

確認テスト

質問	選択肢 A	選択肢 B	選択肢 C	正解	解説
1. 集客導線の第一段階は何ですか？	SNS を使用する。	顧客に認知してもらう。	ブログを更新する。	B	集客導線の最初のステップは顧客に自分を認知してもらうことです。
2. 顧客が製品を購入する前に最も重要なステップは何ですか？	顧客と接触する。	顧客との関係を深める。	製品の詳細を説明する。	B	購入前に顧客との信頼関係を築くことが最も重要です。
3. 購入に至る顧客の心理をつかむためには何が重要ですか？	ロジックとホスピタリティを混ぜ合わせる。	広告を多用する。	割引価格を提供する。	A	顧客の感情と論理を組み合わせることで購入に至る重要な要素です。
4. ディズニーランドが集客に成功している主な理由は何ですか？	アトラクションの多様性。	従業員のホスピタリティ。	園内の清潔さ。	B	ディズニーランドの従業員による卓越したホスピタリティが鍵です。
5. スターバックスが顧客に提供している独自の価値は何ですか？	コーヒーの品質。	ハッピーに貢献するという理念。	価格競争力。	B	スターバックスは顧客の幸福に貢献することを重視しています。
6. 顧客が集客導線を通じてどのように進むかを説明する際、どの要素が重要ですか？	認知から理解への進展。	製品の特徴。	顧客サービスの速度。	A	顧客が製品やサービスを認識し、理解するプロセスが集客導線の核です。
7. ロジックを使った集客の戦略では、どの要素が最も重要ですか？	論理的な説明の明確さ。	広告のクリエイティブティ。	ソーシャルメディアでの頻繁な投稿。	A	明確で論理的な説明は、顧客の購入決定をサポートします。
8. 顧客に製品を認識させるためには何が必要ですか？	認知度を高めるための露出量。	製品デモンストラーションの提供。	割引とプロモーション。	A	露出量を増やすことで、製品への認知度が向上します。
9. どのようにして顧客との関係を深めることができますか？	長い文章で詳しく情報を提供する。	ターゲットに合ったコンテンツを提供する。	競合他社の製品を批判する。	B	ターゲット顧客に適したコンテンツを提供することが関係を深めます。
10. 効果的な集客導線を構築する際に考慮すべきことは何ですか？	製品に関する詳細な情報を提供すること。	顧客が段階的に製品を理解し購入に至るプロセスを整備する。	単一のチャンネルに集中する。	B	段階的に顧客が理解し、購入を決断するプロセスを設計することが重要です。