

# Salesforce Marketing Cloud Account Engagement Specialist (Japanese Version)

1. 反復しない自動化ルールが 100 人の見込み客と一致しました。ユーザーは自動化ルールを一時停止し、ルール条件を編集して、ルールを再開します。

A. 見込み顧客はルールと一致せず、新しいアクションは適用されません。

B. アクションは、新しいルール基準に一致するプロスペクトに再適用されます。

C. このルールは、条件に一致しなくなったプロスペクトに対するアクションの適用を解除します。

D. プロスペクトは、更新されたルールに一致しないものとしてマークされます。

Answer(s): D

---

2. フォームは、年次会議の見込み客データを取得するために使用されます。フォームは送信後にリストにプロスペクトを追加する必要がありますが、すでにフォームに記入したプロスペクトにアクションを遡って適用するべきではありません。

A. セグメンテーションルールを使用して見込み客をリストに追加します。

B. 動的リストを使用して見込み顧客をリストに追加します

C. 完了アクションを使用して見込み客をリストに追加します。

D. 自動化ルールを使用して見込み客をリストに追加します

Answer(s): C

---

3. 価格ページの閲覧は貴重な購入シグナルとみなされます。LenoxSoft は、価格設定ページにアクセスした見込み客についてレポートし、セグメント化できるようにしたいと考えています。こ

れを実現するのに最適な自動化ツールは何でしょうか？

A. 価格ページビューを追跡するための特別なキャンペーンを作成します。

B. プロスペクトを閲覧済みとしてタグ付けし、リストに追加するように設定されたページ アクションを作成します。

C. 価格表を送信するための完了アクションを含むフォームを作成します。

D. ページビューに基づいて動的リストを作成し、自動的にセグメント化します。

**Answer(s): B**

---

4. 管理者はデータベース内のメール送信可能な見込み客の数をどのようにして見つけることができますか？

A. すべてのセグメンテーション リストを表示します。

B. プロスペクトリストに移動し、「メール可能なプロスペクト」を選択します。

C. 同期キューを表示します。

D. 概要セクションに移動します。

**Answer(s): B**

---

5. マーケティング担当者は、見込み客が次の基準を満たしている場合に、その見込み客をユーザーのグループに割り当てたいと考えています。

A. ルール グループを含む自動化ルール

B. 各ランディング ページの完了アクション

C. グループを使用したセグメンテーション ルール

D. 各フォームの完了アクション

**Answer(s): A**

---

6. LenoxSoft の Web サイトには、「コメント」フィールドを含む複数のフォームがあります。管理者は、プロスペクトがいずれかのフォームに戻るたびに、このフィールドが表示され空になるようにしたいと考えています。

A. 事前入力しない

B. 完了済みであっても常に表示します

C. 以降のフォーム送信時に初期値を維持します。

D. このフィールドの値に基づいて、このフォームの他のフィールドを表示します。

**Answer(s): B,C**

---

7. 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 つのパスに分岐したい場合、エンゲージメント スタジオではどのステップ タイプを使用する必要がありますか？

A. トリガー

B. 待ってください

C. アクション

D. ルール

**Answer(s): C**

---

8. マーケティング担当者は、Marketing Cloud アカウントエンゲージメントフォームの新しいフィールドを作成する必要があります。

A. フィールドが作成され、Engagement Studio のフォームに追加されます。

B. フィールドはフォーム エディターでカスタム プロスペクト フィールドとして作成されます。

C. フィールドは、[プロスペクト フィールド] ページでカスタム プロスペクト フィールドとして作成されます。

D. フィールドはフォーム エディターのデフォルトのアカウント フィールドとして作成されます。

**Answer(s): C**

---

9. LenoxSoft は、「お問い合わせ」フォームに自社製品のリストを提供し、見込み客に最も興味のある製品を 1 つだけ選択してもらいたいと考えています。

A. 複数選択

B. チェックボックス

C. ドロップダウン

D. テキストエリア

**Answer(s): C**

---

10. 良好な直帰率とは何ですか？

A. 5%未満

B. 20%以上

C. 10%未満

D. 10%以上

**Answer(s): C**

---

11. 自動化ルールを使用して見込み顧客をオプトアウトするにはどうすればよいですか？

A. プロスペクトのフィールド値を変更します: 「電子メールを送信しない」を「電子メールを送信しない」

B. 自動化ルールを使用して見込み顧客をオプトアウトすることはできません。

C. プロスペクトフィールドの値をオプトアウトに変更します

**Answer(s): A**

---

**12. 電子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 週間を通じて常に注目されるようにしてください。

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高めるために、プレーン テキストのみのメールを送信します。

D. すべての電子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(s): B**

---

**13. デフォルトの役割とカスタムの役割の違いを特定します。**

A. デフォルトのロールは Marketing Cloud アカウントエンゲージメントに含まれています

B. カスタムロールを編集可能

C. デフォルトの役割を編集できます

D. デフォルトのロールを削除できます

E. カスタム ロールを最初から作成できます

F. デフォルトのロールからカスタムロールを作成できます

G. デフォルトのロールは Marketing Cloud アカウントエンゲージメントに含まれています

**Answer(s): A,B,E,F**

---

14. Engagement Studio で見込み客を別の Engagement Studio プログラムの受信者リストに追加するには、どのステップ タイプが使用されますか？

A. ルール

B. 終了

C. トリガー

D. アクション

Answer(s): D

---

15. エンゲージメント スタジオのテイスティング体験の 2 つの利点は何ですか？

A. プログラムの電子メール テンプレート オプションを評価しています

B. 見込み顧客の考えられる道筋を視覚化する

C. プログラムのタイムラインを理解する

D. 特定のステップのパフォーマンスを測定する

Answer(s): B,D

---

16. 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(s): C

---

17. LenoxSoft には 3 つの製品ラインがあります。 Pardot では、各製品ラインに、その製品ラインのすべてのアセットを含む独自のフォルダーがあります。管理者は、各製品ラインとのやり取りに基づいて見込み顧客を個別にスコア付けしたいと考えています。

A. 2 つの新しいデフォルト スコアリング モデルを作成し、各製品ラインに 1 つずつ設定します。

B. プロスペクトのレコードのスコア フィールドを編集して、複数のスコア値を表示します。

C. 各製品ライン フォルダーにスコア カテゴリを割り当てます。

D. デフォルトのスコアリング モデルを編集して、製品ラインごとに異なるスコアを付けます。

Answer(s): C

---

18. フォームがランディング ページに追加された場合、送信内容はどこに報告されますか？

A. ランディング ページ上

B. フォーム上

C. ランディング ページのレイアウト テンプレート上

D. フォームのレイアウトテンプレート上

Answer(s): B

---

19. 見込み客がウェビナーに登録したかどうかを確認するには、見込み客レコードのどこを調べますか？

A. 内容

B. 洞察

C. 見込み客の活動

D. カスタムフィールド

Answer(s): C

---

20. ダッシュボードにグラフ（線または棒）として表示できない情報は何ですか？

A. 作成された見込み客

B. 変換

C. 創出された機会

D. 機会損失

E. すべての見込み客

Answer(s): A,B

---