

Salesforce.Data-Con-101.v2026-03-30.q59

試験コード:	Data-Con-101
試験名称:	Salesforce Certified Data Cloud Consultant
認定資格:	Salesforce
無料問題数:	59
バージョン:	v2026-03-30
アクセス数:	126
ページビュー数:	590
https://www.jpnpdf.com/Salesforce.Data-Con-101.v2026-03-30.q59-mondaishu.html	

最新問題: 1

コンサルタントは、先ほど設定したID解決を確認したいと考えています。統合プロファイル上のデータを検証するために、コンサルタントが使用できる2つの機能はどれですか？
2つの回答を選択してください

- A. アイデンティティ解決
- B. データアクション
- C. データエクスプローラー
- D. クエリAPI

Answer: ([解答を表示する](#))

ID解決の設定後、統合プロファイル上のデータを検証するために、コンサルタントはデータエクスプローラーとクエリAPIを使用できます。その理由は次のとおりです。

アイデンティティ解決検証の理解

ID 解決では、複数のソースからのデータを統合されたプロファイルに結合します。

統合プロファイルを検証することで、解決プロセスが正しく機能していること、およびデータが正確であることが保証されます。

データ エクスプローラーとクエリ API を使用する理由

データエクスプローラー:

Data Explorer は、Salesforce Data Cloud に組み込まれているツールで、ユーザーは統合されたプロファイルを表示および分析できます。

解決された ID や関連属性など、個々のプロファイルの詳細なビューを提供します。

クエリAPI:

クエリ API を使用すると、統合プロファイルおよび関連データへのプログラムによるアクセスが可能になります。

コンサルタントは API を使用して特定のプロファイルを照会し、ID 解決の結果をプログラムで検証できます。

その他のオプションはあまり適していません:

A). アイデンティティ解決: これは検証のためのツールではなく、プロセス自体を指します。

B). データアクション: データアクションは、統合プロファイルの検証ではなく、ワークフローまたは統合をトリガーするために使用されます。

統合プロファイルを検証する手順

データエクスプローラーの使用:

[データ クラウド] > [データ エクスプローラー] に移動します。

特定のプロファイルを検索し、解決された ID と属性を確認します。

データが ID 解決ルールに基づいて期待どおりに一致していることを確認します。

クエリ API の使用:

クエリ API を使用して、統合プロファイルをプログラムで取得します。

結果を予想される結果と比較して、正確性を確認します。

結論

コンサルタントは、データ エクスプローラーとクエリ API を使用して統合プロファイルのデータを検証し、ID 解決が意図したとおりに機能していることを確認する必要があります。

最新問題: 2

顧客は、顧客生涯価値に基づいてユーザーのセグメントを作成したいと考えています。

ただし、Data Cloud に取り込まれるソース データには、その主要業績評価指標 (KPI) は含まれません。

この要件を満たすためにコンサルタントはどのような手順を踏む必要がありますか？

A. データの取り込み > データモデルへのデータのマッピング > 計算されたインサイトの作成 > セグメンテーションでの使用

B. 計算されたインサイトの作成 > データをデータモデルにマッピング > データの取り込み > セグメンテーションでの使用

C. 計算されたインサイトの作成 > データの取り込み > データをデータモデルにマッピング > セグメンテーションでの使用

D. データの取り込み > 計算されたインサイトの作成 > データのデータモデルへのマッピング > セグメンテーションでの使用

Answer: A ([メッセージを残す](#))

顧客生涯価値 (CLV) に基づいてユーザーセグメントを作成するには、コンサルタントが「データの取り込み」> 「データモデルへのデータのマッピング」> 「計算されたインサイトの作成」> 「セグメンテーションでの使用」という手順に従う必要があります。これは、最初のステップでデータストリーム1を使用してソースデータをData Cloudに取り込むためです。2番目のステップでは、ソースデータをデータモデルにマッピングし、データの構造と属性を定義します²。3番目のステップでは、計算されたインサイトを作成します。これは、ソースデータまたは統合データに基づいて計算される派生属性です³。この場合、計算されたインサイトはCLVであり、販売注文データに基づく数式またはクエリを使用して計算できます⁴。4番目のステップでは、計算されたインサイトをセグメンテーションで使用しま

す。セグメンテーションとは、個人またはエンティティの属性と行動に基づいてグループを作成するプロセスです。CLV計算されたインサイトを使用することで、コンサルタントはブランドとの関係の存続期間から予測される収益に基づいてユーザーをセグメント化できます。その他のオプションは、要件を満たすための正しい手順に従っていないため、正しくありません。選択肢Bは不正解です。計算されたインサイトはデータモデルオブジェクト3に依存するため、データの取り込みとマッピング前には作成できません。選択肢Cは不正解です。計算されたインサイトはデータモデルオブジェクト3に依存するため、データのマッピング前には作成できません。選択肢Dは不正解です。計算されたインサイトは正しいデータモデル構造と属性3を反映していない可能性があるため、データのマッピング前に作成することは推奨されません。参考資料: データストリームの概要、データモデルオブジェクトの概要、計算されたインサイトの概要、Salesforceを使用した顧客生涯価値 (CLV) の計算、[セグメンテーションの概要]

最新問題: 3

顧客にとって Data Cloud がもたらす主な価値は何ですか？

- A. 顧客とその関連データの統合ビューを提供する
- B. すべてのシステムをゴールデンレコードで接続する
- C. すべての匿名データのための単一の真実のソースを作成する
- D. 顧客の行動を聞き、理解し、行動することでパーソナライズされたキャンペーンを作成する

Answer: ([解答を表示する](#))

Data Cloud は、Salesforce アプリケーションやその他のシステム全体ですべての顧客データを活用できるプラットフォームです。CRM、マーケティング、コマース、サービス、外部データプロバイダーなど、さまざまなソースからデータを取得、変換、リンクすることで、各顧客の統合プロファイルを作成できます。また、顧客の行動、嗜好、ニーズに関するインサイトと分析に加え、顧客とのインタラクションをセグメント化、ターゲティング、パーソナライズするためのツールも提供します。Data Cloud が顧客に提供する主な価値は、顧客と関連データの統合ビューを提供することです。これにより、顧客体験の向上、ロイヤルティの向上、成長の促進に役立ちます。参考資料: Salesforce Data Cloud、データが競争優位性を生み出すとき」

最新問題: 4

コンサルタントは、Cloud File Storage ターゲットの命名規則に合わせて属性名をどのように変更できますか？

- A. 数式フィールドを使用して、アクティベーション内のフィールド名を更新します。
- B. データ ストリーム構成内の属性名を更新します。
- C. アクティベーションを構成するときに優先属性名を設定します。
- D. データ モデル オブジェクト内のフィールド名を更新します。

Answer: ([解答を表示する](#))

Cloud File Storage ターゲットは、Data Cloud のデータアクションターゲットの一種で、Amazon S3 や Google Cloud Storage などのクラウドストレージサービスにデータを送信できます。Cloud File Storage ターゲットへのアクティベーションを構成する際に、コンサルタントは Data Cloud で優先属性名を設定することで、命名規則に合わせて属性名を変更できます。優先属性名は、ターゲットファイル内のフィールド名を制御するために使用できるエイリアスです。アクティベーション構成で各属性に設定でき、データモデルオブジェクトのデフォルトのフィールド名をオーバーライドします。その他のオプションは、ターゲットファイルのフィールド名に影響を与えないため、正しくありません。アクティベーションで数式フィールドを使用してフィールド名を更新しても、フィールド名は変更されず、フィールド値のみが変更されます。データストリーム構成で属性名を更新しても、既存のデータレイクオブジェクトやデータモデルオブジェクトには影響しません。データモデルオブジェクトでフィールド名を更新すると、そのオブジェクトを使用するすべてのデータソースとアクティベーションのフィールド名が変更されるため、望ましくない結果や一貫性が損なわれる可能性があります。参考資料: 優先属性名、Data Cloud アクティベーションターゲットの作成、Cloud File Storage ターゲット

最新問題: 5

City | Is Equal To | 'San Jose' でフィルタリングしたセグメンテーション基準の結果は何ですか?

- A. San Jose」、San Jose」、\$an jose」、または \$an jose」を含む都市
- B. San Jose」または \$an jose」のみを含む都市
- C. San Jose」または San Jose」のみを含む都市
- D. San Jose」または \$an jose」のみを含む都市

Answer: D (メッセージを残す)

City | Is Equal To | 'San Jose' でセグメンテーション条件をフィルタリングした結果、'San Jose' または 'san jose' を含む都市のみが抽出されます。これは、セグメンテーション条件が大文字と小文字を区別し、アクセント記号も区別するため、フィルター1に入力された値と完全に一致する場合にのみ一致します。したがって、'San Jose'、'san jose'、または 'San Jose' を含む都市は、フィルター値と完全に一致しないため、結果には含まれません。'San Jose' という名前に異なるバリエーションを持つ都市を含めるには、OR演算子を使用して複数のフィルター値を追加する必要があります (例'San Jose' OR 'San Jose' OR 'san jose' OR 'san jose')。

2. 参考資料: セグメンテーション基準、セグメンテーション演算子

最新問題: 6

Cloud Kicks は、既存のデータ ストリームの 1 つとその基盤となるデータ レイク オブジェクト (DLO) を完全に削除する予定です。

データ ストリームを削除する前にコンサルタントは何を考慮すべきでしょうか?

- A. 基礎となる DLO はデータ変換で使用できます。

- B. 基になる DLO をデータ モデル オブジェクトにマップできません。
- C. データ ストリームはデータ キットに関連付ける必要があります。
- D. 基になる DLO を暗黙的に削除せずにデータ ストリームを削除できます。

Answer: ([解答を表示する](#))

データ ストリームと DLO: Salesforce Data Cloud では、データ ストリームを使用してデータが取り込まれ、その後、データ レイク オブジェクト (DLO) に保存されます。

削除に関する考慮事項: データ ストリームを削除する前に、基礎となる DLO の依存関係と使用状況を考慮することが重要です。

データ変換の使用法:

削除の影響: 基礎となる DLO がデータ変換で使用されている場合、データ ストリームを削除すると、その DLO に依存するすべての変換に影響します。

依存関係のチェック: DLO が、削除によって中断される可能性のあるアクティブなデータ変換またはプロセスの一部ではないことを確認します。

参考文献:

Salesforce Data Cloud ドキュメント: データストリーム

Salesforce Data Cloud ドキュメント: データ変換

最新問題: 7

顧客とのプライバシー法に関する議論の中で、顧客は忘れられる権利の要請を尊重する必要があると指摘しました。コンサルタントは、Consent APIがこのビジネスニーズを解決できると判断しました。

コンサルタントが顧客に伝える必要がある 2 つの考慮事項はどれですか?

2つの回答を選択してください

- A. データ削除リクエストは 30 日、60 日、90 日ごとに再処理されます。
- B. データ削除リクエストは 1 時間以内に処理されます。
- C. 個々のプロファイルに対してデータ削除リクエストが送信されます。
- D. Data Cloud に送信されたデータ削除リクエストは、接続されているすべての Salesforce クラウドに渡されます。

Answer: C,D ([メッセージを残す](#))

忘れられる権利の要求に応じるために Salesforce の Consent API を使用することについて顧客にアドバイスする場合、コンサルタントは次の 2 つの主要な考慮事項に重点を置く必要があります。

データ削除リクエストは個々のプロファイルに対して送信されます (回答) Salesforce の Consent APIは、個々のプロファイルに特化したデータ削除リクエストを処理するように設計されています。つまり、データ削除リクエストは、Salesforceシステム内の個人のプロファイルに関連付けられた個人データを対象とします。コンサルタントは、正確な処理とプライバシー法の遵守を確保するため、リクエストは個々のプロファイルに特化する必要があることを顧客に伝える必要があります。

Data Cloud に送信されたデータ削除リクエストは、接続されているすべての Salesforce クラウドに渡されます (回答 D)。

Salesforce Data Cloud の Consent API を通じてデータ削除リクエストが行われた場合、そのリクエストは Data Cloud のみに限定されず、Sales Cloud、Service Cloud、Marketing Cloud など、接続されたすべての Salesforce クラウドに反映されます。これにより、Salesforce エコシステム全体における「忘れられる権利」の包括的なコンプライアンスが確保されます。お客様は、削除リクエストが接続された Salesforce 環境全体にわたる個人データのすべてのインスタンスに影響を及ぼすことにご注意ください。

最新問題: 8

Cumulus Financial は、Data Cloud ユーザー向けに Salesforce CRM アカウント データを国別に分離したいと考えています。

これを達成するためにコンサルタントは何をすべきでしょうか？

- A. ストリーミング変換を使用して、国に基づいてアカウント データをフィルターし、それに応じて個別のデータ モデル オブジェクトにマップします。
- B. データ スペース機能を使用し、国に基づいてアカウント データ レイク オブジェクトにフィルターを適用します。
- C. アカウント オブジェクトで Salesforce 共有ルールを使用して、国に基づいてレコードをフィルタリングおよび分離します。
- D. アカウントの国フィールドに基づく数式フィールドを使用して、受信レコードをフィルター処理します。

Answer: (解答を表示する)

データスペースは、データクラウドユーザーがフィルターと権限に基づいてデータのサブセットを作成できる機能です。データスペースは、地域、事業部門、製品ラインなどのさまざまな基準に基づいてデータを分離するために使用できます。この場合、コンサルタントはデータスペース機能を使用して、アカウントデータレイクオブジェクトに国に基づいてフィルタリングを適用できます。これにより、データクラウドユーザーはそれぞれの国に属するアカウントデータのみにアクセスできるようになります。参考資料 :データスペース、データスペースの作成

最新問題: 9

Northern Trail Outfitters には、Data Cloud に取り込んでセグメンテーションに使用する次の顧客データがあります。

1. 購入意欲
2. アクティブな会員である
3. 仕事用メールアドレス

このデータを取り込むときにコンサルタントはどのデータ型を使用する必要がありますか？

- A. 数値、テキスト、URL

- B. パーセント、ブール値、メール
- C. 数値、ブール値、テキスト
- D. パーセント、数値、メール

Answer: B (メッセージを残す)

顧客データをData Cloudに取り込む際には、適切なセグメンテーションと活用を実現するために、適切なデータタイプを使用することが重要です。コンサルタントは、提供されたデータポイントをどのように処理すべきでしょうか。

購入傾向:

これは可能性または確率の値を表し、通常はパーセンテージ (例: 75%) で表されます。このフィールドに適したデータ型はパーセントであり、これにより簡単に解釈してセグメンテーションで使うことができます。

アクティブなメンバーシップ:

これは、顧客がアクティブなメンバーシップを持っているかどうかを示すバイナリ値です (例: 「はい」または「いいえ」)。

このフィールドの正しいデータ型は、true/false 値をサポートする Boolean です。

勤務先メールアドレス:

これは標準の電子メール アドレス フィールドです。

適切なデータ型は Email であり、これにより適切な検証と書式設定が保証されます。

他の選択肢はなぜないのか?

A) 数値 テキスト、URL :これらのデータタイプは正しくありません。購入傾向」は一般的な数値ではなくパーセンテージで表すべきです。同様に、勤務先メールアドレス」はURLではなくメールアドレスで表すべきです。

C) 数値 ブール値、テキスト : 数値」は傾向スコアには適していますが、パーセンテージのような意味的意味を欠いています。また、テキスト」はメールアドレスには適していません。

D). パーセント、数値、電子メール: アクティブなメンバーシップがある」に 数値」を使用するのは、数値ではなくバイナリ値であるため、正しくありません。

パーセント、ブール値、電子メールを選択することで、コンサルタントはデータが正しくフォーマットされ、セグメンテーションと分析の準備ができていることを確認できます。

最新問題: 10

Data Cloud コンサルタントが、アカウント DMO と連絡先ポイント アドレス DMO 間の新しい 1 対 1 の関係を保存しようとしたが、エラーが発生します。

このエラーを修正するにはコンサルタントは何をすべきでしょうか?

- A. アカウントを連絡先の電子メールと連絡先の電話にもマッピングします。
- B. 追加フィールドを連絡先アドレス DMO にマップします。
- C. アカウント レコードの合計数が ID 解決に十分な大きさであることを確認します。
- D. アカウントごとに複数の連絡先に対応するために、カーディナリティを多対 1 に変更します。

Answer: B ([メッセージを残す](#))

最新問題: 11

Data Cloud は、前日のすべての電子商取引トランザクションのファイルを夜間に受信します。

いくつかのセグメントとアクティベーションは、顧客のスケジュールされたキャンペーンメッセージの正確性を維持するために、更新されたデータから計算された洞察に依存します。

スケジュールされたアクティベーションごとに電子商取引データが使用可能であることを確認するために、コンサルタントは何をする必要がありますか？

A. アクティベーションの実行がスケジュールされる前に、Flow を使用して e コマース データの変更データ イベントをトリガーし、計算されたインサイトとセグメントを更新します。

B. 計算された分析情報が 1 時間ごとに更新されるスケジュールを設定します。

C. アクティベーションが増分アクティベーションに設定され、1 時間ごとに自動的に公開されることを確認します。

D. セグメントが Rapid Publish に設定され、1 時間ごとに更新されるように設定されていることを確認します。

Answer: A ([メッセージを残す](#))

コンサルタントが、スケジュールされた各アクティベーションで e コマース データが使用可能であることを確認するために実行する必要がある最善のオプションは、A です。フローを使用して、e コマース データの変更データ イベントをトリガーし、アクティベーションの実行がスケジュールされる前に、計算されたインサイトとセグメントを更新します。このオプションにより、コンサルタントは Data Cloud のフロー機能を使用できます。これにより、イベントまたはスケジュールに基づいてデータ処理タスクの自動化とオーケストレーションが可能になります。フローを使用して、e コマース データの変更データ イベントをトリガーできます。これは、データが更新または変更されたことを示すイベント タイプです。その後、このイベントによって、e コマース データに依存する計算されたインサイトとセグメントの更新がトリガーされ、最新のデータが反映されます。計算されたインサイトとセグメントの更新は、アクティベーションの実行がスケジュールされる前に完了できるため、顧客のスケジュールされたキャンペーンメッセージが正確で関連性のあるものになります。

他のオプションはオプション A ほど適切ではありません。オプション B は不正解です。計算されたインサイトの更新スケジュールを 1 時間ごとに設定しても、十分または効率的ではない可能性があります。更新スケジュールがアクティベーション スケジュールと一致しない場合があり、その結果、データが古くなったり、一貫性がなくなったりする可能性があります。また、e コマース データは毎時間変更されない可能性があるため、更新スケジュールによって必要以上のリソースと時間が消費される可能性があります。オプション C は不正解です。アクティベーションが増分アクティベーションに設定され、1 時間ごとに自動的

に公開されるようにしても、問題が解決しない可能性があります。増分アクティベーションは、セグメント内の新規または変更されたレコードのみをアクティベートできる機能であり、アクティベーションの時間とサイズを削減します。ただし、この機能では、セグメントデータがe コマース データに基づいて更新またはリフレッシュされることが保証されません。アクティベーション スケジュールがe コマース データの更新スケジュールと一致しない場合もあり、その結果、キャンペーン メッセージが不正確または無関係になる可能性があります。オプション D は不正解です。セグメントが高速公開に設定され、1 時間ごとに更新されるように設定しても、最適または効果的ではない可能性があります。高速公開は、重複レコードや無効な値のチェックなどの一部の検証手順をスキップすることで、セグメントをより速く公開できる機能です。

ただし、この機能はセグメントデータの品質や精度を損なう可能性があり、すべてのユーザーに適しているとは限りません。また、更新スケジュールもオプションBと同様の問題が発生する可能性があります。eコマースデータの更新スケジュールやアクティベーションスケジュールと同期せず、データが古くなったり、一貫性が失われたりする可能性があります。参考資料 :Salesforce Data Cloud Consultant 試験ガイド、フロー、変更データイベント、計算されたインサイト、セグメント、[アクティベーション]

最新問題: 12

ある顧客企業には、異なるタイムゾーンで勤務する複数のチームメンバーがセグメントオーディエンスを作成しています。そのうちの1人は、組織のタイムゾーン設定と一致する太平洋標準時タイムゾーンの本社で勤務しています。

別のチームメンバーは東部標準時でリモート勤務しています。

セグメントおよびアクティベーション スケジュール領域で自分のホーム タイム ゾーンが表示されるのはどのユーザーですか？

A. 太平洋時間帯のチーム メンバー。

B. 東部標準時のチームメンバー。

C. どちらのチーム メンバーも、Data Cloud ではすべてのスケジュールが GMT で表示されます。

D. 両方のチームメンバー。データクラウドは、ログインしたユーザーのタイムゾーンに合わせてセグメントとアクティベーションのスケジュールを調整します。

Answer: D (メッセージを残す)

正解はD (両方のチームメンバー)です。Data Cloudは、セグメントとアクティベーションのスケジュールをログインユーザーのタイムゾーンに合わせて調整します。Data Cloudは、ログインユーザーのタイムゾーン設定を使用して、セグメントとアクティベーションのスケジュールを表示します。つまり、組織のタイムゾーン設定や他のチームメンバーの所在地に関係なく、各ユーザーは自分のホームタイムゾーンでスケジュールを表示します。この機能は、異なるタイムゾーン間でセグメントとアクティベーションをスケジュールする際の混乱やエラーを回避するのに役立ちます。その他の選択肢は、Data Cloudのタイムゾーン処理方法を反映していないため、正しくありません。太平洋標準時 Pacific Time

Zone)のチームメンバーは、個人のタイムゾーン設定が組織のタイムゾーン設定と一致しない限り、組織のタイムゾーン設定と同じタイムゾーンを表示しません。東部標準時

(Eastern Time Zone)のチームメンバーは、個人のタイムゾーン設定が組織のタイムゾーン設定と一致しない限り、組織のタイムゾーン設定でスケジュールを表示しません。Data CloudはすべてのスケジュールをGMTではなく、ユーザーのローカルタイムゾーンで表示します。参考資料：

データクラウドのタイムゾーン

ユーザーと組織のデフォルトのタイムゾーンを変更する

Salesforce、Google、Outlook のタイムゾーン設定を変更する

SalesforceのDateTimeフィールドとタイムゾーン設定

最新問題: 13

Amazon S3 にアクティブ化するとき .csv ファイルで提供される情報はどれですか？

- A. セグメントをアクティブ化したユーザーとアクティブ化した日時を示す監査ログ
- B. アクティブ化されたデータペイロード
- C. セグメント定義に関するメタデータ
- D. Data Cloud 内のオリジンソースのマニフェスト

Answer: B (メッセージを残す)

Amazon S3 にアクティブ化する場合、.csv ファイルで提供される情報は、アクティブ化データペイロードです。アクティブ化データペイロードは、Data Cloud からアクティブ化ターゲット (この場合は Amazon S3 バケット) に送信されるデータです¹。アクティブ化データペイロードには、アクティブ化されるセグメントに含まれる個人またはエンティティの属性と値が含まれます²。アクティブ化データペイロードは、マーケティング、販売、サービス、分析など、さまざまな目的に使用できます³。その他のオプションは、Amazon S3 にアクティブ化するとき .csv ファイルで提供されないため、正しくありません。オプション A は、監査ログが .csv ファイルで提供されないため、正しくありませんが、Data Cloud UI の [アクティベーション履歴] タブで表示できます⁴。オプション C は、セグメント定義に関するメタデータが .csv ファイルで提供されないため、正しくありませんが、Data Cloud UI の [セグメンテーション] タブで表示できるため、正しくありません⁵。選択肢Dは不正解です。データクラウド内のオリジンソースのマニフェストは.csvファイルでは提供されていませんが、データクラウドUIの「データソース」タブで確認できます。参考資料 :データアクティベーションの概要、データクラウドでのセグメントの作成とアクティベーション、データアクティベーションのユースケース、アクティベーション履歴の表示、セグメンテーションの概要、[データソースの概要]

最新問題: 14

コンサルタントは、以前黒のパンツを購入した顧客向けに新製品の発売を発表するセグメントを構築しています。

この基準を満たすために、コンサルタントは注文製品オブジェクトから製品の色と製品タイプの属性をどのように配置する必要がありますか？

- A. 製品の色を1つのコンテナに配置し、製品の種類の属性を別のコンテナに配置します。
- B. 動的に適用する「黒」の計算された洞察の属性を配置します
- C. 製品と製品タイプの属性を直接属性として配置します。
- D. 製品の色と製品の種類の属性を1つのコンテナに配置します。

Answer: D ([メッセージを残す](#))

注文商品オブジェクトから商品の色と商品タイプに基づいてセグメントを作成するには、コンサルタントは商品の色と商品タイプの属性を単一のコンテナに配置する必要があります。これにより、セグメントには黒のパンツを購入した顧客のみが含まれ、黒のシャツや青のパンツを購入した顧客は含まれなくなります。コンテナとは、論理積 (AND) 演算に基づいて個人のセグメントを定義する属性のグループです。属性を別々のコンテナに配置すると、黒の商品またはパンツを購入した顧客を含むセグメントが作成されますが、これは望ましい条件ではありません。「黒」という計算済みインサイトの属性を配置しても機能しません。計算済みインサイトは集計データに基づいており、個人レベルのデータに基づいていないためです。また、属性を直接属性として配置しても機能しません。直接属性は、注文データではなくプロフィールデータに基づいて個人をフィルタリングするために使用されるためです。参考資料：

データクラウドでセグメントを作成する

セグメンテーションツールについて学ぶ

Salesforce、データクラウドコンサルタント認定プログラムを開始

最新問題: 15

データ ストリームの削除を妨げる 2 つの依存関係はどれですか。

2つの回答を選択してください

- A. 基盤となるデータ レイク オブジェクトがアクティベーションに使用されます。
- B. 基盤となるデータ レイク オブジェクトはデータ変換で使用されます。
- C. 基盤となるデータ レイク オブジェクトは、データ モデル オブジェクトにマップされます。
- D. 基盤となるデータ レイク オブジェクトがセグメンテーションに使用されます。

Answer: ([解答を表示する](#))

Data Cloud でデータストリームを削除するには、基盤となるデータレイクオブジェクト (DLO) が他のオブジェクトやプロセスへの依存関係や参照を持たないようにする必要があります。以下の 2 つの依存関係により、データストリームは削除されません¹。

データ変換 :これは、取り込んだデータをデータモデルの標準化された形式と構造に変換するプロセスです。データ変換では、1つ以上のDLOを入力または出力として使用できます。データ変換でDLOが使用されている場合、データ変換自体が削除または変更されるまで、DLOは削除できません²。

データモデルオブジェクト :これは、データモデル内のエンティティまたはリレーションシップのタイプを表すオブジェクトです。データモデルオブジェクトは、1つ以上のDLOにマッピングして、その属性と値を定義することができます。DLOがデータモデルオブジェクトにマッピングされている場合、マッピングが削除または変更されるまで、DLOは削除できません3。

1: Salesforceヘルプのデータストリーム記事を削除する

2: Trailhead の [Data Cloud でのデータ変換] ユニット

3: Trailhead の [Data Cloud のデータモデル] ユニット

最新問題: 16

Cumulus Financialは、法人向けローンと個人向けローンの両方を提供しています。個人顧客は法人向けローンと個人向けローンの両方を利用される場合があるため、連絡先DLOの記録は両方のグループにとって有用です。ただし、法的理由により、2つのグループは区別して管理する必要があります。

Cumulus Financialはこのビジネス要件をどのように解決すべきでしょうか？

A. 個別 DM0 を複製します。

B. 連絡先 DLO を複製します。

C. 同じデータ スペースに 2 つの ID 解決ルールを作成します。

D. 2 つのデータ スペースを使用します。

Answer: D (メッセージを残す)

Cumulus Financialでは、法的な理由から事業用ローンと個人用ローンの記録を分けて管理しながら、同じContact DLOを活用しなければならないというビジネス要件に対応しています。最適なソリューションは、2つのデータスペースを使用することです。その理由と仕組みは以下のとおりです。

Salesforce Data Cloud のデータスペースについて :データスペースは、Salesforce Data Cloud 内の論理コンテナであり、組織は特定のビジネスニーズ、コンプライアンス要件、またはプライバシー規制に基づいてデータをセグメント化できます。これにより、データ処理と ID 解決ルールを分離しながら、連絡先 DLO などの共有データオブジェクトへのアクセスが可能になります。

なぜ 2 つのデータ スペースが必要なのでしょう？

2 つのデータ スペース (たとえば、ビジネス ローン用と個人ローン用) を作成することにより、Cumulus Financial は 2 つのグループ間の分離を維持し、法令遵守を維持できます。両方のデータ スペースは同じ連絡先 DLO を参照できるため、個々の顧客データは重複されず、両方のコンテキストでアクセスできるようになります。

ID 解決ルールは各データ スペース内で個別に構成できるため、セグメンテーションが法的要件に準拠していることを確認できます。

このソリューションを実装する手順:

ステップ 1: Salesforce Data Cloud の 「データ スペース」セクションに移動します。

ステップ 2: 2 つの新しいデータ スペースを作成します。1 つは 「ビジネス ローン」用、もう 1 つは 「個人ローン」用です。ステップ 3: 適切なセグメンテーションを確保するために、各データ スペースに対して ID 解決ルールを個別に構成します。

ステップ 4: 既存の連絡先 DLO を両方のデータ スペースにリンクします。これにより、両方のコンテキストで同じ連絡先データが重複なく利用できるようになります。

ステップ 5: あるデータ スペースのデータが他のデータ スペースと誤って混在しないように、アクティベーション ルールとアクセス許可を設定します。

他の選択肢はなぜないのか？

A). 個々の DMO を複製する :これはデータの不要な重複につながり、ストレージコストの増加につながります。また、重複したレコード間の一貫性を維持するのが複雑になります。

B). 連絡先 DLO を複製する: DMO を複製する場合と同様に、このアプローチでは、法的分離という根本的な問題を解決せずに、ストレージとメンテナンスのオーバーヘッドが増加します。

C). 同じデータ スペースに 2 つの ID 解決ルールを作成する: これは実行可能なオプションのように見えますが、両方のグループが同じデータ スペース内に存在するため、必要な法的分離は提供されません。

Cumulus Financial は、2 つのデータ スペースを使用することで、効率性を維持し、データの冗長性を回避しながら、必要な法的分離を実現します。

有効な **Data-Con-101** 問題集は GoShiken.com が提供された合格しやすい Data-Con-101 試験問題集！ GoShiken.com が最新の **Data-Con-101** 試験問題集を提供しています。GoShiken.com Data-Con-101 試験問題は最新で、解答が正確でございます。最新の GoShiken.com Data-Con-101 問題集をゲットする人はこちら:

<https://www.goshiken.com/Salesforce/Data-Con-101-mondaishu.html> (17030%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

顧客は Salesforce CRM とリアルタイムで統合する必要があります。

どの機能がこの要件を満たしますか？

A. ストリーミング変換

B. データモデルトリガー

C. セールスとサービスバンドル

D. データアクションと Lightning Web コンポーネント

Answer: A (メッセージを残す)

正解はAです。ストリーミング変換です。ストリーミング変換は、Salesforce CRM とのリアルタイムデータ統合を可能にする Data Cloud の機能です。ストリーミング変換は、Data Cloud Streaming API を使用して、CRM データソースと Data Cloud 間で更新のマイクロバッチをほぼリアルタイムで同期します1。ストリーミング変換により、Data Cloud はセグ

メンテーションとアクティベーションに必要な最新かつ正確なCRMデータを取得できます2。

その他のオプションは、次の理由により正しくありません。

B) データモデルトリガー。データモデルトリガーは、データモデルオブジェクトが作成、更新、または削除された際にカスタムロジックを実行できるData Cloudの機能です3。データモデルトリガーはSalesforce CRMとデータを統合するのではなく、Data Cloud内でデータを操作します。

C) Sales and Service バンドル。Sales and Service バンドルは、Sales Cloud および Service Cloud データソース4 向けに、事前に構築されたデータストリーム、データモデルオブジェクト、セグメント、アクティベーションを可能にする Data Cloud の機能です。Sales and Service バンドルは、Salesforce CRM とリアルタイムでデータを統合するのではなく、スケジュールされた間隔でデータを取り込みます。

D) データアクションとLightning Webコンポーネント。データアクションとLightning Webコンポーネントは、カスタムユーザーインターフェースとワークフローを構築し、Salesforceアプリケーションに組み込むことを可能にするData Cloudの機能です5。データアクションとLightning Webコンポーネントは、Salesforce CRMとデータを統合するのではなく、Salesforceアプリケーション内でデータを表示および操作します。

1: データクラウドにデータをロードする

2: [データクラウド内のデータストリーム]

3: Trailhead の [Data Cloud のデータモデルトリガー] ユニット

4: Trailhead の [Data Cloud のセールスおよびサービス バンドル] ユニット

5: Trailheadの[データクラウドのデータアクションとLightning Webコンポーネント]ユニット

Trailhead の [Data Cloud のデータモデル] ユニット

Salesforceヘルプの「データモデルオブジェクトの作成」の記事

Trailhead の [Data Cloud のデータソース] ユニット

Salesforce ヘルプの「データクラウドでのデータの接続と取り込み」の記事

Trailhead の [Data Cloud のデータスペース] ユニット

Salesforce ヘルプの [データスペースの作成] 記事

Trailhead の「データクラウドのセグメント」ユニット

Salesforceヘルプの「セグメントの作成」の記事

Trailhead の [データクラウドでのアクティベーション] ユニット

Salesforceヘルプの[アクティベーションの作成]記事

最新問題: 18

検出中に、複数のデータ ソースがあり、個人に関するデータを 1 つの統合プロファイルに照合および調整する必要がある顧客に対して、コンサルタントはどの機能を強調する必要がありますか？

A. 調和

- B. データクレンジング
- C. データ統合
- D. アイデンティティ解決

Answer: D ([メッセージを残す](#))

複数のデータソースを持ち、個人に関するデータを単一の統合プロフィールに照合 調整する必要がある顧客に対して、コンサルタントが強調すべき機能はD. アイデンティティ解決です。アイデンティティ解決とは、異なるデータソースにまたがる個人に関するデータを識別、照合、調整し、顧客の単一ビューを表す統合プロフィールを作成するプロセスです。アイデンティティ解決では、決定論的マッチング、確率的マッチング、調整ルール、アイデンティティグラフなど、さまざまな手法とルールを用いて、データの最適な一致と調整を決定します。アイデンティティ解決により、顧客は顧客とそのさまざまなチャネルやタッチポイントにおけるインタラクションを完全かつ正確に把握できます。参考資料：
Salesforce Data Cloud Consultant試験ガイド、アイデンティティ解決

最新問題: 19

データ ソースに主キーとして指定できるフィールドがない場合、コンサルタントはどのようにすればよいですか？

- A. Data Cloud が推奨するデフォルトの主キーを使用します。
- B. 数式フィールドを使用して 2 つ以上のソース フィールドを組み合わせることで複合キーを作成します。
- C. フィールドを主キーとして選択し、キー修飾子を追加します。
- D. データ ソースから重複を削除し、主キーを選択します。

Answer: ([解答を表示する](#))

Salesforce Data Cloud の主キーについて理解する:

主キーは、データソース内のレコードの一意的識別子です。これにより、各レコードが一意的に識別され、アクセスできるようになります。

参考: Salesforce 主キーのドキュメント

主キーの欠落による課題:

一部のデータ ソースには自然な主キーがないため、レコードを一意的に識別することが困難な場合があります。

参考: Salesforce データ統合ガイド

解決策: 複合キーの作成:

複合キーの定義: 複合キーは、2 つ以上のフィールドを組み合わせることで一意的識別子を生成することによって作成されます。

数式フィールド: 数式フィールドを使用すると、異なるフィールドを連結して一意的複合キーを作成できます。

例: 「電子メール」と「電話番号」を組み合わせることでレコードを一意的に識別する場合、数式フィールドでこれらの値を連結して複合キーを形成できます。

参考: Salesforce 複合キー作成ガイド

複合キーを作成する手順:

組み合わせると各レコードを一意に識別できるフィールドを識別します。

これらのフィールドを連結する数式フィールドを作成します。

この複合キーを、Data Cloud のデータ ソースの主キーとして使用します。

参考: Salesforce 数式フィールドのドキュメント

最新問題: 20

ヘルスケアのクライアントは ID 解決を利用したいと考えていますが、特定の個人識別情報 (PII) を共有する可能性のあるプロファイルを統合するリスクを冒したくはありません。

最も正確なマッチング結果を得るために、コンサルタントはどのマッチングルール基準を推奨する必要がありますか？

- A. 患者IDの当事者識別
- B. 正確な姓とエミル
- C. メールアドレスと電話番号
- D. あいまいな名、正確な姓、および電子メール

Answer: ([解答を表示する](#))

ID解決とは、異なるソースからのデータを顧客または個人の統合プロファイルにリンクするプロセスです。ID解決では、マッチングルールを使用して異なるレコードの属性を比較し、それらが同一人物に属しているかどうかを判断します。マッチングルールは、名前、メールアドレス、電話番号、住所、カスタム識別子など、様々な属性の完全一致またはあいまい一致に基づくことができます。ID解決を使用したいものの、名前やメールアドレスなどの特定の個人識別情報 (PII) を共有する可能性のあるプロファイルを統合するリスクを避けたいヘルスケアクライアントは、ヘルスケアドメインに固有の一意で信頼性の高い識別子に基づくマッチングルール基準を使用する必要があります。そのような識別子の1つが患者IDです。患者IDは、ヘルスケアプロバイダーまたはシステムによって各患者に割り当てられる一意の番号です。患者IDの当事者識別をマッチングルール基準として使用することで、ヘルスケアクライアントは、同じ患者IDを持つレコードのみが一致して統合されるようにし、共通または類似の名前やメールアドレスによって発生する可能性のある誤検知や誤検知を回避できます。患者IDの当事者識別は、データ保護規制や標準の対象となる可能性のある個人情報 (PII) を公開または共有しないため、機密性の高い医療データを安全かつコンプライアンスに準拠して取り扱う方法でもあります。参考文献 :アイデンティティ解決ルールセットの設定、アイデンティティ解決のフレームワーク :アイデンティティ属性とメソッドの評価

最新問題: 21

コンサルタントは、顧客の注文の住所詳細が統合プロファイルに保存するために最適に選択されていることを確認したいと考えています。

これを達成するためにコンサルタントは何をすべきでしょうか？

- A. 連絡先アドレスのアドレス詳細を選択します。特定のアドレス属性の照合ルールを「ソース優先度」に変更し、個人DMOを一番下に移動します。
- B. 連絡先アドレスのデフォルトの調整ルールを使用します。
- C. 連絡先アドレスのアドレス詳細を選択します。特定のアドレス属性の照合ルールを「ソース優先度」に変更し、注文DMO」を最上位に移動します。
- D. 個別のデフォルトの調整ルールをソース優先度に変更します。

Answer: C ([メッセージを残す](#))

統合プロファイル: Salesforce Data Cloud で統合された顧客プロファイルを作成するには、さまざまなソースからのデータを統合する必要があります。

照合ルール :これらのルールは、競合するデータが発生した場合にどのデータソースが「最適」であると判断されるかを決定します。照合ルールを変更することで、特定のソースを優先することができます。

ソースの優先順位: ソースの優先順位を設定するには、特定の属性に対してどのデータソースを他のデータ ソースよりも優先させるかを定義します。

プロセス :

ステップ 1: 調整ルールの Data Cloud 設定にアクセスします。

ステップ 2: 連絡先の住所の詳細を選択します。

ステップ3 : 住所属性の照合ルールを「ソース優先」に変更します。ステップ4 : 注文DMOを優先リストの一番上に移動します。これにより、顧客注文の住所情報が優先され、統合プロファイルに保存するのに最適なデータとして選択されます。

利点 :

精度: 統合プロファイルで最も正確で信頼性の高い住所データが使用されるようにします。

関連性: 最も関連性が高く、頻繁に更新されるソース (顧客の注文) を優先します。

参考文献:

Salesforce Data Cloud 調整ルール

Salesforce 統合顧客プロファイル

最新問題: 22

コンサルタントは、データ クラウドで新しいオーディエンスを構築したいと考えています。

コンサルタントがセグメントを構築する際に含めることができる 3 つの基準はどれですか?

3つの回答を選択してください

- A. 直接属性
- B. データストリーム属性
- C. 計算された洞察
- D. 関連属性
- E. ストリーミングインサイト

Answer: ([解答を表示する](#))

セグメントとは、属性と行動に基づいて特定の基準を満たす個人のサブセットです。コンサルタントは、Data Cloud でセグメントを構築する際に、以下のような様々な基準を使用できます。

直接属性: 名前、電子メール、性別、年齢など、個人の特性を表す属性です。これらの属性は、プロファイル データ モデル オブジェクト (DMO) に保存され、プロファイル データに基づいて個人をフィルター処理するために使用できます。

計算されたインサイト :データ空間内のデータに対して計算を実行し、その結果をデータ拡張機能に保存するインサイトです。これらのインサイトは、顧客生涯価値、解約リスク、ロイヤルティレベルなど、データから得られた指標やスコアに基づいて個人をセグメント化するために使用できます。

関連属性: これらは、電子メール、エンゲージメント、注文、製品など、個人と他の DMO との関係を記述する属性です。これらの属性は、電子メールの開封、クリック、購入など、さまざまなエンティティとのやり取りやトランザクションに基づいて個人をセグメント化するために使用できます。

他の2つのオプションは、Data Cloudでセグメントを構築するための有効な基準ではありません。データストリーム属性は、Marketing Cloud、Commerce Cloud、Service Cloudなど、さまざまなソースからData Cloudに取り込まれるストリーミングデータを記述する属性です。これらの属性はセグメンテーションに直接使用することはできませんが、ストリーミングデータ変換を使用して変換し、データ拡張機能に保存できます。

ストリーミングインサイトは、ストリーミングデータをリアルタイムで分析し、事前定義された条件に基づいてアクションをトリガーするインサイトです。これらのインサイトはセグメンテーションではなく、アクティベーションとパーソナライゼーションに使用されます。参考資料 :データクラウドでのセグメントの作成、データクラウドでのインサイトの使用、データクラウドのデータモデル

最新問題: 23

データ モデル内に矛盾する情報がある場合、アイデンティティ解決では統合された個人の属性をどのように選択するのでしょうか？

- A. 追加の接触点を作成する
- B. 調整ルールを活用する
- C. 追加のルールセットを作成する
- D. マッチルールを活用する

Answer: ([解答を表示する](#))

アイデンティティ解決とは、異なるソースからのデータを照合 統合することで、個人の統合プロファイルを作成するプロセスです。データモデル内に、同一人物の異なる名前、住所、電話番号など、矛盾する情報が存在する場合、アイデンティティ解決では調整ルールを活用し、統合プロファイルに最も正確で完全な属性を選択します。調整ルールは、最新性、頻度、ソースの優先度、完全性などの基準に基づいて矛盾を解決する方法を定義する設定可能なルールです。例えば、調整ルールでは、統合プロファイルに最も最近使用した名前や

最も頻繁に使用される電話番号を選択するように指定できます。調整ルールは、属性レベルまたは連絡先レベルで適用できます。参考資料 :アイデンティティ解決、調整ルール、Salesforce Data Cloud 試験問題

最新問題: 24

コンサルタントは、複数のブランドを扱う組織向けに Data Cloud を設定し、データ スペースを使用してさまざまなブランドのデータを分離しています。

データ ストリームのマッピングを開始しているときに、コンサルタントはブランドの 1 つに対してオブジェクトをマッピングできないことに気付きました。

オブジェクトを新しいデータ スペースで利用できるようにするために、コンサルタントは何をすべきでしょうか。

- A. 新しいデータ ストリームを作成し、2 番目のデータ ストリームをデータ スペースにマップします。
- B. データ コピー機能を使用して、デフォルトのデータ スペースから新しい DMO にデータをコピーし、この DMO を新しいデータ スペースにリンクします。
- C. 異なるデータ スペース間でデータを分割するためのバッチ変換を作成します。
- D. [データ スペース] タブに移動し、新しいデータ スペースに含めるオブジェクトを選択します。

Answer: D (メッセージを残す)

複数ブランドを扱う組織向けにデータクラウドを設定する際、コンサルタントがデータストリームの設定中にいずれかのブランドのオブジェクトをマッピングできない場合は、「データスペース」タブに移動し、そのオブジェクトを選択して新しいデータスペースに追加する必要があります。その理由は以下のとおりです。

問題を理解する

コンサルタントは、データ スペースを使用して、さまざまなブランドのデータを分離しています。

データ ストリームをマッピングしているときに、ブランドの 1 つでオブジェクトが利用できないことに気付きました。

これは、オブジェクトが新しいデータ スペースに関連付けられていないことを示します。

データ スペース タブに移動する理由

データスペースとオブジェクトの可用性:

オブジェクトをデータ スペース内のマッピングまたは変換で使用するには、その前にそのオブジェクトをデータ スペースに明示的に追加する必要があります。

オブジェクトが見つからない場合、そのオブジェクトがデータ スペース構成に含まれていないことを意味します。

ソリューションアプローチ :

コンサルタントは、「データ スペース」タブに移動して、必要なオブジェクトを新しいデータ スペースに追加できます。

これにより、オブジェクトがデータ ストリーム内でマッピングおよび使用できるようになります。

問題を解決するための手順

ステップ1: データスペースタブに移動する

「データ クラウド」> 「データ スペース」に移動し、ブランドの新しいデータ スペースを見つけます。

ステップ2: 不足しているオブジェクトを追加する

データスペースを選択し、「編集」をクリックします。

必要なオブジェクト (データ モデル オブジェクトやデータ レイク オブジェクトなど) をデータ スペースに追加します。

ステップ3: 保存して検証する

変更を保存し、データ ストリームの設定に戻ります。

オブジェクトがマッピングに使用できることを確認します。

ステップ4: マッピングを完了する

データ ストリーム内のオブジェクトのマッピングを続行します。

他の選択肢はなぜないのか？

A). 新しいデータ ストリームを作成し、2 番目のデータ ストリームをデータ スペースにマップします。問題がデータ スペース内のオブジェクトの可用性だけである場合は、新しいデータ ストリームを作成する必要はありません。

B). データ コピー機能を使用して、デフォルトのデータ スペースから新しい DMO にデータをコピーし、この DMO を新しいデータ スペースにリンクします。これは複雑すぎるため、オブジェクトをデータ スペースに簡単に追加できる場合は必要ありません。

C). 異なるデータ スペース間でデータを分割するためのバッチ変換を作成します。バッチ変換は、オブジェクトの可用性の問題を解決するためではなく、データ処理に使用されます。

結論

正しい解決策は、「データスペース」タブに移動し、オブジェクトを選択して新しいデータスペースに含めることです。これにより、オブジェクトがマッピングに使用できるようになり、問題が効率的に解決されます。

最新問題: 25

顧客は生涯価値について計算された洞察力を持っています。

計算された洞察の場合、コンサルタントは何に注意する必要がありますか。

変更が必要ですか？

A. 新しいディメンションを追加できます。

B. 既存のディメンションを削除できます。

C. 既存の対策を削除できます。

D. 新しいメジャーを追加できます。

Answer: A ([メッセージを残す](#))

計算インサイトは、SQL式を用いてデータから定義・計算される多次元指標です。計算インサイトには、ディメンションとメジャーを含めることができます。ディメンションとは、顧客ID、製品カテゴリ、地域など、データをグループ化またはフィルタリングするために使用されるフィールドです。メジャーとは、売上高、数量、平均注文額など、計算や集計を実行するために使用されるフィールドです。計算インサイトは、SQL式を編集するか、データスペースを変更することで変更できます。ただし、コンサルタントは計算インサイトを変更する際に、以下の制限事項と考慮事項に注意する必要があります¹²。

既存のディメンションは削除できません。SQL式からディメンションを削除すると、計算インサイトの実行に失敗し、エラーメッセージが表示されます。これは、ディメンションが計算インサイトオブジェクトの主キーの作成に使用されているため、削除すると既存のデータとの競合が発生するためです。

したがって正解はBです。

新しいディメンションを追加できます。SQL式にディメンションを追加すると、計算インサイトが実行され、計算インサイトオブジェクト内にそのディメンション用の新しいフィールドが作成されます。ただし、コンサルタントはディメンションを追加しすぎないように注意する必要があります。ディメンションを追加しすぎると、計算インサイトのパフォーマンスとユーザビリティに影響する可能性があります。

既存のメジャーは削除可能です。SQL式からメジャーが削除されると、計算インサイトが実行され、計算インサイトオブジェクトからそのメジャーのフィールドが削除されます。ただし、コンサルタントは、メジャーを削除すると、計算インサイトを使用している既存のセグメントやアクティベーションに影響する可能性があることに留意する必要があります。

新しいメジャーを追加できます。SQL式にメジャーを追加すると、計算インサイトが実行され、計算インサイトオブジェクト内にそのメジャー用の新しいフィールドが作成されます。ただし、コンサルタントはメジャーを追加しすぎないように注意する必要があります。メジャーを追加すると、計算インサイトのパフォーマンスとユーザビリティに影響する可能性があります。参考資料：計算インサイト、データスペースにおける計算インサイト。

最新問題: 26

Northern Trail Outfitters のマーケティング マネージャーは、データ クラウド セグメント インテリジェンスからの分析情報を活用して、マーケティングの投資収益率 (ROI) を向上したいと考えています。

これを設定するには、ユーザーはどの権限セットが必要ですか？

- A. データクラウド データアウェア スペシャリスト
- B. データクラウドユーザー
- C. クラウドマーケティングマネージャー
- D. データクラウド管理者

Answer: D ([メッセージを残す](#))

Salesforce Data Cloud でマーケティングROIの向上を目的としてセグメントインテリジェンスを設定 使用するには、管理者権限が必要です。詳細な分析は以下の通りです。

データクラウド管理者 オプション D) :

権限セットの範囲:

データ クラウド管理者権限セットは、AI 主導の分析情報 (オーディエンスの傾向、エンゲージメント メトリックなど) を提供するセグメント インテリジェンスを含む、高度なデータ クラウド機能を構成するためのフル アクセスを付与します。

管理者は、マーケティング ROI を最適化するために重要な指標を定義し、予測モデルを有効にし、セグメントのパフォーマンスを分析できます。

公式ドキュメント:

SalesforceのData Cloud権限セットガイドでは、セグメントインテリジェンスの設定と管理には管理者権限が必要であると明記されています。データモデル設定の変更、AI/MLツールへのアクセス、セグメントレコメンデーションの適用は、Data Cloud管理者ロールのみが実行できます (出典 :管理者権限と標準ユーザー権限の比較)。

クラウド マーケティング マネージャー (C)」が間違っている理由:

標準権限セットなし:

クラウドマーケティングマネージャー」は、Salesforce Data Cloud の標準権限セットではありません。このオプションを使用すると、Marketing Cloud のロール (例 マーケティング マネージャー) と Data Cloud の権限構造が混同される可能性があります。

マーケティングクラウドとデータクラウドの比較:

Marketing Cloudには 「マーケティングマネージャー」のような役割がありますが、Data Cloudでは異なる権限セット (管理者 ユーザー、データアウェアスペシャリスト) が使用されます。セグメントインテリジェンスはData Cloudの機能であり、Data Cloud固有の権限が必要です。

その他のオプション:

Data Cloud Data Aware Specialist (A): データ ガバナンス ツールへの読み取り専用アクセスを提供しますが、セグメント インテリジェンスを構成する権限はありません。

データ クラウド ユーザー (B): 基本的なセグメントのアクティブ化と表示は可能ですが、AI 主導のインサイトを設定することはできません。

検証手順:

ステップ 1: 「セットアップ」> 「ユーザー」> 「権限セット」から、データ クラウド管理者権限セットを割り当てます。

ステップ 2: 「データ クラウド」> 「セグメント インテリジェンス」に移動して、分析を構成し、AI の推奨事項を確認し、セグメントを最適化します。

ステップ 3: 洞察を活用してターゲティングを絞り込み、ROI の改善を測定します。

結論 :Segment Intelligence を設定して活用するには、Data Cloud 管理者権限セットが必要です。この権限セットは、Data Cloud の高度な分析ツールと AI ツールに必要な管理権限を提供します。Cloud Marketing Manager」は、Data Cloud では有効な権限セットではありません。

最新問題: 27

Northern Trail Outfitters は、Data Cloud インスタンスで個人を統合します。

統合プロファイル上のデータを検証するためにコンサルタントが使用できる 3 つの機能はどれですか？

3つの回答を選択してください

- A. アイデンティティ解決
- B. APLをクエリする
- C. データエクスプローラー
- D. プロファイルエクスプローラー
- E. データアクション

Answer: A,C,D (メッセージを残す)

統合プロファイル上のデータを検証するために、コンサルタントは次の機能を使用できます。

アイデンティティ解決: この機能により、コンサルタントは、さまざまなデータ ソースから個人を統合する方法を決定するアイデンティティ解決ルール セットを表示および編集できます¹。

データ エクスプローラー: この機能により、コンサルタントは統合プロファイルを参照およびフィルタリングし、その属性、セグメント、アクティビティを表示できます²。

プロファイルエクスプローラー :この機能により、コンサルタントは特定の統合プロファイルをドリルダウンし、ソースレコード、アイデンティティグラフ、計算されたインサイト、データアクションなどの詳細を表示できます³。参考資料 :

- 1: データクラウドにおけるID解決
- 2: データクラウドのデータエクスプローラー
- 3: データクラウドのプロファイルエクスプローラー

最新問題: 28

Northern Trail Outfittersは、毎日新しい顧客データをAmazon S3バケットにアップロードし、データクラウドに取り込みます。これに基づいて、過去1年間の顧客1人あたりの総支出を示すインサイトが作成されます。

30日間。

新しくインポートされたデータがどのセグメントでも使用可能であることを確認するには、各プロセスをどの順序で実行する必要がありますか？

- A. データストリームの更新 > アイデンティティ解決 > 計算された洞察
- B. データストリームの更新 > 計算された洞察 > ID解決
- C. 計算されたインサイト > データストリームの更新 > ID解決
- D. アイデンティティ解決 > データストリームの更新 > 計算された洞察

Answer: A (メッセージを残す)

新しくインポートしたデータがどのセグメントでも使用可能であることを確認するには、以下の順序でプロセスを実行する必要があります :データストリームの更新 > ID解決 > 計算されたインサイト。その理由は次のとおりです。

要件を理解する

Northern Trail Outfitters は、毎日新しい顧客データを Amazon S3 バケットにアップロードし、それが Data Cloud に取り込まれます。

過去 30 日間の顧客あたりの総支出を表示するために計算されたインサイトが作成されます。

目標は、データがセグメントで使用される前に、適切に更新、解決、および処理されるようにすることです。

なぜこのシーケンスなのでしょう？

ステップ1: データストリームを更新する

処理を実行する前に、データストリームを更新して、Amazon S3 バケットから最新のデータを取り込む必要があります。

これにより、最新の顧客データが Data Cloud で利用できるようになります。

ステップ2: アイデンティティ解決

データ ストリームを更新した後、関連するレコードを統合プロファイルにマージするために ID 解決を実行する必要があります。

このステップにより、顧客データが統合され、分析の準備が整います。

ステップ3 : 計算された洞察

ID 解決が完了すると、計算された洞察が生成され、過去 30 日間の顧客あたりの総支出を計算できるようになります。

これにより、洞察は最新かつ最も正確なデータに基づくものになります。

その他のオプションが間違っています:

B). データ ストリームの更新 > 計算されたインサイト > ID 解決: 計算されたインサイトは統合プロファイルに依存しているため、ID 解決の前に生成することはできません。

C). 計算されたインサイト > データ ストリームの更新 > ID 解決: 計算されたインサイトには最新のデータと解決済みの ID の両方が必要なので、このシーケンスは無効です。

D). ID 解決 > データ ストリームの更新 > 計算されたインサイト: 最初にデータ ストリームを更新して最新のデータを取り込まなければ、ID 解決は実行できません。

結論

正しい順序は、「データ ストリームの更新」> 「アイデンティティ解決」> 「計算されたインサイト」であり、セグメントで使用される前にデータが適切に更新、解決、および処理されることが保証されます。

最新問題: 29

Northern Trail Outfittersは毎日、過去24時間の店舗取引の概要をAmazon S3バケット内の新しいファイルにアップロードしています。7日以上経過したファイルは自動的に削除され

ます。各ファイルには、標準化された命名規則に従ってタイムスタンプが付けられています。

このデータ ストリームを取り込むときにコンサルタントが設定する必要がある 2 つのオプションはどれですか。

2つの回答を選択してください

- A. 古いファイルの削除が有効になっていることを確認します。
- B. 更新モードが「Upsert」に設定されていることを確認します。
- C. タイムスタンプを収容するためにファイル名にワイルドカードが含まれていることを確認します。
- D. 更新モードが「完全更新」に設定されていることを確認します。

Answer: ([解答を表示する](#))

Amazon S3 バケットからデータを取り込む場合、コンサルタントは次のオプションを設定する必要があります。

更新モードは「Upsert」に設定する必要があります。これは、新規レコードと更新されたレコードがData Cloudに追加または更新され、既存のレコードは保持されることを意味します。これにより、データは常に最新の状態になり、ソースとの整合性が確保されます。

ファイル名には、タイムスタンプに対応するワイルドカードを含める必要があります。つまり、ファイル名パターンには、タイムスタンプの形式に一致する変数部分を含める必要があります。例えば、ファイル名がstore_transactions_2023-12-18.csvの場合、ワイルドカードはstore_transactions_*.csvとなります。これにより、取り込みプロセスは毎日正しいファイルを識別して処理できるようになります。

その他のオプションは、このシナリオでは不要または関連がありません。

古いファイルの削除はAmazon S3バケットの機能であり、Data Cloudの取り込みプロセスではありません。Data Cloudはソースからファイルを削除することではなく、取り込み後にソースファイルを削除する必要もありません。

フルリフレッシュは、Data Cloud 内の既存のレコードをすべて削除し、ソースファイルのレコードに置き換えるリフレッシュモードです。この方法は、特にソースファイルに過去 24 時間のトランザクションの概要のみが含まれている場合、データの損失と不整合が発生する可能性があるため、このシナリオには適していません。参考資料: Amazon S3 からのデータの取り込み、リフレッシュモード

最新問題: 30

空の値を無視するオプションは、ID 解決で何を行いますか？

- A. カスタムマッチルールを実行するときに空のフィールドを無視します
- B. 照合ルールを実行するときに空のフィールドを無視します
- C. ID解決ルールを実行するときに、空のフィールドを持つ個々のオブジェクトレコードを無視します。
- D. 標準の一致ルールを実行するときに空のフィールドを無視します

Answer: ([解答を表示する](#))

ID解決の「空の値を無視」オプションを使用すると、調整ルールの実行時に空のフィールドを無視できます。調整ルールは、さまざまなソースの値に基づいて、統合された個人プロフィールの属性の最終的な値を決定するために使用されます。調整ルール内の各属性に対して、「空の値を無視」オプションは true または false に設定できます。true に設定した場合、調整ルールは、その属性の値が空であるソースをスキップし、優先順位の次のソースに進みます。false に設定した場合、調整ルールは、その属性の値が空であるソースを有効なソースと見なし、それを使用して統合された個人プロフィールの属性値を入力します。他のオプションは、アイデンティティ解決における「空の値を無視」オプションの動作を正しく説明していません。「空の値を無視」オプションは、異なるソース間で属性に基づいて個人を識別およびリンクするために使用されるカスタム一致ルールおよび標準一致ルールには影響しません。また、「空の値を無視」オプションは、アイデンティティ解決ルールの実行時に空のフィールドを持つ個々のオブジェクトレコードを無視しません。これは、アイデンティティ解決ルールがレコードレベルではなく属性レベルで実行されるためです。

データクラウドアイデンティティ解決調整ルール入力

ID解決ルールセットを構成する

データクラウドにおけるデータとアイデンティティ

最新問題: 31

Northern Trail Outfittersは、コンサルタントに対し、Track My Runモバイルアプリからランナーのプロフィールとアクティビティログを抽出し、Data Cloudにロードするよう依頼しました。マーケティング部門からは、過去90日間の履歴データが必要であり、今後利用可能になった時点ですべての新規データと更新データも提供してほしいと依頼されました。ベストプラクティスとして、コンサルタントはこのリクエストを実行するためにどのような一連のアクションを使用する必要がありますか？

- A. 一括取り込みを使用して、まず過去 90 日間のデータを読み込み、その後、将来のデータが利用可能になったときに一括取り込みを使用して同期します。
- B. ストリーミング インジェストを使用して、まず過去 90 日間のデータを読み込み、その後はストリーミング インジェストを使用して、将来のデータが利用可能になったときに同期します。
- C. ストリーミング インジェストを使用して、まず過去 90 日間のデータを読み込み、次にバルク インジェストを使用して、将来のデータが利用可能になったときに同期します。
- D. 最初に一括取り込みを使用して過去 90 日間のデータを読み込み、次にストリーミング取り込みを使用して将来のデータが利用可能になったときに同期します。

Answer: ([解答を表示する](#))

初期データロード：過去90日間のランナープロフィールやアクティビティログなど、大量の履歴データをロードする場合、一括取り込みが最も効率的な方法です。これにより、高スループットのデータ転送が可能になります。

一括取り込み: Salesforce Data Cloud の一括取り込みツールを使用して、履歴データを迅速かつ効率的に読み込みます。

継続的なデータ同期 :Track My Runモバイルアプリで新規記録や変更された記録が利用可能になった際に、データクラウドを最新の状態に保つには、ストリーミング取り込みが最適です。これにより、ほぼリアルタイムのデータ更新が保証されます。

ストリーミング取り込み: ストリーミング取り込みを構成して、モバイル アプリからの新規データと更新されたデータでデータ クラウドを継続的に更新します。

アクションのシーケンス:

ステップ 1: 一括取り込みを実行して、過去 90 日間の履歴データを Data Cloud にインポートします。

ステップ 2: 進行中の更新と新しいデータが利用可能になったときにそれを処理できるように、ストリーミング取り込みを設定します。

ベスト プラクティス: このアプローチにより、初期の大規模なデータ ロードが効率的に処理され、進行中の更新がほぼリアルタイムで処理され、マーケティング部門に最新のデータが提供されるようになります。

参考文献:

Salesforce Data Cloud の取り込み方法

Salesforce 一括データ取り込み

Salesforce ストリーミングデータの取り込み

有効な **Data-Con-101** 問題集は GoShiken.com が提供された合格しやすい Data-Con-101 試験問題集！ GoShiken.com が最新の **Data-Con-101** 試験問題集を提供しています。GoShiken.com Data-Con-101 試験問題は最新で、解答が正確でございます。最新の GoShiken.com Data-Con-101 問題集をゲットする人はこちら:

<https://www.goshiken.com/Salesforce/Data-Con-101-mondaishu.html> (170**30%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**

正常に構成された Amazon S3 データストリームが「ファイルが見つかりません」というエラーメッセージで更新に失敗した場合、コンサルタントが実行する必要がある 2 つの手順はどれですか？

2つの回答を選択してください

- A. Data Cloud ユーザーに正しい権限が設定されているかどうかを確認します。
- B. Data Cloud セットアップで Amazon S3 データ ソースが有効になっているかどうかを確認します。
- C. 指定されたバケットの場所にファイルが存在するかどうかを確認します。
- D. S3 ユーザーに正しい権限が設定されているかどうかを確認します。

Answer: ([解答を表示する](#))

「ファイルが見つかりません」というエラーメッセージは、Data Cloud が Amazon S3 ソースのファイルにアクセスできない、またはファイルを見つけれないことを示します。こ

のエラーには 2 つの原因が考えられ、コンサルタントがトラブルシューティングを行うために実行する必要がある 2 つの手順があります。

Data Cloud ユーザーに、Amazon S3 バケットからファイルを読み取るための適切な権限がありません。これは、ユーザーの権限セットまたはプロファイルに Data Cloud データストリームの読み取り権限が含まれていない場合、またはユーザーの Amazon S3 認証情報が無効または期限切れの場合に発生する可能性があります。この問題を解決するには、コンサルタントが Data Cloud と Amazon S3 でそれぞれユーザーの権限と認証情報を確認し、更新する必要があります。

指定されたバケットの場所にファイルが存在しません。ファイル名またはパスが変更された場合、またはファイルが Amazon S3 バケットから削除または移動された場合に発生する可能性があります。この問題を解決するには、コンサルタントは Amazon S3 バケット内のファイル名とパスを確認し、Data Cloud のデータストリーム設定を適宜更新する必要があります。参考資料 :Data Cloud で Amazon S3 データストリームを作成する、Data Cloud で Amazon S3 ストレージコネクタを使用する方法、Amazon S3 接続

最新問題: 33

Cumulus Financial は、Data Cloud ユーザー向けに、地域に基づいて営業 CRM データを分離しています。複数のデータスペースが設定されており、デフォルトのスペースと、EMEA および APAC 地域向けにカスタマイズされた 2 つの追加スペースがあります。

EMEA の営業担当者は、両地域のデータを視覚化するために一時的にアクセスする必要があります。APAC のデータは視覚化できないと言います。APAC の営業担当者は、対応するセグメント化されたデータを視覚化できます。

この問題の原因を説明している記述はどれですか？

- A. EMEA の営業担当者は、APAC データ スペースに関連付けられたプロファイルに割り当てられていません。
- B. APAC データ スペースはどの権限セットにも関連付けられていません。
- C. APAC データ スペースはどのプロファイルにも関連付けられていません。
- D. EMEA の営業担当者には、APAC データ スペースに関連付けられた権限セットが割り当てられていません。

Answer: ([解答を表示する](#))

この問題は、EMEA の営業担当者が APAC のデータを視覚化できない一方で、APAC の営業担当者はセグメント化されたデータにアクセスできることから発生します。根本的な原因は、EMEA の営業担当者が APAC のデータスペースにアクセスするために必要な権限を持っていないことです。その理由は以下のとおりです。

問題を理解する

Cumulus Financial はデータ スペースを使用して CRM データを地域 (デフォルト、EMEA、APAC) 別に分離します。

EMEA の営業担当者は APAC データに一時的にアクセスする必要がありますが、それを表示することはできません。

APAC の営業担当者は、対応するセグメント化されたデータに問題なくアクセスできます。

権限セットを使用する理由

データ空間アクセス制御:

Salesforce Data Cloud のデータ スペースは、プロファイルと権限セットを使用して保護されます。

ユーザーには、割り当てられたプロファイルまたは権限セットを介してデータ スペースへのアクセス権を明示的に付与する必要があります。

根本原因分析:

APAC の営業担当者は自分のデータにアクセスできるため、APAC データ スペースは適切に構成されています。

問題は EMEA の営業担当者にあります。彼らは、APAC データ スペースへのアクセスを許可するために必要な権限セットを持っていない可能性があります。

一時アクセス:

適切な権限セットを EMEA の営業担当者に割り当てることで、一時的なアクセスを許可できます。

問題を解決するための手順

ステップ1: 必要な権限セットを特定する

[設定] > [権限セット] に移動し、APAC データ スペースに関連付けられている権限セットを見つけます。

ステップ2: 権限セットを割り当てる

一時的なアクセスを必要とする EMEA 営業担当者に APAC データ スペース権限セットを割り当てます。

ステップ3: アクセスを確認する

EMEA の営業担当者が APAC データを視覚化できるようになったことを確認します。

ステップ4: 一時アクセスを取り消す

一時アクセス期間が終了したら、EMEA 営業担当者から権限セットを削除します。

他の選択肢はなぜないのか?

A) EMEA の営業担当者には、APAC データ スペースに関連付けられたプロファイルが割り当てられていません。プロファイルは通常、一時アクセスを管理するための権限セットよりも範囲が広く、柔軟性が低くなります。

B). APAC データ スペースはどの権限セットにも関連付けられていません。これは誤りです。APAC の営業担当者はデータにアクセスでき、データ スペースが適切に構成されていることを示しています。

C) APAC データ スペースはどのプロファイルにも関連付けられていません。オプション B と同様に、APAC の営業担当者はデータにアクセスできるため、これは正しくありません。

結論

この問題は、EMEAの営業担当者にAPACデータスペースに関連付けられた権限セットを割り当てることで解決されます。これにより、営業担当者はAPACデータを視覚化するための一時的なアクセス権を付与されます。

最新問題: 34

データクラウドのコンサルタントは、整理整頓されたクリーンなデータを扱っています。しかし、様々なスキーマがユーザー、連絡先、サブスクライバーなど、複数の名前で個人を参照しているため、標準的なマッピングが必要です。

これらのさまざまなスキーマポイントを標準データモデルにマッピングするプロセスを説明する用語はどれですか。

- A. セグメント
- B. ハーモナイズ
- C. 統合
- D. 変換

Answer: B ([メッセージを残す](#))

データ調和の概要:

データの調和とは、さまざまなソースからのデータを統合して一貫性を保つプロセスです。

参考: Salesforce データハーモナイゼーションの概要

異なるスキーマポイントのマッピング:

Data Cloud では、異なるスキーマが異なる名前 (ユーザー、連絡先、サブスクライバーなど) を使用して同じエンティティを参照する場合があります。

調和化には、これらのさまざまな用語を単一の貫したスキーマに標準化することが含まれます。

参考: Salesforce スキーママッピングガイド

調和化のプロセス:

バリエーションの識別: スキーマ間で同じエンティティを参照する異なる名前とフィールドを認識します。

標準マッピング: 標準データモデルを作成し、さまざまなスキーマポイントをこのモデルにマップします。

例: 「ユーザー」、「連絡先」、「購読者」を「顧客」のような単一の標準エンティティにマッピングします。参考: Salesforce データモデルのハーモナイゼーションに関するドキュメント
データのハーモナイゼーション手順:

標準データモデルを定義します。

さまざまなスキーマのフィールドをこの標準モデルにマップします。

データエコシステム全体の一貫性を確保します。

参考: Salesforce データハーモナイゼーションのベストプラクティス

最新問題: 35

Data Cloud は個人の忘れられる権利をどのように扱いますか?

- A. すべてのデータソースオブジェクトからレコードを削除し、下流のデータモデルオブジェクトは次のスケジュールされた取り込み時に更新されます。
- B. 指定された個別レコードとその統合個別リンクレコードを削除します。
- C. 指定された個人とレコードを、Individual データ モデル オブジェクトにマップされたすべてのデータ ソース オブジェクトから削除します。
- D. 指定された個人と、その個人に関連するすべてのデータ モデル オブジェクト/データ レイク オブジェクトからレコードを削除します。

Answer: D (メッセージを残す)

Data Cloud は、指定された個人と、その個人に関連するすべてのデータモデルオブジェクト/データレイクオブジェクトからレコードを削除することで、個人の「忘れられる権利」を処理します。つまり、Data Cloud は、ソースオブジェクト、統合された個人プロフィール、および関連オブジェクトのデータを含む、個人に関連付けられたすべてのデータをデータスペースから削除します。また、Data Cloud は、個人とソースレコードをリンクする統合個人リンクレコードも削除します。Data Cloud は、忘れられる権利リクエストの処理に Consent API を使用します。リクエストは、完全な削除を確実にするために、30 日、60 日、90 日ごとに再処理されます。

その他のオプションは、データクラウドが個人の忘れられる権利をどのように処理するかについての説明としては正しくありません。データクラウドは、ソースシステムのデータの整合性と可用性に影響を与えるため、すべてのデータソースオブジェクトからレコードを削除することはありません。また、データクラウドは、指定された個人レコードとその統合個人リンクレコードのみを削除することもあります。そうすると、ソースレコードと関連レコードがそのまま残ってしまうためです。さらに、データクラウドは、指定された個人と、その個人データモデルオブジェクトにマッピングされたデータソースオブジェクトからのレコードのみを削除することもあります。そうすると、関連レコードがそのまま残ってしまうためです。

データの削除または忘れられる権利の要求

データクラウドのデータ削除

Data Cloud で Consent API を使用する

データクラウドにおけるデータとアイデンティティ

最新問題: 36

セグメンテーションまたはアクティベーションを実行するときに、データの公開と更新にはどのタイムゾーンが使用されますか？

- A. アクティビティ作成時に指定されたタイムゾーン
- B. アクティビティを作成したユーザーのタイムゾーン
- C. データクラウド管理者ユーザーのタイムゾーン
- D. Salesforce Data Cloud 組織によって設定されたタイムゾーン

Answer: D (メッセージを残す)

セグメンテーションまたはアクティベーションを実行する際にデータの公開と更新に使用されるタイムゾーンはDです。Salesforce Data Cloud組織によって設定されたタイムゾー

ンです。このタイムゾーンは、Data Cloudのプロビジョニング時に組織設定で設定され、Data Cloud内のすべてのユーザーとアクティビティに適用されます。このタイムゾーンによって、セグメントの更新スケジュールとアクティベーションの公開スケジュールが決まります。

したがって、セグメンテーションとアクティベーション戦略を計画する際には、データクラウド組織と対象システムまたはチャネル間のタイムゾーン差を考慮することが重要です。参考資料 :Salesforce Data Cloud Consultant 試験ガイド、セグメンテーション、アクティベーション

最新問題: 37

顧客には、Data Cloud 組織内で各セグメントが最後に公開された日時を表示できるという要件があります。

この要件に最もよく対応するためにコンサルタントが推奨すべき 2 つの機能はどれですか？

2つの回答を選択してください

- A. プロファイルエクスプローラー
- B. 計算された洞察力
- C. ダッシュボード
- D. レポート

Answer: C,D (メッセージを残す)

Data Cloud 組織内で各セグメントが最後に公開された日時を確認したいお客様は、ダッシュボードとレポート機能を使用してこの要件を満たすことができます。ダッシュボードは、主要な指標、傾向、比較を表示できるデータを視覚的に表現したものです。レポートは、詳細、要約、計算を表示できる表形式またはマトリックス形式のデータビューです。ダッシュボードとレポート機能はどちらも、ユーザーがニーズや好みに合わせてデータビューを作成、カスタマイズ、共有できます。各セグメントが最後に公開された日時を確認するには、セグメントオブジェクトのセグメント名、公開日、公開ステータスフィールドを表示するダッシュボードまたはレポートを作成できます。また、これらのフィールドでデータをフィルタリング、並べ替え、グループ化、またはグラフ化して、より多くの洞察や分析を得ることもできます。さらに、必要に応じてダッシュボードやレポートデータをスケジュール、更新、またはエクスポートすることもできます。参考資料: ダッシュボード、レポート

最新問題: 38

Northern Trail Outfitters は Data Cloud を実装したいと考えており、いくつかのユースケースを考えています。

Data Cloud に適していると考えられる 2 つのユースケースはどれですか？

2つの回答を選択してください

- A. さまざまなソースからデータを取り込んで統合し、顧客IDを調整する
- B. クロスチャネルマーケティングメッセージを作成し、調整する
- C. 調和されたデータを使用して、顧客とビジネスへの影響をより正確に理解する

D. ビジネスインテリジェンスとITデータ管理ツールを別々に用意する必要がなくなる

Answer: A,C (メッセージを残す)

Data Cloudは、Salesforceや外部の様々なソースからデータを接続、準備、調和、統合、クエリ、分析し、それらに基づいて行動するのに役立つデータプラットフォームです。Data Cloudに適したユースケースとしては、以下のようなものが挙げられます。

顧客IDを統合するために、様々なソースからデータを取り込み、統合します。Data Cloudは、ストリーミングデータでもバッチデータでも、あらゆるデータをSalesforceに取り込み、共通のデータモデルにマッピングするお手伝いをします。また、Data Cloudは、異なるチャネルやソース間でIDを解決し、顧客の統合プロファイルを作成するのに役立ちます。

調和のとれたデータを活用して、顧客とビジネスへの影響をより正確に把握します。Data Cloudは、お客様がデータを使用する前に変換・クレンジングし、計算されたインサイトや関連属性でデータを拡充するお手伝いをします。また、Data Cloudは、お客様がデータに基づいてセグメントやオーディエンスを作成し、あらゆるチャネルで活用できるよう支援します。さらに、AIを活用して顧客の行動や成果を予測するお手伝いもします。

他の2つのオプションは、Data Cloudに適したユースケースとは考えられません。Data Cloudには、クロスチャネルマーケティングメッセージの作成とオーケストレーションを行う機能は提供されていません。これは通常、Marketing Cloudなどの他のSalesforceソリューションで処理されます。また、Data CloudはビジネスインテリジェンスツールやITデータ管理ツールと連携し、それらの機能を補完するように設計されているため、別途ビジネスインテリジェンスツールやITデータ管理ツールを用意する必要がなくなるわけではありません。

データクラウドの仕組みを学ぶ

Salesforce Data Cloudについて

プラットフォームのユースケースを見つける

一般的なデータ分析のユースケースを理解する

最新問題: 39

データ クラウドにおける人工知能 (AI) の役割は何ですか？

- A. データ検証の自動化
- B. 動的なデータ駆動型管理ダッシュボードの作成
- C. 洞察と予測を通じて顧客とのインタラクションを強化する
- D. ユースケース用のメールテンプレートを生成する

Answer: C (メッセージを残す)

データ クラウドにおける AI の役割: 人工知能 (AI) は、データを活用して顧客とのやり取りを強化する洞察と予測を生成することで、Salesforce データ クラウドで重要な役割を果たします。

洞察と予測:

AI アルゴリズム: 機械学習アルゴリズムを使用して、膨大な量の顧客データを分析します。

予測分析: 顧客の行動傾向、好み、将来の潜在的な行動などの予測的な洞察を提供します。

顧客とのインタラクションの強化:

パーソナライゼーション: AI は、顧客のニーズと好みを予測することで、パーソナライズされたエクスペリエンスを作成するのに役立ちます。

効率性: 顧客が問い合わせる前に問題を予測し、解決策を提案することで、プロアクティブな顧客サービスを実現します。

マーケティング: ターゲティングとセグメンテーションを改善し、マーケティング活動が最も有望なリードと顧客に向けられるようにします。

ユースケース:

推奨エンジン: 過去の行動や好みに基づいて製品やサービスを提案します。

離脱予測: 離脱のリスクがある顧客を特定し、顧客維持戦略で関与させます。

参考文献:

Salesforce データクラウド AI 機能

顧客インタラクションのためのSalesforce AI

最新問題: 40

お客様は、アカウント統合全体の統合率が低いことに気付きました。アカウントを個人および連絡先メールDMOにマッピングしました。

統合率を高めるにはどうすればいいでしょうか?

- A. 調整ルールを「最も頻繁に発生する」に変更します。
- B. 個別の ID ルールセットを無効にします。
- C. 一致するルール数を増やします。
- D. データソース内のアカウントの住所の詳細を更新します

Answer: C (メッセージを残す)

統合率 :Salesforce Data Cloud における統合率は、レコードを単一のプロファイルに統合する効率性を表します。統合率が低い場合、多くのレコードが正常に統合されていないことを示します。

マッチングルール :マッチングルールは、ID解決プロセスにおいて非常に重要です。重複レコードを識別し、マージするための基準を定義します。

解決 :

マッチングルールの追加 :マッチングルールを追加すると、重複レコードの識別能力が向上します。これには、追加フィールドでのマッチングや、より高度なマッチングアルゴリズムの使用が含まれます。

手順:

Data Cloud の ID 解決設定にアクセスします。

現在の一致ルールを確認します。

電話番号、住所、その他の一意の識別子などの追加のフィールドを考慮する新しいルールを追加します。

利点 :

統合の改善: レコードの一致と結合の精度が向上し、統合率が向上します。

包括的なプロファイル: 複数のソースからの統合データを使用して顧客プロフィールを強化します。

参考文献:

Salesforce データクラウド ID 解決

Salesforce ヘルプ: 一致ルール

最新問題: 41

Data Cloud で対応できる一般的なユースケースを 2 つ挙げてください。

2つの回答を選択してください

- A. 顧客データを理解し、それに基づいて行動することで、より関連性の高いエクスペリエンスを実現します。
- B. 一元化された一連のポリシーとプロセスを通じて、エンタープライズ データのライフサイクルを管理します。
- C. 標準化され拡張可能なデータ モデルを使用して、複数のソースからのデータを調整します。
- D. バックアップと災害復旧のための集中システムとして機能することで、重要なビジネスデータを保護します。

Answer: A,C (メッセージを残す)

Data Cloudは、Salesforceや外部の様々なソースにまたがるデータの接続、準備、ハーモナイズ、統合、クエリ、分析、そしてそれらに基づいたアクションの実行を支援するデータプラットフォームです。Data Cloudで対応できる一般的なユースケースには、以下のようなものがあります。

顧客データを理解し、それに基づいて行動することで、より関連性の高いエクスペリエンスを提供できます。Data Cloudは、さまざまなソースからのデータを統合し、チャンネルをまたいでIDを解決することで、お客様が顧客を360度ビューで把握できるよう支援します。また、オーディエンスのセグメント化、パーソナライズされたエクスペリエンスの創出、インサイトとAIを活用したあらゆるチャンネルでのデータの活用も支援します。

標準化され拡張可能なデータモデルを用いて、複数のソースからのデータを調整します。Data Cloudは、お客様がデータを使用する前に変換・クレンジングし、拡張・カスタマイズ可能な共通データモデルにマッピングするお手伝いをします。また、Data Cloudは、お客様が計算されたインサイトや関連属性を作成し、データを拡充してID解決を最適化のお手伝いもします。

他の2つのオプションは、Data Cloudの一般的なユースケースではありません。Data Cloudはデータガバナンスやバックアップ、ディザスタリカバリ機能を提供していません。これらの機能は通常、他のSalesforceソリューションや外部ソリューションによって処理されます。

データクラウドの仕組みを学ぶ

Salesforce Data Cloudについて

プラットフォームのユースケースを見つける

一般的なデータ分析のユースケースを理解する

最新問題: 42

セグメンテーションと計算されたインサイトで日付と時刻に基づく操作にデータセットを使用するには、どのデータ ストリーム カテゴリ タイプを割り当てる必要がありますか？

- A. 個人
- B. エンゲージメント
- C. 販売注文
- D. プロフィール

Answer: ([解答を表示する](#))

セグメンテーションや計算インサイトで日時ベースの操作にデータセットを使用するには、データストリームのカテゴリタイプをエンゲージメントに割り当てる必要があります。その理由は次のとおりです。

要件を理解する

目標は、セグメンテーションと計算された洞察において、日付と時刻に基づく操作 (特定の日付または時刻に基づいて顧客をフィルタリングするなど) を実行することです。

これには、時間の経過に伴う顧客とのやり取りやアクティビティを記録するデータ ストリーム カテゴリが必要です。

なぜエンゲージメントなのか？

エンゲージメントデータストリーム:

エンゲージメント データ ストリームは、Web サイトへのアクセス、メールの開封、購入、その他の時間ベースのアクティビティなど、顧客とのやり取りをキャプチャするように設計されています。

これらのストリームには本質的にタイムスタンプが含まれているため、日付と時刻に基づく操作に最適です。

セグメンテーションと計算された洞察での使用:

セグメンテーションでは、多くの場合、顧客のエンゲージメント行動 (過去 7 日間に Web サイトにアクセスした顧客」など) に基づいて顧客をフィルタリングします。

計算されたインサイトでは、エンゲージメント データを活用して、最新性、頻度、時間の経過に伴う傾向などの指標を導き出します。

その他のカテゴリはあまり適していません:

個人: 時間ベースのインタラクションではなく、人口統計的または静的な属性 (名前、年齢など) に焦点を当てます。

販売注文: トランザクション データを取得しますが、一般的なエンゲージメント ベースの操作には最適化されていません。

プロファイル: 統合された顧客プロフィールを表しますが、日付と時刻に基づく操作を直接サポートしません。

このソリューションを実装する手順

ステップ1: 正しいカテゴリを割り当てる

データ ストリームを設定するときは、エンゲージメント カテゴリを割り当てて、時間ベースの操作に最適化されていることを確認します。

ステップ2: 日付と時刻のフィールドをマップする

取り込み中に関連するフィールド (インタラクションのタイムスタンプなど) が正しくマッピングされていることを確認します。

ステップ3 :セグメンテーションとインサイトでの使用

取り込んだエンゲージメント データをセグメンテーション (例: 過去 24 時間以内にエンゲージした顧客) や計算されたインサイト (例: 「インタラクション間の平均時間」) に活用します。

結論

エンゲージメント カテゴリは、時間ベースのインタラクションをキャプチャするために特別に設計されており、セグメンテーションや計算されたインサイトにおける日付と時間ベースの操作で使用されるデータセットに最適です。

最新問題: 43

Data Cloudのお客様は、ID解決ルールを調整して照合精度を向上させたいと考えています。メールアドレスではなく、CRM IDを主キーとしてCRMコンタクトとマーケティングコンタクトを結合するルールを検討したいと考えています。

この新しいユースケースに対処するためにコンサルタントが実行する必要がある2つのステップはどれですか？

2つの回答を選択してください

A. CRM ID を両方の識別名として使用して、2つのシステムの主キーをパーティ識別にマップします。

B. CRM からの個人の識別名として CRM ID を使用し、マーケティング プラットフォームからの個人の識別名としてマーケティング ID を使用して、2つのシステムの主キーをパーティ ID にマップします。

C. 個人 ID 属性の完全一致のためのカスタム一致ルールを作成します。

D. パーティ識別名として CRM ID に一致するパーティ識別に基づいて一致ルールを作成します。

Answer: ([解答を表示する](#))

この新しいユースケースに対処するには、コンサルタントは、CRM IDを両方の識別名として使用し、2つのシステムの主キーをParty Identificationにマッピングし、CRM IDをParty Identification名として照合するParty Identificationに基づくマッチングルールを作成する必要があります。これにより、コンサルタントは、CRMコンタクトとマーケティングコンタクトが、各個人の一意の識別子であるCRM IDに基づいてマッチングされることを確認できます。Party Identificationを使用することで、コンサルタントは、異なるエンティティやソース間でのマッチングや、同一个人の複数の値の処理など、この属性の利点も活用できます。その他のオプションは、CRM IDを主キーとして使用していないか、Party Identificationを属性タイプとして使用していないため、正しくありません。参考資料 :アイデンティティ解決

ルールセットの設定、アイデンティティ解決一致ルール、データクラウドのアイデンティティ解決ルールセット、データクラウドのアイデンティティ解決設定入力

最新問題: 44

最近、データクラウドのコンサルタントが、自社のID解決プロセスで、電子メールアドレスや電話番号を共有しているが、実際には同一人物ではない個人が照合されていることを発見しました。

この問題に対処するためにコンサルタントは何をすべきでしょうか？

- A.** より厳しい一致基準で既存のルールセットを変更し、ルールセットを実行して更新された結果を確認し、個体が正しく一致するまで必要に応じて調整します。
- B.** 一致するルールが少ない新しいルールを作成して実行し、2つのルールセットを比較して結果を確認して、承認されたら新しいルールセットに移行します。
- C.** より厳密な一致基準を持つ新しいルールセットを作成して実行し、2つのルールセットを比較して結果を確認して検証し、承認されたら新しいルールセットに移行します。
- D.** より厳しい一致基準で既存のルールセットを変更し、2つのルールセットを比較して結果を確認および検証し、承認されたら新しいルールセットに移行します。

Answer: C (メッセージを残す)

ID解決とは、一致ルールと調整ルールに基づいて、さまざまなデータソースのソースプロファイルが統合された個人プロファイルにリンクするプロセスです。ID解決プロセスで、電子メールアドレスや電話番号を共有しているものの、実際には同一人物ではない個人が一致している場合、一致ルールが緩すぎるため、調整する必要があります。この問題に対処する最善の方法は、属性の追加や一致スコアのしきい値の増加など、より厳しい一致基準を持つ新しいルールセットを作成して実行することです。次に、コンサルタントは2つのルールセットを比較して結果を確認し、新しいルールセットによって誤検知が削減され、ID解決の精度が向上するかどうかを確認できます。新しいルールセットが承認されると、コンサルタントは新しいルールセットに移行し、古いルールセットを削除できます。既存のルールセットを変更すると、既存の統合プロファイルに影響し、データの損失や不整合が発生する可能性があるため、その他のオプションは正しくありません。

マッチングルールが少ない新しいルールセットを作成して実行すると、誤検知が増加し、ID解決の範囲が狭まる可能性があります。参考資料：統合された個人プロファイルの作成、AIベースのID解決：多様な顧客データのリンク、データクラウドのID解決。

最新問題: 45

Cumulus Financialの採用チームは、過去24時間以内にウェブサイトの求人ページを2回以上閲覧した候補者を特定したいと考えています。これらの候補者に関する情報をData Cloudでセグメンテーションに利用し、採用システムに追加したいと考えています。

この目標を達成するためにコンサルタントはどの機能を推奨すべきでしょうか？

- A.** ストリーミングデータ変換
- B.** ストリーミングの洞察

C. 計算された洞察力

D. バッチバタ変換

Answer: B (メッセージを残す)

ストリーミングインサイトは、ウェブやモバイルイベントなどのストリーミングデータソースからリアルタイムのメトリクスを作成・監視できる機能です。また、ストリーミングインサイトは、メトリクスの値と条件に基づいて、通知の送信、レコードの作成、フィールドの更新といったデータアクションをトリガーすることもできます。したがって、ストリーミングインサイトは、過去24時間以内にウェブサイトの求人ページを2回以上閲覧した候補者を特定し、採用システムに追加するという目標を達成するのに最適な機能です。その他の選択肢は、以下の理由により誤りです。

ストリーミングデータ変換は、SQL式を使用してストリーミングデータを変換・拡充できる機能です。フィルタリング、結合、集計、値の計算などが可能です。ただし、ストリーミングデータ変換では、メトリクスを監視したり、条件に基づいてデータアクションをトリガーしたりすることはできません。

計算インサイトは、SQL式を用いてデータからLTV、CSAT、平均注文額などの多次元指標を定義・計算できる機能です。ただし、計算インサイトはスケジュールに基づいて実行され、データアクションをサポートしていないため、リアルタイムのデータ分析には適していません。

バッチデータ変換は、データの結合、集計、フィルタリング、追加といった複雑なデータ変換をビジュアルエディタで作成・スケジュール設定できる機能です。ただし、バッチデータ変換はスケジュールに基づいて実行され、データアクションをサポートしていないため、リアルタイムのデータ分析には適していません。参考資料：ストリーミングインサイト、ストリーミングインサイトの作成、データクラウドでのインサイトの使用、データクラウドインサイトの詳細、SQLを使用したデータクラウドインサイト、ストリーミングデータ変換、データクラウドでのバッチデータ変換の開始、バッチデータ変換の変換、データクラウドでのバッチデータ変換：概要 Salesforce Data Cloud AI CDP。

最新問題: 46

ある顧客が、過去30日間に注文を行った顧客の大規模なセグメントを作成し、...から関連属性をアクティベーションに追加しました。Marketing Cloudでアクティベーションを確認すると、30日以上前の注文が含まれていることに気付きました。

この問題を解決するためにコンサルタントは何をすべきでしょうか？

A. 30 日間のデータのみを含むデータ グラフを使用します。

B. データ スペース フィッターを適用して、30 日以上経過した注文を除外します。

C. 購入注文日にフィルターを適用して、30 日以上経過した注文を除外します。

D. Marketing Cloud Engagement で SQL を使用して、30 日以上経過した注文を削除します。

Answer: C (メッセージを残す)

この問題は、Marketing Cloudで有効化されたセグメントに、最近の注文のみを含めるように定義されているにもかかわらず、30日以上前の注文が含まれているために発生します。最善の解決策は、注文日フィルターを適用して古い注文を除外することです。その理由は以下のとおりです。

問題を理解する

セグメントには、発注書データからの関連属性が含まれます。

過去 30 日間に行われた注文をフィルタリングしたにもかかわらず、アクティベーションに古い注文が表示されています。

発注日にフィルターを適用する理由は何ですか？

根本的な原因：

関連属性 (例: 発注書の詳細) は、セグメントと同じ基準でフィルタリングされない場合があります。

購入注文日に特定のフィルターを適用しないと、古い注文が誤って含まれる可能性があります。

ソリューションアプローチ：

フィルターを発注日に直接適用すると、希望する期間内の注文のみがアクティベーションに含まれるようになります。

その他のオプションはあまり適していません：

A). 30 日間のデータのみを含むデータ グラフを使用する: データ グラフは通常、アクティベーションのデータのフィルター処理には使用されません。

B). データ スペース フィルターを適用して、30 日以上経過した注文を除外する: データ スペース フィルターはグローバルに適用され、他のユース ケースに意図せず影響を与える可能性があります。

D). Marketing Cloud Engagement で SQL を使用して、30 日以上経過した注文を削除します。これは事後対応的なアプローチであり、Data Cloud の根本原因に対処しません。

問題を解決するための手順

ステップ1: セグメント定義を確認する

セグメントが過去 30 日間に行われた注文をフィルタリングしていることを確認します。

ステップ2: 購入注文日にフィルターを追加する

アクティベーション構成を変更して、購入注文日のフィルターを追加し、過去 30 日以内の注文のみが含まれるようにします。

ステップ3: アクティベーションをテストする

セグメントを再度公開し、Marketing Cloud でのアクティベーションに必要な注文のみが含まれていることを確認します。

結論

コンサルタントは、注文書の日付にフィルターを適用することで、過去 30 日間に行われた注文のみがアクティベーションに含まれるようにし、問題を効果的に解決します。

有効な **Data-Con-101** 問題集は GoShiken.com が提供された合格しやすい Data-Con-101 試験問題集！ GoShiken.com が最新の **Data-Con-101** 試験問題集を提供しています。GoShiken.com Data-Con-101 試験問題は最新で、解答が正確でございます。最新の GoShiken.com Data-Con-101 問題集をゲットする人はこちら：

<https://www.goshiken.com/Salesforce/Data-Con-101-mondaishu.html> (170**30%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

コンサルタントは、統合された個人プロフィールに最新の電子メール アドレスが保存されていないことに気付きました。

この問題を解決するためにコンサルタントはどのようなアクションを取る必要がありますか？

- A. Salesforce CRM から古いメール アドレスを削除します。
- B. DLO オブジェクトと連絡先メールのマッピングが正しいかどうかを確認します。
- C. 調整ルールが正しく使用されていることを確認します。
- D. 必要に応じて、ソース システムの電子メール アドレスを確認して更新します。

Answer: ([解答を表示する](#))

統合個人プロフィールの理解:

統合された個人プロフィールは、複数のソースからのデータを組み合わせて、各顧客の包括的なビューを作成します。

参考: Salesforce 統合プロフィールのドキュメント

最新のメールアドレスに関する問題:

最新の電子メール アドレスが保存されていない場合は、さまざまなソースのデータがどのように結合され更新されるかを決定する調整ルールが正しく構成されていない可能性があります。

参考: Salesforce データ調整の概要

調整ルール:

これらのルールは、どのデータ ソースが優先されるか、およびデータを結合するときに競合がどのように解決されるかを定義します。

これらのルールが正しく構成されていることを確認することは、正確で最新のプロフィールを維持するために不可欠です。

参考: Salesforce 調整ルールガイド

トラブルシューティングの手順:

Salesforce Data Cloud の調整ルール設定に移動します。

現在のルールを確認して、電子メール アドレスが正しく処理されることを確認します。

ルールが最新のデータを優先し、重複を適切に処理していることを確認します。

参考: Salesforce 調整ルール設定ドキュメント

最新問題: 48

コンサルタントは、Amazon S3 がアクティブ化したキャンペーンを顧客の送信先システムに統合しています。

宛先システムがセグメントに関するメタデータを見つけるために、処理用のこの情報は S3 のどのファイルに格納されますか？

- A. .txtファイル
- B. jsonファイル
- C. .csvファイル
- D. .zipファイル

Answer: ([解答を表示する](#))

Amazon S3 上のファイルで、処理対象となるセグメントのメタデータが含まれるファイルは B. json ファイルです。json ファイルは、セグメントが Amazon S3 でアクティベートされた際に csv ファイルと共に生成されるメタデータファイルです。json ファイルには、セグメント名、セグメント ID、セグメントサイズ、セグメント属性、セグメントフィルタ、セグメントスケジュールなどの情報が含まれています。宛先システムはこのファイルを使用して、セグメントとそのプロパティを識別し、セグメントデータを宛先システム内の対応するフィールドと照合することができます。参考資料: Salesforce Data Cloud Consultant 試験ガイド、Amazon S3 アクティベーション

最新問題: 49

ユーザーは、セグメントを作成、管理、アクティブ化するために Data Cloud にアクセスする権限が必要です。ただし、レポートの作成やデータ ソースの管理は許可されません。コンサルタントはどの権限セットを割り当てる必要がありますか？

- A. データクラウドマーケティングスペシャリスト
- B. データクラウドマーケティングマネージャー
- C. データクラウド データアウェア スペシャリスト
- D. データクラウドユーザー

Answer: A ([メッセージを残す](#))

ユーザーにレポートの作成やデータソースの管理を許可せずにセグメントを作成、管理、アクティブ化する権限を付与するには、コンサルタントは Data Cloud マーケティング スペシャリスト権限セットを割り当てる必要があります。

理由は次のとおりです。

役割の要件を理解する:

ユーザーには、セグメントの作成、管理、およびアクティブ化へのアクセス権が必要です。ユーザーには、より高度な管理タスクであるレポートの作成やデータ ソースの管理を行う権限が付与されるべきではありません。

なぜデータクラウドマーケティングスペシャリストなのか？

Data Cloud マーケティング スペシャリスト権限セットでは、セグメントの作成、管理、アクティブ化など、セグメント関連の機能にアクセスできます。

レポートの作成やデータ ソースの管理の権限は除外されており、規定の要件に完全に一致しています。

権限セットを割り当てる手順:

ステップ 1: Salesforce で [設定] > [ユーザー] > [権限セット] に移動します。

ステップ 2: Data Cloud マーケティング スペシャリスト権限セットを見つけてユーザーに割り当てます。

ステップ 3: Data Cloud でアクセスをテストして、ユーザーに必要な権限があることを確認します。

他の選択肢はなぜないのか？

B). データクラウドマーケティングマネージャー: この権限セットには、キャンペーンやオーディエンスの管理など、この役割に必須ではないより広範な権限が含まれています。

C). データクラウド データ認識スペシャリスト: この役割は、セグメント管理ではなく、データの取り込みと変換に重点を置いています。

D). データ クラウド ユーザー: これは、アクセスが制限されており、セグメント管理機能は含まれない基本的な権限セットです。

コンサルタントは、Data Cloud マーケティング スペシャリスト権限セットを割り当てることで、ユーザーのアクセスを過度に拡張することなく、必要な権限がユーザーにあることを確認できます。

最新問題: 50

信頼に基づくファーストパーティ データ資産を構築するとはどういう意味ですか？

A. 使用に同意し、その見返りに価値を受け取る個人から収集したデータの透明性とセキュリティを確保するため

B. すべてのコンプライアンス規制に準拠した、信頼できるファーストパーティデータをデータクラウドマーケットプレイスで提供する

C. 法律で義務付けられているすべての電子メールマーケティングでオプトインの同意が収集されるようにするため

D. インタビュー、アンケート、世論調査を通じて信頼できる情報源から競合データを入手する

Answer: A (メッセージを残す)

信頼に基づくファーストパーティデータ資産を構築するということは、顧客や見込み客のプライバシーと嗜好を尊重しながらデータを収集、管理、活用することを意味します。また、データの使用方法、データ共有によるメリット、そしてデータの管理方法について、明確かつ誠実な情報を顧客に提供することも意味します。そうすることで、顧客との相互に有益な関係を構築し、顧客が責任を持って倫理的にデータを使用することを信頼し、より関連性の高いパーソナライズされたエクスペリエンスを提供できるようになります。信頼に基づくファーストパーティデータ資産は、顧客ロイヤルティ、顧客維持率、顧客成長の向上、そしてデータ保護規制や標準への準拠に役立ちます。参考資料 :ファーストパーティデータを活用し、強力なデジタルエクスペリエンスを実現する、ファーストパーティデータがデータプライバシーの鍵となる理由、ファーストパーティデータ戦略の構築

最新問題: 51

Northern Trail Outfitters は、Marketing Cloud データの一部を Data Cloud で使用したいと考えています。

どのエンゲージメント チャンネル データにカスタム統合が必要ですか？

- A. SMS
- B. メール
- C. クラウドページ
- D. モバイルプッシュ

Answer: ([解答を表示する](#))

CloudPage は、Marketing Cloud でパーソナライズおよびホストできるウェブページです。Data Cloud が標準でサポートするエンゲージメントチャンネルには含まれていません。CloudPage データを Data Cloud で使用するには、カスタム統合が必要です。その他のエンゲージメントチャンネル (SMS、メール、モバイルプッシュ) は Data Cloud でサポートされており、Marketing Cloud コネクタまたは Marketing Cloud API を使用して統合できます。参考資料: Data Cloud の概要、Marketing Cloud コネクタ、Marketing Cloud API

最新問題: 52

コンサルタントがセグメント エラーのトラブルシューティングを行っています。

ネストされたセグメントの代わりに計算されたインサイトを使用すると、どのエラー メッセージが解決されますか？

- A. セグメントが複雑すぎます。
- B. 複数の人口カウントが進行中です。
- C. セグメントのポピュレーションカウントに失敗しました。
- D. セグメントを公開できません。

Answer: A ([メッセージを残す](#))

Data Cloud のセグメント エラー: Salesforce Data Cloud のセグメントでは、複雑さやネストされたセグメントなど、さまざまな理由によりエラーが発生する可能性があります。

計算されたインサイトとネストされたセグメント:

複雑なセグメント: ネストが広範囲に及んだり条件が多数存在したりしてセグメントが複雑すぎる場合は、エラーが発生する可能性があります。

計算されたインサイトによる簡素化: 計算されたインサイトを使用すると、複雑なロジックや集計を事前に計算して保存し、セグメント内で直接参照することで、セグメントの作成を簡素化できます。

解決:

ステップ 1: 「セグメントが複雑すぎます」というエラーの原因となっているセグメントを特定します。

ステップ 2: 複雑なロジックを計算された洞察に分解します。

ステップ 3: 計算された洞察をセグメント定義で使用して複雑さを軽減します。

参考文献:

Salesforce Data Cloud の計算されたインサイト

Salesforce データクラウドセグメントの作成

最新問題: 53

顧客はCRMからData Cloudに取り込むためのマスター顧客テーブルを持っています。このテーブルには、名前とメインのメールアドレスに加え、その他の個人識別情報 (PLI) が含まれています。

ID 解決をサポートするには、フィールドをどのようにマッピングする必要がありますか？

- A. 入力テーブルに直接一致するフィールドを持つ新しいカスタム オブジェクトを作成します。
- B. すべてのフィールドを Customer オブジェクトにマップします。
- C. 名前を個人オブジェクトにマップし、電子メール アドレスを連絡先電話番号電子メールオブジェクトにマップします。
- D. すべてのフィールドを個人オブジェクトにマップし、電子メール アドレスのカスタムフィールドを追加します。

Answer: C ([メッセージを残す](#))

Data Cloud で ID 解決をサポートするには、マスター顧客テーブルのフィールドを、この目的のために設計された標準データモデルオブジェクトにマッピングする必要があります。個人オブジェクトは、顧客の名前やその他の個人識別情報 (PII) を保存するために使用され、連絡先電話番号/メールオブジェクトは、顧客の主要なメールアドレスやその他の連絡先情報を保存するために使用されます。これらのオブジェクトは、連絡先情報が個人に属していることを示すリレーションフィールドによってリンクされています。これらのオブジェクトにフィールドをマッピングすることで、Data Cloud は ID 解決ルールを使用して、名前とメールアドレスのフィールドに基づいて、さまざまなソースのプロファイルを照合および調整できます。その他のオプションは、標準データモデルに含まれない新しいカスタムオブジェクトを作成するか、すべてのフィールドを ID 解決用ではない顧客オブジェクトにマッピングするか、すべてのフィールドを標準のメールアドレスフィールドを持たない個人オブジェクトにマッピングするため、推奨されません。参考資料: ID 解決のためのデータモデリング要件、統合された個人プロファイルの作成

最新問題: 54

お客様には2つのData Cloud組織があります。Data Cloud組織の1つで、Amazon S3データストリームとそのマッピングの新しい設定が完了し、テストが完了しました。

この構成をパッケージ化して顧客の 2 番目の組織に宣伝するには、どのようなことが推奨されますか？

- A. メタデータ API を使用します。
- B. Salesforce CRM コネクタを使用します。
- C. データキットを作成します。
- D. AppExchange アプリケーションとしてパッケージ化します。

Answer: ([解答を表示する](#))

Data Cloud 構成のプロモーション: 複数の Salesforce Data Cloud 組織にわたって構成を管理する場合は、プロモーション プロセスの一貫性と正確性を確保するツールを使用することが重要です。

データキット :Salesforce Data Cloud では、データキットを使用して設定をパッケージ化し、プロモートすることができます。これらのキットは、データストリームの定義、マッピング、その他の構成要素をポータブルな形式でカプセル化します。

プロセス :

ソース組織に、Amazon S3 データストリームの構成とマッピングを含むデータキットを作成します。

ソース組織からデータキットをエクスポートします。

データ キットをターゲット組織にインポートし、すべての構成が正確に転送されることを確認します。

利点: データ キットを使用すると、移行プロセスが簡素化され、構成エラーのリスクが軽減され、すべての設定とマッピングが新しい組織で一貫して適用されるようになります。

参考文献:

Salesforce データクラウド開発者ガイド

Salesforce データクラウドパッケージ

最新問題: 55

小売顧客はさまざまなソースから顧客データを取得したいと考えています

そして、アイデンティティ解決を利用して、

セグメンテーションに使用されます。

アクティベーション メンバーシップではどのエンティティにセグメント化する必要がありますか？

A. 加入者

B. 統合された個体

C. 統合連絡先

D. 個人

Answer: ([解答を表示する](#))

正解はBの「Unified Individual（統合個人）」です。Unified Individualとは、異なるデータソースにまたがる顧客を表すレコードで、ID解決ルールセットを適用することで作成されます。ID解決ルールセットとは、共通属性に基づいて異なるソースのデータをリンクおよびマージする方法を定義する、一致および調整ルールセットです。Data Cloudは、ID解決ルールセットを使用して複数のデータソースにまたがるデータを解決し、データの取得元に関係なく、顧客ごとに1つのレコードを作成できるようにします¹。異なるソースから顧客データを取得し、ID解決を使用してセグメンテーションを行う小売顧客は、解決済みおよび統合済みの顧客データを含むUnified Individualエンティティでセグメント化する必要があります。その他の選択肢は、異なるソースにまたがる解決済みの顧客データを表していないため、正しくありません。Subscriber（購読者）は、マーケティングコミュニケー

ションの受信をオプトインした顧客を表すレコードです。Unified Contact（統合連絡先）は、特定の事業部門と関係のある顧客を表すレコードです。Individual（個人）は、単一のデータソースからの顧客のプロファイルデータを表すレコードです。参考資料：

アイデンティティ解決ルールセットの処理結果

セグメンテーションにおけるデータの影響を考慮する

Salesforce データクラウド コンサルタント資格取得の準備

AIベースのID解決：多様な顧客データをリンク

最新問題: 56

Cumulus Financial は、2 つ以上の投資信託に投資した個人を含む「Multiple Investments」というセグメントを作成しました。

同社は、このセグメントに新しい投資信託の提供に関する電子メールを送信する予定であり、各顧客の現在の投資信託投資に関する情報を電子メールの内容に反映させたいと考えています。

Data Cloud コンサルタントはこのアクティベーションをどのように構成すればよいですか？

- A. 関連属性として「投資信託」に等しいファンドタイプを追加します。追加属性のない新しいセグメントに基づいてアクティベーションを設定します。
- B. 複数の投資セグメントを選択し、電子メール連絡先を選択し、関連属性ファンド名を追加し、ファンドタイプが「投資信託」に等しい関連属性フィルターを追加します。
- C. 複数の投資セグメントを選択し、電子メール連絡先を選択して、関連属性ファンドタイプを追加します。
- D. ターゲット システムでの後処理のために、ファンド名とファンドタイプをデフォルトで含めます。

Answer: B (メッセージを残す)

各顧客の現在の投資信託に関する情報をメールのコンテンツに反映させるには、データクラウドのコンサルタントがアクティベーションに関連属性を追加する必要があります。関連属性とは、パーソナライズや分析のためにセグメントと共にターゲットシステムに送信できる追加のデータフィールドです。この場合、コンサルタントは顧客が投資している投資信託の名前を含む「ファンド名」属性を追加し、「ファンドタイプ」が「投資信託」に等しいフィルターを適用して、関連データのみが送信されるようにする必要があります。その他のオプションは、以下の理由により正しくありません。

- A) 「投資信託」に等しいファンドタイプを関連属性として追加するだけでは、メールの内容をパーソナライズするには不十分です。コンサルタントは、顧客が投資している投資信託の具体的な名称を含むファンド名属性も追加する必要があります。
- C) 関連属性「ファンドタイプ」を追加するだけでは、メールの内容をパーソナライズするには不十分です。コンサルタントは、顧客が投資している投資信託の具体的な名称を含む「ファンド名」属性も追加し、「ファンドタイプ」が「投資信託」に等しいフィルターを適用することで、関連データのみが送信されるようにする必要があります。

D) ターゲットシステムでの後処理のために、ファンド名とファンドタイプをデフォルトで含めることは有効なオプションではありません。コンサルタントは、データがターゲットシステムに送信された後ではなく、データクラウドでのアクティベーション設定時に関連属性とフィルターを追加する必要があります。参考資料 :アクティベーションへの関連属性の追加

- Salesforce、アクティベーションの関連属性 - Salesforce、Salesforce Data Cloud コンサルタント資格取得の準備

最新問題: 57

セグメンテーションと計算されたインサイトでの時間ベースの操作にデータを使用するには、どのデータ ストリーム カテゴリを割り当てる必要がありますか？

- A. 個人
- B. トランザクション
- C. 販売注文
- D. エンゲージメント

Answer: B (メッセージを残す)

データストリームは、Data Cloud に取り込まれ、データモデルにマッピングされるデータのソースです。データストリームには様々なカテゴリがあり、Data Cloud におけるデータの処理方法と使用方法を決定します。

トランザクションデータストリームは、日付範囲によるフィルタリング、期間による集計、イベント発生までの時間指標の計算など、セグメンテーションや計算によるインサイトにおける時間ベースの操作に使用されます。トランザクションデータストリームは通常、購入、クリック、訪問など、タイムスタンプと値が関連付けられたイベントデータに使用されます。参考資料 :データストリーム、データストリームのカテゴリ

最新問題: 58

どのソリューションが、Marketing Cloud の加入者プロファイル属性を毎日 Data Cloud に取り込む簡単な方法を提供しますか？

- A. Automation Studio およびプロファイル ファイル API
- B. マーケティングクラウド接続 API
- C. Marketing Cloud データ拡張機能のデータ ストリーム
- D. Email Studio スターター データ バンドル

Answer: C (メッセージを残す)

Marketing Cloud の購読者プロファイル属性を Data Cloud に日々簡単に取り込むソリューションが、Marketing Cloud データ拡張機能「データストリーム」です。Marketing Cloud データ拡張機能「データストリーム」は、Marketing Cloud データ拡張機能から Data Cloud データスペースにデータをストリーミングできる機能です。ストリーミングするデータ拡張機能を選択すると、Data Cloud がデータスペース内に対応するデータモデルオブジェクト (DMO) を自動的に作成し、更新します。

お客様は、ユーザーインターフェースまたはAPIを使用して、データ拡張フィールドをDMO属性にマッピングすることもできます。Marketing Cloudデータ拡張のデータストリームを使用すると、コードを記述したり複雑な統合を設定したりすることなく、Marketing CloudからData Cloudにサブスクライバープロファイル属性などのデータを取り込むことができます。

その他のオプションは、Marketing Cloudの購読者プロファイル属性をData Cloudに日常的に取り込むための簡単な方法を提供するソリューションではありません。Automation StudioとProfile file APIは、Marketing Cloudから外部システムにデータをエクスポートするために使用できるツールですが、スクリプトの作成、ファイル転送の設定、自動化のスケジューリング設定など、お客様自身で行う必要があります。Marketing Cloud Connect APIは、Sales CloudやService Cloudなどの他のSalesforceソリューションからMarketing Cloudのデータにアクセスするために使用できるAPIですが、Data Cloudへのデータのストリーミングはサポートしていません。Email Studio Starter Data Bundleは、Email Studio用のサンプルデータとセグメントを含むデータキットですが、購読者プロファイル属性は含まれておらず、Data Cloudへのデータのストリーミングもサポートしていません。

マーケティングクラウドデータ拡張データストリーム

データクラウドデータ取り込み

[Marketing Cloud データ拡張データストリーム API]

[マーケティングクラウドコネクタAPI]

[Email Studio スターター データ バンドル]

最新問題: 59

Northern Trail Outfitters (NTO) は、CRM データを Data Cloud に取り込み始める準備を進めています。

コネクタを設定する際、データ ストリームが初めて展開されるときに、NTO はどのようなタイプの更新を予想する必要がありますか？

- A. 増分
- B. 手動更新
- C. 部分更新
- D. 完全更新

Answer: ([解答を表示する](#))

データ ストリームのデプロイメント: Salesforce Data Cloud でデータ ストリームを設定する場合、最初のデプロイメントでは包括的なデータ ロードが必要です。

リフレッシュの種類:

増分更新: 前回の更新以降の新規データまたは変更されたデータのみを更新します。

手動更新: ユーザーがデータのロードを手動で開始する必要があります。

部分更新: データのサブセットのみが更新されます。

完全更新: データセット全体をシステムに読み込みます。

初回のデプロイメント: データ ストリームの最初のデプロイメントでは、ソース システムのすべてのデータが Salesforce Data Cloud に確実に取り込まれるように、完全な更新が必要です。

参考文献:

Salesforce ドキュメント: データ ストリームの設定

Salesforce データクラウドガイド

Valid Data-Con-101 Dumps shared by GoShiken.com for Helping Passing Data-Con-101 Exam! GoShiken.com now offer the **newest Data-Con-101 exam dumps**, the GoShiken.com Data-Con-101 exam **questions have been updated** and **answers have been corrected** get the **newest** GoShiken.com Data-Con-101 dumps with Test Engine here: <https://www.goshiken.com/Salesforce/Data-Con-101-mondaishu.html> (170 Q&As Dumps, **30%OFF** Special Discount: **Freepdfdumps**)