

# Pardotに Experience Cloud<sup>(※)</sup>とEinstein Botsを組み合わせ 顧客体験の向上と運用の効率化を実現



株式会社タカショー (東証一部上場企業)

設立 1980(昭和55)年8月

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

事業内容 エクステリア製品、LED製品、ガーデニング  
関連用品の企画・開発・製造・販売・輸入販  
売など

従業員数 441名(内正社員322名) 2020年1月現在

導入目的 ① オウンドメディアを通じて顧客データを獲得し、分析、育成したい

導入目的 ② 少ない運営スタッフで、配慮の行き届いた有料会員組織を効率よく運営したい

導入目的 ③ 有料会員サイト内のユーザー体験や、会員満足度を高めたい

## 導入の背景と経緯

1980年の創業以来、ガーデン文化を発信しながら、エクステリア・ガーデニング関連製品の開発、製造・販売、輸入などの事業を、B to BからB to Cまで幅広く手掛ける、株式会社タカショー様。業界初の上場を果たし、ガーデンカテゴリーにおけるNo.1企業を目指して躍進する、今注目の会社である。ガーデニングファンを醸成し、顧客のすそ野を広げることを目的に、グループ会社の株式会社3and gardenと協業で、B to C向けのオウンドメディアであるフリーのWEBマガジン『ガーデンストーリー』を2017年から運営。質の高いコンテンツが評判を呼び、月間330万UUを超える人気サ

イトに成長した。しかし、継続するには事業の収益化を目指す必要があった。「広告収入ではなく、読者(サイト訪問者)にメリットがあり、喜んでお金を投じていただける仕組みを作りたい、それにはまず読者のことを知らなければならない、と強く思いました」と語るのは、株式会社タカショーでWEB施策を主導する、経営企画室NET推進主任の元戒(もとえびす)あずみ氏だ。読者の特性に合わせた能動的な施策のために、すでに導入していたSalesforce CRMとの連携が容易なPardotを、2019年7月に導入した。さらに、有料会員組織の発足を計画し、Experience Cloud<sup>(※)</sup>を会員サイ

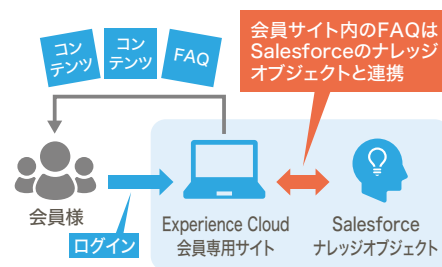
トのプラットフォームとして採用。同時に、お客様の疑問に効率的に対応できるチャットボットも導入した。「いずれもSalesforce CRM/Pardotとの親和性が高く、一元管理ができることが決め手です。短期間で確実に立ち上げたかったので、toBeマーケティングに導入・活用支援をお願いしました」(元戒氏)。会員サイトの構築は2020年2月からスタートし、7月には『ガーデンストーリークラブ』としてリリース。全国のガーデニングファンが集えるコミュニティとしての運用を開始した。

## Pardot・Experience Cloudをこう活用

1 Experience Cloudで会員カテゴリー別にコンテンツを提供  
使いやすいUIで顧客満足向上を実現！

有料会員サイトでは、チャットボットによる問い合わせやQ&A、掲示板を通じた会員同士の交流、オンラインサロンやワークショップ申込み受付、商品レビューなどのスペシャルコンテンツを提供する。会員カテゴリーごとに特別なコンテンツを提供し、ページ内でのアクティビティ(掲示板の書き込み、質問への回答等)によって、お買い物クーポンやデジタルギフトと交換できるポイントを付与する仕組みも導入した。「会員の中心は40～50代以上の女性で、デジタルに強いとはいえない世代です。抵抗感な

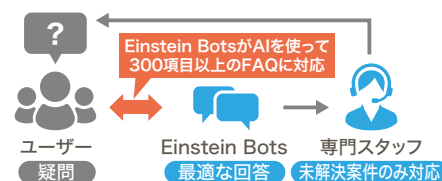
く使えるよう、シンプルなUIでユーザビリティを重視した設計を希望しました。会員の方にサイト上の機能を使っただけか不安でしたが、気づけば掲示板が活況です(元戎氏)。運営に携わる株式会社3and gardenの原氏も、「オンラインサロンの集客も順調に推移しています。Salesforce CRMと同じプラットフォームでコンテンツの更新ができるなど、システムに詳しくなくても会員の満足度が高い運営ができています」と語り、Salesforce CRM/Pardotとの親和性の高さに満足いただいている。



## 2 Einstein Bots(チャットボット)で効率化と顧客満足度の向上を両立！

運営スタッフは編集との兼務のため、リソースをかせずに会員の疑問や悩み、質問への行き届いた対応を行う必要があった。そこで導入したのが、Einstein Botsである。よくある質問や、編集部に蓄積されたガーデニングや植物に関する専門知識など、300項目を超えるFAQを事

前にシナリオとして設定。AI機能を使って、会員の問いに対する最適な回答を即時提供し、チャットボットで解決できない課題は、運営スタッフや専門家が回答する仕組みとした。シナリオでカバーできることも多く、運営の効率化と顧客満足度の向上の両面で効果を実感している。

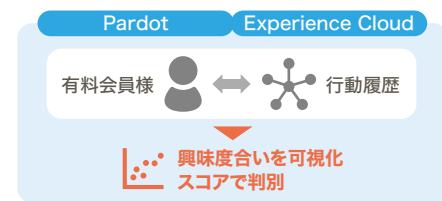


## 3 Salesforce CRM/Pardotで、行動履歴の蓄積と興味度合いの可視化を実現！

Pardot導入当初は、『ガーデンストーリー』の読者対象のメールマーケティングやプレゼントキャンペーン、壁紙DLや問い合わせなどから、読者の行動履歴を蓄積しているにとどまっていた。有料会員サイトを構築するにあたり、より特性に合わせたサービスを提供できるよう、toBeマーケティングの活用支援を受けて体制を整えた。まず、Salesforce CRMとPardot、Experience Cloudを連携させ、スコアリング機能により興味度合いの可視化を実現した。『ガーデンストーリー』の読者から有料会員への申し込みがあれば、

過去の行動履歴を視覚的に把握できるため、コミュニケーションに反映させることができる。元戎氏は、「閲覧ページの遷移から興味の対象や度合い、プレゼントキャンペーンへの応募状況やメールの開封などの行動が可視化され、履歴として残せます。特に、会費に関わるメールは開封確認ができるだけでもその後の処理がスムーズになります」と語る。また、原氏は「レポート機能が充実していて、使いやすいです。ワークショップの申込者が一覧で表示され、それぞれの人の行動履歴が分かるなど、担当以外の人が対応

するときの引き継ぎもしやすいです」と、Salesforce CRMとPardotの連携によるメリットを強調する。



## 今後の展開

## 継続につながる会員価値を高め、2年以内に1万人の会員獲得を目指す

今後の展開について、原氏はこう語る。「収益化のベースは会員様の継続が肝。会員であることの「価値」をいかに感じてもらうかが重要です。現会員を逃さない魅力あるワークショップ、オンラインサロン、専門性の高いレッスンの開発に力を入れます。まだ使いこなせていないPardot

の機能を活用して、有料会員ではない見込み客の活性化も目指します」。そして元戎氏は、「2年以内に、1万人の会員獲得を目指します。会員組織の運営にも慣れてきたので、メディアにも積極的に露出し、会員限定のオンラインサロンの様子をレポート記事にするなど、会員を増や

す施策に力を入れていきます。そのための仕組み作りに、これからもtoBeマーケティングさんにご支援いただきたいです」と力強く語った。

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



株式会社タカショー  
経営企画室NET推進主任

元戎 あずみ 氏

支援のおかげで、5か月で有料会員組織を立ち上げることができました。コミュニティの運営に関しても、私たちがやりたいことを理解し、ツールを熟知する視点からの有益なアドバイスに助けられました。専任人材やシステムに強い人がいない会社は多いと思いますが、人材がいないからとやりたい施策をあきらめるのはもったいない。toBeマーケティングは、やりたいことを実現可能にしてくれるだけでなく、システムやデジタルに心もとなない人をしっかり自立させてくれる支援をしてくれる会社だと思います。



株式会社3and garden  
編集部

原 由子 氏

会員サイトリリース直後の不安なとき、いざとなれば助けてくれる人がいるという安心感は、何にも代えがたいものがありました。ツールでできることやメリットは、実際に使ってみないと分かりませんが、自力で試行錯誤するのは時間の無駄です。支援を通じて、こういう使い方ができるんだ!と学ぶことで、施策のアイデアも生まれます。専門家の力を借りてスタートするのは、有効な手段だと思います。