

Salesforce.AP-214.v2026-05-26.q35

試験コード： AP-214
試験名称： Marketing Cloud Advanced Cross Channel Accredited Professional
認証ベンダー： Salesforce
無料問題の数： 35
バージョン： v2026-05-26
ページの閲覧量： 102
問題集の閲覧量： 350
<https://www.jpnsiken.com/shiken/Salesforce.AP-214.v2026-05-26.q35.html>

質問: 1

Einstein エンゲージメントスコアリング (EES) について正しいのは何ですか？

- A. EESはカスタムの購読解除処理を考慮しません
- B. EESは過去の購入データをインポートしてコンバージョン予測を促進できます
- C. EES では、Web コンバージョン予測のために Collect Code Tracking が必要です。
- D. EESはMarketing Cloudからのすべての送信データを分析します

正解: ([正解を表示します](#))

質問: 2

加入者が同じアセットを所定の回数だけ受け取ることを制限する疲労ルールをユーザーが設定できる場所はどこですか？

- A. アインシュタインスコアリング
- B. アインシュタインコピーインサイト
- C. アインシュタインエンゲージメント頻度
- D. アインシュタインコンテンツ選択

正解: ([正解を表示します](#))

質問: 3

ジャーニーのタイプとなる 2 つの概念はどれですか？

2つの回答を選択してください

- A. 単一送信
- B. トリガー
- C. マルチステップ
- D. プロモーション

正解: ([正解を表示します](#))

質問: 4

連絡先データと旅程データに関して正しいのはどれですか。

- A. 連絡先データは静的で、ジャーニーデータは更新されたデータです
- B. ジャーニー データは静的であり、連絡先データは更新されたデータです。

正解: **B** ([コメントを发表する](#))

質問: 5

Einstein エンゲージメントスコアはどのくらいの頻度で更新されますか？

- A. 1時間ごと
- B. 毎日
- C. メールの場合は毎日、モバイルの場合は毎週。
- D. モバイルの場合は毎日、電子メールの場合は毎週。

正解: **B** ([コメントを发表する](#))

質問: 6

ビーコンメッセージを作成するときに、「モバイル デバイスのメッセージの合計数を制限する」フィールドは何を制御しますか？

- A. モバイルデバイスが24時間に1回このメッセージを受信できる合計回数
- B. モバイルデバイスがこのメッセージを毎週受信できる合計回数
- C. モバイルデバイスが72時間に1回このメッセージを受信できる合計回数
- D. アクティブ期間中にモバイルデバイスがこのメッセージを受信できる合計回数

正解: ([正解を表示します](#))

質問: 7

管理者が開封とクリックを効率的に作成および追跡できるようにする 2 つのジャーニータイプは何ですか。

- A. リージョン送信
- B. 国送信
- C. トランザクション送信
- D. 単一送信
- E. 言語送信

正解: ([正解を表示します](#))

質問: 8

Einstein Copy Selection がマーケティング キャンペーンに対して実行する 2 つの機能はどれですか。

- A. 毎日のエンゲージメント指標を集計して、翌日のコンテンツを最適化します。
- B. メッセージに反応するサブスクライバーの数を決定します。
- C. クリック結果を分析して、どのアセットが顧客の間で最もエンゲージメントを喚起するかを調べます
- D. 顧客がメールを開いたときに、各顧客にパーソナライズされたコンテンツを送信します。

正解: ([正解を表示します](#))

質問: 9

アインシュタインのエンゲージメント頻度 (EEF) に関して正しい 3 つの記述は何ですか。3 つの回答を選択

- A. EEF frequency は 180 日間の履歴データを分析して、適切なコミュニケーション頻度を決定します。
 - B. EEF は、マーケティング担当者が組織の個々の購読者に送信するメールのデータ数を決定し、メール疲れによる購読解除を削減するのに役立ちます。
 - C. EEF は商用送信データのみを使用します。トランザクション送信はモデリングでは考慮されません。
 - D. EEF は 360 日間の履歴データを分析して、適切なコミュニケーション頻度を決定します。
 - E. Salesforce は、各顧客のデータのみを使用して、各顧客のモデルをトレーニングします。
- 正解: ([正解を表示します](#))

質問: 10

在庫数が 50 未満になったときに、動的な購入リンクを含むリアルタイムのメールを顧客に送信するにはどうすればよいですか? 2 を選択します。

- A. メール SOAP API
- B. トランザクション メッセージング API。
- C. ジャーニー API
- D. REST API

正解: ([正解を表示します](#))

質問: 11

Journey Builder の期間による待機アクティビティはどのように機能しますか?

- A. 設定した日時までコンタクトを保留します。待機時間が経過すると、コンタクトは直ちに次のアクティビティに進みます。
- B. 待機期間に基づきます。このアクティビティに到達した時点から、プラットフォームは現在の時点と待機期間の終了時点の差を計算します。
- C. オートメーションが次のステップを実行する前に、指定された時間または指定された時刻まで待機するようにします。1 つのオートメーションに 1 つまたは複数の待機アクティビティを含めることができます。
- D. 選択した連絡先の日付ベース属性に格納されている日時の値まで連絡先を保持します。連絡先が待機アクティビティに到達する前に指定された日時が経過した場合、または連絡先に属性値がない場合、連絡先は直ちに次のアクティビティに進みます。

正解: ([正解を表示します](#))

質問: 12

3 ヶ月間にわたり、モバイルアプリのダウンロードリンクを記載したメールを複数回送信します。リンクがクリックされた場合はアプリの機能を案内するメールを送信し、クリック

されなかった場合は3日ごとにモバイルアプリのダウンロードを促す同じメールを送信します。この複数選択機能はどのように設計すればよいでしょうか？

- A. クエリ アクティビティを使用してクエリを実行し、ジャーニー内の連絡先データをクリックします。
- B. メールアクティビティとエンゲージメント分割アクティビティでジャーニーを使用する
- C. コンタクトデザイナーを使用する
- D. 連絡先データではなく、ジャーニーデータを使用します

正解: [B,D \(コメントを发表する\)](#)

質問: 13

Social Studio では管理対象アカウントとして何がサポートされていますか？

- A. イェルプ
- B. Google マイビジネス
- C. レディット
- D. アマゾン

正解: [\(正解を表示します\)](#)

質問: 14

アインシュタインのエンゲージメント頻度 (EEF)について正しいものはどれですか。3つ選択してください。

- A. EEFはトランザクションデータではなく商用送信データのみを使用します
- B. モデルはアカウント内でのみ利用可能なデータを使用します
- C. メール疲れによる登録解除を減らすために、送信するメールの正しい数を決定するために使用されます。
メール疲れ。
- D. 過去ISO日間のエンゲージメントデータを使用します

正解: [\(正解を表示します\)](#)

Einstein エンゲージメント頻度 (EEF) を理解する:

目的 :EEFは、Marketing Cloud Einsteinの機能であり、各購読者へのメール送信頻度を最適化するのに役立ちます。各購読者に適切な数のメールを送信することで、購読解除を減らし、エンゲージメントを向上させることを目指しています。

仕組み: EEF は過去のエンゲージメント データ (開封、クリックなど) を分析して、各サブスクライバーに最適な送信頻度を予測します。

正しい記述:

A: EEFは、トランザクションメールではなく、商業メールの送信データのみを使用します。EEFはマーケティングメールの送信頻度の最適化に重点を置いています。トランザクションメール (注文確認メール、パスワードリセットメールなど)は通常、特定のイベントによってトリガーされるため、EEFの最適化の対象にはなりません。

B: モデルはお客様のアカウントでのみ利用可能なデータを使用します。EEFの予測は、お客様のMarketing Cloudアカウント内のエンゲージメントデータに基づいています。他のアカウントや外部ソースのデータは使用しません。

C: メール疲れによる購読解除を減らすために、適切なメール送信数を決定するために使用されます。これがEEFの核となる目的です。各購読者にとっての「スイートスポット」、つまり購読者のエンゲージメントを維持するのに十分なメール数でありながら、メール疲れによる購読解除に至らないほどのメール数を見つけることを目指しています。

誤った記述:

D: 過去 90 日間のエンゲージメント データを使用します。EEF は、90 日間ではなく、過去 28 日間のエンゲージメント データを使用します。

要約すれば :

EEF は、アカウントの過去 28 日間の商用メール送信データを使用して、各購読者に最適なメール送信頻度を決定し、購読解除を削減します。正解は A、B、C です。

質問: 15

ISの利点 きまざまなチャンネルにわたる高度なリアルタイムパーソナライゼーション、統合された顧客プロファイル)----

A. 理解し、決定し、行動する

B. 聞く、理解する、行動する

正解: ([正解を表示します](#))

質問: 16

ある顧客は、商品の在庫が50個を下回った際に、購読者に対してリアルタイムトリガーによる「ラストチャンス」メッセージを送信したいと考えています。在庫が少なくなった商品に応じて、動的な「今すぐ購入」リンクを含めることを希望しています。

このユースケースをサポートする 2 つの API はどれですか?

2つの回答を選択してください

A. メールSOAP API

B. REST API

C. ジャーニーAPI

D. トランザクションメッセージAPI

正解: B,D ([コメントを发表する](#))

有効的なAP-214問題集はJPNTTest.com提供され、AP-214試験に合格することに役に立ちます！JPNTTest.comは今最新AP-214試験問題集を提供します。JPNTTest.com AP-214試験問題集はもう更新されました。ここでAP-214問題集のテストエンジンを手に入れ

ます。最新版のアクセス、<https://www.jpntest.com/shiken/AP-214-mondaishu> 102問、30%ディスカウント、特別な割引コード: **JPNshiken**」

質問: 17

Einstein エンゲージメント頻度モデルはどのくらいの頻度で更新されますか (2Sday& データを使用) - 毎週

- A. 1時間ごと
- B. 毎日
- C. 毎月
- D. 隔週

正解: **B (コメントを发表する)**

* モデル更新頻度:

* Einstein Engagement Frequency の予測モデルは、最新のエンゲージメントパターンを反映するために定期的に更新する必要があります。

* 毎日更新:

* EEFモデルは毎日更新されます。これにより、送信頻度の推奨は比較的最新のデータに基づいて行われます。

* 他のオプションを選択しない理由:

* A. 1時間ごと:エンゲージメントパターンはそれほど急速には変化しないため、1時間ごとの更新は計算負荷が高く、不要です。

* C. 月次: モデルの精度は1か月にわたって大幅に低下するため、月次更新は頻度が低すぎます。

* D. 隔週: 隔週では、モデルを最近のエンゲージメント傾向に合わせるには頻度が低すぎます。

要約すれば:

Einstein エンゲージメント頻度モデルは、精度を維持するために毎日更新されます。

質問: 18

メール/ウェブ推奨の前提条件は何ですか: 2つ選択してください

- A. トラッキングコードを収集する
- B. カタログ

正解: **(正解を表示します)**

電子メール/Web の推奨事項を理解する:

* 目的: 推奨事項 (電子メールまたは Web サイト上) では、顧客の行動と製品情報に関するデータを使用して、顧客が興味を持ちそうな製品やコンテンツを提案します。

前提条件:

* A. Collect Tracking Code :これは非常に重要です。Collect Tracking Codeは、ウェブサイトに配置するJavaScriptスニペットです。ユーザーの行動 (ページビュー、商品閲覧、購入など)を追跡し、そのデータをMarketing Cloudに送信します。この行動データは、パーソナライズされたレコメンデーションを生成するために不可欠です。

* B. カタログ :カタログとは、商品やコンテンツに関する情報（商品ID、商品名、説明、価格、画像URLなど）を含む構造化ファイル（通常はCSVまたはXML）です。カタログはMarketing Cloudにインポートされ、レコメンデーションの元となる在庫情報を提供します。

AとBが重要な理由:

* データドリブンなレコメンデーション :レコメンデーションはデータに基づいていません。Collect Tracking Codeは行動データを提供し、カタログは商品データを提供します。

* パーソナライゼーション: これらのデータ ソースがないと、推奨事項は一般的なものとなり、個々の顧客に合わせてパーソナライズされません。

質問: 19

ユーザーに同じコンテンツが複数回推奨されるのを制限する疲労ルールを定義できるセクションはどれですか。

A. インシュタインコンテンツ選択

B. インシュタインコピーインサイト

C. インシュタインエンゲージメントスコアリング

正解: [\(正解を表示します\)](#)

コンテンツ疲労を理解する:

* コンテンツ疲労は、購読者が同じコンテンツまたは非常に類似したコンテンツを繰り返し受信した場合に発生し、エンゲージメントの低下や購読解除につながります。

インシュタインのコンテンツ選択と疲労ルール:

* Einsteinコンテンツセレクションは、AIを活用して、送信時に各購読者に合わせたコンテンツをパーソナライズする機能です。購読者の好み、過去の行動、利用可能なコンテンツアセットを考慮します。

* 疲労ルール :Einsteinコンテンツセレクションでは、「疲労ルール」（除外ルールとも呼ばれます）を定義できます。これらのルールは、システムが定義された期間内に同じコンテンツを購読者に過度に頻繁に推奨することを防ぎます。

他のオプションが間違っている理由:

* B. Einstein Copy Insights: コンテンツの疲労を管理するのではなく、件名のパフォーマンスを分析して推奨事項を提供することに重点を置いています。

* C. Einsteinエンゲージメントスコアリング : 購読者がメールにエンゲージする可能性（開封、クリック、登録解除）を予測します。コンテンツの選択や疲労ルールを直接制御するものではありません。

質問: 20

ソーシャル スタジオは匿名の ID と既知の ID をどのように統合しますか?

A. 決定論的マッチング

B. ソーシャルネットワーキング

正解: [A \(コメントを発表する\)](#)

質問: 21

Interaction Studio を使用したリアルタイム インタラクション管理 (RTIM) がマーケティング担当者による顧客エクスペリエンスのパーソナライズにどのように役立つか 2 つ教えてください。

- A. データ集約
- B. オーケストレーション
- C. 次善の策
- D. データストレージ

正解: **A,B** ([コメントを发表する](#))

質問: 22

Interaction Studio のすぐに使用できる 3 つの製品機能は何ですか？

- A. 機械学習とAI機能
- B. 各個人のデータを統合した単一の顧客プロフィール
- C. ビジネスコンテキストに基づいた各訪問者または顧客の行動追跡
- D. ダイレクトメールキャンペーンの管理
- E. 電子商取引のPOS機能

正解: ([正解を表示します](#))

質問: 23

オーディエンスを作成する前に完了する必要がある手順はどれですか？

Facebookに広告を送るための広告スタジオ

Pinterest、Google、それともLinkedInのプラットフォームですか？

- A. 購読者にオプトインしてもらいます。
- B. Marketing Cloud アカウントですでに構成されているため、手順は必要ありません。
- C. プラットフォームのホットラインに電話して、広告を送信する許可を求めます。
- D. まず、オーディエンスプラットフォームでビジネス/広告アカウントを作成して設定します。

正解: ([正解を表示します](#))

質問: 24

Interaction Studio は匿名の ID と既知の ID をどのように統合しますか？

- A. Interaction Studio は確率的マッチングを使用して、2 つ以上のプロフィールが同じ ID を表すかどうかを判断します。
- B. Interaction Studio は、匿名IDと既知のIDを照合するためにサードパーティのソフトウェアを使用します。
- C. Interaction Studio は識別情報を監視し、決定論的マッチングを使用して 2 つ以上のプロフィールが同じ ID を表しているかどうかを判断します。
- D. Interaction Studio は、オンライントラフィックとオフラインソースからのデータに基づいて、匿名プロフィールと既知のプロフィールを 1 日に 1 回同期します。

正解: ([正解を表示します](#))

質問: 25

Mobileconnect 人口統計テーブルにあるフィールドはどれですか？

3つの回答を選択してください

- A. 姓
- B. 地域
- C. メール
- D. チャンネル
- E. 都市

正解: ([正解を表示します](#))

質問: 26

HELP と STOP 以外の SMS キーワードについて正しいのは何ですか？

- A. 親または子のビジネスユニット内のキーワードは、そのビジネスユニット内でのみ使用できます。
- B. 親ビジネスユニットのキーワードは、すべての子ビジネスユニットで自動的に使用可能になります。
- C. 子ビジネスユニットのキーワードは他の子ビジネスユニット間で共有できます
- D. 親ビジネスユニットのキーワードは、任意の子ビジネスユニットと共有できます。

正解: ([正解を表示します](#))

質問: 27

IS ではプロファイルはどのようにマージされますか？

- A. 一致したIDの決定論的マッチング
- B. 確率的マッチング
- C. 1日に1回

正解: ([正解を表示します](#))

質問: 28

Marketing Cloud Connect (MCC) と Journey Builder を併用して、Sales Cloud の新しい連絡先の Welcome Journey を作成する 2 つの方法は何ですか？

- A. 新しい連絡先用に、カスタム eCommerce プラットフォームから Sales Cloud への API 統合を直接作成します。
- B. クエリ アクティビティを使用して、連絡先同期データ拡張機能内の新しいレコードを識別し、結果を新しい送信可能な DE に書き込み、15 分ごとに挿入する自動化をスケジュールします。
- C. Sales Cloud Journey Builder エントリ ソースを使用して、新しい連絡先レコードを Journey Builder に直接挿入します。
- D. カスタムeコマースプラットフォームからJBへのAPI統合を作成し、新規連絡先情報を取得します。SubscriberKeyとしてEmallAddressを使用します。

正解: ([正解を表示します](#))

質問: 29

ソーシャルスタジオでは、エンゲージタブで使用される列の数はいくつですか (エンゲージでは最大 30 個のタブ、各タブの列数に制限はありません)。各列には最大 50 個のアカウントが含まれます)

- A. 50
- B. 100
- C. 15
- D. 制限なし

正解: ([正解を表示します](#))

質問: 30

Einstein Messaging Insights (EMI) について正しい 3 つの記述はどれですか。
3つの回答を選択してください

- A. EMIは、メール送信の開封率、クリック率、登録解除率を監視します。
- B. EMIは、解約する加入者の割合を事前に決定します。
- C. EMIはメッセージがどれだけ早く読まれたかを検出します
- D. EMIはバッチ送信とジャーニービルダー送信の両方を分析します
- E. EMIは異常や予想外に低い値や高い値を検出し、洞察を生成します

正解: ([正解を表示します](#))

質問: 31

管理者が Journey Builder によるエントリのレコードの処理速度を改善できる 3 つの方法は何ですか?

3つの回答を選択してください

- A. 複数のジャーニーに同じデータ拡張機能を使用するのではなく、各ジャーニーのデータ拡張機能の事前フィルター済みの送信可能なコピーを作成します。
- B. 光ファイバーインターネット接続に接続されていることを確認してください。
- C. エントリソースでフィルターを使用して、連絡先の50%以上をフィルターしないでください。
- D. エントリソース内で連絡先をフィルター処理するのではなく、連絡先を Journey Builder に入力する前に、Automation Studio などの ETL ツールを使用して大規模なセグメンテーションを実行します。
- E. Journey Builder 処理の構成にのみ使用されるユーザー ID と権限セットを作成します。

正解: **A,C,D** ([コメントを发表する](#))

有効的な**AP-214**問題集はJPNTTest.com提供され、**AP-214**試験に合格することに役に立ちます！JPNTTest.comは今最新**AP-214**試験問題集を提供します。JPNTTest.com AP-214試験問題集はもう更新されました。ここで**AP-214**問題集のテストエンジンを手に入れます。最新版のアクセス、<https://www.jpntest.com/shiken/AP-214-mondaishu> **102**問、**30%ディスカウント**、特別な割引コード: **JPNshiken**」

質問: **32**

28, Ad Studio の機能は次のとおりです。複数選択してください。

- A. インクディンカンパニーの試合。
- B. ティックトックユーザーマッチ.Ez
- C. linkedin ユーザーの一致。
- D. Facebook の高度な一致。
- E. myspace ユーザーの一致。

正解: **A,C,D** ([コメントを发表する](#))

質問: **33**

SMS メッセージがユーザーのモバイルに届かない 3 つの理由として考えられるのは次のうちどれですか? (3 つのオプションを選択)

- A. 固定電話番号に送信されたSMS
- B. 携帯電話は別の通話中です
- C. オフ
- D. バッテリー残量が少なくなっています
- E. 携帯電話ネットワークの圏外です

正解: ([正解を表示します](#))

質問: **34**

Einstein エンゲージメントスコアリングのスコアはメールに対してどのくらいの頻度で更新されますか?

- A. 毎月
- B. 毎日
- C. 毎週
- D. 時間ごと

正解: **B** ([コメントを发表する](#))

質問: **35**

旅のキャンバスで推奨されるアクティビティの数。(150~200)

- A. 100
- B. 50
- C. 300

D. 10

正解: ([正解を表示します](#))

有効的な**AP-214**問題集はJPNTest.com提供され、**AP-214**試験に合格することに役に立ちます！JPNTest.comは今最新**AP-214**試験問題集を提供します。JPNTest.com AP-214試験問題集はもう更新されました。ここで**AP-214**問題集のテストエンジンを手に入れます。最新版のアクセス、<https://www.jpntest.com/shiken/AP-214-mondaishu> **102**問、**30%**ディスカウント、特別な割引コード: **JPNshiken**」