

■ Lightning Experience の Chatter の管理

[https://trailhead.salesforce.com/ja/content/learn/modules/lex\\_implementation\\_chatter](https://trailhead.salesforce.com/ja/content/learn/modules/lex_implementation_chatter)

1 Chatter とは?

- ☐ A Salesforce で音声会議とビデオ会議を行うためのアプリケーション。
- ☒ B Salesforce のコラボレーションツールであり、ユーザはロールや場所に関係なく、組織全体で効率的に作業できる。
- ☐ C ローカルチームのメンバーのみとコミュニケーションするためのコラボレーションツール。
- ☐ D ネコ用のエンタープライズクラスのコラボレーション。

2 ユーザが、他のユーザやレコードをフォローしているときは、どのようになりますか?

- ☐ A そのユーザまたはレコードのフォローを解除することはできない。永遠にオンになる。
- ☐ B ユーザが何かを投稿するたびに、またはレコードが変更されるたびに、テキストメッセージを自動的に受信する。
- ☒ C ユーザとレコードの更新がフィードに表示される。
- ☐ D ユーザがフォローするユーザとレコードでは、フォローを始めたユーザが自動的にフォローされる。

3 ユーザが大量のメールに圧倒されずに重要なディスカッションを完全に把握できるようにするには、ユーザにいつ通知することが推奨されますか?

- ☐ A 誰かが投稿でそのユーザについてメンションしたとき
- ☐ B 誰かが投稿コメントでそのユーザについてメンションしたとき
- ☐ C 誰かがそのユーザのプロファイルに投稿したとき
- ☒ D 上記のすべて

1 Chatter の最重要使用事例を特定するときは、どのようにしますか?

- ☐ **A** 影響が大きく、実装が簡単な使用事例を探す。
- ☐ **B** 各部門と協力して、使用事例のリストを作成する。
- ☐ **C** 担当役員と協力して、会社全体の使用事例を特定する。
- ☐ **D** ロールアウトの開始時に関係者とブレインストーミングして、どのプロセスを Chatter に移動できるかを判断する。
- ☐ **E** 上記のすべて

### 2Chatter の導入計画とはどのようなものですか？

- ☐ **A** Chatter について宣伝してユーザに説明し、何が起きるのかについてユーザに期待させる必要がある。
- ☐ **B** ユーザとコミュニケーションをとる必要はない。Chatter は直観的であり、簡単に使用できる。
- ☐ **C** 忙しい時期のリリース日を利用して、迅速に導入する必要がある。
- ☐ **D** 必要ない。

### 3Chatter のプロファイルベースのロールアウトとは、どのようなものですか？

- ☐ **A** プロファイルまたは権限セットを使用して、Chatter へのアクセスを制御できる。
- ☐ **B** 個人ユーザが Chatter のオンとオフを切り替えられるようにする。
- ☐ **C** Salesforce では不可能である。
- ☐ **D** 権限セットのみを使用して使用可能である。

### ■Salesforce Success モデル

[https://trailhead.salesforce.com/ja/content/learn/modules/salesforce\\_advantage\\_who\\_we\\_are?trail\\_id=salesforce\\_advantage](https://trailhead.salesforce.com/ja/content/learn/modules/salesforce_advantage_who_we_are?trail_id=salesforce_advantage)

### 1Salesforce とは？

- ☐ ☐ A クラウドでメールを送信する方法
- ☐ ☐ B デスクトップのみでアクセスできるカスタマーリレーション管理アプリケーション
- ☐ ☒ C 1 か所でさまざまな作業を行うことができる場所
- ☐ ☐ D セールスアプリケーション

**2Salesforce は何を提供してお客様を支援していますか？**

- ☐ ☒ A あらゆる作業を遂行できる単一プラットフォーム
- ☐ ☐ B コミュニティ作成における最新のイノベーション
- ☐ ☐ C 分断された複数のプラットフォームに分散する多数のソリューション
- ☐ ☐ D すべてのデータを格納するサーバ

**1Salesforce にとって、信頼とは何を意味しますか？**

- ☐ ☒ A お客様とオープンかつ透明な関係を持つこと。
- ☐ ☐ B クラウドコンピューティングのパイオニアになること。
- ☐ ☐ C オンプレミスサーバの革新を推進すること。
- ☐ ☐ D 他の企業に 1-1-1 モデルへの参加を促すこと。

**2 お客様の成功とはどのようなものですか？**

- ☐ ☐ A 1-1-1 モデルによって減速した。
- ☐ ☐ B 革新の過程で得られた。
- ☐ ☒ C 最適なアプリケーションとプラットフォームテクノロジーを革新していくことで促進される。
- ☐ ☐ D 上記のすべて。

**3 平等の時代とは何を意味しますか？**

- ☐ **A** すべての従業員が 1-1-1 プログラムに参加できる。
- ☐ **B** 組織全体が多様で平等になることが、これまで以上に重要になる。
- ☐ **C** 権利の平等、賃金の平等、機会の平等、教育の平等を信じている。
- ☒ **D** 上記のすべて。

#### ■Salesforce クラウドの利点

[https://trailhead.salesforce.com/ja/content/learn/modules/salesforce\\_advantage\\_what\\_we\\_do?trail\\_id=salesforce\\_advantage](https://trailhead.salesforce.com/ja/content/learn/modules/salesforce_advantage_what_we_do?trail_id=salesforce_advantage)

#### 1 人工知能とはどのようなものですか？

- ☐ **A** ほとんどの企業は一般に使用できない。
- ☒ **B** やりとり、デバイス、アプリをスマートにする。
- ☐ **C** かつてないほど多くのデータを作成する。
- ☐ **D** 上記のすべて。

#### 2 顧客は何を要求していますか？

- ☐ **A** 企業が自分を理解してくれる。
- ☐ **B** 要領を得た商品プロモーション。
- ☐ **C** カスタマイズされたサポート。
- ☒ **D** 上記のすべて。

#### 3 お客様の時代で成功を得るには、企業は何を行う必要がありますか？

- ☐ **A** 何をするにもお客様を中心に考えます。
- ☐ **B** メール、インスタ、オンラインなどの接点で、顧客の単一ビューを持つ。

- ☐ C 次に何をすべきか、人工知能に教えてもらう。
- ☒ A と B
- ☐ E A と C

1Salesforce は以下を実現するように設計されています。

- ☐ A 顧客に対するセールス、サービス、マーケティングを支援する。
- ☐ B 完全な安全性を備え、数百万ものユーザから信頼を得る。
- ☐ C 時間と共にニーズに合わせて進化する。
- ☒ 上記のすべて

2Salesforce の完全な CRM を構成するのはどのツールですか？

- ☒ 10 のコアアプリケーション、AppExchange アプリケーション、カスタムアプリケーション、および外部ビジネスシステム接続機能
- ☐ B プラットフォーム、非公開サーバ、およびデータ
- ☐ C IT サポート、カスタマーサポート、および開発者サポート
- ☐ D お客様、クラウド、および CRM

3Salesforce のアプリケーションスイートについて知っておくべき最も重要なことは何ですか？

- ☐ A アプリケーションは多いほどよいこと
- ☒ B 何が必要か、いつ必要か、そのニーズに合わせてどのようにカスタマイズするかをお客様が決定できること
- ☐ C 非常に複雑な実装が必要なこと
- ☐ D すべて無料であること

■Salesforce テクノロジモデル

[https://trailhead.salesforce.com/ja/content/learn/modules/salesforce\\_advantage\\_how\\_w\\_e\\_do\\_it?trail\\_id=salesforce\\_advantage](https://trailhead.salesforce.com/ja/content/learn/modules/salesforce_advantage_how_w_e_do_it?trail_id=salesforce_advantage)

1Salesforce の最優先事項は何ですか？

- ☒ A クラウド
- ☐ B アプリケーション
- ☐ C 信頼
- ☐ D マルチテナンシー

2Salesforce はどのような方法でお客様にセキュリティを提供していますか？これを独自に提供できる企業はごく少数です。

- ☒ A Salesforce Trust でリアルタイムの更新を提供する。
- ☐ B 複数のバージョンをすべて同時に更新する。
- ☐ C 更新する別個のコードベースが 3 つしかない。
- ☐ D サーバを保護するための小さな忍者猫を雇っている。

3 規制が厳しい業種のお客様が Salesforce を信じて最も重要なデータを委ねるのはなぜですか？

- ☒ A データのプライバシーの価値を理解し、最高レベルのセキュリティ基準を満たしているため
- ☐ B お客様が開始する更新を年に 3 回提供しているため
- ☐ C お客様が独自のセキュリティソリューションを開発するためのプラットフォームを提供しているため
- ☐ D 同時に実行しているバージョンのそれぞれにリアルタイムの可用性を提供しているため

1 マルチテナンシーとは次のどれですか？

☐ **A** すべてのお客様が同じインフラストラクチャを共有し、同じプラットフォーム上で実行するという概念

☐ **B** 接続されたクラウドのセット

☐ **C** すべてのお客様が独自のサーバを維持するという概念

☐ **D** お客様が独自のハードウェアを購入し維持するという概念

**2 すべてのお客様を一つ屋根の下に集めることの利点は何ですか？**

☐ **A** お客様が独自のインフラストラクチャを維持する重荷を担う

☐ **B** Salesforce のさまざまなバージョンが維持されている

☒ **C** Salesforce の信頼とイノベーションへの投資をすべてのお客様が共有できる

☐ **D** より高速なクラウドコンピューティング

**3 規模が大きくなった場合にマルチテナンシーが有効である主な理由の 1 つは何ですか？**

☐ **A** すべてのお客様が異なるコードベースを使用するため、柔軟性が促進される

☐ **B** クラウドコンピューティングにオプトインしている限り、すべてのお客様が同じコードベースを使用する

☐ **C** すべてのお客様が異なるコードベースを使用するため、カスタマイズが可能になる

☒ **D** 小さなビジネスからエンタープライズ企業まで、すべてのお客様が同じコードベースを使用し、同じ利点を得る

**1 メタデータとは次のどれですか？**

☐ **A** Salesforce に保存している顧客データ

☐ **B** クラウド内に存在するすべてのデータ

☒ **C** correct データに関するデータ

- ☐ **D** メタに関するデータ

2 メタデータによってお客様にどのような利点がありますか？

- ☐ **A** それぞれのお客様がニーズに合わせて Salesforce をカスタマイズできる
- ☐ **B** 製品をいち早く市場に投入できる
- ☐ **C** イノベーションの速度が向上する
- ☐ **D** 上記のすべて

3 メタデータ駆動型アーキテクチャによって、年 3 回のシームレスなアップグレードが可能になるのはなぜですか？

- ☐ **A** お客様のメタデータを別個のレイヤに格納することで、アップグレード中に何も破損しないため
- ☐ **B** 最初にメタデータを更新してから、お客様のデータを更新することができるため
- ☐ **C** より短時間でリリースできるようにすべてのファイアウォールを削除できるため
- ☐ **D** すべてのお客様のデータを 1 か所に格納しているため

4 プラットフォームの威力を示すために、Salesforce が使用する 3 つの要素は何ですか？

- ☐ **A** アプリケーション、アーキテクチャ、そして信頼
- ☐ **B correct** クラウド、メタデータ、そして SaaS
- ☐ **C** 信頼、マルチテナンシー、そして SaaS
- ☐ **D** 大地、風、そして火

1 Salesforce で、短時間でアプリケーションを開発するための 2 つの方法は何ですか？

- ☐ **A** Developer と Developer Pro
- ☐ **B** API と AppExchange



☐ ☒ ポイント & クリック設定とカスタムコード

☐ ☐ D マルチテナンシーとメタデータ

**2Salesforce でのアプリケーション開発が 5 倍の速さで行える理由の 1 つは何ですか？**

☐ ☒ ハードウェアおよびソフトウェアのインストールがないため

☐ ☐ B Salesforce のすべてのアプリケーションがプログラムによるものであるため

☐ ☐ C 従業員の半数がお客様のためのカスタムアプリケーションの開発に従事しているため

☐ ☐ D 上記のすべて

**3 カスタムコードを作成するのが最も適しているのはどのような場合ですか？**

☐ ☐ A アプリケーションを作成する必要がある場合

☐ ☐ B 自動化機能を備えたアプリケーションを作成する必要がある場合

☐ ☒ アプリケーションがポイント & クリック開発では作成できず、AppExchange に事前作成済みのアプリケーションもない場合

☐ ☐ D いつでも

#### ■Salesforce エコシステム

[https://trailhead.salesforce.com/ja/content/learn/modules/salesforce\\_advantage\\_ecosystem?trail\\_id=salesforce\\_advantage](https://trailhead.salesforce.com/ja/content/learn/modules/salesforce_advantage_ecosystem?trail_id=salesforce_advantage)

**1 目標の達成を支援するためのコミュニティに参加する利点は何ですか？**

☐ ☐ A 自分と同じような人々とのコラボレーションができる

☐ ☐ B ユーザが必要なものに必要なときにアクセスできる

☐ ☐ C ユーザが Salesforce を最大限に活用するためのインスピレーションや支援を得られる

☒ **A** 上記のすべて

2Salesforce の使用を開始したり詳細を確認したりするために、最も有効なことの 1 つは次のどれですか?

☒ **A** Dreamforce または地域イベントに参加する

☐ **B** Salesforce にメールを送信する

☐ **C** Salesforce のブログを参照する

☐ **D** Salesforce のプレスリリースを確認する

1Dreamforce 以外で、他のユーザと交流したり、支援を受けたり、コラボレーションを行ったりするのに最適な場所はどこですか?

☐ **A** IdeaExchange

☐ **B** AppExchange

☒ **C** Trailblazer コミュニティ

☐ **D** Exchange

2Salesforce のエコシステム内で他のユーザと直接会って交流するには、どうすればよいですか?

☒ **A** 地域のユーザグループに参加する

☐ **B** 地域に他のお客様がいるかを Salesforce に尋ねる

☐ **C** Dreamforce で尋ねる

☐ **D** 最も近い Salesforce World Tour で尋ねる

3Salesforce での MVP とはどのような人ですか?

☒ **A** リーダーシップ、知識、および継続的な貢献が評価されたコミュニティのメンバー

☐ **B** カレンダー一年の間に最も多くのアプリケーションを作成した開発者

- ☐ ☐ Trailblazer Community に参加した全ユーザ
- ☐ ☐ イニシャルが「M.V.P.」である従業員

■2019 年の企業メッセージ: Trailblazer への賛美

[https://org62.my.trailhead.com/ja/content/employee/modules/celebration-of-trailblazers?trail\\_id=mr-message-our-path-forward](https://org62.my.trailhead.com/ja/content/employee/modules/celebration-of-trailblazers?trail_id=mr-message-our-path-forward)

1 私たちが企業メッセージを伝える理由は:

- ☐ ☐ Salesforce のポリシーで求められているから
- ☐ ☐ 業界標準だから
- ☐ ☐ お客様が要求するから
- ☐ ☒ Salesforce のビジョンと価値について統一されたメッセージを表現できるから

2Trailblazer とは何者ですか?

- ☐ ☐ 年間 56 時間以上もボランティア活動を行う Salesforce の従業員
- ☐ ☒ 顧客を中心に考え、他社のためにより良い世界を構築しようと頑張っているリーダー
- ☐ ☐ ハイキングが好きで、100 個以上の Trailhead バッジを獲得した Salesforce の従業員
- ☐ ☐ 3 種類以上の Salesforce 製品のライセンスを購入したお客様

1 周囲のコミュニティを反映させた職場を作り出すという私たちの誓いは、以下に対する私たちのコミットメントを示しています。

- ☐ ☐ カスタマーサクセス
- ☐ ☐ 信頼
- ☐ ☒ 平等

- ☐ D イノベーション

2 Trailblazer が世界を変える最良の手段は何ですか？

- ☐ A 著名な出版物で高い評価が得られるように努力する
- ☒ B すべての企業とすべての人が変革のプラットフォームとなるような文化を育む
- ☐ C 毎年さまざまな志に多額の寄付をする
- ☐ D 関係者に対してより多くの Trailhead バッジを獲得するように求める

1 第 4 次産業革命に合わせて仕事はどのように変化しているのか、その一例はどれですか？

- ☒ A 技術の進歩により、必要とされるスキルセットも進化している
- ☐ B 仕事を見つけやすくなっている
- ☐ C スキルが必要な仕事が減っている
- ☐ D 技術的な仕事が減っている

2 私たちが多様で適性の高い人材を強化している理由は:

- ☐ A 21 世紀の人材はより適性に優れているから
- ☐ B 21 世紀の職場は世界各国に分散しているから
- ☒ C 職場が周囲のコミュニティを反映することでより良いビジネスが行えるから
- ☐ D 多くのお客様を抱えているため、多様性や適性により注意しなければならないから

■ 2019 年の企業メッセージ: Customer Success Platform

[https://org62.my.trailhead.com/ja/content/employee/modules/the-customer-success-platform?trail\\_id=mr-message-our-path-forward](https://org62.my.trailhead.com/ja/content/employee/modules/the-customer-success-platform?trail_id=mr-message-our-path-forward)

1 第 4 次産業革命での Salesforce のお客様の成功を促進するのは何ですか？

- ☐ **A** Salesforce Success Program
- ☒ **B** Customer Success Platform
- ☐ **C** Creative Solutions Program
- ☐ **D** Corporate Solutions Platform

2Salesforce 内部または外部のあらゆるアプリケーション、データ、デバイスの接続を可能にするのは、どの CSP コンポーネントですか？

- ☐ **A** コラボレーション
- ☐ **B** コミュニティ
- ☒ **C** インテグレーション
- ☐ **D** エンゲージメント

1Salesforce を Google、Workday、Stripe などのシステムと接続するプラットフォームはどれですか？

- ☐ **A** ID 360
- ☐ **B** Customer Success Platform
- ☐ **C** コミュニティ
- ☒ **D** MuleSoft Anypoint Platform

2Einstein Voice は、顧客に話しかける音声対応ボットの構築を可能にします。

- ☒ **A** 正しい
- ☐ **B** 誤り

1Customer Success Platform について同じ考え方を持つ必要があるのはなぜですか？

- ☒ **A** 電話で良さそうに聞こえるため

- ☐ B 全員が同じことを言えるようにするため
- ☐ C お客様に Salesforce 製品をすべて購入してもらうため
- ☐ D 個々のお客様のニーズに焦点を的確に合わせられるため

**2 お客様に紹介する Customer Success Platform の 2 つのバージョンは何ですか?**

- ☐ A 過去と現在
- ☒ B correct 現在とビジョン
- ☐ C 今日と明日
- ☐ D 過去とビジョン

■Sales Cloud: クイックルック

<https://trailhead.salesforce.com/ja/content/learn/modules/sales-cloud-platform-quick-look>

**1 次のうち、CRM、Sales Cloud、Salesforce の最も適切な定義はどれですか?**

- ☐ A CRM は企業で、Sales Cloud はその企業が提供する製品である。
- ☒ B Salesforce は CRM のクラウド運用の先駆的な企業で、Sales Cloud はその企業が提供する製品である。
- ☐ C CRM は Companies (企業)、Relationships (関係)、Making money (収益) の略語である。
- ☐ D Salesforce は、営業担当のみを対象とした製品である。

**2 営業で従うべきベストプラクティスはどれですか?**

- ☐ A 優秀な営業担当が各自の顧客情報を記憶している。
- ☒ B ビジネスの成長期にすべき一番大切なことは、同一のセールスプロセスを使いながら、営業担当を増員することである。

☐ **C** 営業支援ソフトウェアのことはその作成者が熟知しているため、自身のニーズに応じてソリューションをカスタマイズできなくても心配ない。

☒ **B** 顧客情報を 1 か所に集約し、チームの全員がアクセスできるようにすれば、スピーディかつスマートに販売でき、成長に備えることができる。

**3Sales Cloud がどのような形でビジネスに成長をもたらすのかについて、正しい記述はどれですか？**

☐ **A** Sales Cloud の最大のポイントは、営業担当が業務時間の 95% を販売に費やすことにある。

☐ **B** 営業組織を拡大することは不可能である。

☒ **B** Sales Cloud から、ビジネスの現状に関するリアルタイムのレポートが提供される。

☐ **D** Sales Cloud の力で高層ビルを飛び越えることができる。

**1Sales Cloud でリードを管理するのに最適な方法はどれですか？**

☐ **A** 営業担当は、最寄りの最大規模の企業のリードを優先する。

☐ **B** Sales Operations 部門のみがパイプラインの追跡を担当する。

☐ **C** 顧客情報を付箋紙、Excel、マーケティングオートメーションシステムなどの数か所に保存して、利用しやすいようにする。

☒ **B** 営業担当は、成立する可能性の最も高い最上位のリードを優先する。

**2 営業チームの生産性を最大限に高めるためにできることは何ですか？**

☒ **B** 販売サイクルの各ステップでガイダンスを提供する。

☐ **B** デスクで業務に取り組む文化を構築して、仕事に集中させる。

☐ **C** 終業時には営業担当から営業部長に商談サマリーをメールで送るようにする。

☐ **D** すべてのメールを Sales Cloud に手動入力することをチームに奨励する。

**1 レポートやダッシュボードでの進行状況の追跡について、正しい記述はどれですか？**

- ☐ ☒ **A** ダッシュボードは、レポートを視覚的に表現したものである。
- ☐ ☐ **B** 基本的なコーディングの経験があれば、ダッシュボードを簡単に作成できる。
- ☐ ☐ **C** 羞恥心や競争意識を煽らないように、営業担当の進行状況はマネージャのみが確認できるようにする。
- ☐ ☐ **D** 商談が成立したら、すぐに営業担当はその商談を Salesforce に入力する必要がある。

**2Sales Cloud の売上予測について、正しい記述はどれですか？**

- ☐ ☐ **A** 売上予測は、週が終了した時点で Sales Cloud で確認できるようになる。
- ☐ ☐ **B** 優秀な営業担当は、販売サイクルの各フェーズが意味するところを直感的に理解する。
- ☐ ☒ **C** 営業担当は、Kanban で商談 を新しいフェーズにドラッグできる。
- ☐ ☐ **D** 実際のところ売上予測はさほど重要でない。物事の流れを直感的に読んで、決断を下すべきである。

**1 営業部門とサービス部門の連携が重要なのはなぜですか？**

- ☐ ☒ **A** 顧客にシームレスな体験をもたらすため
- ☐ ☐ **B** 営業とサービスが、キャリア形成を考慮して、お互いの業務を試すことができるため
- ☐ ☐ **C** 商談を見出すために必要な情報を組織全体に行き渡らせ、収益を上げるため
- ☐ ☒ **D** A と C

**2Salesforce Platform の利点は何ですか？**

- ☐ ☐ **A** サービスエージェントが優れた販売者になるために学習できる。
- ☐ ☒ **B** 営業とサービスが同一のプラットフォーム上に構築されているため、シームレスに統合される。
- ☐ ☐ **C** 混乱を避けるために、営業とサービスのデータが別々に保管される。



- ☐ D 新機能が導入されることがないため、メンテナンスが楽である。

■Pardot 販売の基本

<https://org62.my.trailhead.com/ja/content/employee/modules/pardot-selling-basics>

1Pardot では企業がどのような種類のメールを作成できますか？

- ☐ A 確認メール
- ☒ B 適切なオーディエンスを対象を絞ったメール
- ☐ C オプトインメール
- ☐ D A と C。

2 企業は Pardot ROI リポートを使用してどのようなことができますか？

- ☐ A C/D テストを自動化する。
- ☐ B 対象を絞ったオファーでパーソナライズしたエクスペリエンスを創出する。
- ☒ C 収益への影響に基づいてマーケティング活動を測定する。
- ☐ D マーケティング予算を自動的に予測する。

1Pardot によって見込みありと評価されるリードが増えるのはなぜですか？

- ☐ A Warm (将来見込み有り) リードを逸することになるため
- ☒ B リードスコアリングおよび評価が自動的に実施されるため
- ☐ C Cold (見込み無し) リードの発生率が増えるため
- ☐ D A と B。

2Pardot はどのような方法で CareerBuilder のさらなるビジネスを生み出し、収益を増大させていますか？

- ☐ **A** 顧客データに対する理解を深められるようにした。
- ☐ **B** 従業員のエンゲージメントを向上させた。
- ☐ **C** マーケティング活動と営業活動を連携させられるようにした。
- ☒ **A と C。**

**1Pardot の購入者に該当するのは誰ですか？**

- ☒ **A** Web サイトをリード生成ツールにしていることが判明している人々
- ☐ **B** 競争に打ち勝つ可能性が高い人々
- ☐ **C** 主として最高責任者レベルの役員ではない人々
- ☐ **D** マーケティングプログラムソリューションに関して、現状に満足している人々

**2 営業部門の購入者が Pardot を使用する目的は何ですか？**

- ☐ **A** どのプロスペクトが Warm（将来見込み有り）リードかを判断する。
- ☐ **B** 潜在的な顧客が Web サイトをブックマークした時点を把握する。
- ☐ **C** 営業メールにどれほどの効果があるかを理解する。
- ☒ **A と C。**

**1 営業担当副社長を相手に商談する場合の適切なディスカバリーのための質問はどれですか？**

- ☐ **A** さまざまなマーケティングツールの 1 つとしてソーシャルメディアを利用していますか？
- ☒ **B** 営業チームは最良のリードをどのような方法で優先していますか？
- ☐ **C** リードを生成するためにどのようなマーケティングプログラムを使用していますか？
- ☐ **D** 生成するリード数を増やすためにどのようなチャネルを使用していますか？

**2Pardot が適しているのはどのようなビジネスですか？**

- ☐ **A** CRM に Zoho の使用を検討しているビジネス
- ☐ **B** 収益の 100% を E コマースから得ているビジネス
- ☒ **C** 担当者主導の営業サイクルがあるビジネス
- ☐ **D** 顧客とのコミュニケーションの主要チャネルとしてモバイルに注力したいと考えているビジネス

■ Service Cloud プラットフォーム: クイックルック

<https://trailhead.salesforce.com/ja/content/learn/modules/service-cloud-platform-quick-look>

1 Service Cloud プラットフォームに備わる超強力な機能でエージェントはどのようなことができますか?

- ☐ **A** 迅速にログインする。
- ☐ **B** 顧客の電話をスキップする。
- ☒ **C** インテリジェントなサービスを提供する。
- ☐ **D** 頻繁に休憩を取る。
- ☐ **E** 上記のすべて

2 Service Cloud プラットフォームによって、エージェントはどのような形で顧客とつながることができますか?

- ☐ **A** サポートスーパーバイザが選択したチャネルでつながる。
- ☒ **B** 顧客が選択したチャネルでつながる。
- ☐ **C** 顧客が Wi-Fi ハブの近くにいる場合につながる。
- ☐ **D** 顧客がデスクトップコンピュータを使用している場合にのみつながる。

3 サービスコンソールからエージェントができることはどれですか?

- ☐ ☐ A 顧客の全体像を把握する。
- ☐ ☐ B メール、SMS、ソーシャルメディアなどで顧客に対応する。
- ☐ ☐ C ナレッジ記事を確認する。
- ☐ ☐ D 商品のサービス予定日がいつかを事前に確認する。
- ☐ ☒ E 上記のすべて

1 コミュニティで顧客ができること、またはできないことはどれですか？

- ☐ ☒ A 自分で質問して解決策を見つけることができる。
- ☐ ☐ B 各自の商品を商品カタログに追加できる。
- ☐ ☐ C Live Agent にアクセスできない。
- ☐ ☐ D 上記のすべて

2 ナレッジ記事とは何ですか？

- ☐ ☐ A 顧客のみに共有される記事
- ☐ ☐ B エージェントのみに共有される記事
- ☐ ☐ C サービスエージェントに転送される商品ニュースレター
- ☐ ☒ D 知識ベースで共有される各種のドキュメント

3 マクロの用途は何ですか？

- ☐ ☐ A エージェントが実行する手順のリストを作成する。
- ☐ ☒ B 反復的な作業を自動化してエージェントの時間を節約する。
- ☐ ☐ C オンラインで複数の顧客と同時に会話する。

☐ **D** 大量のデータを保存する。

☐ **E** 上記のすべて

**1 オムニチャネルルーティングによって企業はどのようなことができますか？**

☐ **A** 対応可能なエージェントにケースを転送する。

☐ **B** 顧客の問題に詳しい適切なエキスパートにつなぐ。

☐ **C** すべてのサービスチャネルからケースを転送する。

☒ **E** 上記のすべて

**2Omni-Channel Supervisor によりコンタクトセンターのスーパーバイザはどのようなことができますか？**

☐ **A** データを簡単に確認できるようにバックアップする。

☐ **B** 顧客のフィードバックを収集する。

☒ **C** 業務遂行上のリアルタイムのインテリジェンスを参照する。

☐ **D** 知識ベースの記事を作成する。

**3Service Cloud プラットフォームでは、企業がどのチャネルで顧客とつながることができますか？**

☐ **A** メールと SMS テキストのみ

☐ **B** メール、SMS テキスト、Live Chat

☐ **C** Android および iPhone アプリケーション

☒ **E** 電話、メール、SMS、Facebook Messenger、Twitter、Live Chat、ビデオチャットなど

**1 営業とサービスを連携させることで顧客を維持できるのはなぜですか？**

☐ **A** サービスエージェントは営業担当より忍耐強い

- ☐ **A** 今日のネット利用客はつながった環境を望むため
- ☐ **C** 顧客は、対応してもらい相手を選びたいと思っているため
- ☒ **D** 問い合わせの多い顧客が手厚い対応を受けられるため

**2Sales Cloud と Service Cloud の併用により、チームはどのようなことができますか？**

- ☒ **A** 顧客のインサイトに基づいてパーソナライズされた体験を提供する。
- ☐ **B** 営業に関する厄介な質問をサービスエージェントに引き継ぐ。
- ☐ **C** 顧客の購入履歴を使用して、古い在庫を売り払う。
- ☐ **D** 誰かが対応不可のときにチームで質問対応をカバーする。

**3Salesforce Platform はその利点として、どのような機能を備えていますか？**

- ☐ **A** 顧客の取引をより簡単に追跡する手段
- ☐ **B** 生産性を測定するより高度な技術
- ☐ **C** 無制限の顧客アクセス
- ☒ **D** 営業、サービス、他部門にわたるシームレスなインテグレーション

■Salesforce プラットフォーム: クイックルック

<https://trailhead.salesforce.com/ja/content/learn/modules/salesforce-platform-quick-look>

**1Salesforce プラットフォームの最も適切な定義はどれですか？**

- ☐ **A** 業界をリードする当社のビジネスアプリケーションの基盤となるプラットフォーム
- ☐ **B** 拡張、構築、イノベーション、迅速な対応が可能なプラットフォーム

☒ 全員が協力してより迅速に顧客中心の構築ができる、世界で最も多く使用されているエンタープライズ向けのサービスとしてのプラットフォーム

☐ D ローコードでアプリケーションを作成できるプラットフォーム

2 プラットフォームを使用してエクスペリエンスをカスタマイズしたり、アプリケーションを作成したりできるのは、どのユーザですか？

☐ A 開発者のみ

☐ B システム管理者のみ

☐ C 事業部門のユーザのみ

☒ すべてのユーザ

3Salesforce プラットフォームは他のプラットフォームとどのように異なりますか？

☐ A Salesforce プラットフォームで構築したものは、すぐにモバイル対応になる。

☒ 全員が協力して構築できる。

☐ C すべての顧客データが一元化されている。

☐ D 価格が低く、多くの機能が搭載されている。

4Salesforce プラットフォームで何ができますか？

☐ A CRM をカスタマイズする

☐ B 従業員や顧客向けのあらゆるタイプのエクスペリエンスを作成する

☐ C すべてのアプリケーションストアですぐに利用可能になるアプリケーションを作成する

☒ A と B

1Salesforce プラットフォームは何で構成されていますか？

☐ A 忠実な顧客

- ☒ **A** データサービス、人口知能、開発に使用する堅牢な API
- ☐ **C** Salesforce にアクセスするための最新のソフトウェア
- ☐ **D** A と B

2Salesforce API の 1 つの利点はどれですか？

- ☒ **A** 社内で使用するユニークで独創的なソリューションを構築する柔軟性を提供する
- ☐ **B** 顧客に関連する追加のキャッシュを提供する
- ☐ **C** メタデータの翻訳に役立つ
- ☐ **D** プログラマーのための秘密の言語である

3Salesforce へのアクセスに影響する可能性がある、予定されているメンテナンスについての情報は、どこから入手できますか？

- ☐ **A** カスタマーコミュニティ
- ☐ **B** Salesforce メタデータ
- ☐ **C** [trust.salesforce.com](https://trust.salesforce.com)
- ☐ **D** ロコミ

1Salesforce プラットフォームを使用して顧客を中心に構築できる 3 通りの方法に含まれないのはどれですか？

- ☒ **A** CRM を強化する。
- ☐ **B** カスタマーエクスペリエンスを変革する。
- ☐ **C** CRM の機能を拡張する。
- ☐ **D** すべての従業員をエンゲージさせる。

2Salesforce プラットフォームを使用して構築したものはどうなりますか？



- ☐ ☐ A すべてのアプリケーションストアで利用可能になる
- ☒ ☐ B すぐにモバイル対応になる
- ☐ ☐ C 自動的にブランド設定される
- ☐ ☐ D デバイスによって接続される

3 CRM はどのような方法で拡張できますか?

- ☐ ☐ A すべての部門向けのアプリケーションの作成
- ☐ ☐ B Salesforce への外部データの統合
- ☐ ☐ C Lightning フレームワークを使用したセールスおよびサービスアプリケーションとプロセスのカスタマイズ

- ☒ ☐ B と C

4 カスタマーエクスペリエンスの変革に重要な 2 つの製品は何ですか?

- ☐ ☐ A Lightning フレームワークと Salesforce Connect
- ☐ ☐ B Salesforce への外部データの統合
- ☒ ☐ C Heroku と Salesforce IoT
- ☐ ☐ D Shield と Heroku

#### ■ Community Cloud の基本

[https://trailhead.salesforce.com/ja/content/learn/modules/community\\_cloud\\_basics?trail\\_id=communities](https://trailhead.salesforce.com/ja/content/learn/modules/community_cloud_basics?trail_id=communities)

1 オンラインコミュニティとは何ですか?

- ☐ ☐ A 自社商品のマーケティングのためだけに使用する単一目的のツール

- ☐ ☐ B オンラインフォーラムを作成するためのアプリケーション
- ☐ ☒ 共通の関心事または目標を持つユーザの集団
- ☐ ☐ D 企業の Salesforce 組織からは分離した、企業提供の Web サイト

2 内部および外部のユーザと交流するために、コミュニティをどのように利用できますか？

- ☐ ☐ A カスタマーコミュニティを作成する
- ☐ ☐ B チャネル販売のコミュニティを作成する
- ☐ ☐ C 従業員のコミュニティを作成する
- ☐ ☒ 上記のすべて

3Salesforce Community Cloud を使用して構築されたコミュニティには、次のうち、どのような利点がありますか？

- ☐ ☐ A サイロ型の情報
- ☐ ☒ 統合されたデータ
- ☐ ☐ C 分離したプロセス
- ☐ ☐ D 毎朝のコーヒーとドーナツ

テスト

+100 ポイント

1Lira Financial の法人顧客は、新しいコミュニティでどのようなことができますか？

- ☐ ☐ A アカウント情報の更新
- ☐ ☐ B カスタマーサポートへの連絡
- ☐ ☐ C 商品情報の検索
- ☐ ☒ 上記のすべて

2 カスタマーサポートの統括責任者が、カスタマーコミュニティに関して注目する総計値は何ですか？

- ☒ A 防止されたケース数とネットプロモータースコア
- ☐ B 従業員の定着率
- ☐ C 完了した商談の割合
- ☐ D 商談の登録率

3 役に立つ記事をカスタマーコミュニティで共有するために Lira Financial はどの Salesforce 機能を使用しますか？

- ☐ A Chatter
- ☐ B Web-to-ケース
- ☒ C Salesforce ナレッジ
- ☐ D 商談管理

1 Lira がパートナーコミュニティを設定する前、パートナー再販業者が Lira となかなか協力しなかったのはなぜですか？

- ☒ A システムが古くて接続されていなかったため
- ☐ B マーケティング戦略が標準を下回るものであったため
- ☐ C インターフェースがモバイルのみだったため
- ☐ D ポールダーを本拠地としていたため

2 チャネルセールス担当 VP は、パートナーコミュニティに関して、どの総計値に着目していましたか？

- ☒ A コミュニティで登録された商談の数
- ☐ B 1 日あたりのサポートの電話の数
- ☐ C ネットプロモータースコア

☐ D 提出された HR チケットの数

3Partner Central コミュニティテンプレートには、Salesforce の標準機能が含まれています。パートナーのみに追加される特別機能は何ですか？

☐ A ケースのエスカレーションルール

☒ B リードの配布と商談の登録

☐ C Salesforce CPQ

☐ D Live Agent

1Lira の従業員コミュニティにアクセスできるのは誰ですか？

☒ A Lira の従業員

☐ B Lira の従業員とパートナー

☐ C Lira の従業員と顧客

☐ D Lira の従業員、パートナー、顧客

2HR の責任者は、従業員コミュニティの成功について、どの総計値を調べますか？

☐ A 従業員の士気の低下

☐ B コミュニケーションサイロの増加

☐ C 従業員の年齢の低下

☒ D 従業員の定着率の上昇

3Lira の従業員はコミュニティで何ができますか？

☐ A 福利厚生について調べる

☐ B IT の問題に関するケースを記録する

☐ C 関心のあるグループに参加する

☒ D 上記のすべて

## ■ Marketing Cloud の基礎

[https://trailhead.salesforce.com/ja/content/learn/modules/mrkt\\_cloud\\_basics](https://trailhead.salesforce.com/ja/content/learn/modules/mrkt_cloud_basics)

### 1 第 4 次産業革命とは何ですか？

☐ A 大量生産と生産性向上の再来

☐ B 顧客の期待が新しいテクノロジーの創出を促進する時代

☒ C 人工知能、ロボット工学、IoT によってカスタマーエクスペリエンスが変革される新しい時代

☐ D 火星植民地化を目指す新しいテクノロジーを開発する計画

### 2 Marketing Cloud プラットフォームの製品である 3 つは次のどれですか？

☐ A クラウド、製品、チャネル

☐ B Journey Builder、Marketing Cloud Connect、チャネル

☐ C Web サイト、Marketing Cloud Connect、モバイル

☒ D Email Studio、Mobile Studio、Journey Builder

### 1 Marketing Cloud を Sales Cloud および Service Cloud と統合するのはどの製品ですか？

☐ A Marketing Cloud Integrator

☐ B Marketing Cloud Binder

☐ C Marketing Cloud Rocket

☒ D Marketing Cloud Connect

### 2 trust.marketingcloud.com にアクセスする理由は何ですか？

- ☐ **A** 過去のインシデント、それがパフォーマンスに及ぼす影響、および更新に関するインサイトを得るため
- ☒ **B** Marketing Cloud 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の情報を得るため
- ☐ **C** キャンペーンの状態を追跡するため
- ☐ **D** Marketing Cloud Connect が機能しているかどうかを確認するため

#### 1Marketing Cloud を使用すると何ができますか？

- ☐ **A** すべてのインタラクションをパーソナライズする。
- ☐ **B** 成功の条件をその場で決定する。
- ☐ **C** 顧客がどこにいても顧客とエンゲージする。
- ☐ **D** A と B。
- ☒ **B** A と C。

#### 2Marketing Cloud サービスを導入に役立てる最適な方法はどれですか？

- ☐ **A** リソースの資料を提供する。
- ☐ **B** Marketing Cloud サービスは導入には役立たない。
- ☒ **C** IT 部門および利害関係者と連携する。
- ☐ **D** 何であろうと、すべてのデータをインポートする。

#### ■Commerce Cloud の基本

[https://trailhead.salesforce.com/ja/content/learn/modules/cc\\_ccbasics](https://trailhead.salesforce.com/ja/content/learn/modules/cc_ccbasics)

#### 1Commerce Cloud とは何ですか？

- ☒ **B** B2B および B2C 企業のための E コマースソリューション
- ☐ **B** Salesforce カスタマーサクセスプラットフォームの他の製品へのアドオン
- ☐ **C** 注文管理システムで機能する販売時点管理 (POS) アプリケーション
- ☐ **D** すべてのリテールおよび E コマース取引のための支払システム

**2 Commerce Cloud の 2 つのコア機能は何ですか?**

- ☐ **A** E コマースとマーチャндаイジング
- ☐ **B** E コマースと店舗内コマース
- ☐ **C** Recommendations と Order Management
- ☒ **B** B2C Commerce と B2B Commerce

**3 B2B Commerce と B2C Commerce の違いの 1 つは何ですか?**

- ☐ **A** B2C Commerce サイトのユーザは B2B ユーザよりもよい体験を求める
- ☒ **B** B2B Commerce サイトはきわめて大量の注文や購入を処理できないといけない
- ☐ **C** B2B Commerce サイトは営業時間内だけ使用できればよい
- ☐ **D** 個人的な動画ストレージ向けのプラットフォームを提供する
- ☐ **E** B2B Commerce は見積および請求サービスを提供する

**4 企業は Commerce Cloud をどのように使用しますか?**

- ☐ **A** 余剰政府供給をサードパーティに販売する
- ☐ **B** 動画、テキスト、音声、グラフィックを含むコンテンツを管理する
- ☒ **C** オンラインと店舗でシームレスな顧客体験を提供する

- ☐ **D** 複雑な見積および請求サービスを提供する

**1 今後数年で E コマースはどのように期待されていますか？**

- ☐ **A** 2020 年までに 25% 成長する
- ☐ **B** 店舗コマースの成長に伴い総売上高が減少する
- ☐ **C** 2020 年までに総売上高がリテール売上高の約 15% を占める
- ☐ **D** 売上高は早い割合で増えるものの、合計リテール売り上げの割合では減少する

**2「ネット利用客」とは誰のことですか？**

- ☐ **A** 数年間特定のブランドの得意客になっている顧客
- ☐ **B** モバイルデバイスとソーシャルメディアを介した E コマースへのアクセスが増えている顧客
- ☐ **C** 実店舗ではほとんど買い物をしない顧客
- ☐ **D** ブログでのおすすめや紙媒体の広告よりもオンラインのパーソナライズされたマーケティングキャンペーンにすぐに反応する顧客

**3 リテラーが顧客の期待を満たし続けるためには何をする必要がありますか？**

- ☐ **A** 新しいデータベースソフトウェアを購入して顧客の店舗内体験を追跡し、パーソナライズされた店舗販売メッセージを作成する
- ☐ **B** ブログと Twitter フィードを開始し、ブランドを宣伝して顧客の訪問とリツイートを追跡する
- ☐ **C** ソーシャルメディアを介して購入した顧客にインセンティブと特典を提供する
- ☐ **D** デジタル、店舗、モバイル、ソーシャルなどのチャネル全体で、一貫性のあるシームレスな体験を顧客に提供する

**4 オムニチャネルコマースとユニファイドコマースの違いは何ですか？**

- ☐ **A** ユニファイドコマースにはシステムインテグレーションが含まれ、オムニチャネルコマースには含まれない



- ☒ **B** ユニファイドコマースは購入体験の枠を超えて、ショッピング体験全体に焦点を絞る
- ☐ **C** ユニファイドコマースには Snapchat などの新しいソーシャルメディアチャネルが含まれ、オムニチャネルコマースには含まれない
- ☐ **D** ユニファイドコマースは、多国籍ブランドをターゲットとしている

■Salesforce B2B Commerce の基本

<https://trailhead.salesforce.com/ja/content/learn/modules/b2b-commerce-basics>

1 企業間取引の関係が洗練されている理由はどれですか？

- ☐ **A** すべての関係が複雑だから。
- ☐ **B** 価格設定から支払期限に至るまで、すべてが交渉されるから。
- ☐ **C** 営業担当者または取引先チームが常に関与するから。
- ☒ **B と C**
- ☐ **E A と C**

2 どのようにして B2B Commerce は複雑な購買関係をシンプルにするのですか？

- ☒ **B** CRM 取引先階層を使用して、体験をパーソナライズする。
- ☐ **B** ERP により Fax またはメール送信された注文を統合する。
- ☐ **C** ERP に体験レイヤを構築する。
- ☐ **D** 簡単にするボタンをインストールする。

1Salesforce 調査の購入者の 80% はどのように回答しましたか？

- ☐ **A** オンラインでの購入を期待している。
- ☐ **B** オンラインでの検索を期待している。

☐ ☒ 販売者にリアルタイムでのインタラクトを期待している。

☐ ☐ D 営業担当者と話したいと思っている。

**2 教育サービスの営業であれ、工業生産機器の営業であれ、目標となるのはどれですか？**

☐ ☐ A サービスを変革する、営業とサービスを変革する、企業購入を簡単にする。

☐ ☒ 販売チャネルを最新にする、サービスを変革する、企業購入を簡単にする。

☐ ☐ C 企業購入を簡単にする、サービスを最新にする、営業を変革する。

☐ ☐ D 顧客エンゲージメントを変革する、顧客満足度を拡大する、チャネル管理を最新にする。

**1B2B Commerce 向けの取引先および取引先責任者セグメント化は、顧客についての 360 度の視点を提供し、次のどれにあてはまりますか？**

☐ ☐ A ERP

☐ ☒ #1 CRM

☐ ☐ C コンテンツ管理

☐ ☒ D マーケティング運用

**2B2B Commerce の 4 つの系統的な枠組みはどれですか？**

☐ ☐ A 顧客エンゲージメント、Web コンテンツ管理、注文管理、および商品情報管理

☐ ☐ B コマースエンジン、体験管理、アカウント管理、およびレポート

☐ ☒ コマースエンジン、体験管理、アカウントおよび注文管理、およびダッシュボードとレポート

☐ ☐ D コマースエンジン、商品情報、アカウントおよび注文情報、および分析