一般社団法人
D2Cエキスパート協会
D2C EXPERT ASSOCIATION

D2Cエキスパート検定

# データドリブンマーケティング
# 練習問題解答

本番と形式が同様で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。

Copyright(c) 一般社団法人D2Cエキスパート協会 All rights reserved.

# 練習問題

**問題１**
**「ダイレクトマーケティング(通販／D2C)は生まれながらのマーケティング実験場」である、という見解の理由について、以下の説明の中で不適切なものを一つ選べ**

① 個人単位で紐付けられた購買歴を持つ。

② 膨大な販促活動の履歴を持つ。

③ 購買プロセスに中間業者が存在する。

④ テストを日常的に行っている。

解説：正しくは「中間業者が存在しない」

Copyright(c) 一般社団法人D2Cエキスパート協会 All rights reserved.

# 練習問題

**問題２**
**商品やサービスを顧客への（　　）の提供と捉える。**

**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 体験

② 利益

③ コスト

④ プロモーション

解説：テキスト記載のとおり。
商品やサービスを顧客に提供する体験（あるいは体験価値、価値など）と捉えるのが顧客中心主義の考え方

Copyright(c) 一般社団法人D2Cエキスパート協会 All rights reserved.

# 練習問題

**問題３**

**データドリブンマーケティングは、「（　　）を基盤とする顧客中心主義」と「モバイルシフトを背景にしたオムニチャネル」の２つのコンセンプトの実行面に着目したマーケティング手法と言える。**

**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 顧客戦略

② 商品戦略

③ 販売チャネル

④ 広告メディア

解説：テキスト記載のとおり。

Copyright(c) 一般社団法人D2Cエキスパート協会 All rights reserved.

# 練習問題

**問題４**
**RFMの限界に関する以下の説明の中でふさわしいものを一つ選べ。**

① RFMの特性は、顧客へのDMやメールの送付範囲の決定には活用できない。
② RFMはある特定のセルの中にいる顧客を一律に扱ってしまう
③ 顧客とのコミュニケーションのタイミング（初回購入から○○日後にメール配信）の決定には活用できない。
④ 顧客の多様性に対応しようとするなら、RFM＋αの対応が必要になる。それが、デモグラフィックデータによるセグメンテーションである。

解説：テキスト記載のとおり。

Copyright(c) 一般社団法人D2Cエキスパート協会 All rights reserved.

# 練習問題

**問題５**
**経営層にマーケティング施策の効果を（　　）に説明する。**

**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 財務的

② 組織的

③ 経験的

④ 検証的

解説：テキスト記載のとおり。

Copyright(c) 一般社団法人D2Cエキスパート協会 All rights reserved.

# 練習問題

**問題６**
**LTVの計算方法に関する以下の説明の中でふさわしいものを一つ選べ。**

① 最初はある一つの集団（特定のキャンペーンで獲得した顧客など）の実績からざっくりと計算し、他の集団との計算結果の比較をするところから始めると良い。

② 最初から個人レベルでLTVを計算し、管理しないと指標としての意味が無い。

③ 最初から精緻な計算を目指し、各計算項目に妥協があってはいけない。

④ 最初は売上数値のみで利益率を考慮しない計算でも良い。

解説：例に挙げたLTV計算表の考え方

Copyright(c) 一般社団法人D2Cエキスパート協会 All rights reserved.

# 練習問題

**問題７**

**CE＝顧客資産価値を管理する意義に関する以下の説明の中でふさわしくないものを一つ選べ。**

① 自社の中長期的収益性を見通せる。

② 新規顧客獲得投資と既存顧客維持投資のバランスが取れる。

③ 個々のマーケティング施策に対する予算配分の判断基準となる

④ 新規顧客獲得投資に予算配分を最大化できる。

解説：新規と既存の双方の顧客への投資を最適化する。

Copyright(c) 一般社団法人D2Cエキスパート協会 All rights reserved.

# 練習問題

**問題８**
**D2Cにおいて、紹介顧客は（　　）する可能性が高いことはよく指摘されるところである。**

**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 優良顧客化
② 休眠顧客化
③ 早期離脱
④ 低単価顧客化

解説：テキストの記載どおり

Copyright(c) 一般社団法人D2Cエキスパート協会 All rights reserved.

# 練習問題

**問題９**

**顧客インサイト（洞察：マーケティング上の気付き）の新たな収集源として注目されているデータソースとして、ふさわしくないものを一つ選べ。**

① SNSでの口コミデータ

② オンラインストア内の回遊データ

③ コールセンターでの全通話録音データ

④ 年齢、性別、年収などのデモグラフィックデータ

解説：デモグラフィックデータは従来から収集していたデータ。新たな収集源ではない

Copyright(c) 一般社団法人D2Cエキスパート協会 All rights reserved.

# 練習問題

**問題10**

**何か新しいことを試したいときは常にテストグループと何もしない（　　）グループを作り、レスポンス率とその後の売上を比較しよう。**

**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 コントロール

② セグメント

③ 投資

④ 実践

解説：テキストの記載どおり

Copyright(c) 一般社団法人D2Cエキスパート協会 All rights reserved.

# 練習問題

**問題11**

**プライバシーの問題というと、個人情報漏洩リスクの問題にばかり目が行きがちだが、行き過ぎた（　　）は、顧客にプライバシー悪用への疑念を生じさせ、ロイヤルティを悪化させる可能性がある。**

**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 パーソナライズ

② プロモーション

③ セキュリティ

④ ブランディング

解説：テキストの記載どおり

Copyright(c) 一般社団法人D2Cエキスパート協会 All rights reserved.

# 練習問題

**問題12**

**アーサー・ヒューズの言葉に関する以下の説明の中でふさわしくないものを一つ選べ。**

① 小さい試みから始めよう

② 生涯価値の計算方法を学び、それを使用して各戦略を評価しよう

③ 顧客が一様でないことを受け入れ、最高の顧客セグメントを維持しよう

④ 小さなテストをたくさんするより、大きなテストを一つしよう

解説：テキストの記載と逆。
「大きなテストを１つする代わりに、（コントロールグループを設定して）小さなテストをたくさん実行しよう。」

Copyright(c) 一般社団法人D2Cエキスパート協会 All rights reserved.

# 練習問題

**問題13**
**データドリブンマーケティングとフルフィルメントに関する以下の説明の中でふさわしくないものを一つ選べ。**

① オムニチャネル、デジタルマーケティングなどチャネルやメディアの多様化の中で、受注、物流、決済などのフルフィルメントプロセスを通じた良質な顧客体験の提供は、従来よりもその重要性が高まっているのではないか。

② フルフィルメント進化による顧客創出、LTV向上への取組についてもきちんとデータドリブンマーケティングの領域として管理すべきではないか。

③ 決済手段の選択と、債権管理の視点で行った顧客セグメンテーション情報は、顧客戦略上の一つの大きな要素として今後みなされるようになるに違いない。

④ 社会環境の変化や技術革新は、商品企画や媒体制作に大きく影響を与えるが、フルフィルメント分野は作業が定型化しており、外注も進んでいるのであまり影響は受けない。

解説：テキストの記載と逆。
フルフィルメント分野にこそ大きなインパクトがある。

Copyright(c) 一般社団法人D2Cエキスパート協会 All rights reserved.

# 練習問題

**問題14**

**顧客との会話からよりその顧客にあった商品をお勧めしたり、商品のスペックや使い方に関する情報提供を行うことで、結果として購入金額が増えたり、継続率が向上したりすることを狙うのであれば、コールセンターは（　　）になり得る。**

**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 プロフィットセンター

② ショッピングセンター

③ コストセンター

④ メディアセンター

解説：テキストの記載どおり。

Copyright(c) 一般社団法人D2Cエキスパート協会 All rights reserved.

# 練習問題

**問題15**

**新規顧客向けの（　　）が既存顧客の認知とその後のアクションを促進する効果もある。**

**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 広告媒体

② 価格設定

③ テスト設計

④ 商品設計

解説：テキストの記載どおり。

Copyright(c) 一般社団法人D2Cエキスパート協会 All rights reserved.

# 練習問題

**問題16**

**近年になって「（　　）ペルソナ」というダイレクトマーケティング的アプローチが話題になるようになったが、多面的な顧客理解が重要である。**

**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 行動

② 価値観

③ デモグラフィック

④ ジオグラフィック

解説：テキストの記載どおり。

Copyright(c) 一般社団法人D2Cエキスパート協会 All rights reserved.

# 練習問題

**問題17**

**顧客セグメンテーションを行う際のデータマイニング手法としてふさわしいものを一つ選べ。**

① インテグレーション

② クラスタリング

③ 最適化

④ モデリング

解説：テキストの記載どおり。

Copyright(c) 一般社団法人D2Cエキスパート協会 All rights reserved.

# 練習問題

**問題19**

**一連のマーケティングオペレーションを自動化するためのツールとしてDMPや（　　）と呼ばれるものの導入が各社で進んでいる。**

**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 MA

② BI

③ DX

④ SE

解説：テキストの記載どおり。

Copyright(c) 一般社団法人D2Cエキスパート協会 All rights reserved.

# 練習問題

**問題19**
**RFMに関する以下の説明の中でふさわしくないものを一つ選べ。**

① RFMの活用はデータを活用したマーケティングの第１歩である。

② 顧客リストの状態やその変化を確認する用途には向いていない。

③ カタログ送付範範囲の決定に活用されている。

④ R・F・Mのそれぞれの特性の違いを理解する。

解説：テキストの記載と逆。
リストの診断（健全性の把握）に向いている。

Copyright(c) 一般社団法人D2Cエキスパート協会 All rights reserved.

# 練習問題

**問題20**

**マーケティング全体のダイレクト化に関する以下の説明の中でふさわしくないものを一つ選べ。**

① かつてカタログ通販がその代名詞だったダイレクトマーケティングにおいて、最初の大きな変化はインターネットや電子メールの普及によって起きた。

② 次の変化はスマートフォンの普及で起きた。スマートフォンは電話というより「携帯ネット接続端末」としての要素が大きい。かつてのガラケーよりもはるかにリッチで双方向性に富む経験をユーザに提供でき、PCよりもはるかにパーソナルで場所の制約を受けない。

③ 2010年以前はテレビ、ラジオ、新聞、雑誌のマス媒体がまだ大きな存在感があった。

④ 2010年代中盤以降はPCの時代である。PCは、もはやメディアの王様テレビの接触時間をも上回る。

解説：PCではなくスマートフォン

Copyright(c) 一般社団法人D2Cエキスパート協会 All rights reserved.

# 練習問題

**問題21**

**KPI設計では（　　）管理のための指標と、投資対効果を示す指標の違いを理解する。**

**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 プロセス

② 収益

③ 情報

④ サービス

解説：テキストの記載どおり。

Copyright(c) 一般社団法人D2Cエキスパート協会 All rights reserved.

# 練習問題

**問題22**

**近年では顧客との会話の全通話録音データをテキスト化し、さらにそれを（　　）して、「VOC ＝顧客の声」活用を更に進歩させる動きが標準化しつつある。**

**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 テキストマイニング

② ソーシャルリスニング

③ コントロール

④ ターゲティング

解説：テキストの記載どおり。

Copyright(c) 一般社団法人D2Cエキスパート協会 All rights reserved.

# 練習問題

**問題23**
**データベース・マーケティングの失敗理由に関する以下の説明の中でふさわしくないものを一つ選べ。**

① Webを有効活用しない

② テストとコントロールの欠如

③ 新規会員獲得プログラムを開発していない

④ LTVを計算していない

解説：正しくは「（既存）会員維持プログラム」

Copyright(c) 一般社団法人D2Cエキスパート協会 All rights reserved.

# 練習問題

**問題24**
**データドリブンを推進する人材モデルに関する以下の説明の中でふさわしくないものを一つ選べ。**

① 媒体戦略に基づくコミュニケーション（カスタマージャーニー）設計者としての人材

② 情報の蓄積／活用から得られる価値を創造する人材

③ マーケティングROIを経営層に説明できる人材

④ 各チャネル、社内各部署、協力会社などを統合するマネジメント／リーダーシップ力を持つ人

解説：「媒体戦略に基づく～」ではなく「顧客戦略に基づく～」

Copyright(c) 一般社団法人D2Cエキスパート協会 All rights reserved.

# 練習問題

**問題25**
**第一次CRMブームの失敗に関する以下の説明の中でふさわしくないものを一つ選べ。**

① 企業トップ（経営層）の関与不足

② 顧客戦略の不在

③ ユーザ各部門への過剰な配慮

④ 導入教育の不足

解説：「ユーザ各部門への過剰な配慮」ではなく、「ユーザ各部門への事前ヒアリング不足」

Copyright(c) 一般社団法人D2Cエキスパート協会 All rights reserved.