

Salesforce.Salesforce-Marketing-Associate.v2025-03-12.q60

試験コード:	Salesforce-Marketing-Associate
試験名称:	Salesforce Certified Marketing AssociateExam
認定資格:	Salesforce
無料問題数:	60
バージョン:	v2025-03-12
アクセス数:	452
ページビュー数:	600
https://www.jpnpdf.com/Salesforce.Salesforce-Marketing-Associate.v2025-03-12.q60-mondaishu.html	

最新問題: 1

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べきでしょうか？

- A. 旅の歴史
- B. ジャーニーダッシュボード
- C. 旅の健康

Answer: ([解答を表示する](#))

3 つの異なるジャーニーの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使用する必要があります。ジャーニーダッシュボードでは、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の包括的な概要が視覚的に表示されます。これにより、マーケティング担当者はさまざまなジャーニーの効果をすばやく評価し、情報に基づいた意思決定を行ってマーケティング戦略を改善できます。

最新問題: 2

マーケティング担当者は、さまざまなチャネルにわたって固有の連絡先を識別するために何を使用する必要がありますか？

- A. 連絡先キー
- B. メールアドレス
- C. 携帯電話番号

Answer: A ([メッセージを残す](#))

Marketing Cloud のさまざまなチャネルにわたる一意の連絡先は、連絡先キーを使用して識別されます。連絡先キーは、システム内の各連絡先に割り当てられる一意の識別子であ

り、Marketing Cloud 内のさまざまなチャネルやインタラクションにわたって個人を一貫して識別できるようにします。これにより、連絡先のエンゲージメントとインタラクションの統一されたビューが確保され、クロスチャネル マーケティング戦略とパーソナライズされた顧客ジャーニーが促進されます。

最新問題: 3

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、区切り文字としてカンマを選択すると、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、指定し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: 4

Northern Trail Outfitters ではメール送信が多数あり、この情報を収集するためのデータ拡張機能を作成したいと考えています。

データ拡張機能でメール送信を生成するテンプレートの種類はどれですか？

- A. レポート
- B. データビュー
- C. ログを送信する

Answer: C (メッセージを残す)

多数のメール送信に関する情報を収集し、この目的のためのデータ拡張機能を作成するには、マーケティング担当者は送信ログ テンプレートを使用する必要があります。Salesforce Marketing Cloud の送信ログは、サブスクライバー データ、送信データ、メール コンテンツなど、送信された各メールの送信時刻情報を取得する機能です。この情報は送信ログデータ拡張機能に保存され、分析、レポート、およびさらなるセグメンテーションに使用できる電子メール送信の詳細な記録を提供します。

最新問題: 5

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つのコンテンツバージョンが別途用意されています。

- * 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: A (メッセージを残す)

1 つのコンテンツ ブロック内で 2 つの別個のコンテンツ バージョンのパフォーマンスを評価する必要がある電子メール テンプレートの場合、担当者はコンテンツ ビルダーの 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 つのコンテンツのバリエーションを作成でき、システムによって自動的にオーディエンスが分割され、バージョン A またはバージョン B のいずれかが受信されます。

その後、パフォーマンス メトリックを分析して、どのバージョンのパフォーマンスが優れているかを判断し、将来のコンテンツ戦略についてデータに基づいた意思決定を行うことができます。

最新問題: 6

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. 終了した後のみ再入場

Answer: C (メッセージを残す)

ジャーニーのフォローアップ メッセージを管理するには、「終了した後のみ再エン트리」設定を使用して、連絡先がジャーニーを完全に終了した後に再エントリできるようにします。これは、カート放棄のフォローアップなど、繰り返しメッセージを頻繁に送信しないようにしたいシナリオで、繰り返しメッセージを制御するのに最適です。

* 終了した後に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にあるときに繰り返し再エントリすることを防ぎ、冗長な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: 7

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。

担当者はどの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体験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: B ([メッセージを残す](#))

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エクスペリエンスを生み出すことが重要です。ファーストパーティ データ (ブランドとのやり取りを通じて顧客から直接収集された情報) 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 エクスペリエンス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、さまざまなマーケティング出版物やリソースで詳しく説明されているように、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います。パーソナライゼーションは、顧客の信頼を構築し、エンゲージメントを強化す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: 8

Northern Trail Outfitters は、マーケティング戦略を監督する新しいチームを結成しました。彼らは、あらゆる基準、マーケティング戦術、地域、製品ラインでコンテンツを分類する方法を求めています。

仲間は何を推奨すべきでしょうか？

- A. コンテンツ タグを有効にします。
- B. カスタム フォルダー権限を作成します。
- C. フォルダーをアルファベット順に整理します。

Answer: ([解答を表示する](#))

Salesforce Marketing Cloud のコンテンツ タグは、マーケティング戦略、地域、製品ラインなどのさまざまな基準でコンテンツを分類するように設計されています。コンテンツ タグを有効にして使用すると、ユーザーは Marketing Cloud 内のコンテンツに説明的なラベルを適用できるため、コンテンツの整理、検索、レポート作成が容易になります。この機能は、より構造化されアクセスしやすいコンテンツ管理システムをサポートしており、さまざまなセグメントや地域にわたる多様なコンテンツ ニーズを持つ複雑なマーケティング戦略を管理するチームにとって特に便利です。

最新問題: 9

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応答できるように、自動応答によってカスタマー サービスの受信トレイがいっぱいになること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らないようにするには、Cloud Kicks は Salesforce Marketing Cloud アカウントで返信メール管理 (RMM) を構成する必要があります。RMM は、自動応答の管理など、Marketing Cloud から送信されたメールへの返信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応答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して、カスタマー サービスの受信トレイが乱雑にならないようにすることができます。

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、タイムリーで効果的なサポートを提供できるようになります。RMM はさまざまな運用ニーズに合わせてカスタマイズできるため、関連する返信のみがカスタマー 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: 10

Northern Trail Outfitters のマーケティング チームは最近、レガシー システムから古い加入者データを統合しました。その後すぐに、マーケティング担当者は苦情を受け始めました。苦情を減らすためにマーケティング担当者はどのようなアプローチを取るべきでしょうか？

- A. 今後のメールに最新のプロモーション情報を含めて、開封率を高めます。
- B. パーソナライズなしでコンテンツをテストし、その影響を理解します。
- C. 統合リストにオプトインメールを送信して、同意を再確認します。

Answer: ([解答を表示する](#))

古い購読者データを統合した後、同意を再確認するオプトインメールを送信することが、コンプライアンスを確保し、苦情を減らすための最善のアプローチです。この方法は、受信者が引き続き通信の受信を希望していることを確認することでリストをクリーンアップし、スパム苦情を減らし、関心のある購読者と再度エンゲージすることでエンゲージメント率を高めるのに役立ちます。

* 統合後にオプトインが必要な理由: レガシー システムのデータは古くなっている可能性があり、加入者はブランドに興味を失っている可能性があります。再確認メールによ

り、Northern Trail Outfitters は加入者の好みを尊重し、潜在的な苦情を最小限に抑えることができます。

* Salesforce ドキュメントリファレンス: Marketing Cloud での同意の管理の詳細については、「オプトインのベストプラクティス」を参照してください。

最新問題: 11

GDPR では、企業が収集したデータに対して消費者はどのような権利を持ちますか？

- A. 忘れられたり処理されたりしない権利
- B. データアクセスと移植性に関する権利
- C. 必要に応じてデータを要求および変更する権利

Answer: [\(解答を表示する\)](#)

一般データ保護規則 (GDPR) では、消費者は企業が収集する個人データに関していくつかの権利を有します。これらの権利のうち、データアクセス権とデータポータビリティ権という 2 つの重要な規定があります。データアクセス権により、個人は組織が保持する個人データのコピーを要求して受け取ることができます。データポータビリティ権により、個人はさまざまなサービス間で個人データを取得して再利用することができ、あるサービスプロバイダーから別のサービスプロバイダーにデータをより簡単に転送できるようになります。

これらの権利は、個人が自分の個人データをより細かく管理できるようにし、デジタル経済における透明性と権限を強化することを目的としています。

参考資料: GDPR の公式ドキュメントでは、データ アクセスと移植性に関する権利に関する詳細なセクションを含む、規制に基づく個人の権利の包括的な概要が提供されており、組織がこれらの権利にどのように対応する必要があるかが概説されています。

最新問題: 12

Northern Trail Outfitters の新しいマーケティング担当者は、Marketing Cloud Engagement の使用方法を学習したいと考えています。

知識チェックとコミュニティ中心の資産を提供するリソースはどれですか？

- A. Salesforce ヘルプとトレーニング
- B. ナレッジベース
- C. トレイルヘッド

Answer: [C \(メッセージを残す\)](#)

Trailhead by Salesforce は、Salesforce と関連スキルを幅広く教えるために設計された、インタラクティブでゲーム化された学習プラットフォームです。Marketing Cloud Engagement を含む Salesforce のさまざまな側面をカバーするモジュール、プロジェクト、スーパーバッジを提供します。Trailhead は、学習体験を強化する知識チェックと、フォーラムやリーダーボードなどのコミュニティ中心の資産が際立っています。

学習者は、Marketing Cloud Engagement に合わせた特定のコースに参加し、実践的な課題を通じて知識とスキルを検証することができます。コミュニティの側面により、ユーザー間でのコラボレーションと洞察の共有が可能になり、学習の過程がさらに充実します。

最新問題: 13

営業担当者は、新製品の購入プロセスの一環として送信されるはずの特定の電子メールが顧客に届いていないという懸念を表明しました。

マーケティング担当者は、問題を調査するために Journey Builder のどこを確認すればよいですか？

- A. 追跡を送信
- B. ログを送信
- C. 旅の歴史

Answer: (解答を表示する)

Salesforce Marketing Cloud の Journey Builder の Journey History には、各連絡先のジャーニーの記録が提供されます。これには、完了したステップや問題が発生した可能性のある場所に関する詳細が含まれます。マーケティング担当者は Journey History を確認することで、メールが送信されたかどうかを調べ、送信されていない場合はエラーやスキップを特定できます。

* ジャーニー履歴の利点: 各顧客のジャーニーでのやり取りを詳細に確認できるため、ジャーニー内の配信やコンテンツ処理に関連する問題のトラブルシューティングに役立ちます。

* Salesforce ドキュメントリファレンス: 詳細については、『Journey Builder 履歴の概要』を参照してください。

最新問題: 14

Northern Trail Outfitters (NTO) のマーケティング担当者は、最新の送信後にハードバウンスの数が増加していることに気づきました。最近、NTO は次のことを行いました。

* 商業送信分類を更新しました

* 業界イベントから収集した追加の連絡先リストを送信可能なデータ拡張機能に組み込みました

* メールキャンペーンで新しい件名をテストしました

直帰率が高くなる原因は何ですか？

- A. 新しく追加された連絡先は、電子メールマーケティングに同意していませんでした。
- B. 新しく追加された連絡先のメールアドレスの一部が無効です。
- C. 更新された件名によってスパム警告がトリガーされ、メールが迷惑メールとしてフラグ付けされました。

Answer: B (メッセージを残す)

Northern Trail Outfitters (NTO) が業界イベントからの新しい連絡先リストを組み込んだ後にハードバウンスが増加した原因は、新しく追加された連絡先の一部に無効なメールアドレスが含まれている可能性が最も高いです。ハードバウンスは通常、メールアドレスが間違っている、存在しない、または非アクティブ化されている場合に発生します。リストが送信可能なデータ拡張機能に新しく統合され、徹底的な検証やクリーニングが行われていな

い場合、リストに有効でなくなったメールアドレスが含まれる可能性が高くなり、ハードバウンスが増加します。

メールの配信性と送信者の評判を維持するために、マーケティングチームがメールアドレスの検証とリストのクリーニングを実行することは、特に業界イベントなどの外部ソースからの新しいリストを組み込む場合に不可欠です。

最新問題: 15

Northern Trail Outfitters のマーケティングチームは、社内のチームメンバーの固有のレコードを使用してパーソナライズされたデータを表示し、新しい動的報酬テンプレートをテストしたいと考えています。

プレビューとテストを構成するために担当者が使用する必要があるオプションはどれですか？

- A. リスト全体に基づく
- B. 加入者記録に基づく
- C. テストデータ拡張に基づく

Answer: C (メッセージを残す)

社内チームメンバーの一意のレコードを使用してパーソナライズされたデータを表示する新しい動的報酬テンプレートをテストするには、担当者はテスト データ拡張機能に基づいてプレビューとテストを構成する必要があります。このオプションを使用すると、担当者は、チームメンバーのデータの構造とコンテンツを模倣したサンプル レコードが入力された、テスト専用のデータ拡張機能を作成できます。このアプローチにより、プレビューとテストで動的コンテンツが受信者にどのように表示されるかが正確に反映され、より効果的なレビュー プロセスが促進されます。

最新問題: 16

Cloud Kicks (CK) の経営陣は、オーディエンス ベースを拡大するためのキャンペーンを要求しています。CK は、キャプチャした電子メールが世界中の対象の確認済み受信者に確実に送信されるようにする必要があります。

要求を満たすためにアソシエイトは何を使用すべきでしょうか？

- A. サービス呼び出しオプトイン
- B. シングルオプトイン
- C. ダブルオプトイン

Answer: C (メッセージを残す)

メールが意図した受信者と確認済みの受信者に確実に送信されるようにするには、特に世界中の視聴者に対して、ダブル オプトイン プロセスをお勧めします。このプロセスでは、最初の確認メールに記載されているリンクをクリックして登録者が自分のメールアドレスを確認する必要があるため、メールアドレスが無効または誤って入力されるリスクが軽減され、世界中のデータ プライバシー法への準拠が強化されます。

* ダブル オプトインの利点: 加入者が本当に通信の受信を希望していることが確認されるため、スパムの苦情が減り、リストの品質が向上します。

* Salesforce ドキュメントリファレンス: ダブルオプトインがグローバルコンプライアンスをサポートする方法の詳細については、「[オプトインのベストプラクティス](#)」を参照してください。

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

Northern Trail Outfitters は、購読者から、登録したニュースレターが見つからないという苦情を多数受けています。追跡情報によると、電子メール サーバーが電子メールを拒否したようです。

どのステータスが問題を表していますか？

- A. 登録解除
- B. バウンス
- C. 保持

Answer: ([解答を表示する](#))

バウンス ステータスは、購読者が登録したニュースレターが届かないと苦情を申し立て、追跡情報からメール サーバーがメールを拒否したことが示された場合の問題を表します。バウンスされたメールとは、メール アドレスの誤り、受信トレイの満杯、サーバーの問題など、さまざまな理由により受信者の受信トレイに配信できなかったメールです。バウンス ステータスは、配信できないメール アドレスを識別して管理するのに役立ちます。

最新問題: 18

マーケティング担当者は、構造化クエリ言語 (SQL) を使用せずに、別のデータ拡張機能から基準に基づいたオーディエンスのサブセットを作成する必要があります。

担当者はどのデータ拡張機能を使用する必要がありますか？

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

Answer: A ([メッセージを残す](#))

フィルター済みデータ拡張機能は、マーケティング担当者が SQL を使用せずに別のデータ拡張機能から基準に基づいたオーディエンスのサブセットを作成する必要がある場合に最適です。このタイプのデータ拡張機能を使用すると、ユーザーは既存のデータ拡張機能に

特定の基準を適用して、SQL クエリを記述することなく、属性や行動に基づいてオーディエンスをセグメント化できます。これは、SQL スキルがないがターゲットを絞ったセグメント化を実行する必要があるマーケティング担当者にとって特に便利です。Salesforce Marketing Cloud は、これらのフィルターを設定するためのユーザーフレンドリーなインターフェースを提供し、特定のオーディエンス セグメントに合わせてコミュニケーションを効率的に調整します。

最新問題: 19

Cloud Kicks の経営陣は、自社の Web サイトでプロモーション コードを利用した顧客を引き付けたいと考えています。

担当者は、サブスクライバー キーが主キーになるようにデータ拡張機能を設定しました。しかし、担当者は、複数のプロモーション コードを利用した顧客については、データ拡張機能に 1 つのレコードしか追加されていないことに気付きました。

サブスクライバー キーごとに複数のレコードを許可するには、アソシエイトは何を変更する必要がありますか？

- A. プロモーション コード フィールドを 2 番目の主キーとして割り当てます。
- B. プロモーション コードの利用ごとに新しいサブスクライバー キーを割り当てます。
- C. 電子メール アドレスを主キーとして割り当てます。

Answer: A ([メッセージを残す](#))

最新問題: 20

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スルー率が最も高いかを判断しています。

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スルー率を決定する A/B テストでは、システムが定義済みの勝者基準 (最高の開封率、クリック率など) に基づいて勝者を宣言し、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: 21

同僚がパーソナライズされたコンテンツを含む電子メールを作成中です。電子メールを対象者に送信する前に、レビュー担当者による校正が必要です。

テスト データ拡張機能を使用する場合、この要件を満たすにはどのオプションを使用する必要がありますか？

- A. プレビューを生成し、レビュー担当者に送信します。
- B. サブスクライバーのプレビューとテスト送信を実行します。
- C. テスト データ拡張機能を使用して送信フローを実行します。

Answer: B ([メッセージを残す](#))

購読者プレビューとテスト送信オプションを使用すると、パーソナライズされたコンテンツをプレビューしてレビュー担当者に送信するのに効率的です。これにより、担当者は特定の購読者に表示されるメールを確認し、最終送信前にプレビュー バージョンをレビュー担当者に送信できます。

* テスト送信の利点: テスト送信機能を使用すると、テスト データ拡張機能の特定のデータを使用してテストし、パーソナライズされたコンテンツがレビュー用に正しくレンダリングされることを確認できます。

* Salesforce ドキュメントリファレンス: 購読者のプレビューとテスト送信の実行の詳細については、Email Studio テスト送信」を参照してください。

最新問題: 22

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 や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 製品の機能を強化および拡張する、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、拡張機能のマーケットプレイスとして機能します。さまざまなビジネス ニーズと運用要件を満たすように設計された、Salesforce およびサードパーティ ベンダーの幅広いソリューションを提供します。

AppExchange では、Northern Trail Outfitters のマーケティング チームは、高度な分析やデータ管理からキャンペーン管理や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および最適化するための追加機能を提供します。

最新問題: 23

Cloud Kicks のマーケティング チームは、購読者が消去権 (忘れられる権利とも呼ばれる) を持っていることを確認する必要があります。

これはどのデータ プライバシーポリシーに該当しますか？

A. CAN-SPAM

B. GDPR

C. HIPPA

Answer: ([解答を表示する](#))

消去権は忘れられる権利とも呼ばれ、一般データ保護規則 (GDPR) の対象となります。この規定により、個人は、企業が個人データを継続的に処理する正当な理由がない場合に、個人データの削除または除去を要求することができます。この権利は、デジタル データのコンテキストで特に重要であり、デジタル環境における個人情報に対する個人の制御を強化することを目的としています。

GDPR では、組織が一定の条件下でそのような要求に応じることを義務付けており、これにより欧州連合および欧州経済領域内の個人のデータ プライバシーと保護が強化されます。

最新問題: 24

Cloud Kicks のマーケティング チームは、ランディング ページにフォームを設定して、Marketing Cloud Engagement のデータ拡張機能への連絡先情報を収集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べきでしょうか？

A. Web 収集

B. モバイルコネクト

C. スマートキャプチャ

Answer: C ([メッセージを残す](#))

Cloud Kicks のマーケティング チームがランディング ページにフォームを設定して連絡先情報を収集し、その情報を Marketing Cloud Engagement のデータ拡張機能に直接送信したい場合、最も適切な機能は Smart Capture です。Smart Capture は Salesforce Marketing Cloud で利用できるフォーム ツールで、ユーザーはこれを使用してフォームを簡単に作成およびカスタマイズし、Web ページやランディング ページの訪問者からデータを収集できます。

Smart Capture を使用することで、チームはブランディングや特定のデータ収集ニーズに合わせたフォームを設計し、収集した連絡先情報が保存されているデータ拡張機能にフォームを直接リンクできます。このシームレスな統合により、効率的なデータ収集と管理が促進され、チームは収集したデータをマーケティング キャンペーンやエンゲージメント活動に迅速に活用できるようになります。

参考資料: Smart Capture に関する Salesforce Marketing Cloud のドキュメントには、フォームをデータ拡張機能に接続して自動データキャプチャと保存を行う方法など、ランディング ページでのデータ収集用にツールを設定して使用する方法についての詳細な手順が記載されています。

最新問題: 25

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、次回のメールでサンプル セットを使用して仮説をテストすることにしました。テストでは、開封率が最も高いメールを自動的に選択し、残りの対象者に勝者となる件名を送信したいと考えています。

これらのテスト パラメータを実行するために担当者が使用すべき機能はどれですか？

- 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: ([解答を表示する](#))

Cloud Kicks のマーケティング チームが、開封率を向上させるために件名に購読者のファーストネームを含めることの効果をテストする場合、最も適した Salesforce Marketing Cloud 機能は Email Studio の A/B テストです。この機能を使用すると、マーケティング担当者は異なる件名のメールのバリエーション (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) を作成し、これらのバリエーションをサンプル オーディエンス セットに送信できます。

Email Studio の A/B テスト機能には、最高の開封率などの指定された成功指標に基づいて、自動的に成功バージョンを決定する機能が含まれています。テストの終了後、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テストし、最も影響力のあるメール コンテンツをより多くのオーディエンスに配信するために、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 テストを設定して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: 26

Northern Trail Outfitters (NTO) は、ガイド付きアウトドア ツアーへの進出を決定しました。NTO は顧客にこの新しい部門を発表し、ツアーに関するコンテンツへのオプトインを推奨しました。反応が低かったため、NTO は衣料品のオーディエンスにツアー コンテンツを定期的に送信し続けています。

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: B ([メッセージを残す](#))

ツアーのコンテンツをオプトインしていないセグメントに送信し続けると、苦情が増え、エンゲージメントが低下す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

どの否定的なやり取りにつながるが多いため、この行為は Northern Trail Outfitters の送信の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くなり、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及ぶかについては、Salesforce Marketing Cloud の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: 27

Northern Trail Outfitters のデジタル マーケティング担当者は、Journey Builder の機能に関する自分のペースで学習できるコンテンツを探しています。

アソシエイトはどのリソースを使用すべきでしょうか?

- A. トレイルヘッド
- B. Salesforce 開発者センター
- C. Salesforce ヘルプとトレーニング

Answer: A ([メッセージを残す](#))

Journey Builder の機能に関する自分のペースで学習できるコンテンツについては、担当者は Trailhead を使用する必要があります。

Trailhead は、Salesforce のインタラクティブでゲーム化された学習プラットフォームであり、Journey Builder を含むさまざまな Salesforce 製品と機能のモジュールとトレイルを提供します。初心者から上級者まで幅広いリソースが提供されており、デジタル マーケティング担当者が自分のペースで学習し、Journey Builder を効果的に活用するスキルを高めるのに最適な場所です。

最新問題: 28

マーケティング担当者は、電子メール送信フロー内で Cloud Kicks のプロモーション電子メールを設定する必要があります。

アソシエイトはどの CAN-SPAM 分類を使用する必要がありますか?

- A. 商業
- B. トランザクション
- C. アカウントのデフォルト

Answer: A ([メッセージを残す](#))

Cloud Kicks のメール送信フロー内でプロモーション メールを設定するには、担当者は 商用」CAN-SPAM 分類を使用する必要があります。この分類は、主に広告やプロモーションコンテンツを含むメールに使用されます。プロモーション メールの場合も同様です。正しい分類を使用することで、受信者が今後のメールをオプトアウトするための明確な方法を提供したり、送信者の有効な住所をメールに記載したりするなど、CAN-SPAM 法の要件に準拠できます。

最新問題: 29

Northern Trail Outfitters (NTO) には複数の部門とブランドがあり、Marketing Cloud Engagement の使用を計画しています。

NTO は Marketing Cloud で複数のビジネス ユニットを使用することでどのようなメリットを得られるでしょうか？

- A. NTOのブランド固有のコンテンツへのアクセスを制限することで
- B. ユーザーの役割と権限の必要性を排除することで
- C. NTOのキャンペーン用の新しいアイテムの作成を制限することで

Answer: ([解答を表示する](#))

Marketing Cloud で複数のビジネス ユニットを使用することで、Northern Trail Outfitters (NTO) は、ブランド固有のコンテンツへのアクセスを制限して、複数の部門とブランドをより効率的に管理できます。各ビジネス ユニットは、独自のコンテンツ、サブスクライバー、およびユーザー権限を持つ、異なるブランドまたは部門を表すように設定できます。この組織構造により、マーケティング イニシアチブが各ブランドに固有かつ関連性のあるまま維持され、特定のビジネス ユニットとその関連コンテンツへのユーザー アクセスを制御することで、データの整合性とセキュリティも維持されます。

最新問題: 30

Northern Trail Outfitters は、データ拡張機能に新しい顧客データを追加したいと考えています。

インポート中に既存のデータを保持しながら新しい行を追加するには、データ拡張機能に何が必要ですか？

- A. 主キー
- B. 外部キー
- C. 加入者キー

Answer: A ([メッセージを残す](#))

既存のデータをそのまま維持しながらデータ拡張機能に新しい行を追加するには、各行を一意に識別する主キーが必要です。これにより、Salesforce Marketing Cloud は既存のレコードを上書きせずに新しいレコードを挿入でき、データの整合性が維持され、インポート中に適切なデータ管理がサポートされます。

* 主キーが必要な理由: 主キーは重複レコードを防ぎ、システムが一意の識別子に基づいて既存の行と新しい行を区別できるようにします。

* Salesforce ドキュメントリファレンス: データ拡張機能での主キーの機能の詳細については、「データ拡張機能のキーと制約」を参照してください。

最新問題: 31

マーケティング担当者は、既存のジャーニーに含まれる電子メールを並べ替えて、既存のジャーニーに変更を加えることを任されています。

アソシエイトはこの要件をどのように満たすべきでしょうか？

- A. 新しいジャーニー バージョンを作成します。
- B. 新しいジャーニーを作成します。
- C. 既存のジャーニーをコピーします。

Answer: ([解答を表示する](#))

マーケティング担当者が Salesforce Marketing Cloud 内の既存のジャーニーに変更を加える必要がある場合 (ジャーニーに含まれるメールの順序を変更するなど)、ジャーニーの新しいバージョンを作成することをお勧めします。

この機能により、元のジャーニー構造とパフォーマンス データを維持しながら変更を加えることができます。新しいジャーニー バージョンを作成すると、担当者は必要な調整を行い、変更をテストしてから、既存のジャーニーのフローやパフォーマンスを中断することなく新しいバージョンをアクティブ化できます。

この方法により、スムーズな移行が保証され、さまざまなジャーニー バージョン間の比較が可能になり、継続的な改善と最適化が促進されます。

参考資料: Salesforce Marketing Cloud の Journey Builder ドキュメントには、既存のジャーニー フレームワーク内で変更を実装したり新しい構成をテストしたりするために新しいバージョンを作成する方法など、ジャーニー バージョンの管理に関するガイダンスが記載されています。

有効な **Salesforce-Marketing-Associate** 問題集は GoShiken.com が提供された合格しやすい Salesforce-Marketing-Associate 試験問題集！ GoShiken.com が最新の **Salesforce-Marketing-Associate** 試験問題集を提供しています。GoShiken.com Salesforce-Marketing-Associate 試験問題は最新で、解答が正確でございます。最新の GoShiken.com Salesforce-Marketing-Associate 問題集をゲットする人はこちら：
<https://www.goshiken.com/Salesforce/Salesforce-Marketing-Associate-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 のマーケティング チームは、今月のジャーニーから送信されたすべてのメールの平均開封率を簡単にレポートしたいと考えています。

マーケティング担当者はこの情報を取得するために何を使用すればよいでしょうか？

- A. アナリティクス ビルダー レポート
- B. インテリジェンス レポート メール ダッシュボード
- C. Journey Builder の Journey Analytics

Answer: ([解答を表示する](#))

Cloud Kicks のマーケティング担当者は、1 か月などの特定の期間内のジャーニーからのすべてのメール送信の平均開封率を簡単にレポートするために、Salesforce Marketing Cloud の Analytics Builder レポートを活用する必要があります。Analytics Builder には、複数の送

信とジャーニーのパフォーマンス指標を集計できる、事前構築済みでカスタマイズ可能なレポートなど、一連のレポート作成および分析ツールが用意されています。

Analytics Builder 内の適切なレポートにアクセスして構成することで、担当者は開封率などの電子メール エンゲージメント メトリックをコンパイルして分析し、指定された期間の電子メール マーケティング活動の全体的なパフォーマンスに関する洞察を得ることができます。

最新問題: 33

アソシエイトは、Journey Builder の Single Send ジャーニーを使用して電子メール ブロードキャストを設定するタスクを負っています。

ただし、エントリ ソースを定義するときに、特定のデータ拡張機能が見つかりませんでした。

担当者はこの問題をどのようにトラブルシューティングすればよいのでしょうか？

- A. データ拡張が送信可能であることを確認します。
- B. データ拡張がテスト可能であることを確認します。
- C. データ保持設定が有効になっていることを確認します。

Answer: A (メッセージを残す)

担当者が Journey Builder で単一送信ジャーニーを使用してメール ブロードキャストを設定するときに特定のデータ拡張機能を見つけられない場合、最初のトラブルシューティング手順は、データ拡張機能が送信可能として設定されていることを確認することです。送信可能なデータ拡張機能とは、サブスクライバーまたは連絡先レコードとの明確な関係が設定されており、メールを送信するためのエントリ ソースとして使用できる拡張機能です。

この設定には、Marketing Cloud の購読者キーまたは連絡先キーに関連するデータ拡張機能のフィールドを指定することが含まれており、プラットフォームはデータ拡張機能内の各レコードを個々の購読者または連絡先にリンクして電子メールを送信できるようになります。

参考資料: データ拡張機能とジャーニー構成に関する Salesforce Marketing Cloud ドキュメントには、データ拡張機能が送信可能として認識されるための要件、およびサブスクライバーまたは連絡先レコードとの関係を確立するために必要な構成手順が詳細に説明されています。

最新問題: 34

Northern Trail Outfitters のマーケティング チームは、購読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。

詳細情報を取得するには、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などの配信の問題に関する洞察を得て、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、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: 35

Northern Trail Outfitters のマーケティング チームは、休眠中の購読者の一部を取り戻すために再エンゲージメント プログラムを立ち上げています。休眠中の購読者抑制リストの一部をターゲットにしていますが、最初の試行後、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: ([解答を表示する](#))

Northern Trail Outfitters のマーケティング チームが、失効した加入者抑制リストのセグメントをターゲットに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を経験した場合、配信の問題は、サービス プロバイダーにメール アドレスが存在しなくなったことが原因である可能性があります。この状況は、長期間ブランドとやり取りしていない加入者をターゲットにした再エンゲージメント キャンペーンでよく見られ、メール アカウントが古くなったり、放棄されたりすることがあります。

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の回避に不可欠です。メール リストを定期的にクリーンアップし、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と、これらの問題を軽減し、再エンゲージメントの取り組み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: 電子メールの配信性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。

最新問題: 36

Cloud Kicks のマーケティング チームは、前回のメール送信でハード バウンスが複数回発生したことに気付きました。

メールがハードバウンスする原因は何ですか？

- A. 受信者のメールボックスは一時的に利用できません。
- B. 加入者のメールボックスがいっぱいです。
- C. メールアドレスが無効です。

Answer: (解答を表示する)

電子メール マーケティングにおけるハード バウンスは、通常、受信者の電子メール アドレスが無効であるために、受信者の電子メール サーバーによって電子メールが永久に拒否されたときに発生します。これは、電子メール アカウントが削除された、ドメインが存在しなくなった、電子メール アドレスに入力ミスがあるなど、さまざまな理由で発生する可能性があります。

ハード バウンスは、配信率と送信者の評判に直接影響するため、電子メール マーケティングにおける重要な指標です。マーケティング チームは、ハード バウンス率を監視し、電子メール リストを定期的にクリーンアップするプロアクティブな対策を講じて、高い配信率とエンゲージメント率を維持することが不可欠です。

参考資料: 電子メールの配信性に関する Salesforce Marketing Cloud のドキュメントには、健全な電子メール リストを維持し、高品質のデータ管理を確保するためのベスト プラクティスなど、ハード バウンスの理解と管理に関する洞察が提供されています。

最新問題: 37

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: (解答を表示する)

Salesforce Marketing Cloud では、加入者キーは一意のメンバー レコードを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の一意の識別子であり、各レコードが別個であることを保証します。このキーは、Marketing Cloud 内のさまざまなチャネルやキャンペーンにわたって加入者のインタラクションと設定を追跡し、加入者のエンゲージメントと履歴の統一されたビューを維持するために不可欠です。

サブスクライバー 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、一貫したサブスクライバー 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保証されます。

参考資料: サブスクラ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ライバー レコードを識別および管理する際のサブスクライバー キーの役割と重要性について説明しています。

最新問題: 38

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に回答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)

商用メールの購読解除に関する CAN-SPAM の要件の 1 つは、購読解除のために登録者が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、明確で簡単にアクセスできるメカニズムを提供することです。これにより、受信者は不要な障壁なしに、希望に応じて今後の通信を簡単にオプトアウトできます。これは、ユーザーの好みを尊重し、商用メール通信の法的基準に準拠するための重要な側面です。

最新問題: 39

Cloud Kicks のマーケティング チームは、購読者が消去権 (忘れられる権利とも呼ばれる) を持っていることを確認する必要があります。

これはどのデータプライバシーポリシーに該当しますか?

A. CAN-SPAM

B. GDPR

C. HIPPA

Answer: (解答を表示する)

消去権は忘れられる権利とも呼ばれ、一般データ保護規則 (GDPR) の対象となります。この規定により、個人は、企業が個人データを継続的に処理する正当な理由がない場合に、個人データの削除または除去を要求することができます。この権利は、デジタル データのコンテキストで特に重要であり、デジタル環境における個人情報に対する個人の制御を強化することを目的としています。

GDPR では、組織が一定の条件下でそのような要求に応じることを義務付けており、これにより欧州連合および欧州経済領域内の個人のデータプライバシーと保護が強化されます。

参考資料: GDPR のテキストでは、消去権に関する明確なガイドラインが提供されており、個人がこの権利を行使できる条件と、企業がこれらの要求に従う義務が規定されています。

最新問題: 40

Cloud Kicks は、Marketing Cloud Engagement を使用して、潜在顧客と既存顧客を対象にターゲットを絞った電子メール マーケティング キャンペーンを開始します。

CAN-SPAM 要件を満たすために、マーケティング キャンペーンの電子メール送信に何を含める必要がありますか?

A. トランザクション送信分類

B. プライバシー標準への URL リンク

C. 実際の郵送先住所

Answer: C (メッセージを残す)

CAN-SPAM 法の要件を満たすために、Cloud Kicks のマーケティング キャンペーンでは、すべての電子メール送信に送信者の有効な住所を含める必要があります。この要件は、電子メール マーケティングの透明性と説明責任を実現することを目的とした規制の一部であり、受信者は自分と通信している相手が誰であるか、また、希望する場合は不要な電子メールの受信を停止する方法を知ることができます。

メールに実際の郵送先住所を含めることは、法的要件に準拠するだけでなく、ビジネスが確立され、連絡可能であることを保証することで、受信者との信頼関係を築くことにも役立ちます。この詳細は通常、登録解除リンクや受信者がメールを受信する理由の明確な説明などの他のコンプライアンス要素とともに、メールのフッターに含まれます。

参考資料: CAN-SPAM 法の商用メッセージに関する要件は、法的リソースとコンプライアンスガイドに詳細に説明されており、法律を遵守し、電子メール通信の透明性を促進するために、すべてのマーケティングメールに実際の郵送先住所を含めることの重要性が強調されています。

最新問題: 41

迷惑メールを送信すると、ブランドや企業が危険にさらされます。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) がメールをブロックすることになります。

迷惑メールに関するベストプラクティスとして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: ([解答を表示する](#))

迷惑メールを送信する場合、ベストプラクティスでは、ユーザーから明示的な同意を得ることが重要であるとされています。つまり、通常はオプトインメカニズムを通じて、個人がブランドまたは企業からのメールを受信することに自覚的かつ自発的に同意する必要があります。明示的な同意により、受信者が送信されたコンテンツに興味を持っていることが保証され、苦情の可能性やインターネット サービス プロバイダー (ISP) によってメールがブロックされる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 などのさまざま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。これらの規制では、マーケティング通信の受信に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、電子メールマーケティングプラクティスの整合性を高めています。

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: 42

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: (解答を表示する)

データ拡張機能の各フィールドで適切なデータ型を使用すると、有効なデータのみが入力され、保存されることが保証されます。特定のデータ型 (テキスト、数値、日付など) を定義すると、データ検証が強制され、エラーのリスクが軽減され、全体的なデータ品質が向上します。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動作できるようになります。

* 適切なデータ型が重要な理由: 適切なデータ型は、入力エラーを防ぎ、データの一貫性を確保し、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を高めます。

* 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: 43

Northern Trail Outfitters のマーケティング担当者は、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する、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. データ拡張機能が空であるため、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: A (メッセージを残す)

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ときに、プレビューとテストのセクションにデータ拡張機能が表示されない場合は、データ拡張機能の「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、データ拡張機能をさまざまなプロパティで構成できます。その 1 つが「テスト可能」フラグで、データ拡張機能がテスト送信やプレビューで利用できるかどうかを決定します。

特定のデータ拡張機能に対してこのフラグが有効になっていない場合、そのフラグはプレビューとテストの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用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。

最新問題: 44

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: (解答を表示する)

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 が最適なツールです。Email Studio は、パーソナライズされたメールを大規模に作成、設計、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、パーソナライズ文字列、データ駆動型セグメンテーションを使用して、受信者の好み、行動、人口統計に合わせて各メールをカスタマイズできます。Journey Builder は、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することで Email Studio を補完します。Journey Builder を使用すると、パーソナライズされたメールを、複数のチャネルとタッチポイントにまたがる、より大規模で調整されたカスタマー エクスペリエンスの一部にすることができます。このツールの組み合わせにより、顧客との高度にパーソナライズされたタイムリーなやり取りが可能になり、エンゲージメントが強化され、より強固な関係が育まれます。

最新問題: 45

Northern Trail Outfitters は電子メールの送信に複数の IP アドレスを使用するため、使用する IP アドレスを指定する必要があります。

マーケティング担当者はどの機能を活用すべきでしょうか？

- A. 配信プロファイル
- B. 送信者プロファイル
- C. セキュリティ設定

Answer: (解答を表示する)

Northern Trail Outfitters が複数の IP アドレスの中からメール送信に使用する IP アドレスを指定する必要がある場合、マーケティング担当者は配信プロファイル機能を使用する必要があります。Salesforce Marketing Cloud の配信プロファイルには、送信に使用する特定の IP アドレスの選択など、メールの配信方法を定義する設定が含まれています。これにより、メールが目的の IP アドレスから送信されることが保証されます。これは、送信者の評判と配信可能性を維持するために重要です。

最新問題: 46

Northern Trail Outfitters のマーケティング担当者は、エスカレーションする前に Marketing Cloud Engagement の停止の可能性を確認したいと考えています。

アソシエイトは何を参照すべきでしょうか？

- A. Salesforce Trust サイト
- B. Salesforce ヘルプとトレーニング
- C. 先駆者コミュニティ

Answer: A (メッセージを残す)

エスカレーションする前に Marketing Cloud Engagement の停止の可能性を確認するには、担当者は Salesforce Trust サイトを参照する必要があります。このサイトでは、Marketing Cloud を含むすべての Salesforce 製品のインシデントやメンテナンスに関する更新情報など、システムのパフォーマンスとセキュリティに関するリアルタイム情報

が提供されます。担当者は Salesforce Trust サイトを確認することで、Marketing Cloud サービスに影響する正式な停止またはメンテナンス イベントがあるかどうかをすぐに判断し、エスカレーションや関係者とのコミュニケーションの次のステップを通知できます。

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

新しい連絡先を育成キャンペーンに登録するメリットは何ですか？

- A. 以前に逃した割引機会を伝える
- B. 経営陣が毎月送信したい送信メールの数を満たすのに役立ちます
- C. 潜在顧客にブランドを紹介する

Answer: C (メッセージを残す)

新しい連絡先を育成キャンペーンに登録すると、徐々にブランドを紹介し、ブランドの価値、製品、サービスについて学習できるため、有益です。育成キャンペーンは、時間をかけて関係を構築し、エンゲージメントを高め、ブランドロイヤルティを育むように設計されています。

* 育成キャンペーンの目的: これらのキャンペーンは、潜在顧客を教育し、関連性の高いコンテンツで関心を維持するのに役立ちます。

* Salesforce ドキュメントリファレンス: 育成キャンペーンのベストプラクティスを参照してください。

最新問題: 48

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地域の気象状況を含めることを希望しています。この情報は、送信に使用されるデータ拡張機能に保存されます。

アソシエイトはどの機能を活用すべきでしょうか？

- A. パーソナライゼーション文字列
- B. 意思決定の分岐
- C. フィルターアクティビティ

Answer: (解答を表示する)

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地域の気象条件を含めるには、パーソナライゼーション文字列を使用して、メールの送信に使用される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特定の気象条件でカスタマイズできるため、キャンペーンのパーソナライゼーションと関連性が強化されます。

最新問題: 49

Cloud Kicks のマーケティング チームは、Automation Studio のデータ フィルターを使用して毎日更新される今後のジャーニーの対象ユーザーを特定しました。

アソシエイトは旅程にどのエントリ ソースを使用する必要がありますか？

- A. 聴衆
- B. Salesforce データ入力イベント
- C. データ拡張

Answer: C ([メッセージを残す](#))

Cloud Kicks では、Automation Studio のデータ フィルターを使用して今後のジャーニーのオーディエンスを毎日更新する必要があるため、ジャーニーのエントリ ソースとして最も適しているのはデータ拡張機能です。Salesforce Marketing Cloud のデータ拡張機能は、顧客データを管理および保存するための強力なツールです。これらは Automation Studio と簡単に統合でき、データ フィルターを適用してオーディエンス データを毎日更新できます。

データ拡張機能をエントリ ソースとして使用することで、マーケティング チームは、データ フィルターで設定された条件に基づいて、ジャーニーのオーディエンスが動的に更新されることを保証できます。これにより、ジャーニーは常に最も関連性の高い最新のオーディエンス セグメントをターゲットにし、マーケティング活動の有効性が向上します。

参考資料: Salesforce Marketing Cloud の Journey Builder と Automation Studio に関するドキュメントには、データ拡張機能をジャーニーのエントリ ソースとして活用する方法と、Automation Studio のデータ フィルターを使用してこれらのオーディエンスを動的に更新する方法について詳細な情報が提供されています。

最新問題: 50

Northern Trail Outfitters は、注文を受け取るたびに顧客に確認メールを送信しています。

マーケティング担当者は、この要件を満たすために自動化されたジャーニーを設定する任務を負っています。

これがトランザクション送信であることを保証するために、担当者はどの構成オプションを選択する必要がありますか？

- A. 分類を送信
- B. 送信者プロフィール
- C. 配信プロフィール

Answer: ([解答を表示する](#))

受信した注文の確認メールを送信する自動ジャーニーを設定する場合、これがトランザクション送信であることを保証するために選択する必要がある構成オプションは、送信分類です。Salesforce Marketing Cloud の送信分類を使用すると、メールの性質を定義し、商用送信とトランザクション送信を区別できます。適切な送信分類を設定すると、システムはメールの目的を理解し、メール規制とトランザクション通信のベストプラクティスに準拠します。

最新問題: 51

DreamHouse Realty はオープンハウスを終了し、物理的なサインアップシートを通じて見込み客の連絡先情報を取得しました。

この連絡先データを収集して入力する場合のベストプラクティスは何ですか？

- A. 収集した連絡先をオンボーディング ジャーニーに追加します。
- B. 収集した連絡先をダブルオプトインキャンペーンに追加します。
- C. 収集した連絡先を顧客データベースに追加します。

Answer: B ([メッセージを残す](#))

物理的なサインアップを通じて新しい連絡先を獲得する際のベストプラクティスは、ダブルオプトインプロセスを通じて彼らの関心と同意を確認することです。これにより、連絡先が本当にコミュニケーションの受信を希望していることが確認され、データプライバシー規制への準拠が保証されます。ダブルオプトインでは、連絡先のメールアドレスと同意を確認するためのアクションステップ（通常はリンクをクリックする）を含む確認メールを送信します。

* ダブル オプトインが重要な理由: 各メールが正確であること、および個人が通信の受信に関心があることを確認することで、リストの品質が向上します。この方法により、登録解除率と潜在的なスパム苦情が減少します。

* Salesforce ドキュメントリファレンス: ダブルオプトインを使用してコンプライアンスとエンゲージメントを確保する方法の詳細については、Salesforce のオプトインのベストプラクティスに関する推奨事項を参照してください。

最新問題: 52

Cloud Kicks のマーケティング担当者は、近日発売予定のシューズへの関心を高めるためにクラウド ページを作成するという任務を負っています。このページはシンプルでモバイルフレンドリーであり、すべての最新デバイスとブラウザで機能する必要があります。アソシエイトはどのタイプのコンテンツを使用すべきでしょうか？

- A. モバイル プッシュ ページ
- B. ランディングページ
- C. インタラクティブ コード リソース

Answer: ([解答を表示する](#))

今後のシューズの発売に関する関心を集めるクラウド ページを作成するには、ランディング ページを使用する必要があります。Salesforce Marketing Cloud のランディング ページは、モバイル フレンドリーで、最新のデバイスやブラウザで機能するように設計されて

おり、魅力的な Web コンテンツを作成するための多目的プラットフォームを提供します。さまざまなテンプレートとカスタマイズ オプションが用意されているため、キャンペーンの目的に合ったシンプルでありながら効果的なページを簡単に設計できます。

最新問題: 53

Northern Trail Outfitters は、忠実な会員ではないすべての見込み客または最近の購入者を対象とした新しいキャンペーンを準備しています。

データ拡張機能を作成するときに、ロイヤルティ メンバーの見込み客に到達するためにアソシエイトが定義する必要がある属性はどれですか？

- A. 関係の送信
- B. データ型
- C. データ保持

Answer: A ([メッセージを残す](#))

Northern Trail Outfitters のロイヤルティ メンバーではない見込み客や最近の購入者をターゲットとするデータ拡張機能を作成する場合、担当者は「データ タイプ」属性を適切に定義する必要があります。「データ タイプ」属性は、テキスト、数値、日付など、データ拡張機能の各列に保持されるデータの種類を指定するのに役立ちます。このコンテキストでは、ブール値 (true/false) またはテキスト フィールドなどの特定のデータ タイプを使用して、顧客がロイヤルティ メンバーであるかどうかを示すことができます。

データ拡張機能内のロイヤルティ メンバー インジケーター フィールドのデータ タイプを適切に設定することで、マーケティング チームは対象ユーザーを効果的にセグメント化し、ロイヤルティ プログラムにまだ参加していない見込み客や最近の購入者に適切なコミュニケーションを届けることができます。

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、データ拡張機能内の各フィールドのデータ型を定義するためのガイダンスが含まれています。これは、正確なデータ管理とセグメンテーションに不可欠です。

最新問題: 54

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て構造化されており、各レコードは新しい行にあります。

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: 55

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 キャンペーン全体の投資収益率 (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: ([解答を表示する](#))

インテリジェンス レポート (旧称 Datorama レポート) は、Salesforce Marketing Cloud 内での高度な分析用に設計されています。このツールは、カスタム データ拡張機能からのデータを統合し、カスタム メトリックやパフォーマンス分析などの強力なレポート機能を提供できるため、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: 56

Northern Trail Outfitters (NTO) のマーケティング担当者は、最新の送信後にハード バウンスの数が増加していることに気づきました。最近、NTO は次のことを行いました。

* 商業送信分類を更新しました

* 業界イベントから収集した追加の連絡先リストを送信可能なデータ拡張機能に組み込みました

* メールキャンペーンで新しい件名をテストしました

直帰率が高くなる原因は何ですか？

- A. 新しく追加された連絡先は、電子メール マーケティングに同意していませんでした。
- B. 新しく追加された連絡先のメールアドレスの一部が無効です。
- C. 更新された件名によってスパム警告がトリガーされ、メールが迷惑メールとしてフラグ付けされました。

Answer: ([解答を表示する](#))

Northern Trail Outfitters (NTO) が業界イベントからの新しい連絡先リストを組み込んだ後にハード バウンスが増加した原因は、新しく追加された連絡先の一部に無効なメールアドレスが含まれている可能性が最も高いです。ハード バウンスは通常、メールアドレスが間

違っている、存在しない、または非アクティブ化されている場合に発生します。リストが送信可能なデータ拡張機能に新しく統合され、徹底的な検証やクリーニングが行われていない場合、リストに有効でなくなったメール アドレスが含まれる可能性が高くなり、ハードバウンスが増加します。

メールの配信性と送信者の評判を維持するために、マーケティング チームがメール アドレスの検証とリストのクリーニングを実行することは、特に業界イベントなどの外部ソースからの新しいリストを組み込む場合に不可欠です。

参考資料: 電子メール マーケティングのベスト プラクティスでは、ハード バウンスを最小限に抑え、対象ユーザーとの効果的なコミュニケーションを確保するために、電子メール リストを定期的に検証およびクリーニングしてリストの衛生状態を維持することの重要性を強調しています。

最新問題: 57

Northern Trail Outfitters のマーケティング担当者が、連絡先に複数の異なるメールを送信しています。何度か試しましたが、最新のメールが送信されません。担当者は、すべての連絡先がメールを受信するように登録されており、メールの作成に問題がないことを確認しました。

最新の電子メールが送信に失敗した理由を説明する電子メール送信ステータスはどれですか？

- A. メールアドレスが間違っています
- B. バウンス
- C. 保持

Answer: C ([メッセージを残す](#))

保留」メール送信ステータスは、すべての連絡先が登録されていてメール作成に問題がない場合に、最新のメールが送信に失敗した理由を説明します。保留ステータスは、以前にハードバウンスになった、または繰り返しソフトバウンスになったメールアドレスに適用されます。Salesforce Marketing Cloud は、送信者の評判が損なわれるのを防ぎ、高い配信基準を維持するために、これらのメールの送信を自動的に保留します。これは、システムによって実行される保護対策です。

最新問題: 58

Cloud Kicks (CK) は、ポイント残高と支出アクティビティを記載したデジタル特典明細書をプログラム メンバーに毎月送信したいと考えています。CK は、顧客が特典を常に把握できるように、これらのメッセージの配信を停止しないようにしたいと考えています。また、CK はコンプライアンスの維持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、ポイント残高や支出アクティビティを含むデジタル報酬明細をプログラム メンバーに毎月送信する必要があるため、最も適切な送信構成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、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、登録解除の可能性が低くなります。

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 などの電子メール規制に準拠し続けるのに役立ちます。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受け取ることを保証します。

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が概説されています。

最新問題: 59

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。

担当者はどの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体験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: B ([メッセージを残す](#))

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エクスペリエンスを生み出すことが重要です。ファーストパーティ データ (ブランドとのやり取りを通じて顧客から直接収集された情報) 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 エクスペリエンス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。

最新問題: 60

Cloud Kicks は、新たに獲得した電子メール登録者の連絡先情報が最高品質のものであることを保証したいと考えています。

不良データを最小限に抑えるのに役立つ方法はどれですか？

- A. ダブルオプトイン確認
- B. モバイル SMS キーワード オプトイン確認

C. スマートキャプチャオプトイン確認

Answer: A (メッセージを残す)

ダブル オプトイン確認プロセスは、新しいメール サインアップに対して、通常は確認メールによる 2 次確認手順で登録を確認するよう要求することで、連絡先情報の最高品質を確保するために使用される方法です。このプロセスは、提供されたメール アドレスが有効でアクティブであり、対象受信者がアクセスできることを確認することで、不良データを最小限に抑えるのに役立ちます。また、個人が本当に登録する意思があることを確認するのも役立ち、それによってメール リストの品質が向上し、スパムの苦情や配信不能メールの可能性が減少します。

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