

Salesforce.Marketing-Cloud- Personalization.v2026-07-16.q103

試験コード:	Marketing-Cloud-Personalization
試験名称:	Marketing Cloud Personalization Accredited Professional Exam
認定資格:	Salesforce
無料問題数:	103
バージョン:	v2026-07-16
アクセス数:	104
ページビュー数:	1030
https://www.jpnpdf.com/Salesforce.Marketing-Cloud-Personalization.v2026-07-16.q103-mondaishu.html	

最新問題: 1

インタラクショnstudio内でのリアルタイムパーソナライゼーションにおけるエンドツーエンドのデータフローに関して、Salesforceの視点はどのようなものですか？[確認]

- A. プロフィール、洞察、理解、行動、分析
- B. データ入力、理解、関与、データ出力、分析
- C. 識別、理解、決定、行動、分析
- D. 知る、理解する、パーソナライズする、関わる、分析する

Answer: C (メッセージを残す)

最新問題: 2

実装プロセスにおいて、サイトマッピングはいつ行われるのですか？

- A. 構築フェーズの開始時に、残りの実装の基礎となるため
- B. カタログなどの特定のコンポーネントが入力された後の中間段階
- C. システム内で全てが定義された後、最後に
- D. これは実装の他の部分とは関係がないため、どの時点でも発生する可能性があります。

Answer: A (メッセージを残す)

敷地測量は建設フェーズの開始時に実施されます。その理由は以下のとおりです。

- * これは、残りの実装の基礎を確立するものです。
- * ページの種類、コンテンツゾーン、データ取得ポイントなど、以降のすべての設定に影響を与える重要な要素を特定します。

参考文献：

- * Salesforce Interaction Studio ドキュメント - サイトマッピングガイドライン

最新問題: 3

Marketing CloudのパーソナライゼーションWebキャンペーンの構成要素は何ですか？

- A. アフィニティ、インフォバー、およびアトリビューションウィンドウ
- B. レシピ、訪問者プロファイル、コンテンツウィンドウを設定しました
- C. メールアドレスの取得、ホームページ、および製品の要件
- D. エクスペリエンス、テンプレート、コンテンツゾーン

Answer: ([解答を表示する](#))

最新問題: 4

セグメント作成プロセスで利用できるルール基準とは何ですか？

- A. アクション
- B. 寸法
- C. ソーシャルメンション
- D. メールクリック率

Answer: ([解答を表示する](#))

最新問題: 5

属性の命名規則として最適なものは何ですか？

- A. アッパーキャメルケース
- B. 小文字のスネークケース
- C. 大文字のスネークケース
- D. lowerCamelCase

Answer: A ([メッセージを残す](#))

Interaction Studioにおける属性の命名規則のベストプラクティス：

* UseUpperCamelCase(例: FirstName、PurchaseDate)。

* これにより、一貫性、読みやすさ、およびInteraction Studioの標準への準拠が保証されます。

参考文献：

* Salesforce Interaction Studio 開発者向けドキュメント - 属性命名規則

最新問題: 6

セグメント作成プロセスで利用できるルール基準は何ですか？

- A. アクション
- B. ソーシャルメディアでの言及
- C. メールのクリック率
- D. 寸法

Answer: D ([メッセージを残す](#))

ディメンションは、Salesforce Marketing Cloudでセグメントを作成するための基本的な構成要素です。ディメンションは、次のようなコンタクトのさまざまな属性を表します。

人口統計情報：年齢、性別、居住地、所得水準など。

行動データ：購入履歴 ウェブサイト訪問履歴、メールの反応など。

エンゲージメントデータ：メールの開封率、クリック率、バウンス率など。

カスタム属性：連絡先レコードに追加したカスタムフィールド。

これらの要素を組み合わせることで、特定のマーケティング目標に合致した、非常に的を絞ったセグメントを作成できます。たとえば、次のような顧客セグメントを作成できます。

特定の地理的地域に位置する

過去1年間に購入を行った

最近のメールキャンペーンを開封しました

ディメンションを使用してセグメントの基準を定義することで、ターゲットオーディエンスを正確に絞り込み、パーソナライズされたマーケティングメッセージを配信できます。

最新問題: 7

Guardianは、特定の指標の期待範囲をどのように決定するのですか？

- A. Guardianには各メトリックに事前設定された範囲があり、設定できません。
- B. ガーディアンは継続的な機械学習を使用して、予測範囲を設定します。
- C. ガーディアンはデータウェアハウスにクエリを実行して、論理的に想定される範囲を確立します。
- D. Guardianは、各メトリックに対してユーザーが設定した上限値と下限値を使用します。

Answer: C ([メッセージを残す](#))

最新問題: 8

セグメント結合ジャーニービルダー機能で使用するジャーニーには、どのエントリソースイベントタイプを設定する必要がありますか？

- A. 観客
- B. セールスフォースデータ
- C. API
- D. 日付ベース

Answer: A ([メッセージを残す](#))

これらのセグメントを有効にするには、Interaction Studio の Journey Builder 機能に参加してください。

* オーディエンスエントリソースイベントタイプを設定する必要があります。

* これにより、Interaction Studioで作成されたセグメントをJourney Builderと同期させ、セグメントのメンバーシップに基づいてジャーニーをトリガーできるようになります。

参考文献：

* Salesforce Interaction Studio ドキュメント - ジャーニー統合

最新問題: 9

Marketing Cloud Personalizationが、Marketing Cloud PersonalizationのsFTPロケーションからデータを取り込むために使用する標準的なメカニズムは何ですか？

- A. サイトマップ

- B. ETLフィード
- C. API
- D. オートメーションスタジオ

Answer: B ([メッセージを残す](#))

最新問題: 10

イベントAPIリクエストは、どの2種類のコンテンツタイプを使用して行われますか 2つ選択してください) ?

- A. CSV
- B. XML
- C. JSON
- D. フォームURLエンコード

Answer: C,D ([メッセージを残す](#))

最新問題: 11

企業がWebチャネルでMarketing Cloudパーソナライゼーションを活用することで達成できる成功指標は、次のうちどれですか? 2つ)

- A. オーガニック検索ランキングの上昇
- B. コンバージョン率の向上
- C. 収益の増加
- D. 新規訪問者の増加

Answer: ([解答を表示する](#))

コンバージョン率の向上 :マーケティングクラウドのパーソナライゼーションにより、ターゲットを絞った動的なレコメンデーションが可能になり、コンバージョン率が向上します。
収益の増加 :エンゲージメントとパーソナライゼーションを向上させることで、全体の収益に直接的な影響を与えます。

Salesforce Marketing Cloud パーソナライゼーション成功指標ガイド。

最新問題: 12

Marketing Cloudのパーソナライゼーションカタログにデータを入力する2つの方法は何ですか?

- A. メールピクセル
- B. ETLフィード
- C. Web SDK
- D. サードパーティ統合

Answer: ([解答を表示する](#))

最新問題: 13

開発者は、事前に作成されたグローバルテンプレートにどこからアクセスできますか?

- A. ランチャーのリストテンプレート表示オプション

- B. キャンペーン作成時のテンプレート一覧から選択
- C. 開発者向けドキュメントのコード例から
- D. UIのWebキャンペーンメニューの下にあるテンプレートメニュー

Answer: ([解答を表示する](#))

開発者は、Salesforce Interactions SDK Launcher Chrome拡張機能を通じて、事前に構築されたグローバルテンプレートにアクセスできます。この拡張機能は、グローバルテンプレートへのアクセスや複製など、Marketing Cloudパーソナライゼーション開発のさまざまな側面を管理するための便利なインターフェースを提供します。

アクセス方法は以下のとおりです。

Salesforce Interactions SDK Launcher Chrome拡張機能を開きます。

テンプレートボタンの「リストを表示」セクションをクリックしてください。すると、利用可能なテンプレートが表示されるタブが開きます。

「グローバルテンプレート」タブをクリックしてください。このタブには、利用可能なすべてのグローバルテンプレートの一覧が表示されます。

テンプレートを複製するには、目的のテンプレートに関連付けられている「グローバルテンプレートを複製」ボタンをクリックします。

他の選択肢ではダメなのか？

B) キャンペーン作成時のテンプレート一覧から: キャンペーン作成時にテンプレートを選択できますが、この一覧には通常カスタムテンプレートが含まれており、利用可能なグローバルテンプレートがすべて表示されるとは限りません。

C). 開発者向けドキュメントのコード例から: 開発者向けドキュメントにはコードスニペットや例が記載されている場合があります。ただし、完全なグローバルテンプレートに直接アクセスして複製する方法は提供されていません。

D) UI の Web キャンペーン メニューの下にあるテンプレート メニュー: このメニューは通常、アカウント内で作成されたカスタム テンプレートの管理に焦点を当てており、事前に構築されたグローバル テンプレートには焦点を当てていません。

Salesforce Marketing Cloud の参考資料:

グローバル Web テンプレートの利用開始: このドキュメントでは、グローバル テンプレートの概要、その目的、および Salesforce Interactions SDK Launcher を介してそれらにアクセスする方法について包括的に説明します。ドキュメントへのリンク [Salesforce](#)

Interactions SDK Launcher: このページでは、Chrome 拡張機能とその機能 (グローバル テンプレートへのアクセスを含む) に関する情報を提供します。ドキュメントへのリンク [無効な URL が削除されました] [グローバル テンプレートにアクセスしてクローンすること](#)で、開発者は事前に構築された構造と機能を活用でき、パーソナライズされた Web エクスペリエンスの作成にかかる時間と労力を節約できます。

最新問題: 14

Marketing CloudのパーソナライゼーションWebキャンペーンの構成要素は何ですか？

A. メールアドレスの取得、ホームページ、および製品の要件

- B. アフィニティ、インフォバー、アトリビューションウィンドウ
- C. レシピ、訪問者プロファイル、コンテンツウィンドウを設定しました
- D. エクスペリエンス、テンプレート、コンテンツゾーン

Answer: [\(解答を表示する\)](#)

マーケティングクラウドのパーソナライゼーションWebキャンペーンには以下が含まれます。

* 経験 :

コンテンツ配信に関するルールとパーソナライゼーションロジックを定義します。

* テンプレート :

表示されるコンテンツのデザインとレイアウトを決定します。

* コンテンツゾーン:

* パーソナライズされたコンテンツが表示されるウェブページ上の場所を指定します。

参考文献 :

* Salesforce Marketing Cloud ドキュメント - Web キャンペーン コンポーネント

最新問題: 15

インタラクショnstudioは、マーケターにどのような技術的価値を提供するのでしょうか？[確認]

- A. 営業担当者がよりスマートに、より迅速に販売できるよう設計されたクラウドベースのアプリケーションを提供することにより
- B. モバイル、AIパーソナライゼーション、注文管理機能、および関連サービスを備えたクラウドベースの統合eコマースプラットフォームをB2C向けに提供することで
- C. 顧客のシグナルに耳を傾け、顧客の意図を理解し、それに応じて行動する
- D. コンテンツの管理、スケジュール設定、作成、監視を行うためのプラットフォームを提供することにより

Answer: [C \(メッセージを残す\)](#)

最新問題: 16

インタラクショnstudioのカタログを作成する2つの方法は何ですか？[チェック]

- A. ETLフィード
- B. サードパーティ統合
- C. Web SDK
- D. メールピクセル

Answer: [A,C \(メッセージを残す\)](#)

Interaction Studioのカタログにデータを入力する方法は2つあります。

* ETLフィード (回答) :

* スケジュールされたファイルアップロードを使用して、製品やコンテンツの詳細を含むカタログデータを更新します。

* Web SDK (回答) :

* ユーザー操作中にウェブサイトからカタログデータを自動的に取得します。

参考文献：

* Salesforce Interaction Studio ドキュメント - カタログ管理

有効な **Marketing-Cloud-Personalization** 問題集は GoShiken.com が提供された合格しやすい Marketing-Cloud-Personalization 試験問題集！ GoShiken.com が最新の **Marketing-Cloud-Personalization** 試験問題集を提供しています。GoShiken.com Marketing-Cloud-Personalization 試験問題は最新で、解答が正確でございます。最新の GoShiken.com Marketing-Cloud-Personalization 問題集をゲットする人はこちら：
<https://www.goshiken.com/Salesforce/Marketing-Cloud-Personalization-mondaishu.html>
(122**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: 17

匿名訪問者はどのように追跡されますか？

- A. インタラクションスタジオは、ファーストパーティクッキーを使用して一意の英数字識別子を割り当てます。
- B. Interaction Studioは、サードパーティCookieを使用して一意の英数字識別子を割り当てます。
- C. 顧客は、ファーストパーティクッキーを使用して一意の英数字識別子を割り当てる必要があります。
- D. ブラウザがサードパーティCookieを割り当てます

Answer: A ([メッセージを残す](#))

最新問題: 18

Marketing Cloud Personalization Connector for Sales and Service Cloudを介してEinsteinの製品推奨を表示するために、ユーザーがMarketing Cloud Personalizationで構成する必要がある2つのコンポーネントは何ですか？

- A. アインシュタインのレシピ
- B. カタログ商品
- C. プロモーション
- D. アインシュタインの決断

Answer: A,B ([メッセージを残す](#))

最新問題: 19

どのデータフィールドが、ID属性を活用して外部システムデータをユーザープロファイルに統合しますか？

- A. アイデンティティフィールド
- B. インタラクションフィールド
- C. ユーザーフィールド

D. カタログフィールド

Answer: C ([メッセージを残す](#))

最新問題: 20

新しいアルゴリズムを設定する際に、レシピのどの3つの構成要素がオプションですか？

A. ブースター

B. 決定

C. 成分

D. バリエーション

E. 除外事項

Answer: A,D,E ([メッセージを残す](#))

最新問題: 21

あるブランドが、ユーザー定義の新しい属性をその都度エクスポートしたい場合、どのオプションを選択するでしょうか？

A. セグメントエクスポート時に匿名フィールドを除外するオプション

B. セグメントのエクスポートにすべてのカスタムフィールドを含めるオプション

C. セグメントのエクスポートに組み込みフィールドを含めるオプション

D. セグメントデータをマーケティングクラウドに送信するオプション

Answer: B ([メッセージを残す](#))

新しく作成したユーザー定義属性をエクスポートする場合、セグメントのエクスポート時にすべてのカスタムフィールドを含めるオプションを使用すると、関連するすべてのデータがエクスポートに含まれることが保証されます。これにより、詳細な分析とさらなる統合が容易になります。

参考資料 :Salesforce Interaction Studioセグメントエクスポートに関するドキュメント。

最新問題: 22

どのデータフィールドが、ID属性を活用して外部システムデータをユーザープロファイルに統合しますか？

A. ユーザーフィールド

B. インタラクションフィールド

C. アイデンティティフィールド

D. カタログフィールド

Answer: A ([メッセージを残す](#))

最新問題: 23

サイトマップでコンテンツゾーンを定義する目的は何ですか？

A. ウェブサイト上でキャンペーンを表示する場所を定義する

B. ウェブキャンペーンのパフォーマンスを報告する

C. 使用するコンテンツのサイズを指定します

D. ページからカタログ情報を取り込む

Answer: A (メッセージを残す)

サイトマップ内のコンテンツゾーン：

- * パーソナライズされたキャンペーンを表示できるウェブサイトの領域を指定します。
- * これらのゾーンは、バナーや商品のおすすめなどの動的コンテンツの配置をガイドします。

参考文献：

- * Salesforce Interaction Studio ドキュメント - コンテンツゾーン

最新問題: 24

開発者が、別のデータセットのビーコンが展開されているウェブサイトをテストする必要がある場合、Evergage Launcherのどの機能を有効にしてシミュレートする必要がありますか？

- A. 開発者ツール
- B. SDK URLを強制的に適用
- C. キャンペーンデバッガー
- D. インジェクトSDK

Answer: B (メッセージを残す)

別のデータセットからのビーコンが展開されているウェブサイトをテストする場合、Evergage LauncherのForce SDK URL機能が使用されます。

- * これにより、開発者はSDKのURLを指定することで、異なるデータセットをロードしてシミュレートすることができ、シナリオのトラブルシューティングとテストを正確に行うことができます。

参考文献：

- * Salesforce Interaction Studio 開発者向けドキュメント - Evergage Launcher

最新問題: 25

企業がWebチャネルでMarketing Cloudパーソナライゼーションを活用することで達成できる成功指標は、次のうちどれですか？ (2つ)

- A. オーガニック検索ランキングの上昇
- B. コンバージョン率の向上
- C. 収益の増加
- D. 新規訪問者の増加

Answer: B,C (メッセージを残す)

- * コンバージョン率の向上 :Marketing Cloudのパーソナライゼーションにより、ターゲットを絞った動的なレコメンデーションが可能になり、コンバージョン率が向上します。
- * 収益の増加 :エンゲージメントとパーソナライゼーションを向上させることで、全体の収益に直接的な影響を与えます。

最新問題: 26

開封時メールキャンペーンにおいて、コンテンツや商品のおすすめ表示方法を制御するのは何ですか？

- A. 昇進資格
- B. カタログ設定
- C. キャンペーンテンプレート
- D. アイテムテンプレート

Answer: D ([メッセージを残す](#))

最新問題: 27

ウェブ開発者がコンテンツゾーンを定義する際に指定できる2つのフィールドは何ですか？

2つの回答を選択してください

- A. 関連ページタイプ
- B. コンテンツゾーンの名前。
- C. DOM要素のCSSセレクタ。
- D. コンテンツゾーンの寸法。

Answer: B,C ([メッセージを残す](#))

最新問題: 28

ウェブ開発者は、pageTypeによってどのような3つの要素を定義できるでしょうか？

- A. キャンペーン
- B. 属性の取得
- C. ゴール
- D. アイテムアクション
- E. コンテンツゾーン

Answer: B,D,E ([メッセージを残す](#))

最新問題: 29

セグメント詳細タブのセグメント比較から、どのようなことが分かりますか？

- A. 表示されるセグメント間でユーザー、エンゲージメント活動、その他のアクションを比較します。
- B. どのキャンペーンがセグメントをターゲティングに使用しているかを理解するため
- C. セグメントに含まれる個々のユーザーを表示する
- D. カテゴリ別の購入属性収益の表示時間を理解する

Answer: A ([メッセージを残す](#))

最新問題: 30

サーバーサイドキャンペーンのどの3つの構成要素を開発者がコーディングする必要があるか？

- A. キャンペーン設定

- B. JSONレスポンスの解析
- C. キャンペーン統計の追跡
- D. コンテンツ選択
- E. イベントAPIリクエスト

Answer: B,D,E ([メッセージを残す](#))

JSONレスポンスの解析：開発者は、適切なキャンペーンコンテンツを表示するために、サーバーからのJSONレスポンスを処理する必要があります。

コンテンツ選択：キャンペーンルールに基づいてコンテンツを動的に選択および表示するロジックを実装する必要があります。

イベントAPIリクエスト：開発者はイベントAPIを使用して、リアルタイムのパーソナライゼーションのためにデータをInteraction Studioに送信します。

Salesforce Interaction Studio サーバーサイドキャンペーン開発者ガイド。

最新問題: 31

レシピに必要な材料が少なすぎる場合、あるいは全くない場合に備えて、マーケターはどのような材料を代替品として使用できるでしょうか？

- A. 共同購入
- B. 共同閲覧
- C. スマートバンドル
- D. トренд

Answer: ([解答を表示する](#))

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

サーバーサイドキャンペーンのどの3つの構成要素を開発者がコーディングする必要がありますか？

- A. キャンペーン設定
- B. イベントAPIリクエスト
- C. コンテンツの選択
- D. キャンペーン統計の追跡
- E. JSONレスポンスの解析

Answer: B,D,E ([メッセージを残す](#))

最新問題: 33

B2B Detectを使用する際、有効なアカウント発生源として認められる2つのオプションはどれですか？

- A. アカウントドメイン
- B. お客様の生年月日
- C. 時間帯
- D. IPアドレス

Answer: A,D ([メッセージを残す](#))

最新問題: 34

インタラクショnstudioのどの2つの機能に、A/Bテストを実行する機能がありますか？

- A. テンプレート
- B. セグメント
- C. レシピ
- D. キャンペーン

Answer: B,D ([メッセージを残す](#))

最新問題: 35

訪問者はインタラクショnstudioで目標を何回達成できますか？

- A. 目標セグメントの設定によって異なります
- B. 訪問者が目標セグメントから退出して再び参加するたびに
- C. 2回以上達成すると、目標達成とはみなされなくなります。
- D. 永遠に一度きり

Answer: B ([メッセージを残す](#))

最新問題: 36

マーケターがレコメンデーションを表示する際に、訪問者の親和性スコアを反映させたい場合、レシピには何を含めるべきでしょうか？

- A. 除外
- B. バリエーション
- C. 成分
- D. ブースター

Answer: D ([メッセージを残す](#))

最新問題: 37

サイトマップは、どのチャネルソリューションを管理するために実装されていますか？

- A. サーバーサイド
- B. Web

C. モバイル

D. メール

Answer: B ([メッセージを残す](#))

最新問題: 38

イベントAPIリクエストは、どの2種類のコンテンツタイプを使用して行われますか 2つ選択してください) ?

A. CSV

B. XML

C. フォームURLエンコード

D. JSON

Answer: C,D ([メッセージを残す](#))

Interaction Studio のイベント API リクエストは、以下のコンテンツタイプを使用して行うことができます。

* フォームURLエンコード :シンプルなキーと値の形式でイベントデータを送信するのに適しています。

* JSON : 複雑なデータ構造によく使用され、柔軟性と互換性を提供します。

参考資料 :Salesforce Interaction StudioイベントAPIドキュメント。

最新問題: 39

マーケターが15ドル未満の商品のおすすめを表示したくない場合、レシピには何を含めるべきでしょうか？

A. バリエーション

B. ブースター

C. 除外

D. 排除

Answer: C ([メッセージを残す](#))

Marketing Cloudのパーソナライゼーションレシピで、15ドル未満の商品が推奨されないようにするには、マーケターはExclusioningredientを使用する必要があります。この強力な機能を使用すると、特定のアイテムを提案対象から除外する基準を指定することで、推奨をきめ細かく制御できます。

除外成分の仕組みは以下のとおりです。

* 除外基準の定義: レシピ内で、マーケターは推奨セットから製品を除外する特定の基準を定義できます。この場合、除外基準は「価格が以下」となります。

15ドル。

* 推奨事項のフィルタリング :レシピが推奨事項を生成する際、除外材料によって定義された基準を満たす製品が除外されます。これにより、最終的な推奨事項には15ドル以上の製品のみが含まれるようになります。

* 柔軟性：除外条件は様々な製品属性や寸法に基づいて設定できるため、推奨事項を柔軟にカスタマイズできます。これにより、マーケティング担当者はキャンペーン目標や顧客の嗜好に合わせた、高度にターゲットを絞った推奨事項を作成できます。

最新問題: 40

ETLフィードは明確な仕様に従う必要があり、どのようなファイル形式が必要ですか？

- A. バイナリ
- B. テキストドキュメント
- C. JSON
- D. CSV

Answer: D ([メッセージを残す](#))

最新問題: 41

イベントストリームレポートはどのくらいの頻度で更新されますか？

- A. 毎日
- B. 毎時間
- C. 15秒ごと
- D. 30分ごと

Answer: ([解答を表示する](#)**)**

最新問題: 42

発見段階において、ソリューションアーキテクトは、開発者がサイトマップを実装する前に、顧客と協力して次の3つの事項を定義します。

- A. データセット
- B. サイトアーキテクチャ
- C. ETLフィード
- D. 属性モデル
- E. サイトカタログ

Answer: B,D,E ([メッセージを残す](#))

サイトマップを実装する前に、ソリューションアーキテクトと顧客は以下を定義する必要があります。

- * サイトアーキテクチャ ([回答](#)) :
- * ページの種類やナビゲーションなど、ウェブサイトの構造を理解する。
- * 属性モデル ([解答](#)) :
- * データ属性 (例ユーザーの行動、好み)をパーソナライゼーションにどのように使用するかを定義します。
- * サイトカタログ ([回答](#)) :
- * 製品、コンテンツ、またはサービスのカタログが、パーソナライゼーションロジックに対応できるよう構造化され、アクセス可能であることを確認してください。

参考文献：

* Salesforce Interaction Studio ドキュメント - サイトマップの計画

最新問題: 43

Sales CloudおよびService Cloud向けのMarketing Cloudパーソナライゼーションコネクタを設定するには、どのキャンペーンタイプを設定する必要がありますか？

- A. サーバーサイドキャンペーン
- B. モバイルキャンペーン
- C. メールキャンペーン
- D. ウェブキャンペーン

Answer: A ([メッセージを残す](#))

Sales Cloud および Service Cloud 用の Marketing Cloud パーソナライゼーション コネクタを設定するには、サーバー側キャンペーンを構成します。

* このキャンペーンタイプでは、サーバー側統合を介して、データと推奨事項がセールスクラウドまたはサービスクラウドに直接配信されます。

参考文献：

* Salesforce Marketing Cloud ドキュメント - コネクタ構成

最新問題: 44

マーケターが、商品ページでメイン商品とともに、過去の購入者が購入した最も一般的な商品を表示したい場合、レシピにはどの材料を使用すればよいでしょうか？

- A. 共同購入
- B. 類似商品
- C. 共同閲覧
- D. トレンド

Answer: A ([メッセージを残す](#))

最新問題: 45

顧客は、お気に入りのブランドから、自分の興味関心に合わせたパーソナライズされていないメールを受け取っています。この顧客のエクスペリエンスを向上させるには、Marketing Cloudのパーソナライゼーション機能のどれが役立ちますか？

- A. オープンタイムメール
- B. ルールベースのターゲティング
- C. 調査
- D. A/Bテスト

Answer: ([解答を表示する](#))

最新問題: 46

インタラクショnstudioは、チャネルを横断して、個々のユーザーのその瞬間の意図を把握し、それに対応するために、データをどれくらいの速さで合成・活用するのでしょうか？

- A. 30秒
- B. 1分
- C. 1秒
- D. 30ミリ秒

Answer: ([解答を表示する](#))

有効な **Marketing-Cloud-Personalization** 問題集は GoShiken.com が提供された合格しやすい Marketing-Cloud-Personalization 試験問題集！ GoShiken.com が最新の **Marketing-Cloud-Personalization** 試験問題集を提供しています。GoShiken.com Marketing-Cloud-Personalization 試験問題は最新で、解答が正確でございます。最新の GoShiken.com Marketing-Cloud-Personalization 問題集をゲットする人はこちら：
<https://www.goshiken.com/Salesforce/Marketing-Cloud-Personalization-mondaishu.html>
(**12230%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

セグメント詳細タブのセグメント比較から、どのようなことが分かりますか？

- A. カテゴリ別の購入属性収益の表示時間を理解する
- B. 表示されるセグメント間でユーザー、エンゲージメント活動、その他のアクションを比較する。
- C. セグメントに含まれる個々のユーザーを表示する
- D. どのキャンペーンがセグメントをターゲティングに使用しているかを理解するため

Answer: B ([メッセージを残す](#))

Interaction Studioのセグメント比較機能は、複数のセグメントにわたるユーザーの行動、エンゲージメントレベル、その他のアクションを比較することで、洞察を提供します。

これは、マーケティング担当者がさまざまなセグメントのパフォーマンスを相対的に理解するのに役立ちます。

参考資料 :Salesforce Interaction Studio セグメント詳細タブガイド

最新問題: 48

マーケターが、商品ページでメイン商品とともに、過去の購入者が購入した最も一般的な商品を表示したい場合、レシピにはどの材料を使用すればよいでしょうか？

- A. 共同購入
- B. 類似商品
- C. トレンド
- D. 共同閲覧

Answer: ([解答を表示する](#))

* レシピ内の「共同購入材料」は、一緒に購入されることが多い商品を識別して表示します。

* 商品ページでは、閲覧中のメイン商品に基づいて、関連商品を推奨することができます。

参考文献：

* Salesforce Interaction Studio ドキュメント - レシピと材料

最新問題: 49

複数のカテゴリからのおすすめ商品を表示したい場合、マーケターはどのような情報を含めるべきでしょうか？

- A. ブースター
- B. 除外
- C. 成分
- D. バリエーション

Answer: D ([メッセージを残す](#))

最新問題: 50

マーケターがレコメンデーションを表示する際に、訪問者の親和性スコアを反映させたい場合、レシピには何を含めるべきでしょうか？

- A. 除外
- B. 成分
- C. ブースター
- D. バリエーション

Answer: ([解答を表示する](#))

レシピのおすすめを表示する際に、訪問者の親和性スコアを含めるには：

* aBoosterを使用して、訪問者の親和性スコアに基づいて推奨事項の優先順位付けを行い、より関連性の高い提案を確実に提供します。

参考文献：

* Salesforce Interaction Studio ドキュメント - レシピブースター

最新問題: 51

セグメント作成プロセスで利用できるルール基準とは何ですか？

- A. 寸法
- B. ソーシャルメンション
- C. メールクリック率
- D. アクション

Answer: D ([メッセージを残す](#))

Marketing Cloudパーソナライゼーションでセグメントを作成する際、アクションは重要なルール基準となります。アクションとは、ユーザーがウェブサイト、モバイルアプリ、その他のデジタルチャネル上で実行する具体的な行動やインタラクションを表します。これらのアクションは、ユーザーの好み、意図、エンゲージメントに関する貴重なインサイトを提供します。

セグメント作成におけるアクションの使用方法は以下のとおりです。

セグメント基準の定義 :ユーザーが行った特定のアクション (商品の閲覧、カートへの商品追加、購入完了、フォームの放棄など)に基づいてセグメントを作成できます。これにより、ユーザーの興味や行動に基づいてユーザーをグループ化することが可能になります。

他の基準との組み合わせ :アクションは、ユーザー属性 (人口統計 場所)やセッション属性 (時間帯 デバイスの種類)などの他のルール基準と組み合わせることで、高度にターゲットを絞ったセグメントを作成できます。

これにより、ユーザーの微妙な行動を捉える複雑なルールを定義できます。

リアルタイムセグメンテーション :ユーザーの行動はリアルタイムで追跡され、セグメントの動的な更新が可能になります。ユーザーが何らかのアクションを実行すると、定義された基準に基づいて、そのユーザーは自動的にセグメントに追加または削除されます。これにより、セグメントは常に最新のユーザー行動を反映したものとなります。

最新問題: 52

インタラクショnstudioの2つの競争優位性は何ですか？

- A. アクティブ時間と実際のエンゲージメントを監視します
- B. 統合コンテンツ管理システム
- C. 管理者の同意
- D. 真のリアルタイム意思決定

Answer: A,D ([メッセージを残す](#))

アクティブ時間と真のエンゲージメントを監視 :Interaction Studioは、受動的な指標ではなく、アクティブ時間に焦点を当てることで、有意義なユーザーエンゲージメントを測定します。

真のリアルタイム意思決定 :このプラットフォームはデータをリアルタイムで処理し、ユーザーの操作に基づいて即座にパーソナライズされた意思決定を提供します。

Salesforce Interaction Studioの競争優位性ガイド。

最新問題: 53

企業にとって重要なビジネス情報となる、情報システムに保存されている3つの主要なデータ領域とは何ですか？

- A. ユーザーの行動
- B. 従業員の業績
- C. シャドウカタログ情報
- D. 運用情報
- E. KPIの統計的追跡

Answer: ([解答を表示する](#))

最新問題: 54

サーバーサイドキャンペーンを返すイベントAPIリクエストで渡される属性と値は何ですか？[確認]

- A. サーバー側メッセージ = 1

- B. サーバー側 = true
- C. サーバー側は常に返されます
- D. ソース = サーバー

Answer: D ([メッセージを残す](#))

最新問題: 55

総合的なエンゲージメントスコアの計算に含めることができる項目はどれですか？ 2つ選択可)

- A. ID統合日
- B. 訪問
- C. アクション
- D. 時間帯

Answer: B,C ([メッセージを残す](#))

* 訪問回数 (回答) :

* ユーザーがウェブサイトを訪問したり、チャネルとやり取りしたりする回数。

* 行動 (回答) :

* クリック、購入、フォーム送信など、ユーザーが行った具体的な行動。

これらの指標は、プラットフォームに対するユーザーのインタラクションとエンゲージメントを反映しています。

参考文献 :

* Salesforce Interaction Studio ドキュメント - エンゲージメントスコアリング

最新問題: 56

企業がウェブチャネルの情報システム (IS) を活用して達成できる成功指標は、次のうちどれですか？

- A. 初回訪問者数の増加
- B. コンバージョン率の向上
- C. オーガニック検索ランキングの上昇
- D. 収益の増加

Answer: B,D ([メッセージを残す](#))

* Interaction Studio (IS) は、ウェブチャネルのパーソナライゼーションを通じて、企業が重要な成功指標を達成できるよう支援します。

* コンバージョン率の向上 : パーソナライズされた体験と推奨事項を提供することで、ISはより多くのユーザーが望ましい行動 (購入 サインアップなど) を取るように促します。

* 収益の増加 : ユーザーエンゲージメントとコンバージョンの向上は、収益成長に直接貢献します。

最新問題: 57

どの機能を使えば、ビジネスユーザーがキャンペーンの作成と編集を自社のウェブサイト上で直接行うことができますか？

- A. JavaScriptビーコン
- B. ビジュアルエディター
- C. Web SDK
- D. Web拡張機能

Answer: B ([メッセージを残す](#))

Interaction Studioのビジュアルエディターを使用すると、ビジネスユーザーはシンプルなオーバーレイインターフェースを使って、自社のウェブサイト上でキャンペーンを直接作成および編集できます。

この機能により、技術的な知識のないユーザーでも、コーディングスキルを必要とせずに、パーソナライゼーションやキャンペーンを管理できます。

参考資料 :Salesforce Interaction Studio ドキュメント - ビジュアルエディターの概要。

最新問題: 58

販売およびサービスクラウドのIS接続を介してEinstein製品推奨を表示するために、ユーザーがISで構成する必要がある2つのコンポーネントは何ですか？

- A. カタログ商品
- B. アインシュタインの決断
- C. プロモーション
- D. アインシュタインのレシピ

Answer: ([解答を表示する](#))

最新問題: 59

ユーザーがインタラクションスタジオ内のすべてのコンテンツを閲覧し、キャンペーンやレシピの作成、更新、公開、削除を行う必要がある場合、管理者はどの役割を割り当てるでしょうか？

- A. 視聴者
- B. キャンペーン編集者
- C. 編集者
- D. キャンペーン著者

Answer: C ([メッセージを残す](#))

Interaction Studioのエディターロールは、キャンペーンとレシピの表示、作成、更新、公開、削除を行う権限を提供します。

この役割は、キャンペーン管理やAIを活用したパーソナライゼーションに包括的なアクセス権限を必要とするユーザーに最適です。

Salesforce Marketing Cloud Personalization (Interaction Studio) では、Editor ロールは、以下の権限を付与します。

* Interaction Studio内のすべてのデータとアクティビティを表示します。

キャンペーンの作成、更新、公開、削除を行います。

レシピやその他の設定要素を管理および編集します。

この役割は、キャンペーンやレシピの閲覧と管理の両方において包括的なアクセス権限を必要とするユーザーに最適です。

参考資料 :Salesforce Interaction Studioの役割と権限に関するドキュメント。

最新問題: 60

新しいID属性を設定する際、その属性がデータセット全体で個人に固有のものである場合、どの設定を使用しますか？

- A. ユニークではない
- B. アイデンティティ名前空間
- C. 識別文字列
- D. ユニーク

Answer: D ([メッセージを残す](#))

最新問題: 61

Marketing Cloud Personalization Connector for Sales and Service Cloudを介してEinsteinの製品推奨を表示するために、ユーザーがMarketing Cloud Personalizationで構成する必要がある2つのコンポーネントは何ですか？

- A. カタログ商品
- B. プロモーション
- C. アインシュタイン・レシピ
- D. アインシュタインの決断

Answer: A,C ([メッセージを残す](#))

Sales Cloud および Service Cloud 用の Marketing Cloud Personalization Connector を介して Einstein の製品推奨を表示するには、以下を設定します。

* カタログ商品（回答）：

* 推奨機能を実現するために、製品またはコンテンツのカタログを作成および維持する。

* アインシュタインのレシピ（正解）：

レシピを使用して、どの商品を提案するかを決定するパーソナライズされたレコメンデーションロジックを設定します。

参考文献：

* Salesforce Marketing Cloud ドキュメント - Einstein レコメンデーション統合

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

最新問題: 62

Marketing Cloud Personalizationが、Marketing Cloud PersonalizationのsFTPロケーションからデータを取り込むために使用する標準的なメカニズムは何ですか？

- A. ETLフィード
- B. オートメーションスタジオ
- C. サイトマップ
- D. API

Answer: A (メッセージを残す)

Marketing Cloud Personalizationは、ETLフィード（抽出 変換、ロード）を使用してsFTPロケーションからデータを取り込みます。このメカニズムにより、Interaction Studioへのデータ処理が効率的かつスケジュール通りに行われます。

参考資料 :Salesforce Interaction Studioのデータ取り込みに関するドキュメント。

最新問題: 63

ホームページにトレンドブログのおすすめを表示するために、どのグローバルテンプレートを選択してカスタマイズしていますか？

- A. アインシュタイン関連コンテンツのおすすめ
- B. CTA付きバナー
- C. アインシュタイン製品のおすすめ
- D. CTA付きインフォバー

Answer: A (メッセージを残す)

最新問題: 64

あるブランドが、それぞれコントロール体験を含む3つのキャンペーンをテストしています。同じグループが常にコントロール体験を得られるようにするには、ブランドはどのセグメントタイプを設定すればよいでしょうか？

- A. 対照群セグメント
- B. サードパーティセグメント
- C. A/Bテストセグメント
- D. 位置情報に基づくセグメント

Answer: A (メッセージを残す)

最新問題: 65

あるビジネスユーザーが、本日ホームページを閲覧したすべての人を追跡するためのセグメントを作成しました。ホームページを閲覧した後、ウェブ訪問者がグループに参加するまでにはどれくらいの時間がかかりますか？

Answer:

すぐに

Explanation:

Interaction Studioでは、セグメントメンバーシップの更新はリアルタイムで行われます。ウェブサイト訪問者は、ホームページの閲覧などの条件を満たすと、すぐにセグメントに追加されます。

参考資料 :Salesforce Interaction Studio リアルタイムセグメンテーションのドキュメント。

最新問題: 66

インタラクショnstudioの2つの競争優位性は何ですか?[チェック]

- A. アクティブ時間と実際のエンゲージメントを監視します
- B. 統合コンテンツ管理システム
- C. 管理者の同意
- D. 真のリアルタイム意思決定

Answer: ([解答を表示する](#))

* アクティブ時間と真のエンゲージメントを監視 :Interaction Studioは、受動的な指標ではなく、アクティブ時間に焦点を当て、有意義なユーザーエンゲージメントを測定します。

* 真のリアルタイム意思決定 :プラットフォームはデータをリアルタイムで処理し、ユーザーの操作に基づいて即座にパーソナライズされた意思決定を提供します。

最新問題: 67

ホームページに商品のおすすめを表示するために、どのグローバルテンプレートを選択してカスタマイズしますか？

- A. アインシュタイン製品のおすすめ
- B. CTA付きバナー
- C. アインシュタインのおすすめコンテンツ
- D. CTA付きインフォバー

Answer: A ([メッセージを残す](#))

最新問題: 68

ETLフィードは明確な仕様に従う必要があります、どのようなファイル形式が必要ですか？

- A. CSV
- B. JSON
- C. バイナリ
- D. テキストドキュメント

Answer: A ([メッセージを残す](#))

Interaction StudioのETLフィードでは、構造化データの転送にシンプルで広くサポートされているCSVファイル形式が必要です。

参考文献 :

* Salesforce Interaction Studio ドキュメント - ETL ファイル仕様

最新問題: 69

セグメント結合ジャーニービルダー機能で使用するジャーニーには、どのエントリソースイベントタイプを設定する必要がありますか？

- A. セールスフォースデータ
- B. 日付ベース
- C. API
- D. 観客

Answer: ([解答を表示する](#))

最新問題: 70

どのデータフィールドが、ID属性を活用して外部システムデータをユーザープロフィールに統合しますか？

- A. インタクションフィールド
- B. カタログフィールド
- C. ユーザーフィールド
- D. アイデンティティフィールド

Answer: C ([メッセージを残す](#))

Marketing Cloudのパーソナライゼーションにおけるユーザーフィールドは、ID属性を活用して外部システムデータをユーザープロフィールに統合するように特別に設計されています。これにより、企業はCRMシステム、ロイヤルティプログラム、その他のマーケティングプラットフォームなど、さまざまなソースからの貴重な情報でユーザープロフィールを充実させることができます。

ユーザーフィールドの仕組みは以下のとおりです。

* ID解決 :ユーザーフィールドは、メールアドレス、顧客ID、ロイヤルティ番号などのID属性を利用して、受信データをMarketing Cloudパーソナライゼーションの既存のユーザープロフィールと照合します。これにより、データが正しい個人に正確に関連付けられることが保証されます。

* データエンリッチメント :一致するデータが見つかったら、ユーザーフィールドは受信したデータをユーザーのプロファイルに追加します。

これには、人口統計情報、購入履歴、嗜好、ロイヤルティステータス、または外部システムからのその他の関連情報など、幅広い属性が含まれる可能性があります。

* パーソナライゼーションの強化 :ユーザーフィールドは、さまざまなソースからのデータでユーザープロフィールを充実させることで、より詳細なセグメンテーション、ターゲットを絞ったキャンペーン、パーソナライズされたレコメンデーションを実現します。これにより、より関連性の高い、魅力的な顧客体験がもたらされます。

最新問題: 71

IS部門はWebテンプレートをどのように定義するのか？

- A. Google Chrome拡張機能
- B. ウェブサイトに記録されるイベントや行動

- C. ウェブキャンペーンを作成するために使用される、繰り返し可能なフレームワーク
 - D. 開発者が設定したサイト上の領域。
- Answer: C ([メッセージを残す](#))**

最新問題: 72

企業がウェブチャネルの情報システム (IS) を活用して達成できる成功指標は、次のうちどれですか？

- A. 収益の増加
- B. コンバージョン率の向上
- C. オーガニック検索ランキングの上昇
- D. 初回訪問者数の増加

Answer: B,C ([メッセージを残す](#))

最新問題: 73

あるブランドが、特定のユーザーグループにおけるキャンペーンのパフォーマンスを確認したいと考えています。プラットフォーム内でどのように確認すればよいでしょうか？

- A. セグメントを使用して特定のアクションを指定し、それをキャンペーンの目標として設定できます。
- B. エンゲージメント比較機能を使用して、主要な指標と行動の違いを確認します。
- C. セグメントを使用してフィルターを設定し、キャンペーン統計でそのフィルターを使用します。
- D. セグメントを使用してグローバル目標を設定する

Answer: C ([メッセージを残す](#))

最新問題: 74

あるブランドが、特定のセグメントをその都度エクスポートしたいと考えています。どのようなオプションが利用できるでしょうか？

- A. JSONペイロードによるセグメントのエクスポート機能
- B. SOAP API を介したセグメントのエクスポート機能
- C. Amazon S3へのセグメントエクスポート機能
- D. CSV形式によるセグメントのエクスポート機能

Answer: D ([メッセージを残す](#))

最新問題: 75

どの成分が、訪問者の「自分に似た人」アルゴリズムに基づいて商品やコンテンツを表示するのでしょうか？

- A. 類似商品
- B. トレンド
- C. 協調フィルタリング
- D. Co Browser

Answer: ([解答を表示する](#))

* 協調フィルタリング機能は、自分と似た人」アルゴリズムを使用して、同様の好みや行動を持つ他のユーザーの行動に基づいて製品やコンテンツを提案します。

* ユーザーグループ間のパターンを特定し、個々のユーザーに合わせたおすすめ情報を提供します。

参考文献：

* Salesforce Interaction Studio ドキュメント - レシピの材料

最新問題: 76

Interaction Studioは、取り込むための新しいファイルを取得するために、どのくらいの頻度でSFTPサーバーをポーリングしますか？

- A. すぐに
- B. 時間単位
- C. デイリー
- D. 15分ごと

Answer: ([解答を表示する](#))

Interaction Studioは、指定されたSFTPサーバーを15分ごとにチェックし、取り込むべき新しいファイルを確認します。これにより、プラットフォーム内のパーソナライゼーションやその他の機能に必要な、比較的最新のデータが常に利用可能になります。

有効な **Marketing-Cloud-Personalization** 問題集は GoShiken.com が提供された合格しやすい Marketing-Cloud-Personalization 試験問題集！ GoShiken.com が最新の **Marketing-Cloud-Personalization** 試験問題集を提供しています。GoShiken.com Marketing-Cloud-Personalization 試験問題は最新で、解答が正確でございます。最新の GoShiken.com Marketing-Cloud-Personalization 問題集をゲットする人はこちら：
<https://www.goshiken.com/Salesforce/Marketing-Cloud-Personalization-mondaishu.html>
(**12230%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: 77

顧客は、お気に入りのブランドから、自分の興味関心に合わせたパーソナライズされていないメールを受け取っています。この顧客のエクスペリエンスを向上させるには、Marketing Cloudのパーソナライゼーション機能のどれが役立ちますか？

- A. ルールベースのターゲティング
- B. オープンタイムメール
- C. 調査
- D. A/Bテスト

Answer: B ([メッセージを残す](#))

Marketing Cloudパーソナライゼーションのルールベースターゲティングを使用すると、マーケティング担当者は、個々の顧客に配信するコンテンツやエクスペリエンスを決定する特定の基準やルールを定義できます。これにより、一般的なメールの一斉送信と比較して、より高度なパーソナライゼーションが可能になります。

ルールベースのターゲティングが顧客体験を向上させる方法は次のとおりです。

- * パーソナライズされたコンテンツ：顧客の属性、行動、嗜好に基づいてルールを設定することで、マーケティング担当者は、顧客の興味関心に沿った関連性の高いコンテンツをメールに含めることができます。これには、商品のおすすめ、ターゲットを絞ったプロモーション、過去のやり取りに関連したコンテンツなどが含まれます。

- * セグメンテーション：ルールベースのターゲティングにより、さまざまな基準に基づいて動的なセグメントを作成できます。これにより、顧客は幅広い層に向けた一般的なメッセージではなく、個々のニーズや好みに合わせたメールを受け取ることができます。

- * エンゲージメントの向上：メールがパーソナライズされ、関連性の高い内容であれば、顧客はメールに積極的に反応し、開封率、クリック率、コンバージョン率が向上します。これにより、顧客との関係が強化され、メールマーケティングキャンペーンの効果も高まります。

他の選択肢ではダメなのか？

- * B. 開封時間メール：開封時間メールは、顧客がメールを開封する可能性が最も高い時間帯に基づいて、メールの送信時間を最適化します。これにより配信率は向上しますが、パーソナライゼーションの問題には直接対処できません。

- * C. アンケート：アンケートは貴重な顧客フィードバックを収集できますが、メールコンテンツを直接パーソナライズすることはできません。

- * D. A/Bテスト：A/Bテストは、メールの異なるバージョンを比較して、どちらがより効果的かを判断するものです。最適化には役立ちますが、必ずしもパーソナライズされたコンテンツを保証するものではありません。

Salesforce Marketing Cloud の参考資料:

- * ルールの作成と管理：このドキュメントでは、ルールベースのターゲティングの基盤となるMarketing Cloudパーソナライゼーションにおけるルールの作成と管理方法について説明します。ドキュメントへのリンク [無効なURLが削除されました]

- * ターゲットメール：このリソースでは、ルールベースのパーソナライゼーションを使用してターゲットメールキャンペーンを作成する方法に関する情報を提供します。ドキュメントへのリンク [無効な URL が削除されました] ルールベースのターゲティングを実装することで、マーケターはメールが各顧客の興味に合わせてパーソナライズされ、より魅力的で満足度の高いエクスペリエンスにつながることを保証できます。

最新問題: 78

目標とフィルターはいつ設定すべきでしょうか？

A. 目標やフィルターに基づいて測定したいキャンペーンを開始した後

B. 時間が経つにつれて、測定したい新しいものが現れたら

C. 公開済みのキャンペーンの統計情報を確認する場合

D. 目標やフィルターに基づいて測定したいキャンペーンを開始する前に

Answer: D (メッセージを残す)

キャンペーンのパフォーマンスを適切に評価するために必要な指標と基準が設定されるよう、キャンペーンを開始する前に目標とフィルターを定義しておく必要があります。

この積極的な仕組みにより、企業は特定の目標を測定し、行動を最初から正確にセグメント化することが可能になります。

参考資料 :Salesforce Interaction Studio ドキュメント - 目標とフィルタの設定。

最新問題: 79

開発者は、事前に作成されたグローバルテンプレートにどこからアクセスできますか？

A. ランチャーのリストテンプレート表示オプション

B. キャンペーン作成時のテンプレート一覧から選択

C. 開発者向けドキュメントのコード例から

D. UIのWebキャンペーンメニューの下にあるテンプレートメニュー

Answer: A (メッセージを残す)

開発者は、Salesforce Interactions SDK Launcher Chrome拡張機能を通じて、事前に構築されたグローバルテンプレートにアクセスできます。この拡張機能は、グローバルテンプレートへのアクセスや複製など、Marketing Cloudパーソナライゼーション開発のさまざまな側面を管理するための便利なインターフェースを提供します。

アクセス方法は以下のとおりです。

* Salesforce Interactions SDK Launcher Chrome拡張機能を開きます。

* テンプレートボタンの「リストを表示」セクションをクリックしてください。これにより、利用可能なテンプレートを表示するタブが開きます。

* 「グローバルテンプレート」タブをクリックします。このタブには、利用可能なすべてのグローバルテンプレートの一覧が表示されます。

テンプレートを複製するには、目的のテンプレートに関連付けられている「グローバルテンプレートを複製」ボタンをクリックします。

他の選択肢ではダメなのか？

* B. キャンペーン作成時のテンプレート一覧から: キャンペーン作成時にテンプレートを選択できますが、この一覧には通常カスタムテンプレートが含まれており、利用可能なグローバルテンプレートがすべて表示されるとは限りません。

* C. 開発者向けドキュメントのコード例から:開発者向けドキュメントにはコードスニペットや例が記載されている場合があります。ただし、完全なグローバルテンプレートに直接アクセスして複製する方法は提供されていません。

* D. UI の Web キャンペーン メニューの下にあるテンプレート メニュー: このメニューは通常、アカウント内で作成されたカスタム テンプレートの管理に焦点を当てており、事前に構築されたグローバル テンプレートには焦点を当てていません。

Salesforce Marketing Cloud の参考資料:

* グローバルWebテンプレートの利用開始: このドキュメントでは、グローバルテンプレートの概要、その目的、およびSalesforce Interactions SDK Launcherを介してそれらにアクセスする方法について包括的に説明します。ドキュメントへのリンク

* Salesforce Interactions SDK Launcher: このページでは、Chrome拡張機能とその機能 (グローバルテンプレートへのアクセスを含む)に関する情報を提供します。ドキュメントへのリンク [無効なURLが削除されました] グローバルテンプレートにアクセスして複製することで、開発者は事前に構築された構造と機能を活用でき、パーソナライズされたWebエクスペリエンスの作成にかかる時間と労力を節約できます。

最新問題: 80

IDシステムでサポートされているユーザー属性データ型は何ですか？

- A. マルチストリング
- B. 文字列と整数
- C. 弦
- D. 弦楽器とマルチ弦楽器

Answer: C ([メッセージを残す](#))

最新問題: 81

どの機能を使えば、ビジネスユーザーがキャンペーンの作成と編集を自社のウェブサイト上で直接行うことができますか？

- A. ビジュアルエディター
- B. ウェブ拡張機能
- C. Web SDK
- D. JavaScriptビーコン

Answer: C ([メッセージを残す](#))

最新問題: 82

属性の命名規則として最適なものは何ですか？

- A. 小文字のスネークケース
- B. アッパーキャメルケース
- C. 大文字の蛇ケース
- D. lowerCamelCase

Answer: B ([メッセージを残す](#))

最新問題: 83

開封時メールキャンペーンにおいて、コンテンツや商品のおすすめ表示方法を制御するのは何ですか？

- A. キャンペーンテンプレート
- B. 昇進資格
- C. カタログ設定

D. アイテムテンプレート

Answer: D (メッセージを残す)

Marketing Cloudパーソナライゼーションの開封時メールキャンペーンにおいて、アイテムテンプレートは、メール内でコンテンツや商品のおすすめがどのように表示されるかを決定する重要な要素です。このテンプレートは設計図として機能し、パーソナライズされた要素のレイアウト、スタイル、および全体的な表示方法を定義します。

アイテムテンプレートの仕組みは以下のとおりです。

- * 構造の定義 :アイテムテンプレートは、HTMLとCSSを使用してメールコンテンツの視覚的な構造を定義します。これには、画像サイズ、テキストの書式設定、間隔、推奨アイテムの全体的な配置などの要素が含まれます。
- * パーソナライズ用プレースホルダー :このテンプレートには、メールが開かれた際にパーソナライズされたコンテンツが動的に表示されるプレースホルダーが含まれています。これにより、各受信者はそれぞれの好みに合わせたおすすめ情報を見ることができます。
- * カスタマイズ :マーケターは、さまざまなメールキャンペーンやデザインに合わせて、複数のアイテムテンプレートを作成できます。これにより、推奨事項の表示方法に柔軟性を持たせることができ、ブランドガイドラインやキャンペーン目標との一貫性を確保できます。

最新問題: 84

サーバーサイドキャンペーンの構成要素のうち、ビジネスユーザーが定義できる3つの要素はどれですか？

- A. キャンペーンレンダリング
- B. キャンペーンへの反応
- C. プロモーションコンテンツ
- D. 経験値がルール
- E. ユーザー属性

Answer: C,D,E (メッセージを残す)

Interaction Studio 内のサーバーサイドキャンペーンでは、ビジネスユーザーは以下を定義できます。

- * プロモーションコンテンツ (回答C) :
- * 推奨事項や体験談において、優先的に取り上げるべき、または強調すべきコンテンツ。
- * 経験則 (解答D) :
- * パーソナライゼーションロジックを規定するルール。コンテンツの表示条件やユーザーターゲティングなど。
- * ユーザー属性 (回答E) :
- * ユーザーの特性を定義する属性。これにより、ユーザープロファイルに基づいたパーソナライズされたインタラクションが可能になります。

参考文献：

- * Salesforce Interaction Studio ドキュメント - キャンペーン管理

最新問題: 85

サイトマップは、ISがどの3つの項目を識別できるようにする機能を提供しますか？

- A. 属性
- B. キャンペーン
- C. ページの種類
- D. テンプレート
- E. コンテンツゾーン

Answer: A,C,E ([メッセージを残す](#))

最新問題: 86

Marketing Cloudのパーソナライゼーション機能は、チャンネルを横断して、個人のその瞬間の意図を把握し、それに対応するために、データをどれくらいの速さで統合し、活用するのでしょうか？

- A. 1分
- B. 30ミリ秒
- C. 30秒
- D. 1秒

Answer: B ([メッセージを残す](#))

Marketing Cloudのパーソナライゼーション機能は、30ミリ秒以内にデータを統合して活用し、チャンネルを横断したリアルタイムのパーソナライゼーションと意思決定を可能にします。

参考資料 :Salesforce Interaction Studio リアルタイムエンゲージメントに関するドキュメント。

最新問題: 87

マーケティングクラウドのパーソナライゼーションにおいて、セグメントはどのような3つの方法で活用されていますか？

- A. 目標とフィルターを設定するb)
- B. おすすめ商品
- C. キャンペーンのターゲティング
- D. Salesforce CRM内で関連リストを作成する
- E. 分析、トレンド、エンゲージメント

Answer: B,C,E ([メッセージを残す](#))

商品のおすすめ :セグメント機能により、ユーザーの行動や好みに基づいてパーソナライズされたおすすめ商品を提供できます。

キャンペーンのターゲティング :セグメントによって特定のキャンペーンの対象となるオーディエンスを定義し、関連性とエンゲージメントの向上を確保します。

分析、トレンド、エンゲージメント :セグメントはユーザー行動に関する洞察を提供し、トレンド分析とエンゲージメント追跡を可能にします。

Salesforce Interaction Studioのセグメンテーション活用事例ガイド。

Salesforce Marketing Cloud Personalization（旧称Interaction Studio）では、セグメントを使用して、特定の条件を満たす個人（顧客または見込み客）をグループ化します。セグメントが作成されると、プラットフォーム全体で次のようなさまざまな目的で活用できます。

1. 製品の推奨（オプションB）

仕組み

セグメントは、どのユーザーまたはグループに特定の製品を推奨すべきかをレシピ（または推奨アルゴリズム）に指示します。たとえば、「高価値顧客」のセグメントを使用して、プレミアム製品の推奨や厳選された製品バンドルを提供することができます。

Salesforceリファレンス

Salesforce ヘルプ: パーソナライゼーション レシピ ビルダーでは、ユーザー セグメント（VIP 顧客、初回訪問者など）を使用して、推奨事項をカスタマイズする方法について説明します。

2. キャンペーンのターゲティング（オプションC）

仕組み

パーソナライゼーションにおけるキャンペーンは、多くの場合、特定のセグメント（例：「カート放棄者」、「頻繁に訪れるユーザー」、「新規顧客」）のユーザーに特定のメッセージや体験を表示するように設定されます。

キャンペーンのターゲティングにセグメントを活用することで、マーケターは各グループに対して非常に適切なコンテンツ、オファー、またはメッセージを配信することができます。

Salesforceリファレンス

Salesforce ヘルプ: パーソナライゼーション キャンペーンの概要セグメントがキャンペーン設定の重要な要素であり、適切なオーディエンスに適切なメッセージが届くようにする方法について説明します。

3. 分析、トレンド、エンゲージメント（オプションE）

仕組み

セグメントは、ユーザーエンゲージメント、トレンド、コンバージョン指標を細分化することで、レポート作成と分析において重要な役割を果たします。例えば、異なるセグメントがサイトやアプリとどのようにインタラクトしているかを比較したり、収益への貢献度を追跡したり、セグメントごとにキャンペーンの成功度を測定したりすることができます。

Salesforceリファレンス

Salesforce ヘルプ: パーソナライゼーション分析とレポート セグメントを使用して、特定のユーザー コホートのパフォーマンス指標（収益、クリック率、コンバージョン率など）を表示する方法を示します。

他の選択肢を選ばない理由は？

A) 目標とフィルターを設定する

「目標」A/Bテストや主要業績評価指標など）ではフィルターを使用することがありますが、これは通常、UIでセグメントを明示的に参照するのではなく、レシピやキャンペーンの

設定で行います。これは、上記の「主要な3つの用途」と並んで、主要な用途として文書化されているものではありません。

D) Salesforce CRM内で関連リストを作成する

パーソナライゼーションは、特定のエンゲージメントデータをSalesforce CRM (Sales CloudまたはService Cloud)に渡すことができますが、これらのセグメントからCRM内で「直接 関連リスト」を作成することは、「セグメント利用」における主要な標準機能ではありません。Salesforce CRMのリストは通常、パーソナライゼーションのセグメンテーションエンジンではなく、標準のCRM機能によって管理されます。

まとめ

Salesforce Marketing Cloudのパーソナライゼーションでは、セグメントは主に以下の目的で使用されます。

おすすめ商品 B)

キャンペーンのターゲティング C)

分析、トレンド、エンゲージメント E)

これら3つのユースケースにより、個々のユーザーに合わせた体験を提供したり、同じオーディエンスを活用してカスタマイズされたキャンペーンを展開したり、豊富な分析機能とレポートを通じて実用的なインサイトを得たりすることが可能になります。

最新問題: 88

ウェブ開発者は、pageTypeによってどのような3つの要素を定義できるでしょうか？

A. アイテムアクション

B. キャンペーン

C. ゴール

D. コンテンツゾーン

E. 属性のキャプチャ

Answer: ([解答を表示する](#))

Salesforce Marketing Cloud Interaction Studio (Marketing Cloud Personalization)において、pageTypeはWebページの構造と動作を定義する上で重要な概念です。Web開発者はpageTypeを使用して複数のコンポーネントを指定することで、Interaction Studioがデータを適切に取得し、ユーザーインタラクションを定義し、パーソナライズされたコンテンツを配信できるようになります。

1. アイテムアクション

概要：開発者はアイテムアクションを定義することで、ユーザーがページ上で実行できるアクションの種類を指定します。これらのアクションにより、Interaction Studioは特定のユーザー行動やアイテムとのインタラクション（クリック、カートへの追加、詳細の表示など）を追跡できます。

目的：

プラットフォームが分析およびパーソナライズのためにユーザーのアクティビティを記録できるようにするため。

ページ上で推奨事項やオファーに関する具体的なアクション項目を定義する。

例：

開発者は、商品ページに「カートに追加」と「商品を見る」のアクションを設定します。

ドキュメント参照 :Interaction Studioにおけるアイテムアクション。

2. コンテンツゾーン

コンテンツゾーンとは、Webページ上の特定の領域で、パーソナライズされたコンテンツを動的に表示できる場所です。開発者は、パーソナライズされたコンテンツが適切な場所に配信されるように、ページタイプごとにこれらのゾーンを定義します。

目的：

ウェブページの特定部分をパーソナライズ対象として指定する。

Interaction Studioのキャンペーンとレコメンデーションをシームレスに統合できるようにするため。

例：

開発者は、ホームページまたは商品ページに関連付けられたページタイプに対して、「ヒーローバナーゾーン」または「サイドバー推奨ゾーン」を定義します。

ドキュメント参照 :コンテンツゾーンの定義。

3. 属性の取得

概要：属性の取得とは、ページタイプが読み込まれた際にInteraction Studioが取得すべきデータフィールドまたはプロパティを定義することです。これらの属性は、ユーザー、アイテム、またはページに関するコンテキストを提供し、パーソナライゼーションと分析をサポートします。

目的：

Interaction Studioのデータセットに重要なメタデータを追加することで、ターゲティングとレポート作成の精度向上を図る。

商品ID、カテゴリ、特定のページタイプにおけるユーザーの操作などの情報を取得するため。

例：

開発者は、製品ページで「商品名」、「カテゴリ」、「価格」などの属性を取得します。

ドキュメント参照 :Interaction Studioでの属性の取得。

他の選択肢が正しくない理由

B). キャンペーン:

キャンペーンはInteraction Studioで個別に作成および管理されます。これらはpageTypeの構成要素ではありません。

参考資料 :Interaction Studioでのキャンペーン設定。

C) 目標：

目標とは、ページタイプによって定義されるものではなく、Interaction Studioキャンペーン内で定義された具体的な成果またはKPIを指します。

参考資料 :Interaction Studioにおける目標の定義。

ドキュメント参照

Interaction Studioにおけるページタイプの設定。

最新問題: 89

ホームページにトレンドブログのおすすめを表示するために、どのグローバルテンプレートを選択してカスタマイズしていますか？

- A. CTA付きインフォバー
- B. アインシュタイン製品のおすすめ
- C. CTA付きバナー
- D. アインシュタイン関連コンテンツのおすすめ

Answer: B ([メッセージを残す](#))

最新問題: 90

企業にとって重要なビジネス情報となる、情報システムに保存されている3つの主要なデータ領域とは何ですか？

- A. ユーザーの行動
- B. 従業員の業績
- C. シャドウカタログ情報
- D. KPIの統計的追跡
- E. 運用情報

Answer: A,C,E ([メッセージを残す](#))

Interaction Studioに保存されるデータの主な領域は次の3つです。

* ユーザー行動（回答）：

* 複数のチャンネルにわたる個々のユーザーの行動とインタラクションを追跡します。

* シャドウカタログ情報（回答）：

* おすすめ商品やパーソナライズに使用される商品、コンテンツ、またはサービスのカタログデータを保存します。

* 運用情報（回答）：

* キャンペーンの実行とパフォーマンスの追跡に必要なシステムおよびビジネス構成を表します。

参考文献：

* Salesforce Interaction Studio ドキュメント - データアーキテクチャ

最新問題: 91

マーケティングクラウドのメッセージング&ジャーニーまたはPardotからキャンペーン追跡データを取得するために、どのETLフィードが使用されますか？

- A. 手動セグメントETL
- B. 外部メールキャンペーンイベントETL
- C. トランザクションETL
- D. 製品ETL

Answer: ([解答を表示する](#)**)**

有効な **Marketing-Cloud-Personalization** 問題集は GoShiken.com が提供された合格しやすい Marketing-Cloud-Personalization 試験問題集！ GoShiken.com が最新の **Marketing-Cloud-Personalization** 試験問題集を提供しています。GoShiken.com Marketing-Cloud-Personalization 試験問題は最新で、解答が正確でございます。最新の GoShiken.com Marketing-Cloud-Personalization 問題集をゲットする人はこちら：
<https://www.goshiken.com/Salesforce/Marketing-Cloud-Personalization-mondaishu.html>
(12230%OFF問題集溶と正解付きで 30%w 特別割引コード: **Freepdfdumps**)

最新問題: 92

レシピに必要な材料が少なすぎる場合、あるいは全くない場合に備えて、マーケターはどのような材料を代替品として使用できるでしょうか？

- A. 共同購入
- B. 共同閲覧
- C. トレンド
- D. スマートバンドル

Answer: C (メッセージを残す)

トレンド食材は、パーソナライズされたおすす​​め情報がない場合に、人気のある商品やコンテンツが表示されるようにするためのバックアップとして、レシピでよく使用されます。

Salesforce Interaction Studio レシピのフォールバック戦略ガイド。

最新問題: 93

管理者がカタログで利用できる基本アイテムタイプにはどのようなものがありますか？

- A. 製品、カテゴリ、記事
- B. 名称、寸法、属性
- C. 製品、記事、ブログの過去
- D. 製品、名称、説明

Answer: (解答を表示する)

カタログの基本アイテムタイプには、製品、カテゴリ、記事があり、これらはパーソナライズされたおすす​​め情報やコンテンツ配信を作成するための基盤となります。

Marketing Cloudパーソナライゼーションでは、管理者はカタログを作成する際に、以下の基本アイテムタイプを利用できます。

* 製品 :これはほとんどのカタログにおける主要なアイテムタイプであり、企業が提供する個々の製品やサービスを網羅します。各製品には通常、名称、説明、価格、画像、その他の関連情報などの属性が含まれます。

* カテゴリ :カテゴリは、カタログ内の商品を整理するための階層構造を提供します。これにより、ユーザーとマーケターの両方にとって、ナビゲーション、フィルタリング、および

ブラウジングが容易になります。カテゴリはネストすることで、複数のレベルの整理を作成できます。

* 記事：記事とは、製品やサービスに関連する情報コンテンツを指します。これには、ブログ記事、ニュース記事、製品レビュー、その他ユーザーに有益な情報や洞察を提供するあらゆるコンテンツが含まれます。

最新問題: 94

ISでは、データセットに対して合計でいくつのグローバル目標とフィルターを定義できますか？

- A. フィルターと目標の合計64
- B. 無制限
- C. 25人のファイラーと25ゴール
- D. フィルターと目標の合計は300

Answer: ([解答を表示する](#))

最新問題: 95

統合顧客プロファイルとは何ですか？

- A. ウェブサイト、マーケティングメール、または統合されたチャネルでの行動に基づいて、各訪問者、顧客、およびユーザーのビューを提供します。
- B. ウェブサイト、ウェブアプリケーション、モバイルストア、コールセンターなど、あらゆる場所における顧客活動の統合ビュー
- C. ウェブサイト、ウェブアプリケーション、モバイルストア、コールセンター、および貴社から受信したメールとのやり取りに基づいた、すべての訪問者、顧客、ユーザーのオフラインレポート
- D. 管理者がすべての顧客接点におけるアクティビティを確認できるプロファイルビュー

Answer: A ([メッセージを残す](#))

最新問題: 96

あるブランドが、ユーザー定義の新しい属性をその都度エクスポートしたい場合、どのオプションを選択するでしょうか？

- A. セグメントのエクスポートに組み込みフィールドを含めるオプション
- B. セグメントのエクスポート時に匿名フィールドを除外するオプション
- C. セグメントのエクスポートにすべてのカスタムフィールドを含めるオプション
- D. セグメントデータをMarketing Cloudに送信するオプション

Answer: ([解答を表示する](#))

ユーザー定義属性をエクスポートする際に、「すべてのカスタムフィールドを含める」オプションを選択すると、新しく作成されたすべてのカスタム属性がエクスポートに含まれるようになります。

この機能は、追加のユーザーデータを分析または統合するための臨時のデータエクスポートに特に役立ちます。

参考資料 :Salesforce Interaction Studioセグメントエクスポートガイド。

最新問題: 97

インタラクションスタジオのカタログにデータを入力する2つの方法は何ですか？

- A. ETLフィード
- B. サードパーティ統合
- C. Web SDK
- D. メールピクセル

Answer: A,C (メッセージを残す)

Interaction Studioのカタログにデータを入力する方法は2つあります。

ETLフィード（回答）：

スケジュールされたファイルアップロードを使用して、製品やコンテンツの詳細を含むカタログデータを更新します。

Web SDK（正解はC）：

ユーザー操作中にウェブサイトからカタログデータを自動的に取得します。

参考文献：

Salesforce Interaction Studio ドキュメント - カタログ管理

最新問題: 98

開発者が、別のデータセットのビーコンが展開されているウェブサイトをテストする必要がある場合、Evergage Launcherのどの機能を有効にしてシミュレートする必要がありますか？

- A. SDK URLを強制的に適用
- B. Inject SDK
- C. キャンペーンデバッガー
- D. 開発者ツール

Answer: A (メッセージを残す)

最新問題: 99

マーケターが、訪問者の親和性スコアを考慮してレコメンデーションを表示するには、レシピに何を含めるべきでしょうか？

- A. 除外
- B. 成分
- C. バリエーション
- D. ブースター

Answer: D (メッセージを残す)

レシピに訪問者の親和性スコアを含めるには、マーケターは次の手順を実行します。

* aBoosterを使用して、訪問者の好みや嗜好に合ったおすすめを優先的に表示します。

* ブースターを使用すると、レコメンデーションを微調整して、より関連性の高いものにすることができます。

参考文献：

* Salesforce Interaction Studio ドキュメント - レシピ構成

最新問題: 100

マーケティングクラウドのパーソナライゼーションにおける、製品やコンテンツ、関連するカテゴリ、タグ ブランド、性別、スタイル、キーワード、著者など)の集合を表す用語は何ですか？

- A. 物体
- B. ディレクトリ
- C. チャンネル
- D. カタログ

Answer: D (メッセージを残す)

カタログは、製品とコンテンツ、および関連するカテゴリとタグ ブランド、性別、スタイルなど)のコレクションです。これは、推奨事項の管理とパーソナライズに使用されます。

参考資料 :Salesforce Interaction Studioカタログ設定ドキュメント。

最新問題: 101

SFTPサーバーからファイルが削除されるのは、アップロード日から何日後ですか？

- A. 180日
- B. 30日間
- C. 60日間
- D. 90日

Answer: B (メッセージを残す)

Salesforce Marketing CloudのSFTP (Simple File Transfer Protocol)は、お客様のシステムとMarketing Cloud間でファイルを安全に転送するために設計されています。ストレージとセキュリティを最適化するため、ファイルは一定期間保持されます。

Salesforceのドキュメントによると、SFTP経由でアップロードされたファイルは通常30日後に削除されます。この保持期間は標準設定であり、Salesforceとの特定の構成や契約に基づいて異なる場合があります。

組織における正確なデータ保持期間を確認するには、以下の手順をお勧めします。

* Salesforce管理者にご相談ください。組織のSFTP構成と保持ポリシーに関する具体的な情報を提供できます。

* Salesforceのドキュメントを確認してください。ファイル保持ポリシーとベストプラクティスに関する最新情報については、Salesforce Marketing Cloudの公式ドキュメントを参照してください。

ファイル保持ポリシーを理解することで、ファイル転送を効果的に管理し、データが指定された期間内に安全に保管およびアクセスされることを保証できます。

最新問題: 102

イベントAPIの主な機能は2つあります。それは何ですか？ 2つ選択してください)

- A. ユーザーの属性と行動を記録する
- B. GDPRデータまたは削除要求の処理
- C. キャンペーンへの回答を返す
- D. 外部キャンペーンデータの一括読み込み

Answer: ([解答を表示する](#))

Salesforce Interaction StudioのEvent APIは、主に2つの目的を果たします。

- * ユーザー属性とアクションの取得 A) :
- * ユーザーの行動、操作、属性をリアルタイムで記録します。このデータは、ユーザープロフィールの作成、セグメントの作成、パーソナライゼーションの推進に不可欠です。
- * キャンペーンへの回答を返す C) :
- * イベントAPIは、パーソナライズされたコンテンツや推奨事項など、キャンペーンに対する応答を取得して配信し、Webページやアプリケーションに表示することができます。

最新問題: 103

セグメントの有効なユースケースとして、どの2つの選択肢が適切でしょうか？

2つの回答を選択してください

- A. 特定の期間内に一定額を購入したユーザーを特定する
- B. 統合されたデマンドサイドプラットフォーム内でアクティベーション対象ユーザーを特定する
- C. 本日ショッピングカートを放棄したユーザーを特定する
- D. YouTube広告キャンペーンを閲覧したユーザーを特定する

Answer: A,D ([メッセージを残す](#))

Valid Marketing-Cloud-Personalization Dumps shared by GoShiken.com for Helping Passing Marketing-Cloud-Personalization Exam! GoShiken.com now offer the **newest Marketing-Cloud-Personalization exam dumps**, the GoShiken.com Marketing-Cloud-Personalization exam **questions have been updated** and **answers have been corrected** get the **newest** GoShiken.com Marketing-Cloud-Personalization dumps with Test Engine here: <https://www.goshiken.com/Salesforce/Marketing-Cloud-Personalization-mondaishu.html> (122 Q&As Dumps, **30%OFF Special Discount: Freepdfdumps**)