

AP-205인기자격증덤프자료, AP-205퍼펙트최신덤프문제

Microsoft AI-900 Microsoft Azure AI Fundamentals 6

- 100% 합격보장 가능한 AI-900완벽한덤프문제 인증덤프 [오른쪽 사이트](#) = [www.itdumpskr.com](#)
- 검색 [AI-900](#) [무료](#) [다운로드](#) AI-900최신버전 공부자료
- AI-900인기덤프문제 [AI-900완벽한 시험덤프공부](#) [AI-900최신버전 시험덤프자료](#) [www.itdumpskr.com](#) [웹사이트를 열고](#) [AI-900](#) [를](#) 검색하여 [무료](#) [다운로드](#) AI-900최신버전 인증 공부자료
- 인기자격증 AI-900완벽한덤프문제덤프자료 [AI-900](#) [를](#) [무료](#) [다운로드](#)하려면 [www.itdumpskr.com](#) [웹사이트를](#) 입력하세요 AI-900시험패스 가능덤프자료
- AI-900인기덤프문제 [AI-900최신버전 공부자료](#) [AI-900최신 업데이트버전덤프](#) [무료](#) [다운로드](#)를 위해 [www.itdumpskr.com](#) [에서](#) [AI-900](#) [를](#) 검색 [AI-900최신 업데이트버전덤프](#)
- AI-900퍼펙트 최신덤프공부자료 [AI-900시험패스](#) 가능덤프자료 [AI-900최신 업데이트 인증공부자료](#) [www.itdumpskr.com](#) [을](#) [\(을\)](#) [열고](#) [AI-900](#) [를](#) 검색하여 시험 자료를 무료로 다운로드하십시오 AI-900최신덤프생물문제 다운
- AI-900인증시험자료 [AI-900시험패스](#) 가능덤프자료 [AI-900최신덤프생물문제 다운](#) [www.itdumpskr.com](#) [의](#) [무료](#) [다운로드](#) [AI-900](#) [페이지가](#) [지금](#) [열립니다](#) AI-900퍼펙트 최신덤프
- AI-900최신덤프문제 [AI-900최신 업데이트버전덤프](#) [AI-900인기자격증 시험덤프자료](#) [www.itdumpskr.com](#) [에서](#) [AI-900](#) [를](#) 검색하고 [무료](#) [다운로드](#)하세요 AI-900최신 업데이트 인증공부자료
- AI-900 최신덤프: Microsoft Azure AI Fundamentals - AI-900 [공식자료](#) [www.itdumpskr.com](#) [을](#) [\(을\)](#) [열고](#) [AI-900](#) [를](#) 입력하고 [무료](#) [다운로드](#)를 받으십시오 AI-900최신버전 공부자료
- AI-900인기자격증 시험덤프자료 [AI-900최신덤프문제](#) [AI-900최신덤프문제](#) [www.itdumpskr.com](#) [은](#) [AI-900](#) [를](#) [무료](#) [다운로드](#)를 받을 수 있는 최고의 사이트입니다 AI-900퍼펙트 최신덤프
- 최신 AI-900완벽한덤프문제덤프생물문제 [www.itdumpskr.com](#) [을](#) [찾](#) [고](#) [위](#) [지](#) [AI-900](#) [를](#) [무료](#) [다운로드](#) 받기 AI-900인증시험자료

Tags: AI-900완벽한덤프문제, AI-900퍼펙트 최신덤프자료, AI-900퍼펙트 공부문제, AI-900덤프공부자료, AI-900최신덤프자료

AI-900완벽한덤프문제, AI-900퍼펙트최신덤프자료

2026 ITDumpsKR 최신 AP-205 PDF 버전 시험 문제집과 AP-205 시험 문제 및 답변 무료 공유:
https://drive.google.com/open?id=1OvY0kQv-_rhmJAooHotu5BH0WuODc0kj

ITDumpsKR의Salesforce AP-205 인증시험덤프는 자주 업데이트 되고, 오래 되고 더 이상 사용 하지 않는 문제들은 바로 삭제해버리며 새로운 최신 문제들을 추가 합니다. 이는 응시자가 확실하고도 빠르게Salesforce AP-205덤프를 마스터하고Salesforce AP-205시험을 패스할수 있도록 하는 또 하나의 보장입니다. 매력만점Salesforce AP-205덤프 강력 추천합니다.

ITDumpsKR의 Salesforce 인증 AP-205시험덤프공부자료 출시 당시 저희는 이런 크나큰 인지도를 갖출수 있을지 생각도 못했었습니다. 저희를 믿어주시고 구매해주신 분께 너무나도 감사한 마음에 더욱 열심히 해나가자는 결심을 하였습니다. Salesforce 인증 AP-205덤프자료는ITDumpsKR의 전문가들이 최선을 다하여 갈고닦은 예술품과도 같습니다.100% 시험에서 패스하도록 저희는 항상 힘쓰고 있습니다.

>> AP-205인기자격증 덤프자료 <<

Salesforce AP-205퍼펙트 최신 덤프문제 & AP-205최신 업데이트버전 인증 시험자료

Salesforce인증AP-205시험을 패스함으로 취업에는 많은 도움이 됩니다. ITDumpsKR는Salesforce인증AP-205시험패

스로 꿈을 이루어주는 사이트입니다. 우리는 Salesforce 인증 AP-205 시험의 문제와 답은 아주 좋은 학습자료로도 충분한 문제집입니다. 여러분이 안전하게 간단하게 Salesforce 인증 AP-205 시험을 응시할 수 있는 자료입니다.

최신 Consumer Goods Cloud AP-205 무료 샘플문제 (Q15-Q20):

질문 # 15

Northern Trail Outfitters needs to complete analysis on promotion metrics to ensure the success of the promotions currently being run.

What should a consultant do to get an accurate, immediate view of promotions?

- A. Create real-time reporting (RTR) and add dimensions.
- B. Export promotion data directly from the Promotion object.
- C. Utilize a third-party AppExchange tool to run analysis.

정답: A

질문 # 16

Northern Trail Outfitters (NTO) is utilizing Consumer Goods Cloud TPM to manage their promotional activities. NTO needs to handle promotions at retailers that are indirectly managed through distributors.

What is the recommended approach within Consumer Goods Cloud TPM to design the master data that will properly reflect the relationship between the retailer and the distributor?

- A. Create a custom junction object to manually track the interactions between retailers and distributors, allowing for custom fields and records to be maintained for reporting purposes.
- B. Leverage the Customer Relationships object to model the connections between retailers and distributors, facilitating the representation of indirect sales channels within the platform.
- C. Use the standard Accounts object to represent both retailers and distributors, adding custom lookup fields to establish and describe the indirect management relationship.

정답: C

설명:

In Salesforce Consumer Goods Cloud, the Account object is the core entity for the Trade Org Hierarchy. Best practice design principles dictate that both direct customers (Distributors/Wholesalers) and indirect customers (Retailers/Outlets) should be modeled as Accounts.

To represent the "Indirect" relationship-where a Manufacturer sells to a Distributor, who then sells to a Retailer-you should not overcomplicate the data model with custom junction objects unless absolutely necessary for many-to-many complexities that cannot be handled otherwise. For standard indirect management in TPM, the recommended approach is to use the Standard Accounts object for both parties and utilize custom lookup fields on the Retailer account to point to the Distributor.

This "Wholesaler" or "Distributor" lookup field allows the system to aggregate volume or plan promotions that target the Retailer while acknowledging the fulfillment path through the Distributor. This design keeps the architecture aligned with the Salesforce core data model and ensures compatibility with the TPM calculation engines (Processing Services), which are optimized to traverse standard Account hierarchies and attributes. Using a custom junction object (Option A) would likely require significant custom development to make the TPM engine "see" the relationship for volume roll-ups, whereas Account lookups are native and easily queryable.

질문 # 17

A client asks a consultant what will be the total value of Baseline key performance indicator (KPI) for Product A in a promotion that is valid from December 1 through December 15. The client and consultant are aware of what was sent from the external system that manages baselines and sends it to the Consumer Goods Cloud application. They observe that all weeks for the year where the promotion was created had a baseline of

70 for Product A. The consultant knows the application follows standard calendar weeks and there is no weekday share profile configured.

What is the total value of the baseline for the promotion period?

- A. 0
- B. 1
- C. 2

정답: A

설명:

This question tests the understanding of Time Aggregation and Day Weighting logic within the TPM calculation engine. Here are the variables:

* Promotion Duration: December 1 to December 15 = 15 Days.

* Baseline Input: 70 units per week.

* Weekday Share Profile: None configured.

In Consumer Goods Cloud TPM, if no specific "Weekday Share Profile" (or "Day Weighting") is applied, the system defaults to a linear, even distribution of volume across the week.

* Calculate Daily Average: A standard week has 7 days. If the weekly baseline is 70, the daily baseline is $70 / 7 = 10$ units per day.

* Calculate Promotion Total: The promotion runs for 15 days.

* Calculation: $15 \text{ days} \times 10 \text{ units/day} = 150 \text{ units}$.

If the system had used a specific profile (e.g., "High Weekend Sales"), the math would differ based on how many Saturdays/Sundays fell within the Dec 1-15 window. However, with "no weekday share profile," the linear calculation applies.

Option B (140) would imply exactly two weeks (14 days), but the period is 15 days.

Option A (100) is incorrect. Thus, 150 is the correct calculated baseline volume.

질문 # 18

Cloud Kicks is currently struggling to measure the effectiveness of specific promotions.

In which phase of the TPM lifecycle should a consultant focus discovery efforts in order to provide a solution recommendation?

- A. Strategic Planning
- **B. Post Event Analysis**
- C. Promotion Planning

정답: B

설명:

The Trade Promotion Management (TPM) lifecycle is generally cyclical, consisting of Strategic Planning, Promotion Planning/Execution, and Post-Event Analysis. The specific pain point identified in the scenario is the inability to "measure the effectiveness" of promotions. This activity falls squarely into the Post-Event Analysis phase.

During Discovery for this phase, a consultant must investigate how the client currently evaluates success. This involves identifying which Key Performance Indicators (KPIs) are necessary to determine "effectiveness"- commonly metrics like Return on Investment (ROI), Uplift Volume, Incremental Revenue, and Trade Spend Efficiency. To provide a recommendation, the consultant needs to understand what data is currently missing or difficult to access. For example, are they lacking actual shipment data from an ERP to compare against the plan? Do they lack baseline data to calculate the "lift"?

By focusing discovery on Post-Event Analysis, the consultant can ensure the solution is designed backwards from these requirements. If the system is not configured to capture the necessary "Actuals" or if the calculation engine is not set up to compute "Incremental" values vs. "Base" values, the client will never be able to measure effectiveness. Therefore, while planning is important, the measurement problem is solved by designing robust analytics and feedback loops that characterize the Post-Event Analysis phase.

질문 # 19

When implementing Consumer Goods Cloud TPM, it is essential to ensure seamless integration with existing third-party systems for comprehensive functionality.

Which set of systems should a consultant discuss with the customer to ascertain compatibility and data synchronization with TPM?

- A. Customer Relationship Management (CRM), Supply Chain Management (SCM), and Human Resource Management (HRM) systems to ingest customer sales data, supply chain operations data, and employee performance metrics
- B. Point of Sale (POS) systems, Content Management Systems (CMS), and Digital Asset Management (DAM) systems to process retail transactions, digital content, and enterprise assets
- **C. Enterprise Resource Planning (ERP), Master Data Management (MDM), Product Information Management (PIM), Demand Planning, Data Warehouses, and Data Lakes to integrate master data, baseline volume forecasts, and shipment data**

정답: C

설명:

A robust TPM implementation relies heavily on data that originates outside of Salesforce. The set of systems listed in Option A represents the critical "backbone" integrations required for Trade Promotion Management:

* ERP (Enterprise Resource Planning): This is the source of truth for "Actuals." To settle claims and analyze promotion performance, TPM needs shipment and invoice data, which lives in the ERP.

* MDM (Master Data Management) / PIM (Product Information Management): TPM requires a clean, hierarchical structure of Products and Customers. Syncing this master data ensures that the "Product A" planned in Salesforce matches the "Product A" shipped by the warehouse.

* Demand Planning: TPM is often the input to demand planning (providing the promotional lift), but it also consumes the Baseline Forecast (what would sell with no promotion) from Demand Planning tools to calculate accurate ROI.

While POS data (Option B) is useful for Retail Execution (checking shelf prices), it is less critical for the Trade Planning aspect compared to shipment data. Similarly, HRM (Option C) is generally irrelevant to trade promotion calculations. Therefore, Option A covers the essential data flow: Master Data (MDM/PIM) -> Baseline (Demand Planning) -> Execution/Actuals (ERP) 3333.

질문 # 20

.....

ITDumpsKR Salesforce AP-205 덤프의 질문들과 답변들은 100%의 지식 요약과 적어도 98%의 Salesforce AP-205 시험 문제들을 커버하는 수년 동안 가장 최근의 Salesforce AP-205 시험 요점들을 컨설팅 해 온 시니어 프로 IT 전문가들의 그룹에 의해 구축 됩니다. Salesforce AP-205 시험 적응을 높은 덤프로 시험 패스하세요.

AP-205 퍼펙트 최신 덤프 문제: <https://www.itdumpskr.com/AP-205-exam.html>

Consumer Goods Cloud: Trade Promotion Management Accredited Professional 덤프 무료 업데이트 서비스를 제공해 드림으로 고객님의 구매하신 AP-205 덤프 유효기간을 최대한 연장해드립니다, 네트워크 시대인 지금 인터넷에 검색하면 수많은 Salesforce 인증 AP-205 시험 공부 자료가 검색되는데 그중에서도 ITDumpsKR에서 출시한 Salesforce 인증 AP-205 덤프가 가장 높은 인지도를 지니고 있습니다, 여러분은 Salesforce AP-205 인증 시험을 패스함으로써 IT 업계 관련 직업을 찾고자 하는 분들에게는 아주 큰 가산점이 될수 있으며, 성당한 IT 업계 사업자와 한 걸음 가까와 집니다, AP-205 인기 시험에 도전하고 싶으시다면 최강 시험 패스율로 유명한 Consumer Goods Cloud: Trade Promotion Management Accredited Professional 인기 덤프로 시험 공부를 해보세요.

몇 걸음 나오지 않았을 때 말에 탄 한스가 크게 손을 흔들었다, 사실 문길이가 그보다 더 문길과 친한 거 같아서 그가 억지로 떼어놓으려고 해도 안 떨어질 거라 생각했었다, Consumer Goods Cloud: Trade Promotion Management Accredited Professional 덤프 무료 업데이트 서비스를 제공해 드림으로 고객님의 구매하신 AP-205 덤프 유효기간을 최대한 연장해드립니다.

시험대비 AP-205 인기 자격증 덤프자료 덤프데모문제

네트워크 시대인 지금 인터넷에 검색하면 수많은 Salesforce 인증 AP-205 시험 공부 자료가 검색되는데 그중에서도 ITDumpsKR에서 출시한 Salesforce 인증 AP-205 덤프가 가장 높은 인지도를 지니고 있습니다, 여러분은 Salesforce AP-205 인증 시험을 패스함으로써 IT 업계 관련 직업을 찾고자 하는 분들에게는 아주 큰 가산점이 될수 있으며, 성당한 IT 업계 사업자와 한 걸음 가까와 집니다.

AP-205 인기 시험에 도전하고 싶으시다면 최강 시험 패스율로 유명한 Consumer Goods Cloud: Trade Promotion Management Accredited Professional 인기 덤프로 시험 공부를 해보세요, AP-205 덤프를 구매 페이지의 구매 절차대로 결제하시면 시스템 자동으로 덤프가 고객님의 구매시 등록된 메일 주소로 발송됩니다.

- AP-205 최신 업데이트 덤프 공부 □ AP-205 인증 시험 공부 □ AP-205 시험 패스 보장 덤프 □ 시험 자료를 무료로 다운로드하려면 > www.pass4test.net <을 통해 □ AP-205 □를 검색하십시오 AP-205 최신 버전 자료
- 최신 버전 AP-205 인기 자격증 덤프자료 인기 시험자료 □ 무료로 다운로드하려면 > www.itdumpskr.com <로 이동하여 【 AP-205 】를 검색하십시오 AP-205 합격 보장 가능 시험
- AP-205 최신 업데이트 덤프 공부 □ AP-205 최신 업데이트 덤프 공부 □ AP-205 최신 버전 자료 □ □ AP-205 □를 무료로 다운로드하려면 > www.koreadumps.com < 웹사이트를 입력하세요 AP-205 최신 업데이트 덤프 공부
- AP-205 인기 자격증 덤프자료 덤프데모 □ □ AP-205 □를 무료로 다운로드하려면 > www.itdumpskr.com □ □ □ 웹사이트를 입력하세요 AP-205 합격 보장 가능 시험
- AP-205 시험 패스 보장 덤프 □ AP-205 인증 덤프 데모 문제 □ AP-205 시험 대비 인증 공부자료 □ 무료 다운로드를 위해 「 AP-205 」를 검색하려면 < kr.fast2test.com > 을(를) 입력하십시오 AP-205 완벽한 시험 기출자료
- 높은 통과율 AP-205 인기 자격증 덤프자료 덤프문제 □ “ www.itdumpskr.com ”의 무료 다운로드 > AP-205 □ 페이지가 지금 열립니다 AP-205 시험 대비 인증 공부자료
- AP-205 Dumps □ AP-205 시험 합격 □ AP-205 Dumps * “ kr.fast2test.com ”에서 검색만 하면 > AP-205 <를 무료로 다운로드할 수 있습니다 AP-205 인증 시험 공부

