

# Pardot自社運用でつまずいていたマーケティングが 伴走活用支援とMAnaviサポートにより 3ヶ月でスムーズに稼働



SALES ROBOTICS株式会社

商談獲得を自動化するクラウド営業支援システム「SALES BASE」をはじめ、インサイドセールス、内勤の電話営業と顧客データシステムを組み合わせて活用できるプラットフォーム型の法人営業支援サービスなどを提供している。

設立 2004年11月25日

URL <https://salesrobotics.co.jp/>



① Pardotを導入したものの運用を行うスキルがなかった



② BtoBマーケティングの基本的なノウハウが社内で不足していた

## 導入の背景

### 自社でセルフ導入はしたものの活用ができずに無駄な労力増に

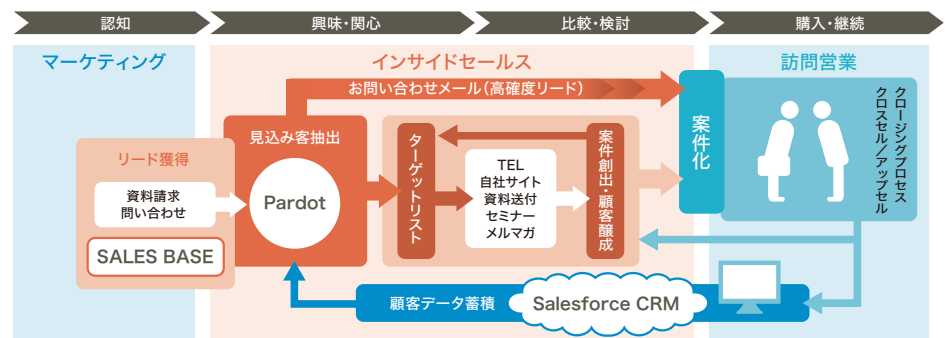
法人営業支援から得た400万件の企業データや、自社の営業活動を主体に獲得してきたデータを元に分析し、商材に合わせた最適な営業支援サービスを提供するSALES ROBOTICS。

2014年、同社はSalesforce Venturesからの出資をきっかけに、顧客管理システムとしてSalesforce CRMを導入した。その後、マーケティングオートメーション(Pardot)を導入することによって、自社が開発・提供し、利用も行っている営業支援システムSALES BASEをより効率的に使っていき考え、Salesforce CRMとの連携がしやすい、Pardotの導入を決定。社内での導入・運用を目指した。そのため、Pardotの初期設定は、全て自社のエンジニアが行っていた。しかし、売上向上を目的とした営業部と連動性のあるマーケティング活用は実践できず、結局、本来の機能を活かしきれいでなかった。例えばセミナーの告知をする際も、営業部から頼まれたセミナー内容をただ単に文章化してメールで送り、その後の数値計測はしないような状況が続いていたという。また、Salesforce CRMでは顧客管理こ

そできていたものの、本来自動でできるところを手動で行っていた。例えば確度の高い顧客から届くWeb上の「お問い合わせ」も、手動でSalesforceへ転記し、営業に通知していた。本来スピーディーに対応すべき部分に、非常に時間とパワーがかかっていた。ある日、同社がセールスフォース・ドットコム主催のPardotユーザ会に参加したところ、他社ユーザーから、PardotとSalesforce CRMとの連携に

より自動で顧客情報をSalesforce CRMに移行が可能なることを聞き、驚いたという。さらに、Webで調べていくと自社で活用できていない機能も多く散見され、自社運用の限界を感じた。そんな折、toBeマーケティングの「伴走活用支援サービス」を知り、導入を即決。担当者が、本質的に何を知りたいのか紐解き、親身に相談に乗ってくれるサービスは渡りに船であった。

### SALES ROBOTICS社での営業活動の流れ



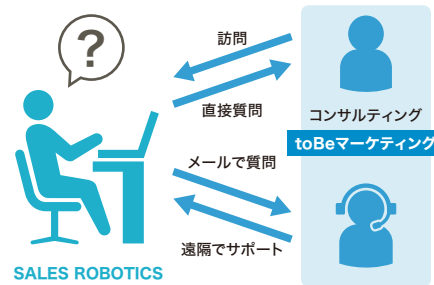
## 伴走活用支援とMAnaviサポートでこう解決

### 1 丁寧なサポートで疑問点もすぐに解決

toBeマーケティングが最初にサポートしたことは、エンジニアが手掛けて以来ブラックボックス化していたPardot初期設定の見直しであった。一番の課題は、Pardotに対する具体的な知識やマーケティング活用イメージが十分でない中で初期設定を行っていたこと。担当者の抱える不明点に対してコンサルタン

トが丁寧にレクチャーを行い、「CTR」「CV」といった必要な専門用語も徐々に身に付けてもらいながら、初期設定の見直しを進めていった。また、オンラインでのサポートについてもメールベースにもかかわらずレスポンスが速く、運用中の様々な疑問点が解決したという。

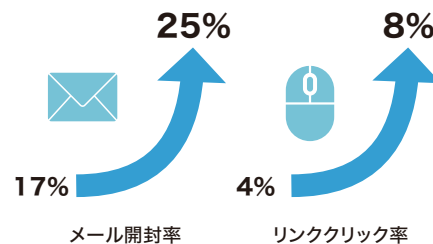
toBeマーケティングによるサポート体制



### 2 セミナーの申込み数が前年比140%

それまで時間がかかっていた営業展開も、PardotとSalesforce CRMとのデータ連携によりWebからのお問い合わせをリアルタイムで営業に自動通知できるようになり、顧客対応が格段に速くなった。そのような土台整備ができただけで、シナリオ設定や、顧客の興味を引くメールのタイトル付けや、動線へ導くためのコンテンツ作成といった面もtoBeマーケティングがサポート。セミナーの集約効果も

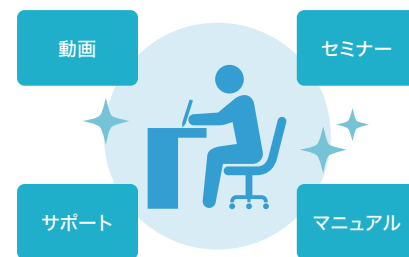
向上した。実際、メール開封率は17%から25%に、クリック率も4%から8%に改善。さらに、セミナー申込み者に対し、受講票メールをあらかじめセミナー当日3日前に自動送信するように設定できた。早くて漏れないレスポンスの結果、集客メールからのセミナー申込数も、前年と比較し、140%の効果が見られている。



### 3 若手社員の育成にMAnaviサポートを活用

さらにSALES ROBOTICSでは、toBeマーケティングの新サービス「MAnaviサポート」も活用し始めている。これは、Pardot活用に必要な「学ぶ」「調べる」「使う」という3つの事項を軸に、toBeマーケティングがこれまで幾多の企業の支援業務で培ってきた活用エッセンスを提供するサービスである。Pardot導入直後の課題や、施策の作り方などを解説する動画コンテンツをはじめ、基礎から応用まで専門の講師がレクチャーする来場型講座、Web

上での200件を超えるFAQといった、きめ細かなサポートを受けることができる。「よく耳にするけど何のことだろう？」というMA初心者の疑問にマッチするコンテンツ内容や、隙間時間に見られる5分程度という動画の適度な長さなどが社内でも好評だという。SALES ROBOTICSでは、担当者の復習用のためだけでなく、将来の人材育成のための教育ツールとしても活用している。



WEB上の「MAnaviサポートコミュニティ」をはじめサポートメニューを豊富に用意しているMAnaviサポート

## 今後の展開

### 顧客満足度の向上も見据えた幅広い活用を目指す

初期設定を見直し、Pardotの機能を最大限に活かした運用が可能になったSALES ROBOTICS。これまでPardot活用に対して無駄にかかっていた労力を削減することができた。さらにセミナー開催などに関するランディングページも手軽に制作で

きるようになり、今後は手軽に色々なコンテンツを増やしていけるのではと期待も高まっている。将来的には、リードをさらに増やしていくことはもちろん、既存顧客の満足度向上など、多様な目的にPardotの機能を活用していきたい。さらに、クラウ

ド営業支援ツールを提供する企業として、社内のインサイドセールス担当者にもマーケティングやPardot活用について理解を深めてほしい。そのために、「MAnaviサポート」を今後も有効に活用する予定だ。

## User's Voice toBeマーケティングを評価しているポイント



SALES ROBOTICS株式会社  
経営企画室  
伊藤 純代 氏

### マーケティング初心者の方に寄り添った適切なサポートが魅力

2016年に前任者がPardotを導入したのですが、なかなか運用がうまく行かず、その時に人事担当者であった私がPardotの運用を引き継ぎました。正直、マーケティングの経験がない中、右も左もわからなかった状況で、会社から与えられたミッションは「様々な点から状況を調査して改善してほしい」ということでした。しかし、自社での運用だけでは限界を感じ、toBeマーケティングをお願いしたのですが、サポートを受けていくなかで、自社運用の難しさに改めて気が付きました。

文字で起こされたマニュアルだけのサポートではなく、コンサルタントの方が、マーケティングやPardot関連用語の解説にはじまり、我々が抱える問題に対して必要なソリューションを丁寧に説明、提示してくれました。おかげで、それまではほぼ「メール配信ツール」のような使い方ができていなかったものが、ようやく運用でき始めた感じでした。「MAnaviサポート」も併用しながら、幅広く活用していきたいと思えます。