braze learning

Especialista en marketing certificado de Braze (anteriormente Marketer certificado de Braze)

Nivel del Examen: 2

Costo del Examen: $100

Duración del Examen: 90 minutos

Puntuación de Aprobación: 69%

N.° de Preguntas: 50 de opción múltiple

Obtener la credencial digital de Especialista en marketing de Braze valida que la persona cuenta con experiencia en Braze en:

- Segmentación en Braze
- Personalización
- Creación de campañas de marketing en Braze

¿Quién debería tomar este examen?

Un Especialista en marketing certificado de Braze (anteriormente Marketer) es responsable de ejecutar iniciativas de marketing, incluida la implementación de la segmentación de audiencia y la personalización, la creación de campañas de marketing y la generación de informes sobre el rendimiento de marketing. Domina funciones del panel de Braze como Liquid, Canvas Flow, Intelligence Suite, pruebas multivariante y A/B, entre otras. Este puesto trabaja en estrecha colaboración con los Expertos en estrategia de marketing de Braze (anteriormente Estrategas digitales), quienes gestionan las estrategias generales de marketing digital y participación del cliente de una marca.

Los cargos comunes incluyen:

- Gerente de automatización de marketing
- Profesional de marketing
- Gerente de marketing de rendimiento
- Especialista/Gerente de marketing
- Desarrollador/Gerente de campañas
- Especialista/Consultor/Gerente de CRM
- Gerente de marketing de ciclo de vida

¿Cómo se administra este examen?

Este es un examen de 90 minutos que se realiza con supervisión asistida por IA en un navegador seguro. Para inscribirte en el examen, visita braze.com/certification

Requisitos Previos Recomendados:

Antes de tomar este examen, recomendamos que tenga:

- Más de 3 meses de experiencia diaria trabajando en el panel de Braze
- Un conocimiento profundo de la construcción de campañas y la personalización de mensajes

- La capacidad de solucionar con regularidad problemas comunes de la plataforma Braze
- Experiencia con casos de uso de marketing en Braze
- Examen L1 de Profesional certificado de Braze

Aprendizaje Braze Recomendado:

Realiza la ruta de aprendizaje de **Especialista en marketing**, donde desarrollarás habilidades como la segmentación de audiencia, la personalización dinámica y la orquestación del recorrido del cliente. Luego profundizarás tu experiencia en la optimización de campañas con mejores prácticas enfocadas en los canales y análisis de datos. También aprenderás a usar funciones clave del panel de Braze como: Liquid, Canvas Flow, Intelligence Suite, pruebas multivariante y A/B, herramientas de informes y más.

Especialista en marketing certificado de Braze (anteriormente Marketer certificado de Braze) Guía de Estudio

Contenido del Examen

DOMINIO	% DEL EXAMEN
1.0 Segmentación	19%
2.0 Personalización	18%
3.0 Pruebas y experimentación	18%
4.0 Canales	15%
5.0 Orquestación del recorrido del cliente	20%
6.0 Informes y análisis	10%
Total	100%

1.0 Segmentación - 19%

- 1.01 Explicar cómo se pueden usar las extensiones de segmento para refinar tu audiencia
- 1.02 Identificar qué análisis e insights se pueden usar para medir el rendimiento de tus segmentos

- 1.03 Exportar los datos de un segmento como archivo CSV
- 1.04 Explicar cómo la limitación de frecuencia impulsa la interacción y las conversiones al gestionar la frecuencia de tus mensajes
- 1.05 Implementar la limitación de frecuencia en el panel de Braze

2.0 Personalización - 18%

- 2.01 Explicar la función de Liquid dentro de la personalización de mensajes y de la estrategia general de personalización
- 2.02 Explicar qué es Connected Content y cómo se puede usar en tu estrategia de interacción para personalizar mensajes
- 2.03 Explicar cómo Liquid puede extraer datos de usuarios y eventos de forma dinámica mediante plantillas
- 2.04 Identificar y explicar el propósito de los siguientes elementos de la sintaxis de Liquid:
  - 2.04.01 Delimitadores de la sintaxis de Liquid
  - 2.04.02 Variables
  - 2.04.03 Variables dinámicas
  - 2.04.04 Filtros
- 2.05 Identificar y explicar el propósito de los filtros de Liquid y redactar un mensaje usando filtros
- 2.06 Identificar qué categorías de datos de Braze (atributos estándar, atributos personalizados, propiedades de eventos, propiedades de entrada de Canvas, propiedades activadas por API y datos de catálogo) se pueden referenciar mediante plantillas de Liquid
- 2.07 Cuando se presenten casos de uso y tareas específicos, usar la herramienta de personalización, el Liquid predictivo y el asistente de IA de Liquid para redactar el código Liquid adecuado

3.0 Pruebas y experimentación - 18%

- 3.01 Describir las pruebas multivariante y los beneficios que aportan a tus estrategias de interacción
- 3.02 Identificar estrategias de pruebas multivariante y casos de uso comunes de pruebas
- 3.03 Crear una prueba multivariante en una campaña
- 3.04 Aprovechar los resultados de las pruebas para optimizar tus estrategias de mensajería
- 3.05 Crear un caso de uso de Canvas que aproveche las pruebas multivariante

- 3.06 Explicar cómo Intelligent Timing calcula los horarios de envío óptimos para cada usuario
- 3.07 Reconocer casos de uso comunes del filtrado dinámico de audiencias con Intelligent Channel
- 3.08 Usar la función Winning Variant (variante ganadora) al lanzar campañas con pruebas multivariante
- 3.09 Evaluar los análisis de rendimiento de las funciones Winning
- 3.10 Crear una prueba multivariante en una campaña con Optimize with BrazeAI™
- 3.11 Identificar casos de uso comunes para utilizar Winning Paths
- 3.12 Identificar qué herramienta de pruebas de Braze se adapta mejor a los escenarios de mensajería más comunes

4.0 Canales - 15%

- 4.01 Explicar la importancia del consentimiento de suscripción y la aceptación (opt-in), y cómo los estados de suscripción de Braze garantizan que los usuarios solo reciban tus mensajes a través de los canales que eligen
- 4.02 Definir y gestionar grupos de suscripción para correo electrónico
- 4.03 Definir y gestionar estados de suscripción para notificaciones push
- 4.04 Definir estados de suscripción para SMS
- 4.05 Aplicar estados de suscripción en campañas y Canvas para garantizar que solo los usuarios suscritos o que dieron su consentimiento reciban tus mensajes
- 4.06 Describir el beneficio de usar un permission primer para aumentar la aceptación de suscripción a un canal
- 4.07 Crear un flujo de doble aceptación (double opt-in) por correo electrónico en Braze para mantener tus listas limpias y efectivas

5.0 Orquestación del recorrido del cliente - 20%

- 5.01 Crear un Canvas que use mensajería multicanal, rutas de audiencia e Intelligent Channel para animar a los miembros con suscripción gratuita a pasar a una membresía premium
- 5.02 Crear una encuesta con Canvas y mensajes in-app para recopilar datos sobre las preferencias de los clientes
- 5.03 Diseñar un Canvas dirigido a usuarios que están perdiendo interés para animarlos a volver a tu app y realizar una compra

- 5.04 Crear una campaña para volver a captar a usuarios que podrían estar en riesgo de abandono mediante mensajes in-app y pruebas multivariante

6.0 Informes y análisis - 10%

- 6.01 Interpretar los análisis de Predictive Suite
- 6.02 Reconocer las funciones del panel de análisis de Braze y cómo se pueden aplicar a tu estrategia de interacción
- 6.03 Analizar los insights de rendimiento del correo electrónico para medir la efectividad de tus campañas de correo electrónico
- 6.04 Analizar los insights de rendimiento de SMS para medir la efectividad de tus campañas de SMS
- 6.05 Crear un informe de conversión en el panel de Braze

Preguntas de Ejemplo

(consulte el final del documento para la Clave de Respuestas)

Q1: De forma predeterminada, las extensiones de segmento estarán compuestas por:

A. Usuarios que cumplen los criterios en el momento de guardar tu extensión y que no se pueden modificar.

B. Usuarios que cumplen los criterios en el momento de guardar tu extensión, con la opción de reevaluarlos más adelante.

C. Todos los usuarios activos dentro de los parámetros definidos del segmento.

D. Un segmento creado previamente y designado específicamente para usarse como extensión de segmento.

Q2: ¿Con qué tipo de operador se conecta cada línea de regla de limitación de frecuencia?

A. Operador AND

B. Operador IF

C. Operador ELSE

D. Operador OR

Q3: En el siguiente ejemplo de Liquid, ¿qué elemento es una variable? {{${first_name} | capitalize }}

A. {{

B. $

C. {first_name}

D. capitalize

Q4: ¿Cómo se pueden usar los filtros para modificar el resultado de Liquid? (Selecciona 2) *(Seleccione 2)*

A. Para realizar operaciones matemáticas en resultados de datos numéricos

B. Para cambiar una cadena de mayúsculas a minúsculas

C. Para cancelar un mensaje e impedir que se envíe si no se cumplen las condiciones

D. Para mostrar contenido si se cumplen ciertas condiciones.

Q5: Tu equipo ejecuta una campaña recurrente de correo electrónico con varias variantes de mensaje. Quieres que Braze dirija automáticamente más tráfico hacia las variantes con mejor rendimiento con el tiempo. ¿Qué función logra esto?

A. Optimize with BrazeAI™

B. Intelligent Channel

C. Rutas de experimento

D. Eventos predictivos

Q6: ¿Qué afirmación describe con precisión los estados de suscripción de SMS en Braze?

A. Los usuarios se suscriben automáticamente a los mensajes SMS al crear una cuenta

B. El estado de suscripción de SMS de un usuario se comparte entre todos los grupos de suscripción, lo que significa que puede estar suscrito a todos los tipos de mensajes simultáneamente

C. El estado de suscripción para SMS es "suscrito" solo cuando los usuarios confirman explícitamente su deseo de recibir mensajes

D. Los usuarios deben proporcionar su número de teléfono varias veces para confirmar su suscripción a los mensajes SMS

Q7: Una plataforma de streaming de música está creando un Canvas para animar a los miembros con suscripción gratuita a pasar a premium. Al ingresar al Canvas, los usuarios recibirán un correo electrónico que destaca los beneficios de la suscripción premium. Después de 48 horas, los usuarios se dividirán en dos rutas: quienes se hayan suscrito a premium saldrán del Canvas, mientras que los demás recibirán un mensaje in-app que los invitará a suscribirse. ¿Qué datos se requieren para ejecutar este caso de uso?

A. Un atributo personalizado que identifica al artista favorito de un usuario

B. Un atributo personalizado que indica si un usuario tiene una suscripción premium

C. Un evento personalizado que registra la última canción que un usuario reprodujo en la plataforma

D. Un evento personalizado que indica cuándo el usuario se registró para recibir notificaciones por correo electrónico

Q8: Una plataforma de streaming está creando una campaña de mensajes in-app para volver a captar a los usuarios con una promoción cuando solicitan darse de baja de su servicio. Quieren realizar una prueba multivariante para determinar qué elementos son más efectivos. ¿Qué elementos pueden probar en una sola campaña? (Selecciona 2)
(Seleccione 2)

A. Canales

B. Texto

C. Imágenes

D. Audiencia objetivo

Q9: ¿Cuáles de las siguientes métricas puedes ver en la sección Rendimiento a lo largo del tiempo de la página de rendimiento de SMS/MMS/RCS en el panel de Braze? (Selecciona 3)
(Seleccione 3)

A. Envíos

B. Rechazos

C. Clics totales

D. Entregas no confirmadas

E. Total de suscriptores de SMS

Q10: ¿Cuál es el beneficio principal de usar grupos de suscripción para correo electrónico en Braze?

A. Suscribir automáticamente a los usuarios a todas las comunicaciones por correo electrónico

B. Permitir que los usuarios elijan categorías específicas de correos electrónicos que desean recibir

C. Garantizar que todos los usuarios reciban los mismos correos electrónicos promocionales

D. Aumentar el número total de correos electrónicos enviados a los usuarios

Clave de Respuestas:

Q1: B **Q2:** A **Q3:** C **Q4:** A,B **Q5:** A **Q6:** C **Q7:** B **Q8:** B,C **Q9:** A,B,C **Q10:** B

Contáctenos:
certification@braze.com

Visite nuestra página web:
www.braze.com/certification

Braze es una plataforma integral de interacción con el cliente que impulsa experiencias relevantes y memorables entre los consumidores y las marcas que aman.

braze