

# カスタマーデータ プラットフォーム (CDP) の導入で 検討すべき100の質問

CDPは、他の成熟したマーケティングテクノロジーと比べて新しい分野です。それぞれアプローチは異なるものの、同じような成果を約束するソリューションが数多く存在するため、提案依頼（RFP）を作成する際に適切な質問を特定するのが困難となり、時間がかかる場合があります。ここに用意した8つのカテゴリー、100+の質問を、現在および将来のニーズに最適なCDP選びにお役立てください。

## データ

CDPおよび顧客中心のビジネスイニシアチブの中核となるのはデータです。CDPは通常、データを保有および整理するためのデータベース ソリューション プラットフォームを基盤としています。組織内のデータをキャプチャ、収集、管理、アクセス、共有する方法は、プラットフォームごとに異なります。以下の質問により、各ベンダーがいかにして異なる形式のデータを管理、保存、連携し、マーケティングおよびCX上のニーズをサポートしているのかを特定できます。

1. データベースソリューションは、どのタイプのデータ構造を使用できますか?どのようにデータを保存していますか(第3正規形(3NF)、ディメンション、スター、Snowflakeなど)?
2. パーティ/パーティ人口統計データのマッチングに加え、顧客とのやり取りやトランザクションなどを連携する機能も必要です。このタイプのデータ(半構造化データや非構造化データなど)を統合するための機能について教えてください。
3. どのようなデータモデルが用意されていますか?そのデータモデルをどのようにカスタマイズできますか?
4. データ辞書に加え、エンティティ関係ドキュメント(ERD)は用意されていますか?
5. 元のデータは保持されますか?データベースのどのレベル(アカウント、顧客ID)で保存されますか?
6. ボット顧客やコンテキストデータも収集しますか?収集する場合、どのタイプのデータを収集しますか?ネイティブ実行ですか、それとも統合/データフィード経由ですか?
7. どのようにデータをキャプチャおよび保存できますか?
8. 外部のファースト/サードパーティシステムを使用して、どれくらいの頻度でデータを更新しますか?
9. どのようなデータ変換/標準化機能を備えていますか?データ変換/標準化をどのように管理できますか?
10. データをベンダーのプラットフォームに取り込む前に、どのような作業を他のソリューションで実行する必要がありますか(スキーマvsスキーマレスなど)?
11. どのようにデータロードをチェックおよび維持して、成功と品質を確保できますか?レポート作成の具体例を教えてください。
12. データ管理システムソフトウェアには、顧客データ管理における連絡先情報(氏名、電子メールアドレス、電話番号、住所など)のクレンジング、重複排除、統合、検証を支援する機能はありますか?

## IDデータ検索／照合

CDPの基本的な役割は、一意の顧客IDを検索／照合、保持、管理し、顧客に関する一貫したビューを維持することです。顧客データおよびデジタルトランスフォーメーションの拡張に対応できるように、IDデータ検索／照合には、AIを活用した高度なマッチングアルゴリズムが組み込まれています。IDデータ検索／照合では、既知の顧客の一意の顧客IDを作成することが一般的ですが、未知の顧客（見込み客など）のIDを作成するのは困難な場合があります。以下の質問により、顧客IDの検索／照合、管理に関するCDPベンダーのアプローチを特定できます。

1. 複数の電子メールアドレス、cookie、住所（自宅と別荘）がレコード内に存在する顧客のIDデータを検索／照合するための具体的なプロセスはどのようなものですか？
2. どのようなプロセスで一致率を監視していますか（初期セットアップ時に質問します）？継続的なデータ品質モニタリングに要するフルタイム当量（FTE）は何ですか？
3. データスチュワードが一致率や不一致レコードの急増を追跡するためのツールとして、どのようなものがありますか？
4. データスチュワードシップ（データ管理／案内標準）機能および一致チューニング機能を備えていますか？
5. ソリューションにデータを入力する前に、ユーザー側で「クレンジング」を実行する必要がありますか？
6. 不完全または不正確なレコード（すべての桁が「9」の納税者番号、繰り返し値、null値など）の数をプロアクティブに特定するための例外レポートはありますか？
7. 顧客IDの精度をテストおよび検証するための顧客データのオンボーディングプロセスはどのようなものですか？
8. 顧客IDの作成プロセスを監視するための継続的なFTE要件は何ですか？
9. 顧客識別プロセスで見込み客レコードはどのように扱われますか？
10. データのロード後に識別子が見つかった場合、履歴データを遡及的に統合できますか（匿名だったcookieに顧客IDを関連付けることはできますか）？
11. 匿名プロファイルの管理方法、および特定可能な個人と関連付けることのできないレコードの識別方法について教えてください。
12. 顧客プロファイルで使用できるシステム識別子または属性のソースに制限はありますか？
13. サードパーティの補足データを顧客プロファイルに統合、照合するための手順として、どのようなものがありますか？
14. プラットフォームをサードパーティのソリューションと統合して、IDデータ検索／照合を実行することはできますか？どのサードパーティソリューションと統合できますか？

## 統合顧客プロフィール

利用可能なすべてのデータを使用して統合顧客プロフィール（360度の顧客ビュー）を作成することで、CDPの全ユーザーが必要な情報とアナリティクスにアクセスして、業務上の意思決定を推進できます。例えば、顧客の要求から抽出した属性（記念日など）に基づいてマーケティングキャンペーンを策定することにより、パーソナライゼーションを強化できます。または、世帯や企業が何らかの問題を抱えていることにサービス部門が気付いた場合は、キャンペーンのタイミングを調整できます。以下の質問により、360度の顧客ビューを構築、管理、維持するためのCDPの機能を評価できます。

1. 個別の顧客プロフィールレベルで抽出属性や計算属性を作成できますか？
2. 顧客インサイトデータ（顧客センチメントや顧客離れリスクなど）を抽出および取得するための機能について教えてください。クライアント固有のルールやアルゴリズムを適用できますか？
3. 特定顧客の主要データおよび統計値を追跡するためのレポート機能について教えてください。プロフィールのユーザーインターフェイスでは、どのようなデータを利用できますか？クライアントの従業員グループごとに異なるガバナンスルールを適用できますか？
4. 顧客プロフィールの更新頻度は？
5. セッション中の顧客行動信号／情報に応じてプラットフォームを調整できますか？
6. プラットフォームでは次のことを実行できますか？
  - 顧客のチャット、クリックストリーム、電子メールを取り込む
  - マルチチャネルのプロフィールデータを維持する
  - 顧客と他の顧客の複雑な関係／関連性を維持する
  - プロフィールデータをダウンロードして、GDPRやCCPAなどの規制へのコンプライアンスを確保する
7. CDPでは、氏名、住所、電子メールアドレス、電話番号などの個人を特定できる情報（PII）を管理します。PIIは、データのタイプ、場所、権限などの要因によって、さまざまなプライバシー／セキュリティ規制やサイバーセキュリティ要件の対象となります。これらのPIIデータを常に暗号化して安全に保存できますか？
8. 異なるビジネス目的とビジネスルール（マーケティング部門向けvsセールス部門向けvs財務部門向け）に沿って、同一顧客の複数ビューを表示する機能について教えてください。

## 統合

利用可能なすべてのデータを使用して統合顧客プロフィール（360度の顧客ビュー）を作成することで、CDPの全ユーザーが必要な情報とアナリティクスにアクセスして、業務上の意思決定を推進できます。例えば、顧客の要求から抽出した属性（記念日など）に基づいてマーケティングキャンペーンを策定することにより、パーソナライゼーションを強化できます。または、世帯や企業が何らかの問題を抱えていることにサービス部門が気付いた場合は、キャンペーンのタイミングを調整できます。以下の質問により、360度の顧客ビューを構築、管理、維持するためのCDPの機能を評価できます。

1. Webサービス／リアルタイム統合に対応していますか？どのタイプのインターフェイスに対応していますか？
2. 社内外の既存アプリケーションとの統合をどのようにサポートしていますか？
3. サードパーティの補足データを顧客プロフィールに統合、照合するための手順として、どのようなものがありますか？

## 使用事例

前述したように、ビジネスニーズに従ってCDPを選択することが非常に重要です。以下の質問により、業務での使用事例を特定し、優先順位を定めたいうで、CDPを選択できます。

1. 特定のチャネルについて、およびアクティベーションシステムを追加した場合に、パーソナライズされた体験をどのように統合および実行できますか？チャネルには次のようなものがあります。モバイルアプリ、モバイルメッセージング/SMS、電子メール、ソーシャル、Webサイト、オンサイト検索、広告/Cookie追跡ネットワーク、コールセンター、チャット、ブランチ。
2. ソリューションの主な強みは何ですか？複数のアクティベーションおよびチャネルで、各種顧客ID/顧客とのやり取りをリアルタイムで統合および実行するための次世代デジタル機能を開発するうえで、どのように役立ちますか？
3. 見込み客をカスタマージャーニーに組み入れるための機能はありますか？以下の機能が必要です。
  - すべてのチャネルの顧客に対応できる
  - すべてのタッチポイントにまたがる複数のアイデンティティを一意のアイデンティティプロフィールに統合できる
  - 顧客IDのライフサイクルを管理できる
  - 顧客の権利とプライバシー管理を確保できる
4. 有意義なインサイト、製品とサービス、同意とマーケティング設定、インタラクションと関係を収集して、マーケティングキャンペーン戦略を改良したり、オーディエンスを絞り込んだりするための機能について教えてください。
5. エンドユーザーのトレンド、行動パターン、リスク、機会を予測するための機能について教えてください。
6. 強固な顧客インサイトを活用してエンゲージメントを促進することで、広告支出収益率を高めるための機能について教えてください。
7. 次のようなマルチステップキャンペーンをサポートしていますか？
  - オーディエンスを特定する
  - ビジネスルールを活用してオーディエンスを構築する
  - イベントのタイミングを設定する/イベントをトリガーする
  - 体験を構築する
  - ネイティブでデプロイした他のベンダーにデータをプッシュする
8. CRMに役立つ自動化機能として、どのようなものを作成してデプロイできますか？
9. パーソナライズされたメッセージやトリガーを設定したメッセージをCRMシステムに統合できますか？具体例を教えてください。
10. 顧客の属性やペルソナに基づいてキャンペーンをトリガーできますか？
11. 市場投入期間や開発期間を短縮して、マーケティング部門の投資収益率を管理できますか？
12. 顧客体験を改善して、長期的な関係を築くための機能はありますか？

## アナリティクス／データサイエンス

アナリティクスとデータサイエンスはCDPの必須機能です。CDPのアナリティクスには、システム運用のモニタリング、顧客行動の把握、サードパーティの顧客アナリティクスツールとの連携などがあります。以下の質問により、一般的なCDPソリューションに搭載されている主要機能（セグメント化やジャーニーアナリティクスなど）を特定できます。

1. プラットフォームのビジネスインテリジェンス (BI) 機能と視覚化機能について教えてください。具体例を記載したドキュメントはありますか？
2. システムの運用やパフォーマンスを自動でモニタリングするためのツール／レポートは備えていますか？備えている場合は、各機能について教えてください。
3. Alteryx、Tableau、PowerBIなどの外部アナリティクスツールに対するコネクタはあらかじめ組み込まれていますか？どのサードパーティソリューションと統合できますか？
4. データサイエンティストやデータアナリストが、プラットフォーム内の生データにアクセスして、高度なモデリングやカスタムレポートの作成をセルフサービスで実行できますか？
5. ダッシュボードや視覚化機能はあらかじめ組み込まれていますか？ユーザーごとにカスタマイズできますか？高度な技術知識がなくても簡単に使用できますか？
6. カスタムオーディエンス（キャンペーンリスト、セグメントなど）の作成をサポートしていますか？サポートしている場合、その仕組みについて、および業務担当者向けかどうか教えてください。
7. 使いやすい、柔軟なインターフェイスを通じて、顧客セグメントの定義に関する透明性を確保できますか？
8. 顧客をセグメント化する方法を教えてください。
9. セグメント化を自動化したり、顧客プロファイルの属性に基づいて動的に更新したりできますか？できる場合、その方法を教えてください。
10. 通常のライフサイクルの変化（見込み客から顧客、顧客からマルチサービス顧客）に応じて、ターゲット顧客の絞り込みをどのように変更できますか？
11. 技術担当者（何らかの機械学習を活用するデータサイエンティストや統計担当者など）が関与することなく、予測モデルを生成、デプロイ、更新できますか？

## ディジジョン、パーソナライゼーション、オーケストレーション

多くの組織がCDPに投資している理由は、強固な顧客データセットを活用して、パーソナライズされた、オムニチャネルのマーケティングキャンペーンを推進するためです。そのためには、CDP内のリアルタイム顧客データとイベントトリガーに基づいてディジジョンを行い、次の最善の提案／行動に関する判断を支援する必要があります。以下の質問により、このビジネスドライバーを実現するための機能を特定できます。

1. ルールベースの手法と機械学習技術の両方を用いて顧客セグメントを作成するための機能はありますか？
2. イベント通知によるリアルタイムのセグメント化およびオーケストレーションをサポートしていますか（Webサイトに訪問中の顧客が特定の行動セグメントに該当することを認識して、リアルタイムで通知をトリガーし、準リアルタイムでキャンペーンをトリガーするなど）？
3. チャンネル別のビジネスルール（抑制、除外、優先など）をオーディエンスに適用できますか？
4. 顧客の同意や希望する連絡手段を管理するためのグローバル／チャンネル別のオプトイン／オプトアウト機能はありますか？
5. マーケティング担当者がルールベースのディジジョンを作成および設定するための機能はありますか？リアルタイムで実行できますか？
6. イベントがトリガーされた際のディジジョンを設定するための機能はありますか？
7. イベントのパターンや複数の条件に起因するイベントに基づいてディジジョンを設定するための機能はありますか？
8. 特定のチャンネルまたは複数のチャンネルからのフィードバックを次のディジジョンに組み込むことはできますか？どれだけ迅速に組み込みますか？
9. リアルタイムデータを処理して、そのデータを解釈し、特定のイベントに応じたCTA（行動喚起）を起動できますか？
10. ディジジョンエンジンやキャンペーン管理ツールと統合して、規定のビジネス目標に基づいて、顧客の行動を喚起する可能性が最も高いキャンペーンを始動できますか？



## パフォーマンスと拡張性

過去の傾向を見ても、今後、データの量が増え続け、顧客の期待が高まり続けることは、ほぼ間違いありません。そこで、容易に拡張できるCDPソリューションを選択することで、ビジネスや顧客ベースの変化にも対応できるようになります。データやユーザーの増加に合わせてプラットフォームを拡張できるかどうかは、データアクセス、データ処理、データ使用の能力を左右することになります。以下の質問により、ベンダーのパフォーマンスと拡張性を特定できます。

1. パフォーマンスのベンチマーク調査の結果を教えてください。企業データレイク内の数十億のソースレコードに対応できるだけのパフォーマンスと拡張性が必要です。
2. エンドユーザー数が増加した場合、アプリケーションのパフォーマンスに影響はありますか？
3. ページ、静的コンテンツ、データなどをロードするためのキャッシング技術を使用していますか？使用している場合は、詳しく教えてください。
4. 物理データサーバー層は複数のデータベース サーバー クラスタで構成されていますか？アクティブフェイルオーバーによって高可用性を確保できますか？詳しく教えてください。
5. 一日に実行できる一括インポートの最大数を教えてください。
6. インポートできるバッチファイルの最大容量を教えてください。
7. 過去3か月のアップタイム率を教えてください。



〒105-6226

東京都港区愛宕2-5-1 愛宕グリーンヒルズMORIタワー26階 電話：03-6403-7600（代表）FAX：03-3433-1021

IN09\_0321\_04118

© Copyright Informatica LLC 2021. Informatica、Informaticaロゴは、米国およびその他の国におけるInformatica LLCの商標または登録商標です。インフォマティカの商標の最新版は、<https://www.informatica.com/jp/trademarks.html>をご覧ください。その他すべての企業名および製品名は、各社が所有する商号または商標です。本文書に記載されている情報は、予告なく変更されることがあり、現状のまま提供され、明示または黙示を問わず一切の保証を伴いません。