

Adobe.AD0-E559.v2023-12-25.q17

試験コード:	AD0-E559
試験名称:	Adobe Marketo Engage Business Practitioner Expert
認定資格:	Adobe
無料問題数:	17
バージョン:	v2023-12-25
アクセス数:	344
ページビュー数:	170
https://www.jpnpdf.com/Adobe.AD0-E559.v2023-12-25.q17-mondaishu.html	

最新問題: 1

David は、MQL ステージに到達するたびに、MQL DateTime Most Recent」というカスタム フィールドにタイムスタンプを付けたいと考えています。彼は MQL に基づいてトリガーされるスマート キャンペーンを使用し、フローには待機ステップがありません。

目標を達成するために必要な「データ値の変更」フロー ステップではどのタイプのトークンを使用しますか？

- A. システム
- B. 個人/リード
- C. トリガー

Answer: A ([メッセージを残す](#))

説明

カスタム フィールドに現在の日付と時刻のタイムスタンプを付けるには、David は「データ値の変更」フロー ステップでシステム トークンを使用します。システム トークンは、日付、時刻、IP アドレスなどのシステム レベルの情報を参照するトークンです。日付と時刻のシステム トークンは {{system.dateTime}} です。個人/リード トークンとトリガー トークンは、個人レベルの情報またはトリガー固有の情報を参照するため、この目的には適していません。

最新問題: 2

サリーはウェビナー プログラムを構築しており、数日以内に開始する予定です。彼女は、{{member.webinar url}} トークンが正しく動作していることを確認するために、プログラムの QA (品質保証チェック) を開始しました。

サリーが確認メールをテストできる 2 つの方法はどれですか? (2つお選びください。)

- A. 確認メールをプレビューし、サンプルを自分に送信し、inbox で受信した確認メールの「ウェビナーに参加」CTA をクリックします。
- B. 承認された登録ランディング ページを表示し、登録フォームに必要事項を記入し、受信トレイに受信した確認メールの「ウェビナーに参加」CTA をクリックします。

C. 確認メールをプレビューして「担当者」ごとに表示し、自分自身にサンプルを送信し、受信トレイで受信した確認メールの「ウェビナーに参加」CTA をクリックします。

D. 招待メールの「今すぐ登録」CTA をクリックし、登録フォームに記入し、受信箱に受信した確認メールの「ウェビナーに参加」CTA をクリックして終了します。

Answer: B,D (メッセージを残す)

説明

サリーが確認メールをテストできる 2 つの方法は、承認された登録ランディング ページを表示すること、登録フォームに記入すること、受信箱に受信した確認メールの「ウェビナーに参加」CTA をクリックすること、および「今すぐ登録」CTA をクリックすることです。招待メールで登録フォームに記入し、受信箱に届いた確認メールの「ウェビナーに参加」CTA をクリックします。これらの方法により、サリーはウェビナーに登録する実際の人物として確認メールをテストし、
{{member.webinar url}} トークンは正しく機能しています。確認メールをプレビューしたり、サンプルを自分へ送信したりしても、トークンの実際のウェビナー URL は表示されません。これは、ウェビナー プログラムのメンバーシップに依存するためです。

最新問題: 3

ジェイはウェビナー プログラムをセットアップし、それを Launchpoint ウェビナー プロバイダーに正常に接続しました。ウェビナー確認メールは、Adobe Marketo Engage プログラムの {{member.webinar url}} トークンを使用しています。

ウェビナー プログラムはライブであり、40 人が Adobe Marketo Engage LP に登録しており、プログラム ステータスが登録済みであり、確認メールを受信しています。ただし、すべての登録者に対する一意のリンクは設定されていません。

ジェイが問題を特定するために試みることができる 2 つのことは何ですか? (2つお選びください。)

A. フィールド管理を調べて、トークンの値を確認します。

B. ウェビナー プログラムの [メンバー] タブに移動し、プログラム ステータスが「登録エラー」になっている人がいるかどうかを確認します。

C. ウェビナー プログラムの [メンバー] タブに移動し、ステータスが [メンバー] である 40 人のプログラム ステータスを [登録済み] に変更します。

D. ウェビナー プログラムの [メンバー] タブに移動し、カスタム ビューを使用してウェビナー URL 列が入力されていることを確認します。

Answer: B,D (メッセージを残す)

説明

ジェイが問題を特定するためにできることは 2 つあります。それは、ウェビナー プログラムの [メンバー] タブに移動して、プログラム ステータスが登録エラーになっている人がいるかどうかを確認することと、ウェビナー プログラムの [メンバー] タブに移動して、ウェビナーが登録エラーであることを確認することです。URL 列はカスタム ビューを使用して設定されます。これらの手順は、登録プロセスまたはウェビナー プロバイダーの統合に問題があった場合に、Jay がトラブルシューティングを行うのに役立ちます。プログラムのステータスを手動で変更したり、フィールド管理を調べたりしても、Jay の問題解決には役立ちません。

最新問題: 4

CRM と Adobe Marketo Engage の両方に表示されるフィールドを Person オブジェクトに作成する必要があります。

これを達成するにはどの手順を常に完了する必要がありますか？

- A. CRM のリードまたは連絡先オブジェクトにフィールドを作成します。Adobe Marketo Engage Sync ユーザーに読み取り/書き込みアクセスを提供します
- B. Adobe Marketo Engage で人物オブジェクトにフィールドを作成し、Adobe Marketo Engage でスキーマを更新します
- C. CRM のリードおよび連絡先オブジェクトにフィールドを作成し、このフィールドをマーケティング ユーザー ページ レイアウトに追加します。

Answer: B ([メッセージを残す](#))

最新問題: 5

既存のアクティブなスマート キャンペーンの待機ステップの期間が 2 日から 5 日に変更されました。ステップが変更されたときに待機ステップに 10 人がいた場合、何が起こるでしょうか？

- A. 2 日間の期間で 10 人が残ります。
- B. 10 人はエラーになり、待機ステップをスキップします。
- C. 10 人は自動的に新しい期間に従います。

Answer: ([解答を表示する](#)**)**

説明

10 人は自動的に新しい期間に従います。これは、アクティブなスマート キャンペーンで待機ステップの期間が変更されると、現在待機ステップにいるすべてのユーザーだけでなく、待機ステップに入る新しいユーザーにも影響するためです。新しい期間は、各人が待機ステップに入った時間から計算されます。10 人は古い期間に留まったり、エラーが発生して待機ステップをスキップしたりすることはありません。

最新問題: 6

スマート リストは、[電子メールは任意] と [過去 1 年間のアクティビティの日付] 制約を持つ [電子メール送信済み] フィルターで構成されます。

なぜある人がこのスマート リストに掲載されないのでしょうか？

- A. その人に最後にメールが送信されたのは 6 か月前です。
- B. その人は先月受け取ったメールの購読を解除しました。
- C. 先週その人に送信したメールが返送されました。

Answer: C ([メッセージを残す](#))

説明

先週送信された電子メールが返送された場合、その人はこのスマート リストに表示されません。これは、Adobe Marketo Engage では、返送されたメールが送信されたメールとはみなされないためです。したがって、その人は送信済みメール フィルターの基準を満たさず、スマート リストから除外されます。最後に電子メールを送信したのが 6 か月前である場合、または先月受信した電子メールの購読を解除した場合、アクティビティ制限の日付を満たしている限り、その人はスマート リストに表示されます。

最新問題: 7

Bhaskar は、ユーザーに PROD1、PROD2、PROD3、または MULTI を含めるよう求める新しい命名規則を実装しました。これらは、プログラムがどの製品ラインに関連しているかを示します。

この新しい命名規則を実装することで Bhaskar が得られる新しい利点は何ですか？

- A. Bhaskar は、プログラム名制約を使用してプログラム ステータスの変更をトリガーする、グローバルな製品固有のスコアリング プログラムを作成できるようになります。
- B. Bhaskar は製品固有の動的コンテンツを作成できるようになります。
- C. Bhaskar は製品固有の育成を作成できるようになります。

Answer: A ([メッセージを残す](#))

説明

この新しい命名規則を実装することで Bhaskar が得られる新しい利点の 1 つは、プログラム名制約を使用してプログラム ステータスの変更をトリガーする、グローバルな製品固有のスコアリング プログラムを作成できることです。これは、さまざまなプログラムにわたるさまざまな製品ラインへの関与に基づいてリードをスコアリングするのに役立ちます。たとえば、プログラム ステータスの変更され、プログラム名に PROD1 が含まれるときに起動するトリガーを作成し、PROD1 のスコアを一定量増加させるフロー ステップを追加できます。製品固有の動的コンテンツまたは育成を作成する場合、この命名規則は必要ありません。

最新問題: 8

Adobe Marketo Engage 管理者は、収益モデルを構築しています。



モデルを検証すると、エラー メッセージが表示されました。

モデル検証エラーを修正するには、管理者は何をする必要がありますか？

- A. すべてのステージ遷移にトリガーを追加します。
- B. 少なくとも 1 つの SLA ステージをモデルに追加します。
- C. すべてのステージを成功パスに追加します。

Answer: ([解答を表示する](#)**)**

説明

管理者は、モデル検証エラーを修正するために、成功パスにすべてのステージを追加する必要があります。これは、収益モデルには成功パス上に少なくとも 1 つの段階が必要であり、成功パスは連続的かつ連続的である必要があるためです。管理者は、成功パス上のステージ間でギャップを残したり、ジャンプしたりすることはできません。モデルを検証するためにトリガーや SLA ステージを追加する必要はありません。

最新問題: 9

Keeghan は、チームが使用する新しい Webhook を作成、テスト、検証しました。次に、ユーザーはマーケティング アクティビティでスマート キャンペーンを作成し、データベース内のグローバル リストのすべてのメンバーに対してこの Webhook を呼び出します。スマート キャンペーンの [ステータス] タブには、完了 (100 件のリードが認定されました)」と表示されるようになりました。しかし、ユーザーが [結果] タブを見ると、グローバル リストのすべてのメンバーで Webhook の呼び出しアクションが失敗したことがわかります。

Webhook が失敗したのはなぜですか？

A. Webhook は、リストのメンバーのスマート リスト フィルターと組み合わせて正常に使用できません。

B. Webhook はトリガー キャンペーンでのみ正常に使用できます。

C. Webhook は承認された場合のみ正常に使用できます。

Answer: C ([メッセージを残す](#))

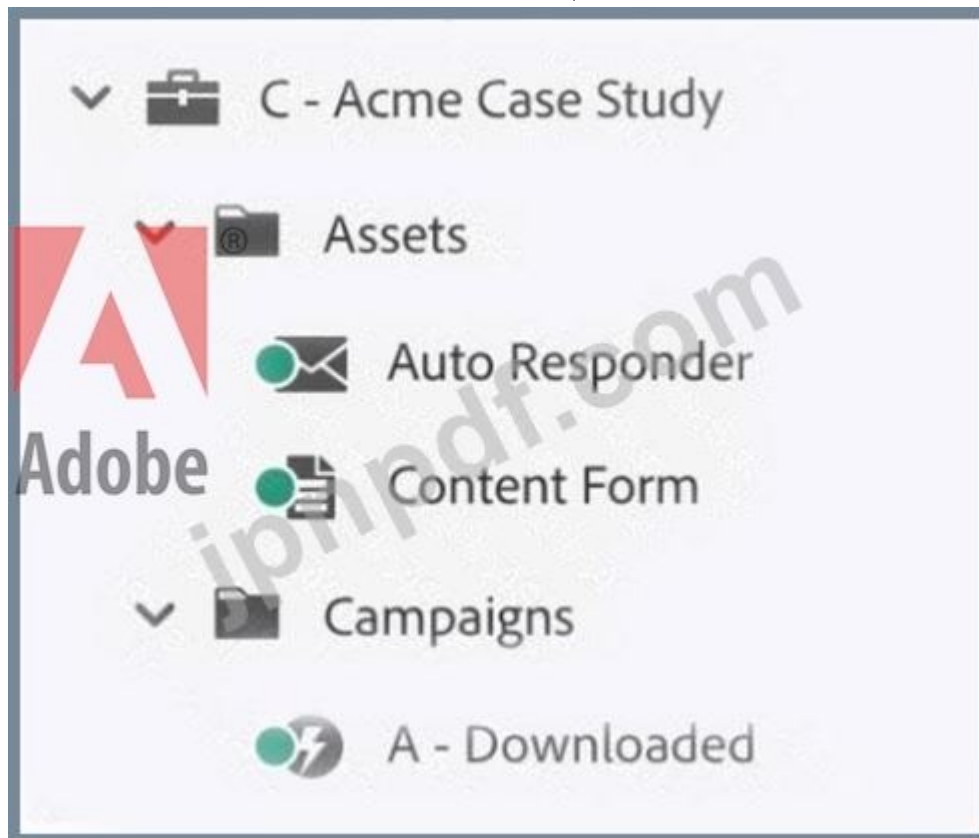
説明

Webhook が失敗した理由は、Webhook は承認されて初めて正常に使用できるようになるためです。

Webhook は、スマート キャンペーンで使用する前に承認が必要なアセットのようなものです。Webhook が承認されていない場合、スマート キャンペーンによって呼び出されたときに失敗します。Webhook は、リストのメンバー フィルターと組み合わせて、バッチ キャンペーンで、承認なしで正常に使用できます。

最新問題: 10

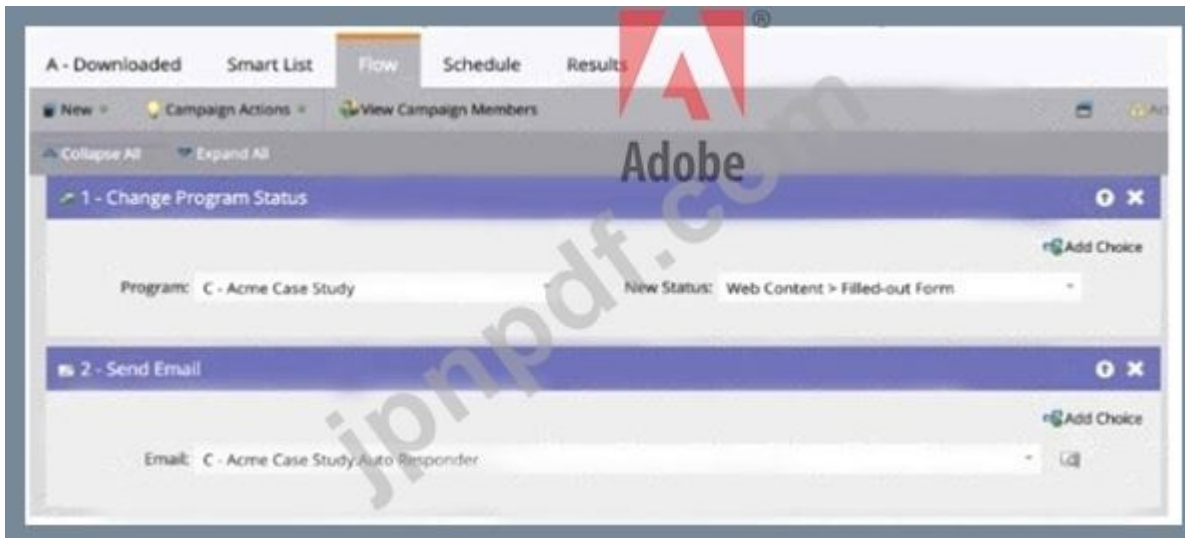
Acme ケース スタディ プログラムには、次のアセットとキャンペーンが含まれています。



A - ダウンロード済み」スマート キャンペーンには次のトリガーが含まれています。



A - ダウンロード済み」スマート キャンペーンには、次のフロー ステップが含まれます。



新しい人は、Web サイトに埋め込まれているコンテンツ フォームに記入します。獲得プログラムはその人にとってどのように捉えられるのでしょうか？

- A. プログラム ステータス変更フロー ステップはプログラム メンバーシップを設定し、取得プログラムとして設定します。
- B. プログラムには、個人の取得プログラムを設定するメカニズムが含まれていません。
- C. コンテンツ フォームはこのプログラムに対してローカルであるため、プログラムは自動的に取得プログラムとして設定されます。

Answer: C (メッセージを残す)

説明

コンテンツ フォームはこのプログラムに対してローカルであるため、取得プログラムはその人に対して自動的にキャプチャされます。これは、ユーザーがプログラムにローカルなフォームに初めて入力するときに、Adobe Marketo Engage が自動的に取得プログラムを設定するためです。プログラム ステータスの変更」フロー ステップでは、プログラム メンバーシップや取得プログラムは設定されず、既存のメンバーのステータスのみが変わります。このプログラムには、個人の取得プログラムを設定するための他のメカニズムは含まれていません。

最新問題: 11

国」の値が「US」のリストが Adobe Marketo Engage にインポートされます。トリガーベースのスマートキャンペーンは非標準の値を識別し、国」フィールドの値を「アメリカ合衆国」に更新します。このようなプロセスの開発に着手する場合、どのようなベスト プラクティス手順を実行する必要がありますか？

A. マーケティング アクティビティ内にフォルダを作成し、すべてのデータ管理プロセスを保存します。このフォルダには、ネストされたスマート キャンペーンを含むデフォルトの「運用」チャンネルを持つデフォルトのプログラムが含まれます。

B. Design Studio 内にフォルダーを作成し、データ管理に関連する各トリガー ベースのスマート キャンペーンを保存し、フォルダーの [キャンペーン アクティビティ] タブから実行パフォーマンスをレポートします。

C. マーケティング アクティビティ内にフォルダーを作成し、すべてのデータ管理プロセスを保存します。このフォルダーには、ネストされたスマート キャンペーンを含むデフォルトの「データ管理」チャンネルを持つデフォルトのプログラムが含まれます。

Answer: C ([メッセージを残す](#))

説明

このようなプロセスの開発に着手するときに実行する必要があるベスト プラクティスの手順は、すべてのデータ管理プロセスを保存するフォルダーをマーケティング アクティビティ内に作成することです。このフォルダーには、ネストされたスマート キャンペーンを含むデフォルトのデータ管理チャンネルを持つデフォルト プログラムが含まれています。これにより、データ管理プロセスを整理および標準化し、簡単に検索してレポートできるようになります。データ管理チャンネルは、収益を生み出さず、パイプラインに影響を与えない運用プログラム向けに設計されています。Design Studio 内でフォルダーを作成したり、運用チャンネルを使用したりしても、同じ結果は得られません。

最新問題: 12

Adobe Marketo Engage とネイティブに同期されている 2 つの Sales CRM プラットフォームはどれですか？ (2つお選びください。)

A. セールスフォース

B. ゴーホー

C. Microsoft Dynamics

D. Freshworks CRM (旧 Freshsales)

Answer: A,C ([メッセージを残す](#))

説明

Adobe Marketo Engage は、Salesforce および Microsoft Dynamics CRM プラットフォームとネイティブに同期します。これらは、Adobe Marketo Engage とネイティブに統合されており、サードパーティのコネクタやカスタム ソリューションを必要としない唯一の 2 つの CRM プラットフォームです

最新問題: 13

Ajay は、ACMEWorld テーマパークの Adobe Marketo Engage 管理者として加わりました。彼は、ユーザーが過去 6 か月間に Adobe Marketo Engage インスタンス内で実行したアクションの包括的なリストを希望

しています。また、先月に誰がウェビナー登録ランディング ページを更新したかを知りたいと考えています。

Ajay はこれらの詳細をどこで見つけるのでしょうか？

- A. ユーザーのログイン履歴を確認する
- B. 監査証跡を使用する
- C. リードアクティビティの表示

Answer: (解答を表示する)

説明

過去 6 か月間にユーザーが Adobe Marketo Engage インスタンス内で実行したアクションの包括的なリストを検索するために、Ajay は監査証跡を使用できます。監査証跡は、プログラム、アセット、フィールド、ユーザー、ロールなどの作成、更新、削除など、Adobe Marketo Engage インスタンス内のすべてのユーザーアクティビティを追跡する機能です。監査証跡には、Webinar 登録ランディングページを更新したユーザーも表示されます。ユーザー名、日付範囲、アクティビティ タイプでフィルタリングして先月を表示します。

最新問題: 14

John は最近、Adobe Marketo Engage 管理者として ACME Corporation に入社しました。ACME Corporation の Adobe Marketo Engage インスタンスは 10 年前に設立され、950 のアクティブなランディング ページ、3000 のアクティブなスマート キャンペーンがあり、453 のアクティブなフォームと 5000 の電子メール プログラム。John は、インスタンスをより適切に整理するために、冗長アセットを Adobe Marketo Engage にアーカイブしたいと考えています。

アーカイブされたアセットについて正しい 2 つの記述はどれですか？(2つお選びください。)

- A. レポートで使用するアーカイブ資産を選択するフィルターは使用できません。
- B. Design Studio で電子メールまたはランディング ページを作成する場合、アーカイブされたテンプレートは使用できません
- C. アーカイブされたアセットは自動的に非アクティブ化されます。
- D. アーカイブされたページはランディング ページ テスト グループでは使用できません。

Answer: A,D (メッセージを残す)

説明

アーカイブされたアセットに当てはまる 2 つのステートメントは、レポートで使用するアーカイブされたアセットを選択するフィルターは使用できないこと、およびアーカイブされたページはランディング ページ テスト グループでは使用できないことです。これは、アセットまたはフォルダーをアーカイブすると、ほとんどの場合、それらが表示されなくなったり、使用できなくなったりするためです。アーカイブされたアセットは、検索結果、自動提案、テンプレート、テスト グループなどには表示されません。アーカイブされたアセットは非アクティブ化されず、Design Studio で電子メールまたはランディング ページを作成するときにアーカイブされたテンプレートは使用できません。

最新問題: 15

キャサリンは月次業務レビューの一環として、リーダー向けのレポートを作成しています。彼女は、Adobe Marketo Engage データベースに存在する固有の企業の合計数の内訳を業種ごとに提供できるようにしたいと考えています。

この会社レベルのビューを取得するには、どのタイプのレポートを使用できますか？

- A. 会社の Web アクティビティ
- B. 人材パフォーマンスレポート
- C. アカウントパフォーマンスレポート

Answer: ([解答を表示する](#))

説明

企業 Web アクティビティ レポートを使用すると、この企業レベルのビューを取得できます。このレポートタイプでは、データベース内の各企業の訪問数、人数、訪問あたりの平均ページ数などの指標が表示されます。マーケティング担当者は、業種別および日付範囲別にレポートをフィルタリングして、Adobe Marketo Engage データベースに業種別の固有の企業が何社あるかを確認できます。人事パフォーマンス レポートまたはアカウント パフォーマンス レポートには、会社レベルの指標が表示されず、業種別のフィルターも許可されません。

最新問題: 16

Keeghan は、Adobe Marketo Engage インスタンスで作成された新しい名前を常に監視しています。彼の人事パフォーマンス レポートには、昨日 100 人の新規見込み客が作成されたことが示されています。彼はチームに手がかりがどこから来たのか確認できるかどうか尋ねましたが、残念ながらわかりませんでした。インスタンス内の人物ソースを追跡および設定する運用プログラムはありません。

キーガンは、リードがどこから来たのかを示すためにどのフィールドをチェックできるでしょうか？

- A. 元のソース情報
- B. 鉛源
- C. 取得プログラム

Answer: A ([メッセージを残す](#))

説明

リードがどこから来たのかを示すことができるフィールドは、元の情報源情報です。これは、個人の最初の既知のリファラー URL を取得するシステム管理フィールドです。これは、データベース内での個人の作成につながった Web トラフィックのソースを特定するのに役立ちます。リードソースと獲得プログラムはシステム管理のフィールドではないため、すべてのリードについて入力または正確であるとは限りません。

有効な **AD0-E559** 問題集は GoShiken.com が提供された合格しやすい AD0-E559 試験問題集！

GoShiken.com が最新の **AD0-E559** 試験問題集を提供しています。GoShiken.com AD0-E559 試験問題は最新で、解答が正確でございます。最新の GoShiken.com AD0-E559 問題集をゲットする人はこちら：

<https://www.goshiken.com/Adobe/AD0-E559-mondaishu.html> (5230%OFF問題集溶と正解付きで 30%w

特別割引コード: **Freepdfdumps**)

最新問題: 17

マーケティング担当者は、A/B テスト戦略を効率的かつ効果的に行うことを望んでいます。ユーザーはどのような A/B テストのベスト プラクティスに従う必要がありますか？

- A. 多くのテストを組み合わせ、順番に系統的に実行します。
- B. 各テストでできるだけ多くの要素を変更します。
- C. 一方のバージョンが他方のバージョンを上回ったらすぐにテストを終了します。

Answer: ([解答を表示する](#))

説明

A/B テストのベスト プラクティスは、多くのテストを組み合わせ、順番に系統的に実行することです。これは、マーケティング担当者が一度に 1 つの要素をテストし、開封率、クリック率、コンバージョン率などの主要な指標への影響を測定することで、電子メールのパフォーマンスを最適化するのに役立ちます。各テストでできるだけ多くの要素を変更するか、テストを終了します。一方のバージョンがもう一方のバージョンを上回ったときにすぐに実行することは、不正確または決定的でない結果につながる可能性があるため、A/B テストのベスト プラクティスではありません。

Valid AD0-E559 Dumps shared by GoShiken.com for Helping Passing AD0-E559 Exam! GoShiken.com now offer the **newest AD0-E559 exam dumps**, the GoShiken.com AD0-E559 exam **questions have been updated** and **answers have been corrected** get the **newest** GoShiken.com AD0-E559 dumps with Test Engine here: <https://www.goshiken.com/Adobe/AD0-E559-mondaishu.html> (52 Q&As Dumps, **30%OFF Special Discount: Freepdfdumps**)