

Cisco.820-605.v2025-08-25.q169

試験コード:	820-605
試験名称:	Cisco Customer Success Manager
認定資格:	Cisco
無料問題数:	169
バージョン:	v2025-08-25
アクセス数:	155
ページビュー数:	1690
https://www.jpnpdf.com/Cisco.820-605.v2025-08-25.q169-mondaishu.html	

最新問題: 1

カスタマーサクセスマネージャーの目的は何ですか？

- A. 顧客に代わって意思決定を行い、価値実現までの時間を短縮する
- B. 顧客がソリューションの全機能を理解できるようにトレーニングする
- C. 顧客にセルフサービスモデルを認識させる
- D. 顧客の問題を解決してビジネス成果を達成する

Answer: D (メッセージを残す)

カスタマーサクセスマネージャーの目的は、顧客の問題を解決し、ビジネス成果を達成することです。これには、顧客のビジネス目標を理解し、提供されるソリューションが顧客のニーズに効果的に対応していることを確認することが含まれます。

最新問題: 2

カスタマーサクセスの正しい定義はどれですか？

- A. 採用と拡大を促進しながら、解約のリスクを最小限に抑えることで、継続的な収益を増やすビジネス手法です。
- B. 顧客が製品やサービスの使用中に期待された結果や予期しない結果を達成できるようにするビジネス手法です。
- C. 顧客が常に最新のソフトウェア リリースとサブスクリプション契約を利用し、成功につながる中核的なビジネス活動に集中できるようにするビジネス手法です。
- D. これは、営業、サービス、マーケティング、およびカスタマーサクセス チームが規律正しく連携して顧客にポジティブな体験を提供することで得られるネットプロモータースコアの尺度です。

Answer: A (メッセージを残す)

最新問題: 3

顧客ステークホルダーマップの目的は何ですか？

- A. コミュニケーションプランを作成する
- B. 製品ロードマップを構築する
- C. トレーニング計画を立てる
- D. 顧客文化の重要な要素を特定する

Answer: A (メッセージを残す)

顧客ステークホルダーマップの目的は、様々なステークホルダーとどのように関わっていくかを概説したコミュニケーションプランを作成することです。これは、ステークホルダーの影響力、関心、そしてステークホルダー間の力関係を理解するのに役立ち、効果的なコミュニケーションと関係管理に不可欠です8。

最新問題: 4

オンボーディングセッションでは、新しいステークホルダーの紹介、新しいKPIの設定、そして望ましいユースケースの議論が行われました。カスタマーサクセスマネージャーは次にどのようなステップを踏むべきでしょうか？

- A. セッション、利害関係者の関心、リーダーシップの指標を文書化する
- B. 次回のレビュー会議で顧客とレビューする成功計画を作成する
- C. 開発のための技術的な構成を提供する
- D. 新たな機会や購入する新製品について話し合う

Answer: A (メッセージを残す)

オンボーディングセッション後、カスタマーサクセスマネージャーの次のステップは、ステークホルダーの関心や指標を含むセッションの内容を経営陣向けに文書化することです。これにより、議論内容と合意内容が記録され、今後のやり取りや戦略策定の際に参照できるようになります。

最新問題: 5

顧客のコールセンターが予期せず対面からリモート運用に移行し、エージェントが通話を録音できなくなったことが判明しました。顧客はこの問題をカスタマーサクセスマネージャーにエスカレーションし、解決を依頼しました。カスタマーサクセスマネージャーは、顧客が古いソフトウェアを搭載したコラボレーション製品を使用していることを認識しました。緩和計画の最初のステップは何でしょうか？

- A. 問題のビジネスへの影響を評価します。
- B. ソリューションを導入する必要がある時期のタイムラインを確立します。
- C. 問題に対処するためのリソースの可用性を評価します。
- D. 専門家に依頼して技術的な解決策または回避策を特定します。

Answer: A (メッセージを残す)

最新問題: 6

ソフトウェアソリューションの導入を実現するために、カスタマーサクセスマネージャーはどの項目に重点を置く必要がありますか？

- A. 新製品ソリューションによって改善されるKPI

- B. ソリューションによって置き換えられる既存の製品
- C. 製品ソリューションの現在の構成ガイド
- D. 望ましい結果を達成する製品ユースケース

Answer: D ([メッセージを残す](#))

カスタマーサクセスマネージャーは、望ましい成果を達成するための製品ユースケースに焦点を当てるべきです。これには、ソフトウェアソリューションを顧客の特定のビジネス目標の達成にどのように適用できるかを理解し、それらの目標を達成するために製品をどのように活用できるかについてのガイダンスを提供することが含まれます。

最新問題: 7

解約による財務的な影響は何ですか？

- A. 技術フットプリントの削減
- B. ユーザーライセンスの増加
- C. 収益の減少
- D. 更新価値の向上

Answer: C ([メッセージを残す](#))

顧客離脱の財務的影響は収益の減少です。顧客がサブスクリプションを解約したり、製品の購入をやめたりすると、企業の収益は減少します。参考資料：顧客離脱に関する財務分析では、収益への直接的な影響が強調されており、財務の安定性を維持するために顧客を維持することの重要性が強調されています。

最新問題: 8

図を参照してください。成功計画の策定と検証」の更新活動の責任者は誰ですか？

Stage Activity	RACI Responsibilities								
	Account Manager	Sales Engineer	Product Sales Specialist	Technical Solutions Architect	Business Development Manager	Service Manager	Customer Success Specialist	Customer Success Manager	Renewals Manager
Execute Sales-CS Interlock	A	R	R	R	R	I	I	R	I
Conduct Customer Kick-Off	A	R	C	C	C	C	C	R	I
Develop and validate Success Plan update									
Access Deployment requirements	I		C	C		C		A	I
Align on deployment	I	C	C			R	C	A	I
Conduct deployment and create progress report	I					R	I	A	R

- A. 製品販売スペシャリスト
- B. アカウントマネージャー
- C. カスタマーサクセスマネージャー
- D. ビジネス開発マネージャー

Answer: ([解答を表示する](#))

最新問題: 9

カスタマーサクセスを推進する2つの要因は何ですか? (2つ選択してください)

- A. 顧客は新しい製品やサービスに関するトレーニングを受けます。
- B. 成熟し、完全に導入されたソリューションが運用環境で実行されています。
- C. 顧客が購入した製品に関するフィードバックを提供します。
- D. 顧客は、初期のユースケース実装の価値を認識します。
- E. 顧客は、シスコのサポートがあらゆる問題を解決してくれると信頼しています。

Answer: A,D (メッセージを残す)

最新問題: 10

顧客ライフサイクル全体を通して、顧客がカスタマーサクセスマネージャーの会社の支持者になるきっかけとなる機会が生まれます。支持者になるきっかけとなる機会を2つ選んでください。(2つ選択してください。)

- A. 顧客が進捗を認めた成功の瞬間
- B. 契約更新に成功しました
- C. 断続的な期間にわたる緑の健康スコア
- D. 予想しない値に基づいて結果を継続する
- E. 測定できない結果

Answer: A,D (メッセージを残す)

顧客がアドボケートになるきっかけとなる事例としては、顧客が予想外の価値に基づく進歩や継続的な成果を認める成功の瞬間などが挙げられます。こうした事例はソリューションの具体的なメリットを示し、顧客がポジティブな体験を他の人と共有し、アドボカシーへと繋がるきっかけとなります。

最新問題: 11

顧客にとってのカスタマーサクセスの価値提案とは何でしょうか?

- A. リスクの軽減
- B. 価値実現までの時間の短縮
- C. 拡張の機会
- D. ビジネス成果に影響を与える

Answer: B (メッセージを残す)

顧客にとってのカスタマーサクセスの価値提案は、価値実現までの時間の短縮です。カスタマーサクセスの取り組みは、顧客が望む成果をより迅速かつ効率的に達成できるよう支援し、投資から価値を実現するまでの時間を短縮することを目的としています¹。

最新問題: 12

顧客は特定のユースケースを念頭にソリューションを購入しました。しかし、追加のユースケースにはまだ関心を示していません。ユースケース追加へのコミットメントを得るには、どの2つのアクションが効果的でしょうか?

(2つ選択してください。)

- A. 追加の問題点を明らかにするために発見セッションを実施します。
- B. 拡張の機会と競合するツールを認識し、切り替え時に割引を提供します。
- C. 採用を促進するために、現在のユースケースに関する追加トレーニングを提供します。
- D. 既知の課題に基づいて目標成果を特定し、新しいユースケースがそれらの達成にどのように役立つかを示します。
- E. 達成したメリットを概説し、説得力のある指標を強調したケーススタディを紹介します。

Answer: ([解答を表示する](#))

最新問題: 13

顧客が購入する機能と使用する機能の間のギャップを何と呼びますか？

- A. 能力ギャップ
- B. 財政格差
- C. 消費ギャップ
- D. 組織間のギャップ

Answer: C ([メッセージを残す](#))

説明/参考資料: <https://www.customersuccessmanager.com/blogs/the-consumption-gap>

最新問題: 14

データを活用して顧客の障壁を特定する 2 つの例は何ですか? (2 つ選択してください。)

- A. トレーニングの推奨事項の提供
- B. 顧客経営陣の変更に注目
- C. インストールベースの詳細を確認する
- D. 顧客運用チームからのフィードバックを評価する
- E. 健康指標の参照

Answer: C,E ([メッセージを残す](#))

最新問題: 15

大規模な大学では、学生とスタッフの全体的なエクスペリエンスを向上させるために設計された新しい IT ソリューションを導入しました。

成功を測定するのに最適なアプローチはどれですか？

- A. IT関連の2つの質問を含む、年2回の学生とスタッフのアンケート
- B. 学生からの苦情の数を測定する
- C. カスタマイズされた調査とITツールベースの指標の組み合わせ
- D. フィードバックを提供するためのスタッフスーパーユーザーを実装する

Answer: ([解答を表示する](#))

説明

説明/参照:

最新問題: 16

顧客ライフサイクルのどの段階で成功計画が初めて更新されますか？

- A. 実装
- B. オンボード
- C. 使用
- D. 採用

Answer: B ([メッセージを残す](#))

有効な 820-605 問題集は GoShiken.com が提供された合格しやすい 820-605 試験問題集！
 GoShiken.com が最新の 820-605 試験問題集を提供しています。GoShiken.com 820-605 試験問題は最新で、解答が正確でございます。最新の GoShiken.com 820-605 問題集をゲットする人はこちら: <https://www.goshiken.com/Cisco/820-605-mondaishu.html> (15930%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

展示品を参照してください。

Customer Name	Health Index	Utilization Score	Quality Score	Sentiment Score	Financial Score
Company A	44	59	55	61	
Company B	72	72	72	64	60
Company C	51	41	41	83	67

カスタマーサクセスマネージャーは、B 社の健全性指標を改善するためにどのようなアクションを取る必要がありますか？

- A. 年間経常収益の成長を分析し、テクノロジーに関連する更新リスクを軽減します。
- B. マーケティング キャンペーンを実行し、新製品のロードマップを設計します。
- C. トレーニングに関する推奨事項を提供し、学習製品のスクリプトを提供します。
- D. ネットプロモータースコアと、顧客が成功事例を生み出す可能性を観察します。

Answer: C ([メッセージを残す](#))

センチメントスコアがヘルスインデックスと比較して低いB社のヘルスインデックスを改善するには、カスタマーサクセスマネージャーは顧客体験と製品満足度の向上に注力する必要があります。トレーニングや学習リソースを提供することで、製品知識と習熟度の向上に役立ち、センチメントスコアにプラスの影響を与えることができます。参考資料 :Ciscoカスタマーサクセスマネージャーの役割には、Ciscoカスタマーサクセスマネージャーのドキュメントに記載されているように、顧客満足度と製品導入率を向上させるためのトレーニングと教育リソースの提供が含まれます。

最新問題: 18

組織内での導入を阻む 2 つの障壁は何ですか? (2 つ選択してください。)

- A. パートナーが実装したソリューション
- B. アジャイル開発モデル
- C. 知識とスキルが不十分
- D. 集中型IT組織
- E. 組織のサイロ

Answer: ([解答を表示する](#))

組織内での導入を妨げる 2 つの障害は、知識とスキルの不足と、組織のサイロ化です。

知識とスキルの不足とは、従業員が新しいソリューションを効果的に活用するために必要なトレーニングや専門知識を習得していないことを指します。組織のサイロ化は、組織内の異なる部門やグループが情報を共有したり、効果的に連携したりしていない場合に発生し、組織全体にわたる新しいソリューションの導入を妨げる可能性があります。

最新問題: 19

顧客は市場シェアを拡大し、ブランドの評判を守りたいと考えています。

会社の成功にとって重要なビジネス成果はどれですか? (2 つ選択してください。)

- A. リスク管理
- B. ビジネスの成長
- C. 持続可能性
- D. 信頼性
- E. コスト効率

Answer: ([解答を表示する](#))

最新問題: 20

採用キャンペーンに含まれる 2 つのアクションはどれですか? (2 つ選択してください)

- A. ソリューションに対するベストプラクティスのアプローチをユーザーに伝える
- B. 新製品リリースに関する関係者へのメッセージ
- C. ソリューションの新機能に関する関係者へのメッセージ
- D. すべてのエンドユーザーにアンケートを送信しました
- E. 関係者への更新リマインダー

Answer: A,C ([メッセージを残す](#))

説明/参考資料: <https://support.totango.com/hc/en-us/articles/206811036-Putting-Customer-Success-Campaigns-Into-Action>

最新問題: 21

顧客にとってのカスタマーサクセスの価値提案とは何でしょうか?

- A. 技術支援の優先順位付け
- B. 外部広報

C. 段階的な報酬

D. ビジネスビジョンサポート

Answer: A ([メッセージを残す](#))

最新問題: 22

イースタンバンクのITポリシー・ガバナンス担当ディレクターであるクライアントから、3ヶ月前に導入されたコラボレーションソリューションの現状の利用状況にCIOが不満を抱いているという連絡がありました。クライアントは状況改善のための会議を要請しました。このソリューションの成功に不可欠なレポートはどれでしょうか？

ミーティング？

A. 登録ユーザー数、ユーザーが開始した会議数、ユーザーが参加した会議数

B. 登録ユーザー数、帯域幅使用率、ユーザーが参加したトレーニングセッション数

C. ネットワーク使用率、ユーザーが開始した会議の数、ユーザー数

D. 登録ユーザー数、サービスログ、ユーザー数

Answer: A ([メッセージを残す](#))

最新問題: 23

顧客のテクノロジー消費を測定する最良の方法は何ですか？

A. テレメトリと分析

B. 経常収益管理

C. エンタープライズCRMとインシデント管理

D. コンテンツ管理

Answer: ([解答を表示する](#))

説明

最新問題: 24

顧客のテクノロジー消費を測定する最良の方法は何ですか？

A. エンタープライズCRMとインシデント管理

B. コンテンツ管理

C. テレメトリと分析

D. 経常収益管理

Answer: ([解答を表示する](#))

最新問題: 25

カスタマーサクセスマネージャーは、どの段階で最初に関係者を検証しますか？

A. オンボーディング

B. デプロイメント

C. 利用率

D. 購入

Answer: A ([メッセージを残す](#))

カスタマーサクセスマネージャーは、オンボーディング段階34でステークホルダーの要件を最初に検証します。これは、CSMが主要なステークホルダーとの関係を構築し、彼らの期待を理解し、製品の機能を顧客のビジネス目標と整合させ始める重要な段階です。

最新問題: 26

カスタマーサクセスマネージャーが戦略的な新規顧客を担当することになりました。顧客紹介ミーティングに向けてどのような準備が必要ですか？

- A. 過去 24 か月間のすべての販売注文を詳細に分析します。
- B. 顧客の現在の技術的エスカレーションを文書化します。
- C. アカウント チームと連携して、拡張の機会を把握します。
- D. 社内の連絡先を読み上げて、顧客の優先事項と感情を理解します。

Answer: B ([メッセージを残す](#))

最新問題: 27

経営陣は、コスト削減と過去10年間導入されてきた既存ソリューションの置き換えを目的として、500ライセンスの購入を決定しました。エンドユーザーへの説明は一切ありませんでした。プロジェクト開始から3か月が経過した現在、レポートによると、消費分析の結果、旧システムの使用率が高く、新ソフトウェアでアクティブなライセンスはわずか75ライセンスであることが示されています。導入の障壁として調査すべきものは2つありますか？ 2つ選択してください。

- A. ビジネスの不一致
- B. 購入ポリシープロセス
- C. コミュニケーション不足
- D. 共通機能の欠如
- E. 限定的なテレメトリ

Answer: A,C ([メッセージを残す](#))

調査する必要がある2つの導入障壁は、ビジネスの不一致とコミュニケーション不足です。ビジネスの不整合は、新しいソリューションが既存のビジネスプロセスや目標と一致していない場合に発生します。コミュニケーション不足とは、エンドユーザーへの情報提供や意思決定プロセスへの関与が不十分であることを指し、新しいソフトウェアに対する抵抗や未使用につながります34。

最新問題: 28

どの主要業績評価指標が顧客価値の達成に貢献しますか？

- A. 従業員の使用状況とトレーニング量
- B. 利益とリスクの削減
- C. コスト、時間、顧客満足度
- D. 製品、サービス、販売

Answer: ([解答を表示する](#))

最新問題: 29

主要な利害関係者を特定できなかつたために、どのような導入障壁が生じますか？

- A. 追加のトレーニング要件
- B. 断片的な購入
- C. リソース不足
- D. 製品ロードマップの値が欠落しています

Answer: C ([メッセージを残す](#))

最新問題: 30

顧客はソリューション計画をすべて完了し、今後2週間で導入する予定です。カスタマーサクセスマネージャーとして、顧客のライフサイクルジャーニーにおいて次に注力すべき論理的なステップは何でしょうか？

- A. 初期ユーザーグループが特定され、そのユースケースが確認されました
- B. サービス導入時にサービスの問題を提出する方法を知っていることを確認する
- C. 四半期ごとの成功レビューの構築と配信
- D. 顧客のステークホルダーとそのビジネス成果
- E. ビジネス成果に合致する追加機能

Answer: A,D ([メッセージを残す](#))

最新問題: 31

拡大の機会にはどのような種類がありますか？

- A. 強力なステークホルダーコミュニケーション
- B. 肯定的な顧客感情
- C. 最新のリリースバージョンを使用しています
- D. 追加のユーザーグループ

Answer: D ([メッセージを残す](#))

有効な **820-605** 問題集は GoShiken.com が提供された合格しやすい 820-605 試験問題集！
GoShiken.com が最新の **820-605** 試験問題集を提供しています。GoShiken.com 820-605 試験問題は最新で、解答が正確でございます。最新の GoShiken.com 820-605 問題集をゲットする人はこちら: <https://www.goshiken.com/Cisco/820-605-mondaishu.html> (**15930%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: 32

成果が達成されることを保証するために、四半期ごとの成功レビュー中にどのトピックをカバーする必要がありますか？

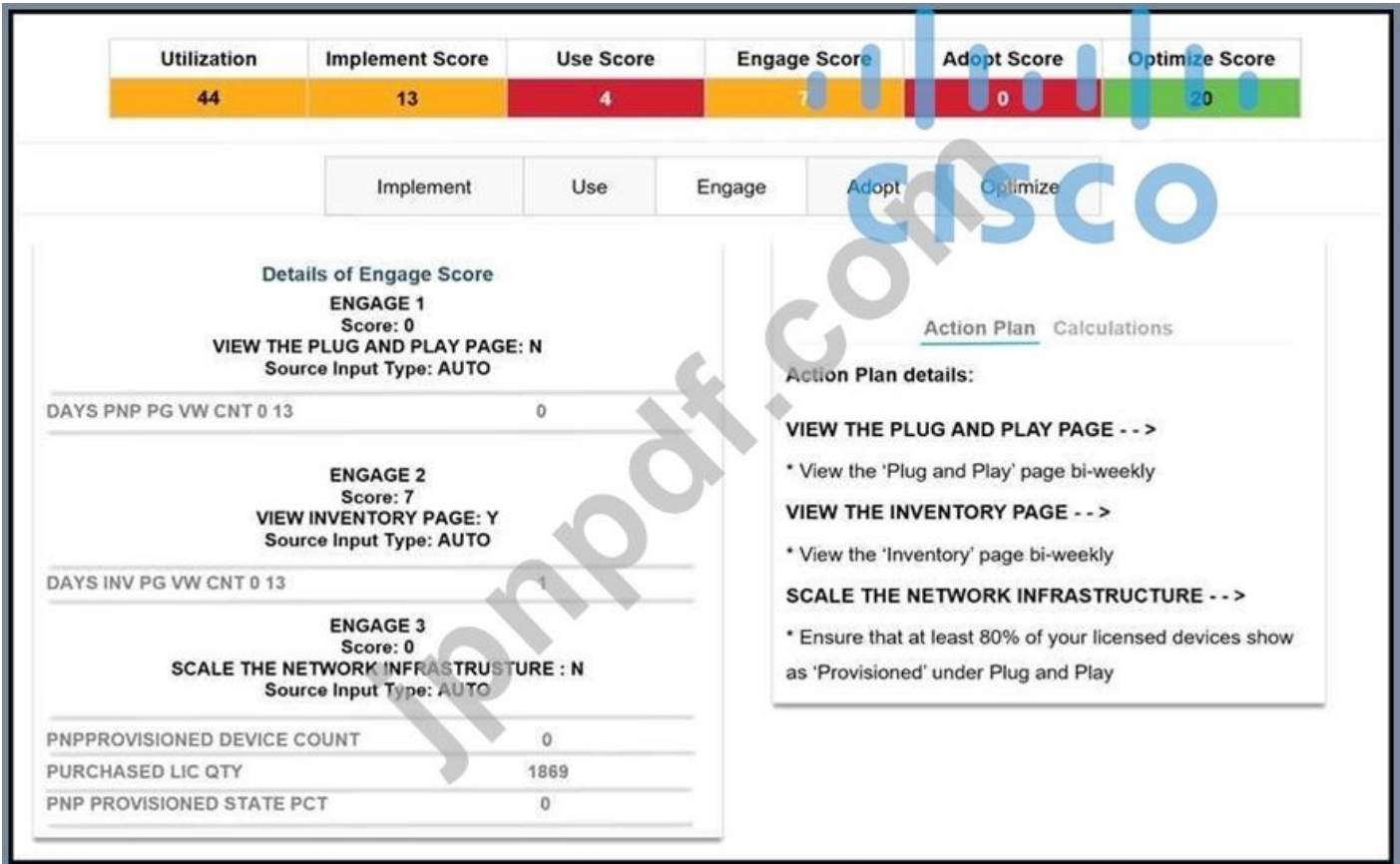
- A. 今後の契約更新と拡張の機会
- B. 成功計画、合意された優先事項、計画された成果
- C. 進行中のテクニカルサポートケースとサポートオプション

D. ステークホルダーマッピングと計画されたトレーニングセッション

Answer: B ([メッセージを残す](#))

最新問題: 33

図を参照してください。カスタマーサクセスマネージャーはどのようなアクションを実行する必要がありますか？



A. 採用の障壁を特定します。

B. 財務指標を確認します。

C. 拡張の機会を推奨する

D. 顧客の声を作成します。

Answer: A ([メッセージを残す](#))

最新問題: 34

ドラッグアンドドロップの質問

カスタマーサクセスマネージャーはレビュー会議の準備をしています。顧客は主観的指標と客観的指標のバランスを求めています。

左側の入力を右側の正しい主観的および客観的なカテゴリにドラッグ アンド ドロップします。

customer's perceived value	Objective
customer satisfaction ratings	
number of customer escalations	
number of customers retained	Subjective
percentage of marketing emails that are opened and responded to	
value feedback	

Answer:

	Objective
	number of customer escalations
	number of customers retained
	percentage of marketing emails that are opened and responded to
	Subjective
	customer's perceived value
	customer satisfaction ratings
	value feedback

最新問題: 35

顧客が価値提案を達成していることを示す遅行指標は何ですか？

- A. 問題報告件数の減少
- B. 契約更新
- C. ステージを評価する動き

D. 製品の展開

Answer: B ([メッセージを残す](#))

最新問題: 36

お客様のビジネス成果は、従業員の効率性向上です。この成果を測定する主要な指標は何ですか？

- A. 新規加入者数の増加またはエンドユーザー数の増加
- B. 報告されたインシデントの数またはコンプライアンス問題の数
- C. 人員または運用サポートコストの削減
- D. 顧客と従業員からのフィードバック
- E. 完了したアクティビティの数または直接時間の増加

Answer: C,D ([メッセージを残す](#))

従業員の効率性向上の成果を測る主要な指標は、C（人員削減または運用サポートコストの削減）、D（顧客と従業員からのフィードバック）です。これらの指標は、従業員の効率性向上と、ソリューションが従業員の生産性に及ぼす影響を直接的に反映しています。

最新問題: 37

ある顧客には、ユーザー接続に関する未解決のテクニカルサポートケースが6件あり、製品品質と顧客感情に関する顧客ヘルススコアに悪影響を与えています。カスタマーサクセスマネージャーがビジネスへの影響を評価した後、どのようなアクションで緩和計画を作成できますか？

- A. 顧客の問題を考慮して割引を提供します。
- B. 顧客の経営幹部との会議をリクエストします。
- C. ソリューションを導入する必要がある時期のタイムラインを確立します。
- D. 技術スペシャリストへのエスカレーションを確実に実行します。

Answer: D ([メッセージを残す](#))

顧客ヘルススコアに悪影響を与える技術サポート案件に直面した場合、カスタマーサクセスマネージャーは根本的な問題の解決を最優先に考える必要があります。技術スペシャリストへのエスカレーションを確実に行うことは、接続の問題の診断と解決に重点的に取り組むための重要なアクションです。

テクニカルスペシャリストは、ケースの詳細を深く掘り下げ、迅速かつ効果的な解決に向けて取り組むための専門知識を有しています。参考資料 :カスタマーサクセスマネジメントのベストプラクティスでは、製品品質の問題に迅速かつ効率的に対処し、テクニカルスペシャリストの専門知識を活用して顧客の信頼と感情を回復することの重要性が強調されています。

最新問題: 38

あなたの顧客である Easternbank の IT ポリシーおよびガバナンス担当ディレクターから、3 か月前に導入されたコラボレーション ソリューションの現在の利用レベルに CIO が不満を抱いているという報告がありました。

顧客は状況改善のための会議を要請しました。会議の成功に不可欠なレポートはどれですか？

- A. 登録ユーザー数、帯域幅使用率、ユーザーが参加したトレーニングセッション数

- B. 登録ユーザー数、サービスログ、ユーザー数
- C. 登録ユーザー数、ユーザーが開始した会議数、ユーザーが参加した会議数
- D. ネットワーク使用率、ユーザーが開始した会議の数、ユーザー数

Answer: C ([メッセージを残す](#))

CIOの不満に対処するためにITポリシー・ガバナンス担当ディレクターと会議を行う際に重要なレポートには、登録ユーザー数、ユーザーが開始した会議数、ユーザーが参加した会議数が含まれません。これらのレポートは、ユーザーエンゲージメントとコラボレーションソリューションの利用状況に関する洞察を提供します5。

最新問題: 39

カスタマーサクセスマネージャーが顧客向けの導入キャンペーンを作成しています。拡大の機会を特定するために、キャンペーンの焦点はどこに置くべきでしょうか？

- A. ソリューション割引を増額します。
- B. パフォーマンスを最適化できるワークショップを特定します。
- C. ビジネス成果を達成するための追加のユースケースを検討します。
- D. 必要なアイテムがすべて購入されていることを確認します。

Answer: C ([メッセージを残す](#))

導入キャンペーンでは、ビジネス成果を達成するための新たなユースケースの探求に重点を置く必要があります。ソリューションの新たな活用方法を特定することで、製品の汎用性と付加価値を強調し、事業拡大の機会を創出することができます9。

最新問題: 40

主要業績評価指標として追跡および測定するために使用される2つの要素はどれですか？(2つ選択してください。)

- A. 遅れている
- B. 学習
- C. 戦略を立てる
- D. スコープ
- E. 先頭

Answer: A,E ([メッセージを残す](#))

最新問題: 41

成功した顧客オンボーディング段階の結果のうち、最も重要なものはどれですか？(2つ選択してください。)

- A. 議論されたネットワーク図
- B. 特定された利害関係者
- C. アカウント関係が識別されました
- D. 望ましいビジネス成果について議論した
- E. 議論された組織図

Answer: B,D ([メッセージを残す](#))

最新問題: 42

顧客には新しいリーダーシップチームがおり、購入したソリューションの採用率が低いことに懸念を示しています。このリスクを軽減するために、カスタマーサクセスマネージャーが開始すべき2つの活動はどれですか？ (2つ選択してください。)

- A. 購入したソリューションの管理に関する顧客の専門知識を評価します。
- B. 元のビジネス ケースを見直し、新しいリーダーシップ チームと共に望ましい結果を再評価します。
- C. 営業チームと協力して新しい Health Index ダッシュボードを作成します。
- D. 新しいリーダーシップ チームとの四半期ビジネス レビューをスケジュールします。
- E. 更新マネージャーと一緒にソリューションの価格を検討します。

Answer: ([解答を表示する](#))

最新問題: 43

ドラッグアンドドロップの質問

顧客はビデオ会議システムの利用率を高めたいと考えています。

左側のアクションを右側の正しいシーケンスにドラッグ アンド ドロップします。

Set a goal to achieve	step 1
Baseline the current usage	step 2
Update the success plan with status	step 3
Investigate the current barrier to utilization	step 4

Answer:

Baseline the current usage

Investigate the current barrier to utilization

Set a goal to achieve

Update the success plan with status

最新問題: 44

成功した顧客オンボーディング段階の結果のうち、最も重要なものはどれですか? (2 つ選択してください。)

- A. 議論された組織図
- B. アカウント関係が特定されました
- C. 望ましいビジネス成果について議論した
- D. 特定された利害関係者
- E. 議論されたネットワーク図

Answer: ([解答を表示する](#))

顧客オンボーディングを成功させる上で最も重要なのは、望ましいビジネス成果について議論し、ステークホルダーを特定することです。これらの要素により、ソリューションが顧客の目標と整合し、関係者全員が最初から関与することが確実になります。参考資料：目標の整合とステークホルダーの関与の重要性を強調したオンボーディングのベストプラクティス。

最新問題: 45

顧客オンボード段階で期待される 2 つの成果は何ですか? (2 つ選択してください。)

- A. アドボカシーの機会を共有
- B. 特定された利害関係者
- C. KPI指標が特定されたビジネス成果
- D. エンドユーザー向けのトレーニングセッションが計画されています
- E. ネットワーク図が提供されています

Answer: B,C ([メッセージを残す](#))

顧客オンボーディング段階で期待される成果には、ソリューションの導入に関与または影響を受けるステークホルダーの特定、そしてビジネス成果と成功の測定に使用する主要業績評価指標 (KPI) の定義が含まれます。これらのステップは、明確な期待値を設定し、望ましい結果の達成に向けた進捗状況を追跡するために不可欠です。参考資料 :Cisco Customer Success Managerのド

キュメント。オンボーディングプロセスとステークホルダーエンゲージメントおよび成果の定義の重要性について概説しています。

最新問題: 46

導入の準備状況を評価する際に考慮すべきことは何ですか？

- A. パフォーマンスを最適化できる可能性のあるアクセラレータを特定します。
- B. 必要なアイテムがすべて購入されたことを確認します。
- C. 展開されていない、または十分に活用されていない機能を特定します。
- D. 顧客受け入れテスト計画を確認します。

Answer: ([解答を表示する](#))

有効な **820-605** 問題集は GoShiken.com が提供された合格しやすい 820-605 試験問題集！ GoShiken.com が最新の **820-605** 試験問題集を提供しています。GoShiken.com 820-605 試験問題は最新で、解答が正確でございます。最新の GoShiken.com 820-605 問題集をゲットする人はこちら: <https://www.goshiken.com/Cisco/820-605-mondaishu.html> (**15930%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: 47

カスタマーサクセスにおける拡大の機会となる成果はどれですか? (2 つ選択してください。)

- A. ソリューションサービスの拡大
- B. ソリューションの展開
- C. 新しいソリューションの購入
- D. ソリューション機能の拡張
- E. ソリューションサブスクリプションの更新

Answer: ([解答を表示する](#))

カスタマーサクセスにおける拡張機会には、ソリューションの機能とサービスの拡張が含まれます。

これらの機会は、顧客が既存のソリューションに機能やサービスを追加することで、自社の能力を強化したり、新たなビジネスニーズに対応したりすることに価値を見出した時に生まれます。参考資料：顧客に提供するソリューションの範囲を拡大する機会を特定し、活用することで、価値と顧客満足度の向上につながる戦略。

最新問題: 48

カスタマーサクセスにおける拡大の機会となる成果はどれですか? (2 つ選択してください。)

- A. ソリューション機能の拡張
- B. ソリューションサブスクリプションの更新
- C. 新しいソリューションの購入
- D. ソリューションの展開

E. ソリューションサービスの拡大

Answer: A,E (メッセージを残す)

カスタマーサクセスにおける拡張機会には、ソリューションの機能とサービスの拡張が含まれます。

これらの機会は、顧客が既存のソリューションに機能やサービスを追加することで、自社の能力を強化したり、新たなビジネスニーズに対応したりすることに価値を見出した時に生まれます。
参考資料：顧客に提供するソリューションの範囲を拡大する機会を特定し、活用することで、価値と顧客満足度の向上につながる戦略。

最新問題: 49

成功計画に含まれるのは次のどれですか？

- A. サービスコスト
- B. 顧客のビジネス成果
- C. 顧客のHRプロセス
- D. 顧客の機密情報

Answer: A,B (メッセージを残す)

最新問題: 50

ソフトウェア ツールを導入する際の障壁は何ですか？

- A. 定期的なコスト
- B. 組織の規模
- C. 商業上の決定
- D. 限られたリソース

Answer: D (メッセージを残す)

最新問題: 51

展示品を参照してください。



カスタマーサクセスマネージャーはどのような初期アクションを実行しますか？

- A. 顧客がすべてのプラットフォームで使用しているすべてのライセンスタイプに対して分析を実行します。
- B. ライセンスタイプBおよびDの顧客担当者とレポートを共有し、原因を特定します。
- C. ライセンスタイプBおよびDの傾向情報を提供し、すべての関係者と共有する
- D. 営業担当に、追加機能を備えたライセンスタイプBおよびDの新バージョンを提案するよう通知します。

Answer: B (メッセージを残す)

カスタマーサクセスマネージャーが最初に行うべきアクションは、ライセンスタイプBおよびDの顧客担当者とレポートを共有し、使用状況の傾向の要因を特定することです。棒グラフはこれらのライセンスタイプの使用率が低下していることを示しています。これは、導入率や満足度に問題があることを示唆している可能性があります。これらの傾向の背後にある理由を理解することは、潜在的な問題に対処し、カスタマーサクセスを向上させるために不可欠です。

最新問題: 52

成功計画の有効な要素を3つ、左から右へドラッグ&ドロップしてください。すべてのオプションが使用されるわけではありません。選択して配置:



Answer:



カスタマーサクセスマネージャーが顧客のために達成できる最良の結果は何でしょうか？

- A. 顧客が購入したすべてのライセンスと機能を採用し、顧客のビジネスを改善するための拡張につながる
- B. 顧客が購入したすべてのテクノロジーの完全な採用
- C. 顧客が購入したソリューションから可能な限り最速で価値を実現できるように障壁を取り除く
- D. 顧客の導入チームとエンドユーザーがトレーニングを受け、テクノロジーを導入する準備ができていることを確認する

Answer: C (メッセージを残す)

カスタマーサクセスマネージャーがお客様にとって達成できる最良の成果は、お客様が購入したソリューションから可能な限り迅速に価値を得られるよう、障壁を取り除くことです。これにより、お客様は投資のメリットを迅速に実感し、満足度の向上とさらなる事業拡大の可能性につながります。

最新問題: 54

あるクライアントが6か月前に新しいコラボレーションソリューションを導入しました。利用状況テレメトリによると、アクティブ化されたユーザーのうち、ソリューションを利用しているのはわずか60%です。カスタマーサクセスマネージャーは、クライアントにどのアクションを推奨すべきでしょうか？ (2つ選択してください。)

- A. 顧客に更新されたエンドポイントを購入するよう勧めます。
- B. マーケティング部門に新しいソリューションに関するブログ記事を書いてもらいます。
- C. ユーザーがどのコラボレーションソリューションを使用しているかを判断するための調査を実施します。
- D. 組織全体に追加のユーザー トレーニング セッションを宣伝します。
- E. すべての代替チャットおよびビデオコラボレーションシステムをブロックします。

Answer: D,E (メッセージを残す)

最新問題: 55

企業がカスタマーサクセスプラクティスとカスタマーサクセスマネージャーの役割に投資する必要性を説明する主要な業界トレンドは何ですか。

- A. サービス組織は、Break fix (問題解決)型のビジネスモデルから、顧客の問題が発生する前に予防し、ソリューションの導入を促進するプロアクティブで先制的なサービスへと進化する必要があります。CSMIは、プロフェッショナルサービスチームに対し、最適なサービスについてアドバイスを提供します。
- B. IoT時代におけるイノベーションの加速は、多くの顧客を困惑させています。CSMIは、営業担当者がビジネスの成功を加速させる適切なテクノロジーを的確に位置付けるお手伝いをします。
- C. IT予算は、購入前にテクノロジー投資によるビジネス成果を理解したいと考える事業部門の意思決定者へとシフトしています。CSMIは、提案ソリューションのユースケースやお客様の声を通じて営業をサポートします。

D. IT部門は新たな消費モデルを導入する傾向が高まっています。サブスクリプションエコノミーでは、ビジネス価値と具体的な成果が実現されない場合、顧客はサブスクリプションをキャンセルできます。CSMIは、顧客のビジネス成果が最短の時間で実現されることを保証します。

Answer: ([解答を表示する](#))

最新問題: 56

運営費 (OPEX) とはどの費用ですか?

- A. オフィスの改善
- B. 給与計算
- C. ソフトウェア
- D. コンピュータ機器

Answer: ([解答を表示する](#))

最新問題: 57

カスタマーサクセス四半期成功レビューのコンポーネントのリストで一般的なものはどれですか?

- A. 前四半期の結果、製品ロードマップ、新製品のマーケティング提案、次の四半期の目標の確認
- B. 前四半期の結果、合意されたアクションの完了、市場ベンチマーク、次の四半期の目標の確認
- C. 前四半期の結果、提供されたサービス、問題、未解決のサービスケース、次の四半期の目標の確認
- D. 前四半期の結果、ロードマップの説明、新製品の宣伝、次の四半期の目標の確認

Answer: B ([メッセージを残す](#))

カスタマーサクセス四半期レビューの最も一般的な構成要素は、前四半期の成果、完了した合意済みのアクション、市場ベンチマーク、そして次四半期の目標の確認です。このアプローチにより、カスタマーサクセスマネジメントのベストプラクティスに沿って、測定可能な成果と継続的な改善に焦点を当てたレビューが可能になります。

最新問題: 58

カスタマーサクセス計画をサポートするアクティビティはどれですか? (2つ選択してください)

- A. KPI追跡
- B. サービス提供プログラム管理
- C. サービスチケットの追跡
- D. 品質管理
- E. 採用障壁の特定

Answer: A,E ([メッセージを残す](#))

最新問題: 59

カスタマーサクセスプランの追跡によって、追加ライセンスの購入を促進するにはどうすればよいですか?

- A. 成功計画は、ソリューションの平均障害時間を追跡します。

- B. 成功計画では、ブロックされた脅威の数を追跡し、前年と比較します。
- C. 成功計画は、ユーザーの生産性の向上を追跡し、その結果をビジネスに伝えます。
- D. 成功プランでは、開かれたテクニカル サポート ケースの数を追跡します。

Answer: C (メッセージを残す)

カスタマーサクセスプランの追跡は、ソリューションがユーザーの生産性向上を通じて提供する価値を示すことで、追加ライセンスの購入を促進することができます。生産性向上が追跡され、伝えられることで、追加ライセンスへの投資を正当化することができます2。

最新問題: 60

カスタマーサクセス四半期成功レビューのコンポーネントのリストで一般的なものはどれですか？

- A. 前四半期の結果、合意されたアクションの完了、市場ベンチマーク、次の四半期の目標の確認
- B. 前四半期の結果、ロードマップの説明、新製品の宣伝、次の四半期の目標の確認
- C. 前四半期の結果、製品ロードマップ、新製品のマーケティング提案、次の四半期の目標の確認
- D. 前四半期の結果、提供されたサービス、問題、未解決のサービスケース、次の四半期の目標の確認

Answer: A (メッセージを残す)

最新問題: 61

顧客の健全性を示す一般的な指標は何ですか？

- A. 購入したサービスの数
- B. 購入したライセンスの数
- C. 顧客満足度指標
- D. ソリューションに費やされた金額

Answer: C (メッセージを残す)

顧客の健全性を示す一般的な指標として、顧客満足度指標が挙げられます。これは、顧客が製品やサービスに抱く満足度を反映しており、顧客の全体的な健全性や、ソリューションを継続して利用 推奨する可能性を示す重要な指標となります4。

有効な **820-605** 問題集は GoShiken.com が提供された合格しやすい 820-605 試験問題集！
GoShiken.com が最新の **820-605** 試験問題集を提供しています。GoShiken.com 820-605 試験問題は最新で、解答が正確でございます。最新の GoShiken.com 820-605 問題集をゲットする人はこちら: <https://www.goshiken.com/Cisco/820-605-mondaishu.html> (**15930%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: 62

実装が行き詰まっている顧客に対して、カスタマー サクセス マネージャーが提供すべきカスタマー サクセス アプローチはどれですか。(2 つ選択してください。)

- A. 前払い割引を提供し、できるだけ長期にわたってビジネスを確保します。
- B. 顧客のリーダーシップとともに成功計画の優先事項を確認します。
- C. 製品内で最近有効になった新機能を紹介します。
- D. 顧客に追加のトレーニングを販売します。
- E. リソースまたは関係者に変更があったかどうかを判断します。

Answer: B,E (メッセージを残す)

最新問題: 63

カスタマーサクセスマネージャーは、顧客の本番環境への移行が遅れていることに気づきました。カスタマーサクセスマネージャーはどのような対応を検討しますか？

- A. ソリューションの価値実現までの時間を強化する
- B. 顧客に有料の導入サービスを提供する
- C. 顧客に将来の購入時に割引を与える
- D. 顧客に既存のスタッフの交代を提案する

Answer: A (メッセージを残す)

最新問題: 64

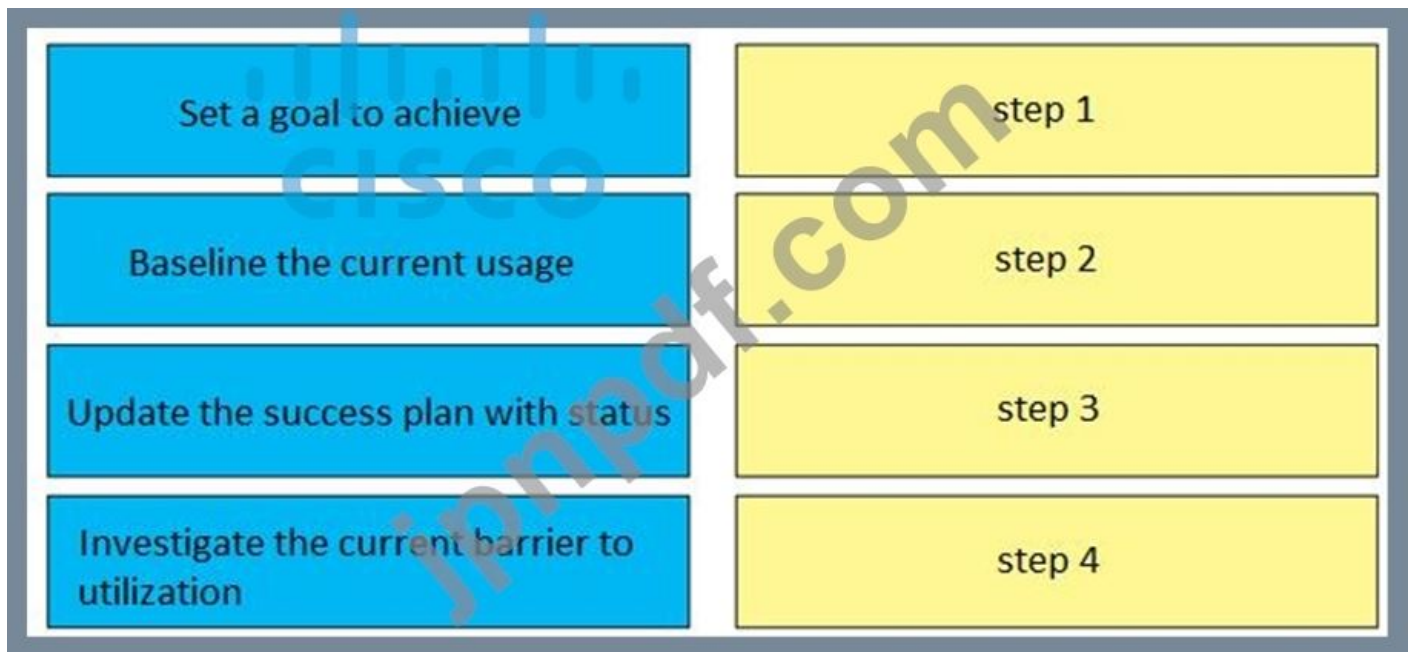
顧客オンボードステージで期待される 2 つの成果は何ですか? (2 つ選択してください。)

- A. エンドユーザー向けのトレーニングセッションが計画されています
- B. アドボカシーの機会を共有する
- C. 特定された利害関係者
- D. KPI指標が特定されたビジネス成果
- E. ネットワーク図が提供されています

Answer: C,D (メッセージを残す)

最新問題: 65

顧客はビデオ会議システムの利用率を高めたいと考えています。左側のアクションを右側の適切な順序にドラッグ&ドロップしてください。



Answer:



最新問題: 66

あなたはカスタマーサクセスマネージャーであり、戦略的な新規アカウントを割り当てられたところです。

最初の顧客紹介ミーティングの準備には、どのような行動が最適ですか？

- A. 過去 24 か月間のすべての販売注文を詳細に分析します。
- B. アカウント チームと連携して、拡張の機会を把握します。
- C. 顧客のビジネスと市場の動向および優先事項を理解します。
- D. 社内の連絡先と話し合っ、顧客の感情と未解決のエスカレーションを把握します。

Answer: C ([メッセージを残す](#))

最新問題: 67

お客様は3つのソリューションの更新を180日後に控えています、そのうちの1つのソリューションが完全に有効化されていません。

他の2つのソリューションは本番環境で定期的に使用されています。カスタマーサクセスマネージャーは、完全に有効化されていない1つのソリューションにどのように対処すればよいでしょうか。

- A. 顧客はおそらく更新し、更新後に問題に対処できるため、アクションは必要ありません。
- B. 1つのソリューションは完全に実装されていないが、他の2つは問題ないことを更新マネージャーに認識させます。
- C. 顧客がソリューションを有効にしていない理由を調査し、営業チームおよび更新チームと協力して問題に対処します。
- D. サービスチームに連絡し、顧客に連絡して解決策を検討するよう依頼します。

Answer: C ([メッセージを残す](#))

最新問題: 68

解約による財務的な影響は何ですか？

- A. 更新価値の向上
- B. 技術フットプリントの削減
- C. ユーザーライセンスの増加
- D. 収益の減少

Answer: D ([メッセージを残す](#))

最新問題: 69

運営費 (OpEx) と資本経費 (CapEx) の違いは何ですか？

- A. OpEx は企業の日常業務にかかる費用であり、CapEx は資産への投資です。
- B. OpEx は企業が前払いする投資であり、CapEx は事業を運営するための継続的なコストです。
- C. OpEx には、ユーザー権限が永続的に付与される契約を伴うソフトウェアライセンスが含まれますが、CapEx には簡単に再構成できるソフトウェアサービスが含まれます。
- D. OpEx には減価償却がありますが、CapEx には減価償却はありません。

Answer: A ([メッセージを残す](#))

最新問題: 70

経営陣は、コスト削減と過去10年間導入されてきた既存ソリューションの置き換えのため、500ライセンスの購入を決定しました。エンドユーザーへの説明は一切ありませんでした。プロジェクト開始から3ヶ月が経過した現在、レポートによると、消費分析の結果、旧システムの利用率が高く、新ソフトウェアで有効なライセンスはわずか75ライセンスであることが示されています。導入の障壁として、調査すべきものを2つ挙げてください。(2つ選択してください)

- A. ビジネスの不一致
- B. 限定的なテレメトリ
- C. 共通機能の欠如
- D. 購入ポリシープロセス

E. コミュニケーション不足

Answer: C,E ([メッセージを残す](#))

最新問題: 71

顧客はソリューション計画をすべて完了し、今後2週間で導入する予定です。カスタマーサクセスマネージャーとして、顧客のライフサイクルジャーニーにおいて次に注力すべき論理的なステップは何でしょうか？

- A. 顧客のステークホルダーとそのビジネス成果
- B. 初期ユーザーグループが特定され、そのユースケースが確認されました
- C. ビジネス成果に合致する追加機能
- D. 四半期ごとの成功レビューの構築と配信
- E. サービス導入時にサービスの問題を提出する方法を知っていることを確認する

Answer: A,E ([メッセージを残す](#))

最新問題: 72

カスタマーサクセスマネージャーは、新製品に対する顧客のスキルギャップをどのように解決すべきでしょうか？

- A. 役割に応じて必要なスキルを、製品に関連したトレーニングとともに提供します。
- B. 顧客が自分の条件でスキルギャップに対処するための行動を起こす時間を与える
- C. 会社のエンジニアリングコミュニティウェブサイト公開するブログ投稿を作成します
- D. 顧客の関係者に技術資料のリンクをメールで送信する

Answer: A ([メッセージを残す](#))

最新問題: 73

ある大規模大学は、学生と教職員のエクスペリエンスを全体的に向上させることを目的とした新しいITソリューションを導入しました。成功を最も効果的に測定できるアプローチは何でしょうか？

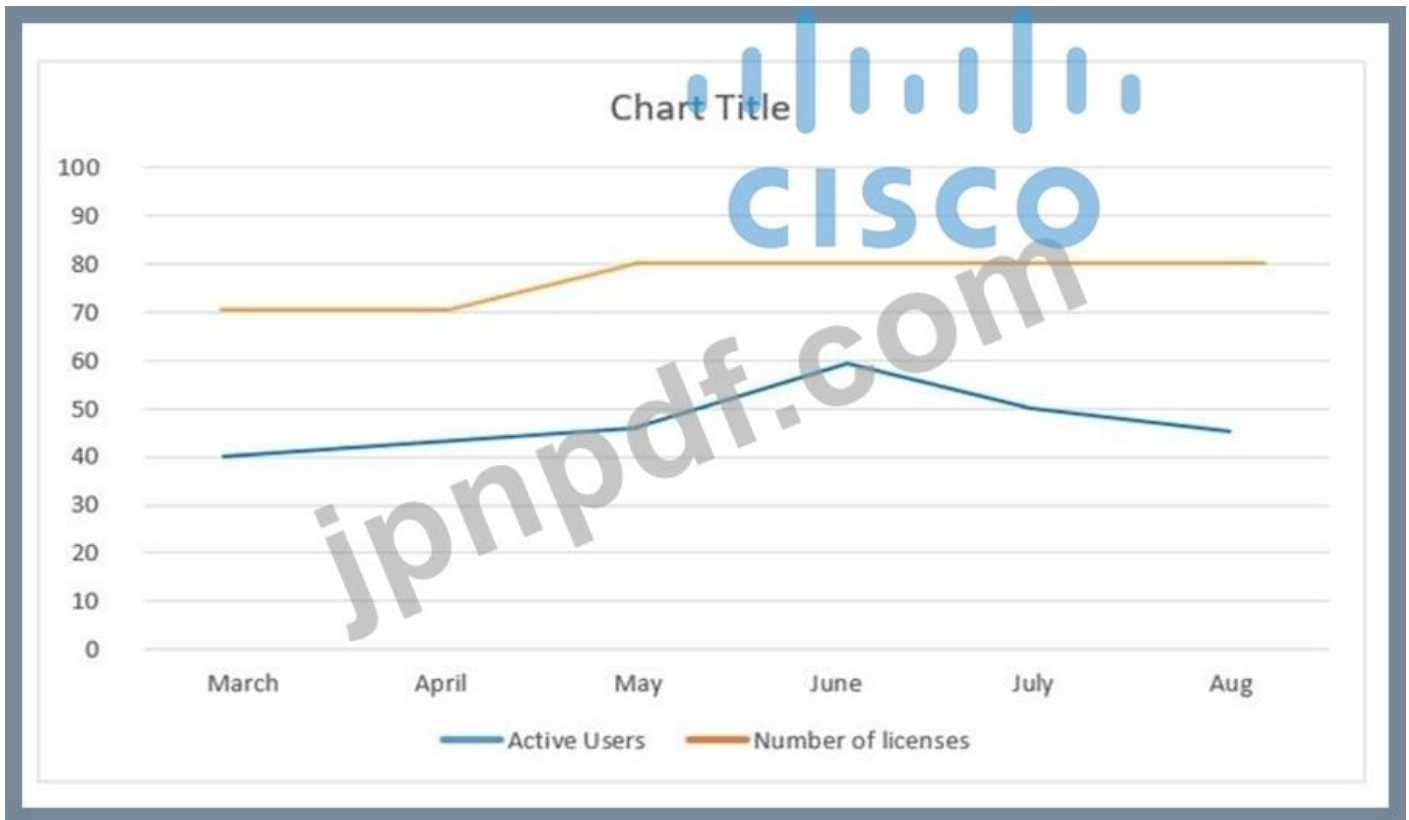
- A. IT関連の2つの質問を含む学生とスタッフのアンケートを年に2回実施する
- B. 学生からの苦情の数を測定する
- C. カスタマイズされた調査とITツールベースの指標を組み合わせて使用する
- D. フィードバックを提供するためのスタッフスーパーユーザーを実装する

Answer: C ([メッセージを残す](#))

カスタマイズされたアンケートとITツールベースの指標を組み合わせることで、新しいITソリューションの影響を包括的に評価できます。アンケートはユーザー満足度に関する定性的な洞察を提供し、指標は使用状況とパフォーマンスに関する定量的なデータを提供します。

最新問題: 74

図を参照してください。グラフには、ソフトウェア製品を所有する顧客が示されており、有料ライセンスの数 (オレンジ色の線) と、製品をアクティブに使用しているユーザー数 (青色の線) が強調表示されています。この顧客に関する記述のうち、正しいものはどれですか。



- A. 顧客の利用率が低すぎるため、顧客維持の可能性を正しく測定できない。
- B. 顧客の利用が増加しており、更新の強い兆候を示しています。
- C. 顧客の利用が最近減少しており、解約する可能性が高くなっています。
- D. 顧客は更新する可能性が高いため、拡大した機会が提供されます

Answer: (解答を表示する)

最新問題: 75

展示品を参照してください。

Customer Name	Health Index	Utilization Score	Quality Score	Sentiment Score	Financial Score
Company A	44	55	59	55	61
Company B	72	72	72	64	60
Company C	51	41	41	83	67

カスタマーサクスマネージャーは、A社の健全性指標を改善するためにどのようなアクションを取る必要がありますか？

- A. 年間経常収益の伸び、他の製品の更新率、請求書の支払いの適時性を分析します。
- B. ネットプロモータースコアと、顧客が製品を他の人に推奨する可能性を観察します。

C. データ分析に基づいてトレーニングの推奨事項を提供したり、新しい機能を提案したりします。

D. マーケティング キャンペーンを実行し、新製品のロードマップを共有します。

Answer: C ([メッセージを残す](#))

A社のヘルスインデックスを改善するには、カスタマーサクセスマネージャーはスコアが低い領域に重点を置く必要があります。A社は利用率スコアが低いため、トレーニングに関する推奨事項を提供することで、製品の利用率向上につながる可能性があります。さらに、データ分析に基づいて、A社のニーズに合った新機能を提案することで、製品の認知価値を高め、ヘルスインデックスを向上させることができます。参考資料 :Cisco Customer Success Managerのドキュメントとベストプラクティスでは、顧客のヘルススコアと全体的な満足度を向上させるための重要な戦略として、トレーニングと機能の導入に重点を置くことを推奨しています。

最新問題: 76

遅行指標とは何ですか？

- A. 新製品の開発
- B. 訓練を受けたユーザー数の増加
- C. ネットプロモータースコアの増加
- D. 製品の採用

Answer: C ([メッセージを残す](#))

有効な **820-605** 問題集は GoShiken.com が提供された合格しやすい 820-605 試験問題集！
GoShiken.com が最新の **820-605** 試験問題集を提供しています。GoShiken.com 820-605 試験問題は最新で、解答が正確でございます。最新の GoShiken.com 820-605 問題集をゲットする人はこちら: <https://www.goshiken.com/Cisco/820-605-mondaishu.html> (**15930%OFF**問題集溶と正解付きで **30%w**特別割引コード: **Freepdfumps**)

最新問題: 77

展示をご覧ください。この健康スコアは何を示していますか？

- A. 顧客はこの製品をもっと消費する必要があります。
- B. 顧客は追加のライセンスを購入する必要があります。
- C. 顧客がこのライセンスを更新する可能性は低いです。
- D. 顧客がこの製品を推奨する可能性は低いです。

Answer: D ([メッセージを残す](#))

最新問題: 78

熟練したリソースの不足は、ライフサイクルのどの段階で障壁として認識されるでしょうか？

- A. ソリューションの更新
- B. 初期段階の導入

C. 後期導入

D. 販売概念実証

Answer: [\(解答を表示する\)](#)

最新問題: 79

顧客の成功を文書化する最も良い理由は何ですか？

A. プロジェクト管理の役割と責任を文書化します。

B. 顧客が購入したソリューションによって達成された価値を認識してもらいます。

C. 会社のビジネスの成功を測定する KPI を確立します。

D. 営業チームに拡張の機会を提供します。

Answer: B ([メッセージを残す](#))

最新問題: 80

展示品を参照してください。

Customer Name	Health Index	Utilization Score	Quality Score	Sentiment Score	Financial Score
Company A	44	29	59	55	61
Company B	72	72	72	64	60
Company C	51	41	41	83	67

カスタマーサクセスマネージャーは、B社の健全性指標を改善するためにどのようなアクションを取る必要がありますか？

A. ネットプロモータースコアと、顧客が成功事例を生み出す可能性を観察します。

B. トレーニングに関する推奨事項を提供し、学習製品のスクリプトを提供します。

C. マーケティングキャンペーンを実行し、新製品のロードマップを設計します。

D. 年間経常収益の成長を分析し、テクノロジーに関連する更新リスクを軽減します。

Answer: D ([メッセージを残す](#))

最新問題: 81

顧客の現在の導入障壁に関する主な情報源は何でしょうか？

A. 顧客の戦略目標

B. アカウントチームからの洞察

C. 部品表

D. 現在の業界動向

Answer: [\(解答を表示する\)](#)

最新問題: 82

展示品を参照してください。

Utilization	Implement Score	Use Score	Engage Score	Adopt Score	Optimize Score
44	13	4	7	0	20

The dashboard displays engagement scores for three categories: Engage 1 (Score: 0), Engage 2 (Score: 7), and Engage 3 (Score: 0). It also provides action plan details for each category, including links to view plug and play pages, inventory pages, and network infrastructure scaling. A table at the bottom shows device counts and license quantities.

Category	Score	Action
ENGAGE 1	0	VIEW THE PLUG AND PLAY PAGE: N
ENGAGE 2	7	VIEW INVENTORY PAGE: Y
ENGAGE 3	0	SCALE THE NETWORK INFRASTRUCTURE: N

DAYS PNP PG VW CNT 0 13	0
DAYS INV PG VW CNT 0 13	1
PNPPROVISIONED DEVICE COUNT	0
PURCHASED LIC QTY	1869
PNP PROVISIONED STATE PCT	0

カスタマーサクセスマネージャーが実行する必要があるアクションは何ですか？

- A. 財務指標を確認します。
- B. 顧客の声を作成します。
- C. 拡張の機会を推奨します。
- D. 採用の障壁を特定します。

Answer: D ([メッセージを残す](#))

最新問題: 83

ある顧客は、3つのソリューションの更新を180日後に控えています。ソリューションの1つはまだ完全に有効化されていません。他の2つのソリューションは本番環境で定期的に使用されています。カスタマーサクセスマネージャーは、完全に有効化されていないソリューションにどのように対処すべきでしょうか？

- A. 更新マネージャーに、1つのソリューションが完全に実装されていないことを認識させる
- B. 顧客は更新する可能性が高いため、更新後に問題が解決できるため、アクションは必要ありません。
- C. サービスチームに連絡し、顧客に連絡して解決策に対処するよう依頼します。
- D. 顧客がソリューションを有効にしていない理由を調査し、営業チームや更新チームと協力して問題に対処します。

Answer: ([解答を表示する](#))

最新問題: 84

ある大規模大学は、学生と教職員のエクスペリエンスを全体的に向上させることを目的とした新しいITソリューションを導入しました。成功を測定するのに最適なアプローチはどれでしょうか？

- A. IT関連の2つの質問を含む、年2回の学生とスタッフのアンケート
- B. 学生からの苦情の数を測定する
- C. カスタマイズされた調査とITツールベースの指標の組み合わせ
- D. フィードバックを提供するためのスタッフスーパーユーザーを実装する

Answer: ([解答を表示する](#))

学生からの苦情だけでなく、学生とスタッフの両方からの苦情を測定する必要があります。

最新問題: 85

対象となるユースケースの目的は何ですか？

- A. 競合他社との製品差別化を強調します。
- B. 追加サービスを購入しなくても機能します。
- C. 望ましい結果を実現するためにソリューションがどのように適用されるかを定義します。
- D. 顧客に追加機能の活用方法を提供します。

Answer: ([解答を表示する](#))

最新問題: 86

導入キャンペーンで拡張の機会を特定できる2つの方法はどれですか？(2つ選択してください)

- A. 導入キャンペーンでは、重大なバグが顧客に通知されます。
- B. 導入キャンペーンでは、すべてのエンドユーザーを対象に製品のフィードバックを調査します。
- C. 導入キャンペーンでは、機能アップグレードの無料試用ライセンスが提供されます。
- D. 導入キャンペーンでは、無料のユーザー トレーニングを提供します。
- E. 導入キャンペーンでは、新機能のリリースに関する通知が提供されます。

Answer: C,E ([メッセージを残す](#))

最新問題: 87

ある顧客は、3つのソリューションの更新を180日後に控えています。ソリューションの1つはまだ完全に有効化されていません。他の2つのソリューションは本番環境で定期的に使用されています。カスタマーサクセスマネージャーは、完全に有効化されていないソリューションにどのように対処すべきでしょうか？

- A. サービスチームに連絡し、顧客に連絡して解決策に対処するよう依頼します。
- B. 更新マネージャーに、1つのソリューションが完全に実装されていないことを認識させる
- C. 顧客がソリューションを有効にしていない理由を調査し、営業チームや更新チームと協力して問題に対処します。
- D. 顧客は更新する可能性があり、問題は更新後に解決できるため、アクションは必要ありません。

Answer: ([解答を表示する](#))

カスタマーサクセスマネージャーは、お客様がソリューションのいずれかを完全に有効化していない理由を調査し、営業チームおよび更新チームと連携して問題に対処する必要があります。この積極的なアプローチにより、完全な導入を阻む障壁を明らかにし、更新期限前にお客様がソリューションの価値を最大限に実感していただけるようにすることができます。

最新問題: 88

主要業績評価指標として追跡および測定するために使用される2つの要素はどれですか？(2つ選択してください。)

- A. 遅れている
- B. 学習
- C. スコープ
- D. 先頭
- E. 戦略を立てる

Answer: A,D ([メッセージを残す](#))

遅行要素と先行要素は、主要業績評価指標 (KPI) として追跡・測定するために使用されます。遅行指標は過去の業績を反映し、先行指標は将来の業績を予測します。これらを組み合わせることで、組織の目標達成に向けた進捗状況を包括的に把握できます³⁴。

最新問題: 89

ある顧客がクラウドベースのコラボレーションソリューションのライセンスを500個購入しました。顧客とのミーティング中に、顧客はカスタマーサクセスマネージャーに対し、ライセンスが誰によってどのように使用されているかを確認できないと訴えました。導入を阻む障壁として、どのようなものが2つ考えられますか？ 2つ選択してください。)

- A. プロセス
- B. 人々
- C. プラットフォーム
- D. ツール
- E. アプリケーション

Answer: ([解答を表示する](#)**)**

最新問題: 90

カスタマーサクセスにおける拡大の機会となる成果はどれですか？(2つ選択してください)

- A. 新しいソリューションの購入
- B. ソリューションサブスクリプションの更新
- C. ソリューション機能の拡張
- D. ソリューションの展開
- E. ソリューションサービスの拡大

Answer: B,E ([メッセージを残す](#))

最新問題: 91

顧客は市場シェアを拡大し、ブランドの評判を守りたいと考えています。企業の成功にとって重要なビジネス成果はどれですか？ 2つ選択してください。)

- A. リスク管理
- B. 信頼性
- C. ビジネスの成長
- D. コスト効率
- E. 持続可能性

Answer: C,E (メッセージを残す)

説明/参照:

有効な **820-605** 問題集は GoShiken.com が提供された合格しやすい 820-605 試験問題集！ GoShiken.com が最新の **820-605** 試験問題集を提供しています。GoShiken.com 820-605 試験問題は最新で、解答が正確でございます。最新の GoShiken.com 820-605 問題集をゲットする人はこちら: <https://www.goshiken.com/Cisco/820-605-mondaishu.html> (**15930%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: **92**

ユースケースのどの定義が正しいですか？

- A. 製品が顧客体験にどのような影響を与えるかについてのマーケティングの説明の比較
- B. 顧客が使用するアクションまたはイベントステップのリスト
- C. 通常は、目標を達成するための役割とシステム間の相互作用を定義するアクションまたはイベントステップのリスト
- D. 顧客がソフトウェアで使用する手順のリスト

Answer: (解答を表示する)

ユースケースとは、システム外部からのリクエストに回答する際のシステムの動作を記述したものです。言い換えれば、ユースケースは、目標を達成するための外部アクターとシステム間のインタラクションを定義します。アクターとは、人間のユーザー、他のシステム、またはハードウェアデバイスなどです。各ユースケースは、特定のビジネス目標を達成するためにシステムがアクターとどのようにインタラクションすべきかを示す1つ以上のシナリオを提供します。参考資料: Cisco Customer Success Manager ドキュメント1、および成功へのロードマップの策定と実行におけるユースケースの重要性に関する追加情報2。

最新問題: **93**

採用キャンペーンに含まれる2つのアクションはどれですか？(2つ選択してください)

- A. ソリューションに対するベストプラクティスのアプローチをユーザーに伝える
- B. 新製品リリースに関する関係者へのメッセージ
- C. ソリューションの新機能に関する関係者へのメッセージ
- D. すべてのエンドユーザーにアンケートを送信しました

E. 関係者への更新リマインダー

Answer: A,C (メッセージを残す)

導入キャンペーンには通常、ソリューションのベストプラクティスに関するメッセージをユーザーに提供して適切かつ効果的な使用を促したり、ソリューションの価値を高める可能性のある新機能について関係者に知らせたりするなどのアクションが含まれます。参考資料 :Cisco Customer Success Manager のドキュメントと導入キャンペーンのベストプラクティスでは、ソリューションの導入と利用を促進するために、ユーザーと関係者への教育の重要性が強調されています。

最新問題: 94

顧客の契約更新が6ヶ月後に迫っています。カスタマーサクセスマネージャーには、過去12ヶ月間の顧客の使用状況を示す分析データが提供されています。契約更新前の顧客とのミーティングで導入プロセスについて話し合う前に、追加で確認すべき重要な情報はどれですか？ 2つ選択してください。

- A. 詳細な契約目録
- B. 解釈された分析データを検証するための質問
- C. サポートチケットレポートと診断情報
- D. 顧客の年次レポートと四半期ビジネスレビュー
- E. 販売アカウントプラン

Answer: (解答を表示する)

最新問題: 95

成功計画の有効な要素を3つ、左から右へドラッグ&ドロップしてください。すべてのオプションが使用されるわけではありません。

business outcomes	valid element of a success plan
confidential customer information	valid element of a success plan
customer financial statements	valid element of a success plan
detailed training plan	
key initiatives	
QSR review dates	

Answer:



最新問題: 96

カスタマーサクスマネージャーが顧客の成功を測定するために使用する 2 つの指標はどれですか? (2 つ選択してください。)

- A. リスク管理
- B. ヘルプデスクデータ
- C. 健康スコア
- D. テレメトリ
- E. トレーニング調査

Answer: C,D (メッセージを残す)

最新問題: 97

顧客にとってのカスタマーサクセスの価値提案とは何でしょうか?

- A. リスクの軽減
- B. 拡張の機会
- C. ビジネス成果に影響を与える
- D. 価値実現までの時間の短縮

Answer: C (メッセージを残す)

最新問題: 98

顧客価値の実現が成功した後にはどのような活動を行うべきでしょうか?

- A. 将来の機能計画セッションに全面的に参加します。
- B. 学んだ教訓を特定し、エンゲージメント時間をどのように短縮できるかを確認します。
- C. 製品エンゲージメントの使用状況、潜在的な障害、ボトルネックを確認します。
- D. 顧客の成功事例を紹介するケーススタディを公開します。

Answer: ([解答を表示する](#))

最新問題: 99

カスタマーサクセスの正しい定義はどれですか？

- A. 顧客が製品やサービスの使用中に期待された成果や予期せぬ成果を達成できるようにするためのビジネス手法です。
- B. 採用と拡大を促進しながら、解約のリスクを最小限に抑えることで、継続的な収益を増やすビジネス手法です。
- C. 顧客が常に最新のソフトウェア リリースとサブスクリプション契約を利用し、成功につながる中核的なビジネス活動に集中できるようにするビジネス手法です。
- D. これは、営業、サービス、マーケティング、およびカスタマー サクセス チームが規律正しく連携して顧客にポジティブな体験を提供することで得られるネット プロモーター スコアの尺度です。

Answer: A ([メッセージを残す](#))

カスタマーサクセスとは、顧客が製品やサービスを使用しながら、希望する成果を達成できるようにするビジネス手法です。

<https://www.gainsight.com/guides/the-essential-guide-to-customer-success/>

最新問題: 100

あるクライアントが6か月前に新しいコラボレーションソリューションを導入しました。利用状況テレメトリによると、アクティブ化されたユーザーのうち、ソリューションを利用しているのはわずか60%です。カスタマーサクセスマネージャーは、クライアントにどのアクションを推奨すべきでしょうか？ 2つ選択してください。)

- A. マーケティング部門に新しいソリューションに関するブログ記事を書いてもらいます。
- B. 顧客に更新されたエンドポイントを購入するよう勧めます。
- C. すべての代替チャットおよびビデオコラボレーションシステムをブロックします。
- D. ユーザーがどのコラボレーション ソリューションを使用しているかを判断するための調査を実施します。
- E. 組織全体に追加のユーザー トレーニング セッションを宣伝します。

Answer: D,E ([メッセージを残す](#))

カスタマーサクセスマネージャーは、ユーザーがどのコラボレーションソリューションを使用しているかを調査し、エンゲージメントのギャップが生じている理由を理解するためのアンケート調査の実施を推奨する必要があります。さらに、組織全体で追加のユーザートレーニングセッションを実施することで、ユーザーが新しいソリューションを認識し、その使い方を理解できるようにすることで、利用率の向上につながります。

最新問題: 101

経営幹部とのコミュニケーションにおいて重要な2つのアクションはどれですか。(2つ選択してください。)

- A. 営業チームの計画を組み込む
- B. 達成された価値に焦点を当てる
- C. サービスを主要なトピックとして維持する
- D. 技術的な詳細に焦点を当てる
- E. 経営上の優先事項をターゲットにする

Answer: ([解答を表示する](#))

最新問題: 102

カスタマーサクセスの主な目的は何ですか?

- A. 顧客の投資収益率
- B. 製品とソリューションの既知および未知の機能
- C. 顧客のリスク軽減
- D. 顧客が達成しようとしている成果

Answer: ([解答を表示する](#))

カスタマーサクセスの主な目的は、顧客が製品やサービスを通じて達成しようとしている成果を確実に達成できるようにすることです。成果に重点を置くことで、カスタマーサクセスの取り組みが顧客の目標や目的と整合したものになります。

最新問題: 103

展示品を参照してください。



このグラフは、ソフトウェア製品を所有する顧客を示しており、有料ライセンスの数（オレンジ色の線）と、製品をアクティブに使用しているユーザー数（青色の線）が強調表示されています。この顧客に関する正しい記述はどれですか？

- A. 顧客は更新する可能性が高いため、拡大した機会が提供されます
- B. 顧客の利用率が低すぎるため、顧客維持の可能性を正しく測定できない。
- C. 顧客の利用が増加しており、更新の強い兆候を示しています。
- D. 顧客の利用が最近減少しており、解約する可能性が高くなっています。

Answer: D ([メッセージを残す](#))

グラフを見ると、顧客が購入したライセンス数は一定である一方、アクティブユーザー数は6月のピーク以降大幅に減少していることがわかります。これは、顧客の製品へのエンゲージメントが低下していることを示唆しており、製品の価値が薄れることで、顧客離れのリスクが高まる可能性があります。参考資料：顧客エンゲージメントおよび顧客維持戦略では、顧客満足度と更新可能性の重要な指標として、アクティブな使用状況のモニタリングの重要性がしばしば強調されます。

最新問題: 104

顧客がライフサイクルの実装段階から使用段階に移行する際に、障壁を特定して取り除くためにどのようなアクションを実行する必要がありますか？

- A. 現在の障壁や既存の障壁に対処するためのトレーニングコンテンツを提供します。
- B. 管理チームに詳細なコスト構造を提供します。
- C. 顧客の要求に応じて直接的かつ詳細な技術的専門知識を提供します。
- D. 顧客が経験または観察した技術的な問題に対する修理サポートを提供します。

Answer: ([解答を表示する](#)**)**

最新問題: 105

イースタンバンクのITポリシー&ガバナンス担当ディレクターであるクライアントから、3ヶ月前に導入されたコラボレーションソリューションの現状の利用状況にCIOが不満を抱いているという連絡を受けました。クライアントは状況改善のための会議を要請しました。会議の成功に不可欠なレポートはどれでしょうか？

- A. 登録ユーザー数、帯域幅使用率、ユーザーが参加したトレーニングセッション数
- B. 登録ユーザー数、サービスログ、ユーザー数
- C. 登録ユーザー数、ユーザーが開始した会議数、ユーザーが参加した会議数
- D. ネットワーク使用率、ユーザーが開始した会議の数、ユーザー数

Answer: ([解答を表示する](#)**)**

最新問題: 106

四半期ごとの成功レビューの顧客成功の目標は何ですか？

- A. 成功計画を作成します。
- B. 作業の努力を成果に合わせます。
- C. 新しい製品やサービスを紹介します。

D. 更新契約を評価します。

Answer: ([解答を表示する](#))

有効な **820-605** 問題集は GoShiken.com が提供された合格しやすい 820-605 試験問題集！
GoShiken.com が最新の **820-605** 試験問題集を提供しています。GoShiken.com 820-605 試験問題は最新で、解答が正確でございます。最新の GoShiken.com 820-605 問題集をゲットする人はこちら: <https://www.goshiken.com/Cisco/820-605-mondaishu.html> (**15930%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: 107

カスタマーサクセスの正しい定義はどれですか？

- A. 採用と拡大を促進しながら、解約のリスクを最小限に抑えることで、継続的な収益を増やすビジネス手法です。
- B. これは、営業、サービス、マーケティング、およびカスタマーサクセスチームが規律正しく連携して顧客にポジティブな体験を提供することで得られるネットプロモータースコアの尺度です。
- C. 顧客が常に最新のソフトウェアリリースとサブスクリプション契約を利用し、成功につながる中核的なビジネス活動に集中できるようにするビジネス手法です。
- D. 顧客が製品やサービスの使用中に期待された結果や予想しない結果を達成できるようにするビジネス手法です。

Answer: D ([メッセージを残す](#))

最新問題: 108

経営陣は、コスト削減と過去10年間導入されてきた既存ソリューションの置き換えのため、500ライセンスの購入を決定しました。エンドユーザーへの説明は一切ありませんでした。プロジェクト開始から3ヶ月が経過した現在、レポートによると、消費分析の結果、旧システムの利用率が高く、新ソフトウェアで有効なライセンスはわずか75ライセンスであることが示されています。導入の障壁として、調査すべきものを2つ挙げてください。(2つ選択してください)

- A. 購入ポリシープロセス
- B. 共通する特徴の欠如
- C. コミュニケーション不足
- D. ビジネスの不一致
- E. 限定的なテレメトリ

Answer: C,D ([メッセージを残す](#))

最新問題: 109

顧客をサポートするために、カスタマーサクセスマネージャーが四半期を通じて実行する必要がある2つのアクションはどれですか？(2つ選択してください。)

- A. サービスの問題とエスカレーションを管理する
- B. 顧客のオンラインイメージを観察する
- C. 営業およびマーケティング戦略会議に参加する
- D. 進行中の活動の成功計画をレビューして更新する
- E. ヘルスインデックスが緑色である限り、何もする必要はありません。

Answer: D,E (メッセージを残す)

最新問題: 110

顧客から、問題を何度も説明し、解決策を見つけるために複数のチームメンバーに問い合わせなければならないことに不満を訴えられています。どうすればこの問題を回避できるでしょうか？

- A. 会社の組織図をサポート チームと共有します。
- B. 購入したソリューションの関連するユースケースを顧客に提供します。
- C. 顧客が製品トレーニングの連絡先を把握していることを確認します。
- D. 利害関係者との役割と責任を明確にします。

Answer: D (メッセージを残す)

お客様が問題を複数のチームメンバーに何度も説明しなければならないという事態を避けるには、関係者間で役割と責任を明確にすることが不可欠です。これにより、誰が何を担当しているかが明確になり、お客様はそれぞれの問題について誰に連絡すればよいかを正確に把握できます。

最新問題: 111

購入したソリューションを使用してビジネス成果が達成され、整合されていることを確認するために、顧客の経営幹部と直接連携する関係者は誰ですか？

- A. カスタマーサクセスマネージャー
- B. 製品販売スペシャリスト
- C. アカウントマネージャー
- D. 更新マネージャー

Answer: A (メッセージを残す)

最新問題: 112

カスタマーサクセスマネージャーの役割において、成功事例や事例紹介は製品の価値を示す上で非常に重要です。顧客のプライバシーポリシーにより、情報の公開が制限されている場合、どのような対応が懸念事項を軽減するのに役立つでしょうか？

- A. 上級管理職と話し、成功事例作成のメリットを説明します。
- B. これはクォータを満たすために必要なロール メトリックであることを説明します。
- C. ストーリーを社内使用のみにします。
- D. インセンティブとして顧客に無料の製品またはサービスを提供します。

Answer: C (メッセージを残す)

顧客のプライバシーポリシーにより公開が禁止されている場合、カスタマーサクセスマネージャーは社内専用の成功事例を作成できます。これにより、組織はプライバシーポリシーに違反することなく、顧客の体験を記録し、そこから学ぶことができます。参考資料 :Ciscoカスタマーサ

クセスマネージャーのベストプラクティスでは、顧客のプライバシーを尊重しつつ、体験から貴重な洞察を収集することが推奨されています。

最新問題: 113

カスタマーサクセスマネージャーは、顧客が本番環境への移行を遅らせていることに気付きました。

カスタマーサクセスマネージャーはどのようなアクションを検討しますか？

- A. 顧客に既存のスタッフの交代を提案する
- B. 顧客に将来の購入時に割引を与える
- C. ソリューションの価値実現までの時間を強化する
- D. 顧客に有料の導入サービスを提供する

Answer: C ([メッセージを残す](#))

最新問題: 114

カスタマーサクセスにおける拡大の機会となる成果はどれですか？(2つ選択してください。)

- A. ソリューションサービスの拡大
- B. ソリューションサブスクリプションの更新
- C. 新しいソリューションの購入
- D. ソリューション機能の拡張
- E. ソリューションの展開

Answer: C,D ([メッセージを残す](#))

最新問題: 115

どの費用が営業費用 (OPEX) ですか？

- A. 給与計算
- B. コンピュータ機器
- C. ソフトウェア
- D. オフィスの改善

Answer: C ([メッセージを残す](#))

説明/参照:

最新問題: 116

経営陣は、コスト削減と過去10年間導入されてきた既存ソリューションの置き換えのため、500ライセンスの購入を決定しました。エンドユーザーへの説明は一切ありませんでした。プロジェクト開始から3ヶ月が経過した現在、レポートによると、消費分析の結果、旧システムの利用率が高く、新ソフトウェアで有効なライセンスはわずか75ライセンスであることが示されています。導入の障壁として、調査すべきものを2つ挙げてください。(2つ選択してください)

- A. 限定的なテレメトリ
- B. 購入ポリシープロセス
- C. ビジネスの不一致

D. 共通機能の欠如

E. コミュニケーション不足

Answer: A,E ([メッセージを残す](#))

最新問題: 117

カスタマーサクセスマネージャーに戦略的な新規アカウントが割り当てられました。

顧客紹介ミーティングに向けて準備するアクションは何ですか？

A. アカウント チームと連携して、拡張の機会を把握します。

B. 社内の連絡先を読み上げて、顧客の優先事項と感情を理解します。

C. 顧客の現在の技術的エスカレーションを文書化します。

D. 過去 24 か月間のすべての販売注文を詳細に分析します。

Answer: B ([メッセージを残す](#))

最新問題: 118

顧客にカスタマーサクセスを紹介する際の主な目標となる成果はどれですか？(2 つ選択してください。)

A. 顧客トレーニングの完了

B. 顧客のビジネス成果の特定

C. 製品ロードマップのレビュー

D. 四半期ごとの成功レビューのスケジュール

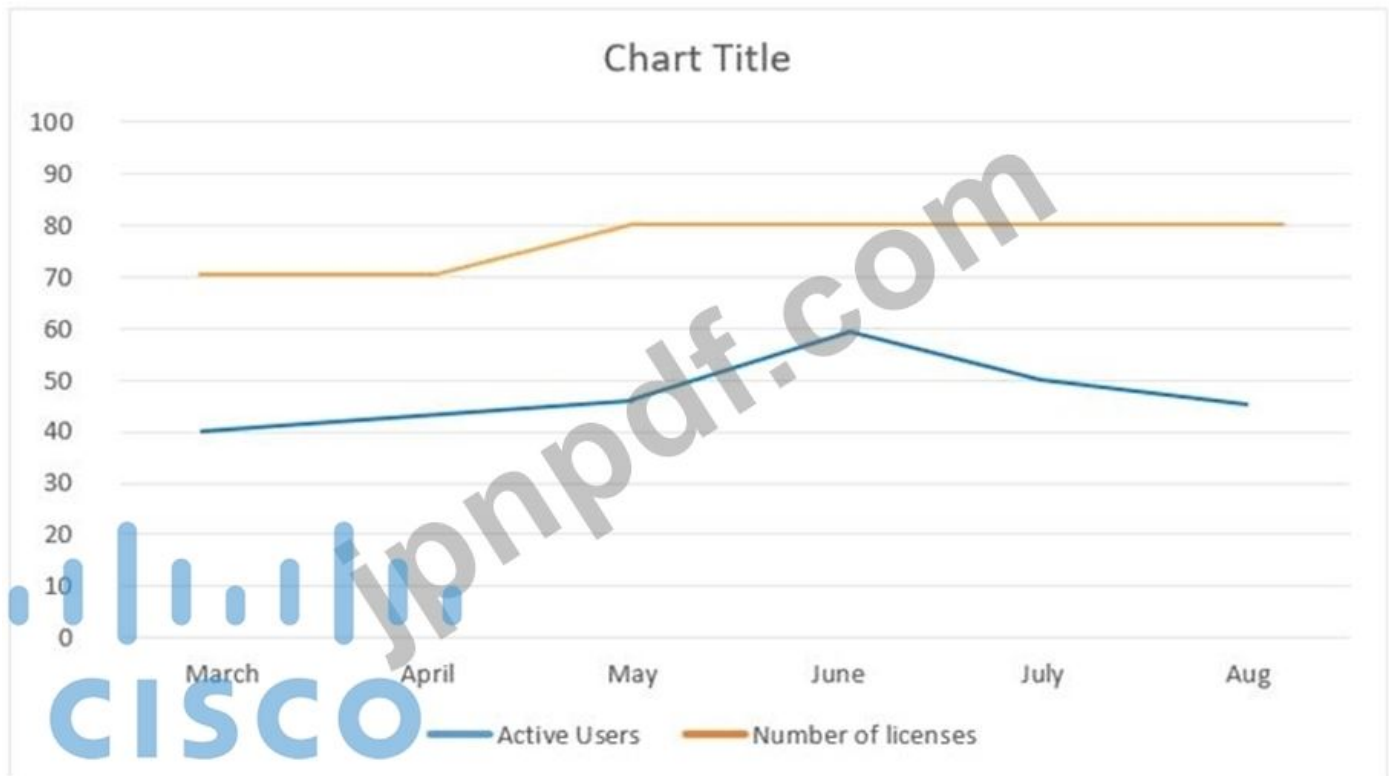
E. 主要な利害関係者の調整

Answer: ([解答を表示する](#))

顧客にカスタマーサクセスを紹介する際の主な目標は、B. 顧客のビジネス成果の特定と、E. 主要なステークホルダーの連携です。これらの成果により、カスタマーサクセスの取り組みが顧客のビジネス目標と整合し、すべての関係者が成功計画に関与することが保証されます1。

最新問題: 119

展示品を参照してください。



このグラフは、ソフトウェア製品を所有する顧客を示しており、有料ライセンスの数（オレンジ色の線）と、製品をアクティブに使用しているユーザー数（青色の線）が強調表示されています。この顧客に関する正しい記述はどれですか？

- A. 顧客の利用が最近減少しており、解約する可能性が高くなっています。
- B. 顧客の利用が増加しており、更新の強い兆候を示しています。
- C. 顧客は更新する可能性が高いため、拡大した機会が提供されます
- D. 顧客の利用率が低すぎるため、顧客維持の可能性を正しく測定できない。

Answer: A ([メッセージを残す](#))

最新問題: 120

展示品を参照してください。



このグラフは、n 個のソフトウェア製品を所有する顧客を示し、有料ライセンスの数（オレンジ色の線で表示）と製品をアクティブに使用しているユーザーの数（青い線で表示）を強調表示します。

顧客に関する次の記述のうち正しいものはどれですか。

- A. 顧客の使用量が少なすぎるため、顧客維持の可能性を正しく測定できません。
- B. 顧客の使用量は最近減少しており、顧客が離脱する可能性が高まっています。
- C. 顧客の使用量が増加しており、更新の強い兆候を示しています。
- D. 顧客は更新する可能性が高いため、拡大した機会が提供されます。

Answer: A ([メッセージを残す](#))

最新問題: 121

顧客関係者の支持を促進するタスクはどれですか？

- A. ステークホルダーマップの作成
- B. カスタマーサクセスプランの作成
- C. 技術文書の作成
- D. 成功ストーリーの創造

Answer: D ([メッセージを残す](#))

成功事例を創出することで、顧客ステークホルダーからの支持が高まります。成功事例は顧客に提供した価値を示すだけでなく、他のステークホルダーにも刺激を与え、影響を与えることができます。

有効な **820-605** 問題集は GoShiken.com が提供された合格しやすい 820-605 試験問題集！
GoShiken.com が最新の **820-605** 試験問題集を提供しています。GoShiken.com 820-605 試験問題は最新で、解答が正確でございます。最新の GoShiken.com 820-605 問題集をゲットする人はこちら: <https://www.goshiken.com/Cisco/820-605-mondaishu.html> (**15930%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: 122

顧客をカスタマーサクセスに導くための最初の顧客ミーティングの目標となる成果はどれですか？(2つ選択してください)

- A. 製品ロードマップのレビュー
- B. 四半期ごとの成功レビューのスケジュール
- C. 顧客のビジネス成果の確認
- D. 主要な利害関係者の合意
- E. 顧客トレーニングの完了

Answer: (解答を表示する)

最新問題: 123

四半期ごとの成功レビューの目標は何ですか？

- A. ソリューションの拡張に関連する割引レベルの交渉
- B. 顧客ロイヤルティを示す製品拡張

C. 成果を祝いながら優先順位と成果を一致させる

D. 新たな成長と売上の領域の特定

Answer: C ([メッセージを残す](#))

四半期ごとの成功レビューの目的は、優先事項と成果の整合性を図り、成果を称賛することです。この定期的なレビューは、お客様と組織の両方がビジネスの優先事項と望ましい成果について一致していることを確認するための戦略的なミーティングです。また、達成した成功とマイルストーンを認識し、祝福する機会でもあり、モチベーションを高め、提供されたソリューションへの投資価値を強化することができます。

参考文献:

*シスコのカスタマーサクセスマネージャー認定に関する公式ページ2。

*四半期ごとのビジネスレビューによる顧客成功の拡大に関する Skilljar ブログ3。

最新問題: 124

顧客はコスト削減のため、既存のエリアにある新しいビルへの移転を計画しています。この移転を通して人材を維持したいと考えています。この会社の成功にとって重要なビジネス成果は、どの2つでしょうか？

(2つ選択してください。)

A. 従業員満足度

B. リスク管理の信頼性

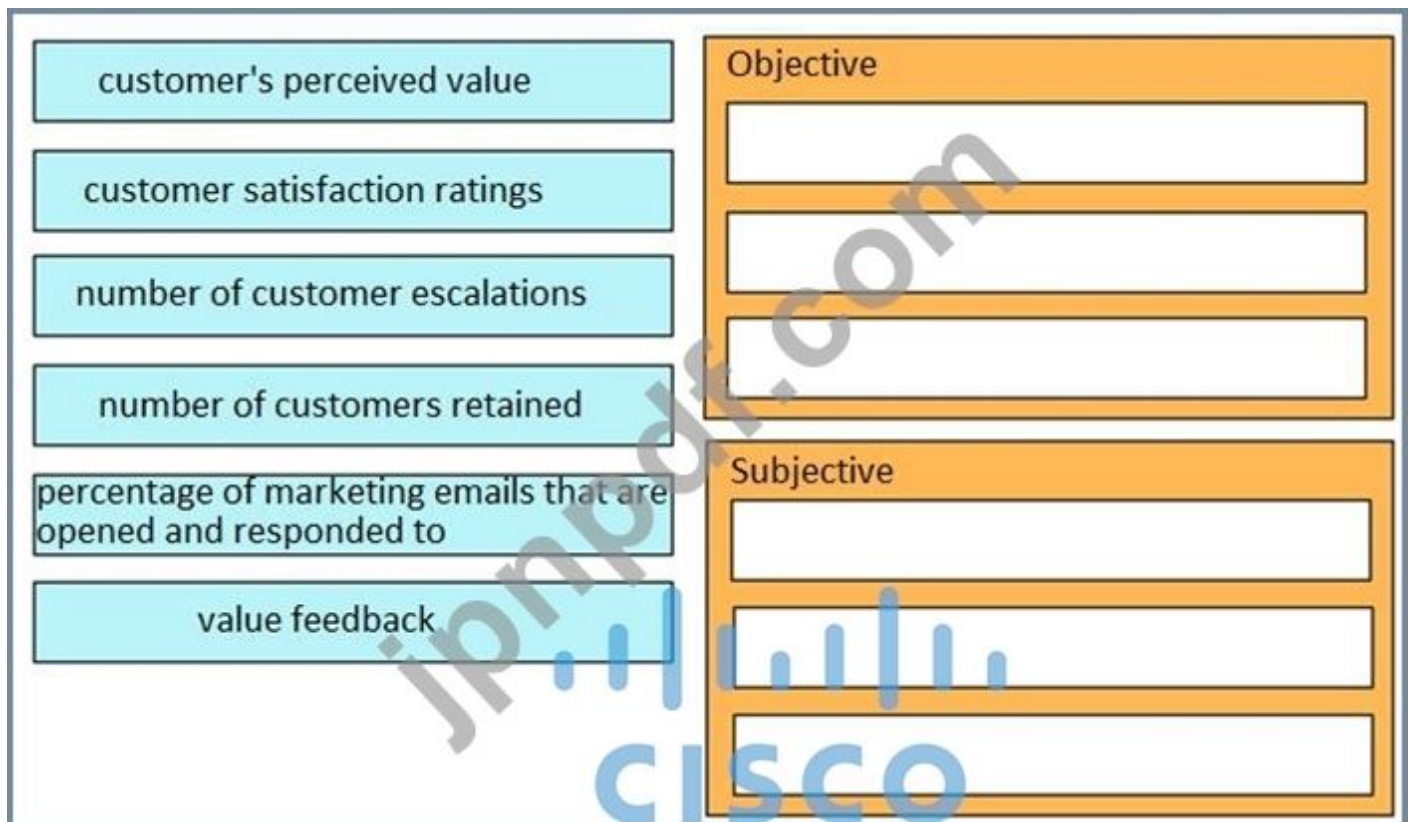
C. コスト効率

D. 持続可能性

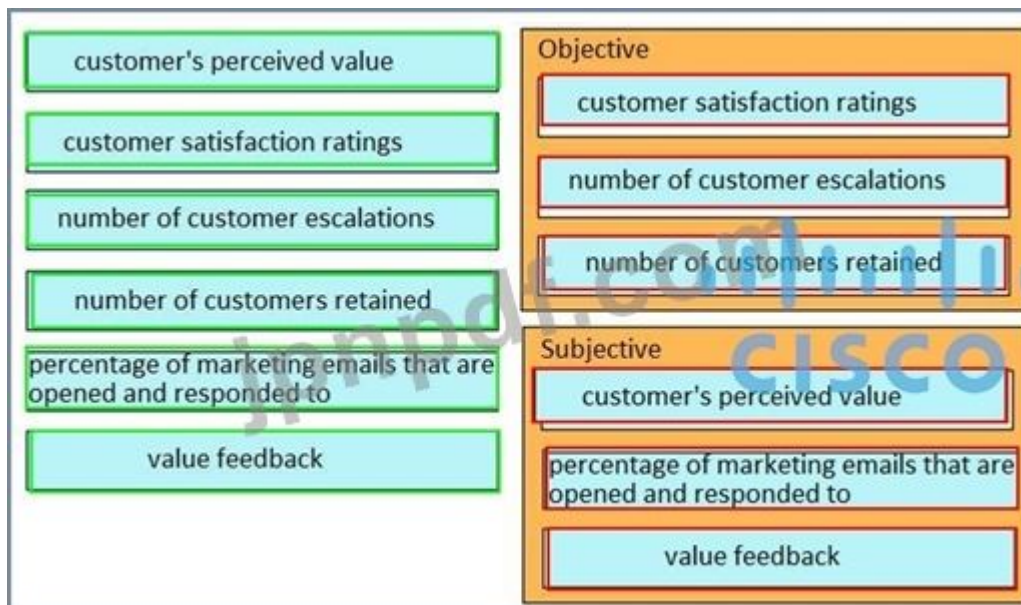
Answer: ([解答を表示する](#))

最新問題: 125

カスタマーサクセスマネージャーはレビュー会議の準備をしています。顧客は主観的指標と客観的指標のバランスを求めています。左側の入力内容を右側の適切な主観的および客観的なカテゴリーにドラッグ&ドロップしてください。



Answer:



最新問題: 126

ある銀行の最高情報責任者 (CIO) とベンダーは、既存のマネージドサービス契約に基づき過去2年間に提供された業務の価値について重大な意見の相違を抱えています。契約更新プロセスは3か月以上遅延し、双方にとって大きなリスクが生じています。このような意見の相違を防ぐには、どのようなベストプラクティスが効果的でしょうか？

- A. 契約期間の終了時に価値を測定する方法を CSM に定義してもらいます。
- B. 第三者の仲介者を関与させて契約目標を策定し、定期的に目標を評価します。
- C. KPI に対するサービス パフォーマンスを積極的にレビューするライフサイクル アプローチを採用します。

D. CIO に明確な IT 戦略を定義してもらい、その提案を直ちに実装します。

Answer: C ([メッセージを残す](#))

最新問題: 127

あなたの顧客である Easternbank の IT ポリシーおよびガバナンス担当ディレクターから、3 か月前に導入されたコラボレーション ソリューションの現在の利用レベルに CIO が不満を抱いているという報告がありました。

顧客は状況改善のための会議を要請しました。会議の成功に不可欠なレポートはどれですか？

- A. 登録ユーザー数、サービスログ、ユーザー数
- B. 登録ユーザー数、帯域幅使用率、ユーザーが参加したトレーニングセッション数
- C. 登録ユーザー数、ユーザーが開始した会議数、ユーザーが参加した会議数
- D. ネットワーク使用率、ユーザーが開始した会議の数、ユーザー数

Answer: C ([メッセージを残す](#))

最新問題: 128

カスタマーサクセスプロセスにおける主題専門家の役割は何ですか？

- A. 顧客価値実現を加速
- B. 現状に挑戦する
- C. 採用を促進する
- D. 業界のトレンドを共有する

Answer: A ([メッセージを残す](#))

カスタマーサクセスプロセスにおける専門家の役割は、顧客価値の実現を加速させることです。彼らは深い知識と専門知識を提供することで、顧客がソリューションをより深く理解し、活用できるよう支援し、より迅速に価値を実現できるよう支援します1。

最新問題: 129

顧客はビデオ会議システムの利用率を高めたいと考えています。左側のアクションを右側の適切な順序にドラッグ&ドロップしてください。

The image shows a drag-and-drop activity interface. On the left side, there are four rectangular boxes containing the following text from top to bottom: "Set a goal to achieve.", "Baseline the current usage.", "Update the success plan with status.", and "Investigate the current barrier to utilization.". On the right side, there are four rectangular boxes labeled "step 1", "step 2", "step 3", and "step 4" from top to bottom. A large, semi-transparent watermark "jpppdf.com" is overlaid across the center of the interface. At the bottom right, the Cisco logo is visible.

Answer:



最新問題: 130

お客様はセキュリティイベントへの露出を減らしたいと考えています。企業の成功にとって重要なビジネス成果は何ですか？

- A. 持続可能性
- B. リスク管理
- C. 市場の成長
- D. コスト効率

Answer: ([解答を表示する](#))

最新問題: 131

技術的な導入障壁とは何ですか？

- A. ライセンスの活用不足
- B. 他の製品との統合が不足している
- C. トレーニングを受けていない顧客ユーザーグループ
- D. 顧客が製品の価値を測定していない

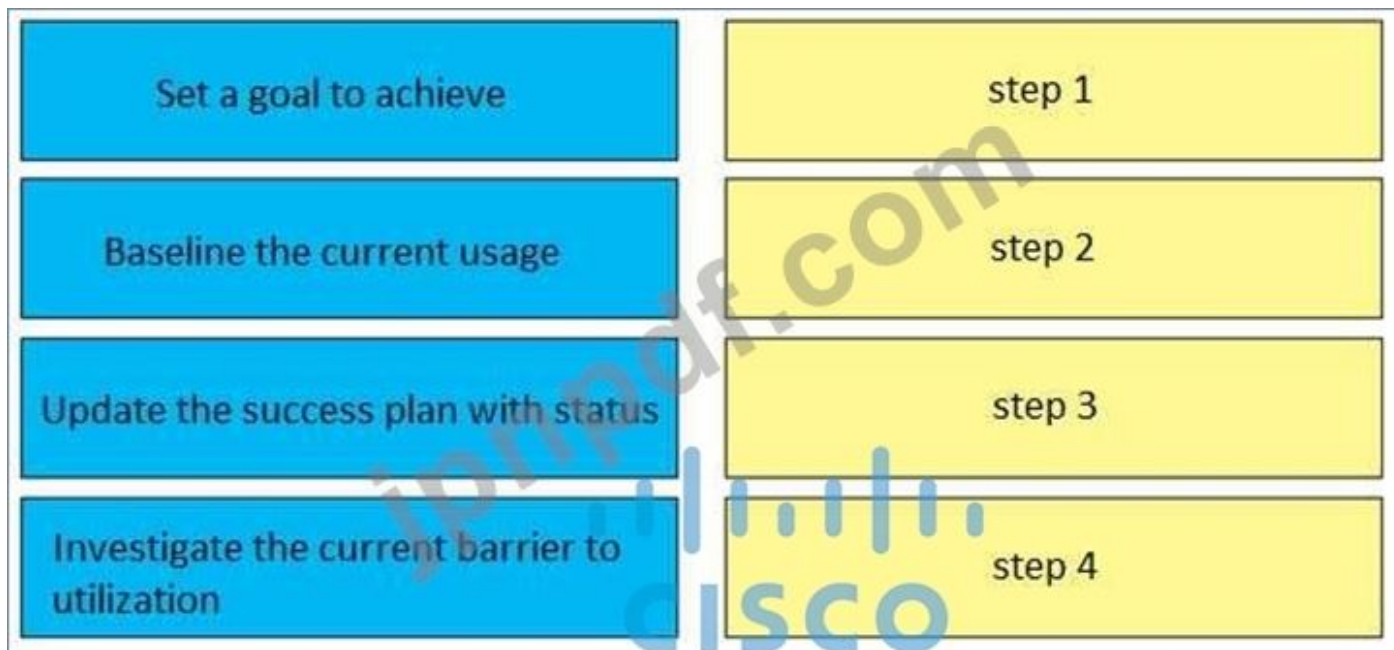
Answer: B ([メッセージを残す](#))

最新問題: 132

ドラッグ&ドロップ

顧客はビデオ会議システムの利用率を高めたいと考えています。左側のアクションを右側の適切な順序にドラッグ&ドロップしてください。

選択して配置:



Answer:



最新問題: 133

障壁を特定するために使用する情報源は何ですか？

- A. 人、プロセス、ツール
- B. 成功計画、ツール、トレーニング
- C. 顧客、製品、使用状況
- D. 人、計画、プロセス

Answer: [\(解答を表示する\)](#)

最新問題: 134

カスタマーサクセスマネージャーは、顧客の最前線で働く従業員と会話をしている中で、チームが既存のソリューションを所有しているもののほとんど活用していないため、競合ソリューションを検討していることを知りました。この会話の後、カスタマーサクセスマネージャーはどのような次のステップを踏むべきでしょうか？

- A. 関係者とのディスカバリーセッションを開催し、課題と望ましい結果を特定します。
- B. さまざまな製品ユースケースに関する技術トレーニングに参加するよう関係者を招待します。
- C. 既存のソリューションの機能と能力について運用チームに教育します。
- D. 顧客の調達チームが既存のソリューションとその使用履歴を認識していることを確認します。

Answer: [\(解答を表示する\)](#)

顧客チームが競合ソリューションを評価していることがわかったら、カスタマーサクセスマネージャーは関係者とのディスカバリーセッションを開催し、顧客の課題と期待される成果を理解する必要があります。これにより、現在のソリューションのギャップを解消し、顧客が競合他社に乗り換えるのを防ぐことができます。参考資料 :カスタマーサクセス戦略では、顧客と積極的に関わり、ニーズを理解し、不満があれば積極的に対応することで顧客離れを防ぐことが推奨されています。

最新問題: 135

展示品を参照してください。

Account Baseline

Success Priorities	Solution	Stage and health						
Drive cost down while improving operational efficiencies	Product A	Purchase	Onboard	Implement	Use	Engage	Adopt	Optimize
	Product B	Purchase	Onboard	Implement	Use	Engage	Adopt	Optimize
	Product C	Purchase	Onboard	Implement	Use	Engage	Adopt	Optimize
	Product D	Purchase	Onboard	Implement	Use	Engage	Adopt	Optimize
	Product E	Purchase	Onboard	Implement	Use	Engage	Adopt	Optimize
	Product F	Purchase	Onboard	Implement	Use	Engage	Adopt	Optimize
	Product G	Purchase	Onboard	Implement	Use	Engage	Adopt	Optimize

反映されたステージと健康状態に基づいて、成功計画の最優先事項は何でしょうか？

- A. 製品 C に影響を与える障壁を特定し、文書化します。
- B. 製品 E のオンボーディングに関与する個人と連絡を取り、協力します。
- C. 製品 F の成功事例に参加する機会を顧客に提供し、奨励します。
- D. 製品 G の割引を設計して提案します。

Answer: A ([メッセージを残す](#))

最新問題: 136

顧客がカスタマーサクセスマネージャーに、テクノロジーソリューションで期待していたコスト削減が実現していないと報告しました。カスタマーサクセスマネージャーは懸念を認識し、責任を負います。

カスタマーサクセスマネージャーが最初に行うべきアクションは何ですか？

- A. サービス提供マネージャーと連携し、顧客向けに2日間の無料コンサルテーションを依頼します。
- B. テクニカルカスタマーセンターに連絡し、購入したソリューションについて専門家が顧客に連絡して話し合うように依頼します。
- C. 状況をマネージャーにエスカレートし、顧客訪問を依頼して懸念事項と期待を把握します。
- D. アカウントの健全性レポートを確認し、成功計画で期待される成果を確認し、アカウントチームと社内会議を設定して次のステップについて話し合います。

Answer: D (メッセージを残す)

カスタマーサクセスマネージャーが最初に行うべきアクションは、アカウントの健全性レポートを確認し、サクセスプランで期待される成果を確認することです。これにより、顧客の期待が満たされていない可能性のある点を把握できます。その後、アカウントチームと社内ミーティングを設定し、次のステップについて話し合うことが、顧客の懸念に対処するための戦略を策定する上で不可欠です。

有効な **820-605** 問題集は GoShiken.com が提供された合格しやすい 820-605 試験問題集！
GoShiken.com が最新の **820-605** 試験問題集を提供しています。GoShiken.com 820-605 試験問題は最新で、解答が正確でございます。最新の GoShiken.com 820-605 問題集をゲットする人はこちら: <https://www.goshiken.com/Cisco/820-605-mondaishu.html> (**15930%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: 137

顧客の経営幹部とコミュニケーションをとるときに重要な2つのアクションはどれですか。(2つ選択してください。)

- A. 営業チームの計画を伝えます。
- B. 技術的な詳細に焦点を当てます。
- C. 最新のサービス オファリングを販売します。
- D. 経営上の優先事項をターゲットにします。
- E. 値に焦点を当てます。

Answer: (解答を表示する)

顧客の経営幹部とのコミュニケーションにおいて重要な2つのアクションは、経営幹部の優先事項を絞り込み、その価値に焦点を当てることです。経営幹部と対話する際には、会話を彼らの戦略的優先事項と整合させ、ソリューションやサービスがそれらの優先事項の達成にどのように貢献できるかを示すことが不可欠です。

さらに、サービスや製品がビジネスにもたらす価値を強調することも重要です。このアプローチは、経営陣のビジネス目標との関連性を確立し、提供するサービスや製品の直接的なメリットを示すのに役立ちます。

参考文献:

*シスコのカスタマーサクセスマネージャー認定に関する公式ページ1。

*Cisco Customer Success Manager (DTCSM) コースの詳細2。

*サイロを解体してカスタマーサクセスの可能性を最大限に引き出す方法に関するシスコのブログ3。

最新問題: 138

顧客の成果を評価する要素はどれですか？

- A. 主要業績評価指標
- B. マイルストーン
- C. メトリクス
- D. ベンチマーク

Answer: ([解答を表示する](#))

最新問題: 139

カスタマーサクセスの正しい定義はどれですか？

- A. 顧客が製品やサービスの使用中に期待された成果や予期せぬ成果を達成できるようにするためのビジネス手法です。
- B. 採用と拡大を促進しながら、解約のリスクを最小限に抑えることで、継続的な収益を増やすビジネス手法です。
- C. 顧客が常に最新のソフトウェアリリースとサブスクリプション契約を利用し、成功につながる中核的なビジネス活動に集中できるようにするビジネス手法です。
- D. これは、営業、サービス、マーケティング、およびカスタマーサクセスチームが規律正しく連携して顧客にポジティブな体験を提供することで得られるネットプロモータースコアの尺度です。

Answer: ([解答を表示する](#))

カスタマーサクセスの真の定義はAで、顧客が製品やサービスを利用する際に期待される成果と期待外の成果を確実に達成できるようにするビジネス手法を指します。これは、顧客が期待される結果だけでなく、製品やサービスに価値を見出せるようにするための包括的なカスタマーサクセスアプローチを網羅しています。

最新問題: 140

ある銀行のCIOとベンダーは、既存のマネージドサービス契約に基づき過去2年間に提供された業務の価値について、重大な意見の相違を抱えています。契約更新プロセスは3か月以上遅延し、双方にとって大きなリスクが生じています。このような意見の相違を防ぐには、どのようなベストプラクティスが効果的でしょうか？

- A. CIO に明確な IT 戦略を定義してもらい、その提案を直ちに実装します。

- B. KPI に対するサービス パフォーマンスを積極的にレビューするライフサイクル アプローチを採用します。
- C. 第三者の仲介者を関与させて契約目標を策定し、定期的に目標を評価します。
- D. 契約期間の終了時に価値を測定する方法を CSM に定義してもらいます。

Answer: ([解答を表示する](#))

最新問題: 141

エンドユーザーによる採用の障壁を説明する記述はどれですか？

- A. 新しく買収した会社の追加スタッフがソリューションを使用するためのライセンスが不足しています。
- B. CIO は、新しいコラボレーション ソリューションを導入する前に、すべての部門長に対してトレーニングを実施することを主張しています。
- C. 事業の新しい分野にソリューションを実装するには予算が不十分です。
- D. スタッフは習慣を変えることを拒否し、コンプライアンスに準拠していないソーシャル メディア アプリケーションを引き続き使用してビジネス コミュニケーションを行っています。

Answer: D ([メッセージを残す](#))

この記述は、エンドユーザーの行動抵抗に関連する導入障壁について述べています。従業員が特定のツールやワークフローに慣れている場合、特に新しいソリューションが既存の習慣よりも不便または効果的ではないと感じた場合、新しいソリューションへの移行に抵抗する可能性があります。

最新問題: 142

顧客はソリューション計画をすべて完了し、今後2週間で導入する予定です。カスタマーサクセスマネージャーとして、顧客のライフサイクルジャーニーにおいて次に注力すべき論理的なステップは何でしょうか？

- A. サービス導入時にサービスの問題を提出する方法を知っていることを確認する
- B. ビジネス成果に合致する追加機能
- C. 顧客のステークホルダーとそのビジネス成果
- D. 初期ユーザーグループが特定され、そのユースケースが確認されました
- E. 四半期ごとの成功レビューの構築と配信

Answer: ([解答を表示する](#))

最新問題: 143

ある顧客がクラウドベースのコラボレーションソリューションのライセンスを500個購入しました。顧客とのミーティング中に、顧客はカスタマーサクセスマネージャーに対し、ライセンスが誰によってどのように使用されているかを確認できないと訴えました。導入を阻む障壁として、どのようなものが2つ考えられますか？ 2つ選択してください。)

- A. プロセス
- B. 人
- C. ツール

- D. プラットフォーム
- E. アプリケーション

Answer: ([解答を表示する](#))

ここで発生する導入障壁は、プロセスとツールに関連しています。プロセスの障壁としては、ライセンスの使用状況を追跡するための手順やシステムが不十分であることが挙げられます。ツールの障壁としては、ライセンスの利用状況を監視・検証するための適切なソフトウェアやメカニズムが不足していることが挙げられます⁶⁷。

最新問題: 144

顧客は、ポートフォリオ内のサービス数を増やし、それらのサービス提供までの時間を短縮したいと考えています。適切なビジネス成果はどれですか？ 2つ選択してください。)

- A. コスト効率
- B. 従業員満足度
- C. 市場投入までの時間
- D. ビジネスの成長
- E. 持続可能性

Answer: ([解答を表示する](#))

サービス拡充と立ち上げ時間の短縮を目指す顧客にとって、適切なビジネス成果は市場投入までの時間と事業成長です。これらの成果は、サービス導入の効率性と顧客のサービス提供の拡大に重点を置いています。参考資料 :サービス導入時間の短縮と市場投入までの時間の短縮、そして事業成長の可能性との関連性を示すビジネス戦略文献。

最新問題: 145

お客様が最近、データセンターネットワークソリューションドメインのネットワークプロビジョニングと運用の使用段階に到達しました。どのようなアクションを推奨すべきでしょうか？

- A. 購入したソリューションのセキュリティとポリシーのベスト プラクティスの概要。
- B. ソリューションの概念を学習します。
- C. 購入したソリューションの基礎を理解します。
- D. 購入したソリューションのアーキテクチャを理解します。

Answer: D ([メッセージを残す](#))

お客様がデータセンターネットワークソリューションドメインにおけるネットワークプロビジョニングと運用の利用段階に達した場合、推奨されるアクションは、購入したソリューションのアーキテクチャを理解することです。この理解は、お客様がソリューションの機能と性能を最大限に活用し、ネットワーク運用を効果的に最適化するために不可欠です。また、効率性とパフォーマンスを改善できる領域を特定できるため、テクノロジーへの投資から期待される成果を達成するために不可欠です。

参考文献:

- *シスコのカスタマーサクセス マネージャー認定に関する公式ページ¹。
- *シスコによるライフサイクル アドバンテージ ブログでは、導入の障壁を克服し、顧客がライフサイクル ジャーニーを進むのを支援することの重要性について強調しています²。

*シスコラーニングネットワークのCSM試験概要では、試験でテストされる知識とスキルの概要が説明されています。

最新問題: 146

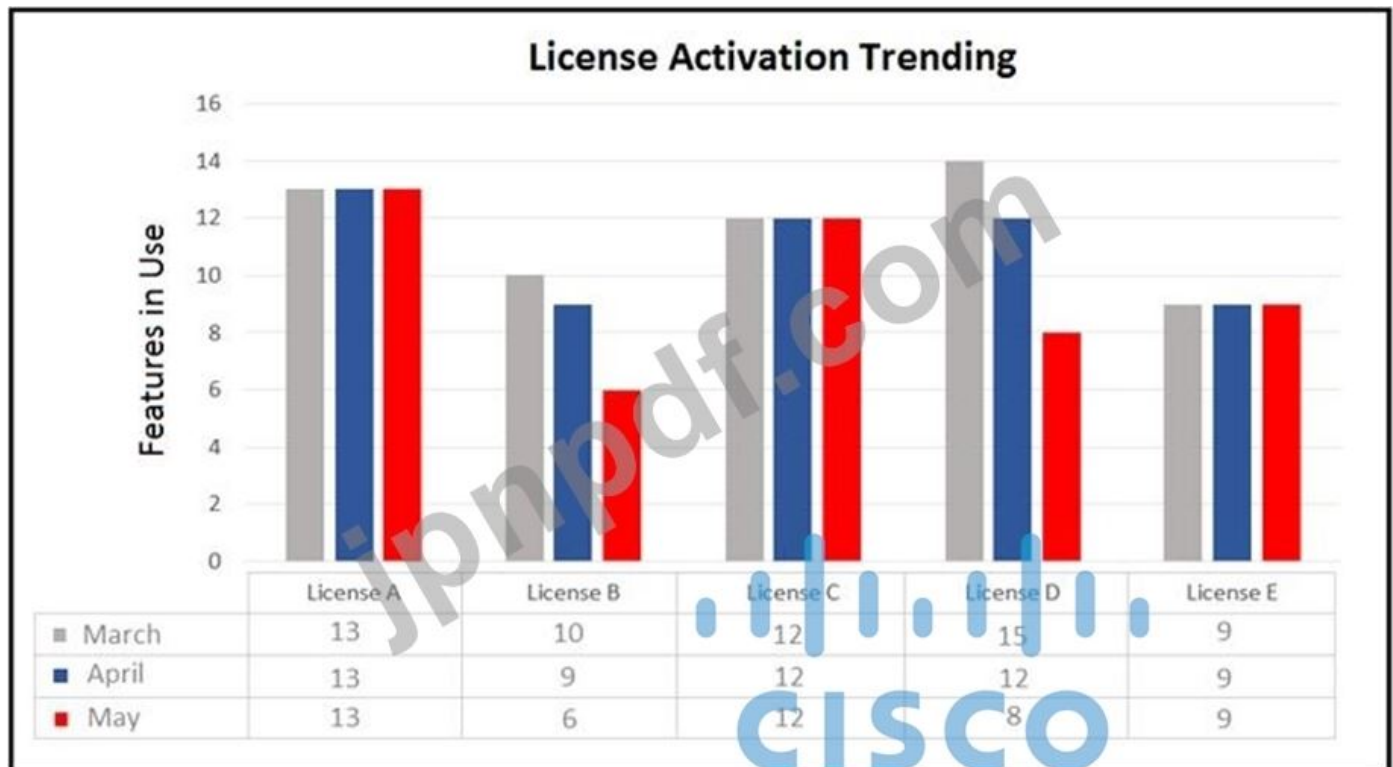
カスタマーサクセス四半期成功レビューのコンポーネントのリストで共通するものはどれですか？

- A. 前四半期の結果、製品ロードマップ、新製品のマーケティング提案、次の四半期の目標の確認
- B. 前四半期の結果、合意されたアクションが完了し、市場ベンチマークが実施され、次の四半期の目標が確認されました。
- C. 前四半期の結果、ロードマップの説明、新製品の宣伝、次の四半期の目標の確認
- D. 前四半期の結果、提供されたサービス、問題と未解決のサービスケース、次の四半期の目標の確認

Answer: B ([メッセージを残す](#))

最新問題: 147

展示品を参照してください。



カスタマーサクセスマネージャーはどのような初期アクションを実行しますか？

- A. ライセンスタイプBとDの傾向情報を提供し、すべての関係者と共有する
- B. 顧客がすべてのプラットフォームで使用しているすべてのライセンスタイプに対して分析を実行します。
- C. 営業担当に、追加機能を備えたライセンスタイプBおよびDの新バージョンを提案するよう通知します。
- D. ライセンスタイプBおよびDの顧客担当者とのレポートを共有し、原因を特定します。

Answer: A ([メッセージを残す](#))

最新問題: 148

新しい会社の経営陣が競合他社のソリューションを強制する場合、どのようなアクションを取る必要がありますか？

- A. 提案されたソリューションのリスクを評価するために経営幹部向けの説明会を開催します。
- B. 現在のソリューションが競合他社よりも低コストのソリューションである理由を示します。
- C. 新しい経営陣に、2つの企業間の長期にわたる関係について伝えます。
- D. 現在のソリューションによって実現された値を再確認します。

Answer: ([解答を表示する](#))

最新問題: 149

採用の障壁となる2つのものは何ですか？(2つ選択してください。)

- A. アカウントベースラインのギャップ
- B. 未使用のカスタマーサクセスサポート
- C. リソース不足
- D. プロジェクトスポンサーの喪失
- E. 拡張性の欠如

Answer: C,D ([メッセージを残す](#))

導入の障壁としてよくあるのは、リソース不足とプロジェクトスポンサーの不在です。どちらも導入プロセスを大きく阻害する可能性があります。リソース不足は適切な導入と活用を阻害する可能性があり、プロジェクトスポンサーの不在はサポートと推進力の欠如につながる可能性があります1。

最新問題: 150

展示をご覧ください。この健康スコアは何を示していますか？

- A. 顧客はこの製品をもっと消費する必要があります。
- B. 顧客がこのライセンスを更新する可能性は低いです。
- C. 顧客がこの製品を推奨する可能性は低いです。
- D. 顧客は追加のライセンスを購入する必要があります。

Answer: A ([メッセージを残す](#))

最新問題: 151

顧客をサポートするために、カスタマーサクセスマネージャーが四半期を通じて実行する必要がある2つのアクションはどれですか？(2つ選択してください。)

- A. 進行中の活動の成功計画をレビューして更新する
- B. ヘルスインデックスが緑色である限り、何もする必要はありません。
- C. 営業およびマーケティング戦略会議に参加する
- D. 顧客のオンラインイメージを観察する
- E. サービスの問題とエスカレーションを管理する

Answer: A,E ([メッセージを残す](#))

有効な **820-605** 問題集は GoShiken.com が提供された合格しやすい 820-605 試験問題集！
GoShiken.com が最新の **820-605** 試験問題集を提供しています。GoShiken.com 820-605 試験問題は最新で、解答が正確でございます。最新の GoShiken.com 820-605 問題集をゲットする人はこちら: <https://www.goshiken.com/Cisco/820-605-mondaishu.html> (**15930%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: 152

ある大規模大学は、学生と教職員のエクスペリエンスを全体的に向上させることを目的とした新しいITソリューションを導入しました。成功を測定するのに最適なアプローチはどれでしょうか？

- A. カスタマイズされた調査とITツールベースの指標の組み合わせ
- B. IT関連の2つの質問を含む、年2回の学生とスタッフのアンケート
- C. 学生からの苦情の数を測定する
- D. スタッフのスーパーユーザーを実装してフィードバックを提供する

Answer: C ([メッセージを残す](#))

最新問題: 153

ビジネス成果と顧客価値提案を結び付けると便利なのはなぜですか？

- A. 価値提案が変更されないため、利害関係者が説明責任を主張しやすくなります。
- B. 合理的なコスト構造を維持しながら、新製品やソリューションの市場投入までの時間を短縮できるためです。
- C. この方法により、固定されたビジネス目標と優先順位を確立し、展開プロジェクト管理を容易にすることができます。
- D. 利害関係者の複雑さを軽減することで、利害関係者がメリットを説明しやすくなり、他の人に影響を与えてサポートを得やすくなります。

Answer: D ([メッセージを残す](#))

最新問題: 154

ヘルスコアにおける採用の先行指標は何ですか？

- A. 更新
- B. 統合アカウントプラン
- C. 製品の品質
- D. 製品販売

Answer: C ([メッセージを残す](#))

最新問題: 155

顧客をサポートするために、カスタマーサクスマネージャーが四半期を通じて実行する必要がある2つのアクションはどれですか?(2つ選択してください。)

- A. ヘルスインデックスが緑色である限り、何もする必要はありません。
- B. 顧客のオンラインイメージを観察する
- C. 進行中の活動の成功計画をレビューして更新する
- D. サービスの問題とエスカレーションを管理する
- E. 営業およびマーケティング戦略会議に参加する

Answer: ([解答を表示する](#))

カスタマーサクスマネージャーは、四半期を通して、進行中の活動のサクセプランを見直し、更新することで、顧客のニーズと目標の変化に常に合致していることを確認する必要があります。さらに、サービスに関する問題やエスカレーションの管理は、あらゆる課題に迅速かつ効果的に対処し、顧客をサポートする上で不可欠です。

最新問題: 156

顧客ライフサイクルのどの段階で成功計画が初めて更新されますか?

- A. オンボード
- B. 使用
- C. 採用
- D. 実装

Answer: A ([メッセージを残す](#))

成功計画は通常、顧客ライフサイクルのオンボーディング段階で初めて更新されます。これは、顧客との最初のエンゲージメントが開始され、製品やサービスにおける顧客の成功に向けた基盤が構築される段階です。

最新問題: 157

ある顧客は、3つのソリューションの更新を180日後に控えています。ソリューションの1つはまだ完全に有効化されていません。他の2つのソリューションは本番環境で定期的に使用されています。カスタマーサクスマネージャーは、完全に有効化されていないソリューションにどのように対処すべきでしょうか?

- A. 顧客がソリューションを有効にしていない理由を調査し、営業チームや更新チームと協力して問題に対処します。
- B. 更新マネージャーに、1つのソリューションが完全に実装されていないが、他の2つは問題ないことを認識させる
- C. サービスチームに連絡し、顧客に連絡して解決策に対処するよう依頼します。
- D. 顧客はおそらく更新するでしょうし、更新後に問題に対処できるので、何もする必要はありません。

Answer: ([解答を表示する](#))

最新問題: 158

顧客が価値提案を達成していることを示す遅行指標は何ですか?

- A. 製品の展開
- B. 契約更新
- C. 問題報告件数の減少
- D. ステージを評価する動き

Answer: B ([メッセージを残す](#))

契約更新は、通常、顧客が製品またはサービスのメリットを十分に体験し、関係を継続することを決定した後に行われるため、顧客価値実現の遅行指標となります。

最新問題: 159

顧客は特定のユースケースを念頭に置いてソリューションを購入しました。しかし、追加のユースケースにはまだ関心を示していません。ユースケースの追加に対する顧客のコミットメントを得るには、どの2つのアクションが効果的でしょうか？ 2つ選択してください。）

- A. 達成したメリットを概説し、説得力のある指標を強調したケーススタディを紹介します。
- B. 既知の課題に基づいて目標成果を特定し、新しいユースケースがそれらの達成にどのように役立つかを示します。
- C. 拡張の機会と競合するツールを認識し、切り替え時に割引を提供します。
- D. 追加の問題点を明らかにするために発見セッションを実施します。
- E. 採用を促進するために、現在のユースケースに関する追加のトレーニングを提供します。

Answer: ([解答を表示する](#)**)**

最新問題: 160

カスタマーサクセスマネージャーは、顧客の本番環境への移行が遅れていることに気づきました。カスタマーサクセスマネージャーはどのような対応を検討しますか？

- A. 顧客に既存のスタッフの交代を提案します。
- B. 顧客に有料の導入サービスを提供します。
- C. 顧客に将来の購入時に割引を提供します。
- D. ソリューションの価値実現までの時間を強化。

Answer: B ([メッセージを残す](#))

最新問題: 161

解約の財務的な影響は何ですか？

- A. サービスレベルの向上
- B. サブスクリプションの減少
- C. 契約の拡張
- D. 割引の減少

Answer: ([解答を表示する](#)**)**

サブスクリプションの減少は、サービスを中止した顧客からの継続的な収益の損失を表すため、解約の直接的な財務的影響です。

最新問題: 162

ある顧客には、ユーザー接続に関連する6件のテクニカルサポートケースが未解決のまま残っており、製品品質と顧客感情に関する顧客ヘルススコアに悪影響を及ぼしています。カスタマーサクセスマネージャーがビジネスへの影響を評価した後、どのようなアクションで緩和計画を作成できますか？

- A. 技術スペシャリストへのエスカレーションを確実に実行します。
- B. ソリューションを導入する必要がある時期のタイムラインを確立します。
- C. 顧客の問題を考慮して割引を提供します。
- D. 顧客の経営幹部との会議をリクエストします。

Answer: B ([メッセージを残す](#))

最新問題: 163

採用キャンペーンとなるアクションはどれですか？(2つ選択してください)

- A. 新製品リリースに関する関係者へのメッセージ
- B. ソリューションの新機能に関する関係者へのメッセージ
- C. ソリューションのベストプラクティスアプローチに関するユーザーへのメッセージ
- D. 関係者への更新リマインダー
- E. すべてのエンドユーザーにアンケートを送信しました

Answer: ([解答を表示する](#)**)**

最新問題: 164

エンドユーザーによる採用の障壁を説明する記述はどれですか？

- A. 事業の新しい分野にソリューションを実装するには予算が不十分です。
- B. 新しく買収した会社の追加スタッフがソリューションを使用するためのライセンスが不足しています。
- C. スタッフは習慣を変えることを拒否し、コンプライアンスに準拠していないソーシャルメディアアプリケーションを引き続き使用して業務コミュニケーションを行っています。
- D. CIO は、新しいコラボレーションソリューションを導入する前に、すべての部門長に対してトレーニングを実施することを主張しています。

Answer: C ([メッセージを残す](#))

最新問題: 165

解約の財務的な影響は何ですか？

- A. 収益の損失
- B. 生産量の増加
- C. 製品利用率の低下
- D. 契約の拡張

Answer: A ([メッセージを残す](#))

解約の財務的影響は、A、つまり収益の損失です。顧客がサブスクリプションを解約したり、企業との取引を停止したりすると、企業の収益源に直接影響を及ぼし、解約は重大な財務上の懸念事項となります。

最新問題: 166

製品利用率スコアが改善されない場合、カスタマーサクセスマネージャーはどのようなアクションを取る必要がありますか？

- A. 顧客インタビューを実施して、現在の導入障壁を理解し、ソリューション プランを策定します。
- B. 営業チームと協力してソリューションをアップセルし、顧客にオプションと製品の多様性を提供します。
- C. サポート ケースの履歴を確認し、製品の品質や顧客教育の問題を特定します。
- D. 製品運用チームに連絡してテレメトリを確認し、顧客に分析情報を提供します。

Answer: ([解答を表示する](#))

製品利用率スコアが改善されない場合、カスタマーサクセスマネージャーは顧客インタビューを実施し、導入の障壁を把握し、それらに対処するための計画を策定する必要があります。参考資料：進化するビジネスプロセスに合わせて製品機能を連携させることに重点を置いたカスタマーサクセス戦略。

有効な **820-605** 問題集は GoShiken.com が提供された合格しやすい 820-605 試験問題集！ GoShiken.com が最新の **820-605** 試験問題集を提供しています。GoShiken.com 820-605 試験問題は最新で、解答が正確でございます。最新の GoShiken.com 820-605 問題集をゲットする人はこちら: <https://www.goshiken.com/Cisco/820-605-mondaishu.html> (**15930%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: 167

顧客をカスタマーサクセスに導くための最初の顧客ミーティングの目標となる成果はどれですか？ (2 つ選択してください。)

- A. 顧客トレーニングの完了
- B. 顧客のビジネス成果の確認
- C. 製品ロードマップのレビュー
- D. 四半期ごとの成功レビューのスケジュール
- E. 主要な利害関係者の合意

Answer: ([解答を表示する](#))

顧客がすでに CSM プロセスに同意していない限り、QSR をスケジュールすることはできません。そのためには、関係者の合意が必要です。

最新問題: 168

顧客の成功を文書化する最も良い理由は何ですか？

- A. 顧客が購入したソリューションによって達成された価値を認識できるようにする
- B. プロジェクト管理の役割と責任を文書化する

- C. 営業チームに拡張の機会を提供する
- D. 会社のビジネスの成功を測定するKPIを確立する

Answer: ([解答を表示する](#))

最新問題: 169

顧客が価値提案を達成していることを示す遅行指標は何ですか？

- A. 製品の展開
- B. 契約更新
- C. 問題報告件数の減少
- D. ステージを評価する動き

Answer: B ([メッセージを残す](#))

契約更新は遅行指標です。これは、顧客がソリューションから十分な価値を得て、当初の契約期間を超えて継続利用できたかどうかを示す指標です。契約更新を行うことで、顧客は過去のパフォーマンスが期待通りであったか、あるいは期待を上回っていたことを示すことになります。

Valid 820-605 Dumps shared by GoShiken.com for Helping Passing 820-605 Exam!
GoShiken.com now offer the **newest 820-605 exam dumps**, the GoShiken.com 820-605 exam **questions have been updated** and **answers have been corrected** get the **newest** GoShiken.com 820-605 dumps with Test Engine here:
<https://www.goshiken.com/Cisco/820-605-mondaishu.html> (159 Q&As Dumps, **30%OFF**
Special Discount: Freepdfdumps)