



Marketing Cloud Engagement for Industries



salesforce.org

copyright-template

Índice

Documentação do Marketing Cloud Engagement for Industries.....	1
Informações gerais.....	1
Introdução ao Marketing Cloud Engagement for Industries.....	1
Trabalhar com modelos de email.....	3
Adoção de unidades de negócios do Marketing Cloud.....	4
Informações sobre a licença do Marketing Cloud Engagement for Industries.....	13
Marketing Cloud Engagement for Industries e Tradução.....	14
Solução de problemas do Marketing Cloud Engagement for Industries.....	16
Integração.....	18
Sincronizar seus dados do Salesforce com o Marketing Cloud.....	18

Documentação do Marketing Cloud Engagement for Industries

Informações gerais

Introdução ao Marketing Cloud Engagement for Industries

Saiba como instalar e usar o Marketing Cloud Engagement for Industries. Envie emails personalizados para públicos-alvo e crie campanhas de email automatizadas.

Visão geral

O Marketing Cloud Engagement for Industries é um conjunto de ferramentas de marketing para divulgação que ajudam você a se comunicar e interagir com seus patrocinadores, contatos e clientes em qualquer escala. Eleve o nível de suas mensagens com emails personalizados, segmentação de público e campanhas de email automatizadas.

O primeiro passo é conectar o Marketing Cloud com o seu Salesforce CRM. Para ajudá-lo no processo, criamos uma página Introdução para que você possa começar a trabalhar rapidamente com o Marketing Cloud. A página Introdução guia você pelo processo de conexão e fornece acesso a um conjunto de ativos especializados, como emails e jornadas.

Pré-requisitos

Antes de instalar o Marketing Cloud Engagement for Industries, você precisará das licenças necessárias. Entre em contato com seu executivo de contas ou acesse diretamente [suas contas do Salesforce](#) para gerenciar suas assinaturas.

Em seguida, os pré-requisitos abaixo devem ser atendidos para conectar o Marketing Cloud ao seu Salesforce CRM.

Ativar Lightning Experience

O Salesforce Lightning é a próxima geração da experiência do usuário Salesforce, e é um requisito do Marketing Cloud Engagement for Industries. Se sua organização ainda não está no Lightning Experience, saiba mais em [Como fazer a transição para o Lightning Experience](#).

Ativar Meu domínio

O Meu domínio ajuda a manter seus dados mais seguros adicionando um nome de domínio específico do cliente às URLs da organização do Salesforce, e é um requisito do Marketing Cloud Engagement for Industries. Se você ainda não implantou o Meu domínio em sua organização, saiba mais em [Configurar Meu domínio](#).

Instalar o pacote do Marketing Cloud Engagement for Industries

Para instalar o Marketing Cloud Engagement for Industries:

1. Acesse a [página do instalador do Marketing Cloud Engagement for Industries](#).
2. Clique em **Fazer login** para iniciar a validação pré-instalação e selecione seu tipo de organização.
3. Digite suas credenciais de login.
4. Clique em **Permitir**.
5. Clique em **Instalar**. Você verá uma confirmação quando a instalação for concluída.

Iniciar o aplicativo Marketing Cloud Engagement for Industries

Para iniciar o aplicativo Marketing Cloud Engagement for Industries e conectar o Marketing Cloud ao seu Salesforce CRM:

1. Faça login no Salesforce.
2. Abra o Iniciador de aplicativos e procure por Marketing Cloud Engagement for Industries.
3. Selecione **Marketing Cloud Engagement for Industries**.
4. Siga as instruções na página Introdução.

Agora você está pronto para conectar o Marketing Cloud ao Salesforce!

Ativos implantados

Você pode usar ativos como esses depois de concluir com sucesso o fluxo de trabalho de Introdução.

Ativos implantados	Localização no Marketing Cloud	
Emails	Content Builder	
Jornadas	Journey Builder	
Automações	Automation Studio	
Extensões de dados	Contact Builder	

Precisa de ajuda?

Conectar o Marketing Cloud ao Salesforce pode ser um processo complexo. Participe da [Trailblazer Community](#) e procure ajuda. É nesta comunidade online que os usuários se conectam com outros Trailblazers para compartilharem ideias e pedirem ajuda.

Se ainda tiver problema, entre em contato com o Suporte da Salesforce.

Consulte também:

- [Trailhead: Configuração do Marketing Cloud Connect](#)
- [Guia de solução de problemas no Marketing Cloud](#)

Trabalhar com modelos de email

Criar um email do Elevate com um botão Doar agora

Os usuários do Salesforce para organizações sem fins lucrativos podem combinar as potencialidades do Marketing Cloud Engagement for Industries e do Elevate para aumentar suas doações. Crie emails que incluam um botão Doar agora que direciona os doadores para sua [Página de doação](#).

Nota:

Esta opção só está disponível para usuários do Salesforce para organizações sem fins lucrativos com uma licença Elevate.

1. Abra o modelo de email Elevate.
2. No corpo do email, encontre o botão Doar agora.
3. Modifique as seguintes seções da URL:
 - a. Substitua **your-subdomain** pelo nome correto do subdomínio.
 - b. Substitua **giving-page-name?** com o nome da sua Página de doação.
4. Salve seu trabalho.

Encontrar a versão certa do seu modelo de email

As versões dos modelos de email são salvas baseadas no carimbo de data/hora. Antes de atualizar um email, certifique-se de ter o modelo certo.

1. Acesse o email que deseja atualizar.
2. No painel Detalhes, localize o nome do modelo de origem.
3. Vá para a pasta de modelos de email e encontre o modelo de origem.
4. Atualize conforme necessário.

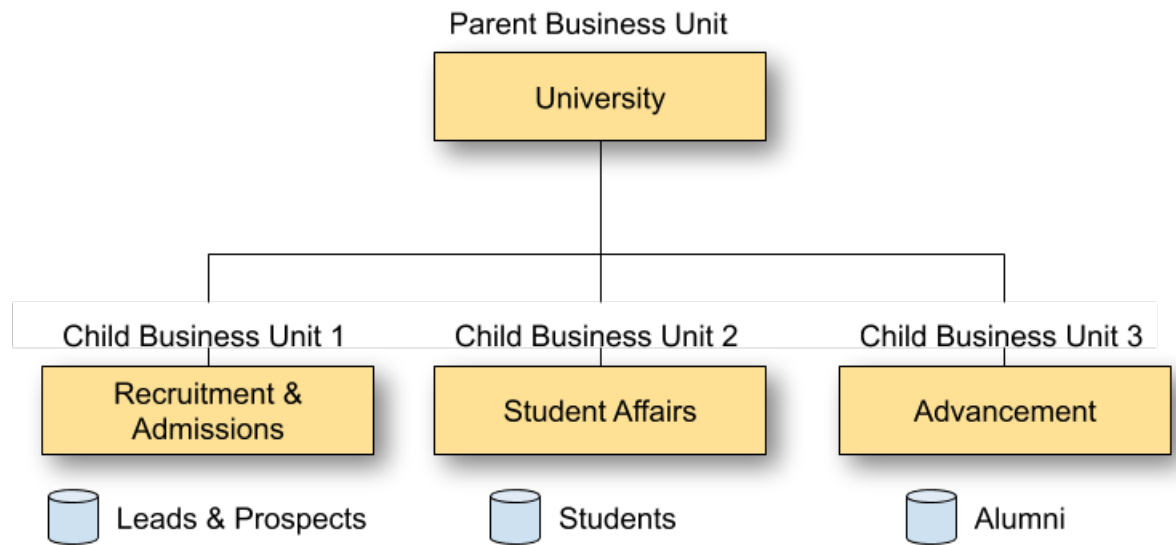
Adoção de unidades de negócios do Marketing Cloud

As unidades de negócios são espaços de trabalho separados dentro do Marketing Cloud de uma organização que permitem que várias equipes gerenciem seus dados e funções de marketing de forma independente. Este artigo explora diferentes aspectos deste recurso e destaca várias considerações a fazer para usar da melhor forma as unidades de negócios em funções de marketing.

Introdução

As unidades de negócios do Marketing Cloud são espaços de trabalho separados dentro de uma conta do Marketing Cloud da organização que permitem que os membros da equipe ou que departamentos dentro da mesma organização gerenciem seus dados e suas funções de marketing de forma independente, permitindo o compartilhamento de ativos comuns (como modelos de marca) com facilidade.

As unidades de negócios são criadas em uma hierarquia. A principal unidade de negócios no topo da hierarquia é chamada de **Unidade de negócios primária**, e subdivisões criadas sob este nível primário são chamadas de **Unidades de negócios secundárias**. As secundárias, por sua vez, podem ter seus próprios nós secundários e assim por diante.



A hierarquia de unidades de negócios primárias e secundárias no Marketing Cloud em uma Universidade

Do ponto de vista empresarial e de marketing, as unidades de negócios são tipicamente criadas para gerenciar funções de marketing de diferentes subdivisões dentro de uma organização. Por exemplo, vamos considerar uma grande universidade que tem diversas equipes de marketing abaixo de Recrutamento e contratação, Apoio ao aluno e Desenvolvimento de carreira. Cada uma dessas subdivisões gerencia diferentes segmentos do público (leads e clientes potenciais, alunos, ex-alunos, etc.) e pode querer organizar e gerenciar suas equipes de marketing e os dados de forma independente. Neste caso, a organização de TI primária que gerencia a Universidade pode criar 3 unidades de negócios diferentes para cada uma dessas unidades de negócios abaixo da primária em comum, chamada Unidade de negócios Universidade.

Adotando as unidades de negócios, a Universidade pode:

- Gerenciar os usuários de cada departamento em uma conta de marketing de cobertura
- Permitir que todos os 3 departamentos visualizem e gerenciem apenas os dados que precisam gerenciar. Por exemplo, expor leads e potenciais alunos à divisão de

Recrutamento e contratação para que eles possam assumir esforços de marketing adequados com essa população; da mesma forma, permitir que a divisão de Apoio ao aluno seja divulgada para os atuais estudantes universitários

- Provisionar usuários em cada uma dessas unidades de negócios de forma independente. Criar papéis personalizados específicos da unidade de negócios, se necessário
- Permitir que os usuários enviem diferentes tipos de emails [Emails de recrutamento vs emails de alojamento estudantil] de diferentes unidades de negócios de forma independente. Se um profissional de marketing está trabalhando para ambos os departamentos, eles podem ser provisionados em ambas as unidades de negócios.
- Permitir que os usuários compartilhem os mesmos modelos de email, imagens e outros ativos em todas as unidades de negócios

Outro caso de uso para as unidades de negócios do Marketing Cloud é a necessidade de gerenciar diferentes submarcas ou estruturas regionais sob a mesma marca. Isso é importante não só no espaço varejista, mas também é aplicável a certas instituições de educação superior e sem fins lucrativos. Por exemplo, uma organização sem fins lucrativos pode ser uma associação de várias organizações que atendem diferentes necessidades da sociedade sob diferentes marcas em diferentes regiões. Neste caso, as unidades de negócios ajudarão a gerenciar as respectivas equipes de marketing com melhor agilidade e segurança. Note que há outra vantagem adicional aqui: a adoção de unidades de negócios permitirá que os assinantes cancelem o recebimento de apenas uma marca ou entidade regional, em vez de toda a organização.

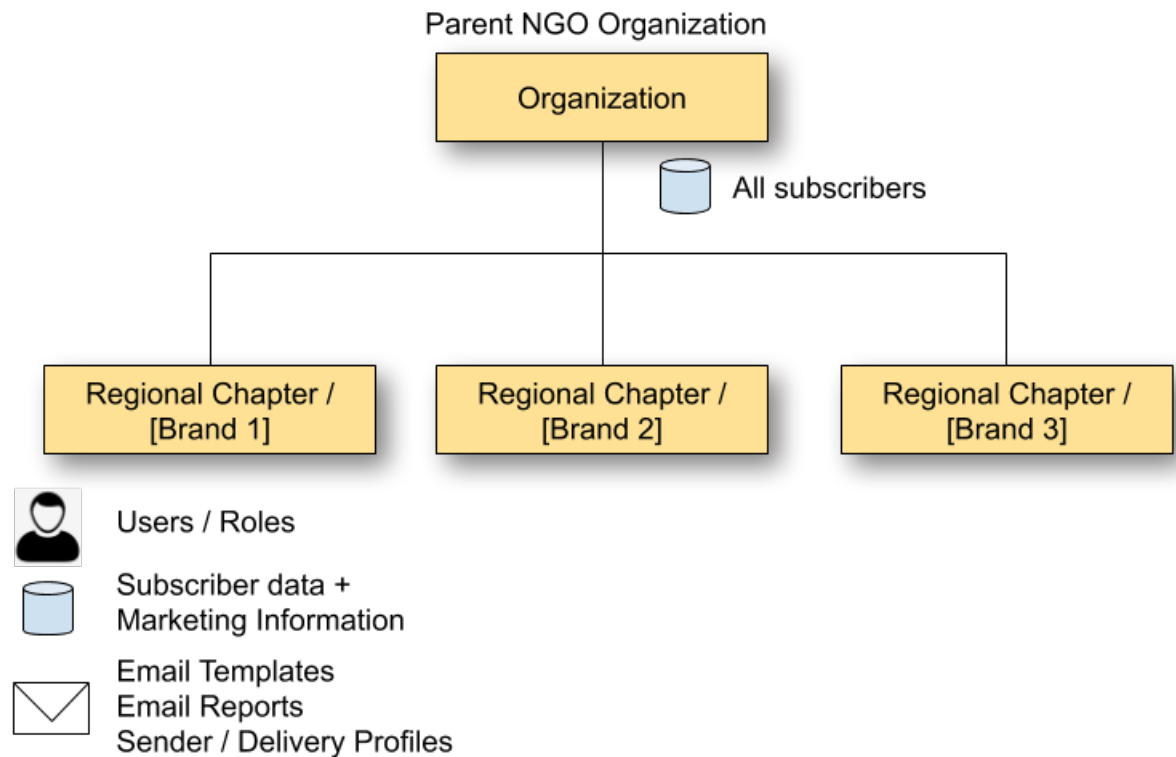
Recursos das unidades de negócios

Hierarquia

Embora não haja uma maneira certa ou errada de estabelecer uma hierarquia de unidades de negócios, os requisitos específicos do usuário e as necessidades de dados das subdivisões em toda a organização devem ser avaliados para identificar o modelo certo. Algumas das perguntas clássicas a serem consideradas são:

- Existem diferentes marcas ou divisões que precisam de espaços de trabalho separados devido a necessidades ou processos específicos de dados?
- Existem diferentes necessidades de marca em diferentes equipes de marketing?
- Quais são os ativos e dados em comum que precisam ser compartilhados?

Estas são algumas das perguntas clássicas a serem consideradas. Além disso, é bom evitar muitos níveis ou hierarquias complexas que são difíceis de gerenciar.



As unidades de negócios secundárias mantêm seus próprios assinantes, usuários, papéis e modelos de email

Separação e isolamento da experiência do usuário

Dentro de cada unidade de negócios, a experiência do usuário pode ser única e isolada das experiências do usuário nas demais unidades de negócios.

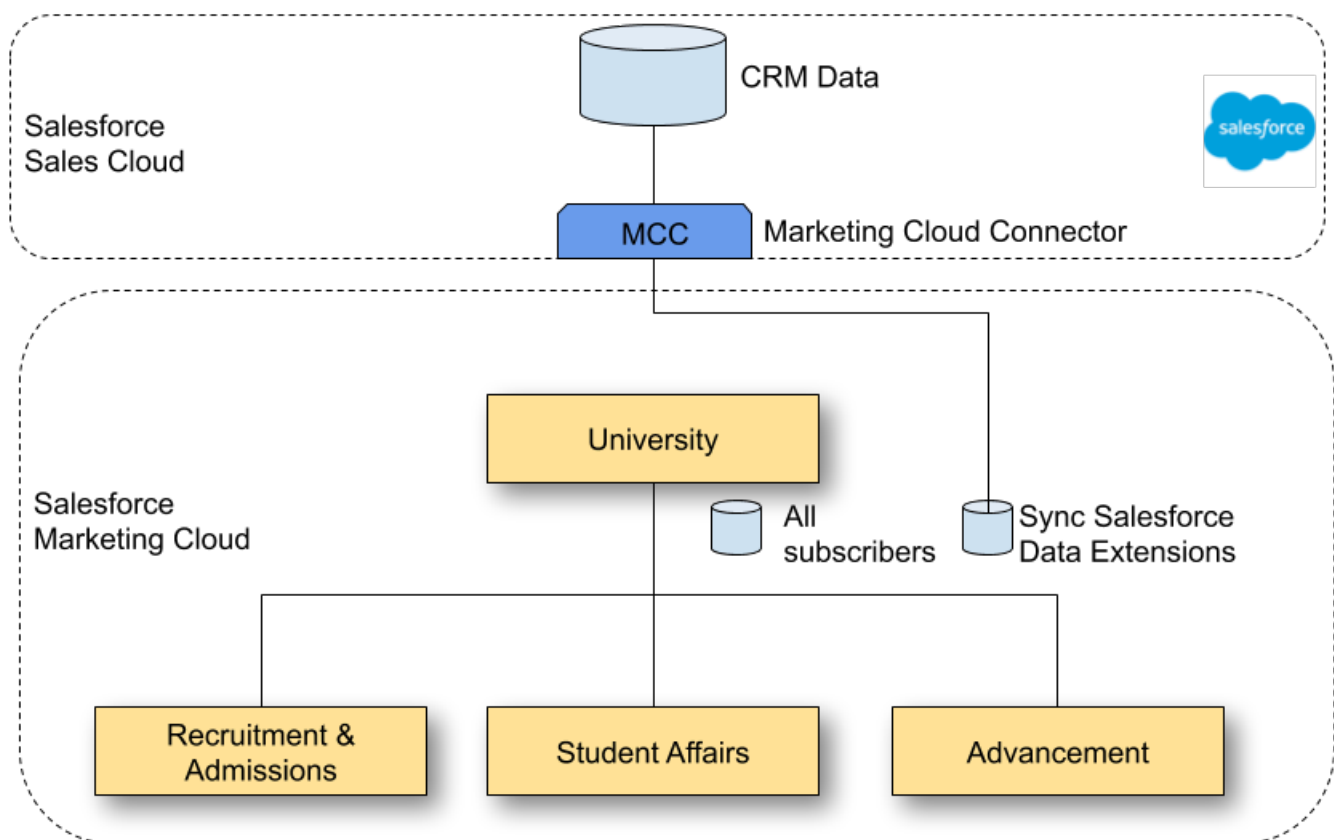
As unidades de negócios permitem aos usuários gerir os seguintes itens de forma independente:

- Dados de assinantes e informações de marketing associadas**
- Modelos de email, imagens, etc.
- Papéis do usuário (papéis personalizados podem ser específicos da unidade de negócios)
- Perfis de remetente e perfis de entrega
- Relatórios de email
- Estrutura da pasta

**** Nota:** A tabela Todos os assinantes no nível primário mantém uma lista mestra de todos os assinantes em todas as unidades de negócios.

Marketing Cloud Connector e compartilhamento de dados

Os clientes geralmente usam o Marketing Cloud Connector do Salesforce para sincronizar dados entre a Plataforma (Sales Cloud, Service Cloud, etc.) da Salesforce e o Marketing Cloud. Isso os ajuda a gerenciar todos os dados do CRM no Sales Cloud enquanto executam campanhas de marketing do Marketing Cloud.



Marketing Cloud O Connector conecta a Plataforma central da Salesforce e o Marketing Cloud

Ao instalar e configurar o Marketing Cloud Connector, a unidade de negócios primária deveria/deve ser o **ponto de integração** entre o Marketing Cloud e o Salesforce¹. Por padrão, o Marketing Cloud Connector traz todos os dados de CRM do Salesforce para a unidade de negócios primária e os armazena em **extensões de dados do Salesforce sincronizadas**. Observe que o administrador do Marketing Cloud tem a opção de escolher os campos que deseja sincronizar para um determinado Objeto no CRM, mas eles têm apenas opções de filtragem limitadas². Com esses dados no nível primário, a unidade de

negócios primária pode então **consultar** e **compartilhar conjuntos específicos de dados** com cada unidade de negócios secundária. Esse compartilhamento aconteceria através de uma **pasta de extensão de dados compartilhada**. Ela pode ser configurada para que uma determinada pasta de extensão de dados compartilhada só disponibilize acesso a uma unidade de negócios secundária específica para que nenhuma outra unidade de negócios tenha acesso a essa pasta e, portanto, aos dados. Isso garante que os dados em cada unidade de negócios secundária estejam protegidos e sejam específicos apenas para necessidades específicas.

Como a unidade de negócios primária tem acesso a todos os dados antes de serem filtrados para cada unidade de negócios secundária, a unidade de negócios primária pode ser utilizada para comunicações que precisam ser enviadas em nome de toda a organização.

Para ilustrar isso na educação superior, a unidade de negócios primária, a Universidade, consumiria todos os dados relevantes dos alunos do Salesforce. A unidade de negócios primária Universidade poderia filtrar e compartilhar dados com cada uma das várias faculdades, para uso no envio de comunicações de marketing para seus respectivos alunos. A unidade de negócios Universidade, no entanto, pode ser usada para enviar comunicações em toda a Universidade para todos os alunos.

Notas explicativas:

¹ A única exceção é para Marketing Clouds conectados com várias organizações, ou seja, uma instância do Marketing Cloud vinculada a várias instâncias do Sales/Service Cloud; encontre mais informações sobre isso [aqui](#).

² Filtro com base em um campo booleano definido/Filtrar dados a partir de uma data definida.

Considerações

IP dedicado/domínio de encapsulamento

Dependendo do volume de envio ou caso de uso, um endereço IP pode ser **compartilhado em todas as unidades de negócios** de uma organização. Com o devido monitoramento e manutenção, compartilhar um IP dedicado dá à organização a capacidade de manter uma reputação de remetente confiável, ao mesmo tempo em que unifica a marca.

Pode haver alguns casos de uso em que uma unidade de negócios pode desejar ter seu próprio IP dedicado. Normalmente, isso ocorre se os volumes de envio forem superiores a 2,5 milhões por mês. O IP dedicado adicional pode ser utilizado, então, ao enviar diferentes tipos de comunicações de email, como mensagens transacionais vs. mensagens comerciais.

Quando o cliente escolhe o Pacote de autenticação do remetente (SAP, Sender Authentication Package) como parte de sua configuração inicial, toda a organização pode **compartilhar um domínio de encapsulamento dedicado** em todas as unidades de negócios. Este domínio é usado para encapsular todas as URLs e imagens para que reflitam a marca da organização em vez da marca padrão do Marketing Cloud. Por exemplo, a ABC University, uma instituição de educação superior, pode designar o domínio **communications.abcuniv.edu** como seu domínio de encapsulamento e todas as URLs e os links de imagem podem ser encapsulados usando essa URL.

Normalmente, um único domínio de encapsulamento é usado em todas as unidades de negócios de uma organização. No entanto, também é possível configurar domínios de encapsulamento individuais em unidades de negócios específicas, se necessário. Isso é necessário principalmente em organizações que pretendem usar unidades de negócios para gerenciar várias marcas.

Cancelar o recebimento/Centro de preferências

O gerenciamento de cancelamento de emails pode ser gerenciado **por unidade de negócios ou em toda a organização**. Se gerenciado por unidade de negócios, quando um assinante cancelar o recebimento de todos os emails, essa preferência é específica para emails enviados daquela unidade de negócios. Se gerenciada em toda a organização ou na empresa, quando um assinante cancelar o recebimento dos emails, essa preferência se aplica a **todos os emails de todas as unidades de negócios**.

Cada unidade de negócios pode ter seu próprio Centro de preferências dedicado que pode abrigar diferentes preferências de comunicação dentro dele. Por exemplo, as preferências por diferentes tipos de conteúdo de email que o assinante gostaria de receber podem ser salvas e modificadas pelo assinante como ele escolher. Também é possível que a organização opte por gerenciar preferências em todas as unidades de negócios em um só lugar, usando Cloud Pages ou outros centros de preferências personalizados. Veja a observação sobre as Cloud Pages mais adiante neste artigo.

Listas de supressão e Listas de exclusão estão no nível de unidade de negócios, o que permite que cada unidade de negócios controle quem deve e quem não deve receber comunicações por email. Também vale a pena notar que a validade do e-mail (por exemplo, devoluções permanentes e temporárias) é rastreada no nível de unidade de negócios primária e aplicada a todas as unidades de negócios secundárias.

Compartilhamento/segurança dos dados

Tanto **os dados quanto o conteúdo podem ser compartilhados** em unidades de negócios dentro de uma instância. Como mencionado acima, os dados da unidade de negócios primária podem ser compartilhados nas unidades de negócios secundárias, conforme

necessário. Mas os dados **também podem ser compartilhados em unidades de negócios secundárias** quando surgir a necessidade.

O mesmo vale para o conteúdo e para os ativos. O conteúdo de uma unidade de negócios pode ser compartilhado com outra unidade de negócios. Isso pode ocorrer quando a unidade de negócios primária cria e gerencia modelos de email ou logotipos para cada uma das unidades de negócios secundárias ou compartilha imagens em duas ou mais unidades de negócios secundárias.

É importante notar que, em termos de compartilhamento, uma vez que um usuário tenha acesso a determinados dados em uma unidade de negócios, você não pode limitar sua visibilidade. Por exemplo, se um usuário tiver acesso aos dados do assinante dentro da unidade de negócios, ele terá acesso a todos os dados do assinante dentro da unidade. O mesmo vale para o conteúdo; se o usuário tiver acesso ao conteúdo, ele terá acesso a todo o conteúdo. As pastas dentro da unidade de negócios ajudam a organizar e dividir dados ou conteúdos, mas não podem restringir o acesso dos usuários dentro da unidade de negócios.

Cloud Pages

As Cloud Pages dentro do Marketing Cloud permitem que os usuários construam e publiquem páginas de destino ou microssites. Ao usar o conteúdo salvo no Content Builder, todo o conteúdo entre os canais permanece consistente e fácil de gerenciar. Como mencionado acima, as Cloud Pages podem ser usadas para criar, entre outras coisas, Centros de preferências personalizados. Por sua vez, os Centros de preferências podem representar/exibir dados de dentro da unidade de negócios primária ou secundária do Marketing Cloud e até mesmo obter e atualizar dados de uma instância do Salesforce conectada, usando o AmpScript.

Embora o conteúdo e os ativos usados para construir a página possam ser compartilhados, as Cloud Pages construídas são limitadas à unidade de negócios em que foram criadas e não podem ser compartilhadas em diferentes unidades de negócios.

Representação da marca

Na Introdução, discutimos brevemente o contexto de gestão de várias marcas pelo uso de unidades de negócios. Várias divisões, departamentos ou marcas de uma organização podem dividir e gerenciar suas funções de marketing independentemente usando unidades de negócios. Note que fazer uso de unidades de negócios é apenas um importante primeiro passo na gestão de marketing multimarcas. Os assinantes podem não perceber ou se conectar com essas marcas, a menos que os modelos de email, imagens e conteúdo associado reflitam adequadamente a identidade individual da marca.

Por exemplo, vamos considerar uma Universidade que administra três (3) escolas diferentes de Engenharia, Negócios e Comércio. É possível que essas escolas estejam comercializando

e se comunicando usando suas próprias marcas e mensagens específicas. O público [ou alunos] de cada uma dessas marcas são bem diferentes; portanto, a comunicação de marketing, personalização e frequência devem ser adaptadas para atender às necessidades desses públicos/segmentos da marca. Também é possível que uma universidade queira iniciar uma nova escola online para alunos adultos sob uma marca ligeiramente diferente com um conjunto totalmente novo de experiências educacionais. Nessas situações, o conceito de unidades de negócios pode ser efetivamente utilizado para gerenciar múltiplas experiências de comunicação em uma conta do Marketing Cloud.

A unidade de negócios primária normalmente representa a empresa matriz, ou universidade nesta situação, e cada marca única abaixo dessa entidade pode ser alojada em suas próprias unidades de negócios e comercializada de forma independente.

Considerações:

- Se houver a necessidade de gerenciar ou controlar ativos de marca em comum, como modelos de email ou imagens, isso pode ser feito usando o compartilhamento do Content Builder
- Se houver a necessidade de compartilhar dados de assinantes ou outras informações em diferentes unidades de negócios, podem ser usadas as pastas compartilhadas na extensão de dados
- Cada unidade de negócios pode hospedar seu próprio centro de assinatura personalizado usando a marca e modelos desejados, para que seus assinantes possam gerenciar seus perfis e assinaturas adequadamente
- Embora alguns grupos dentro de uma instituição possam se ver como uma marca totalmente diferente, isso nem sempre é verdadeiro para o público final. Considere a experiência de seus membros finais, bem como audiências internas ao criar novas unidades de negócios.

Base de usuários e papéis

Ao fornecer o Marketing Cloud a um usuário, ele pode ter acesso a uma ou mais unidades de negócios. No entanto, fornecer acesso diferenciado a diversos conjuntos de usuários pode ficar muito complicado e complexo de gerenciar.

Considerações:

- Limite o número de usuários na unidade de negócios primária aos administradores do Marketing Cloud, os membros da equipe que precisem ver dados no nível da unidade de negócios primária (como Marketing central) e as equipes que criarem conteúdo para compartilhamento em todas as unidades de negócios (como gestão de marca)
- Profissionais de marketing individuais ou técnicos que trabalham para unidades de negócios específicas devem ter acesso restrito apenas às suas respectivas unidades de

negócios. Dentro dessas unidades de negócios, eles podem ter o acesso que desejarem a várias ferramentas e dados

- Se uma pessoa, digamos um profissional de marketing, atuar em mais de uma unidade de negócios, ela pode ter acesso a mais de uma unidade de negócios. No entanto, elas devem ser tratadas como exceções e não devem se tornar uma regra.
- Na medida do possível, os papéis dentro de cada uma dessas unidades de negócios precisam ser padronizados. Isso é mais desafiador ainda quando as diversas unidades de negócios representam diferentes entidades que possuem estruturas organizacionais muito diferentes. O Marketing Cloud permite a criação de papéis personalizados em todos os níveis de unidade de negócios, mas isso pode facilmente virar uma bola de neve se não for gerido corretamente. A melhor prática é padronizar papéis em todas as unidades de negócios suportadas por uma entidade primária
- Observe que criar papéis personalizados é um processo manual e não há como exportar papéis personalizados de uma unidade de negócios para outra. Isso pode ser desafiador se uma divisão primária tiver um número de divisões secundárias e cada divisão secundária precisar de papéis personalizados.

Informações adicionais

- [Unidades de negócios no Marketing Cloud](#)
- [Marketing distribuído no Salesforce](#)

Nota:

Obrigado a Rebecca Schults Robrahn por também ter contribuído para este artigo. Rebecca é consultora de Marketing Cloud da Accenture, nos EUA. Rebecca trabalha com clientes da educação superior em todo o país em estratégias, implementação e suporte a sua instância do Marketing Cloud e integrações com outras tecnologias da Salesforce.

Informações sobre a licença do Marketing Cloud Engagement for Industries

O Salesforce para organizações sem fins lucrativos integra o Marketing Cloud Engagement for Industries (MCNGO) com um equilíbrio entre preço e recursos. Nosso objetivo é fornecer o Marketing Cloud para o maior número possível de organizações sem fins lucrativos. A edição MCNGO é bastante parecida em recursos e funcionalidades com a edição Marketing Cloud Pro, com as seguintes exceções:

Item	Total da edição Pro	Total da edição MCNGO
Chamadas de API	2.000.000	100.000

Item	Total da edição Pro	Total da edição MCNGO
Automações	15.000	10.000
Contatos	15.000	10.000
Armazenamento de dados	15	5
Supermensagens	2.500.000	750.000
Usuários	15	5

Nota:

Se você precisar aumentar qualquer um desses limites, entre em contato com seu executivo de contas.

Saiba mais sobre as edições do Marketing Cloud em [Como escolher a edição certa do Marketing Cloud](#).

Marketing Cloud Engagement for Industries e Tradução

Perguntas frequentes

Com que frequência vocês localizam produtos da Salesforce.org?

Localizar nossos rótulos de produtos e textos faz parte de cada grande lançamento sazonal.

Em quais idiomas vocês localizam?

A Salesforce.org localiza por pacote, não por produto, de modo que os idiomas variam. Consulte [Idiomas disponíveis](#). O Salesforce oferece três níveis de suporte a idiomas: idiomas totalmente suportados, idiomas de usuário final e idiomas somente para a plataforma. Para obter mais informações, consulte [Idiomas suportados](#) na Ajuda do Salesforce.

Você localizam a documentação do produto?

Atualmente localizamos a documentação para esses produtos: Accounting Subledger, Gerenciamento de casos, Education Data Architecture (EDA), Gerenciamento de bolsas, Insights Platform Data Integrity, Marketing Cloud para organizações sem fins lucrativos, Pacote de sucesso para organizações sem fins lucrativos (NPSP), Outbound Funds Module, Módulo de gerenciamento de programas (PMM) e Student Success Hub (SSH). Consulte [Idiomas disponíveis](#) para saber detalhes. Consulte [Documentação localizada](#) para obter uma lista de links para a documentação.

Notei um erro ou algo faltando em uma tradução. Onde eu posso relatar um problema?

Tenha em mente que atualizamos as traduções apenas para grandes lançamentos, portanto, elas podem ficar fora de sincronia após lançamentos de menor porte. Para relatar um erro, [crie um caso](#) com o Tópico definido como `Configuração e segurança` e a Categoria definida como `Globalização e localização`.

Posso substituir as traduções?

Claro. Você pode usar o Translation Workbench para substituir as traduções. Para saber mais, consulte [Translation Workbench](#) na Ajuda do Salesforce.

Qual é a diferença entre idioma e localidade?

No Salesforce, você verá as configurações de Idioma e Localidade. A localidade determina os formatos de exibição de data e hora, endereços, números de telefone, e vírgulas e pontos em números. O idioma determina em qual idioma os objetos, campos, configurações e o texto da interface do usuário aparecem.

Vocês aceitam traduções da comunidade?

Embora muitos de nossos produtos sejam de código aberto, no momento não aceitamos solicitações pull do GitHub para contribuições de localização. O processo de localização exige um nível de manutenção que não é realístico nem sustentável para os colaboradores da comunidade e, portanto, nós contamos com nossos programas de localização para fornecer traduções oportunas e de alta qualidade.

Idiomas disponíveis

A Salesforce.org fornece traduções para os idiomas a seguir. Quando você escolhe um dos idiomas suportados durante a configuração do usuário (ou de toda a organização), objetos, campos, configurações e texto da interface do usuário do Marketing Cloud para organizações sem fins lucrativos são exibidos nesse idioma.

Marketing Cloud Engagement para organizações sem fins lucrativos

Idioma	Interface do usuário	Documentação
Holandês	√	√
Inglês (UK)	√	√
Francês	√	√
Alemão	√	√
Japonês	√	
Português (Brasil)	√	√
Espanhol	√	

Nota:

Se não houver suporte para seu idioma preferido, você pode localizar sua organização para habilitar esse idioma para seus usuários globais. Uma opção é usar o Translation Workbench para traduzir suas personalizações de texto e substituir rótulos e traduções de pacotes gerenciados. Você pode traduzir tudo, de valores personalizados de listas de opções a campos personalizados. Para obter mais informações, consulte [Adicionar idiomas traduzidos e tradutores](#) e [Traduzir rótulos personalizados](#).

Documentação localizada

Use esses links para acessar a documentação localizada para cada idioma disponível.

Marketing Cloud Engagement para organizações sem fins lucrativos

- [Holandês](#)
- [Inglês \(UK\)](#)
- [Francês](#)
- [Alemão](#)
- [Português \(Brasil\)](#)

Habilitar idiomas

Recomendamos que você conclua essas etapas para habilitar um idioma para usar com Marketing Cloud para organizações sem fins lucrativos:

1. Antes de usar qualquer idioma traduzido, habilite o Translation Workbench na configuração. Para obter informações, consulte [Habilitar e desabilitar o Translation Workbench](#).
2. Se você estiver habilitando um idioma somente para a plataforma
 1. Em Configuração, pesquise e selecione **Habilitar idiomas somente para a plataforma**.
 2. Mova o idioma desejado para a lista Idiomas exibidos.
 3. Salve suas alterações.

Solução de problemas do Marketing Cloud Engagement for Industries

Resolva erros e problemas de configuração no Marketing Cloud Engagement for Industries.

Corrigir erros da página Introdução

Se você encontrar erros ao trabalhar na página Introdução ao Marketing Cloud Engagement for Industries, verifique se você:

- Tem as permissões do sistema necessárias.
- Realizou as etapas necessárias do processo.

A página Introdução ao Marketing Cloud Engagement for Industries é modelada no módulo [Configuração do Marketing Cloud Connect](#) no Trailhead. Para resolver problemas na página Introdução, siga as instruções no módulo do Trailhead.

Sincronizar extensões de dados

Você cria uma extensão de dados sincronizada durante o fluxo de trabalho de **Introdução** para permitir o fluxo de dados do CRM para o Marketing Cloud.

Se você implantar ativos sem configurar as extensões de dados sincronizadas, os ativos são implantados mas as automações de consultas SQL não são. Um mensagem de erro é exibida aproximadamente 10 minutos após a implantação para indicar uma falha nos dados.

[Sincronize seus dados do Salesforce com o Marketing Cloud](#) antes de implantar ativos.

Atualizar cores de ativos de email

Você pode personalizar ativos com a marca da sua organização antes de implantá-los na página Introdução. Para alterar a cor do tema de um ativo de email depois de ser implantado:

1. Faça login no Marketing Cloud.
2. Vá para **Email Studio > Email**.
3. Clique em **Conteúdo**.
4. Selecione um ativo para editar. Selecione um ativo cujo tipo seja Modelo, não Email baseado em modelo.
5. Clique em **Editar** e, em seguida, **Editar conteúdo**.
6. Clique em **Exibição de código**.
7. Encontre a linha AMPscript que define a cor do tema.

```
Por exemplo: SET @companyColor = TreatAsContent('#000000')
```

Aqui, o código da cor é #000000.

8. Digite um novo código de cor.

9. Salve suas alterações.

Nota:

A atualização das cores do tema não é visível quando você visualiza o ativo. Você verá a cor atualizada quando visualizar e enviar o email.

Para atualizar emails existentes que usam um modelo onde você atualizou a cor do tema:

1. Vá para **Email Studio > Email**.
2. Selecione um modelo de email para editar.
3. Clique em **Editar** e, em seguida, **Editar propriedades**.
4. Encontre a mensagem de aviso de modelo alterado e clique em **Atualizar email agora**.
5. Clique em **Avançar** e salve as alterações.

Ainda precisa de ajuda?

Participe da [Trailblazer Community](#) e procure ajuda. É nesta comunidade online que os usuários se conectam com outros Trailblazers para compartilharem ideias e pedirem ajuda.

Se ainda tiver problema, entre em contato com o Suporte da Salesforce.

Consulte também:

- [Trailhead: Configuração do Marketing Cloud Connect](#)
- [Guia de solução de problemas no Marketing Cloud](#)

Integração

Sincronizar seus dados do Salesforce com o Marketing Cloud

Aproveite ao máximo o Marketing Cloud Engagement for Industries e sincronize seus dados do CRM com o Marketing Cloud.

Visão geral

Sincronize seus dados do CRM com o Marketing Cloud para aproveitar ao máximo o Marketing Cloud Engagement for Industries.

Aqui está um resumo de alto nível das etapas de sincronização de dados:

1. Crie uma fonte de dados sincronizada para adicionar automaticamente dados de contato do Salesforce ao Marketing Cloud de forma recorrente.

2. Usando o Automation Studio, execute uma consulta de dados para preencher suas extensões de dados de forma recorrente.

Nota:

Siga essas etapas com seu administrador do Marketing Cloud.

Criar uma fonte de dados sincronizada

Uma fonte de dados sincronizada adiciona automaticamente dados do Salesforce que você definir ao Marketing Cloud. Crie uma fonte de dados sincronizada que adicione dados de contato novos e atualizados do Salesforce ao Marketing Cloud, para que você tenha sempre as informações mais atualizadas disponíveis para seus esforços de marketing.

Para criar uma fonte de dados sincronizada de contatos:

1. Faça login no Marketing Cloud.
2. No Audience Builder, clique em **Contact Builder**.
3. Clique em **Fontes de dados**.
4. Clique em **Sincronizar**.
5. Clique no bloco de origem de dados disponível.
6. Clique em **+ Configurar novo objeto**.
7. Localize o bloco de contato e clique no botão **Sincronizar** do bloco.

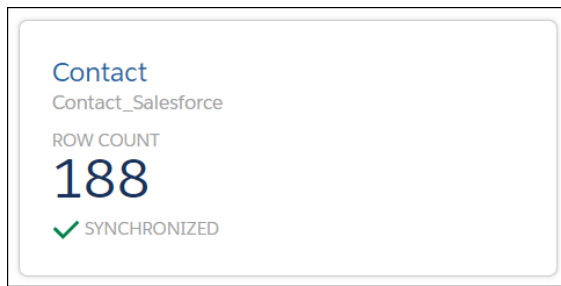
8. Selecione os campos a sincronizar. Os usuários do Salesforce para organizações sem fins lucrativos selecionam os seguintes campos:
 - a. Nome
 - b. Sobrenome
 - c. Rua de correspondência
 - d. Cidade de correspondência
 - e. Estado de correspondência
 - f. CEP de correspondência
 - g. npo02__FirstCloseDate__c
 - h. npo02__LargestAmount__c
 - i. npo02__LastOppAmount__c
 - j. npo02__LastCloseDate__c

Nota:

Alguns campos obrigatórios já estão selecionados para você, como ID, Email, HasOptedOutOfEmail.

- k. npo02__NumberOfClosedOpps__c
 - l. npo02__TotalOppAmount__c
9. Clique em **Avançar**.
 10. Em Coleta de registros, escolha como filtrar os dados sincronizados. Considere os limites de uso do Marketing Cloud e filtre seus dados de acordo. Trabalhe com seu executivo de contas se você tiver dúvidas ou precisar aumentar seu uso. Saiba mais em [Como encontro meu executivo de contas da Salesforce.org?](#)
 11. Em Agenda de enquetes, escolha com que frequência deseja sincronizar dados. Recomendamos **15 minutos**.
 12. Clique em **Salvar e sincronizar**.
 13. Os usuários do Salesforce para organizações sem fins lucrativos devem repetir as etapas 6-12 do objeto Doação recorrente. Sincronize o campo Próxima data de doação, npe03__Next_Payment_Date__c.

O processo de sincronização pode levar vários minutos para ser concluído dependendo do número de registros. O processo de sincronização é bem sucedido quando você vê um bloco para cada entidade que sincronizou, incluindo uma contagem de linhas e um status sincronizado. Veja um exemplo do bloco para a entidade de contato sincronizada.

**Nota:**

A sincronização de dados é unidirecional do Salesforce para o Marketing Cloud. Em outras palavras, quaisquer alterações que você fizer aos seus dados de contato no Marketing Cloud não são enviadas de volta para o Salesforce.

Consulte também: [Criar fontes de dados sincronizadas no Contact Builder](#)

Preencher extensões de dados com o Automation Studio

Use o Automation Studio para atualizar automaticamente sua extensão de dados quando sua fonte de dados receber novos dados do Salesforce. Criamos algumas automações para você, mas você precisa executá-las para recuperar os dados. As automações do Salesforce para organizações sem fins lucrativos são:

- Automação de doadores recorrentes
 - Automação de agradecimento geral
 - Automação de pedido urgente
 - Automação do boletim para doadores gerais
 - Automação de encerramento em breve
 - Automação da série de boas-vindas
1. Faça login no Marketing Cloud.
 2. No Journey Builder, clique em **Automation Studio**.
 3. Vá para **Minhas automações**.
 4. Abra uma automação e clique em **Executar**.
 5. Na próxima janela, clique em **Executar agora**.
 6. Repita até executar todas as automações.

Dica:

Agende este processo para ser executado diariamente ou semanalmente, dependendo da frequência com que você envia emails, para ter os dados mais recentes.