

Salesforce.Arch-303.v2026-10-07.q22

試験コード:	Arch-303
試験名称:	Salesforce Certified B2C Commerce Architect
認定資格:	Salesforce
無料問題数:	22
バージョン:	v2026-10-07
アクセス数:	111
ページビュー数:	220
https://www.jpnpdf.com/Salesforce.Arch-303.v2026-10-07.q22-mondaishu.html	

最新問題: 1

クライアントは業績好調で、eコマースウェブサイトがB2Cコマースに移行することを決定しました。クライアントは、過去12か月間の既存ウェブサイトの指標と、今後1年間の予測をアーキテクトに提供しました。

Average visits per hour	500
Peak visits	1000
Average page views per hour	10000
Peak page views per hour	20000
Average orders per hour	100
Peak orders per hour	250
Average items per order	2.1
Average order value	300 USD
Expected growth percentage	300

これらの過去の指標と予測される300%の成長率を考慮すると、新しいB2Cコマースサイトのテストにおけるベストプラクティスを満たす負荷テストのターゲットはどれでしょうか？

- A. 1時間あたり15万回の訪問、1時間あたり300万回のページビュー、1時間あたり3万7500件の注文
- B. 1時間あたり15,000回の訪問、1時間あたり300,000ページビュー、1時間あたり3,750件の注文
- C. 1時間あたり3000回の訪問、1時間あたり60000ページビュー、1時間あたり750件の注文
- D. 1時間あたり1500回の訪問、1時間あたり30000ページビュー、1時間あたり375件の注文

Answer: B (メッセージを残す)

既存の指標と予測される300%の成長率を考慮すると、新しいB2Cコマースサイトの適切な負荷テスト目標は次のようになります。

- * 1時間あたり15,000回の訪問 :この数値は、予想される増加率を1時間あたりのピーク訪問数 (1,000回)に適用して算出され、4,000回となります。15,000回という数値を選択することで、予期せぬトラフィックの急増に対応するための余裕が生まれます。
- * 1時間あたり30万ページビュー: 同様に、成長を考慮して、1時間あたりのピークページビュー数(2万)からスケールアップし、サイトが高い需要とインタラクションに対応できるようにします。

* 1時間あたり3750件の注文 :この目標は、ピーク時の1時間あたりの注文数 (250件)に成長率を適用したもので、システムが大きな負荷の下でトランザクションを処理する能力をテストすることを目的としています。
これらの目標は、トラフィックとトランザクションの増加に対応し、パフォーマンスの低下を招かない十分な堅牢性をシステムが確保することを保証するものであり、顧客満足度と運用安定性を維持するために不可欠です。

最新問題: 2

クライアントは最近新しいブランドを買収し、その新ブランドの既存のeコマースサイトを既存のシステムに統合して新しいサイトとして運用したいと考えています。買収したブランドは、製品データと在庫管理のための独自の企業資源計画 (ERP) システムを保有しています。新しいサイトでは、既存の注文管理システム (OMS) と顧客関係管理 (CRM) システムを使用します。

アーキテクトが技術仕様書を作成する際に留意すべき2つの要件は何ですか？

2つの回答を選択してください

- A. 顧客をエクスポートするには、新しい顧客エクスポートジョブを作成する必要があります。
- B. 製品を管理するには、新しい製品インポートジョブを作成する必要があります。
- C. 在庫を管理するには、新しい在庫インポートジョブを作成する必要があります。
- D. 注文をエクスポートするには、新しい注文エクスポートジョブを作成する必要があります。

Answer: B,C (メッセージを残す)

新規ブランドのECサイトを既存のシステムに統合する場合、アーキテクトは、新規ブランドのERP (企業資源計画システム)からの製品データと在庫が、システム内で正しく管理されるようにする必要があります。そのため、製品 (回答) と在庫 (回答) の新しいインポートジョブを作成することが不可欠です。これらのインポートジョブにより、新規ブランドの製品カタログと在庫レベルを、既存のOMS (注文管理システム) およびCRM (顧客関係管理システム) と同期させることができます。このような統合は、システム全体で最新の製品情報と在庫情報を維持し、シームレスな運用とデータの一貫性を確保するために非常に重要です。

最新問題: 3

ある小売業者は、単一のオンラインストアと製品管理システム (PIM) を運用しています。PIMは毎日マスターカタログとストアフロントのカテゴリ分類カタログを生成し、SFTPにアップロードしています。アーキテクトは、ベストプラクティスに従ってインポートジョブフローをどのように構成すべきでしょうか？

- A. 1つ目のフローは、SFTP経由でファイルをダウンロードするためのグローバルなフローです。2つ目のフローは、マスターカタログをインポートするためのグローバルなフローです。3つ目のフローは、ストアフロントカタログをインポートするためのグローバルなフローです。
- B. 1つ目のフローはSFTPからファイルをダウンロードするためのグローバルな処理です。2つ目のフローはストアフロントカタログをインポートするためのグローバルな処理です。
3番目のフローはKグローバルを使用してマスターカタログをインポートします。
- C. 1つ目のフローは、SFTPからファイルをダウンロードするためにサイトに割り当てられます。2つ目のフローは、マスターカタログをインポートするためにサイトに割り当てられます。3つ目のフローは、Kグローバルがストアフロントカタログをインポートするために割り当てられます。

D. 1 番目のフローは、SFTP からファイルをダウンロードするためにサイトに割り当てられます。2 番目のフローは、ストアフロントカタログをインポートするためにサイトに割り当てられます。3 番目のフローは、マスターカタログをインポートするためにグローバルに割り当てられます。

Answer: (解答を表示する)

PIMシステムからのデータインポートに関する最適なジョブフローを実現するには、まずSFTPサイトからファイルをグローバルにダウンロードし、次にB2Cコマースプラットフォームにデータをインポートするという手順を踏む必要があります。

* 最初のフロー :ファイルをダウンロードし、必要なファイルがすべて利用可能でインポートの準備ができていることを確認します。

* 2番目の流れ :ストアフロントカタログをインポートします。ストアフロントカタログはマスターカタログに依存している可能性があります、一般的にサイズが小さく、より迅速に更新できます。

* 3つ目の流れ :マスターカタログをインポートします。マスターカタログには通常、さまざまなサイト機能に必要な基礎データが含まれています。

この手順はデータの依存性と整合性を尊重し、関連するすべてのデータがインポートされた後、ストアフロントに最新かつ正確な情報が反映されるようにします。

最新問題: 4

あるクライアントは、複数のドメイン、ロケール、言語を持つ単一のサイトを運営しています。サイト公開後、クライアントはオフラインでのメンテナンスを行う必要があります。クライアントは、各ロケールで同じメンテナンスページを表示したいと考えています。

以下のエイリアス、JSONファイルのどのバージョンがこのタスクを達成できますか？

A.

```
{
  "nto.net": "www.ntonet",
  "nto.eu": "www.ntonet",
  "nto.event.eu": "www.ntonet"
}
```

B.

```
{
  "www.ntonet": "www.ntonet"
}
```

C.

```
{
  "nto.eu": "www.ntonet",
  "nto.at": "www.ntonet",
  "nto.de": "www.ntonet"
}
```

D.

```
{
  "nto.eu": "www.ntonet",
  "nto.at": "www.ntonet",
  "nto.de": "www.ntonet"
}
```

Answer: C (メッセージを残す)

オプション C は、異なるドメイン エイリアス ("nto.eu", "nto.at", "nto.de") を同じ www ドメイン ("www.

nto.eu"). この設定により、元の地域固有のドメインに関係なく、すべてのトラフィックを「www.nto.eu」ドメインでホストされている単一の統一されたメンテナンスページに誘導できます。これにより、ユーザーの地域ドメインに関係なく、すべてのユーザーに表示されるメンテナンスメッセージの一貫性が確保されます。

最新問題: 5

サードパーティの調査プロバイダーは、個々の調査データ用のAPIエンドポイントと、バッチ調査データを受け入れることができるSFTPサーバーエンドポイントの両方を提供します。統合の初期実装には以下が含まれます。

1. 注文前にアンケートが必要であることを注文にマークする
2. 注文確認ページに、お客様が記入するためのアンケートフォームが表示されます。
3. データは調査プロバイダーのAPIに送信され、注文は調査が不要としてマークされます。その後、以下の問題と追加要件が判明したため、このソリューションは目的に適していないことが判明しました。
 1. API呼び出しが失敗した場合、対応する調査データが失われます。ビジネス上、データ損失は避ける必要があります。
 2. 一部の顧客はフォームへの入力をスキップしました。企業は、そのような顧客にアンケートメールを送信する必要があります。
 3. 注文管理システム (OMS) は非標準のXMLパーサーを使用しているため、xmlからアンケート属性を手動で削除するまで、アンケートを含む注文を解析できませんでした。

建築家は、上記で述べた課題と要件にどのように対処すべきでしょうか？

- A.** アンケートが必要な場合にカスタムセッション属性を作成します。リアルタイムでAPIエンドポイントに送信します。失敗した場合は、セッション内のアンケートデータを取得して再処理し、アンケートがスキップされた場合は、そのセッション属性を使用してメールを送信します。
- B.** アンケートデータを保存するためのカスタムオブジェクトを作成します。ジョブを使用してAPIエンドポイントに送信します。成功した場合は、カスタムオブジェクトを削除します。失敗した場合は、同じジョブの次回の実行時にAPIを使用してアンケートデータを送信します。アンケートがスキップされた場合は、カスタムオブジェクトを使用してメールを送信します。
- C.** アンケートが必要な場合にカスタムオブジェクトを作成し、リアルタイムでAPIエンドポイントに送信します。成功した場合はオブジェクトを削除します。失敗した場合は、アンケートデータをカスタムオブジェクトにキャプチャし、後でジョブを使用して再処理します。アンケートがスキップされた場合は、カスタムオブジェクトを使用してメールを送信します。
- D.** 調査データが正常に取得されるまで、調査データをリアルタイムでAPIエンドポイントに送信します。OMS開発チームにXMLパーサーを更新するように指示し、調査がスキップされた場合は注文調査属性を使用してメールを送信します。

Answer: C (メッセージを残す)

このアプローチは、データ保持、失敗時の再試行、フォローアップ連絡といったすべての懸念事項に対応します。アンケートデータをカスタムオブジェクトに保存することで、API呼び出しが失敗した場合でもデータが保持され、再処理が可能になります。

この方法は、スキップされたアンケートのカスタムオブジェクトを照会することでフォローアップメールの送信を容易にし、データ処理と顧客エンゲージメントにおける包括的な網羅性と信頼性を確保します。

最新問題: 6

クライアントは、モバイルとデスクトップで異なるカテゴリ/検索レイアウトを実装しました。コードは、deviceTypeというセッション属性を使用して、対応するレイアウトを選択します。この属性は、ブラウザのユーザーエージェントから取得されます。この実装後、クライアントは次のような問題に直面しました。

* デスクトップ版のページが、デスクトップユーザーとモバイルユーザーの両方に配信される場合がある。

* モバイルページがデスクトップユーザーとモバイルユーザーの両方に表示される場合がある。

このページにはプロモーションに応じてキャッシュ機能が実装されています。SECは非常に重要であり、サイトへのアクセス数も多いです。

既存の要件に影響を与えることなく問題を解決するために、アーキテクトはどの解決策を選択すべきでしょうか？

- A. デスクトップユーザーとモバイルユーザー向けに顧客グループを作成し、uhremote はこれらのグループに基づいてモバイルページとデスクトップページをレンダリングします。
- B. デスクトップユーザーとモバイルユーザー用に顧客グループを作成し、これらのグループにリンクされた空のプロモーションを作成して、ページの異なるキャッシュバージョンを確実にします。
- C. これらのページのキャッシュを無効にして、モバイルページとデスクトップページをレンダリングする際に正しいテンプレートが使用されるようにします。
- D. URL構造を変更し、デスクトップとモバイルをURLパラメータとして含めることで、ページのキャッシュバージョンを区別できるようにする。

Answer: ([解答を表示する](#))

異なるデバイス間で誤ったページバージョンが配信される問題を解決するには、デバイス固有のパラメータを含むようにURL構造を変更することが非常に効果的です。URLに「desktop」や「mobile」などのパラメータを追加することで、以下の問題を解決できます。

* キャッシュメカニズムは、異なるデバイスタイプ向けのコンテンツを区別できるため、URLで指定されたデバイスタイプに応じて、ページの正しいバージョンをキャッシュして配信できます。

この方法により、プロモーションに関連付けられた既存のキャッシュ戦略を維持でき、コンテンツはデバイスの種類ごとに同じままで、単に異なるURLを通じて配信されるだけなので、SEOに悪影響が及ばないことが保証されます。

このアプローチは、キャッシュを無効にしたり、既存のプロモーション構造を再構築したりすることなく、根本的な問題に対処するため、サイトのパフォーマンスとユーザーエクスペリエンスを維持します。

最新問題: 7

既存のB2Cコマースサイトには、以下のエイリアス設定があります。

```

"www.example.com": [
  {
    "locale": "en_US",
  },
  {
    "locale": "de_DE",
    "if-site-path": "de"
  },
  {
    "locale": "en_US",
    "if-site-path": "us"
  },
  {
    "locale": "en_GB",
    "if-site-path": "uk"
  }
],
"www.example.de": [
  {
    "host": "www.example.com",
    "path": "de"
  }
],
"www.example.co.uk": [
  {
    "host": "www.example.com",
    "path": "uk"
  }
]

```

この構成に関する記述のうち、誤っているものはどれですか？

- A. ホスト名 www.example.co.uk は www.example.com/uk にリダイレクトされます。
- B. ホスト名 www.example.com は www.example.com/us にリダイレクトされます
- C. ホスト名 www.example.de は www.example.com/de にリダイレクトされます。
- D. このサイトは複数のホスト名とロケーションをサポートしています。

Answer: B (メッセージを残す)

提供された構成では、誤った記述は B です。ホスト名は www.example のようですが、

com は "if-site-path": "us" エントリに基づいて www.example.com/us にリダイレクトする必要があります。これは、デフォルトのパスまたはリダイレクトが、提供されたスナップショットには表示されていないホスト名エイリアス ファイル内の他の構成によって上書きされていないことを前提としています。通常、Salesforce B2C Commerce では、リダイレクトに関するこのような直接的な記述は、ホスト名とパスの指示を含む明示的なマッピング ルールと一致する必要がありますが、www については詳細に説明されていません。

提供されたスニペットでは、example.com から www.example.com/us への変更が欠落しています。この変更が欠落していることから、完全な設定ファイルで詳細なマッピングが追加されていない限り、この記述は誤っている可能性があります。

最新問題: 8

ある企業から、カスタム製品検索機能の作成依頼が建築家に寄せられました。この検索機能は当初は1つのサイトでのみ利用可能で、最終的には企業が管理するすべてのサイトで利用可能になる予定です。また、これらの検索機能はジョブコンテキストで使用でき、他のシステムにエクスポートできる必要があるという要件もあります。

各サイトには、商品検索で利用できる異なるカテゴリが用意されています。

アーキテクトは、ストアフロントとジョブコンテキストの両方で使用するカスタム設定をどこに保存すべきでしょうか？

- A. サイトスコープを持つカスタムオブジェクト
- B. ジョブフレームワークパラメータ
- C. カテゴリカスタム属性
- D. 組織スコープを持つカスタムオブジェクト

Answer: ([解答を表示する](#))

ストアフロントとジョブコンテキストの両方でアクセス可能な商品検索機能のカスタム設定を管理するには、これらの設定を組織スコープを持つカスタムオブジェクトに保存するのが最も適切です。これにより、設定を一元管理し、異なるサイトやジョブコンテキスト間でアクセス可能にすることで、構成の一貫性と再利用性を確保できます。

* 組織的範囲 :データの重複なしに複数のサイト間で設定を共有できるようにし、組織のさまざまな部分に影響を与える構成に関する単一の信頼できる情報源を維持します。

* カスタムオブジェクト: 製品検索機能やその他の統合機能のビジネス要件に固有の特定の属性と値を定義できる柔軟性を提供します。

最新問題: 9

ある企業が、顧客サービスプロバイダーをプロバイダーAからプロバイダーBに移行したいと考えています。プロバイダーeは、自社のコマースソリューションと統合するためのLINKカートリッジを提供しています。

建築家が作成する必要がある3つのアーティファクトはどれですか？3つ選択してください。

- A. 業界標準のベストプラクティスに従って、新しいB2Cコマースカートリッジを実装するための設計を文書化する
- B. システム間のデータオブジェクト、インターフェース、およびデータ同期頻度を文書化する。
- C. 商取引と顧客サービスプロバイダー間のデータマッピングを文書化する。
- D. 現在の商取引の実装とビジネスニーズに基づいて、LINKカートリッジに追加する必要があるカスタマイズを文書化する。
- E. 顧客がページにアクセスしてから注文を完了するまでのオンラインジャーニーの流れを文書化する

Answer: A,B,D ([メッセージを残す](#))

顧客サービスプロバイダー向けに新しいLINKカートリッジを統合する際には、以下のドキュメントが不可欠です。

* オプション A (業界標準のベストプラクティスに従って新しい B2C コマース カートリッジを実装するための設計を文書化する) これにより、カートリッジが確立されたベストプラクティスに沿った方法で実装され、保守性と互換性が向上します。

* オプション B (システム間のデータ オブジェクト、インターフェース、およびデータ同期頻度を文書化する): データの整合性と適時性を確保するために、新しい顧客サービス プロバイダーと商取引システムの間でデータがどのように流れるか、同期の頻度を含めて定義することが重要です。

* オプション D (現在のコマース実装とビジネスニーズに基づいて、LINK カートリッジに追加する必要があるカスタマイズを文書化する): カートリッジをカスタマイズして、コマースシステムの特定のニーズと既存の設定に合わせることで、既存の運用を妨げることなく、統合が意図した価値を追加することが保証されます。
これらの成果物は、LINKカートリッジの構造化された統合とカスタマイズを導き、ビジネスの運用上および戦略上のニーズを満たすことを保証します。

最新問題: 10

最新のリリースノートを確認したところ、サイト全体で使用されているAPIがSalesforceによって非推奨になっていることが判明しました。Business Managerで非推奨となったAPIの使用状況を調査した結果、そのAPIの使用箇所は特定のLINK統合カートリッジに絞り込まれました。このカートリッジはサイトの初期ローンチ時に統合され、クライアント向けに大幅にカスタマイズされています。

アーキテクトが非推奨のAPIを削除してLINK統合が中断なく動作し続け、かつ最小限の労力で済む推奨方法は何ですか？

- A. アーキテクトは、既に統合されているLINKカートリッジ内の非推奨APIカタログをすべて更新し、徹底的にテストする必要があります。
- B. 現時点では、アーキテクトは何もする必要はありません。APIは当面の間、問題なく動作し続けます。
- C. アーキテクトは、LINKカートリッジが既に更新されているかどうかを確認し、それを統合し、カスタマイズを適用し、徹底的にテストする必要があります。
- D. アーキテクトは、LINKカートリッジを作成した会社に連絡して問題を修正し、クライアントに更新されたコードを提供する必要があります。

Answer: (解答を表示する)

LINK統合カートリッジで使用されているAPIが非推奨になっている場合、推奨される対処法は、非推奨のAPIがサポートされているAPIに置き換えられている可能性のある、カートリッジの更新バージョンを確認することです。

アップデートが利用可能な場合：

* 更新されたカートリッジをサイトに統合し、現在のサイト構成との互換性を確保します。

機能の一貫性を維持するため、元のカートリッジに対して行われたカスタマイズを再度適用します。

* 統合がサイトの機能に支障をきたすことなくスムーズに動作することを確認するために、徹底的なテストを実施する必要があります。

このアプローチでは、カートリッジベンダーが提供するアップデートを活用することで労力を最小限に抑えつつ、サイトの機能性を維持し、最新のAPI標準に準拠することを保証します。

最新問題: 11

コードレビュー中に、アーキテクトは製品詳細ページ (RDP) への訪問のたびにサービスコールが発生していることを発見した。

アーキテクトは、サービス構成に関してどのようなベストプラクティスが遵守されているかを確認すべきでしょうか？

2つの回答を選択してください

- A. 回路ブレーカーが有効になっています。
- B. サービスタイムアウトが設定されています。
- C. サービス模擬呼び出しが設定されました。

D. サービスログは無効になっています。

Answer: C ([メッセージを残す](#))

複雑なLINKカートリッジ統合におけるログ記録方法については、以下の推奨事項を参照してください。

* カートリッジ固有のカテゴリ (C) のロガーを取得します: この方法により、特定のカートリッジに焦点を当てることで、より正確で関連性の高いログ記録が可能になり、トラブルシューティングがより効率的になります。

* バックエンドの非同期通信に関するデバッグレベルのメッセージを報告します。これにより、すべての詳細なやり取りがログに記録され、問題の診断に役立つ貴重なデータが提供されます。

* エラーをエラーレベルメッセージで報告する :これにより、すべての重大な問題がエラーログに分類され、システムの動作に影響を与える問題を迅速に特定して解決するために不可欠です。

この構造化されたログ記録戦略は、特に複数のコンポーネントが非同期的に相互作用する複雑な統合環境において、システムの監視とトラブルシューティングを効果的に行う能力を向上させます。

最新問題: 12

クライアントは、新しいホームページの設計方針を文書化するために、建築家の協力を求めています。企業から提示された要件は以下のとおりです。

* 静止画像コンテンツの複数の領域があり、一部にはテキストも表示する必要がある場合があります。

* コンテンツページは実現可能である必要があります

* バナー101191の下に、おすすめ商品のカルーセルを表示する必要があります。

* おすすめのカテゴリーは、季節に応じて掲載されます。

これらの要件を満たす2つの解決策はどれですか？

2つの回答を選択してください

A. B2Cコマースコンテンツ管理サービスを活用する

B. ビジネスマネージャーでB2Cコマースの地域設定を活用する

C. B2Cコマースのコンテンツスロットとアセットを活用する

D. 動的なレイアウトを備えたB2Cコマースページデザイナーを活用します。

Answer: ([解答を表示する](#)**)**

複数の静止画像コンテンツエリア、注目商品のカルーセル、および季節に応じた動的なコンテンツ調整という要件を満たすために：

* オプションC (B2Cコマースのコンテンツスロットとアセットを活用する) このソリューションでは、さまざまなアセットとスロットを使用して、静止画像、テキストオーバーレイ、その他のコンテンツバリエーションを効果的に管理および表示できる動的なコンテンツ管理が可能です。

* オプションD (動的レイアウトを備えたB2Cコマースページデザイナーの活用) : 動的レイアウトを備えたページデザイナーを使用すると、カルーセルや、表示デバイスや季節などの基準に基づいて調整されるレスポンシブ要素など、複雑なページデザインを簡単に作成できます。このツールは、ページ要素のリアルタイムでのカスタマイズとサイズ変更に必要な柔軟性を提供します。

これらのソリューションは、視覚的に魅力的で適応性の高いホームページというビジネスニーズを満たす、堅牢かつ柔軟なサイトコンテンツ管理機能を提供します。

最新問題: 13

クライアントは以下のビジネス要件を提示しました。

- * B2Cコマースプラットフォームは、クライアントの注文管理システム (OMS)と統合されます。
- * OMSは統合をサポートしていますが、従来のRPCスタイルのSOAPサービスはサポートしていません。
- * OMSはクライアントのインフラストラクチャ上でホストされます。

OMSサービス用に提供されるWSDLを配置するのに最適なカートリッジフォルダはどれですか？

- A. /cartridge/webreferences2
- B. /cartridge/webreferences
- C. /カートリッジ
- D. /cartridge/services

Answer: B ([メッセージを残す](#))

Salesforce Commerce Cloud では、SOAP サービス用の WSDL ファイルを整理する標準的な方法として、/cartridge/webreferences ディレクトリに配置します。このフォルダは、Web サービス定義 (WSDL) を保存するために特別に設計されており、カートリッジ内で構造化された方法で管理されることを保証します。この整理方法により、クリーンなアーキテクチャを維持し、開発および保守目的でこれらのサービス定義に簡単にアクセスできるようになります。

最新問題: 14

クライアントは新しい決済サービスプロバイダー (PSP)への切り替えを計画しています。新しいPSPを統合するのにかかる時間と労力を把握するため、アーキテクトに相談しました。PSPはSiteGenesisPipelinesと互換性のあるLINKカートリッジを提供していますが、クライアントのWebサイトはコントローラーで構築されています。

建築家は分析を開始する前に、どの2つの選択肢を考慮すべきでしょうか？ 2つ選択してください。

- A. LINKカートリッジをパイプラインからコントローラーに変換するための労力とリスクを推定します。
- B. PSP開発チームに連絡を取り、コントローラーに対応した新しいカートリッジバージョンが開発中かどうかを問い合わせてください。
- C. 最も重要なパイプラインをコントローラーに変換し、カートリッジを統合する概念実証を作成する。
- D. コントローラーに対応していて、改造作業が不要な別のPSPを探してください。

Answer: ([解答を表示する](#)**)**

SiteGenesis Pipelines向けに設計された新しい決済サービスプロバイダー (PSP) LINKカートリッジを、コントローラー上に構築されたサイトに統合する場合、以下のオプションを検討してください。

* オプション A (LINK カートリッジをパイプラインからコントローラーに変換するための労力とリスクを見積もる) : カートリッジの変換に必要な労力を評価することで、プロジェクトの範囲を把握し、リスクを管理し、リソースを効果的に配分するのに役立ちます。

* オプション B (PSP 開発チームに連絡を取り、コントローラーをサポートする新しいカートリッジ バージョンが開発中かどうかを問い合わせる) : ~~互換性~~互換性のあるバージョンが既に計画または開発中であれば、これにより開発時間とリソースを大幅に節約できる可能性があります。

これらのアプローチは、統合戦略について十分な情報に基づいた意思決定を行い、カスタマイズの取り組みと既存ソリューションの活用とのバランスを取るのに役立ちます。

最新問題: 15

B2Cコマース開発者が、チェックアウト画面に新しいプロモーションコード入力フォームを実装しました。レビュー中に、アーキテクトが、そのフォームがCSRF検証を正しく使用していないことに気づきました。

```
<form action="{URLUtils.continueURL()}" method="GET">
  <!-- ... the form input elements ... -->
  <input type="hidden"
    name="{dw.web.CSRFProtection.getTokenName()}"
    value="{dw.web.CSRFProtection.generateToken()}" />
  <input type="submit" value="Apply Promotion Code" />
</form>

formResult = cartForm.handleAction({
  'addPromoCode': function (formgroup) {
    var CSRFProtection = require('dw/web/CSRFProtection');

    var status;
    var result = {
      cart: cart,
      EnableCheckout: true,
      dontRedirect: true
    };
    status = cart.addCoupon(formgroup.couponCode.htmlValue);
    /* ... some error handling based on the returned status ... */
    return result;
  }
});
```

CSRF検証への対処に関するベストプラクティス推奨事項はどれですか？ 2つ選択してください)

- A. フォーム送信時にCSRF保護が検証されていることを確認してください。
- B. HTTPS 上で GET メソッドのみを使用してください。
- C. CSRFトークンの有効期限が切れた場合、自動的に更新します。
- D. HTTPS 上で POST メソッドのみを使用してください。

Answer: (解答を表示する)

CSRF (クロスサイトリクエストフォージェリ) 対策を正しく実装するには、特にチェックアウト時のプロモーションコード入力フォームなどにおいて、以下のベストプラクティスが挙げられます。

* オプション A (フォーム送信時に CSRF 保護が検証されるようにする): フォーム送信時に CSRF トークンを検証し、リクエストが正当なソースから発信され、ユーザーの意図したアクションに対応していることを確認することが、CSRF 攻撃に対するセキュリティを強化するために不可欠です。

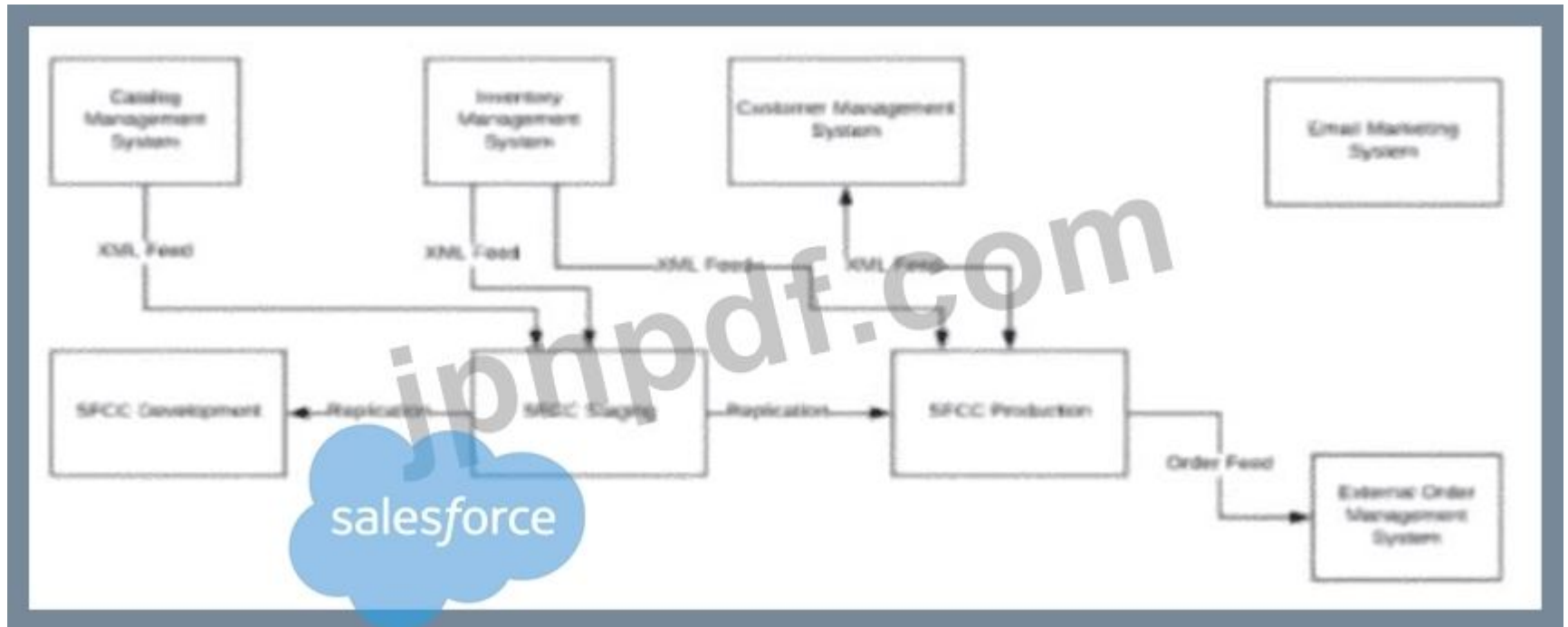
* オプション D (HTTPS経由でPOSTメソッドのみを使用する) フォームデータの送信にPOSTメソッドを使用することで、URL経由で容易に操作される可能性のあるGETメソッドとは異なり、CSRF攻撃のリスクを軽減できます。通信をHTTPS経由で行うことで送信が暗号化され、転送中のデータの傍受や改ざんから保護されます。

これらの対策は、一般的なセキュリティ脆弱性から保護し、アプリケーションが安全なコーディング基準に準拠することを保証します。

最新問題: 16

クライアントは現在、下記のシステム図に示すように、専用のバックエンドシステムを使用して顧客、在庫、および製品情報を管理しています。また、外部のEメールマーケティングシステム (EMS) も導入されています。

EMSは、既存のメールキャンペーンを利用して顧客に推奨商品をメールで送信するために、注文データが必要です。推奨商品は在庫のある商品のみ限定する必要があります。EMSはバックエンドシステムにアクセスできないため、このデータはSalesforce B2C Commerceサイトから取得する必要があります。



システム図を完成させ、メールキャンペーンに必要な要件を満たすためには、どの関係性をシステム図に追加すればよいでしょうか？

- A. ステージング環境から注文、顧客、製品データをエクスポートする必要があります。本番環境から在庫データをエクスポートする必要があります。
- B. 注文、顧客、在庫データは本番環境からエクスポートする必要があります。製品データはステージング環境からエクスポートする必要があります。
- C. 注文データと顧客データは本番環境からエクスポートする必要があります。製品データと在庫データはステージング環境からエクスポートする必要があります。
- D. 注文と在庫は生産からエクスポートする必要があります。製品はステージングからエクスポートする必要があります。顧客は外部の顧客管理システムからエクスポートする必要があります。

Answer: C (メッセージを残す)

在庫状況に基づいて商品のおすすめを送信するために、メールマーケティングシステム (EMS) が注文データを必要とする場合、最新かつ関連性の高いデータを使用することが極めて重要です。

選択されたデータソースが適切である理由は以下のとおりです。

* 本番環境からの注文および顧客データ：注文と顧客とのやり取りはリアルタイムで行われるため、本番環境からこのデータをエクスポートすることで、メールマーケティングキャンペーンに最新の情報が使用されることが保証されます。この正確性は、顧客に送信されるコミュニケーションのパーソナライズと適時性にとって不可欠です。

* ステージング環境からの製品および在庫データ :ステージング環境は通常、本番環境より一歩遅れており、変更を本番環境に適用する前にテストを行うために使用されるため、検証されていない変更が含まれるリスクなしに、現在稼働中の状態を反映した安定したデータセットを提供します。この設定は、注文データに比べて刻々と変化する影響を受けにくい在庫データや製品データに適しており、マーケティング活動で使用する前に事前検証を行うことができます。この構成により、EMSは現在の在庫レベルと製品の詳細を反映した信頼性の高いデータにアクセスできるようになり、製品の入手可能性に基づいて正確なマーケティングメッセージを作成するために不可欠となります。

有効な **Arch-303** 問題集は GoShiken.com が提供された合格しやすい Arch-303 試験問題集！ GoShiken.com が最新の **Arch-303** 試験問題集を提供しています。GoShiken.com Arch-303 試験問題は最新で、解答が正確でございます。最新の GoShiken.com Arch-303 問題集をゲットする人はこちら: <https://www.goshiken.com/Salesforce/Arch-303-mondaishu.html> (**6830%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

このストアフロントは、トークンベースのセキュリティを使用するRESTベースの住所検証サービス (AVS)と統合されています。このAVSのAPIドキュメントに記載されている呼び出しシーケンスは次のようになります。

1. クライアント認証呼び出し。GETリクエストにmerchantIdとsecretが含まれ、レスポンスでトークンが返されます。
2. アドレス検証呼び出し。この呼び出しには、トークンと検証対象のアドレスがPOSTリクエストに含まれます。

トークンを取得すると、それは数時間有効であり、その後のアドレス検証呼び出しのために新しいトークンを要求する必要はありません。AVSは、クライアント認証呼び出しであろうとアドレス検証呼び出しであろうと、行われたすべての要求に対して料金を請求します。

セキュリティを損なうことなくサービスを効率的に利用するために適用できる戦略を3つ挙げてください。

- A. AJAXで使用するクライアント認証コントローラにページキャッシュを適用します。
- B. ブラウザのローカルストレージからトークンを取得し、有効期限が切れたら更新します。
- C. クライアント認証呼び出しを行う前に、カスタムキャッシュからトークンを取得します。
- D. クライアント認証呼び出しにHTTPServiceのキャッシュを使用する。
- E. ジョブを使用して、ストアフロントコードから使用されるカスタムオブジェクトにトークンを保存および更新します。

Answer: C,D,E (メッセージを残す)

セキュリティを維持しながらRESTベースのアドレス検証サービス (AVS)を効率的に使用するには、トークンの使用状況を適切に管理し、効果的に更新することが重要です。トークンをカスタムキャッシュに保存する (回答)ことで、有効なトークンを再利用して不要な認証呼び出しを防ぎ、課金対象となるリクエスト数を削減できます。クライアント認証呼び出しにHTTPServiceキャッシュを実装する (回答)ことで、応答をキャッシュしてパフォーマンスを最適化し、繰り返し発生する不要な呼び出しを回避できます。最後に、スケジュールされたジョブを使用してトークンを定期的に更新し、カスタムオブジェクトに保存する (回答)ことで、トークンが常に最新の状態に保たれ、認証を繰り返すことなく使用できるため、AVSの使用コストと効率を最適化できます。

最新問題: 18

ログインフォームのテスト中に、QAチームは、ユーザーが初回ログイン時には成功するものの、別のコンピューターから再度ログインを試みると、ホームページが表示され、カートの中身が空になってしまうことを発見しました。開発者はこの問題をデバッグしようと試みましたが、ログイン処理にブレークポイントを設定しても、デバッガーがブレークポイントに到達しませんでした。

建築家は開発者にどのような点を確認するよう勧めるべきでしょうか？

- A. ログインフォームアクションからCSRF保護を削除します。
- B. ログインページにリモートインクルードを追加する
- C. テンプレート ISML にキャッシュ無効化ページを追加します - `<iscache status--off"/>`。
- D. ログインフォームと含まれているテンプレートに、ページキャッシュを有効にするインクルードがないか確認してください。

Answer: D ([メッセージを残す](#))

複数のコンピューター間でログイン状態が維持されない問題（[後続](#)）ログインでリダイレクトが発生し、カートが空になるなど）が発生した場合、原因として考えられるのは、ログイン関連のページやプロセスが意図せずキャッシュされていることです。Salesforce B2C Commerce では、特定のキャッシュ設定によって、ユーザーセッションが意図せず共有されたり、適切に無効化されなかったりすることがあります。推奨事項 D では、ログインフォームと関連テンプレートに、ログイン操作やユーザー固有のデータを誤ってキャッシュしている可能性のあるキャッシュ指示がないか確認するよう指示しており、この潜在的な問題に対処しています。開発者は、ユーザーセッションと認証を処理するページでキャッシュを無効にするように構成し、セッションデータが誤って保持されたり、異なるユーザー間で共有されたりしないようにする必要があります。

最新問題: 19

クライアントは、同じSFTPロケーション上の複数のサードパーティからのフィードを受信します。

- * 製品価格 (sftp: prod/prices)
- * 情報を保存します (sftp: prod/stores;
- * 製品情報 (sftp: prod/catalog)
- * カテゴリ情報 (sftp: prod/marketing)
- * コンテンツ (sftp: prod/marketing)

ソースシステムで情報が更新されるたびに、一部のフィードは1日に複数回sftpにアップロードされます。

建築家は、2つの仕事だけをすることに決めた。

- * 1時間ごとに利用可能なフィードをチェックしてダウンロードする
- * データ複製前に Webdav からファイルを 1 日 1 回インポートし、ジョブ フレームワークで利用可能な標準手順を使用するもの。手順の範囲を考慮すると、インポート ジョブの正しい設計はどれですか？

- A. - 4 つの兄弟フローがステップ ki を並列実行: 製品、店舗、価格、コンテンツのインポート - 5 番目のフローが実行: カテゴリのインポート - 最後のフローがステップを順番に実行: インデックスの再作成
- B. - 4 つの兄弟フローは、製品、店舗、価格、コンテンツのインポートなどのステップを並列で実行します。- 最後のフローは、カテゴリのインポート、再インデックスなどのステップを順番に実行します。
- C. - 3 つのフローのインポート手順を並行して実行: 製品、店舗、価格のインポート - 4 番目のフローが実行: カテゴリのインポート - 最後のフローが手順を順番に実行: インデックスの再作成、コンテンツのインポート
- D. - 4 つの兄弟フローは、製品のインポート、店舗、価格、コンテンツのステップを並列で実行します。最後のフローは、カテゴリのインポート、インデックスの再作成のステップを順番に実行します。

Answer: B (メッセージを残す)

この設計は、効率性と同時実行性を最大限に高めます。商品、店舗、価格、コンテンツのインポートを行うジョブを並列実行することで、システムは複数のデータストリームを同時に処理でき、処理時間を短縮します。カテゴリのインポートとその後の再インデックス化を順次実行することで、更新頻度の高いデータのインポート完了後、すべての新規および更新情報が適切にインデックス化され、サイトで使用できるようになります。この順序は、各ステップ間の依存関係を尊重し、B2Cコマース環境における複雑なデータワークフローの処理に関するベストプラクティスに準拠しています。

最新問題: 20

クライアントは、一部の顧客層には他の顧客にはアクセスできない商品を表示する必要があることを認識しています。すべての商品は1つのカタログにまとめられていますが、カテゴリは別々になっています。この特別な顧客層を識別するために、プロファイルシステムオブジェクトにカスタム属性が使用されます。このプロファイルカスタム属性によって条件を満たす顧客グループが作成されます。ストアフロントは、この顧客グループに関連するカテゴリへのナビゲーションを含むようにカスタマイズされます。

残念ながら、技術レビューの過程で、クライアントから、ビジネスチームがメンテナンスに関する懸念を表明しており、個別のカテゴリを使用するのではなく、カタログ内で共有ナビゲーションを使用したいとの要望が出されました。拡張性を維持しながらこの新たな要件を効率的に満たすために、建築家はどのアイテムを提案すべきでしょうか？

- A. Storefront Co をカスタマイズして、ユーザーが顧客グループに属している場合、新しいカスタム属性を持つ製品が結果に含まれるように、非表示の検索絞り込みを使用します。
- B. 顧客が顧客グループに属している場合は、同じナビゲーションを持つ別のストアフロントカタログを使用するようにストアフロントをカスタマイズし、適切な製品を割り当てます。
- C. ストアフロントをカスタマイズして検索結果を変更し、ユーザーが顧客グループに属している場合は、結果に適切な商品が含まれるようにします。
- D. ストアフロントをカスタマイズして非表示の検索絞り込みを使用し、新しい製品カスタム属性によって資格が与えられる顧客グループを変更します

Answer: C (メッセージを残す)

この要件に対する最適な解決策は、ユーザーの顧客グループへの所属に基づいて検索結果を動的に変更することです。このアプローチでは、

- * すべてのユーザーが、特別なセグメント用の別々のカテゴリを見ることなく、同じカタログとカテゴリをナビゲートできるようにします。
- * ユーザーが特定のセグメントに属しているかどうかに基づいて、検索結果に商品を含めるか除外するかを動的に決定し、既存のカタログ構造を効果的に活用しながら、商品の表示をパーソナライズします。
- * 既存のカタログおよびカテゴリのインフラストラクチャを活用することで拡張性を維持し、ナビゲーション目的で追加のカスタム属性を必要としません。

この方法は、カタログ管理を複雑化することなく、B2Cコマースにおいてパーソナライズされた顧客体験を創出するためのベストプラクティスに合致しています。

最新問題: 21

アーキテクトがデータレプリケーションのスケジュールを設定している。レプリケーション時間を短縮するために、どのタスクを削除できますか？

- A. キャンペーン
- B. 静的コンテンツ
- C. ストアフロントURL
- D. 検索インデックス

Answer: B ([メッセージを残す](#))

データ同期におけるレプリケーション時間を短縮するには、重要度の低いタスクや頻繁に変更されないタスクを削除または頻度を減らすことで効果的に実現できます。画像や静的テキストなど、頻繁に変更されない静的コンテンツは、頻繁なレプリケーションスケジュールから安全に削除できます（回答）。

この調整により、データ負荷と更新頻度が軽減され、レプリケーション処理全体の速度が向上します。キャンペーン、検索インデックス、URLなどの動的コンテンツは頻繁に変更され、更新されないとユーザーエクスペリエンスやサイト機能に影響を与える可能性があります。静的コンテンツは通常、即時のレプリケーションを必要としないため、レプリケーション効率を高めるために削除するのに適しています。

最新問題: 22

Page Deserter 固有の外観を実装するには、Page Show コントローラーの新しいバージョンが必要です。これには、Page Designer ページの特定のキャッシュ期間の実装が必要ですが、これは現在、基本の Storefront Reference Architecture (SFRA) cache.js モジュールでは利用できません。アーキテクトは開発者にどのような 2 つの手順を実装するように指示すべきでしょうか？

2つの回答を選択してください

- A. クライアントのカートリッジに新しい Page.js コントローラーを作成します。ベースからコードをコピーし、Page-Show ルートを変更して新しいキャッシュミドルウェア機能を含めます。
- B. 新しい cache.js クライアントのカートリッジを作成します。app_storefront_base から cache.js をコピーし、ページデザイナーのキャッシュ機能を追加します。
- C. クライアントのカートリッジに新しい Page.js コントローラーを作成します。ベースからコードを拡張し、新しいキャッシュミドルウェア機能を Page-Show ルートに追加します。
- D. クライアントのカートリッジに新しい cache.js を作成します。app_storefront_base から cache.js を拡張し、ページデザイナーのキャッシュ機能を追加します。

Answer: ([解答を表示する](#)**)**

SFRAでページデザイナーページのキャッシュ期間を具体的に設定するには：

* オプションAでは、クライアントのカートリッジに新しいPage.jsコントローラーを作成し、既存のPage-Showルートを変更してカスタムキャッシュロジックを組み込みます。これにより、他のページの基本機能を変更することなく、ページデザイナーページの特定のキャッシュ要件を満たすことができます。

* オプションDでは、クライアントのカートリッジにある既存のcache.jsモジュールを拡張し、ページデザイナーのキャッシュ専用の機能を追加することを提案しています。これにより、既存のキャッシュロジックを再利用しながら、ページデザイナーのページに特化した機能強化を追加できるため、コードベースの効率性と明瞭性を維持できます。どちらのオプションも、SFRAにおける特定の要件に合わせてキャッシュをカスタマイズするための、クリーンで保守しやすいアプローチを提供し、サイトの他の機能領域への影響を回避します。

Valid Arch-303 Dumps shared by GoShiken.com for Helping Passing Arch-303 Exam! GoShiken.com now offer the **newest Arch-303 exam dumps**, the GoShiken.com Arch-303 exam **questions have been updated** and **answers have been corrected** get the **newest** GoShiken.com Arch-303 dumps with Test Engine here:

<https://www.goshiken.com/Salesforce/Arch-303-mondaishu.html> (**68** Q&As Dumps, **30%OFF** Special Discount:

Freepdfdumps)