

Cisco 820-605資格勉強 & 820-605独学書籍



さらに、JPTestKing 820-605ダンプの一部が現在無料で提供されています：<https://drive.google.com/open?id=1dSGNTORDKxiCT7SI3kuyzUvfdNXvNCSR>

急速な市場の発展に伴い、学習者が試験の準備に役立つ820-605ガイド急流を販売する企業やWebサイトが増えています。あなたが以前に知っていたなら、当社の教材が学生やビジネスマンに関係なく候補者に非常に人気があることを見つけることは難しくありません。820-605試験トレントの購入を歓迎します。古いsayingにもあるように、クライアントは神です！サービスが一番です！820-605ガイドBraindumpsは、限られた時間の試験とオンラインエラー修正をシミュレートでき、24時間年中無休のサービスを提供しています。820-605試験Torrentは、試験を準備するための最良かつ賢明な選択です。

Cisco 820-605試験に合格すると、Cisco Customer Success Manager、顧客成功スペシャリスト、カスタマーエクスペリエンスマネージャーになるなど、さまざまなキャリアの機会につながる可能性があります。これらの役割には、顧客と協力して、Cisco製品やサービスに対する満足と成功を確保することが含まれます。

Cisco 820-605: Cisco Customer Success Manager試験は、顧客成功マネージャーに必要なスキルと知識を認定する、業界で認められた資格です。この試験は、顧客体験の向上、採用促進、および顧客維持の専門知識を証明したいプロフェッショナル向けに設計されています。試験では、候補者の顧客期待の管理能力、成功計画の開発と実行能力、および顧客との効果的なコミュニケーション能力を評価します。

Cisco 820-605試験は、60~70の多肢選択問題で構成されるコンピュータベースの試験です。試験時間は90分で、候補者は少なくとも70%のスコアを取得する必要があります。試験は、世界中のPearson VUEテストセンターまたはPearson VUEオンライン監視サービスを通じてオンラインで受験することができます。

>> Cisco 820-605資格勉強 <<

有効的な820-605資格勉強一回合格-素晴らしい820-605独学書籍

820-605試験準備資料は、同じ業界の製品よりも合格率が高くなっています。820-605認定に合格したい場合は、合格率の高い製品を選択する必要があります。820-605学習教材は、専門知識、サービス、柔軟なプラン設定から合格率を保証します。99%の合格率は、820-605学習教材の誇り高い結果です。最終的な目標は820-605認定を取得することであるため、合格率も製品の選択の大きな基準であると考えています。

Cisco Customer Success Manager 認定 820-605 試験問題 (Q33-Q38):

質問 # 33

What is the term for the gap between the features and functions that customers purchase and the features and functions that they use?

- A. organizational gap
- B. financial gap

- C. capability gap
- D. consumption gap

正解: D

解説:

The term for the gap between the features and functions that customers purchase and the features and functions that they use is consumption gap. This gap can indicate areas where customers may need additional support or training to fully utilize their purchase. Reference: <https://www.customersuccessmanager.com/blogs/the-consumption-gap>

質問 # 34

Refer to the exhibit. Which action should the Customer Success Manager take to improve the health index of Company A?

- A. Observe net promoter scores and how likely the customer is to recommend the products to someone else.
- B. Provide recommendations for training or suggest new features based on data analysis.
- C. Analyze annual recurring revenue growth, renewal rates of other products, and timeliness of bill pay.
- D. Perform a marketing campaign and share the roadmap of new products.

正解: B

質問 # 35

Which statement describes an end user adoption barrier?

- A. The CIO insists on conducting training for all heads of department before deploying the new Collaboration solution.
- B. Staff refuses to change their habits and continues to use a noncompliant social media application to conduct business communications.
- C. The budget is insufficient to implement the solution for a new branch of the business.
- D. There are insufficient licenses for additional staff from a newly acquired company to use the solution.

正解: B

解説:

This statement describes an end user adoption barrier related to behavioral resistance. When staff members are accustomed to certain tools or workflows, they may resist transitioning to new solutions, especially if they perceive the new solution as less convenient or less effective than their established habits

質問 # 36

In which two ways can an adoption campaign identify expansion opportunities? (Choose two.)

- A. The adoption campaign provides free user training.
- B. The adoption campaign surveys all end users for product feedback.
- C. The adoption campaign notifies customers of a critical bug.
- D. The adoption campaign provides free trial licenses for feature upgrades.
- E. The adoption campaign provides notifications of new feature releases.

正解: A、B

質問 # 37

Which two Customer Success Manager activities from a Success Plan review demonstrate value for the customer? (Choose two.)

- A. Provide detailed communication to stakeholders.
- B. Communicate achievement of desired outcomes and associated KPIs.
- C. Track volume of use cases contained in the plan.
- D. Optimize adoption consumption of the solution.
- E. Move to a high-touch engagement model.

