールとの共存も可能です。Web解析などと組み合わせることで、施策の幅が更に大きく広がります。

Force.comでアプリケーションを構築し、SFAやリードマネジメントを行っています。SalesCloudは必要でしょうか？

Pardot導入の目的は潜在顧客の動向を捉え、案件を醸成する事です。Sales Cloudは、それを支えるリードや商談管理の仕組みを備えているため、より効果が見込めます。

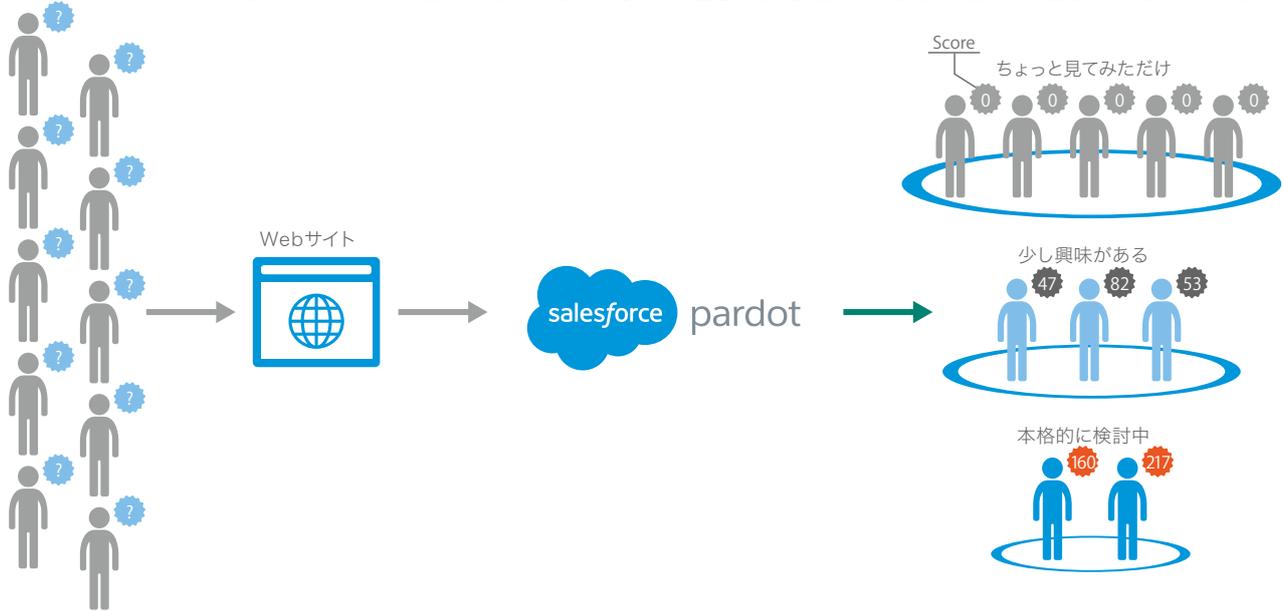
社内にWebの担当がそもそもいません。Pardotから得られるデータもコンテンツ拡充が見込めないと活かしきれないのでは、と思っています。人材を採用したり、育成したりすることが先決のような気がしています。

コンテンツは重要です。自身で試行錯誤されることも大切ですが、コンテンツ作成に関して知見のあるパートナーも多くいますのでぜひご相談ください。いずれにしても、Pardotでコンテンツを発信することによって、評価や効果が見えやすくなりますので、より効果的な情報発信が可能になります。

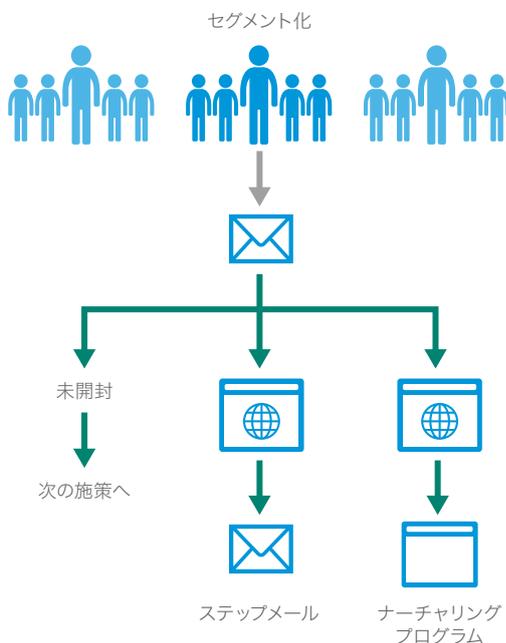
メリット
1

ホットな見込客を判別・創出します

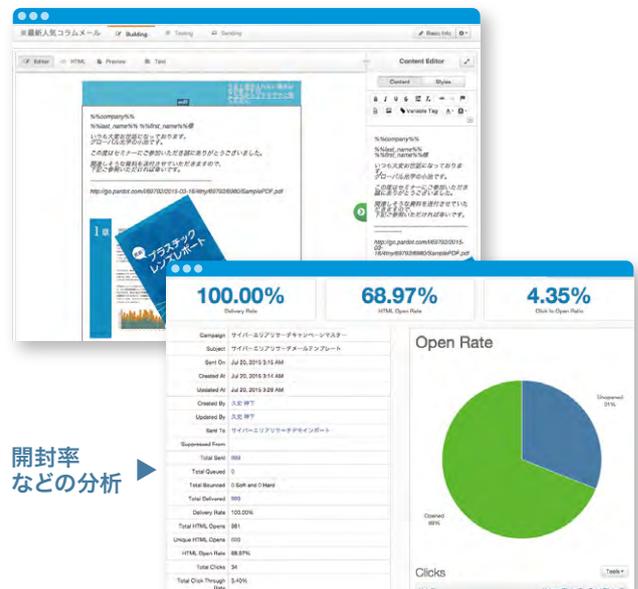
Salesforceで管理している展示会来場者やWebサイトからの資料請求者などのリード(見込客)の情報に、Pardotを追加すること([+Pardot])によって、Webサイトへの来訪頻度や閲覧ページによるスコアリングが加わります。それにより見込客の関心度合いを掴み、優先順位を付けることが可能です。

メリット
2“今は”ホットでないお客様とも
緩くつながり続けることで、見込み客を醸成します

SalesforceとPardotを連携することによって、Salesforceで保有する顧客属性情報に応じたセグメントも自在に可能になり、大量のメール配信にも対応できます。また、メールのURLをクリックした個人名の把握やWeb閲覧ページの把握によって、顧客の関心事や購買プロセスに応じたステップメールやナーチャリングプログラムなどの設定ができます。



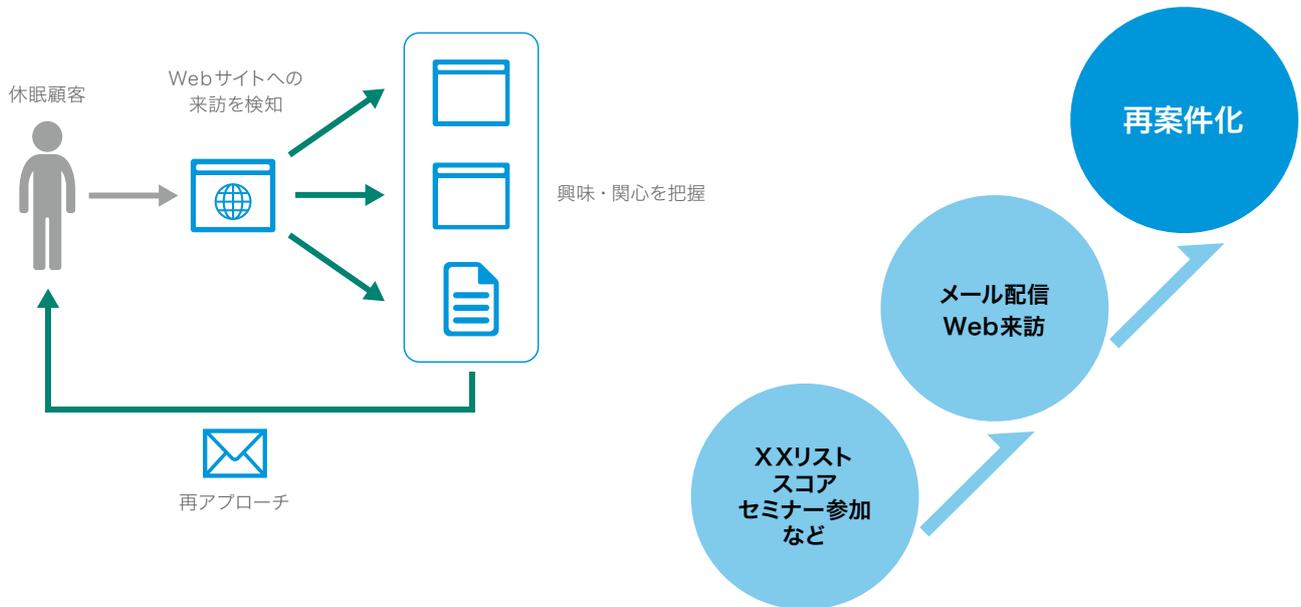
顧客にあわせたメール作成

開封率
などの分析

メリット 3

休眠顧客の掘り起こしに活用できます

例えば、“過去に年間売上が100万円あり、直近1年以上売上が無い”休眠顧客がWebサイトに来訪されたことや、閲覧したページを把握することが可能です。それによって、アプローチのタイミングや関心のある商材などを把握し、最適なコンテンツのメール配信や再アプローチを実施できます。



メリット 4

商談中顧客・既存顧客のニーズが把握できます

Webサイトへの来訪者は、見込客とは限りません。営業スタッフが商談中の顧客や取引が既にある既存顧客も数多く訪れます。来訪のタイミングやどのページの閲覧履歴を把握することで、商談を前に押し進めるチャンスが生まれ、既存顧客にはアップセル・クロスセルの提案をするきっかけを掴めます。

Name	Company	Score	Grade	Last Activity
様 純一郎 田崎	セールスフォース・ドットコム	301	B+	Oct 1, 2015 3:04 AM
様 和樹 増田	セールスフォース・ドットコム	195	B	Oct 2, 2015 10:08 AM
様 太郎 赤羽	赤羽工業	67	B	Oct 4, 2015 11:33 AM

Field	Value
リード名	谷口 智史
会社名	株式会社セールスフォース・ドットコム
役職	営業
電話番号	090-5907-7424
メールアドレス	taniguchi@salesforce.com
Webサイト	http://www.salesforce.com/jp/
リードスコア	106
リードグレード	B
リードの作成日時	2015/08/02 11:16
リードの更新日時	2015/08/02 11:16

メリット
5

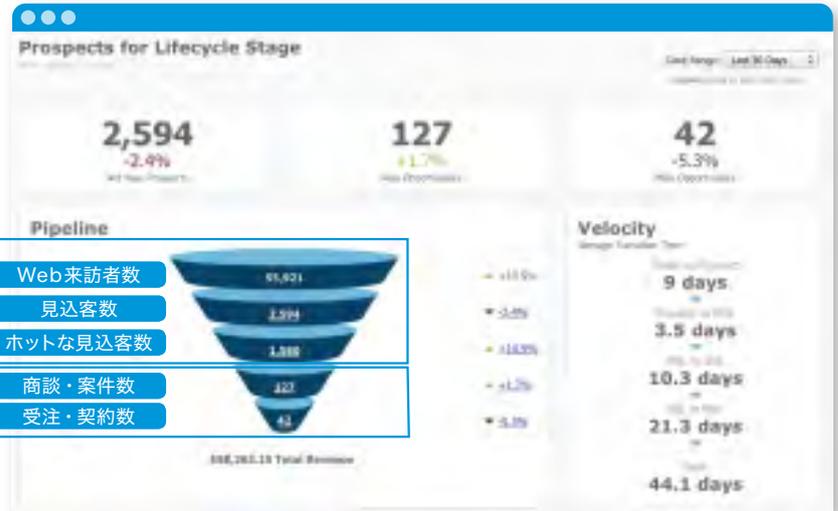
マーケティングから営業活動までが繋がります

見込み客獲得や見込客育成のマーケティングフェーズから、商談活動や既存顧客フォローの営業活動までを、Salesforce [+Pardot] に情報を集約し、一気通貫で可視化できます。

Webサイトの来訪者数やアプローチ可能な見込客数、一定のスコアに達した質の高い見込客数を可視化。
数字をクリックすれば、その顧客の情報にアクセスできます。

salesforce pardot

salesforce sales cloud



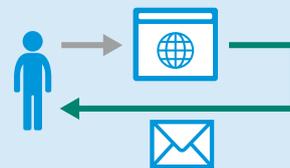
Salesforceの<商談>タブと連動し
営業の商談活動とリンクした状況・成果を可視化できます。

更にこんな使い方も

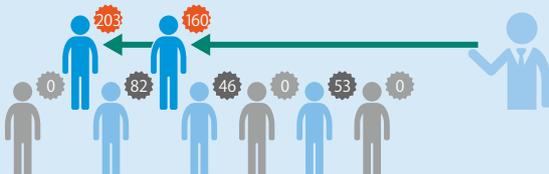
自分の担当顧客がWebサイトに来訪されたら、毎日まとめてメールが届きます。それを確認し、翌日からのフォローやアプローチに活かします。



イチオシの製品ページや特定の情報を掲載したページなどに来訪された顧客に、そのページの内容を更に訴求するコンテンツやキャンペーンなどを、自動でメール配信することが可能です。



顧客の興味度合いがスコアで一目で分かるようになります。例えば、一定スコア以上は営業がすぐにフォローするといった活用ができます。



保有する属性情報(例えば、地域や役職や業種、また契約サービスや関心ある製品など)に応じて、Webサイト上のバナーやキャッチコピーを動的に可変することが可能です。



お客様の興味・関心度合いを Salesforce に集約

展示会やWeb施策といった、マーケティング施策による顧客とのコンタクト情報から、営業の商談や既存顧客フォロー活動の情報までを、全てSalesforceに集約し成果を高めることができます。

顧客基本情報

所属・役職・メールアドレスなどの基本的な情報

顧客との関係性

商談フェーズ・契約状況・顧客ランクなどの情報

顧客のWebアクセス情報

顧客がWebにアクセスしてきた日時やスコアの情報

顧客の属性情報

salesforce sales cloud

顧客との活動情報

顧客の閲覧ページ情報

顧客がアクセスしたWebページや滞在時間の情報

顧客とのコンタクト状況

メール配信や訪問履歴などの顧客との活動履歴情報

顧客のWeb行動

salesforce pardot

顧客のキャンペーン情報

顧客がイベントに参加したり特定のセグメントに属した情報

The screenshot displays a lead record for '谷口 智史' (Taniguchi Tomohisa) in the Pardot system. The interface includes navigation tabs for Home, Chatter, Groups, Pardot, Pardot LeadDeck, Campaigns, Leads, Leads Management, Cases, Services, Reports, Dashboards, and Cases. The lead profile shows contact information and a list of Pardot activities. A table of 'Pardot Lead Activities' is visible, detailing various actions like 'Visit' and 'View' with associated scores and dates.

Activity	Type	Campaign	Score	Date / Time
Visit - 4 page views	Visit	2bc5taTracking	4	Feb 3, 2015 11:10 AM
View - Google Natural Search	View	IT商品説明用 Landing Page	0	Feb 3, 2015 11:15 AM
Visit - 3 page views	Visit	2bc5taTracking	3	Jan 16, 2015 1:40 PM

レポート

The screenshot shows a report interface in Salesforce Pardot. It features a search bar for leads, a 'Report' button, and various filters and options. The report title is '商談に関連する担当者の直近行動' (Recent actions of sales staff related to sales). The interface includes a 'Salesforce' logo and a 'Pardot' logo, indicating the integration of data from both systems. The report filters include '表示' (Display), '参照' (Reference), '期間条件' (Time Condition), and '範囲' (Scope).

既存・見込み顧客 | 顧客ランク | Webスコア | 最終Web来訪日時 | 商品・サービス名 | 直近購買日時

Customer Voice

見込客の“実際のWeb上の行動”を把握できるから、自信を持って営業アプローチができる

導入の背景

業界全体で価格競争が激化するなか、私たちは新たな価値を提供し続けてきました。しかしながら、「資料請求してくれた」「メールを配信した」その先の見込客の行動が一切見えていなかったため、これらを可視化し、メール配信を自動化することが次の課題だったのです。しかし、利用していたSFAとメール配信システムでは、実現が困難だったため、SalesforceとPardotへリプレースすることになりました。

導入の効果

想定していたユーザーの行動と実際のデータを比較してみると、大きく異なる部分があり驚きでした。予測ではなく、実際のユーザーの行動を把握したうえでアプローチできるため、成果も上がりました。何より顧客のWeb行動を把握し、“ホットな見込客”だと分かると、自信を持って営業できます。担当者が各自でユーザーの行動を把握し、電話やメールができるのも、Salesforce & Pardotの利点だと実感しています。

飛鳥ドライビングカレッジ

東京・神奈川・埼玉に展開する、「地域密着型」の自動車教習所。飛鳥交通グループの半世紀にわたる知識と経験で、クルマにかかわる情報発信と、コミュニケーションの場を提供する。



飛鳥DC川口株式会社
営業課 マネージャー **武士 大輔** 氏



飛鳥 Driving College

マーケティングツールの仕様を比較・検討した結果、Salesforce“純正”のPardotを選びました

導入の背景

2年前に会社合併を行い、社内に複数存在するSFAを統合する必要がありました。弊社には大きく分けて受託開発と自社プロダクトがありますが、ビジネスモデルや顧客層が大きく違うという問題を抱えていました。特に自社プロダクトでは製品導入までのリードタイムが最長5年と長く、顧客DBやSFAの統合が難しかったのです。自社でのオンプレミス開発を含め、いくつかの製品の仕様を比較・検討しました。

導入の効果

その結果、SFA/CRMは拡張性の高いSalesforceの導入を決めました。そして、将来の展開を視野に入れ、Salesforce純正であるPardotを選択したのです。導入によって、体系的にマーケティング体制も少しずつ整ってきました。セミナー直前に見込客の行動が把握できるなど、効果も実感しています。今後は、営業チームとの連動を強化し、マーケティングチームからの案件増加に繋がりたいと考えています。

株式会社オープンストリーム

ソフトウェアインテグレーション、業務用Webアプリケーションプラットフォーム「Biz/Browser」の開発・販売、IT技術者育成支援サービス、モバイルソリューション&サービスを手がける。



株式会社オープンストリーム
プロダクト事業部 事業企画部

部長 **笠畑 恭一郎** 氏
テクニカルマネジャー **小泉 裕司** 氏





THE CUSTOMER SUCCESS PLATFORM
SALES SERVICE MARKETING COMMUNITY ANALYTICS APPS IOT

株式会社セールスフォース・ドットコム

 /SalesforceJapan  @SalesforceJapan

 0120-733-257

URL: www.salesforce.com/jp

Salesforce は salesforce.com,inc. の米国およびその他の国での登録商標です。またその他サービス名も salesforce.com,inc. の商標または登録商標です。その他各種製品名は、各社の製品名称、商標または登録商標です。
©Copyright 2015 salesforce.com, inc.