



Marketing Cloud Engagement for Industries



salesforce.org

© Copyright 2000–2023 salesforce.com, inc. All rights reserved. Salesforce is a registered trademark of salesforce.com, inc., as are other names and marks. Other marks appearing herein may be trademarks of their respective owners.

Contents

Documentación de Marketing Cloud Engagement for Industries.....	1
Introducción a Marketing Cloud Engagement for Industries.....	1
Aprenda acerca de las plantillas de email.....	4
Adopción de las unidades comerciales de Marketing Cloud.....	4
Traducción del contenido de Marketing Cloud Engagement for Industries.....	15
Solucionar problemas de Marketing Cloud Engagement for Industries.....	18
Marketing Cloud Engagement con sus productos.....	20
Marketing Cloud Engagement for Educación.....	20
Marketing Cloud Engagement for Financial Services Cloud.....	25
Marketing Cloud Engagement for Health Cloud.....	28
Marketing Cloud Engagement for Nonprofits - NPSP.....	31

Documentación de Marketing Cloud Engagement for Industries

Marketing Cloud Engagement for Industries es un conjunto de herramientas de marketing para ampliar su alcance que le ayuda a llamar la atención de sus simpatizantes, contactos y clientes y a comunicarse con ellos. Aprenda a llevar sus mensajes a otro nivel con correos electrónicos personalizados, segmentación de audiencias y campañas de correo electrónico automatizadas.

Introducción a Marketing Cloud Engagement for Industries

Aprenda a instalar y usar Marketing Cloud Engagement for Industries. Envíe correos electrónico personalizados a destinatarios específicos y cree campañas de correo electrónico automatizadas.

Descripción general de Marketing Cloud Engagement for Industries

Comuníquese e interactúe con sus clientes con Marketing Cloud Engagement for Industries.

Marketing Cloud Engagement for Industries es un conjunto de herramientas de marketing para ampliar su alcance que le ayuda a llamar la atención de sus simpatizantes, contactos y clientes y a comunicarse con ellos a cualquier escala. Lleve sus mensajes a otro nivel con correos electrónicos personalizados, segmentación de audiencias y campañas de correo electrónico automatizadas.

Para ayudarle a ponerse en marcha rápidamente con Marketing Cloud, hemos creado una página de Primeros pasos en la aplicación de Marketing Cloud Engagement for Industries. La página Primeros pasos le guía a través del proceso de conexión y le proporciona acceso a un conjunto de activos especializados, como correos electrónicos y trayectorias.

Requisitos previos para Marketing Cloud Engagement for Industries

Prepárese para instalar Marketing Cloud Engagement for Industries asegurándose de que cuenta con todas las licencias y funciones necesarias.

Antes de instalar Marketing Cloud Engagement for Industries, debe tener las licencias necesarias. Póngase en contacto con su ejecutivo de cuentas o acceda directamente a [sus cuentas de Salesforce](#) para administrar sus suscripciones.

A continuación, complete los siguientes requisitos previos para conectar Marketing Cloud con su Salesforce CRM.

Activar Lightning Experience

Salesforce Lightning es la siguiente generación de la experiencia de usuario de Salesforce, y es un requisito para Marketing Cloud Engagement for Industries. Si su organización no está aún en Lightning Experience, obtenga más información en [Cómo realizar la transición a Lightning Experience](#).

Activar Mi dominio

Mi dominio le ayuda a conservar sus datos de una forma más segura añadiendo un nombre de dominio específico del cliente a la URL de su organización de Salesforce; además, es un requisito para Marketing Cloud Engagement for Industries. Si todavía no ha implantado Mi dominio en su organización, obtenga más información en [Configurar Mi dominio](#).

Instalar el paquete de Marketing Cloud Engagement for Industries

Instale el paquete de Marketing Cloud Engagement for Industries en su organización.

1. Visita la [página del instalador de Marketing Cloud Engagement for Industries](#).
2. Haga clic en **Iniciar sesión** para iniciar la validación previa a la instalación y seleccionar su tipo de organización.
3. Introduzca sus credenciales de inicio de sesión.
4. Haga clic en **Permitir**.
5. Haga clic en **Instalar**. Verá un mensaje de confirmación cuando se complete la instalación.

Iniciar la aplicación de Marketing Cloud Engagement for Industries

Abra la aplicación Marketing Cloud Engagement for Industries y siga las instrucciones en la página Primeros pasos para prepararse para la conexión entre Marketing Cloud y Salesforce.

1. Inicie sesión en Salesforce.
2. En el Iniciador de aplicación, busque y seleccione **MC Engagement for Industries**.
3. Siga estas instrucciones en la página Primeros pasos.

Ya puede conectar Marketing Cloud con Salesforce.

Activos implementados de Marketing Cloud Engagement for Industries

Descubra los activos que tiene a su disposición después de completar el flujo Primeros pasos en Marketing Cloud Engagement for Industries.

Puede utilizar activos como estos una vez que se haya completado el flujo de información general correctamente.

Activos implementados	Ubicación en Marketing Cloud
Correos electrónicos	Content Builder
Trayectorias	Journey Builder
Automatizaciones	Automation Studio
Extensiones de datos	Contact Builder

¿Necesita ayuda?

Conecte con recursos que le ayuden a poner en marcha Marketing Cloud Engagement for Industries sin problemas.

El proceso de conexión de Marketing Cloud con Salesforce puede ser complejo. Únase a la [Trailblazer Community](#) y pida ayuda. Esta comunidad en línea es donde se conectan los usuarios con otros Trailblazers para compartir ideas y pedir ayuda.

Si sigue teniendo problemas, póngase en contacto con el Servicio de asistencia de Salesforce.

Consulte también:

- [Trailhead: Configuración de Marketing Cloud Connect](#)
- [Guía de solución de problemas de Marketing Cloud](#)

Aprenda acerca de las plantillas de email

Encuentre las plantillas de email que cumplen con sus necesidades y aprenda a usar los emails en Marketing Cloud.

Encuentre la plantilla de correo electrónico para su sector

Sepa cómo encontrar la plantilla de correo electrónico adecuada en Marketing Cloud for Industries según sus necesidades.

Las versiones de las plantillas de correo electrónico se guardan según su marca de tiempo. Antes de actualizar un correo electrónico, asegúrese de que tiene la plantilla adecuada.

1. Vaya al correo electrónico que desea actualizar.
2. En el panel Detalles, localice el nombre de la plantilla de origen.
3. Vaya a la carpeta de plantillas de correo electrónico y encuentre la plantilla de origen.
4. Actualice según sea necesario.

Recursos para crear y enviar emails con Marketing Cloud

Explore los recursos de Marketing Cloud para la creación, la prueba y el envío de emails.

- [Crear fuentes de datos sincronizados en Contact Builder](#)
- [Automation Studio](#)
- [Crear plantillas](#)
- [Crear emails en Content Builder](#)
- [Vista previa de suscriptor y envío de prueba](#)
- *Trailhead:* [Vista previa, prueba y envío de emails](#)
- *Trailhead:* [Crear y enviar emails dirigidos](#)

Adopción de las unidades comerciales de Marketing Cloud

Las unidades comerciales son espacios de trabajo independientes dentro de la instancia de Marketing Cloud de una organización que permiten que varios equipos administren sus datos y funciones de marketing de manera independiente. Este artículo explora los diferentes aspectos de esta función y señala varias consideraciones a tener en cuenta, con el fin de utilizar las unidades comerciales de la mejor manera para las funciones de marketing.

Introducción a la unidades comerciales de Marketing Cloud

Descubra cómo las unidades comerciales de Marketing Cloud ayudan a los miembros del equipo a gestionar sus funciones de datos y marketing de manera independiente al mismo tiempo que colaboran con activos comunes.

Las unidades comerciales en Marketing Cloud son espacios de trabajo independientes de una cuenta de Marketing Cloud de una organización, que permiten que diferentes miembros de equipo o departamentos de la misma organización administren sus datos y funciones de marketing de manera independiente a la vez que activan la colaboración para los activos (como plantillas con marca).

Las unidades comerciales se crean en una jerarquía. La unidad comercial que se encuentra en lo más alto de la jerarquía se llama **unidad comercial principal** y el resto de unidades comerciales creadas se llaman **unidades comerciales secundarias**. Estas unidades comerciales secundarias, a su vez, pueden tener sus propios nodos, etc.

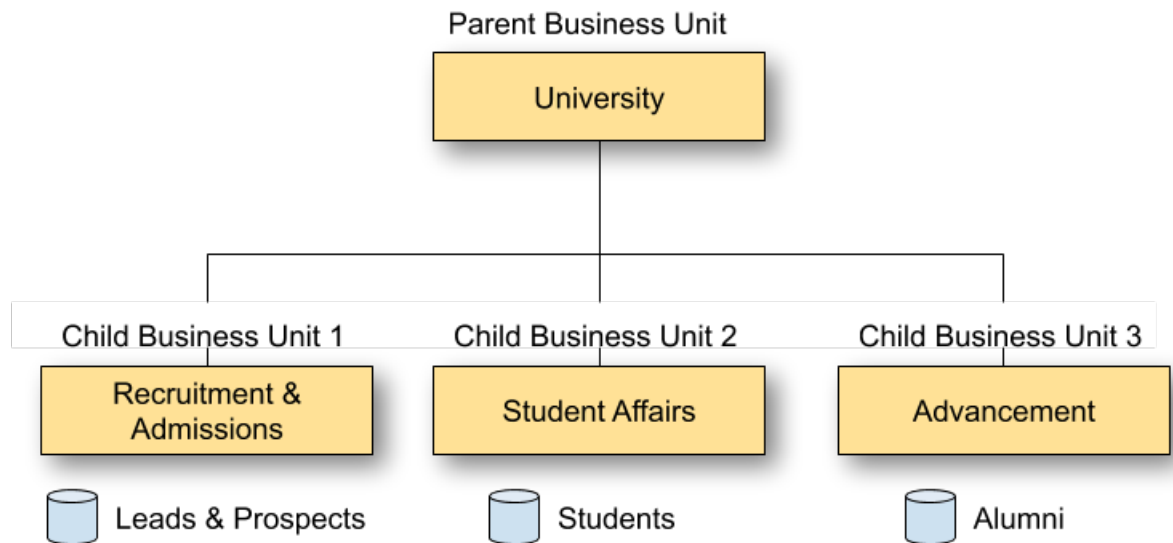
Jerarquía de la unidad comercial principal y las secundarias en una universidad

Desde una perspectiva empresarial y de marketing, las unidades comerciales se crean para administrar las funciones de marketing de diferentes subdivisiones dentro de una organización. Por ejemplo, supongamos que una universidad grande tiene diferentes equipos de marketing en los departamentos de captación y admisiones, asuntos estudiantiles y promoción. Cada una de estas subdivisiones administran diferentes segmentos de la audiencia (candidatos y clientes potenciales, estudiantes, alumnado, etc.) y es posible que quieran organizar y administrar sus equipos de marketing y de datos de manera independiente. En este caso, la organización de TI principal que administra la universidad puede crear 3 unidades comerciales diferentes para cada una de estas divisiones de la principal, llamada unidad comercial de la universidad.

Mediante la adopción de unidades comerciales, la universidad puede hacer lo siguiente:

- Administrar los usuarios de cada uno de los departamentos en una única instancia de Marketing Account.
- Permitir que 3 departamentos visualicen y administren solo los datos que necesitan administrar. Por ejemplo, muestre datos de candidatos y clientes potenciales al departamento de captación y admisiones de manera que puedan llevar a cabo esfuerzos de marketing adecuados para ese segmento. De manera similar, permita que el departamento de asuntos estudiantiles envíe comunicaciones de marketing a los estudiantes actuales de la universidad.
- Aproveche usuarios en cada una de estas unidades comerciales de manera independiente. Se pueden crear funciones de usuarios personalizadas específicas de la unidad comercial si fuese necesario.

- Permita que los usuarios envíen diferentes tipos de correos electrónicos [correos electrónicos de reclutamiento o correos electrónicos sobre alojamiento para estudiantes] desde unidades comerciales distintas de manera independiente. Si un experto de marketing está trabajando para ambos departamentos, se puede aprovisionar en ambas unidades.
- Permita que los usuarios compartan plantillas de correo electrónico, imágenes y otros activos comunes entre todas las unidades comerciales.



Otro caso de uso para las unidades comerciales de Marketing Cloud es la necesidad de administrar diferentes submarcas o estructuras regionales bajo la misma marca. Esto es importante no solo en el comercio minorista, sino también en ciertas instituciones de educación superior y en organizaciones sin ánimo de lucro. Por ejemplo, una organización sin ánimo de lucro puede ser una asociación de varias organizaciones que cubren diferentes necesidades de la sociedad en nombre de diferentes marcas en diversas geografías. En este caso, las unidades comerciales ayudan a administrar los respectivos equipos de marketing con más agilidad y seguridad. Tenga en cuenta otra ventaja: la adopción de unidades comerciales permitirá que los suscriptores se excluyan solo de esa marca o entidad regional, no de toda la organización.

Funciones de las unidades comerciales

Ajuste la segregación y la gestión de los datos mediante unidades comerciales.

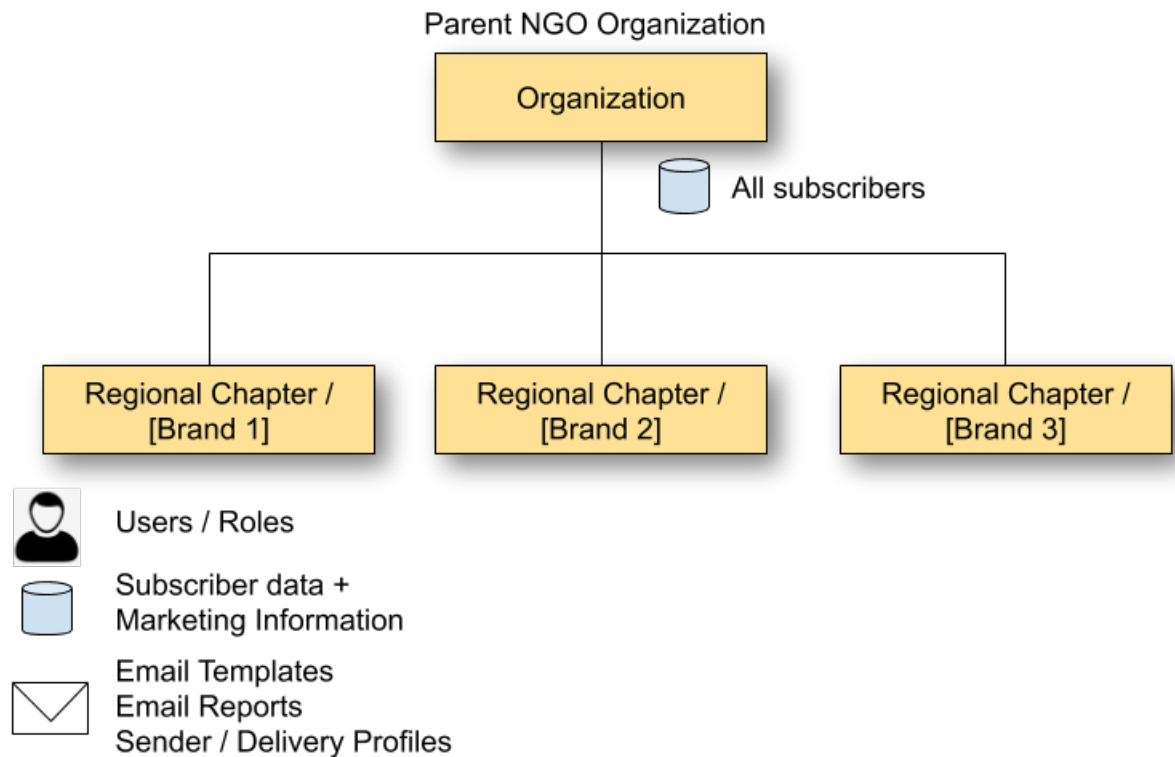
Jerarquía

Considere cómo podría usar mejor su organización las jerarquías de unidades comerciales para estructurar y organizar la gestión de datos.

Mientras que no existe una manera correcta o incorrecta de establecer una jerarquía de unidades comerciales, algunos requisitos específicos de usuario y necesidades de datos para subdivisiones de la organización deberían evaluarse con el fin de identificar el modelo correcto. Algunas de las preguntas más comunes a tener en cuenta son las siguientes:

- ¿Hay diferentes marcas o divisiones que necesiten espacios de trabajo individuales debido a necesidades de datos o procesos específicos?
- ¿Existen diferentes necesidades de marca en los distintos equipos de marketing?
- ¿Cuáles son los activos y los datos comunes que deben compartirse?

Estas son algunas de las preguntas más comunes a tener en cuenta. Además, es una buena opción evitar demasiados niveles o jerarquías complejos que son difíciles de administrar.



Las unidades comerciales secundarias mantienen sus propios suscriptores, usuarios, funciones y plantillas de correo electrónico.

Separación y aislamiento de la experiencia de usuario

Descubra los tipos de datos y activos que se pueden administrar de forma independiente con las unidades comerciales.

Dentro de cada unidad comercial, la experiencia de usuario puede ser única y estar aislada de las experiencias de usuario de las otras unidades comerciales.

Las unidades comerciales permiten que los usuarios administren los siguientes elementos de forma independiente:

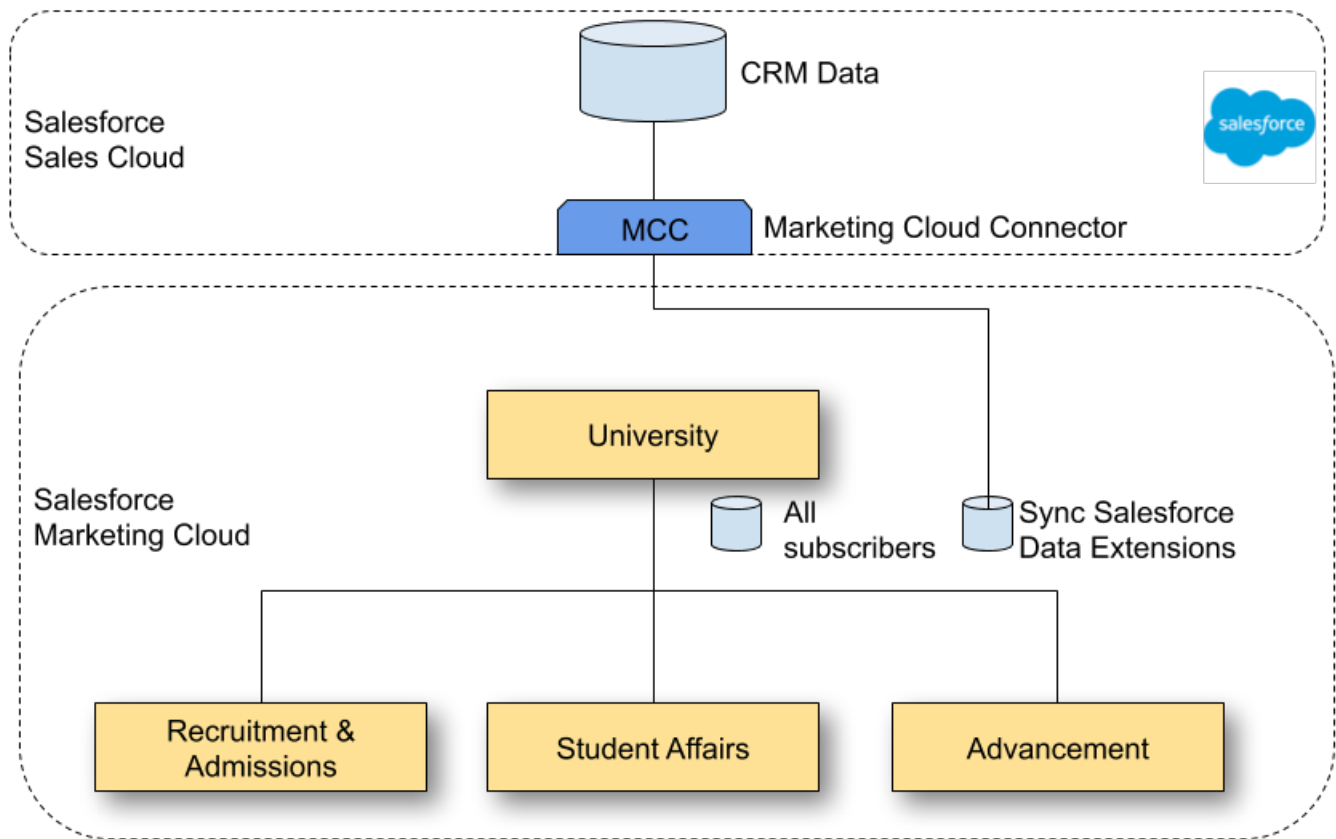
- Datos del suscriptor e información de marketing asociada**
- Plantillas de correo electrónico, imágenes, etc.
- Funciones del usuario (las funciones personalizadas pueden ser específicas de la unidad comercial)
- Perfiles de los remitentes y perfiles de entrega
- Informes de correo electrónico
- Estructura de carpetas

**** Nota:** La tabla Todos los suscriptores mantiene una lista principal de todos los suscriptores de la unidad comercial en el nivel principal.

Marketing Cloud Connector y colaboración de datos

Utilice Marketing Cloud Connector de Salesforce para sincronizar los datos de la plataforma principal de Salesforce en Marketing Cloud.

Los clientes normalmente utilizan Marketing Cloud Connector de Salesforce para sincronizar datos entre Salesforce Platform (Sales Cloud, Service Cloud, etc.) y Marketing Cloud. Esto ayuda a administrar todos los datos de CRM en Sales Cloud a la vez que se ejecutan las campañas de marketing desde Marketing Cloud.



Marketing Cloud Connector enlaza Salesforce Core Platform y Marketing Cloud

Al instalar y configurar Marketing Cloud Connector, la unidad comercial principal debe ser el **punto de integración** entre Marketing Cloud y Salesforce ¹. De forma predeterminada, Marketing Cloud Connector introduce todos los datos de CRM de Salesforce en la unidad comercial principal y los almacena en **extensiones de datos sincronizados de Salesforce**. Tenga en cuenta que el administrador de Marketing Cloud tiene la opción de elegir los campos que quiere sincronizar para un objeto determinado en CRM, pero tienen opciones de filtrado limitadas². Una vez que estos datos se encuentran en la unidad comercial principal, esta unidad comercial puede **consultar** y **compartir conjuntos de datos específicos** para cada unidad comercial secundaria. Esta colaboración se lleva a cabo mediante una **carpeta compartida de extensión de datos**. Se puede configurar de manera que una carpeta compartida de extensión de datos determinada solo sea accesible para una unidad comercial secundaria, de modo que ninguna otra unidad comercial tendrá acceso a esa carpeta y, por consiguiente, a los datos. Esta opción asegura que los datos de cada unidad comercial secundaria estén seguros y sean específicos para las necesidades de cada una.

Como la unidad comercial principal tiene acceso a todos los datos antes de que se filtren a cada unidad comercial secundaria, la unidad comercial principal se puede utilizar para las comunicaciones que tengan que enviarse en nombre de toda la organización.

Para ilustrar este proceso para la educación superior, la unidad comercial principal (la universidad) consumiría de Salesforce todos los datos relevantes de los estudiantes. La unidad comercial principal de la universidad podría filtrar y compartir datos para cada una de las facultades con el fin de que se utilicen para enviar comunicaciones de marketing a los alumnos pertinentes. La unidad comercial de la universidad, sin embargo, puede usarse para enviar comunicaciones de toda la universidad a todos los estudiantes.

Notas al pie:

¹ La única excepción es para varias organizaciones conectadas de Marketing Cloud, por ejemplo, una instancia de Marketing Cloud enlazada a varias instancias de Sales/Service Cloud. Puede obtener más información sobre esto [aquí](#).

² Filtre según un campo booleano definido/filtre los datos a partir de una fecha definida en adelante.

Consideraciones para las unidades comerciales de Marketing Cloud

Descubra las decisiones que debe tener en cuenta a la hora de configurar unidades comerciales en Marketing Cloud.

IP dedicadas/dominio conjunto

Aprenda cuándo usar una dirección IP dedicada o un único dominio conjunto para una unidad comercial.

Según el caso o el volumen de envío, una dirección IP se puede **compartir en todas las unidades comerciales** de una organización. Con un mantenimiento y supervisión adecuados, el uso compartido de una IP dedicada otorga a la organización la capacidad de mantener una reputación del remitente positiva a la vez que se unifica la imagen de marca.

Es posible que haya algunos casos en los que una unidad comercial desee tener su propia IP dedicada. Esto ocurre normalmente si el volumen de envío supera los 2,5 millones al mes. La IP dedicada adicional puede utilizarse, entonces, al enviar diferentes tipos de comunicaciones por correo electrónico, como mensajes sobre transacciones o mensajes comerciales.

Cuando el cliente opta por el paquete de autenticación del remitente (SPF) como parte de su configuración inicial, toda la organización puede **compartir un dominio conjunto dedicado** en todas las unidades comerciales. Este dominio se utiliza para contener todas las URL e imágenes, de manera que reflejen la imagen de marca en

lugar de una la imagen predeterminada de una marca de Marketing Cloud. Por ejemplo, ABC University, una institución de enseñanza superior, puede designar el dominio **communications.abcuniv.edu** como su dominio conjunto y todas las URL de imágenes y enlaces se pueden reunir en esa URL.

Normalmente, se utiliza un único dominio conjunto en todas las unidades comerciales de una organización. Sin embargo, también es posible configurar dominios conjuntos individuales para unidades comerciales específicas si fuese necesario. Esto es especialmente necesario para aquellas organizaciones que pretenden utilizar las unidades comerciales para administrar varias marcas.

Anulación de suscripción/centro de preferencias

Gestione la anulación de suscripción de correo electrónico de toda la organización o ajuste las opciones correspondientes en cada unidad comercial.

Las anulaciones de suscripción de los correos electrónicos pueden administrarse **en el nivel de unidad comercial o en toda la organización**. Si se administra en el nivel de unidad comercial, cuando un suscriptor anula las suscripciones de todos los correos electrónicos, esa preferencia es específica para los correos electrónicos que se envían desde esa unidad comercial. Si se administra a nivel de organización o empresa, cuando un suscriptor anula las suscripciones de los correos electrónicos, esta preferencia se aplica a **todos los correos electrónicos de las unidades comerciales**.

Cada unidad comercial puede tener su propio centro de preferencias, que puede albergar diferentes preferencias de comunicación. Por ejemplo, el suscriptor puede registrar y modificar las preferencias de diferentes tipos de contenido de correo electrónico que le gustaría recibir. La organización también puede elegir administrar las preferencias en todas las unidades comerciales en un solo lugar mediante Cloud Pages u otros centros de preferencias personalizados. Vea la nota de Cloud Pages más tarde en este artículo.

Existen **listas de supresión** y **listas de exclusión** en el nivel de unidad comercial, lo que permite que cada unidad controle quién recibe comunicaciones por correo electrónico y quién no. También es importante tener en cuenta que la validez de los correos electrónicos (por ejemplo, las devoluciones temporales y permanentes) se siguen en el nivel de unidad comercial y se aplican a todas las unidades comerciales secundarias.

Colaboración y seguridad de datos

Comparta contenido y recursos desde la unidad comercial principal a las unidades comerciales secundarias, o entre unidades secundarias.

Tanto los **datos como el contenido se pueden compartir** en las unidades comerciales dentro de una instancia. Tal y como se ha mencionado anteriormente, los datos de la unidad comercial principal se pueden compartir con la unidad comercial secundaria según

sea necesario. Pero los datos **también pueden compartirse en las unidades comerciales secundarias** si fuera necesario.

Lo mismo ocurre con el contenido y los activos. El contenido de una unidad comercial puede compartirse con otra unidad comercial. Puede ser el caso de una unidad comercial principal que crea y administra las plantillas de correo electrónico o los logotipos para cada una de las unidades comerciales secundarias o que comparte imágenes entre dos o más unidades comerciales secundarias.

Es importante tener en cuenta que, en cuanto a la colaboración se refiere, una vez que un usuario consigue acceso a ciertos datos en una unidad comercial, ya no podrá limitar la visibilidad. Por ejemplo, si se le otorga acceso a un usuario a los datos de suscriptor en la unidad comercial, también tendrá acceso los datos de todos los suscriptores de la unidad. Lo mismo ocurre con el contenido; si el usuario obtiene acceso al contenido, tendrá acceso a todo el contenido. Las carpetas de la unidad comercial le ayudan a organizar y dividir los datos y el contenido, pero no pueden restringir el acceso a los usuarios de la unidad comercial.

Cloud Pages

Use Cloud Pages y Content Builder para crear páginas de destino y hacer que el contenido siempre sea coherente y fácil de administrar entre los distintos canales.

Cloud Pages, en Marketing Cloud, permite que los usuarios creen y publiquen páginas de destino y microsítios. Utilizando el contenido guardado en Content Builder, todo el contenido de los canales e mantiene consistente y fácil de administrar. Tal y como se ha mencionado anteriormente, Cloud Pages se puede utilizar para crear, entre otras cosas, centros de preferencias personalizados. A su vez, los centro de preferencias pueden representar o mostrar datos de Marketing Cloud en el nivel principal o secundario de la unidad comercial e incluso extraer y actualizar datos de una instancia conectada de Salesforce, utilizando AmpScript.

Mientras que el contenido y los activos que se utilizan para crear la página se pueden compartir, las páginas de Cloud Pages, por diseño, se limitan a la unidad comercial en la que se crean y no se pueden compartir en unidades comerciales diferentes.

Representación de marca

Descubra algunas consideraciones sobre la representación de marca y el uso compartido de contenido entre unidades comerciales.

En la introducción, hemos hablado brevemente sobre el contexto de administrar varias marcas utilizando unidades comerciales. Varias divisiones, departamentos o marcas en una organización pueden dividir y administrar sus funciones de marketing de manera independiente utilizando unidades comerciales. Tenga en cuenta que el uso de unidades

comerciales es el primer paso importante en la gestión de marketing de múltiples marcas. Es posible que los suscriptores no conozcan o no conecten con estas marcas, a menos que las plantillas de correo electrónico, las imágenes y el contenido asociado reflejen la identidad de la marca de manera apropiada.

Por ejemplo, pensemos en una universidad que se encarga de tres (3) facultades diferentes: Ingeniería, Ciencias empresariales y Comercio. Es posible que estas facultades se estén comunicando y estén enviando comunicaciones de marketing utilizando sus propios mensajes y personalización de marca. La audiencia (o los alumnos) de cada una de estas marcas son muy diferentes, por lo que debe personalizar las comunicaciones de marketing, la personalización y la frecuencia para ajustarse a las necesidades de las audiencias/segmentos de estas marcas. También puede darse el caso de que una universidad quiera poner en marcha una nueva escuela en línea para estudiantes adultos con un nombre de marca ligeramente diferente y un conjunto de experiencias educativas totalmente nuevas. En esta situación, el concepto de unidades comerciales se puede utilizar de manera eficaz para administrar varias experiencias de comunicación en una cuenta de Marketing Cloud.

Normalmente, la unidad comercial principal representa la empresa o universidad principal en esta situación, y cada marca única de esa entidad puede hospedarse en sus propias unidades comerciales y comercializarse de manera independiente.

Consideraciones:

- Si existe la necesidad de administrar o controlar activos de marca comunes, como plantillas de correo electrónico o imágenes, lo que se puede hacer desde Content Builder
- Si existe la necesidad de compartir datos de suscriptores u otro tipo de información entre las diferentes unidades comerciales, se pueden utilizar las carpetas compartidas en la extensión de datos
- Cada unidad comercial puede albergar su propio centro de suscripciones personalizado utilizando la personalización de marca y las plantillas deseadas, de manera que sus suscriptores pueden administrar sus perfiles y suscripciones de manera apropiada.
- En cambio, algunos grupos de la institución pueden verse a sí mismos como una personalización de marca completamente diferente que no siempre es fiel a la audiencia final. Tenga en cuenta la experiencia de sus integrantes finales, así como las audiencias internas a la hora de establecer nuevas unidades comerciales.

Base y funciones de usuarios

Descubra las consideraciones y prácticas recomendadas para conceder acceso a los usuarios y usar funciones estándar y personalizadas en unidades comerciales.

Cuando se aprovisiona un usuario en Marketing Cloud, puede recibir acceso a una o más unidades comerciales. Sin embargo, proporcionar acceso diferencial a conjuntos de usuarios distintos puede ser difícil e incómodo de administrar.

Consideraciones:

- Limite la cantidad de usuarios en la unidad comercial principal para administradores de Marketing Cloud, cualquier miembro del equipo que necesite acceder a los datos a nivel de la unidad principal (como Central Marketing) y cualquier equipo que cree contenido que se comparta en todas las unidades comerciales (como Gestión de marca).
- Los especialistas de marketing individuales y los técnicos que trabajan para divisiones específicas deberían tener acceso restringido a unidades comerciales respectivas. Dentro de esa unidad comercial, es posible que se le otorgue acceso a varias herramientas y datos.
- Si una persona, por ejemplo un especialista de marketing, controla más de una división, se le puede dar acceso a más de una unidad comercial. Sin embargo, esto debería ser una excepción y no debería convertirse en una norma.
- Siempre que sea posible, las funciones de cada una de estas unidades comerciales deben estandarizarse. Este proceso es complejo cuando varias unidades comerciales representan diferentes entidades que tienen estructuras organizacionales muy distintas. Marketing Cloud permite crear funciones personalizadas en todos los niveles de la unidad comercial, pero esto puede convertirse fácilmente en una carga administrativa si no se maneja de forma apropiada. Lo recomendable es estandarizar las funciones en todas las unidades comerciales que reciben asistencia de una entidad principal.
- Tenga en cuenta que la creación de funciones personalizadas es un proceso manual y no hay forma de exportar las funciones personalizadas de una unidad comercial a otra. Este puede ser un proceso complejo si un principal tiene un número de secundarios y cada secundario necesita funciones personalizadas.

Información adicional

Utilice estos recursos adicionales para obtener más información sobre las unidades comerciales en Marketing Cloud y Salesforce Distributed Marketing.

- [Unidades comerciales en Marketing Cloud](#)
- [Salesforce Distributed Marketing](#)



Note

Gracias a Rebecca Schults Robrahn por contribuir a la realización de este artículo. Rebecca es consultora de Marketing Cloud en Accenture, con sede en EE. UU. Rebecca trabaja con clientes de educación superior de todo el mundo para crear

estrategias, implementar y dar soporte a sus instancias de Marketing Cloud e integraciones con otras tecnologías de Salesforce.

Traducción del contenido de Marketing Cloud Engagement for Industries

Sepa cuáles son los idiomas admitidos en Marketing Cloud Engagement for Industries.

Preguntas más frecuentes

Obtenga respuestas a sus preguntas sobre traducción, como la frecuencia, los idiomas y la documentación.

¿Con qué frecuencia se traducen los productos de Salesforce.org?

Los textos y las etiquetas de productos se actualizan como parte de todos los lanzamientos de versiones principales.

¿A qué idiomas se traduce?

Salesforce.org realiza traducciones por paquete, no por producto, por lo que los idiomas varían. Consulte [Idiomas disponibles](#). Salesforce ofrece tres niveles de compatibilidad de idioma: idiomas completamente compatibles, idiomas de usuario final e idiomas solo de plataforma. Para obtener más información, consulte [Idiomas admitidos](#).

¿Se traduce la documentación de los productos?

En estos momentos traducimos documentación para los productos siguientes: Accounting Subledger, Accounting Subledger Legacy, Case Management, Education Cloud, Education Data Architecture (EDA), Grants Management, Insights Platform Data Integrity, Marketing Cloud Engagement for Industries, Nonprofit Cloud, Nonprofit Success Pack (NPSP), Outbound Funds Module, Program Management Module (PMM) y Student Success Hub (SSH). Consulte [Idiomas disponibles](#) para obtener detalles. Consulte [Documentación traducida](#) para ver una lista de vínculos a la documentación.

He detectado un fallo o algo que falta en una traducción. ¿Dónde informo de ello?

Tenga en cuenta que las traducciones se actualizan solo para las versiones principales, por lo que pueden no estar sincronizadas con las versiones menores. Para informar de un fallo, [cree un caso](#) con el Tema `Setup and Security` (Configuración y seguridad) y la Categoría establecida en `Globalization and Localization` (Globalización y traducción).

¿Puedo sustituir las traducciones?

Por supuesto. Puede utilizar el Sistema de traducción para sustituir traducciones. Para conocer más detalles, consulte [Sistema de traducción](#).

¿Cuál es la diferencia entre idioma y configuración regional?

En Salesforce, verá los parámetros Idioma y Configuración regional. Configuración regional determina los formatos de visualización de la fecha y la hora, las direcciones, los números de teléfono y las comas y los puntos en las cifras. Idioma determina el idioma en el que se muestran los objetos, los campos, los parámetros y el texto de la interfaz de usuario.

¿Aceptan traducciones procedentes de la comunidad?

Aunque muchos de nuestros productos son de código abierto, en estos momentos no se aceptan solicitudes de extracción de GitHub para contribuciones de traducción. El proceso de traducción requiere un nivel de mantenimiento que no es realista ni sostenible para colaboradores de la comunidad, así que nos apoyamos en nuestros propios programas de traducción para proporcionar traducciones oportunas de alta calidad.

Idiomas disponibles

Consulte la lista de idiomas disponibles para Marketing Cloud Engagement for Industries.

Salesforce.org proporciona traducciones en estos idiomas. Cuando elige uno de los idiomas admitidos durante la configuración de usuario (o de toda la organización), los objetos, campos, parámetros y texto de la interfaz de usuario de Marketing Cloud Engagement for Industries aparecen en ese idioma.

Marketing Cloud Engagement for Industries

Idioma	Interfaz de usuario	Documentación
Holandés	√	√
Inglés (Reino Unido)	√	√
Francés	√	√
Alemán	√	√
Japonés	√	
Portugués (brasileño)	√	√
Español	√	

Documentación traducida

Acceda a vínculos de documentación en otros idiomas.

Utilice estos vínculos para acceder a la documentación traducida para cada idioma disponible.

Marketing Cloud Engagement for Industries

- [Holandés](#)
- [Inglés \(Reino Unido\)](#)
- [Francés](#)
- [Alemán](#)
- [Portugués \(brasileño\)](#)
- [Español \(España\)](#)

Documentación heredada de Marketing Cloud for Nonprofits

- [Holandés](#)
- [Inglés \(Reino Unido\)](#)
- [Francés](#)
- [Alemán](#)
- [Portugués \(brasileño\)](#)

Habilitar idiomas

Active la traducción en Salesforce para su producto Marketing Cloud Engagement for Industries.

Recomendamos que complete estos pasos para habilitar un idioma y usarlo en Marketing Cloud Engagement for Industries:

1. Antes de utilizar ningún idioma traducido, habilite Sistema de traducción en la Configuración. Para obtener información, consulte [Activar o desactivar Sistema de traducción](#).
2. Si habilita un idioma exclusivo de plataforma :
 - a. Desde Configuración, busque y seleccione **Habilitar idiomas solo para plataforma**.
 - b. Mueva el idioma deseado a la lista Idiomas mostrados.
 - c. Guarde sus cambios.

Solucionar problemas de Marketing Cloud Engagement for Industries

Resuelva errores y problemas de configuración en Marketing Cloud Engagement for Industries.

Solución de errores de la página Primeros pasos.

Resuelva los errores que se producen en la página Primeros pasos de Marketing Cloud Engagement for Industries.

Si encuentra errores al trabajar en la página Primeros pasos de Marketing Cloud Engagement for Industries, asegúrese de lo siguiente:

- Dispone de los permisos del sistema necesarios.
- Ha realizado los pasos necesarios en el proceso.

La página Primeros pasos de Marketing Cloud Engagement for Industries se modela en el módulo [Configuración de Marketing Cloud Connect](#) de Trailhead. Para resolver los problemas con los que puede encontrarse en la página Primeros pasos., siga las instrucciones en el módulo de Trailhead.

Sincronizar extensiones de datos

Cree una extensión de datos sincronizadas durante el flujo de trabajo Primeros pasos para permitir que los datos fluyan de CRM a Marketing Cloud.

Si implementa activos sin configurar las extensiones de datos, los activos se implementan pero las automatizaciones de consultas de SQL no. Aparece un mensaje de error unos 10 minutos después de haber realizado la implementación que indica un fallo en los datos.

[Sincronice sus datos de Salesforce con Marketing Cloud](#) antes de implementar activos.

Actualizar los colores de los activos del correo electrónico

Cambie el color del tema de un activo del correo electrónico después de implementarlo.

Puede personalizar los activos con la imagen de su marca antes de implementarlos en la página Primeros pasos. Para cambiar el color del tema de un activo del correo electrónico después de implementarlo, haga lo siguiente:

1. Inicie sesión en Marketing Cloud.
2. Vaya a **Email Studio** > **Email**.
3. Haga clic en **Contenido**.

4. Seleccione un activo para modificar. Asegúrese de seleccionar un activo donde el tipo sea Plantilla, no Correo electrónico basado en plantilla.
5. Haga clic en **Modificar** y, a continuación, haga clic en **Modificar contenido**.
6. Haga clic en **Vista de código**.
7. Encuentre la línea AMPscript que establece el color del tema.

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

Aquí, el código de color es #000000.

8. Introduzca un código de color nuevo.
9. Guarde sus cambios.



Note

La actualización del color del tema no aparece cuando ve el activo. Verá la actualización del color cuando realice una vista previa y envíe el correo electrónico.

Para actualizar correos electrónicos existentes que utilizan una plantilla donde actualizó el color del tema, haga lo siguiente:

1. Vaya a **Email Studio > Email**.
2. Seleccione un correo electrónico para modificar.
3. Haga clic en **Modificar** y, a continuación, haga clic en **Modificar propiedades**.
4. Encuentre el mensaje de advertencia de cambio de plantilla y haga clic en **Actualizar correo electrónico ahora**.
5. Haga clic en **Siguiente** y guarde los cambios.

¿Aún necesita ayuda?

Conecte con los recursos de la comunidad para obtener más ayuda con Marketing Cloud Engagement for Industries.

Únase a la [Trailblazer Community](#) y pida ayuda. Esta comunidad en línea es donde se conectan los usuarios con otros Trailblazers para compartir ideas y pedir ayuda.

Si sigue teniendo problemas, póngase en contacto con el Servicio de asistencia de Salesforce.

Consulte también:

- [Trailhead: Configuración de Marketing Cloud Connect](#)
- [Guía de solución de problemas de Marketing Cloud](#)

Marketing Cloud Engagement con sus productos

Termine de configurar Marketing Cloud Engagement for Industries para trabajar con sus productos.

Sincronice sus datos de CRM con Marketing Cloud para utilizar Marketing Cloud Engagement for Industries con todo su potencial.

Aquí tiene un resumen general de los pasos de sincronización de datos:

1. Cree una fuente de datos sincronizados para añadir datos de contacto de Salesforce en Marketing Cloud automáticamente de forma recurrente.
2. Ejecute una consulta de datos con Automation Studio para rellenar las extensiones de datos de forma recurrente.



Note

Trabaje con su administrador de Marketing Cloud con el fin de configurar Marketing Cloud Engagement for Industries para su producto.

Marketing Cloud Engagement for Educación

Utilice Marketing Cloud Engagement for Industries con todo su potencial y sincronice sus datos de Educación Cloud CRM con Marketing Cloud.

Se recomienda completar estos pasos de integración con su administrador de Marketing Cloud.

Crear una fuente de datos sincronizados para Educación Cloud

Cree una fuente de datos sincronizados para agregar automáticamente datos de Education Cloud nuevos y actualizados a Marketing Cloud de forma recurrente. Al sincronizar los datos, se asegura de que siempre tiene disponible la información más actualizada para sus esfuerzos de marketing.

Cree fuentes de datos sincronizados para estos objetos: Cuenta, Contacto, Solicitud particular, Candidato, Cita de servicio y Usuario. Salesforce utiliza los campos de estos objetos en plantillas de correo electrónico preconfiguradas.



Note

Las relaciones entre los objetos sincronizados no se pueden cambiar después de la sincronización inicial.

1. Inicie sesión en Marketing Cloud.

2. En Audience Builder, haga clic en **Contact Builder**.
3. Haga clic en **Fuentes de datos**.
4. Haga clic en **Sincronizadas**.
5. Haga clic en el mosaico de fuente de datos disponible.
6. Haga clic en **Configurar objeto**.
7. Haga clic en **Sincronizar** en el mosaico Cuenta.
8. Seleccione estos campos:
 - Nombre
 - PersonEmail
 - Teléfono
 - Apellido

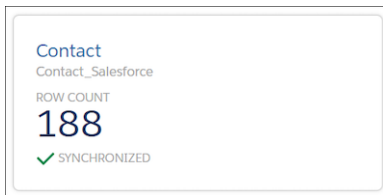


Note

Los campos requeridos, como el Id. o RecordTypeId están seleccionados de manera predeterminada.

9. Haga clic en **Siguiente**.
10. Seleccione cómo filtrar los datos sincronizados a la vez que considera los límites de utilización de Marketing Cloud. Para obtener más información sobre esos límites o sobre cómo aumentarlos, póngase en contacto con su ejecutivo de cuentas. Consulte [¿Cómo puedo encontrar al ejecutivo de cuentas de mi organización de Salesforce?](#)
11. Seleccione la frecuencia con la que sincronizar los datos. Se recomienda que sea cada 15 minutos.
12. Guarde sus cambios.
13. Si se le solicita, haga clic en **ACEPTAR** para confirmar el proceso de sincronización.
14. Repita los pasos del 6 al 13 para estos objetos y campos:
 - Contacto: FirstName, LastName, Teléfono
 - Solicitud particular: ApplicationCategory, ApplicationType, AppliedDate, Categoría, Estado
 - Candidato: FirstName, LastName, LeadSource, Nombre, Teléfono
 - Cita de servicio: AppointmentType, ApptBookingInfoUrl, Descripción, Duración, SchedEndTime, SchedStartTime, Estado, StatusCategory, Asunto
 - Usuario: CompanyName, Departamento, FirstName, LastName, Teléfono, SenderEmail, SenderName

La sincronización puede tardar varios minutos, según el número de registros. Una vez completada, un mosaico muestra un recuento de filas y un estado de sincronización para cada uno de los objetos seleccionados. Este es un ejemplo para el objeto Contacto.



Note

La sincronización de datos es un proceso de vía única entre Salesforce y Marketing Cloud. Marketing Cloud no envía cambios de datos posteriores a Educación Cloud.

Rellenar las extensiones de datos de Education Cloud con Automation Studio

Cree automatizaciones para actualizar sus extensiones de datos cuando el origen de datos reciba los nuevos datos de Salesforce.

1. Inicie sesión en Marketing Cloud.
2. En Journey Builder, haga clic en **Automation Studio** y, a continuación, seleccione **Nueva automatización**.
3. Arrastre **Programar** hasta el inicio con un círculo punteado de fuente de inicio y, a continuación, haga clic en **Configurar**.
4. Introduzca una fecha de inicio y una hora para la automatización y, a continuación, seleccione su zona horaria.
5. Si fuese necesario, seleccione una frecuencia y, a continuación, configure la cadencia. Programe este proceso para que se ejecute diariamente o semanalmente, según la frecuencia con la que envíe correos electrónicos, de manera que tenga los datos más recientes.
6. Haga clic en **Listo**.
7. Arrastre **Consulta SQL** hasta el lienzo, haga clic en **Elegir** y, a continuación, seleccione **EducationCloudAccount**.
8. Introduzca esta consulta: `select PersonEmail as PersonEmail, Phone as Phone, FirstName as FirstName, LastName as LastName from Account_Salesforce.`
9. Haga clic en **Listo**.

10. Repita los pasos del 7 al 9 para agregar estas actividades:

- **EducationCloudContact:** `select Email as Email, Phone as Phone, FirstName as FirstName, LastName as LastName from Contact_Salesforce`
- **EducationCloudIndividualApplication:** `select Id as Id, AccountId as AccountId, ContactId as ContactId, ApplicationCategory as ApplicationCategory, ApplicationType as ApplicationType, Category as Category, Status as Status, AppliedDate as AppliedDate from IndividualApplication_Salesforce`
- **EducationCloudLead:** `select Email as Email, Phone as Phone, FirstName as FirstName, LastName as LastName from Lead_Salesforce`
- **EducationCloudServiceAppointment:** `select Id as Id, AccountId as AccountId, ContactId as ContactId, ApptBookingInfoUrl as ApptBookingInfoUrl, AppointmentType as AppointmentType, Subject as Subject, Description as Description, SchedStartTime as SchedStartTime from ServiceAppointment_Salesforce`
- **EducationCloudUser:** `select Email as Email, SenderEmail as SenderEmail, Phone as Phone, SenderName as SenderName, FirstName as FirstName, LastName as LastName, Department as Department, CompanyName as CompanyName from User_Salesforce`

11. Guarde sus cambios.

12. Para probar la automatización, haga clic en **Ejecutar una vez**.

Configurar correos electrónicos con Marketing Cloud Engagement for Education

Marketing Cloud Engagement for Education proporciona plantillas de correo electrónico para ayudarle a configurar de manera eficaz las campañas de correo electrónico de su institución.

Marketing Cloud Engagement for Education proporciona las siguientes plantillas de email.

- Captación y admisiones - Fecha límite de solicitud: envíe correos electrónicos automatizados para recordar las próximas fechas límites de solicitud a los alumnos.
- Student Success - Confirmación de cita: envíe correos electrónicos automatizados para confirmar los detalles de cita a los alumnos después de haber programado una reunión con su personal.
- Participación de exalumnos - Invitación al portal para alumnos graduados recientemente: envíe un email para invitar a alumnos graduados recientemente al portal de exalumnos

y comunicarles los recursos disponibles, como los grupos y servicios de trayectoria profesional.

- Participación de exalumnos - Campaña para ampliar el alcance de la institución: envíe un email a los exalumnos con información acerca de la misión, los objetivos y las actualizaciones de progreso para las principales iniciativas de campaña de su institución.

Crear correos electrónicos utilizando plantillas de correo electrónico de Education Cloud

Utilice plantillas de correo electrónico preconfiguradas o personalícelas para que se ajusten a sus necesidades.

1. Inicie sesión en Marketing Cloud.
2. En Content Builder, haga clic en **Content Builder**.
3. Haga clic en **Crear** y, a continuación, seleccione **Mensaje de correo electrónico**.
4. Seleccione la opción de creación de **plantilla** y, a continuación, haga clic en **Guardada**.
5. Seleccione la plantilla que va a utilizar y, a continuación, haga clic en **Seleccionar**.
6. Introduzca la propiedades del correo electrónico y haga clic en **Siguiente**.
7. Introduzca un asunto y, si fuera necesario, un encabezado previo para mostrar texto después de la línea de asunto en un cliente de correo electrónico. No es necesario incluir un encabezado previo, pero un texto efectivo en el encabezado previo puede aumentar el número de destinatarios que abran el correo electrónico.
8. Si fuese necesario, modifique el texto predeterminado y personalice el correo electrónico. A continuación, haga clic en **Siguiente**.
9. Si fuese necesario, previsualice el correo electrónico y realice un envío de prueba.
10. Guarde sus cambios.

Enviar correos electrónicos de Education Cloud

Una vez que los correos electrónicos estén listos, elija cuándo enviarlos y a quién.

1. Inicie sesión en Marketing Cloud.
2. En Email Studio, haga clic en **Correo electrónico**.
3. Seleccione el correo electrónico que creó y, a continuación, haga clic en **Enviar**.
4. Si fuese necesario, introduzca propiedades del correo electrónico y haga clic en **Siguiente**.
5. Haga clic en **Extensiones de datos** y, a continuación, arrastre el objeto que representa a sus suscriptores hasta la sección de destino.

6. En la ventana Seleccionar lista de publicación, si fuese necesario, seleccione suscriptores específicos en lugar de seleccionarlos a todos y, a continuación, haga clic en **Seleccionar**.
7. Haga clic en **Siguiente**, configure el horario para enviar el correo electrónico y, a continuación, haga clic en **Siguiente**.
8. Compruebe todos los detalles de la entrega del correo electrónico. Para realizar cambios, haga clic en **Atrás**. Cuando esté conforme con la configuración, seleccione **La información es correcta y el correo electrónico ya se puede enviar** y, a continuación, haga clic en **Programar**.

Vínculos relacionados

- [Aprenda acerca de las plantillas de email](#)

Marketing Cloud Engagement for Financial Services Cloud

Utilice Marketing Cloud Engagement for Industries con todo su potencial y sincronice sus datos de Financial Services Cloud CRM con Marketing Cloud.

Crear fuentes de datos sincronizados para Financial Services Cloud

Cree una fuente de datos sincronizados para agregar automáticamente información del cliente nueva y actualizada a Marketing Cloud de forma recurrente. Al sincronizar los datos, se asegura de que siempre tiene disponible la información más actualizada para sus esfuerzos de marketing.

Cree una fuente de datos sincronizados para el objeto Cuenta. Los campos de este objeto se utilizan en plantillas de correo electrónico preconfiguradas.



Note

Las relaciones entre los objetos sincronizados no se pueden cambiar después de la sincronización inicial.

1. Inicie sesión en Marketing Cloud.
2. En Audience Builder, haga clic en **Contact Builder**.
3. Haga clic en **Fuentes de datos**.
4. Haga clic en **Sincronizadas**.
5. Haga clic en el mosaico de fuente de datos disponible.
6. Haga clic en **Configurar objeto**.
7. Haga clic en **Sincronizar** en el mosaico Cuenta.

8. Seleccione estos campos:
 - Nombre
 - PersonEmail

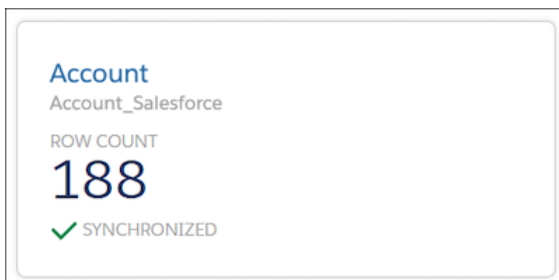


Note

Los campos requeridos, como el Id., están seleccionados de manera predeterminada.

9. Haga clic en **Siguiente**.
10. Seleccione cómo filtrar los datos sincronizados a la vez que considera los límites de utilización de Marketing Cloud. Para obtener más información sobre esos límites o sobre cómo aumentarlos, póngase en contacto con su ejecutivo de cuentas. Consulte [¿Cómo puedo encontrar al ejecutivo de cuentas de mi organización de Salesforce?](#)
11. Seleccione la frecuencia con la que sincronizar los datos. Se recomienda que sea cada 15 minutos.
12. Guarde sus cambios.
13. Si se le solicita, haga clic en **ACEPTAR** para confirmar el proceso de sincronización.

La sincronización puede tardar varios minutos, según el número de registros. Una vez completada, un mosaico muestra un recuento de filas y un estado de sincronización para cada uno de los objetos seleccionados. Este es un ejemplo para el objeto Cuenta.



Note

La sincronización de datos personalizada es un proceso de vía única entre Salesforce y Marketing Cloud. Marketing Cloud no envía cambios de datos posteriores a Financial Services Cloud.

Configurar correos electrónicos con Marketing Cloud Engagement for Financial Services Cloud

Marketing Cloud Engagement for Financial Services Cloud proporciona plantillas de correo electrónico para ayudarle a configurar de manera eficaz las campañas de correo electrónico de su institución.

Marketing Cloud Engagement for Financial Services Cloud proporciona estas plantillas de correo electrónico:

- Correo electrónico de servicios de asistencia financiera: correo electrónico que presenta los servicios de asistencia financiera disponibles en su empresa.
- Correo electrónico de caducidad de sincronización de cuenta bancaria: notificación por correo electrónico de que la sincronización de banca abierta que conecta la cuenta bancaria de un cliente con su bando ha caducado. El correo electrónico incluye los siguientes pasos que debe seguir el cliente para renovar.
- Correo electrónico de confirmación de pago recurrente: notificación por correo electrónico que confirma que se ha configurado una programación de pago recurrente en la cuenta del cliente.
- Registro en banca móvil o banca digital: confirmación por correo electrónico después de que un cliente se haya registrado en la banca móvil o en la banca digital.
- Correo electrónico de los servicios de asesoramiento para la inversión: correo electrónico que presenta los servicios de asesoramiento para la inversión disponibles en su empresa.
- Correos electrónicos de nuevo cliente: correo electrónico que presenta al cliente a los servicios financieros disponibles en su banca.

Crear correos electrónicos utilizando plantillas de correo electrónico de Financial Services Cloud

Utilice plantillas de correo electrónico preconfiguradas o personalícelas para que se ajusten a sus necesidades.

1. Inicie sesión en Marketing Cloud.
2. En Content Builder, haga clic en **Content Builder**.
3. Haga clic en **Crear** y, a continuación, seleccione **Mensaje de correo electrónico**.
4. Seleccione la opción de creación de **plantilla** y, a continuación, haga clic en **Guardada**.
5. Seleccione la plantilla que va a utilizar y, a continuación, haga clic en **Seleccionar**.
6. Introduzca la propiedades del correo electrónico y haga clic en **Siguiente**.
7. Introduzca un asunto y, si fuera necesario, un encabezado previo para mostrar texto después de la línea de asunto en un cliente de correo electrónico. No es necesario

incluir un encabezado previo, pero un texto efectivo en el encabezado previo puede aumentar el número de destinatarios que abran el correo electrónico.

8. Modifique el texto predeterminado y personalice el correo electrónico. A continuación, haga clic en **Siguiente**.
9. Previsualice el correo electrónico y realice un envío de prueba.
10. Guarde sus cambios.

Enviar correos electrónicos de Financial Services Cloud

Una vez que los correos electrónicos estén listos, elija cuándo enviarlos y a quién.

1. Inicie sesión en Marketing Cloud.
2. En Email Studio, haga clic en **Correo electrónico**.
3. Seleccione el correo electrónico que creó y, a continuación, haga clic en **Enviar**.
4. Si fuese necesario, introduzca propiedades del correo electrónico y haga clic en **Siguiente**.
5. Haga clic en **Extensiones de datos** y, a continuación, arrastre el objeto que representa a sus suscriptores hasta la sección de destino.
6. En la ventana Seleccionar lista de publicación, si fuese necesario, seleccione suscriptores específicos en lugar de seleccionarlos a todos y, a continuación, haga clic en **Seleccionar**.
7. Haga clic en **Siguiente**, configure el horario para enviar el correo electrónico y, a continuación, haga clic en **Siguiente**.
8. Compruebe todos los detalles de la entrega del correo electrónico. Para realizar cambios, haga clic en **Atrás**.
9. Cuando esté conforme con los detalles, seleccione **La información es correcta y el correo electrónico ya se puede enviar** y, a continuación, haga clic en **Programar**.

Vínculos relacionados

- [Aprenda acerca de las plantillas de email](#)

Marketing Cloud Engagement for Health Cloud

Aproveche Marketing Cloud Engagement for Industries hasta su máxima potencia para sincronizar sus datos de CRM Health Cloud con Marketing Cloud.

Se recomienda completar estos pasos de integración con su administrador de Marketing Cloud.

Cree una fuente de datos sincronizados para Health Cloud

Cree una fuente de datos sincronizados a fin de agregar automáticamente datos de Health Cloud nuevos y actualizados para Marketing Cloud de forma recurrente. Al sincronizar los datos, se asegura de que siempre tiene disponible la información más actualizada para sus esfuerzos de marketing.

Cree una fuente de datos sincronizados para el objeto Cuenta. Los campos de este objeto se usan en trayectorias preconfiguradas. Cree fuentes de datos sincronizados para objetos adicionales según las fuentes de datos de extensión de datos que use en las trayectorias.



Note

Las relaciones entre los objetos sincronizados no se pueden cambiar después de la sincronización inicial.

1. Inicie sesión en Marketing Cloud.
2. En Audience Builder, haga clic en **Contact Builder**.
3. Haga clic en **Fuentes de datos**.
4. Haga clic en **Sincronizadas**.
5. Haga clic en el mosaico de fuente de datos disponible.
6. Haga clic en **Configurar objeto**.
7. Haga clic en **Sincronizar** en el mosaico Cuenta.
8. Seleccione estos campos:
 - Nombre
 - PersonEmail
 - Teléfono
 - Apellido



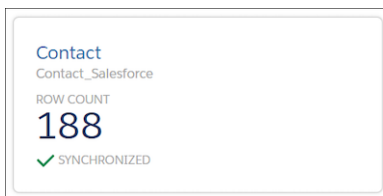
Note

Los campos requeridos, como el Id. o RecordTypeId están seleccionados de manera predeterminada.

9. Haga clic en **Siguiente**.
10. Seleccione cómo filtrar los datos sincronizados a la vez que considera los límites de utilización de Marketing Cloud. Para obtener más información sobre esos límites o sobre cómo aumentarlos, póngase en contacto con su ejecutivo de cuentas. Consulte [¿Cómo puedo encontrar al ejecutivo de cuentas de mi organización de Salesforce?](#)

11. Seleccione la frecuencia con la que sincronizar los datos. Se recomienda que sea cada 15 minutos.
12. Guarde sus cambios.
13. Si se le solicita, haga clic en **ACEPTAR** para confirmar el proceso de sincronización.
14. Repita los pasos 6 a 13 con otros objetos y campos que se usan en las trayectorias para la salud, por ejemplo:
 - Contacto: FirstName, LastName, Teléfono
 - Cita de servicio: AppointmentType, ApptBookingInfoUrl, Descripción, Duración, SchedEndTime, SchedStartTime, Estado, StatusCategory, Asunto
 - Usuario: CompanyName, Departamento, FirstName, LastName, Teléfono, SenderEmail, SenderName

La sincronización puede tardar varios minutos, según el número de registros. Una vez completada, un mosaico muestra un recuento de filas y un estado de sincronización para cada uno de los objetos seleccionados. Este es un ejemplo para el objeto Cuenta.



Note

La sincronización de datos es un proceso de vía única entre Salesforce y Marketing Cloud. Por lo tanto, Marketing Cloud no envía cambios de datos posteriores a Health Cloud.

Establecer trayectorias con Marketing Cloud Engagement for Health Cloud

Marketing Cloud Engagement for Health Cloud proporciona trayectorias personalizables específicas para que el sector de salud lo ayude a diseñar y automatizar el alcance con el cliente de forma eficiente.

Use estas trayectorias de varios pasos y personalizables para enviar emails, documentos y asignaciones de tareas personalizadas a los pacientes y equipos de salud:

- Calificación de citas y seguimiento: pídale a un paciente que califique una cita y realice un seguimiento para ver si la calificación está por debajo de un umbral.
- Recordatorio de cita con instrucciones: recuerde a un paciente sus próximas citas y brinde instrucciones.

- Brecha en la atención - Mamografía: recuerde a un paciente que programe una mamografía de rutina.
 - Cuidados posteriores a una cirugía de alto riesgo: brinde instrucciones de cuidado en casa, consulte el estado de un paciente y realice un seguimiento de ser necesario.
 - Cuidados posteriores al reemplazo de cadera: brinde instrucciones de cuidado en casa y programe citas de seguimiento.
 - Incorporación de miembros: envíe paquetes de orientación a nuevos miembros del plan.
1. Inicie sesión en Marketing Cloud.
 2. En Journey Builder, haga clic en **Journey Builder**.
 3. Haga clic en **Todas las trayectorias**.
 4. Busque y seleccione una trayectoria preconfigurada para Health Cloud.
 5. Configure las opciones de configuración de la trayectoria, la fuente de entrada y la actividad de cada lienzo según sea necesario.
 6. Cree contenido de marketing como emails y plantillas para respaldar la trayectoria.
 7. Una vez que validó y probó su trayectoria, actívela.

CONSULTE TAMBIÉN

- [Trayectorias y mensajes](#)

Marketing Cloud Engagement for Nonprofits - NPSP

Utilice Marketing Cloud Engagement for Industries con todo su potencial y sincronice sus datos de Nonprofit Success Pack con Marketing Cloud.

Crear una fuente de datos sincronizados de NPSP

Cree fuentes de datos sincronizados para integrar información clave de partes interesadas de Salesforce en Marketing Cloud.

Una fuente de datos sincronizados agrega automáticamente información de las partes interesadas que usted define para Marketing Cloud. Cree una fuente de datos sincronizados que añada datos de contacto nuevos y actualizados de Salesforce a Marketing Cloud, de manera que siempre tenga disponible información actualizada para sus esfuerzos de marketing.

Para crear una fuente de datos sincronizados para los contactos, haga lo siguiente:

1. Inicie sesión en Marketing Cloud.
2. En Audience Builder, haga clic en **Contact Builder**.
3. Haga clic en **Fuentes de datos**.

4. Haga clic en **Sincronizadas**.
5. Haga clic en el mosaico de fuente de datos disponible.
6. Haga clic en **+ Configurar nuevo objeto**.
7. Localice el mosaico Contacto y haga clic en el botón **Sincronizar** para ese mosaico.
8. Seleccione los campos para sincronizar. Los usuarios de Salesforce for Nonprofits seleccionan los siguientes campos:
 - a. Nombre completo
 - b. Apellidos
 - c. Calle postal
 - d. Ciudad postal
 - e. Estado/Provincia postal
 - f. Código Postal
 - g. npo02__FirstCloseDate__c
 - h. npo02__LargestAmount__c
 - i. npo02__LastOppAmount__c
 - j. npo02__LastCloseDate__c



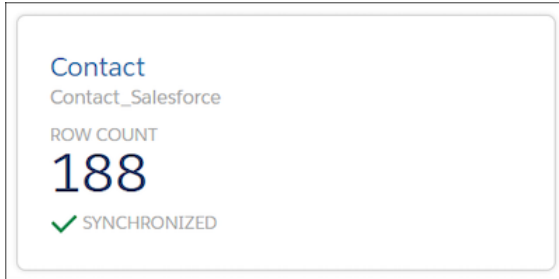
Note

Algunos campos requeridos ya están seleccionados, como Id., Correo electrónico y HasOptedOutOfEmail.

- k. npo02__NumberOfClosedOpps__c
 - l. npo02__TotalOppAmount__c
9. Haga clic en **Siguiente**.
 10. En Recopilación de registros, elija cómo filtrar los datos sincronizados. Considere los límites de utilización de Marketing Cloud y filtre los datos como corresponde. Trabaje con su ejecutivo de cuentas si tiene preguntas o necesita aumentar la utilización. Obtenga más información en [¿Cómo puedo encontrar al ejecutivo de cuentas de mi organización de Salesforce?](#)
 11. En Programación de actualizaciones, elija la frecuencia con la que desea que se sincronicen los datos. Se recomienda que sea **15 minutos**.
 12. Haga clic en **Guardar y sincronizar**.

13. Los usuarios de Salesforce for Nonprofits deberían repetir los pasos del 6 al 12 para el objeto Donación recurrente. Sincronice el campo Fecha de próxima donación npe03__Next_Payment_Date__c.

El proceso de sincronización puede tardar varios minutos en completarse, según el número de registros. El proceso de sincronización se habrá completado correctamente cuando vea un mosaico para cada una de las entidades que ha sincronizado, incluyendo un recuento de filas y un estado de sincronización. Aquí tiene un ejemplo del mosaico para la entidad Contacto sincronizada.



Note

La sincronización de datos es un proceso de vía única entre Salesforce y Marketing Cloud. En otras palabras, los cambios que realice en sus datos de contacto en Marketing Cloud no se envían a Salesforce.

Rellene las extensiones de datos NPSP con Automation Studio

Utilice Automation Studio para actualizar automáticamente su extensión de datos cuando el origen de datos reciba los nuevos datos de Salesforce.

Utilice Automation Studio para actualizar automáticamente su extensión de datos cuando el origen de datos reciba los nuevos datos de Salesforce. Hemos creado algunas automatizaciones para usted, pero tiene que ejecutarlas para recuperar los datos. Las automatizaciones de Salesforce for Nonprofits son las siguientes:

- Automatización de donante recurrente
- Automatización de agradecimiento general
- Automatización de llamamiento urgente
- Automatización del boletín de donante general
- Automatización de próxima caducidad
- Automatización de serie de bienvenida

1. Inicie sesión en Marketing Cloud.
2. En Journey Builder, haga clic en **Automation Studio**.

3. Vaya a **Mis Automatizaciones**.
4. Abra una automatización y haga clic en **Ejecutar**.
5. En la siguiente ventana, haga clic en **Ejecutar Ahora**.
6. Repita este proceso hasta que haya ejecutado todas las automatizaciones.



Consejo

Programa este proceso para que se ejecute diariamente o semanalmente, según la frecuencia con la que envíe correos electrónicos, de manera que tenga los datos más recientes.

Crear un correo electrónico de Elevate con un botón Donar ahora

Agregue un botón Donar ahora en los correos electrónicos para llevar a los donantes a su página de aportación.

Los usuarios de Salesforce Nonprofits pueden combinar la potencia de Marketing Cloud Engagement for Industries y Elevate para impulsar las donaciones. Cree correos electrónicos que incluyan un botón Donar ahora que lleve a los donantes hasta su [Página de aportación](#).



Note

Esta opción solo está disponible para los usuarios de Salesforce for Nonprofits que tengan una licencia de Elevate.

1. Abra la plantilla de correo electrónico de Elevate.
2. En el cuerpo del correo electrónico, busque el botón Donar ahora.
3. Modifique las siguientes secciones de la URL:
 - a. Reemplace **your-subdomain** por el nombre de subdominio correcto.
 - b. Reemplace **giving-page-name?** por el nombre de su página de aportación.
4. Guarde su trabajo.

Información de licencia de Marketing Cloud Engagement for Nonprofits

Descubra las diferencias de licencias entre Marketing Cloud Engagement for Industries y Marketing Cloud Pro Edition.

Salesforce for Nonprofits ofrece la potencia de Marketing Cloud Engagement for Industries (MCNGO) con una buena relación entre su precio y las funciones que incluye. Nuestro objetivo es proporcionar Marketing Cloud a todas las organizaciones sin ánimo de lucro

posibles. MCNGO Edition coincide estrechamente con las características y funciones de Marketing Cloud Pro Edition, con las siguientes excepciones:

Artículo	Total de Pro Edition	Total de MCNGO Edition
Llamadas de API	2.000.000	100.000
Automatizaciones	15.000	10.000
Contactos	15.000	10.000
Almacenamiento de datos	15	5
Super Messages	2.500.000	750.000
Usuarios	15	5



Note

Si necesita aumentar alguno de estos límites, póngase en contacto con su ejecutivo de cuentas.

Obtenga más información sobre las ediciones de Marketing Cloud en [Cómo seleccionar la edición más adecuada de Marketing Cloud](#).

Vínculos relacionados

- [Aprenda acerca de las plantillas de email](#)