

TestInsides



Quality and Value

TestInsides Practice Exams are written to the highest standards of technical accuracy, using only certified subject matter experts and published authors for development - no all vce.



Tested and Approved

We are committed to the process of vendor and third party approvals. We believe professionals and executives alike deserve the confidence of quality coverage these authorizations provide.



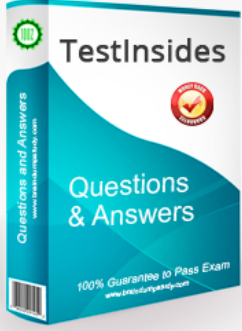
Easy to Pass

If you prepare for the exams using our TestInsides testing engine, It is easy to succeed for all certifications in the first attempt. You don't have to deal with all dumps or any free torrent / rapidshare all stuff.



Try Before Buy

TestInsides offers free demo of each product. You can check out the interface, question quality and usability of our practice exams before you decide to buy.



Try before you buy

Download a free sample of any of our exam questions and answers

- ✓ 24/7 customer support, Secure shopping site
- ✓ Free One year updates to match real exam scenarios
- ✓ If you failed your exam after buying our products we will refund the full amount back to you.

Choose an exam to sample

Select a vendor... ▼

Select an exam... ▼

Your email address

[Download Now](#)

About Full Refund

Candidates have own unqualified certificate scanned and then sent to our mailbox. After confirmation, we will refund. ([Contact now](#))

Refund Policy

1. Questions must be purchased before the exam.
2. The transcript's subject must be the same subject when you bought the questions.

<http://www.testinsides.top/>

Testinsides offers the best valid test dumps and test questions

Exam : **PDX-101J**

Title : Salesforce Certified Pardot
Specialist Exam (PDX-
101日本語版)

Vendor : Salesforce

Version : DEMO

QUESTION NO: 1

カスタムユーザーの能力を割り当てる方法にまったく制限はありません。

- A. 真
- B. 偽

Answer: B

Explanation:

According to the Salesforce documentation, the answer is false. There are some restrictions on how you assign custom users abilities. A custom user is a user who has a custom role assigned to them in Marketing Cloud Account Engagement. A custom role is a feature that allows users to create and assign custom permissions and access levels to other users in Marketing Cloud Account Engagement. A custom role can be created and managed by the administrator in the Admin tab in Marketing Cloud Account Engagement, and it can be assigned to new or existing users. A custom role can be assigned to a user by using different methods, such as editing an existing default role, assigning new users during the import process, or adding a batch of existing users using table actions. However, there are some restrictions on how you assign custom users abilities, such as:

You cannot assign a custom user the ability to create or edit other users, roles, or connectors. This ability is reserved for the administrator only, and it cannot be delegated to a custom user.

You cannot assign a custom user the ability to access or edit the data or settings of another user, unless the custom user is the manager of that user. A manager is a user who is responsible for overseeing and managing other users, and who can view and edit their data or settings. A manager can be assigned to a user in the user record, and they can have a custom role or a default role.

You cannot assign a custom user the ability to access or edit the data or settings of a prospect, unless the custom user is the owner or the assigned user of that prospect. An owner is a user who created the prospect in Marketing Cloud Account Engagement, and who can view and edit their data or settings. An assigned user is a user who is assigned to the prospect in Marketing Cloud Account Engagement, and who can view and edit their data or settings. An owner or an assigned user can be assigned to a prospect in the prospect record, and they can have a custom role or a default role.

QUESTION NO: 2

電子メール エクスペリエンスの強化における電子メール テンプレートと電子メール コンテンツ レコードの違いは何ですか？

- A. 電子メール コンテンツ レコードは電子メール テンプレートから開始する必要があります。
- B. メールテンプレートは、Pardot、Sales Cloud、Service Cloud ユーザーが使用できます。
- C. メールコンテンツレコードは、Pardot メール送信で使用されるメタデータを含まない基本レイアウトです。
- D. 電子メール テンプレートでは CMS イメージのみを使用できます。

Answer: B

Explanation:

The key difference between an email template and an email content record in the enhanced email experience within Pardot lies in their usability across different Salesforce platforms. An

email template, once created in Pardot, can be utilized by users across Pardot, Sales Cloud, and Service Cloud. This allows for a consistent messaging and branding experience across various customer-facing platforms within the Salesforce ecosystem. In contrast, an email content record in Pardot is specific to Pardot and designed for use within the platform's email marketing campaigns, focusing on specific layouts and elements tailored to Pardot's capabilities.

QUESTION NO: 3

reCAPTCHA を表示することを選択していないのに、reCAPTCHA が表示されるのはなぜですか？

- A. フォームの送信時に、Marketing Cloud アカウント エンゲージメントは既知のスパマーのデータベースに ping を送信し、一致するものが見つかったと自動的に reCAPTCHA を表示します。
- B. フォームの送信時に、Marketing Cloud アカウント エンゲージメントは既知の見込み客のデータベースに ping を送信し、一致するものが見つかったと自動的に reCAPTCHA を表示します。

Answer: A

Explanation:

A reCAPTCHA is displayed when you did not choose to display it because Marketing Cloud Account Engagement pings a database of known spammers and when a match is found automatically displays a reCAPTCHA. This is a security measure that helps prevent spam bots from submitting your forms and creating fake prospects. You can also choose to always display a reCAPTCHA on your forms or form handlers, or to never display a reCAPTCHA on your forms.

QUESTION NO: 4

フォームまたはフォームハンドラー？ フォームを直接編集および変更できる必要があります。

- A. フォーム
- B. フォームハンドラー

Answer: A

Explanation:

Marketing Cloud Account Engagement forms are the best option if you need to be able to edit and change your form directly. Marketing Cloud Account Engagement forms are built and managed completely in Marketing Cloud Account Engagement, and you can easily modify them using the form builder or the layout template. You can also preview and test your changes before publishing them. Form handlers, on the other hand, require you to edit and change your form on the external platform where it is hosted, and you may need to regenerate the code snippet if you add or remove any fields

QUESTION NO: 5

マーケティング担当副社長は、見込み客がメンバーになっているすべての自動化ルールとエンゲージメントスタジオプログラムを見たいと考えています。マーケティング担当副社長は、この情報を見つけるためにどこを見るべきですか？

- A. 自動化設定

- B. スコアリングルール
- C. プロスペクトの[監査]タブ
- D. ライフサイクルレポート

Answer: D

Explanation:

According to the [Salesforce documentation], the best place to look for all automation rules and engagement studio programs that a prospect has been a member of is the Prospect's Audits tab. This tab shows a detailed history of all the actions and activities that have occurred for a prospect, including the automation rules and engagement studio programs that they have been added to, removed from, or completed. The Automation settings, Scoring rules, and Lifecycle report do not provide this information, as they are related to the configuration, scoring, and reporting of the automation and engagement features, not the individual prospect's history. Reference: [Salesforce documentation]

QUESTION NO: 6

Marketing Cloud Account Engagement プロスペクトのカスタムフィールドを Salesforce フィールドにマッピングするには、Salesforce で何をする必要がありますか? 2 つの答えを選択してください

- A. Salesforce のリード設定を調整します。
- B. Salesforce に新しいリード レコード タイプを追加します。
- C. Salesforce に新しいカスタム連絡先フィールドを追加します。
- D. Salesforce に新しいカスタム リード フィールドを追加します。

Answer: C,D

Explanation:

The two steps that you must do in Salesforce to map a Marketing Cloud Account Engagement prospect custom field to a Salesforce field are:

Add a new custom contact field in Salesforce. A custom contact field is a field that you can create and add to the contact object in Salesforce, which stores the information and activities of an individual person who is associated with an account. You can use custom contact fields to store data that is specific to your business needs, such as industry, product interest, or satisfaction score. You can map a Marketing Cloud Account Engagement prospect custom field to a Salesforce custom contact field, so that the data is synced between Marketing Cloud Account Engagement and Salesforce. To add a new custom contact field in Salesforce, you need to go to Setup > Object Manager > Contact > Fields & Relationships > New, and follow the steps to create the field.

Add a new custom lead field in Salesforce. A custom lead field is a field that you can create and add to the lead object in Salesforce, which stores the information and activities of a potential customer who is not yet qualified. You can use custom lead fields to store data that is specific to your business needs, such as lead source, lead score, or lead status. You can map a Marketing Cloud Account Engagement prospect custom field to a Salesforce custom lead field, so that the data is synced between Marketing Cloud Account Engagement and Salesforce. To add a new custom lead field in Salesforce, you need to go to Setup > Object Manager > Lead > Fields & Relationships > New, and follow the steps to create the field.

QUESTION NO: 7

プロスペクトは Marketing Cloud

アカウントエンゲージメントから完全に削除されます。次に、その見込み顧客は、新しい Marketing Cloud アカウント エンゲージメント フォームに記入し、情報を送信します。見込み客はどうなるでしょうか？

- A. フォームにエラー メッセージが表示され、プロスペクトは送信できません
- B. プロスペクトが以前に完全に削除されていた場合でも、新しいプロスペクトが作成されます。
- C. プロスペクトは以前に完全に削除されているため、新しいプロスペクトは作成されません。
- D. フォームを送信すると、アクティビティを含む以前に削除された見込み顧客情報が取得および復元されます。

Answer: B

Explanation:

According to the Salesforce documentation, when a prospect is permanently deleted from Marketing Cloud Account Engagement, all the associated data and activities are also deleted and cannot be restored. However, if the prospect fills out a new Marketing Cloud Account Engagement form and submits their information, a new prospect record will be created with the same email address as the deleted one, but without any of the previous data and activities. The new prospect will have a new unique ID and will not be linked to the deleted one in any way. Reference: Salesforce documentation

QUESTION NO: 8

ユーザーは、フォームが送信され、そのフォームで特定のフィールド値が選択されたときに、見込み客に電子メールを送信したいと考えています。これを実現するために、どの自動化ツールを使用できますか？

- A. フォーム送信の完了アクション
- B. メールテンプレートを使用してリストメールを送信するために使用される動的リスト
- C. すべて一致タイプの自動化ルール
- D. 任意の一致タイプの自動化ルール

Answer: C

Explanation:

According to the Salesforce documentation, an automation rule is an automation tool that can be used to send an email to a prospect when a form is submitted and a specific field value is selected on that form. An automation rule can be configured to trigger an action (such as sending an email) when a prospect meets certain criteria (such as submitting a form and having a specific field value). The criteria can be set to Match All or Match Any, depending on the logic required. In this case, the Match All option should be used, as the prospect needs to meet both conditions (form submission and field value) to receive the email. A completion action is another automation tool that can be used to perform an action after a prospect successfully completes a form, but it cannot be used to check for a specific field value. A dynamic list is a list of prospects that is updated automatically based on certain criteria, but it cannot be used to send an email directly. A list email is an email that is sent to a specific list

of prospects, but it cannot be triggered by a form submission or a field value. Reference: Salesforce documentation

QUESTION NO: 9

マーケティング マネージャーは、Salesforce の Engagement History でリスト メール エンゲージメント メトリクスを表示したいと考えています。サポートされていない指標はどれですか？

- A. 返信総数
- B. 合計配信
- C. ユニーク開封数
- D. オプトアウト率

Answer: A

Explanation:

If a marketing manager wants to view list email engagement metrics in Engagement History in Salesforce, they will not be able to see the Total Replies metric (A). This metric is not supported by Engagement History, which only shows the following metrics for list emails: Total Delivered, Unique Opens, Unique Clicks, Hard Bounces, Soft Bounces, Opt Outs, and Spam Complaints. The other metrics (B, C, D) are supported by Engagement History and can be viewed in Salesforce. Reference: Salesforce Engagement History: A Complete Overview

QUESTION NO: 10

フォームがサイト上でどの程度成功しているか、またはアクティブであるかを確認できるレポートは何ですか？

- A. キャンペーン レポート
- B. ランディング ページ レポート
- C. フォームレポート
- D. 変換レポート
- E. 上記のどれでもない

Answer: C

Explanation:

Form reports show the performance and activity of your Marketing Cloud Account Engagement forms, which are web forms that capture prospect information. You can use form reports to see how many prospects have viewed, completed, or started but not completed your forms, as well as the conversion rate and average time to complete. You can also drill down into individual form submissions and view the prospect's details and activities. Reference: [Form Reports], [View Form Reports]

QUESTION NO: 11

実装中に設定する必要がある主要な技術項目は何ですか？

- A. トラッキングコード
- B. メール認証
- C. CNAME
- D. IPホワイトリスト

E. カスタムフォントの使用**Answer:** A,B,C,D

Explanation:

The key technical items required to set up during implementation are tracking code, email authentication, CNAME and IP whitelisting. Tracking code enables Marketing Cloud Account Engagement to track visitor and prospect activity on your website. Email authentication improves the deliverability and reputation of your emails. CNAME or vanity alias provides a seamless transition for your prospects when visiting pages and forms that you host on your site and Marketing Cloud Account Engagement hosted campaign elements. IP whitelisting allows you to restrict access to Marketing Cloud Account Engagement based on IP addresses.

QUESTION NO: 12

強化されたランディング ページ エクスペリエンスを使用して Salesforce でランディング ページを作成することについて正しいのはどれですか？

A. 拡張ランディング

ページを作成または編集すると、そのページは自動的に公開されます。

B. Pardot フォームをページに追加する唯一の方法は、HTML コンポーネントに iframe コードを追加することです。

C.

ページは、接続されているキャンペーンまたは接続されていないキャンペーンに関連付けることができます。

D. カスタム コードとスクリプトをヘッダーまたはフッター コードに追加できます。

Answer: C

Explanation:

In the enhanced landing page experience within Salesforce, one of the key features is the ability to associate a landing page with either a connected campaign (directly linked to Salesforce campaigns for unified reporting and management) or an unconnected campaign (used solely within Pardot). This flexibility allows marketers to tailor their campaign management strategies according to their specific needs, enhancing the integration and tracking of various marketing efforts directly from within Salesforce.

QUESTION NO: 13

エンゲージメント スタジオ プログラムを繰り返すことができます。プロスペクトは 1 日後に繰り返す資格があり、3 回繰り返すことができます。

プロスペクトがプログラム受信者リストに残っている場合、そのプロスペクトがプログラムを 1 回処理して終了ステップに到達すると、そのプロスペクトはどうなりますか？

A. 見込み客は、1 日待ってからプログラムを最初からやり直します。

B. 見込み客はプログラムを再開しません。プロスペクトは一度しか処理できません。

C. 見込み客はすぐにプログラムを最初からやり直します。

D. 見込み客はプログラムを再開しません。繰り返しの最大数に達しました。

Answer: A

Explanation:

If an engagement studio program is enabled to repeat, the prospects are eligible to repeat

after one day and can repeat three times, and a prospect remains on the program recipient list, then the prospect will start the program over at the beginning after waiting one day (A). This is how repeating engagement programs work in Account Engagement. The prospect will not be prevented from restarting the program (B, D) unless they have reached the maximum number of repeats, which is three in this case. The prospect will also not restart the program immediately, but after the specified number of days, which is one in this case. Reference: Repeating Engagement Studio Flows Introduction

QUESTION NO: 14

Salesforce の情報が Marketing Cloud

アカウントエンゲージメントの情報と異なる場合、デフォルトではどの情報が保持されますか？

A. Salesforce の情報は Marketing Cloud

アカウントエンゲージメントの情報をオーバーライドします。

B. Marketing Cloud アカウントエンゲージメントの情報は、Salesforce の情報をオーバーライドします。

C. すべての情報が保持されるため、1 人につき 2 つの記録が作成される可能性があります

D. 異なる情報は Salesforce と Marketing Cloud

アカウントエンゲージメントの両方から削除され、レコードが空になる可能性があります

Answer: A

[https://help.salesforce.com/articleView?id=Marketing_Cloud_Account](https://help.salesforce.com/articleView?id=Marketing_Cloud_Account_Engagement_default_prospect_field_mapping.htm&type=5)

[Engagement_default_prospect_field_mapping.htm&type=5](https://help.salesforce.com/articleView?id=Marketing_Cloud_Account_Engagement_default_prospect_field_mapping.htm&type=5) Explanation:

By default, if the information in Salesforce differs from the information in Marketing Cloud Account Engagement, the information in Salesforce will override the information in Marketing Cloud Account Engagement. This means that Salesforce is the master source of truth for most fields, and any changes made in Salesforce will overwrite the values in Marketing Cloud Account Engagement. However, this behavior can be customized for each field in Marketing Cloud Account Engagement, by choosing one of the following options: Use Marketing Cloud Account Engagement's value, Use Salesforce's value, or Use the most recently updated record. You can also prevent a field from syncing at all by choosing Do not sync. For more details -> 45

QUESTION NO: 15

マーケティングユーザーが電子メールテンプレートを見込み客リストに送信したいのですが、新しいリストの電子メールをサンディングするときに特定の電子メールテンプレートを選択することはできません。

ユーザーはこの問題をどのように解決する必要がありますか？

A. 「メールサンディング」で利用できるようにリストを編集します

B. メールテンプレートを編集して、「メールの一覧表示」で利用できるようにします

C. 「メールテンプレート」で利用できるようにリストを編集します

D. メールテンプレートを編集して適切なリストを選択します

Answer: B

Explanation:

According to the Salesforce documentation, the user should resolve the issue of not being able to choose the specific email template when sending a new list email by editing the email

template to make it available for "List Emails". An email template is a reusable design that defines the content and layout of an email. An email template can be configured to be available for different types of email sends, such as one-to-one emails, list emails, or autoresponders. A list email is an email that is sent to a specific list of prospects, such as a newsletter or a promotion. To use an email template for a list email, the user must edit the email template and check the box for "List Emails" in the email template settings. This will make the email template available to choose when sending a new list email. Editing the list to be available for "Email Sending", "Email Templates", or editing the email template and choosing the appropriate list are not the correct ways to resolve the issue of not being able to choose the specific email template when sending a new list email, as they are either irrelevant or incorrect options for the list or the email template settings. Reference: Salesforce documentation

QUESTION NO: 16

ルール、フォーム入力アクションなど。

Marketing Cloud アカウント エンゲージメントが提供する 3 つのソーシャル投稿コネクタとは何ですか？

- A. Twitter
- B. インスタグラム
- C. フェイスブック
- D. LinkedIn
- E. スナップチャット

Answer: A,C,D

Explanation:

Marketing Cloud Account Engagement offers three social posting connectors: Twitter, Facebook, and LinkedIn. These connectors allow you to create and schedule social media posts from Marketing Cloud Account Engagement and track the engagement of your prospects. Marketing Cloud Account Engagement does not offer social posting connectors for Instagram or Snapchat. Reference: [Social Posting], [Set Up Social Posting Connectors]

QUESTION NO: 17

新しい自動化ルールが作成されます。

見込み客がその自動化ルールの照合を開始するには、どのようなアクションが必要ですか？

- A. 保存後にルールを再開します
- B. 追加のアクションなしでルールを保存します
- C. ルールを保存する前に実行するようにスケジュールします
- D. ルールを保存する前にプレビューします

Answer: B

Explanation:

A new automation rule does not require any additional action for prospects to begin matching that automation rule, other than saving the rule. Automation rules are active by default once they are saved, and they run every hour to match prospects based on the rule criteria.

Resuming, scheduling, or previewing the rule are not actions that are required for prospects to begin matching the rule, but they are optional features that can be used to manage or test

the rule. Reference Automation Rules Overview

QUESTION NO: 18

上記のどれでもない

GoToWebinarが新しいユーザーをイベントに登録するには、Eメール、名、および姓が必須フィールドです。

A. 真

B. 偽

Answer: B

Explanation:

Email, First Name, and Last Name are not required fields in order for GoToWebinar to register a new user to an event. GoToWebinar is a web conferencing platform that allows you to host and join online meetings, webinars, and trainings. You can integrate Marketing Cloud Account Engagement with GoToWebinar using the GoToWebinar connector, which allows you to register prospects for GoToWebinar events from Marketing Cloud Account Engagement forms, landing pages, or completion actions. However, the only required field for GoToWebinar registration is Email. You can also include other fields, such as First Name, Last Name, Phone, or Company, but they are not mandatory. If you do not include these fields, Marketing Cloud Account Engagement will use the default values from the prospect's record or the connector settings.

Answer A is incorrect because Email, First Name, and Last Name are not required fields in order for GoToWebinar to register a new user to an event, as explained above. Reference: [GoToWebinar Connector], [Set Up the GoToWebinar Connector]

QUESTION NO: 19

LenoxSoftはデータベースのクリーンアッププロジェクトを実施し、見通しを大幅に更新しました。彼らの見通しのいくつかは間違っていて更新されており、彼らは何が起こったのかを調査する必要があります。

見込み客の[監査]タブで、どの更新が行われたかを判断するのに役立つ3つのデータポイントを見つけることができますか？

3つの答えを選択してください

A. 時間枠でフィルタリングされたライフサイクルレポート

B. 更新されたプロスペクトフィールド

C. 見込み客がウェブサイトの閲覧に費やした時間

D. その見込み客が追加または削除されたリスト

E. 見込み客が割り当てられたときのデータと時間

Answer: B,D,E

Explanation:

The prospect's Audits tab shows the history of changes made to the prospect's record, such as field updates, list changes, and assignment dates. These data points can help determine what updates were made during the database clean-up project and how they affected the prospects. The Lifecycle Report, the amount of time the prospect spent viewing the website, and the unique clicks are not data points that can be found in the Audits tab, but they can be found in other reports or tabs in Marketing Cloud Account Engagement. Reference Prospect Audits

QUESTION NO: 20

LenoxSoft のマーケティング チームは、Web サイト上のすべての外部訪問者の会社名のリストを地域の営業マネージャーと共有しています。地域マネージャーはこのリストをコールド コールや、自分のサイトで最近の営業案件がアクティブかどうかを把握するために使用します。

このプロセスを自動化するには、Marketing Cloud アカウント エンゲージメント管理者はどの一連の手順を実行する必要がありますか？

答えを 1 つ選択してください

- A. 毎日のプロスペクトアクティビティメールの送信 (すべてのプロスペクトに対して) を有効にします。ページ アクションを有効にしてマネージャーに通知します。
- B. 特定の IP 範囲の訪問者フィルターを有効にします。ページ アクションを有効にしてマネージャーに通知します。
- C. 特定の IP 範囲の訪問者フィルターを有効にします。毎日の訪問者アクティビティ電子メールを送信するを有効にします。
- D. 毎日の訪問者アクティビティ電子メールの送信を有効にします。
[毎日の見込み客アクティビティ電子メールを送信する (見込み客向け)] を有効にします。

Answer: C

Explanation:

The sequence of steps that the Marketing Cloud Account Engagement Administrator should take to automate this process is to enable Visitor Filters for a specific IP range and enable Send daily visitor activity emails. Visitor Filters allow you to filter out the internal traffic from your website analytics, such as your own employees or vendors. By filtering out a specific IP range, you can ensure that only external visitors are tracked by Marketing Cloud Account Engagement. Send daily visitor activity emails allow you to receive a daily email with a list of all the visitors who have visited your website in the past 24 hours, along with their company name, location, and pages viewed. By enabling this feature, you can share the list of external visitors with the regional sales managers automatically

QUESTION NO: 21

見込み客を手動で作成する場合、どのような情報が必要ですか？

- A. キャンペーン、会社、メール、スコア
- B. アカウント、メール、プロフィール、スコア
- C. キャンペーン、メール、氏名、プロフィール
- D. キャンペーン、メール、プロフィール、スコア

Answer: D

Explanation:

Create Prospect

First Name	<input type="text"/>
Last Name	<input type="text"/>
Email *	<input type="text"/>
Company	<input type="text"/>
Account	No account
Website	<input type="text"/>
Campaign *	<input type="text"/>
Profile *	<input type="text"/>
Assign To	<input type="text"/>
Notes	<input type="text"/>
Score *	<input type="text" value="0"/>

The information that is required when creating a prospect manually is campaign, email, profile, and score. A prospect is a potential customer who has expressed some interest in your products or services, and whose information you have captured in Marketing Cloud Account Engagement. You can create a prospect manually in Marketing Cloud Account Engagement by entering their information in a form, or by importing them from a file. When creating a prospect manually, you need to provide the following information:

Campaign: The marketing initiative that you use to track the first touch point with the prospect, such as a trade show, a webinar, or a Google Ad. You can select a campaign from the drop-down menu, or use the default campaign that you set in your account settings.

Email: The email address of the prospect, which is used as the unique identifier for the prospect record. You need to enter a valid email address for the prospect, or the prospect will not be created.

Profile: The category that you use to segment your prospects based on their characteristics, such as industry, role, or product interest. You can select a profile from the drop-down menu, or use the default profile that you set in your account settings.

Score: The numerical value that indicates the level of interest or engagement of the prospect in your products or services. You can enter a score for the prospect, or use the default score of 0 that is assigned to new prospects.

Other information that you can provide when creating a prospect manually are:

First Name: The first name of the prospect, which can be used for personalization or segmentation.

Last Name: The last name of the prospect, which can be used for personalization or segmentation.

Company: The name of the company that the prospect works for, which can be used for reporting or segmentation.

Website: The URL of the website that the prospect visits or owns, which can be used for tracking or segmentation.

Assign To: The user that you want to assign the prospect to, who will be responsible for following up with the prospect. You can select a user from the drop-down menu, or use the default user that you set in your account settings.

QUESTION NO: 22

見込み顧客が Marketing Cloud アカウント エンゲージメント フォーム経由で登録した場合でも、GoToWebinar のリマインダーと登録メールが届きます。

- A. 真
- B. 偽

Answer: A

Explanation:

When prospects register via a Marketing Cloud Account Engagement form, they will still receive GoToWebinar's reminder and registration emails. This is because Marketing Cloud Account Engagement integrates with GoToWebinar and automatically registers prospects for the webinar when they fill out the form. Marketing Cloud Account Engagement also syncs the attendance and other webinar data with the prospect records. However, Marketing Cloud Account Engagement does not send the webinar emails, which are handled by GoToWebinar.

QUESTION NO: 23

メール送信のベストプラクティスに最も準拠しているのはどれですか？

- A. 可能であれば、月曜日の朝にメールを送信して、1週間を通して頭を悩ませないようにします。
- B. 電子メール通信の一貫した予測可能なリズムを確立します。
- C. エンゲージメント率を上げるために、プレーンテキストのみのメールを送信します。
- D. すべてのメールの画像とテキストの比率が高いことを確認してください。

Answer: B

Explanation:

According to the Salesforce documentation, the option that adheres most closely to email sending best practices is: B) Establish a consistent, predictable cadence for your email communications. Email sending best practices are guidelines that help users to create and send effective and engaging emails to their prospects and customers. Email sending best practices can cover different aspects of email marketing, such as content, design, deliverability, and performance. One of the email sending best practices is to establish a consistent, predictable cadence for your email communications, meaning that you should send your emails at regular intervals and frequencies, and that you should align your email sends with your audience's expectations and preferences. By establishing a consistent, predictable cadence for your email communications, you can build trust and loyalty with your subscribers, increase your open and click rates, and avoid spam complaints or unsubscribes. When possible, sending emails on Monday mornings in order to stay top of mind throughout the week, sending plain text only emails in order to increase engagement rates, or making sure that all emails have a high image-to-text ratio are not the options that adhere most closely to email sending best practices, as they are either ineffective, outdated, or detrimental options for email marketing. Reference: Salesforce documentation

QUESTION NO: 24

ユーザーは、実行中のエンゲージメントプログラムで使用されるメールテンプレートを変更する必要があります。

この変更を行うためにユーザーが実行する必要がある最初のステップは何ですか？

- A. 元のエンゲージメントプログラムをコピーする
- B. テンプレートの待ち時間を変更する
- C. 送信された古いメールを削除する
- D. プログラムを一時停止します

Answer: D

Explanation:

According to the Salesforce documentation, the first step the user must take in order to change which email template is used in a running engagement program is to pause the program. A running engagement program is a program that is actively sending emails and performing actions to the prospects in the program. To make any changes to a running program, such as changing the email template, the user must first pause the program to stop the email sends and actions. After making the changes, the user can resume the program and continue the email sends and actions. Copying the original engagement program, changing the wait time for the template, or deleting the old sent email are not the first steps the user must take, as they will not allow the user to change the email template in the running program. Reference: Salesforce documentation

QUESTION NO: 25

プロスペクトがフォームアワー期間中に複数の自動応答を受信できるようにするフォームハンドラー設定はどれですか？

- A. キオスク/データ入力モード: 送信された見込み客としてブラウザーを Cookie にしない

B.

訪問者アクティビティのスロットリングを無効にし、送信ごとに自動応答メールを送信する

- C. すべての送信後に、すべてのプロスペクト アクティビティをプロスペクト

レコードに関連付けます。

D. 送信ごとにリアルタイムでフォーム ハンドラーを実行する

Answer: B

Explanation:

A form handler setting that allows prospects to receive multiple autoresponders from form submissions within a 24-hour period is Disable Visitor Activity Throttling and send autoresponder emails after every submission. This setting overrides the default behavior of Marketing Cloud Account Engagement, which is to throttle visitor activity and send only one autoresponder email per prospect per form per day². This setting can be useful for forms that are used for multiple purposes, such as event registration, content download, or contact request

QUESTION NO: 26

ユーザーがマーケティング資産に対して実行されたアクションに基づいて見込み客を2つのパスに分岐させたい場合、エンゲージメントスタジオでどのステップタイプを使用する必要がありますか？

- A. ルール
- B. 待つ
- C. トリガー
- D. アクション

Answer: D

QUESTION NO: 27

同期している連絡先で見込み顧客の Marketing Cloud アカウント エンゲージメントランディング ページ送信アクティビティを表示できる Salesforce 機能を 2 つ選択してください。

2 つの答えを選択してください

- A. Marketing Cloud アカウント エンゲージメントのランディング ページ関連リストセクション
- B. エンゲージメント履歴コンポーネント
- C. Marketing Cloud アカウント エンゲージメント アクティビティ Visualforce ページ
- D. Salesforce アクティビティセクション

Answer: C,D

Explanation:

To view a prospect's Marketing Cloud Account Engagement landing page submission activity on the syncing contact in Salesforce, an Administrator can use the following features:

The Marketing Cloud Account Engagement Activities Visualforce page, which shows a detailed history of the prospect's interactions with Marketing Cloud Account Engagement assets, including landing pages, forms, emails, and custom redirects.

The Salesforce Activities section, which shows the tasks and events that are logged for the contact, including Marketing Cloud Account Engagement landing page submissions.

Reference: [Marketing Cloud Account Engagement Activities Visualforce Page], [Salesforce Activities]

QUESTION NO: 28

LenoxSoft のマーケティング マネージャーは、電子メール リンク www.lenoxsoft.com のクリックがリスト電子メール レポートにカウントされていないことに気付きました。このリンクの形式に基づくと、なぜ追跡用に書き直さなかったのでしょうか？

- A. 自動的に書き換えられるように、リンクは http または https で始まる必要があります。
- B. リンクには、自動的に書き換えられるワイルドカードが含まれている必要があります。
- C. リンクは自動的に書き換えられる go.Marketing Cloud Account Engagement.com を指す必要があります。
- D. リンクには、自動的に書き換えられる変数タグを入力する必要があります。

Answer: A

Explanation:

The reason why the email link www.lenoxsoft.com was not re-written for tracking is that the link should start with http or https to be automatically re-written. Marketing Cloud Account Engagement automatically re-writes links in emails to track the clicks and measure the engagement of the recipients. However, Marketing Cloud Account Engagement only re-writes links that start with http or https, as these are the protocols that indicate a web address. The link www.lenoxsoft.com does not have a protocol, so Marketing Cloud Account Engagement does not recognize it as a web address and does not re-write it for tracking. The other options are not relevant for link re-writing. The link does not need to contain a wildcard, point to go.Marketing Cloud Account Engagement.com, or be populated with variable tags to be automatically re-written. These are features that can be used to create dynamic or custom links, but they are not required for link re-writing. Reference [Link Click Tracking]

QUESTION NO: 29

LenoxSoft は、Web サイトで活動しなくなった見込み客向けの再エンゲージメントプログラムを実装したいと考えています。

Marketing Cloud アカウント

エンゲージメントのマーケティング担当者は、見込み顧客に再エンゲージするための限定オファーやコンテンツの提供に重点を置いたエンゲージメントプログラムをどのように設計すればよいのでしょうか？

答えを 1 つ選択してください

- A. プロスペクト時刻 :: 最後のアクティビティ :: 180 日前より大きい ::
という条件でリストにプロスペクトを追加する自動化ルールを作成します。このリストを受信者リストとしてエンゲージメントプログラムに追加し、再エンゲージした見込み客をプロモーション オファーに導きます。
- B. プロスペクトの時刻 :: 最後のアクティビティ :: 180 日前より大きい ::
という基準を持つプロスペクトと一致する動的リストを作成します。このリストを受信者リストとしてエンゲージメントプログラムに追加し、再エンゲージした見込み客をプロモーション オファーに導きます。
- C. プロスペクトの時刻: 最後のアクティビティ: 180
日前以降という条件でプロスペクトと一致するセグメンテーションリストを作成します。見込み顧客を再エンゲージするために、今後毎週金曜日に自動送信されるプロモーションオファーを含むリストメールをスケジュールします。
- D. プロスペクトの時刻: 最後のアクティビティ: 180

日前以降という条件でプロスペクトと一致する動的リストを作成します。見込み顧客を再エンゲージするために、今後毎週金曜日に自動送信されるプロモーションオファーを含むリストメールをスケジュール設定します。

Answer: B

Explanation:

The best way to design an engagement program focused on providing exclusive offers and content to re-engage prospects is to create a dynamic list and add it as the recipient list to an engagement program. A dynamic list is a list that automatically populates with prospects who match the criteria you set. An engagement program is a program that allows you to send automated emails to prospects based on their behavior and preferences. LenoxSoft can create a dynamic list that matches prospects who have not been active on their website for more than 180 days, and add it as the recipient list to an engagement program that leads re-engaged prospects to a promotional offer.

QUESTION NO: 30

プロスペクトは、サイトのフォームまたはランディングページから電子メールアドレスを送信した訪問者です。

A. 真

B. 偽

Answer: A

Explanation:

A prospect is a visitor who has submitted an email address through a form or landing page on your site. This is the primary way that Marketing Cloud Account Engagement identifies and converts visitors into prospects. A prospect can also be created from an email link click, a manually entered email address, or an import.

QUESTION NO: 31

フォームを常に表示するように設定する必要があるのはなぜですか？

A. 誰かがページに戻ったときに常にフォームを表示します。

B. より高いフォーム変換率を得るには

C. スパマーがフォームに入力するのを防ぐため

D. 見込み客が確実に採点および採点されるようにするため。

Answer: A

Explanation:

Forms are web forms that capture prospect information and allow you to perform actions based on the form submission. You can set a form to Always Display, which means that the form will always show when someone returns to the page, even if they have already filled out the form before. This option is useful if you want to allow prospects to update their information or submit the form multiple times. Setting a form to Always Display does not affect the form conversion rate, prevent spammers from filling out the form, or ensure the prospect gets scored and graded. Those factors depend on other settings and criteria.

Reference: Forms and Form Handlers, Form Display Options