

Salesforce.MC-101.v2026-06-26.q44

試験コード:	MC-101
試験名称:	Salesforce Certified Marketing Cloud Engagement Foundations
認定資格:	Salesforce
無料問題数:	44
バージョン:	v2026-06-26
アクセス数:	104
ページビュー数:	440
https://www.jpnpdf.com/Salesforce.MC-101.v2026-06-26.q44-mondaishu.html	

最新問題: 1

Cloud Kicksのマーケティングチームは、件名に購読者のファーストネームを追加すると開封率が向上すると考えています。彼らは、次回のメールのサンプルセットを使ってこの仮説を検証することにしました。テストでは、最も高い開封率に基づいて自動的に勝者を選び、残りの対象者には勝者となった件名を送信する予定です。

これらのテストパラメータを実行するためにアソシエイトが使用する必要がある機能はどれですか？

- A. ランダムデータ拡張
- B. Journey Builder A/B テスト
- C. Email Studio での A/B テスト

Answer: C (メッセージを残す)

Cloud Kicks のマーケティングチームが、件名に購読者のファーストネームを含めることで開封率を向上させる効果をテストしたいと考えたとき、Salesforce Marketing Cloud の Email Studio の A/B テスト機能が最適でした。この機能により、マーケターは異なる件名（この場合は購読者のファーストネームを含むものと含まないもの）のメールのバリエーションを作成し、これらのバリエーションをサンプルのオーディエンスに送信できます。Email Studio の A/B テスト機能には、最高の開封率など、指定した成功指標に基づいて、成功バージョンを自動的に決定する機能が含まれています。テスト終了後、Email Studio は最初のテストに参加しなかった残りのオーディエンスセグメントに、成功バージョンを自動的に送信できます。このプロセスは、メールエンゲージメントに関する仮説を検証し、最も効果的なメールコンテンツをより多くのオーディエンスに届けるために、効率的かつ効果的です。

参考資料: Salesforce Marketing Cloud Email Studio のドキュメントには、成功指標の設定や成功したコンテンツの配信の自動化など、A/B テストを設定および実行する方法についての詳細な情報が記載されています。

最新問題: 2

Cloud Kicks (CK)は、プログラム会員にポイント残高と利用状況を記載したデジタルリワード明細書を毎月送付したいと考えています。CKは、会員が特典を常に把握できるよう、これらのメッセージの配信停止を回避したいと考えています。また、コンプライアンス遵守にも配慮しています。

どの送信構成設定を活用する必要がありますか？

- A. トランザクション送信分類
- B. 一般的な送信分類
- C. 商用送信分類

Answer: A (メッセージを残す)

Cloud Kicksでは、ポイント残高と利用履歴を含むデジタルリワード明細書をプログラムメンバーに毎月送信する必要があるため、最適な送信設定は「トランザクション送信」分類です。トランザクション送信は通常、アカウント明細書、購入確認、パスワードリセットなど、受信者にとって不可欠なメッセージに使用されます。これらの種類のメールは顧客との継続的な関係を維持するために不可欠であり、プロモーションの性質を持たないため、購読解除の可能性を低減します。

さらに、トランザクション送信分類を使用すると、これらの通信は迷惑な商業コンテンツではなく重要な情報とみなされるため、CAN-SPAMやGDPRなどのメール規制への準拠に役立ちます。これらのメッセージをトランザクションとして分類することで、Cloud Kicksはコンプライアンス問題のリスクを最小限に抑えながら、顧客が重要なアカウント情報を確実に受け取ることができるようにします。

参考資料: Salesforce Marketing Cloud のドキュメントでは、さまざまな送信分類に関する明確なガイドラインが提供されており、トランザクション送信の具体的な使用例と、顧客エンゲージメントと規制遵守の維持におけるその重要性について概説されています。

最新問題: 3

Cloud Kicks のマーケティング マネージャーは、一連のマーケティング キャンペーンの投資収益率 (ROI) に関するレポートを希望しています。

ROI は、カスタム データ拡張機能に保存されているメトリックを使用して計算されます。

どの機能を使用すべきでしょうか？

- A. 追跡レポート
- B. 情報レポート
- C. ジャーニー分析ダッシュボード

Answer: B (メッセージを残す)

インテリジェンスレポート (旧称 Datorama レポート) は、Salesforce Marketing Cloud 内で高度な分析を行うために設計されています。このツールは、カスタムデータエクステンションからのデータを統合し、カスタム指標やパフォーマンス分析を含む強力なレポート機能を提供するため、キャンペーン全体のROIを計算するのに最適です。

* インテリジェンス レポートが ROI に最適な理由: インテリジェンス レポートは、複数のソースからのデータを必要とする ROI などの指標を計算するために不可欠な、詳細かつカスタマイズ可能なレポート機能を提供します。

* Salesforce ドキュメントリファレンス: インテリジェンス レポートの設定と使用の詳細については、「[インテリジェンス レポートの概要](#)」を参照してください。

最新問題: 4

Northern Trail Outfitters は、Email Studio の A/B テストを使用して、Marketing Cloud Engagement メールの中のバージョンのクリック率が最も高いかを判断していません。

A/B テストでは勝利条件をどのように処理しますか？

- A. システムは A/B テストの勝者を宣言し、残りのサブスクライバーには送信しません。
- B. システムは A/B テストの勝者を宣言し、残りのサブスクライバーに送信します。
- C. システムは両方のテスト条件への送信を継続します。

Answer: B ([メッセージを残す](#))

Email Studio 内で最高のクリック率を決定する A/B テストでは、システムが事前に定義された勝者基準（最高の開封率、クリック率など）に基づいて勝者を決定し、最初のテストに参加しなかった残りの購読者リストにその勝者バージョンを自動的に送信します。これにより、最も効果的なメールバージョンが最大のオーディエンスセグメントに配信され、キャンペーン全体のパフォーマンスが最大化されます。

最新問題: 5

Cloud Kicks のマーケティング担当者は、同社の次世代フットウェアの新製品ラインの新規メール購読者を獲得したいと考えています。

アソシエイトは何を活用すべきでしょうか？

- A. 現在の従業員を対象とする
- B. リストを購入する
- C. Webサインアップを活用する

Answer: ([解答を表示する](#))

次世代フットウェアの新ラインの新規メール購読者を獲得するには、Webサインアップを活用するのが効果的です。この方法では、ウェブサイトにサインアップフォームを作成し、訪問者がメールアドレスを入力して最新情報やプロモーションなどの配信登録を行えるようにします。Webサインアップは、メールリストを有機的に拡大する効果的な方法であり、購読者が会社の製品に真に興味を持っていることを保証できます。このアプローチは、GDPRやCAN-SPAMなど、購読者からの明示的な同意を必要とするメールマーケティングのベストプラクティスや規制にも準拠しています。

最新問題: 6

Northern Trail Outfitters は、大規模な「7月のホリデー」セールを計画しており、予想される大量の Web トラフィックを制御する必要があります。

これらのニーズを満たすためにボリュームを制御するのに役立つメール配信設定はどれですか？

- A. トランザクション送信分類
- B. 事前構築バースト送信
- C. 送信スロットル

Answer: C (メッセージを残す)

Salesforce Marketing Cloud の送信スロットルを使用すると、マーケティング担当者は電子メールの送信レートを制御できます。

これにより、Web サーバーの負荷を管理し、Cloud Kicks の Web サイトが「7月の休暇」などの大規模なキャンペーン中の電子メールエンゲージメントからのトラフィックを処理できるようになります。

* 送信スロットルのメリット: 1 時間あたりに送信されるメールの数を制限することで、メールのエンゲージメントがより長い期間にわたって分散され、トラフィックの急増によって Web サイトに過負荷がかかるリスクを軽減できます。

* Salesforce ドキュメントリファレンス: 送信スロットルの設定方法と使用方法の詳細については、「送信スロットルのドキュメント」を参照してください。

最新問題: 7

Cloud Kicksのマーケティング担当者がプロモーションメールを作成し、社内のマーケティング、コンプライアンス、営業の各チームに送信したいと考えています。現在、各チームにはそれぞれ15名が所属しています。

担当者はプロモーションメールのプレビューを社内チームにどのように送信すればよいですか？

- A. サブスクライバプレビューに基づいて証明を送信します。
- B. テスト送信でテスト データ拡張機能に送信します。
- C. テスト送信の受信者の下にメールアドレスを入力します。

Answer: A (メッセージを残す)

Cloud Kicks のマーケティング担当者が社内チームにプロモーションメールのプレビューを送信したい場合、最も効率的な方法は、購読者プレビューに基づいたプルーフを送信することです。この機能により、送信者は、パーソナライズされたコンテンツや動的な要素など、受信者にメールがどのように表示されるかのプレビューを生成できます。プルーフを送信することで、マーケティング、コンプライアンス、営業チームなどの社内関係者は、対象読者に表示されるメールを正確に確認でき、コンテンツ、デザイン、コンプライアンスの側面に関する包括的なフィードバックを得ることができます。

このアプローチは、顧客体験をリアルに表現し、最終送信前に効果的なコラボレーションと品質保証を促進するため、特に社内レビューに役立ちます。

参考資料: Email Studio の Salesforce Marketing Cloud ドキュメントには、校正を送信し、Subscriber Preview を使用してメールの内部テストとレビューを行うためのガイドラインが記載されており、コミュニケーションが対象者に届く前に徹底的に検査されることが保証されます。

最新問題: 8

マーケティング担当者は、テキスト ファイルからデータ拡張機能にインポートする必要がある連絡先のリストを持っています。

このタスクを完了するには、担当者はどのタイプのデータ拡張機能を使用する必要がありますか？

- A. 標準データ拡張
- B. ランダムデータ拡張
- C. フィルタリングされたデータ拡張

Answer: ([解答を表示する](#))

マーケティング担当者がテキストファイルからSalesforce Marketing Cloudに連絡先リストをインポートする必要がある場合、最も適したデータ拡張機能は標準データ拡張機能です。標準データ拡張機能は汎用性が高く、テキストファイルを含む様々なソースからインポートされたデータを簡単に処理できます。インポートされたデータの構造に合わせてカスタムフィールドを作成できるため、テキストファイルから取得した関連情報がすべて正確に取得され、Marketing Cloudに保存されます。

標準データ拡張機能は、マーケティングキャンペーンにおけるセグメンテーション、ターゲティング、パーソナライゼーションのためにデータをインポート 保存する必要があるシナリオ向けに設計されています。インポートされたデータに対応するスキーマを柔軟に定義でき、プラットフォーム内で顧客データを管理するための基盤要素となります。

参考資料: データ拡張機能に関する Salesforce Marketing Cloud のドキュメントには、テキスト ファイルなどの外部ソースからのデータのインポートを含む、標準データ拡張機能を作成および管理する方法についての包括的な詳細が記載されています。

最新問題: 9

Cloud Kicks には、電子メールのメイン画像として個別に紹介したい製品が 3 つあります。このデザインを実現するのに最適なコンテンツ ブロック タイプはどれですか？

- A. 自由形式のコンテンツブロック
- B. 単一画像ブロック
- C. 画像カルーセルブロック

Answer: C ([メッセージを残す](#))

Salesforce Marketing Cloud のコンテンツビルダーにある画像カルーセルブロックは、1 つのメールで複数の画像を表示するのに最適です。Cloud Kicks は、このブロックを使用して 3 つの異なる商品をメイン画像として表示し、ローテーションするカルーセルで表示することで、受信者にインタラクティブで魅力的なエクスペリエンスを提供しています。

* 画像カルーセルの利点: 同じスペース内に複数の画像を表示できるため、視覚的な魅力が向上し、レイアウトスペースが節約されます。

* Salesforce ドキュメントリファレンス: 詳細については、「Content Builder 画像カルーセル」を参照してください。

最新問題: 10

ビジネス ユニットのユーザーは、Marketing Cloud Engagement で他のビジネス ユニットのユーザーがアイテムにアクセスできるようにするにはどうすればよいですか？

- A. ユーザーに個別にアクセス権限を割り当てることで
- B. 共有したいアイテムを共有フォルダに保存することで
- C. 共有アイテム専用のビジネスユニットを設立することで

Answer: B (メッセージを残す)

Salesforce Marketing Cloud Engagement では、メール テンプレート、コンテンツ ブロック、データ拡張機能などのアイテムを共有フォルダに保存することで、さまざまなビジネス ユニットのユーザーがアクセスできるようにすることができます。

共有フォルダは、組織の Marketing Cloud インスタンス内での共同作業とアセットの再利用を容易にするように設計されており、あらゆるビジネス ユニットのユーザーがキャンペーンやワークフローで共有アイテムにアクセスして利用できるようになります。

再利用可能なアセットを共有フォルダに整理して保存することで、企業はさまざまなチームやキャンペーンにわたってブランディングとメッセージングの一貫性を確保できると同時に、各事業部門でアセットを重複させる必要性が減るため効率も向上します。

参考資料: コンテンツの管理と組織に関する Salesforce Marketing Cloud のドキュメントでは、共有フォルダを使用してビジネス ユニット間でアセットを管理および共有する方法に関するガイドラインが提供されており、プラットフォーム内で共有コンテンツを整理およびアクセスするためのベスト プラクティスが強調されています。

最新問題: 11

迷惑メールを送信することは、ブランドや企業を危険にさらします。違反行為を繰り返すと苦情が寄せられ、インターネットサービスプロバイダー (ISP) によるメールブロックにつながる可能性があります。

迷惑メールに関するベストプラクティスと考えられるのは次のうちどれですか？

- A. 件名は曖昧で一般的な内容にしてください。
- B. トランザクション メッセージの件名がプロモーション用であることを確認します。
- C. ユーザーからの明示的な同意を取得します。

Answer: C (メッセージを残す)

迷惑メールの送信においては、ユーザーからの明示的な同意を得ることが重要であるとベストプラクティスで示されています。これは、個人がブランドや企業からのメールを受信することに、通常はオプトイン方式を通じて、自らの意思で同意することを意味します。明示的な同意を得ることで、受信者が送信されるコンテンツに興味を持っていることが保証

され、苦情の発生やインターネットサービスプロバイダー (ISP)によるメールブロックのリスクが大幅に軽減されます。

明示的な同意を得ることはベストプラクティスであるだけでなく、欧州のGDPRをはじめとする様々なデータ保護およびプライバシー法の要件でもあります。これらの規制は、マーケティングコミュニケーションの受信に対する明確かつ積極的な同意を義務付けており、これによりユーザーを迷惑メールから保護し、メールマーケティング活動の信頼性を高めています。

参考資料: GDPR やその他の電子メール マーケティング規制で概説されているようなベストプラクティスや規制遵守ガイドラインでは、健全な電子メール リストを構築し、受信者との積極的な関わりを維持する上で明示的な同意の重要性が強調されています。

最新問題: 12

Northern Trail Outfitters は、オンラインでショッピング カートに商品を追加したものの、まだ取引を完了していない買い物客にフォローアップ メッセージを送信したいと考えています。

旅の途中で、アソシエイトは繰り返しメッセージをどのように制御する必要がありますか？

- A. 再入場不可
- B. いつでも再入場可能
- C. 終了した後にのみ再入場

Answer: C (メッセージを残す)

ジャーニー内のフォローアップメッセージを管理するには、「離脱後にのみ再エン트리」設定を使用します。これにより、コンタクトはジャーニーを完全に離脱した後も再エントリできます。これは、カート放棄後のフォローアップなど、繰り返しメッセージを送信したくないシナリオで、繰り返しメッセージを制御するのに最適です。

* 終了した後のみ再エントリが理想的な理由: 連絡先がまだジャーニーの途中である間に繰り返し再エントリすることを防ぎ、重複したメッセージを受信することによる潜在的な顧客のフラストレーションを軽減します。

* Salesforce ドキュメントリファレンス: 詳細については、「Journey Builder エン트리設定」を参照してください。

最新問題: 13

Cloud Kicksは、すべてのオンライン注文に対してデジタルレシートを送信します。購読者が以前に購読を解除した場合でも、レシートを送信する必要があります。

送信時にアソシエイトは何を使用すればよいですか？

- A. リストレベルのオプトアウトがチェックされた送信分類
- B. 商用送信分類
- C. トランザクション送信分類

Answer: C (メッセージを残す)

オンライン注文のデジタル領収書を送信する場合、以前にマーケティング通信の購読を解除した購読者に対しても、使用する適切な送信分類はトランザクション送信分類です。

この分類は、注文確認、発送通知、デジタル領収書など、顧客が要求した取引やサービスに不可欠な電子メールに使用されます。

トランザクションメールは、顧客が関与したサービスまたはトランザクションの履行に必要であると考えられるため、一般的なサブスクリプション設定から除外されます。トランザクション送信分類を使用することで、Cloud Kicks はすべての顧客がデジタルレシートを受け取れるようにし、ベストプラクティスと顧客サービス標準への準拠を維持します。参考資料: 送信分類に関する Salesforce Marketing Cloud ドキュメントでは、商用送信とトランザクション送信の違いについて説明しており、サブスクリプションステータスに関係なく、重要なサービス関連の通信にトランザクション分類を使用することを強調しています。

最新問題: 14

Northern Trail Outfittersのマーケティングチームは、メールキャンペーンの件名に購読者の居住地の気象情報を含めたいと考えています。この情報は、送信に使用するデータ拡張機能に保存されています。

アソシエイトはどの機能を活用すべきでしょうか？

- A. パーソナライズ文字列
- B. 意思決定の分岐
- C. フィルターアクティビティ

Answer: A (メッセージを残す)

Salesforce Marketing Cloud のパーソナライゼーション文字列は、購読者固有のデータなどのコンテンツをメールに動的に挿入するために使用されます。メールキャンペーンの件名に購読者の居住地の気象情報を含める場合、パーソナライゼーション文字列を利用して、メール送信に使用したデータ拡張機能に保存されている関連データを参照できます。これにより、各メールの件名を各購読者に関連する気象情報に合わせてカスタマイズすることができ、キャンペーンのパーソナライゼーションと関連性を高めることができます。

最新問題: 15

Northern Trail Outfittersのマーケティング担当者が、Content Builderでメールの最終版を25人の関係者グループに送信したいと考えています。しかし、「プレビューとテスト」セクションでデータ拡張機能を選択しようとしても、データ拡張機能が表示されません。

アソシエイトがデータ拡張機能を表示できない理由は何ですか？

- A. データ拡張機能の「テスト可能」フラグがオフになっています。
- B. データ拡張機能は空なので、テストには使用できません。
- C. アソシエイトにはテスト送信を実行するための十分なユーザー権限がありません。

Answer: (解答を表示する)

Northern Trail Outfitters のマーケティング担当者が Content Builder でメールのテスト送信を実行しようとした際に、「プレビューとテスト」セクションにデータエクステンションが表示されない場合、データエクステンションの「テスト可能」フラグがオフになっているこ

とが原因である可能性があります。Salesforce Marketing Cloud では、データエクステンションにさまざまなプロパティを設定できます。その中には、「テスト可能」フラグがあり、このフラグはデータエクステンションがテスト送信やプレビューで使用できるかどうかを決定します。

特定のデータ拡張機能でこのフラグが有効になっていない場合、「プレビューとテスト」セクションにオプションとして表示されず、担当者がテスト送信時に選択できなくなります。データ拡張機能のプロパティでこのフラグを有効にすると、メールコンテンツのテストとプレビューに使用できるようになります。

参考資料: データ拡張機能に関する Salesforce Marketing Cloud ドキュメントには、「テスト可能」フラグや、それがテスト送信およびプレビューでのデータ拡張機能の可用性に与える影響など、データ拡張機能のプロパティと構成に関する詳細な情報が提供されています。

最新問題: 16

Northern Trail Outfitters のマーケティング チームは、顧客に SMS メッセージを送信する前に、Smart Capture フォームを使用して同意を管理したいと考えています。

アソシエイトはどの機能を使用する必要がありますか?

- A. クラウドページ
- B. メールスタジオ
- C. ビルダーに連絡する

Answer: A (メッセージを残す)

CloudPages は、Salesforce Marketing Cloud 内で Smart Capture フォームを作成できる機能です。

CloudPagesを使用することで、Northern Trail OutfittersはSMSメッセージに関する同意を収集するためのフォームを設定できます。このフォームは、設定の管理、顧客情報の収集、SMSのオプトイン確認などを行うように設計できるため、同意に関する規制へのコンプライアンスを確保できます。

* CloudPages を選ぶ理由: 顧客データを直接 Marketing Cloud に収集するフォームやランディング ページを柔軟に作成でき、Smart Capture によりデータ拡張機能との統合が簡単になります。

* Salesforce ドキュメントリファレンス: 詳細については、「CloudPages と Smart Capture の概要」を参照してください。

有効な **MC-101** 問題集は GoShiken.com が提供された合格しやすい MC-101 試験問題集! GoShiken.com が最新の **MC-101** 試験問題集を提供しています。GoShiken.com MC-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 MC-101 問題集をゲットする人はこちら: <https://www.goshiken.com/Salesforce/MC-101->

最新問題: 17

Cloud Kicksは、スポーツリーグや他のスポーツ用品小売業者と提携するイベントに参加しています。マーケティングチームは、イベント終了後に参加者にメールを送信することについて同意を得たいと考えています。

同意を収集するためのベストプラクティスは何ですか？

- A. ブースにて手書きの応募用紙を入手します。
- B. ブースでデジタルフォームまたは QR コードを提供します。
- C. 出席者リストの全員にメールを送信します。

Answer: B (メッセージを残す)

特にスポーツリーグや他のスポーツ小売業者と提携したイベントなどの設定で、イベント参加者に電子メールを送信するための同意を得るためのベストプラクティスは、ブースでデジタルフォームまたは QR コードを提供することです。

このアプローチにより、参加者は自分のモバイル デバイスから直接、電子メールアドレスやその他の必要な情報を含む通信を受信することに同意することを簡単かつ迅速に提供できます。

デジタルフォームやQRコードを使用することで、同意取得プロセスが効率化されるだけでなく、参加者情報の取得における正確性と効率性も確保されます。また、データ収集と同意管理におけるベストプラクティスにも合致しており、明確かつ明確な方法で同意が得られるようになります。

参考資料: イベント マーケティングと同意収集のベスト プラクティスでは、プロセスを参加者にとって可能な限りアクセスしやすく簡単なものにすることの重要性が強調されており、ユーザー エクスペリエンスとコンプライアンスを強化するために、フォームや QR コードなどのデジタル ソリューションが推奨されることがよくあります。

最新問題: 18

Cloud Kicks のマーケティング チームは、重要なデータ拡張機能が誰でも変更および削除できることに気付きました。

ユーザーが誤ってこれらのデータ拡張機能を編集または削除するのを防ぐために、担当者は何を活用する必要がありますか？

- A. データ拡張ポリシーの管理を使用して、ユーザーがこのデータ拡張を変更または削除できないようにします。
- B. ロールと権限を使用して、主要なデータ拡張機能の変更および削除権限を設定します。
- C. Contact Builder を使用して、すべての主要なデータ拡張機能を Salesforce データ拡張機能フォルダーに移動します。

Answer: B (メッセージを残す)

ユーザーが重要なデータエクステンションを誤って編集または削除するのを防ぐため、Salesforce Marketing Cloud の「ロールと権限」を活用することをお勧めします。この機能により、管理者はユーザーやロールごとに特定の権限を定義して割り当て、主要なデータエクステンションの変更や削除を制限することができます。これらの権限を慎重に管理することで、組織は重要なデータを意図しない変更や削除から保護し、データの整合性とセキュリティを確保できます。

最新問題: 19

Cloud Kicks は、顧客を歓迎するオンボーディング キャンペーンを作成することで、顧客との信頼関係を構築したいと考えています。

従業員はどのようなマーケティング手法を適用すべきでしょうか？

- A. 顧客が簡単にアクセスできるように個人データを含めます。
- B. ファーストパーティデータを活用して顧客エクスペリエンスをパーソナライズします。
- C. 顧客が興味を持ちそうな商品を宣伝します。

Answer: ([解答を表示する](#))

オンボーディングキャンペーンを通じて顧客との信頼関係を構築するには、新規顧客に大切にされ、理解されていると感じさせるパーソナライズされた体験を提供することが不可欠です。ブランドとのインタラクションを通じて顧客から直接収集された情報であるファーストパーティデータを活用することで、担当者は各顧客の好み、行動、履歴に合わせてオンボーディング体験をカスタマイズできます。

パーソナライゼーションは、顧客の名前で呼びかけることから、過去のやり取りや表明された好みに基づいて製品やサービスを推奨することまで、多岐にわたります。このアプローチは、顧客体験を向上させるだけでなく、顧客とブランドの間に信頼感とつながりを育みます。

参考資料 :マーケティングのベストプラクティスでは、パーソナライゼーションにファーストパーティデータを活用することの重要性が強調されており、様々なマーケティング関連の出版物やリソースでも詳細に解説されています。パーソナライゼーションは、顧客の信頼を築き、エンゲージメントを高めるための重要な要素として広く認識されています。

最新問題: 20

Cloud Kicks のマーケティング担当者は、特定のメール送信ジョブの対象受信者のうち、半数しかメールを受信できなかったことに気づきました。対象受信者の 1 人が、メールを受信しなかったことを Cloud Kicks に報告しました。

加入者ステータスを確認した後、担当者は次にどの全加入者リスト フィールドを確認する必要がありますか？

- A. 購読解除日
- B. 登録解除理由
- C. 加入者キー

Answer: ([解答を表示する](#))

サブスクライバーステータスを確認した後、担当者は次にサブスクライバークーを確認する必要があります。サブスクライバークーは、「すべてのサブスクライバー」リスト内の各サブスクライバーに固有の識別子であり、特定の受信者へのメール配信に関する問題を特定するのに役立ちます。特に、メールが正常に受信されなかった場合にトラブルシューティングを行う際に役立ちます。担当者は特定のサブスクライバーのレコードを確認し、配信の問題の潜在的な原因を調査することができます。

最新問題: 21

Northern Trail Outfitters のマーケティング チームは、登録者が意図したとおりに電子メールを受信できない理由を知りたいと考えています。

より多くの情報を得るために、担当者はどの指標を確認する必要がありますか？

- A. クリック率
- B. 開封率
- C. 直帰率

Answer: C (メッセージを残す)

バウンス率は、購読者に正常に配信されなかったメールの数を示す指標です。バウンス率を確認することで、Northern Trail Outfittersは無効なメールアドレスやメールプロバイダーによるブロックといった配信に関する問題を把握し、是正措置を講じることができます。

* バウンス率が重要な理由: バウンス率が高いと、電子メールの配信性や送信者の評判に影響する可能性があるため、この指標を注意深く監視することが不可欠です。

* Salesforce ドキュメントリファレンス: 詳細については、「電子メールの配信性とバウンス率」を参照してください。

最新問題: 22

Cloud Kicks のマーケティング担当者が、Marketing Cloud Engagement の特定のトピックをフォローし、他のユーザーと交流したいと考えています。どのサイトを利用すればよいでしょうか？

- A. セールスフォース+
- B. 信頼サイト
- C. トレイルブレイザーコミュニティ

Answer: C (メッセージを残す)

Trailblazer Communityは、Salesforce専用のコミュニティサイトです。Marketing Cloud ユーザーが互いに交流し、質問したり、Salesforceの様々なトピックに関する知識を共有したりすることができます。特定のMarketing Cloud Engagementトピックをフォローしたり、他のユーザーと交流したりしたいユーザーにとって理想的なリソースです。

* Salesforce+ や Trust Site を使わない理由 :Salesforce+ は動画コンテンツに重点を置いており、Trust Site はシステムの状態と可用性の確認に使用されます。Trailblazer Community は、ユーザー間のコラボレーションとトピックに関するディスカッションに特化しています。

* Salesforce ドキュメントリファレンス: 他の Salesforce ユーザーと交流するには、Trailblazer コミュニティを参照してください。

最新問題: 23

新しい登録者が Cloud Kicks のニュースレターにサインアップし、ようこそメールを受け取ります。

Email Studio の「すべての購読者」リストにおける購読者のステータスは何ですか？

- A. アクティブ
- B. 送信済み
- C. オプトイン

Answer: A (メッセージを残す)

新規購読者がニュースレターに登録し、ウェルカムメールを受信すると、Email Studio の「すべての購読者」リストで自動的に「アクティブ」とマークされます。このステータスは、購読者がリストに追加され、メールを受信できる状態であることを示します。購読者がオプトアウトするか、何らかの理由で配信停止されない限り、「アクティブ」ステータスはデフォルトで割り当てられます。

* アクティブステータスの説明: アクティブな購読者は、購読を解除したりメールが返送されたりしない限り、メールを受信する資格があります。購読を解除したりメールが返送された時点で、購読者のステータスが変更される場合があります。

* Salesforce ドキュメントリファレンス: Salesforce Marketing Cloud の加入者ステータスの詳細については、「加入者ステータスの定義」を参照してください。

最新問題: 24

Cloud Kicks のマーケティング担当者は、購読者の興味に基づいて、ルールに基づいたさまざまなコンテンツのバリエーションを電子メールに表示したいと考えています。

このコンテンツを作成するには、担当者はどのコンテンツブロックを使用する必要がありますか？

- A. A/Bテストコンテンツブロック
- B. 参照コンテンツブロック
- C. 動的コンテンツブロック

Answer: C (メッセージを残す)

Cloud Kicks のマーケティング担当者は、購読者の興味関心に基づいてメール内のコンテンツのバリエーションを表示したいと考えています。ダイナミックコンテンツブロックは、まさに理想的なツールです。Salesforce Marketing Cloud のダイナミックコンテンツブロックを使用すると、マーケターはルールに基づいてメール内のコンテンツのバリエーションを作成できます。受信者に表示されるコンテンツは、興味関心などの受信者の属性や行動に関連する特定の条件に基づいて変化します。

この機能により、各購読者が目にするコンテンツをそれぞれの好みや行動に合わせてカスタマイズできるため、高度にパーソナライズされた関連性の高い電子メール エクスペリエンスを作成でき、エンゲージメントと効果が向上します。

参考資料: Salesforce Marketing Cloud のコンテンツ ビルダーに関するドキュメントには、動的コンテンツ ブロックの使用に関する詳細な手順が記載されており、電子メール内のコンテンツのバリエーションを表示するためのルールと条件を設定する方法が概説されています。

最新問題: 25

GDPR の原則によれば、企業は顧客から個人データを収集した後に何を行うことができますか？

- A. クライアントが関係の終了を要求した後もクライアント情報を保持します。
- B. クライアントに連絡して、個人データを最新の状態に保ちます。
- C. マーケティング目的で情報を他の企業に販売する。

Answer: B (メッセージを残す)

GDPRの原則では、企業の重要な義務の一つは、保有する個人データが正確かつ最新の状態であることを保証することです。したがって、GDPRでは、顧客に連絡して個人データを確認または更新することは許可されているだけでなく、推奨されています。これは、個人データは正確であり、必要に応じて最新の状態に保たれるべきであると定めるGDPRの正確性原則と一致しています。データ管理者は、不正確な個人データを遅滞なく削除または修正するために、あらゆる合理的な措置を講じる責任を負います。

最新問題: 26

マーケティング担当者は、データ拡張機能で有効かつクリーンなデータが取得されていることを確認したいと考えています。

優れたデータ品質を促進するために何が役立つでしょうか？

- A. 各フィールドの適切なデータ型
- B. データ保持ポリシー
- C. 各フィールドのデフォルト値

Answer: A (メッセージを残す)

データ拡張機能の各フィールドに適切なデータ型を使用することで、有効なデータのみが入力 保存されることが保証されます。特定のデータ型（例テキスト、数値、日付）を定義することで、データ検証が強制され、エラーのリスクが低減し、データ品質全体が向上します。適切なデータ型を設定することで、データの整合性が維持され、下流のプロセスがより効率的に稼働します。

* 適切なデータ型が重要な理由: 入力エラーを防ぎ、データの一貫性を確保することで、セグメンテーション、パーソナライゼーション、レポート作成におけるデータ拡張機能の信頼性が向上します。

* Salesforce ドキュメントリファレンス: データ拡張フィールドに適切なデータ型を選択するためのガイドラインについては、「データ拡張フィールドタイプ」を参照してください。

最新問題: 27

マーケティング担当者は、CSV ファイルをデータ拡張機能にインポートする必要があります。

このファイルタイプを正しくインポートするには、どの区切り文字を選択する必要がありますか？

- A. タブ
- B. パイプ
- C. カンマ

Answer: C (メッセージを残す)

CSV (カンマ区切り値) ファイルをデータ拡張機能にインポートする場合、最も適切な区切り文字はカンマです。CSVファイルは、各データフィールドがカンマで区切られ、各レコードが新しい行に記述された構造になっています。

このようなファイルを Salesforce Marketing Cloud にインポートする場合、区切り文字としてコンマを選択すると、システムが個々のデータ フィールド間の区切りを正しく解釈し、指定されたデータ拡張機能への正確なデータ マッピングとインポートが可能になります。

最新問題: 28

Cloud Kicksの経営陣は、11月と12月にセールメッセージを送信する際に、ホリデーテーマの送信者名を使用するようリクエストしています。送信者名は既にアカウントに追加されています。

アソシエイトは電子メール送信のどこでこの設定を構成する必要がありますか？

- A. プロパティを定義する
- B. 配信の設定
- C. 確認して送信

Answer: A (メッセージを残す)

特定の月にホリデーテーマの送信者名を使用してセールメッセージを送信するには、担当者はSalesforce Marketing Cloudのメール送信プロセスの「プロパティの定義」ステップでこの設定を行う必要があります。このステップでは、件名、送信者名、送信者メールアドレスなどのメールプロパティをカスタマイズできるため、担当者は季節限定キャンペーン用にアカウントに追加されたホリデーテーマの送信者名を選択できるようになります。

最新問題: 29

ノーザン・トレイル・アウトフィッターズ (NTO) は、ガイド付きアウトドアツアー事業への進出を決定しました。NTOはこの新事業について顧客に告知し、ツアーに関するコンテン

ツの購読を促しました。しかし、反響は少なかったため、NTOは衣料品業界のオーディエンス向けにツアーコンテンツを定期的に配信し続けています。

なぜこの行為は NTO の電子メール送信の評判を危険にさらすのでしょうか？

A. アドレス帳戦略を実装すると、電子メール キャンペーンの配信性に影響します。

B. 迷惑メールや望ましくないメールは、通常、エンゲージメントの低下や苦情の増加につながります。

C. 電子メール サービス プロバイダーが使用するスパム フィルターは、加入者のオプトイン トピック領域を認識します。

Answer: ([解答を表示する](#))

ツアーコンテンツ配信をオプトインしていないセグメントに継続的に送信すると、苦情の増加やエンゲージメントの低下につながる可能性があります。迷惑メールは、購読解除やスパム苦情など、ネガティブな反応を引き起こすことが多いため、Northern Trail Outfitters の送信に関する評判を損なう可能性があります。

* なぜこれが送信の評判を危険にさらすのか: 無関係なコンテンツを送信することは電子メール マーケティングのベスト プラクティスに違反し、電子メールがスパムとしてフラグ付けされる可能性が高まり、全体的な配信率が低下する可能性があります。

* Salesforce ドキュメントリファレンス: 不要なコンテンツを送信すると配信にどのような影響があるかについては、「Salesforce Marketing Cloud 配信のベストプラクティス」を参照してください。

最新問題: 30

マーケティング担当者は、次の要件を満たす電子メール テンプレートのコンテンツ ビルダー内でコンテンツ ブロックを選択する必要があります。

* 2 つの異なるコンテンツ バージョンが用意されています。

* 2 つのコンテンツ バージョンのパフォーマンスを評価する必要があります。

* 2 つのコンテンツ バージョンを 1 つのコンテンツ ブロックに含める必要があります。

アソシエイトはどのコンテンツ ブロックを使用する必要がありますか？

A. A/Bテストコンテンツ

B. HTMLコンテンツ

C. 動的コンテンツ

Answer: ([解答を表示する](#))

単一のコンテンツブロック内で2つの異なるコンテンツバージョンのパフォーマンスを評価する必要があるメールテンプレートの場合、担当者はContent BuilderのA/Bテストコンテンツブロックを使用する必要があります。この機能を使用すると、同じブロック内に2つのコンテンツバリエーションを作成でき、システムが自動的にオーディエンスをAバージョンまたはBバージョンに振り分けます。その後、パフォーマンス指標を分析してどちらのバージョンのパフォーマンスが優れていたかを判断し、将来のコンテンツ戦略をデータに基づいて意思決定できるようになります。

最新問題: 31

マーケティング担当者は、商用メールの購読解除に関して、どの CAN-SPAM 要件に注意する必要がありますか？

- A. 購読者が登録解除するためにログインする必要がないメカニズムを提供する
- B. 購読者が購読を解除する前にアンケートを完了することを要求する
- C. 購読者が購読解除する前に、購読解除を選択する理由を提示することを義務付ける

Answer: A (メッセージを残す)

CAN-SPAM法における商用メールの配信停止に関する要件の一つは、登録者が登録解除のためにログインしたり詳細な情報を提供したりする必要のない、明確でアクセスしやすい仕組みを提供することです。これにより、受信者は必要に応じて、不要な障壁なく、今後の通信の受信を簡単に停止できます。これは、ユーザーの好みを尊重し、商用メール通信に関する法的基準を遵守するための重要な要素です。

有効な **MC-101** 問題集は GoShiken.com が提供された合格しやすい MC-101 試験問題集！ GoShiken.com が最新の **MC-101** 試験問題集を提供しています。GoShiken.com MC-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 MC-101 問題集をゲットする人はこちら: <https://www.goshiken.com/Salesforce/MC-101-mondaishu.html> (124**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

Cloud Kicks は電子メールを送信しており、サポートスタッフが顧客の問い合わせに対応できるように、自動応答でカスタマーサービスの受信トレイがいっぱいになるのを避けたいと考えています。

これらの要件を満たすためにアカウントで構成されている機能はどれですか？

- A. 配信プロファイル
- B. 返信メール管理
- C. 送信元アドレス管理

Answer: B (メッセージを残す)

自動応答でカスタマーサービスの受信トレイがいっぱいになるのを防ぐため、Cloud Kicks は Salesforce Marketing Cloud アカウントで返信メール管理 (RMM) を設定する必要があります。RMM は、Marketing Cloud から送信されたメールへの返信 (自動応答の管理を含む) を処理する機能です。RMM を使用すると、不在通知などの自動返信をフィルター処理したり、特定のメールアドレスにリダイレクトしたりできるため、カスタマーサービスの受信トレイが混雑するのを防ぐことができます。

これにより、カスタマーサービススタッフは真の顧客からの問い合わせに集中し、タイムリーかつ効果的なサポートを提供できるようになります。RMMは様々な運用ニーズに合わ

せてカスタマイズ可能で、関連する回答のみがカスタマーサービスチームに届くようになります。

参考資料: Salesforce Marketing Cloud の返信メール管理に関するドキュメントには、RMMを設定およびカスタマイズして電子メールの返信を効果的に管理およびフィルタリングし、運用効率と顧客サービスの応答性を向上させる方法に関する包括的な情報が記載されています。

最新問題: 33

Cloud Kicks のマーケティング担当者は、マーケティング戦略を改善するために、3つの異なるジャーニーにわたる目標達成を一目で比較するように求められています。

アソシエイトはどの機能を使用する必要がありますか?

- A. 旅の歴史
- B. ジャーニーダッシュボード
- C. 旅の健康

Answer: B (メッセージを残す)

3つの異なるジャーニーにおける目標達成状況を一目で比較するには、Salesforce Marketing Cloudのジャーニーダッシュボード機能を活用するのがおすすめです。ジャーニーダッシュボードは、主要な指標や目標達成状況など、ジャーニーのパフォーマンスを包括的に視覚的に表示します。これにより、マーケターは様々なジャーニーの効果を迅速に評価し、情報に基づいた意思決定を行い、マーケティング戦略の改善につなげることができます。

最新問題: 34

Northern Trail Outfittersは、追跡とコンプライアンスのためにメール送信ログを導入しています。マーケティングコンサルタントが既にデータをエクスポートするプロセスを構築済みです。

要件を完了するにはどのデータ拡張設定を使用する必要がありますか?

- A. データ保持
- B. データ関係
- C. 主キー

Answer: A (メッセージを残す)

メール送信ログを実装する際には、データ拡張機能のデータ保持設定が非常に重要です。この設定により、ログデータは必要な期間のみ保存されるため、ストレージとコンプライアンスのニーズ管理に役立ちます。この設定により、指定期間後にデータを自動的に削除できるため、管理可能なデータサイズを維持し、規制要件を満たすのに役立ちます。

* データ保持の目的: 古いデータをクリーンアップするプロセスを自動化し、コンプライアンスとデータ管理に役立ちます。

* Salesforce ドキュメントリファレンス: 詳細については、「データ保持設定」を参照してください。

最新問題: 35

Cloud Kicksは先日、1,300人の購読者を含むデータ拡張機能にフラッシュセールメールを送信しました。メール追跡レポートによると、メールは950人の購読者にのみ送信されました。

この矛盾の原因は何ですか？

- A. 送信時に除外リストが適用されました。
- B. 電子メール内のパーソナライズ文字列が正しく記述されていません。
- C. データ拡張機能は送信可能としてマークされていません。

Answer: A (メッセージを残す)

Salesforce Marketing Cloudでは、除外リストを使用して特定の連絡先を送信対象から除外します。Cloud Kicksが除外リストを適用した場合、特定の購読者はメールを受信できなくなります。そのため、1,300人の購読者のうち950人しかメールを受信できなかったこととなります。除外リストには、オプトアウトした購読者、登録解除した購読者、あるいはこの特定のメールから除外するようにフラグが付けられた購読者が含まれている可能性があります。

* 除外リストの使用: 除外リストは送信時に管理され、規制遵守や電子メール疲労の管理によく使用されます。

* Salesforce ドキュメントリファレンス: 除外リストが電子メール送信に与える影響については、「除外リストの管理」を参照してください。

最新問題: 36

Northern Trail Outfitters のマーケティング チームは、マーケティング業務を支援するために Salesforce とサードパーティの便利な機能を検討しています。

Salesforce 製品と機能を拡張するための、すぐにインストールできるアプリケーションを備えたマーケットプレイスとして機能するサイトはどれですか？

- A. Salesforce AppExchange
- B. Salesforce ストア
- C. Salesforce アイデア交換

Answer: A (メッセージを残す)

Salesforce AppExchangeは、Marketing Cloudを含むSalesforce製品の機能を強化 拡張する、すぐにインストールできるアプリケーション、コンポーネント、拡張機能を提供するマーケットプレイスです。Salesforceおよびサードパーティベンダーが提供する幅広いソリューションは、様々なビジネスニーズや運用要件に対応できるよう設計されています。AppExchangeでは、Northern Trail Outfittersのマーケティングチームが、高度な分析やデータ管理からキャンペーン管理、顧客エンゲージメントソリューションまで、マーケティング業務に特化したアプリケーションやツールを見つけることができます。これらのソリューションは既存のSalesforce環境とシームレスに統合でき、マーケティング業務をサポートし最適化するための追加機能を提供します。

参考資料: Salesforce AppExchange Web サイトでは、ユーザーのレビューやインストール要件など、利用可能なアプリケーションの包括的なリストと説明が提供されており、顧客が Salesforce 機能の拡張について十分な情報に基づいた決定を下すのに役立ちます。

最新問題: 37

Northern Trail Outfittersは6ヶ月間、メールマーケティングキャンペーンを実施しています。営業部長は、このメールキャンペーンによってどれだけの新規リードが獲得されているかを把握したいと考えています。

担当者はどのマーケティング指標を営業責任者に提示すべきでしょうか？

- A. クリック
- B. コンバージョン
- C. 印象

Answer: B (メッセージを残す)

メールマーケティングキャンペーンが新規セールスリード獲得にどれほど効果的であるかを示すために、営業責任者に提示すべき最も適切な指標はコンバージョンです。コンバージョンとは、メール受信者がキャンペーンの直接的な結果として、事前に設定された目標（問い合わせフォームへの記入、ウェビナーへの登録、購入など）に合致する行動を指します。この指標は、メールエンゲージメントと新規セールスリード獲得という目標達成度を直接的に相関させ、キャンペーンがビジネス目標に及ぼす影響を具体的に示す指標となります。

コンバージョンに焦点を当てることで、マーケティング チームは、販売パイプラインに貢献する有意義なアクションを促進する電子メール キャンペーンの効果を定量化できます。参考資料: 電子メール マーケティングと分析のベスト プラクティスでは、マーケティング活動がリード生成と販売結果に直接与える影響を評価するための主要業績評価指標として、コンバージョンを追跡することの重要性が強調されています。

最新問題: 38

Northern Trail Outfitters の経営陣は、顧客にパーソナライズされた電子メールの送信を開始したいと考えています。

これを達成するためにアソシエイトはどのツールを使用すべきでしょうか？

- A. マーケティングクラウドインテリジェンス、モバイルスタジオ
- B. メールスタジオ、ジャーニービルダー
- C. 広告スタジオ、ソーシャルスタジオ

Answer: B (メッセージを残す)

Northern Trail Outfitters が顧客にパーソナライズされたメールを送信するには、Salesforce Marketing Cloud 内の Email Studio と Journey Builder が最適です。Email Studio は、パーソナライズされたメールを大規模に作成、デザイン、送信するための包括的な機能を提供します。動的コンテンツ、パーソナライゼーション文字列、データドリブンなセグメンテーションを活用することで、受信者の好み、行動、人口統計に合わせてメールをカスタマイズできます。

Journey BuilderはEmail Studioを補完し、自動化された複数ステップのカスタマージャーニーの作成を可能にします。Journey Builderを使用すると、パーソナライズされたメールを、複数のチャンネルとタッチポイントにまたがる、より大規模で統合されたカスタマーエクスペリエンスの一部にすることができます。これらのツールを組み合わせることで、顧客との高度にパーソナライズされたタイムリーなインタラクションを実現し、エンゲージメントを高め、より強固な関係を築くことができます。

参考資料: Salesforce Marketing Cloud のドキュメントには、Email Studio を活用してパーソナライズされた電子メールを作成する方法と、Journey Builder を活用してパーソナライズされた電子メール通信を含む包括的な顧客ジャーニーを設計する方法に関する豊富なリソースが提供されています。

最新問題: 39

一意のメンバーレコードを識別するために何が使用されますか？

- A. 外部キー
- B. 主キー
- C. 加入者キー

Answer: C (メッセージを残す)

Salesforce Marketing Cloudでは、加入者キーはメンバーレコードを一意に識別するために使用されます。加入者キーはデータベース内の各加入者を一意に識別する識別子であり、各レコードが一意であることを保証します。このキーは、Marketing Cloud内の様々なチャンネルやキャンペーンをまたいで加入者のインタラクションや嗜好を追跡し、加入者のエンゲージメントと履歴を一元的に把握するために不可欠です。

サブスクリイバー キーを使用すると、マーケティング担当者は、電子メールアドレスなどの他の属性が変更された場合でも、一貫したサブスクリイバー ID を維持できるため、正確な追跡とパーソナライゼーションが可能になります。

参考資料: サブスクリイバー管理に関する Salesforce Marketing Cloud のドキュメントでは、プラットフォーム内で一意のサブスクリイバー レコードを識別および管理する際のサブスクリイバー キーの役割と重要性について説明しています。

最新問題: 40

マーケティング担当者は、「オプトイン」というフィールドからデータをインポートする必要があります。確認すると、データ値はすべて 1 または 0 のいずれかです。

このデータに最も適したデータ型はどれですか？

- A. 数値
- B. ブール値
- C. テキスト

Answer: B (メッセージを残す)

「オプトイン済み」というフィールドに1または0のデータ値を入力する場合、最も適切なデータ型はブール型です。ブール型は真偽値を表すために使用され、通常は真を1、偽を0で

表します。このデータ型は、購読者がコミュニケーションの受信をオプトインしたかオプトアウトしたかなど、2値で表すフィールドに最適です。

最新問題: 41

Northern Trail Outfittersのマーケティングチームは、プロモーションメールをより魅力的なものにする方法を模索しています。その一環として、パーソナライゼーション文字列とダイナミックコンテンツブロックの活用を強化しています。

メールを送信する前に、メールが適切にレンダリングされているかどうかを担当者はどのようにテストすればよいのでしょうか？

- A. アインシュタインコンテンツテスト
- B. 購読者プレビュー
- C. Journey Builder システムの最適化

Answer: B (メッセージを残す)

パーソナライゼーション文字列と動的コンテンツブロックを含むプロモーションメールが配信前に正しく表示されることを確認するには、Salesforce Marketing Cloud の購読者プレビュー機能を活用することをお勧めします。購読者プレビューを使用すると、マーケターは購読者データに基づいてパーソナライズされたコンテンツと動的要素を考慮しながら、特定の購読者に対してメールがどのように表示されるかを確認できます。

この機能は、電子メール内のパーソナライズされた動的コンテンツの外観と機能をテストおよび検証するために不可欠であり、各受信者がさまざまなデバイスや電子メールクライアントで正しくレンダリングされる、巧みに作成されたパーソナライズされたエクスペリエンスを確実に受け取れるようにします。

参考資料: Email Studio および Content Builder に関する Salesforce Marketing Cloud ドキュメントには、Subscriber Preview の使用に関する詳細な手順が記載されており、送信前にメールコンテンツを正確にレンダリングしてパーソナライズできるようにする役割が強調されています。

最新問題: 42

Northern Trail Outfitters のマーケティング チームは、顧客データが Marketing Cloud Engagement にアップロードされてから 30 日後にそのデータを削除したいと考えています。

データ拡張機能に情報を保持する期間を制御するのに役立つ機能はどれですか？

- A. オートメーションスタジオ
- B. データ保持
- C. データ転送

Answer: B (メッセージを残す)

Marketing Cloud Engagementに顧客データをアップロードしてから30日後に削除するには、マーケティングチームはデータ保持機能を使用する必要があります。この機能を使用すると、データ拡張機能の保持ポリシーを設定でき、レコードを自動的に削除するまでの保持期間を指定できます。30日間のデータ保持ポリシーを設定することで、指定された期

間が経過した顧客データが体系的に削除され、データストレージを効率的に管理し、データプライバシー規制を遵守するのに役立ちます。

最新問題: 43

Northern Trail Outfitters では製品リコールが発生しており、リコール対象のシリアル番号が記載された個別の製品ごとに専用のメールを送信する必要があります。

データ拡張機能でターゲットオーディエンスに送信する場合、複数の製品を購入した加入者が製品ごとにメールを受信できるようにするには、アソシエイトはどの構成オプションを利用する必要がありますか？

- A. 重複排除が選択されていないことを確認します。
- B. トランザクション送信分類を利用します。
- C. 自動抑制リストを無効にします。

Answer: A (メッセージを残す)

リコール対象製品を複数購入した購読者が各製品ごとにメールを受け取るようにするには、重複排除を選択しないでください。これにより、Salesforce Marketing Cloud はリコール対象製品リスト内の各製品に基づいて、同じ購読者に複数のメールを送信できるようになります。

* 重複排除を避ける理由：重複排除により、各購読者は1回の送信に1通のメールしか受信できなくなります。重複排除を無効にすると、購読者は所有する製品ごとに個別のメールを受信できるようになります。

* Salesforce ドキュメントリファレンス: 詳細については、「重複排除設定」を参照してください。

最新問題: 44

Northern Trail Outfittersのマーケティングチームは、休眠購読者の一部を取り戻すため、再エンゲージメントプログラムを立ち上げました。休眠購読者抑制リストの一部を対象としており、最初の試みの後、直帰率が通常よりも高くなっています。

配信の問題の原因は何ですか？

- A. 顧客は以前にすべてのサブスクライバーから登録解除していました。
- B. 電子メールアドレスは List Detective によってフラグが付けられました。
- C. 電子メールアドレスはサービスプロバイダーに存在しません。

Answer: C (メッセージを残す)

Northern Trail Outfittersのマーケティングチームが、休止中の購読者抑制リストの一部を対象とした再エンゲージメントプログラムを開始した際に、通常よりも高いバウンス率に遭遇した場合、配信率の問題は、サービスプロバイダーにメールアドレスが既に存在しないことに起因する可能性が高いです。これは、長期間ブランドとのやり取りがなく、メールアドレスが古くなったり、放棄されたりしている購読者をターゲットとした再エンゲージメントキャンペーンでよく見られる状況です。

最新かつクリーンなメールリストを維持することは、効果的な配信と不要なバウンス回避に不可欠です。定期的にメールリストをクリーンアップし、存在しないメールアドレスや非アクティブなメールアドレスを削除することで、これらの問題を軽減し、再エンゲージメント活動の全体的な成功率を向上させることができます。

参考資料: 電子メールの配信とリスト管理に関する Salesforce Marketing Cloud のドキュメントでは、リストの健全性の重要性と、古い電子メールアドレスがキャンペーンのパフォーマンスと送信者の評判に与える影響について強調しています。

Valid MC-101 Dumps shared by GoShiken.com for Helping Passing MC-101 Exam!
GoShiken.com now offer the **newest MC-101 exam dumps**, the GoShiken.com MC-101 exam **questions have been updated** and **answers have been corrected** get the **newest** GoShiken.com MC-101 dumps with Test Engine here:
<https://www.goshiken.com/Salesforce/MC-101-mondaishu.html> (124 Q&As Dumps, **30%OFF Special Discount: Freepdfdumps**)