



デジタル マーケティング 練習問題解答

本番と形式が同様にほぼ同じレベルの難易度の問題で練習しよう

本番の検定試験は60分で100問解きます。
70点取れば合格です。

基本的にテキストの記載からほぼそのまま出題します。練習問題も同様に作成したので、解答時間の感覚を掴んだり、知識の定着のために活用して下さい。

練習問題

問題 1

D2Cで三位一体となって機能する3つのDとは何か。下記の中から不適切なものを一つ選べ。

- ① Design
- ② Digital
- ③ Direct
- ④ Data

解説：Direct（ダイレクト）、Digital（デジタル）、Data（データ）の三位一体

練習問題

問題2

D2Cにおいては商品や広告だけでなく（ ）もデジタルマーケティングの対象である。

上記の文章の（ ）に入る言葉としてふさわしいものを一つ選べ。

- ① 中高年
- ② NPS
- ③ フルフィルメント
- ④ One to One

解説：テキスト記載のとおり。

練習問題

問題3

顧客体験進化におけるスマホの役割を考える際の注意点として、下記の中から不適切なものを一つ選べ。

- ① 既存優良顧客のチャネルやメディアの好みを十分把握する必要がある。
- ② 中高年層の売上比率の高いD2Cブランド（カタログ通販由来など）は、強引なモバイルシフトで離反を招く危険性がある。
- ③ 顧客体験設計の際に、チャネルやメディアの使い分けに関する年代や個人の傾向を反映すると、効率が落ちてしまうので注意が必要である。
- ④ 若年層の中にも冊子カタログを好む顧客層がいる可能性を考慮すべき。

解説：チャネルやメディアの使い分けに関する年代や個人の傾向を無視すると、顧客体験を大きく損ない、効率も効果も落ちる危険性がある。

練習問題

問題4

調査でも示されたように、（ ）、位置情報、購買履歴というデジタルマーケティングでフル活用する3大データの提供に関して、消費者の抵抗感が高いことが伺える。

上記の文章の（ ）に入る言葉としてふさわしいものを一つ選べ。

- ① 利用チャネル
- ② Webアクセス履歴
- ③ 住所地
- ④ 職業

解説：調査結果に関するテキスト記載のとおり。

練習問題

問題5

STPにおける「S：セグメンテーション」と、D2Cにおける顧客セグメンテーションの間に違いが生じる理由として、下記の中から不適切なものを一つ選べ。

- ① 通常、STPのセグメンテーションは市場細分化を意味し、自社顧客のセグメンテーションとは意味が違う。
- ② 一般のマーケティングにおいては、新規顧客あるいは見込み顧客の獲得が議論の中心となる一方、D2Cにおいては、新規顧客獲得～優良顧客化までのプロセス全体を設計するという違いがある。
- ③ STPにおけるセグメンテーションはB2Bが多いが、D2CはB2Cが基本である。
- ④ STPは「商品をいかに売るか」という発想から組み立てられているが、D2Cは「新規に獲得した顧客をいかに優良顧客にするか」という発想で組み立てられている

解説：STPにおけるセグメンテーションはB2Bが多いことを必ずしも前提にしていないし、本件についてB2BやB2Cは関係ない。

練習問題

問題6

LTVは最重要指標だが、平均だけでなく総合計つまり（ ）も意識する。

上記の文章の（ ）に入る言葉としてふさわしいものを一つ選べ。

- ① 顧客資産価値
- ② 顧客紹介価値
- ③ ROI
- ④ RFM

解説：テキスト記載のとおり。

練習問題

問題7

顧客ポートフォリオの管理についての説明で、下記の中から適切なものを一つ選べ。

- ① 顧客ポートフォリオ構成の見直しの際には投資効率を最優先すべきで、3カ年計画などの事業計画に左右されてはいけない。
- ② 顧客ポートフォリオの管理は部門ごとに行う。
- ③ 一度決めた顧客ポートフォリオ構成は長期間維持することを原則とする。
- ④ 定期的な顧客ポートフォリオ構成の再検討が必要である。

解説：テキスト記載のとおり。このポートフォリオに関する議論は事業計画との連動も必要。

練習問題

問題8

デジタル化を背景とした顧客体験進化の特徴は、大量の（ ）を高速に実行し、最適化を図る点にある。

上記の文章の（ ）に入る言葉としてふさわしいものを一つ選べ。

- ① 割引
- ② 調査
- ③ テスト
- ④ 新商品発売

解説：テキスト記載のとおり。

練習問題

問題9

インターナル・マーケティングの取組みとして、下記の中から不適切なものを一つ選べ。

- ① サンクスカード
- ② 社内イベントの強化
- ③ 月間MVP制度
- ④ 地域社会への貢献

解説：地域社会への貢献はインターナル・マーケティングではなくエクスターナル・マーケティング。

練習問題

問題10

CDPの特徴として下記の中から不適切なものを一つ選べ。

- ① パッケージソフトであること
- ② あらゆるデータを統合して、任意の期間活用できる顧客データベースであること
- ③ ダッシュボード機能など指標をビジュアル化してレポートする機能があること
- ④ 他の分析システムやマーケティングツールからアクセス可能であること

解説：テキスト記載の通り。ダッシュボード機能はBIの説明。

練習問題

問題11

クラスタリングの説明として適切なものを下記の中から一つ選べ。

- ① 顧客の収益性を比較できることが特徴である
- ② 顧客の購買間隔や購買頻度でスコアリングする手法である
- ③ いくつかある選択肢の中で最良のものを選び出す手法の一種である
- ④ ある集団の中で似たデータ上の特性もつグループに分ける手法で、顧客セグメンテーションに活用できる

解説：テキスト記載の通り。

練習問題

問題12

ファネルやカスタマージャーニーマップを活用する意義について、下記の中から適切なものを一つ選べ。

- ① CPOやCPAが予測できる
- ② 顧客セグメンテーションができる
- ③ 各セグメント毎に設計した顧客体験を可視化できる
- ④ 各セグメント毎に目標設定したLTVの計算ができる

解説：テキスト記載の通り。

練習問題

問題13

MAを活用する意義について、下記の中から不適切なものを一つ選べ。

- ① 任意の顧客を抽出してキャンペーンを実行できる
- ② メールや各種メッセージの配信を、顧客体験設計に基づいたシナリオベースで自動化できる
- ③ 複数のセグメントに対する施策の組み合わせを一元管理できる
- ④ 自社Webサイトのコンテンツを一元管理できる

解説：CMS（Content Management System）の説明になっている。

練習問題

問題14

カスタマーサポートからカスタマーサクセスへの進化を表現したものとして、下記の中から適切なものを一つ選べ。

- ① より迅速な問い合わせ対応
- ② クレームへの丁寧な対応
- ③ 顧客の成功体験実現のための能動的関与
- ④ 問合せへの対応件数で評価

解説：テキスト記載の通り。

練習問題

問題15

近年、全通話録音データやSNSに書き込まれたコメントなどの（ ）データを活用した分析が行われるようになった。

上記の文章の（ ）に入る言葉としてふさわしいものを一つ選べ。

- ① 顧客属性
- ② デモグラフィック
- ③ 購買行動
- ④ 非構造化

解説：テキスト記載の通り。

練習問題

問題16

デジタルマーケティングの推進においては、仮説検証型のアプローチを重視する一方で、オペレーションの（ ）、自動化を進める。

上記の文章の（ ）に入る言葉としてふさわしいものを一つ選べ。

- ① 標準化
- ② 属人化
- ③ 高度化
- ④ 細分化

解説：テキスト記載の通り。

練習問題

問題17

ソーシャルリスニングとは、ソーシャルメディア上で交わされるユーザーの自然な会話を収集・分析し、自社の商品やサービスの開発、（ ）管理に役立てることを指す。

上記の文章の（ ）に入る言葉としてふさわしいものを一つ選べ。

- ① 収益
- ② CRM
- ③ リスク
- ④ 在庫

解説：テキスト記載の通り。

練習問題

問題18

顧客体験進化を考える際、（ ）主義、問題解決思考、変革管理の3つの思考方法を身につけたい。

上記の文章の（ ）に入る言葉としてふさわしいものを一つ選べ。

- ① 顧客中心
- ② 製品中心
- ③ ブランド構築
- ④ 標準化

解説：テキスト記載の通り。

練習問題

問題19

コッターの「企業変革の8段階」の6つ目は、（ ）を上げるための計画策定・実行が挙げられている。

上記の文章の（ ）に入る言葉としてふさわしいものを一つ選べ。

- ① 短期的成果
- ② 生産性
- ③ 収益性
- ④ 中長期的成果

解説：テキスト記載の通り。

練習問題

問題20

「メディア&チャネル統合型体験提供」に関する問題と課題について、下記の中から不適切なものを一つ選べ。

- ① 多くのD2C企業の抱える問題は、設計した顧客体験を実際に顧客に提供する仕組みが足りないことである。
- ② 多くのD2C企業は、統合型顧客体験提供に関して、様々なデータソースからデータを収集して格納する、大容量のデータレイクを持たないことが「足かせ」となっている
- ③ 仮に、設計した顧客体験を実際に顧客に提供する仕組みがあっても、高度に自動化されていないと運用できない、という問題が残る。
- ④ メディア&チャネル統合型体験提供の課題は、「セグメント毎の体験設計に基づく幾通りもの施策実行の組合わせを一元管理し、かつ自動実行してくれる仕組みを導入する」と表現できる。

解説：「メディア&チャネル統合型体験」の問題と課題は、顧客データ統合や分析の次のステップで現れるもの。

練習問題

問題21

顧客データ統合が出来たら、顧客IDと商品、キャンペーン、チャネルなどの（ ）情報を連動させる。

上記の文章の（ ）に入る言葉としてふさわしいものを一つ選べ。

- ① スペック
- ② マスター
- ③ イベント
- ④ セグメント

解説：テキスト記載の通り。

練習問題

問題22

MAツールによるスコアリング機能とは、顧客の行動や属性に基づいてスコアを付け、最も（ ）の高い顧客に優先的にアプローチすることである。これにより、各種施策の効率と効果が高まる。

上記の文章の（ ）に入る言葉としてふさわしいものを一つ選べ。

- ① 購入意欲
- ② 年齢
- ③ 満足度
- ④ LTV

解説：テキスト記載の通り。

練習問題

問題23

ABテストツールの（ ）テストでは、ページ内の複数の変更箇所を同時にテストし、どの組み合わせが効果的かを検証する。例えば、キャッチコピーが2パターン、画像が3パターンある場合、「キャッチコピー＋画像」の組み合わせを6パターン検証できる。＜

上記の文章の（ ）に入る言葉としてふさわしいものを一つ選べ。

- ① リダイレクト
- ② 複数ページ
- ③ コンバージョン
- ④ 多変量

解説：テキスト記載の通り。

練習問題

問題24

Webサイトのコンテンツを構成するテキストや画像、デザイン、レイアウトなどを一元的に管理するシステムを（ ）という。

上記の文章の（ ）に入る言葉としてふさわしいものを一つ選べ。

- ① CMS
- ② DMP
- ③ CRM
- ④ DWH

解説：テキスト記載の通り。

練習問題

問題25

D2Cでブランドの（ ）という言葉がよく使われるが、自社メディアの統合管理はブランドの（ ）を醸成し、維持していくために必要不可欠な要素である。

上記の文章の（ ）に入る言葉としてふさわしいものを一つ選べ。

- ① 資産
- ② 世界観
- ③ 特徴
- ④ 価値

解説：テキスト記載の通り。