

HubSpot導入後の手順書

— Sales Hub編 —

はじめに	-----	p3
chapter.1	HubSpotとは -----	p4
chapter.2	Sales Hubの構造 -----	p7
chapter.3	Sales Hubの設定準備 -----	p10
chapter.4	Other Tips -----	p52
最後に	-----	p58

HubSpotは、数あるCRMのなかでも、より直感的に操作や変更がおこなえるUIとなっています。システム操作に自信がない・抵抗があるといった方でも比較的簡単に設定できる仕様となっているため、マーケティング・営業活動の質の向上や効率化がのために、ぜひ積極的に活用していただきたいサービスです。

本手順書では、HubSpot導入直後に必須となる、初期設定の手順について解説いたします。

HubSpotは、業務ごとに特化したサービスが各種提供されていますが、今回はHubSpotの王道ともいえる、CRM機能に特化した「Sales Hub」を例に解説いたします。



Chapter1

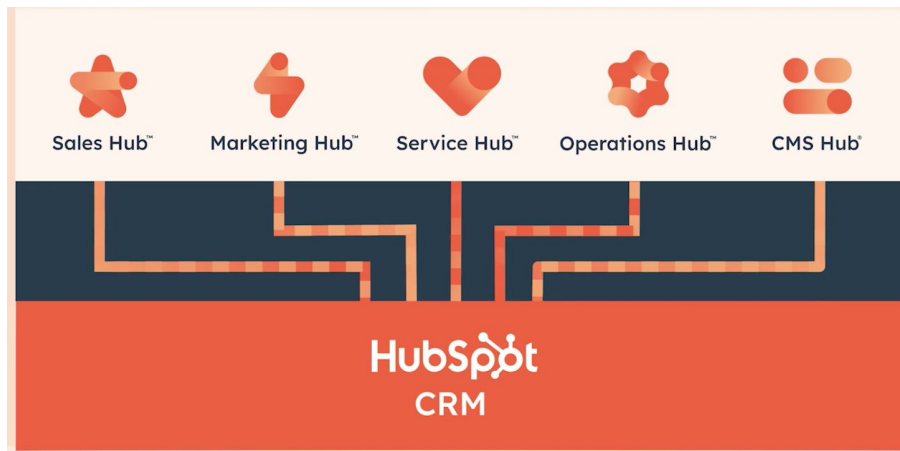
HubSpotとは

HubSpotとは？

HubSpotは、マーケティング、営業、コンテンツ管理、カスタマーサービスなどの業務をスムーズに実行するための統合型プラットフォームです。

HubSpotは、各業務の遂行に特化したラインナップとなっており、これらの商品は基盤となるCRMデータベースでつながっています。そのため、顧客情報の基盤をHubSpotにすることで、各業務の情報連携が容易におこなえます。

HubSpot



HubSpotの代表商品



Marketing Hub®

主にWebマーケティングに特化した機能を搭載した製品、MAに分類



Sales Hub®

一般的なCRMツールでリードから商談プロセスまでを一元管理



Service Hub®

カスタマーサクセスに特化した機能を搭載した製品



CMS Hub®

Webサイトの作成・更新・分析に特化したCMS（コンテンツ管理システム）



Operations Hub®

顧客データを一元的に整理・共有できる、オペレーション支援システム

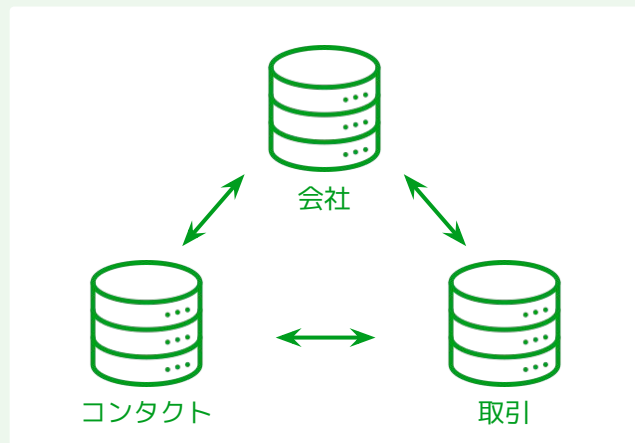
Chapter2

HubSpotの構造

Sales Hubの構造オブジェクト

Sales Hubの初期設定をおこなうには、まずSales Hubがどのような構造になっているのか、それぞれのオブジェクトにどのような用途があるのかを理解しましょう。

Sales Hub構造オブジェクト



コンタクト

個人の電話番号、メールアドレスといったリードに関する情報を管理するオブジェクト

会社

コンタクトが所属する企業に関する情報を管理するオブジェクト。xxxx.co.jpなどのドメインベースで作成される

取引

商談に関連する会社やコンタクトの情報など、商談周りの情報を管理するオブジェクト

各オブジェクトの確認方法

確認手順

- 1 SalesHubにログインすると、図のバーが現れます



- 2 「CONTACT」「COMPANY」はバーの『CONTACT』タブから、「取引」は『SALES』タブから参照可能



設定を実行する場所

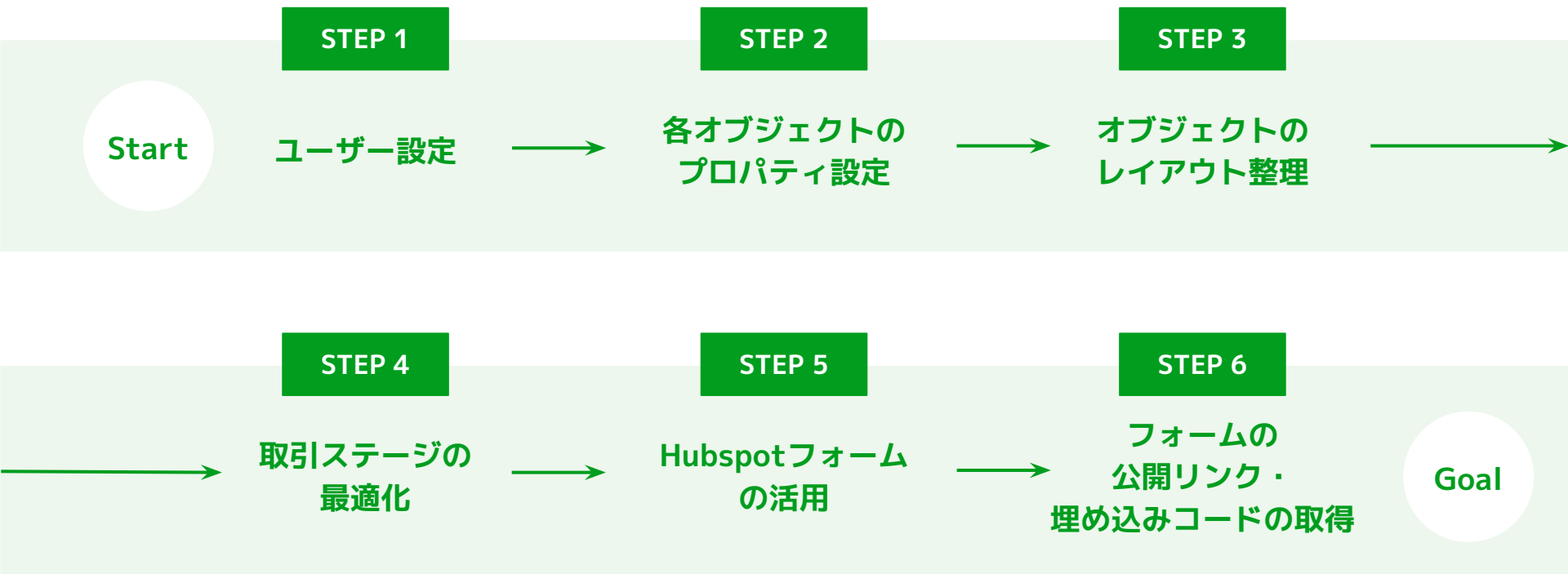
HubSpotのあらゆる設定は、画面上部に存在するバーの歯車マークでおこないます。



Chapter3

Sales Hubの設定準備

Saleshub初期設定の全体STEP



STEP 1

ユーザー設定

STEP1：ユーザー設定

まずはSaleshubにログインをおこなうユーザーを設定していきます。

なお、ユーザーの作成には2通りの方法があります。

方法1

一人招待しユーザを作成する

方法2

ユーザ情報を記入した
CSVファイルから
複数のユーザを一度に作成する

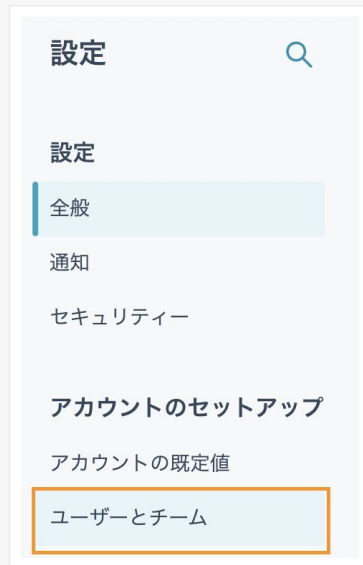
今回は一人ずつ招待する方法をご説明していきます。

STEP1 : ユーザー設定

- 1 画面上部のバーにある歯車マークをクリックし、設定画面に遷移します。



- 2 左側のメニューバーにある『ユーザーとチーム』から、ユーザー一覧の画面へ遷移します。



STEP1：ユーザー設定

3 ユーザー一覧画面の右上にある『ユーザーを作成』で、ユーザー作成をおこないます。

4 『Eメールアドレスを追加』のフォームに、招待したいメンバーのメールアドレスを記載します。



STEP1 : ユーザー設定

5 招待したユーザーの権限設定をおこないます。

権限の項目ごとに、設定したい権限を選んでいきましょう。

権限はチームごとに設定することも可能です。その際は、チームを事前に作成しておきましょう。

チーム例：ISチーム、Salseチームなど

STEP1 : ユーザー設定

ユーザー権限の項目

CRM

- CRMの各オブジェクトに関するアクセス権（表示/編集/削除）の設定
- CRM上でのワークフローの作成や、プロパティ設定の編集権限の設定（管理者向け）

マーケティング

- リストによるセグメンテーションや、フォーム、マーケティングアセット（ファイル、マーケティングEメール、ランディングページなど）の編集権限の設定

セールス

- セールスツールへのアクセス権の設定
- カスタム商品項目の作成権の設定

レポート

- レポートのアクセス権の設定

アカウント

- HubSpotマーケットプレイスやコンタクトGDPR削除権の設定

STEP 2

各オブジェクトのプロパティ設定

STEP2：各オブジェクトのプロパティ設定

ユーザの作成が完了したら、各オブジェクト（コンタクト、会社、取引）を自社に合わせて最適化していきます。

なおHubSpotでは、オブジェクト内の管理項目を「**プロパティ**」と呼びます。
プロパティ設定はユーザー設定と同様に、歯車マークの設定画面からおこないます。



STEP2：各オブジェクトのプロパティ設定

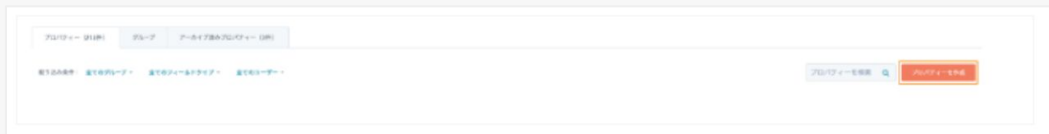
- 1 左側のメニューバー下部にある『プロパティ』を選択し、プロパティの一覧表示画面に遷移します。



- 2 プロパティの一覧表示画面では、一覧の上部『オブジェクトの選択』より、各オブジェクトのプロパティの表示切り替えが可能になります。



- 3 プロパティ作成作業に入ります。プロパティの新規作成は、プロパティ一覧の右側『プロパティの作成』からおこないます。



STEP2：各オブジェクトのプロパティ設定

- 4 『新規プロパティを作成』の画面が表示されたら、4つの項目をそれぞれ設定します。

ここでは例として、ラベルを「課題の詳細」としています

- オブジェクトタイプ：プロパティがどのオブジェクトに紐づくかを設定
- グループ：オブジェクト内のどのグループ(情報属性)に含めるかを設定
- ラベル：「プロパティの表示名」と「プロパティの内部名（英語表記がおすすめ）」を設定
- 説明（任意）：プロパティの説明

STEP2：各オブジェクトのプロパティ設定

- 5 プロパティの『フィールドタイプ』を選択します。フィールドタイプとは「情報の型」のことで、以下の項目から設定可能です。

データ分類	フィールドタイプ
テキスト入力	単行テキスト
	複数行テキスト
選択オプション	一つのチェックボックス
	複数のチェックボックス
	ドロップダウン選択
	ラジオボタン
値	日付入力
	数値
	計算
その他	スコア
	ファイル
	Hubspotユーザ
	リッチテキスト

- 6 フィールドタイプを設定したら、最後にプロパティの共有範囲を設定します。

課題の詳細

プロパティールールを選択 (任意)

固有の値

このプロパティでは、重複にならない値を必須にする (0/10)

プロパティの共有範囲

フォーム、ポップアップフォーム、ボットで表示

検証ルール [ページ](#)

最小文字数制限を設定

最大文字数制限を設定

数値に限定
このプロパティではa、@、\$などのアルファベットや特殊文字の入力が許可されません。

特殊文字を許可しない
このプロパティでは@、#、&などの特殊文字の入力が許可されません。

「フォーム、ポップアップフォーム、ボットで表示」にチェックを入れると、プロパティを問い合わせフォームや資料ダウンロードフォームで利用できます。

STEP2：各オブジェクトのプロパティ設定

- 7 プロパティの作成が完了しました。作成されたプロパティは、プロパティ一覧から確認できます。

<input type="checkbox"/>	名前 ↑	グループ ↓	作成者 ↓	使用箇所 ↓
<input type="checkbox"/>	課題の詳細 複数行テキスト		鹿嶋 亮介	0

STEP2 : 各オブジェクトのプロパティ設定

POINT
1

プロパティ作業に入る前に、下記のような**作成プロパティの一覧**を作成しておくのがおすすめです。事前に一覧を作成することで、プロパティの過不足がチェックできるだけでなく、作業進捗も追うことができます。

オブジェクト	セクション	項目名	API参照名	データ型	値	作成チェック
コンタクト	アブローチ状況	ネクストアクション	next_action	複数行テキスト		<input type="checkbox"/>
コンタクト	アブローチ状況	ネクストアクション日付	next_action_date	日付		<input type="checkbox"/>
コンタクト	アブローチ状況	Todo発行フラグ	todo_create_flag	チェックボックス		<input type="checkbox"/>
コンタクト	アブローチ状況	振り起こしのシナリオ	nurturing_scenario	ドロップダウン選択	予算超過が来たら 運用体制が整ってから 権限昇格が通ってから	<input type="checkbox"/>
コンタクト	アブローチ状況	初回商談日	first_visit_date	日付		<input type="checkbox"/>
コンタクト	ヒアリング情報	課題	problem	ドロップダウン選択	営業の意向と オンボーディング品質向上 情報収集 資料作成の時間削減 マネジメント・人材育成の工数削減	<input type="checkbox"/>
コンタクト	ヒアリング情報	課題の詳細	detail	複数行テキスト		<input type="checkbox"/>
コンタクト	ヒアリング情報	課題の範囲	scope	ドロップダウン選択	個人 営業 全社	<input type="checkbox"/>
コンタクト	ヒアリング情報	導入に向けた役割	role	ドロップダウン選択	担当者 推進者 決裁者	<input type="checkbox"/>
コンタクト	ヒアリング情報	利用者の人数	number_of_sales	数値		<input type="checkbox"/>
取引	ヒアリング情報	予算	Budget	複数行テキスト		<input type="checkbox"/>
取引	ヒアリング情報	タイミング	time frame	ドロップダウン選択	すぐにも 3ヶ月以内 半年以内 1年以上先	<input type="checkbox"/>
取引	商談情報	初回商談日	first_visit_date	日付		<input type="checkbox"/>
商談	ヒアリング情報	現状の取り組み	current_status	複数行テキスト		<input type="checkbox"/>
						<input type="checkbox"/>
						<input type="checkbox"/>
						<input type="checkbox"/>
						<input type="checkbox"/>
						<input type="checkbox"/>
						<input type="checkbox"/>
						<input type="checkbox"/>
						<input type="checkbox"/>

STEP2 : 各オブジェクトのプロパティ設定

POINT
2

BtoB事業者が各オブジェクトで作成しておくの良いプロパティを一覧でまとめました。
設定の際の参考にしてください。

オブジェクト	セクション	項目名	API参照名	データ型	値
コンタクト	コンタクト情報	リードソース	lead_source	ドロップダウン 選択	
コンタクト	コンタクト情報	有効リード	effective	チェックボック ス	
コンタクト	アプローチ状況	ネクストアクション	next_action	複数行テキスト	
コンタクト	アプローチ状況	ネクストアクション日付	next_action_date	日付	
コンタクト	アプローチ状況	振り返りのシナリオ	nurturing_scenario	ドロップダウン 選択	各社の値を設定
コンタクト	アプローチ状況	初回商談日	first_visit_date	日付	
コンタクト	アプローチ状況	NG理由	ng_reason	ドロップダウン 選択	タイミングNG 価格NG 個人興味 担当外 ソリューションシスマッチ その他
コンタクト	ヒアリング情報	課題	problem	ドロップダウン 選択	各社の値を設定
コンタクト	ヒアリング情報	課題の詳細	detail	複数行テキスト	
コンタクト	ヒアリング情報	課題の範囲	scope	ドロップダウン 選択	各社の値を設定
コンタクト	ヒアリング情報	導入に向けた役割	role	ドロップダウン 選択	各社の値を設定
コンタクト	ヒアリング情報	利用者の人数	number_of_sales	数値	
コンタクト	ヒアリング情報	タイミング	time frame	ドロップダウン 選択	すぐにも 3ヶ月以内 半年以内 1年以内 1年以上先

取引	ヒアリング情報	課題	problem	ドロップダウン 選択	各社の値を設定
取引	ヒアリング情報	課題の詳細	detail	複数行テキスト	
取引	ヒアリング情報	課題の範囲	scope	ドロップダウン 選択	各社の値を設定
取引	ヒアリング情報	予算	Budget	複数行テキスト	
取引	ヒアリング情報	タイミング	time frame	ドロップダウン 選択	すぐにも 3ヶ月以内 半年以内 1年以内 1年以上先
取引	ヒアリング情報	現状の取り組み	current_status	複数行テキスト	
取引	商談情報	初回商談日	first_visit_date	日付	
取引	商談情報	失注理由	lost_reason	ドロップダウン 選択	商談機会なし 決定に至らず 競合負け
取引	商談情報	失注理由詳細	lost_reason_detail	複数行テキスト	
取引	商談情報	ネクストアクション	next_action	複数行テキスト	
取引	商談情報	ネクストアクション日付	next_action_date	日付	

STEP 3

オブジェクトのレイアウト整理

STEP3：オブジェクトのレイアウト整理

業務に必要なすべてのプロパティ作成が完了したら、**オブジェクトのレイアウト**を整理します。

具体的には、作成したプロパティをビュー（詳細画面）に表示するかどうかの設定をおこないます。

この設定をおこなわないと、プロパティへの入力は、全プロパティ表示からプロパティを検索してからでないと実行できない仕様です。

そのため、**頻繁に更新するプロパティ**や**常に表示しておきたいプロパティ**は、**必ずビューへの追加**をおこなう必要があります。

このSTEP自体は必須の作業ではありませんが、いくら良いプロパティを作成しても、入力作業が面倒な状態では使われずに終わります。

情報の入力を「面倒だから」という理由で形骸化させないためにも、これらの設定をあらかじめおこない、情報入力がしやすいように整えておきましょう。

STEP3 : オブジェクトのレイアウト整理

1 コンタクトのオブジェクト詳細画面へ遷移します。



- 例としてオブジェクトタイプ「コンタクト」のプロパティで解説しています。
- この操作は「会社」「取引」のオブジェクトでも同様におこなえます。

コンタクト情報の詳細

- コンタクト情報の個人情報や属性情報を管理
- 新規で作成したプロパティはここで管理される

コンタクトに関するアクティビティ情報

- コンタクトがWEBサイト訪問やメール開封をおこなったログメールのやりとり
- 架電アプローチのコール結果
- ミーティングの予定

コンタクトに関連するオブジェクト情報

- 会社や関連する取引が作成されている場合、取引も表示される

STEP3 : オブジェクトのレイアウト整理

- 2 画面左側の『▼このコンタクトについて』で、『全プロパティを表示』を選択します。

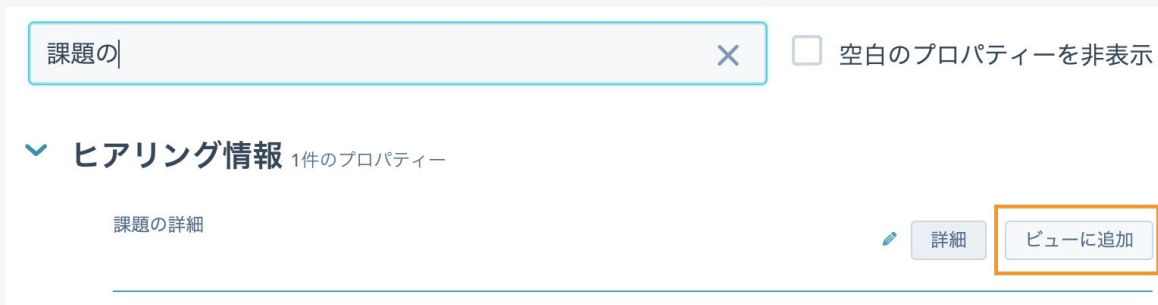


- 3 コンタクトに関連するプロパティの、値の設定や確認ができる画面に遷移しました。表示されているプロパティのなかから、目的のプロパティを探してください（検索バーの利用がおすすめ）。



STEP3 : オブジェクトのレイアウト整理

- 4 プロパティを見つけたら、右側の「ビューに追加」を選択します。



課題の

空白のプロパティを非表示

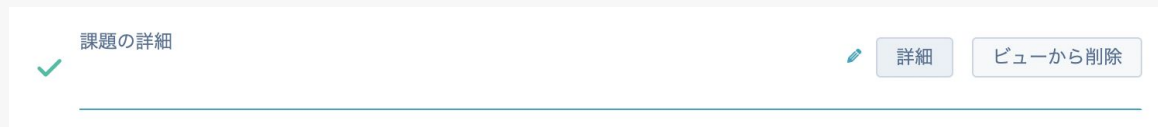
▼ ヒアリング情報 1件のプロパティ

課題の詳細

詳細

ビューに追加

これで、このプロパティがコンタクトのビュー（詳細画面）に追加されました。ビューに追加されたプロパティには、チェックマークが着くようになります。



✓ 課題の詳細

詳細

ビューから削除

STEP3 : オブジェクトのレイアウト整理

- 5 コンタクトの詳細に、追加したプロパティが表示されるようになりました。



STEP 4

取引ステージの最適化

STEP4：取引ステージの最適化

「取引」のオブジェクトは、「取引ステージ」という商談プロセスを可視化するプロパティを持っています。ステージごとの取引状況は、取引の一覧から確認できます。

最初はSalesHubのデフォルトのステージ設定となっているため、自社の商談プロセスに合わせた設定に修正していきます。

正確なステータス管理をおこなうために、取引ステージは必ず修正し、最適化しておきましょう。

デフォルト設定…

The screenshot shows the Sales Hub interface for transactions. At the top, there are navigation elements: '取引' (Transactions), a menu icon, a list icon, '販売パイプライン' (Sales Pipeline), and '全ての取引' (All Transactions). There are also buttons for 'アクション' (Actions), 'インポート' (Import), and '取引を作成' (Create Transaction). Below this is a search bar and several filter dropdowns: '取引担当者' (Salesperson), '作成日' (Created Date), '前回のアクティ...' (Previous Activity...), 'クローズ日' (Closed Date), and '全てのフィルター (0件)' (All Filters (0 items)). There are also buttons for 'ボードアクション' (Board Actions) and 'ビューを保存' (Save View). The main table has columns for various stages: '予定されているアポイントメント' (Scheduled Appointment), '購入適格' (Purchase Qualified), '予定されているプレゼンテーション' (Scheduled Presentation), '意思決定者の賛同' (Decision Maker Approval), '送信した契約' (Submitted Contract), '成約' (Contract), and 'クローズレ...' (Closed...). The first row shows a transaction for 'Dummy test JP - 新しい取引' with a value of ¥100,000 and a closed date of 2022/12/31. Below the table, there are details for the selected transaction, including 'アクティビティなし：2分間' (No Activity: 2 minutes) and '1 アクティビティ予定なし' (1 Activity Scheduled).

予定されているアポイントメント	購入適格	予定されているプレゼンテーション	意思決定者の賛同	送信した契約	成約	クローズレ...
1	0	0	0	0	0	

Dummy test JP - 新しい取引
金額: ¥100,000
クローズ日: 2022/12/31

アクティビティなし：2分間
1 アクティビティ予定なし

STEP4 : 取引ステージの最適化

- 1 取引ステージは、左側メニューバーの『データ管理』にある『取引』から設定します。

データ管理

プロパティー

オブジェクト

コンタクト

会社

取引




- 2 取引設定画面の『パイプライン』を選択すると、現状の取引ステージが表示されます。

取引


セットアップ 関連付け **パイプライン** レコードのカスタマイズ

パイプラインを選択: 販売パイプライン </>

設定 自動化

ステージ名	取引進捗	編集アクセス権    編集
..... 予定されているアポイントメント	20%	取引へのアクセス権を持つユーザー
..... 購入連絡	40%	取引へのアクセス権を持つユーザー
..... 予定されているプレゼンテーション	60%	取引へのアクセス権を持つユーザー
..... 意思決定者の賛同	80%	取引へのアクセス権を持つユーザー
..... 送信した契約	90%	取引へのアクセス権を持つユーザー
..... 成約	成立	取引へのアクセス権を持つユーザー
..... クローズした不成立取引	不成立	取引へのアクセス権を持つユーザー

+ ステージを追加



STEP4 : 取引ステージの最適化

- 3 ステージ名と取引確度の設定をおこないます。デフォルトで設定されているステージは、『成約』以外を削除し、実際の商談プロセスに沿うよう修正しましょう。

商談パイプラインの設定例…

パイプラインを選択: 販売パイプライン </>

設定 自動化

ステージ名	取引確度	編集アクセス権  新規
予定されているアポイントメント	20%	取引へのアクセス権を持つユーザー
購入適格	40%	取引へのアクセス権を持つユーザー
予定されているプレゼンテーション	60%	取引へのアクセス権を持つユーザー
意思決定者の賛同	80%	取引へのアクセス権を持つユーザー
送信した契約	90%	取引へのアクセス権を持つユーザー
成約	成立	取引へのアクセス権を持つユーザー
クローズした不成立取引	不成立	取引へのアクセス権を持つユーザー

+ ステージを追加

STEP4 : 取引ステージの最適化

4 取引の一覧に戻り、「取引ステージ」の変更が反映されているのが確認できれば完了です。

アポ獲得	1	商談見極め	0	担当者との価値合意	0	決済者との価値合意	0	導入に向けた計画の合意	0	契約調整	0	成約
Dummy test JP - 新しい取引 金額: ¥100,000 クローズ日: 2022/12/31												
アクティビティなし : 17分間 !アクティビティ予定なし												

STEP 5

Hubspotフォームの活用

STEP5 : Hubspotフォームの活用

ここまでのSTEPで、主要オブジェクトの設定や整理が完了しました。

しかしこのままでは、いざ企業にアプローチをかける際、コンタクト情報を手動で追加していく必要があり非常に手間がかかります。

そこで活用したいのが、**Hubspotフォーム**です。

HubSpotにはフォーム機能が搭載されており、このフォームを通過すると、自動でコンタクトに情報登録がされます。

自社のWebサイトやLPに設けられた、リード獲得のための資料請求フォームや問い合わせフォームを、HubSpotフォームへ変更していきましょう。



STEP5 : Hubspotフォームの活用

フォームを活用するために必要な設定

a

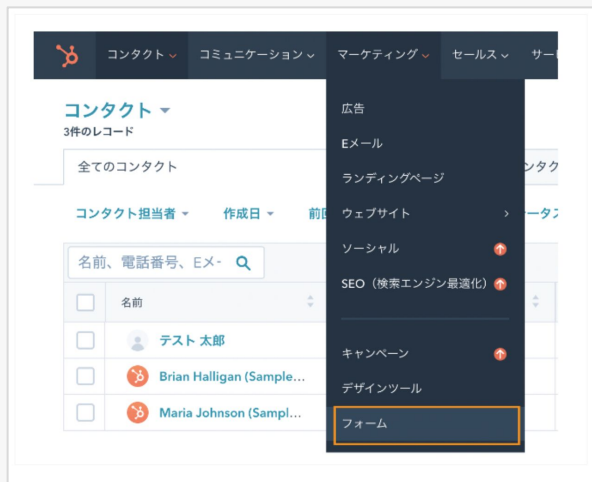
フォームの設定

b

受付メールの自動化設定

STEP5 : Hubspotフォームの活用 – a.フォームの設定

1 画面上部にあるバーの『マーケティング』から『フォーム』を選択します。



2 『フォームの作成』を選択します。



STEP5 : Hubspot フォームの活用 – a. フォームの設定

3 フォームのタイプを選択します。

フォームのタイプを選択

どのようなフォームを作成しますか？

 <p>埋め込みフォーム ウェブサイトの一部として埋め込むことができるフォームを作成します。</p>	 <p>スタンドアロンページ スタンドアロンページでリンクを通じて共有可能なフォームを作成します。</p>	 <p>ポップアップボックス ページの中央にボックスとしてポップアップするフォームを追加します。</p>	 <p>ドロップダウンバナー 画面上部からドロップダウンするフォームを追加します。</p>
 <p>スライドインボックス (左) 左側からスライドするフォームを追加します。</p>	 <p>スライドインボックス (右) 右側からスライドするフォームを追加します。</p>		

HubSpotでは、さまざまなタイプのフォームを作成・選択することが可能です。

自社の既存フォームと合ったタイプを選択してください。

STEP5 : Hubspot フォームの活用 – a. フォームの設定

4 フォームのテンプレートを選択します。

デフォルトでいくつかのテンプレートが用意されているため、適切なものを選びましょう。

ここでは例として「お問い合わせ」のテンプレートを利用しています。

STEP5 : Hubspotフォームの活用 – a.フォームの設定

5 フォームに追加したプロパティをクリックすると、フォームに関する設定を行うことが可能です。該当プロパティの必須とする設定や、フォーム非表示などの他フォーム上でのラベルの変更を行うことができます。

jobtitleを編集

コンタクトプロパティ名
jobtitle

フィールドタイプ
単行テキスト

基本 ロジック

このフィールドを必須にする

このフィールドを非表示にする

ラベル

役職名

ヘルプテキスト

6 フォームが完成したら、フォーム通過後の動作設定をおこないます。上部の『オプション』タブを選択し、設定画面に移ります。

新しいお問い合わせフォーム (2022年12月1日 12:25:42 EST)

オプション

サンキューメッセージまたはページリダイレクトのオプション

訪問者がこのフォームを送信した後のアクション (必須)

サンキューメッセージを表示 別のページにリダイレクト

フォームをご送信いただき、ありがとうございます。

送信に基づいてライフサイクルステージをカスタマイズ

このフォームに対する送信によって作成または更新されたレコードのライフサイクルステージを選択します。この設定の制限についてもっと詳しく。

ライフサイクルステージを次に設定:

リード 設定

注: この設定は【ライフサイクルステージ設定】の既定のライフサイクルステージよりも優先されますが、コンタクトや会社が前のライフサイクルステージに戻ることはありません。

STEP5 : Hubspotフォームの活用 – a.フォームの設定

7 フォームの動作に関する各項目について設定します。これらの設定が完了すれば、フォームは完成です。

設定項目

- フォーム通過後のアクションの設定：メッセージ表示、もしくは別で用意しているサンキューページへのリダイレクト設定を行います
- フォーム通過時のライフサイクルステージ既定値の設定：コンタクトプロフィール「ライフサイクルステージ」の値を設定します。通常「リード」としておくことが一般的です
- フォーム通過時の通知先の設定：通知先としてSalesHubのユーザを指定しておく、フォーム送信時に通知を受け取ることができます

STEP5 : Hubspotフォームの活用 – b.受付メールの自動化設定

最後に、フォーム通過時に「受付が完了しました」といった旨のメールを自動送信するための設定をおこないます。

HubSpotは、「ワークフロー」という業務プロセス自動化の仕組みが備わっています。

メールの自動化は、フォーム通過に特化したワークフローを用いて設定します。

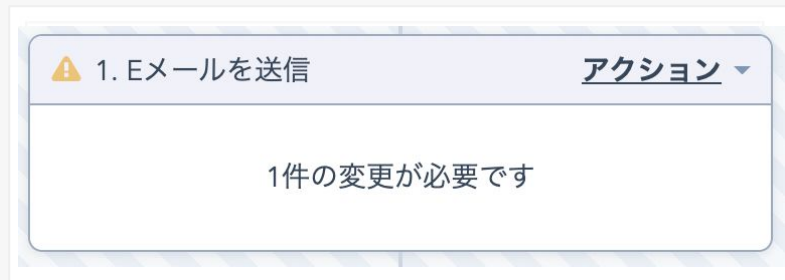


STEP5 : Hubspot フォームの活用 – b.受付メールの自動化設定

1 上部タブの『自動化』を選択すると、ワークフロー画面が現れます。



2 『1.Eメールを送信』の『アクション▼』をクリックします。



STEP5 : Hubspotフォームの活用 – b.受付メールの自動化設定

3 右側にアクションの編集画面が表示されます。『Eメールを選択』をクリックし、送信するメールを選択、もしくはメールの新規作成をおこないます。

ここでは例として『新規Eメール作成』を選びます。

STEP5 : Hubspotフォームの活用 – b.受付メールの自動化設定

4 画面が遷移したら、実際に送信する自動メールの中身を作成していきます。

このスクリーンショットは、HubSpotのメール編集画面の左側のメニューと設定項目を示しています。項目には「Eメール名」、「送信者名」、「送信者アドレス」、「Eメール サブスクリプションタイプ」、「件名」、「本文」が含まれています。右側の「本文」フィールドには、テキストフォーマットツールバーと「パーソナライズ」ボタンが確認できます。

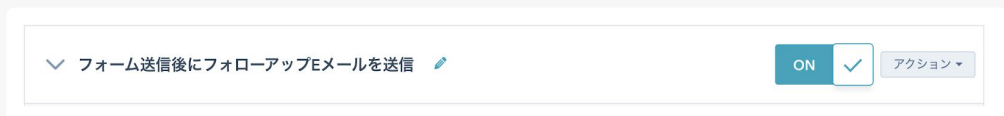
このスクリーンショットは、メール本文の編集画面を示しています。本文には「お世話になっております。この度は資料をご請求いただきありがとうございます。」と入力されています。また、「パーソナライズ」機能を使用して、「会社名」と「姓 様」が挿入されていることが確認できます。

メール本文では、コンタクトのプロパティが参照できます。

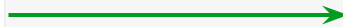
本文の『パーソナライズ』を使って、コンタクト項目を本文に設定することで、個別の企業名や個人名を反映することができます。

STEP5 : Hubspotフォームの活用 – b.受付メールの自動化設定

5 作成したメールを保存し、自動メールを有効化します。



6 メール公開設定をおこないます。『更新』ボタンを押し「確認および公開」の画面に遷移したら、『公開』を選択します。これで、自動メールの設定が完了です。



作成したフォームを利用するには、この設定を『公開』にしておく必要があるため、忘れずに実行しましょう。

STEP 6

フォームの公開リンク・埋め込みコードの取得

STEP6：フォームの公開リンク・埋め込みコードの取得

HubSpotフォームが完成し、フォームが公開設定になると、フォームのリンクおよび埋め込みコードを取得できるようになります。

LPにフォームを埋め込む場合は、LP側のHTMLに埋め込みコードを貼り付けることで、HubSpotフォームから情報を取得できるようになります。

更新済みのフォームが公開されました



このフォームをウェブサイトに追加して、送信の取得を開始します。'新しいお問い合わせフォーム (2022年12月1日 12:25:42 EST)' フォームが以前にウェブサイトに追加されている場合、更新は全て自動的に適用されます。

リンクを共有 埋め込みコード

コンタクトとのフォームの共有を開始します。あなたのフォームは安全に公開され、下のウェブアドレスで利用可能な状態になっています。

[リンクを新しいタブでプレビュー](#)

今後は表示しない。

更新済みのフォームが公開されました



このフォームをウェブサイトに追加して、送信の取得を開始します。'新しいお問い合わせフォーム (2022年12月1日 12:25:42 EST)' フォームが以前にウェブサイトに追加されている場合、更新は全て自動的に適用されます。

リンクを共有 埋め込みコード

このフォームを埋め込むには、単に下のコードをコピーしてウェブサイトのHTMLコードに貼り付けます。もっと詳しく

```
<script charset="utf-8"
type="text/javascript"
src="//js.hsforms.net/forms/embed/v2.js">
</script>
<script>
  hbspt.forms.create({
    region: "na3"
  })
</script>
```

Chapter4

Other Tips

リスト操作

「コンタクト」「会社」「取引」といったオブジェクトのレコードを、条件指定で抽出することが可能です。

一覧の『全てのフィルター』から、フィルタしたいプロパティを選択し条件設定をおこなうことで、必要な情報のみを一覧で抽出できます。

The screenshot shows a CRM interface for managing contacts. At the top, there are tabs for '全てのコンタクト' (All contacts), '自分のコンタクト' (My contacts), and '未割り当てのコンタクト' (Unassigned contacts). Below the tabs, there are filter dropdowns for 'コンタクト担当者' (Contact owner), '作成日' (Created date), '前回のアクティ...' (Last activity), and 'リードステータス' (Lead status). A button labeled '全てのフィルター (0件)' (All filters (0 items)) is highlighted with an orange box. Below the filters is a search bar for '名前、電話番号、Eメール' (Name, phone number, email). The main table displays contact records with columns for '名前' (Name), 'Eメール' (Email), '電話番号' (Phone number), 'コンタクト担当者' (Contact owner), and 'プライマリ会社の' (Primary company). The table contains three rows of data. At the bottom of the table, there are navigation controls: '前へ 1 次へ' (Previous 1 Next) and 'ページあたり25件' (25 items per page). On the right side, there is a sidebar titled 'コンタクトのプロパティ' (Contact properties) with a search bar and a list of available properties for filtering, such as 'コンタクトアクティビティ' (Contact activity), 'ミーティングツールで最後に予約されたキャン...' (Meeting tool last booked), 'ミーティングツールで最後に予約されたソース' (Meeting tool last booked source), 'ミーティングツールで最後に予約されたミーテ...' (Meeting tool last booked meeting), 'ミーティングツールで最後に予約されたメディア' (Meeting tool last booked media), 'メッセージ' (Message), 'メンバーシップのメモ' (Membership memo), 'ワークフローに登録済み' (Registered in workflow), '初回コンバージョン' (First conversion), '初回コンバージョン日' (First conversion date), '前回のアクティビティ日' (Last activity date), '前回の連絡' (Last contact), '営業アクティビティ数' (Sales activity count), '最後のエンゲージメント日' (Last engagement date), '最近セールスEメールがクリックされた日' (Last sales email clicked), '最近セールスEメールが開封された日' (Last sales email opened), and '最近セールスEメールに返信があった日' (Last sales email replied).

<input type="checkbox"/>	名前	Eメール	電話番号	コンタクト担当者	プライマリ会社の
<input type="checkbox"/>	テスト 太郎	test@test.jp	+81 090 11 112222	鹿嶋 亮介 (kashima.07...)	Dummy test.JP
<input type="checkbox"/>	Brian H...	bh@hubspot.com	--	未割り当て	Hubspot, Inc.
<input type="checkbox"/>	Maria Johnson (Sampl...)	emailmaria@hubspot.com	--	未割り当て	Hubspot, Inc.

利用シーンの一例

- 当日流入のコンタクト一覧
- リードステータスが「未接続」のコンタクト一覧
- 自分が担当のコンタクトの一覧
- ネクストアクション日付が今月のコンタクトの一覧
- 自身が担当する取引の一覧
- 今月受注予定で担当者合意以上のステージにある取引の一覧
- 取引ステージが成約となっている取引の一覧

ワークフロー

フォームの受付メールの自動化設定でも少し触れましたが、HubSpotは業務プロセスを自動化できるワークフロー機能を備えています。

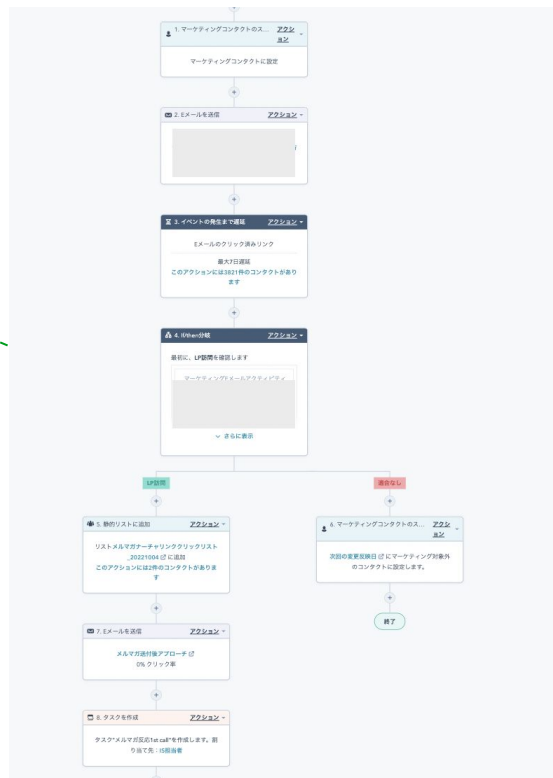
ワークフローは非常に簡単に作成できるため、ぜひ本書を参考に活用してください。



ワークフロー作成例

作成例

CONTACTでメルマガのリンククリックアクションが確認できた際に、CONTACTの担当者への架電アプローチのタスクを自動生成するワークフロー



ワークフローを活用した業務プロセスの自動化

自動化におすすめの業務プロセス

- 資料請求・問い合わせが発生した際に、コンタクトにホットリードフラグをつける
- コンタクトのリードステータスが「アポ獲得」となったら取引を自動作成、コンタクトに記載のヒアリング項目を取引の項目に自動コピーする
- コンタクトのリードステータスが「ナーチャリング」となった場合に「ナーチャリングリスト」へ追加する

最後に

HubSpotは、直感的かつノーコードで構築ができる、非常に便利なツールです。
本手順書を参考に、ぜひさまざまな業務でHubSpotを活用してみてください。

もし「手順書を見てもやっぱりわからない」「HubSpotの初期設定や設計を誰かにやってほしい」と感じた場合は、ぜひセールスリクエストまでお問い合わせください。



株式会社セールスリクエスト

<https://www.sales-request.com/contact>



会社概要

会社名	株式会社セールスリクエスト
代表	代表取締役 原 秀一/Hara Shuichi
設立	2019年4月
所在地	東京都世田谷区駒沢公園 1-1 Tote 駒沢公園 307
事業内容	インサイドセールス代行 Salesforceコンサルティング
顧問弁護士	法律事務所LEACT 弁護士 酒井 貴徳 / 荒木 峻
ISMS認証取得	<p>当社は、「営業及びセールスフォース構築、コンサルティング業務」の範囲で、ISMSの国際規格「ISO/IEC27001:2022」の認証を取得しています。</p> 

お気軽にお問い合わせください！

セールスリクエスト



株式会社セールスリクエスト

<https://www.sales-request.com>