

*IBM Digital Content Recommendations の*  
資料



# 目次

<b>IBM Content Recommendations の資料</b> .....	<b>1</b>
<b>IBM Digital Content Recommendations 構成ガイド</b> .....	<b>2</b>
構成ガイドの概要.....	2
最新の eluminate.js ファイルの使用.....	2
推奨のデプロイ.....	2
推奨要求関数.....	2
ゾーン入力関数.....	6
ライブラリーおよび関数呼び出しの配置.....	11
cmCreatePageViewTag を使用した、ページ・コンテンツ用の追加フィールドの受け渡し.....	11
cmCreateElementTag を使用した、エレメント・コンテンツ用の追加フィールドの受け渡し.....	12
コンソール・ログ・メッセージを無効にする.....	12
コンソール・ログ・メッセージを有効にする.....	12
サンプル・ページ・ソース.....	13
IBM が提供するコンテンツ推奨用サンプル・ライブラリー.....	13
サンプルのゾーン入力関数.....	14
サンプルのスタイル・シート.....	16
オファー処理、属性、およびアフィニティーの重みの構成.....	17
訪問データに対する時間ベースの重み付けの構成.....	17
構成変更のパブリッシュ.....	18
ゾーン・パフォーマンス・レポートのカテゴリの構成.....	18
コンテンツ・ゾーン・パフォーマンス・レポートに使用する親カテゴリの選択.....	18
エレメント・レポートに表示するカテゴリの選択.....	19
コンテンツ推奨 Cookie.....	19
Cookie のカウント管理.....	19
Cookie のサイズ管理.....	19
REST API.....	20
REST API に送信する HTTP 要求の構成.....	20
REST API からのリストの表示.....	21
REST API エラー・コード.....	22
応答時間とパフォーマンス.....	23
管理.....	24
プロジェクトの概要.....	26
プロジェクトの準備.....	28
ダイナミック推奨の実装.....	29
その他の連絡先情報.....	29
サポート.....	31
用語集.....	31
<b>IBM Digital Content Recommendations ユーザー・ガイド</b> .....	<b>35</b>
IBM Digital Recommendations の概要.....	35
Content Recommendations の主な機能.....	35
システム要件.....	37
ユーザー・ガイドの概要.....	37
Digital Recommendations へのアクセス.....	38
ユーザー・グループのアクセス許可.....	38
Content Recommendations を構成するためのワークフロー.....	38
コンテンツ・オファー.....	39
コンテンツ・オファーの作成.....	39
使用するルール・インターフェースの決定.....	40

推奨のコンテンツのランキング	40
更新頻度	41
推奨フォールバックを有効にする	41
データ分析期間の決定	41
配信オプションの決定	42
ターゲット・リストのプレビュー	42
Eメール通知を有効にする	42
オファーのアクティブ化	42
特定のオファーの変更履歴の表示	42
オファーの結果のプレビュー	43
構成パラメーターに対する変更のトラッキング	43
オファーおよびオファー構成に対する変更のトラッキング	43
推奨のプレビュー	44
特定アイテムの推奨のプレビュー	44
アイテムのサンプル・セットの推奨のプレビュー	45
新規オファーまたは変更されたオファーの推奨のプレビュー	45
グリッドを使用したプレビュー	46
ゾーンでのイメージとしてのプレビュー	46
プレビューに表示する属性の選択	47
新しいルール・インターフェースを使用したコンテンツ・オファーへのビジネス・ルールの適用	47
個別のルール・グループの定義	47
共有ルール・グループの定義	48
共有ルール・グループへの個別ルール・グループのコンバージョン	48
個別ルール・グループへの共有ルール・グループのコピー	48
ルールの作成	49
プロモーション	50
アイテムの重視	53
アイテムを重視しない	55
推奨に複数の「重視しない」ルールを適用する場合	58
パーセンテージ値	58
係数値	58
アイテムの除外	59
アイテムをブラックリストに掲載	61
新しいルール・インターフェースを使用したコンテンツに対するビジネス・ルールの例	62
オファーへのルールの影響の表示	62
ルール・バリエーションのテスト	63
レガシー・ルール・インターフェースを使用したコンテンツ・オファーへのビジネス・ルールの適用	64
個別のルール・グループの定義	65
ルールの作成	65
ルール・ターゲットの定義	66
ルール・クラスとルールの種類の定義	67
上位ランクの推奨の選択属性に一致するアイテムを重視しない	69
アイテムをブラックリストに掲載	69
推奨からの特定ページの除外	70
推奨として組み込むエレメント・カテゴリーの識別	71
コンテンツのビジネス・ルールの例	71
オファーへのルールの影響の表示	71
レガシー・ルール・インターフェースを使用したオファーに対するビジネス・ルール・ポリシーの構成	72
推奨プラン	75
単一ステップの推奨プランの作成	75
推奨プランに対するステップと個別化の追加	76
ターゲット選択のためのビジネス・ケース	76
複数のターゲットを使用するよう推奨プランにステップを構成する	77
フォールバック処理	78
サイト・ゾーンの構成	79
推奨プランが有効な場合のみ表示されるゾーンの作成	80
コンテンツ推奨の個別化	80

システム概要ダッシュボード.....	80
ゾーン、オファー、および推奨プランのリストの表示.....	81
アクティブまたは非アクティブのゾーンの識別.....	81
推奨数の識別.....	81
1つ以上の A/B テストのパラメーターの識別または比較.....	81
非アクティブな推奨プランとゾーンの識別.....	82
オファーが使用されるすべてのインスタンスの識別.....	82
推奨プランが使用されるすべてのインスタンスの識別.....	82
A/B テストでオーバーライドされる推奨プランの識別.....	82
推奨とルールの出力のテスト.....	83
推奨のテスト.....	83
ビジネス・ルールの結果のトラブルシューティング.....	84
推奨が少なすぎる場合のトラブルシューティング.....	84
レポート.....	84
コンテンツ・ゾーン・パフォーマンス・レポート.....	84
エレメント・レポート.....	85
A/B テスト・パフォーマンス・レポート.....	85
レポート・オプションの選択.....	85
レポートの保存.....	86
比較の期間の選択.....	86
コンテンツ推奨用のレポート指標の用語集.....	86
パフォーマンス・ダッシュボード.....	88
ダッシュボードの表示.....	88
標準ダッシュボード.....	88
ダッシュボードの作成.....	88
コンテンツ・ゾーン・パフォーマンス・ダッシュボード・モジュール.....	89
エレメント・レポート・ダッシュボード・モジュール.....	90
A/B テスト・ダッシュボード・モジュール.....	90
ページ・サイト・パフォーマンス・ダッシュボード・モジュール.....	90
ダッシュボードの共有.....	91
コンテンツ推奨用のレポート指標の用語集.....	92
ワークブック.....	93
ワークブックの作成.....	93
ワークブックの共有.....	93
頻繁に使用するダッシュボードまたはレポートの表示.....	94
繰り返しダウンロード用にダッシュボードまたはレポートのセットをグループ化する.....	94
ワークブックを迅速にロードできるよう構成する.....	94
ワークブックの全タブを閉じる.....	95
A/B テスト.....	95
推奨の比較.....	95
A/B テストの作成.....	96
オファーの比較.....	97
ゾーンのヘッダー・テキストのテスト.....	97
推奨の数のテスト.....	97
ゾーン配置のテスト.....	98
A/B テストの非アクティブ化.....	98
A/B テスト結果の評価.....	99
その他の連絡先情報.....	99
サポート.....	100
用語集.....	101
商標.....	106
製品資料に関するご使用条件.....	106
プライバシー・ポリシーに関する考慮事項.....	106

# IBM Content Recommendations の資料

---

IBM® Content Recommendations の資料へようこそ。この資料では、IBM Content Recommendations の管理と使用の方法について記載します。

## 概要

[35 ページの『IBM Digital Recommendations の概要』](#)

IBM Digital Recommendations は、IBM Product Recommendations および IBM Content Recommendations と強固に統合されています。

## プロダクトの特記事項

[38 ページの『Content Recommendations を構成するためのワークフロー』](#)

プロダクト売上ではなくコンテンツ Web サイト用の推奨を生成するように Content Recommendations を構成する場合に実行するタスクと、それらを実行する順序を以下に示します。

[88 ページの『パフォーマンス・ダッシュボード』](#)

特定のデータを表示するようにダッシュボードをカスタマイズできます。ダッシュボードには、Digital Recommendations レポートのサマリーが表示されます。

## 共通タスク

[39 ページの『コンテンツ・オファー』](#)

コンテンツ・オファーは、コンテンツ推奨を生成するパラメーターのセットです。

[47 ページの『新しいルール・インターフェースを使用したコンテンツ・オファーへのビジネス・ルールの適用』](#)

ページ・コンテンツとページ・コンテンツ・カテゴリには、新しいルール・インターフェースを使用できます。

[75 ページの『推奨プラン』](#)

推奨プランを使用して、推奨の生成に使用するターゲット、使用するオファー、およびゾーンのバナーに表示するヘッダー・テキストを定義します。

[79 ページの『サイト・ゾーンの構成』](#)

ゾーンとは、Digital Recommendations ダイナミック推奨を通じて訪問者のブラウザが推奨を表示する、Web ページ上の位置を指します。

[84 ページの『レポート』](#)

レポートには、推奨のパフォーマンスについての情報が記載されます。

[95 ページの『A/B テスト』](#)

Digital Recommendations には、A/B テスト機能があります。この機能は、Digital Recommendations の各種設定がサイト・パフォーマンスにどう影響するか判断するために、A、B、C、D に分かれた分割テストを実行できるように設計されています。

## Web サイトおよびデータ・ファイルの構成

[2 ページの『推奨要求関数』](#)

推奨要求関数を使用して推奨要求呼び出しを作成できます。

[6 ページの『cmDisplayRecs 関数』](#)

cmDisplayRecs 関数は、ページ上のすべての推奨要求関数の後に配置します。

[6 ページの『ゾーン入力関数』](#)

ゾーン入力関数は、Web サイト開発者により Web サイトに組み込まれる JavaScript 関数です。

[20 ページの『REST API』](#)

JSON オブジェクトとして推奨データを取得するには、この API を使用します。

[19 ページの『コンテンツ推奨 Cookie』](#)

Digital Recommendations は、訪問 Cookie と永続ファースト・パーティー Cookie の 2 つを設定します。

# IBM Digital Content Recommendations 構成ガイド

## 構成ガイドの概要

本書の内容

「*IBM Content Recommendations 構成ガイド*」は、以下の目的で日常的にアクセスするユーザーを対象としています。

- IBM Content Recommendations によって使用されるデータ・ファイルの処理
- Web サイトと IBM Content Recommendations との間の通信の管理
- 拡張構成オプションの管理

この製品の概要および IBM Content Recommendations の使用方法の詳細については、「*IBM Content Recommendations ユーザー・ガイド*」を参照してください。

## 最新の eluminate.js ファイルの使用

最新のサポート・ファイルを使用していることを確認してください。

Digital Recommendations のより新しいバージョンへアップグレードする場合、この最新ファイルがアクティブであることを確認してください。詳しくは、Digital Analytics 担当員にお問い合わせください。

## 推奨のデプロイ

ダイナミック推奨を使用すると、推奨を Web サイトにロードするためのアップロード・ファイルとページ要求を作成できます。

コンテンツ推奨の場合は、ECDF ファイルも EPCMF ファイルも作成しません。

Web サイト管理者は、Digital Recommendations からの最新の推奨データを要求するために、`cmPageRecRequest` 関数または `cmElementRecRequest` 関数、`cmDisplayRecs` 関数、および 1 つ以上のゾーン入力関数を挿入します。Web サイトに配信される推奨データは、コンテンツ配信ネットワーク (CDN) を使用します。

詳しくは、以下を参照してください。

- [3 ページの『`cmPageRecRequest` 関数](#)』
- [5 ページの『`cmElementRecRequest` 関数](#)』
- [6 ページの『`cmDisplayRecs` 関数](#)』
- [6 ページの『ゾーン入力関数](#)』

## 推奨要求関数

推奨要求関数を使用して推奨要求呼び出しを作成できます。

Digital Recommendations サイト・ゾーンを使用する Web ページで、1 つ以上の推奨要求の呼び出しを作成します。作成する呼び出しは、ゾーンごとに 1 つずつと、それに続く単一の `cmDisplayRecs` 呼び出しです。詳しくは、[13 ページの『サンプル・ページ・ソース』](#)の例を参照してください。

### 関連概念

[3 ページの『`cmPageRecRequest` 関数](#)』

cmPageRecRequest 関数は、ページ・コンテンツ 推奨を要求するサイト・ゾーンを含むページで使用します。例えば、ページ・コンテンツ・オファーまたはページ・コンテンツ・カテゴリ・オファーを使用するサイト・ゾーンがある場合などです。

#### 5 ページの『cmElementRecRequest 関数』

この関数は、エレメント・コンテンツ 推奨を要求するサイト・ゾーンを含むページで使用します。例えば、エレメント・コンテンツ・オファーまたはエレメント・コンテンツ・カテゴリ・オファーを使用するサイト・ゾーンがある場合などです。

#### 6 ページの『cmDisplayRecs 関数』

cmDisplayRecs 関数は、ページ上のすべての推奨要求関数の後に配置します。

### cmPageRecRequest 関数

cmPageRecRequest 関数は、ページ・コンテンツ 推奨を要求するサイト・ゾーンを含むページで使用します。例えば、ページ・コンテンツ・オファーまたはページ・コンテンツ・カテゴリ・オファーを使用するサイト・ゾーンがある場合などです。

### パラメーター

cmPageRecRequest 関数は最大で 4 つのパラメーターを次の順番で受け取ります。

位置	パラメーター	有効なパラメーター値
1	ゾーン ID (Zone ID)	ゾーン ID は 8 文字以内で、Digital Recommendations インターフェイスで新規ゾーンを作成するときに定義します。ゾーン ID には、大/小文字の区別があります。このパラメーターは必須です。
2	ターゲット・ページ ID	ページ・コンテンツ・オファー 推奨の場合に推奨の基礎となるターゲット・ページ ID。カテゴリ 推奨の実行に指定されているゾーンの場合は、このパラメーターとして、空の単一引用符 (") または空の二重引用符 (") を渡します。この値を使用するには、ゾーン ID に関連付けられている推奨プランに、(指定したページに対して) ターゲット・シンボリック引数値「_SG_」を使用したステップを含める必要があります。

表 1 : cmPageRecRequest 応答パラメーター (続く)

位置	パラメーター	有効なパラメーター値
3	ターゲット・カテゴリー ID	<p>ページ・カテゴリー・オファー推奨の場合に推奨の基礎となるターゲット・カテゴリー ID。これは、通常、位置 2 のターゲット・ページ ID パラメーターによって渡されるターゲットのカテゴリー ID です。これは、Digital Recommendations によって要求されたアイテムのページ推奨が使用可能ではない場合に、要求されたアイテムのカテゴリーのカテゴリー推奨にフォールバックする方法を提供します。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ページ・カテゴリー推奨の場合、カテゴリー推奨の基本になるカテゴリー ID を渡します。</li> <li>この値を使用するには、ゾーン ID に関連付けられている推奨プランに、(指定されたページ・カテゴリーに対して) ターゲット・シンボリック引数値「_SGC_」を使用したステップを含める必要があります。</li> <li>推奨プランに多重ターゲット・オプションを使用している場合は、複数のターゲット・ページ ID を、パイプ文字で区切って含めます。以下はその例です。 cmPageRecRequest ('zone1', '111111 222222 333333', 'catID')</li> </ul> <p>複数のターゲット関数を使用している場合は、最大 20 個のプロダクト ID を渡すことができます。</p> <p>このパラメーターにはコンマは使用しないでください。</p> <p>注: 推奨プランには、通常、プランの最終ステップとしてこれが含まれます。</p>
4	ランダム化関数	<p>このパラメーターは、(ターゲット・シンボリック引数値「_TS_」を使用した) 全体的な表示回数上位の推奨でのみ使用されます。このパラメーターとして値「R」を渡すと、推奨の順序がページ・ロードのたびにランダムにソートされます。</p> <p><b>ベスト・プラクティス推奨:</b> 他のすべての場合は、特定のアルゴリズムで指定された正確な順序どおりに推奨を表示しないと、売上が下がることが証明されています。特定のターゲットに対する推奨セットにおいて、統計的有意性は推奨ごとに低下し、アイテム・リストの下方に進むに従って低下します。</p>

#### CDN からの HTTP 応答のコンテンツの指定

ダイナミック推奨データは、HTTP 応答によってコンテンツ配信ネットワーク (CDN) を介して配信されます。この配信が行われるのは、サイト・ゾーンが cmDisplayRecs 関数を起動したときです。

#### このタスクについて

CDN から HTTP 応答に組み込まれる属性と値のペアを定義する必要があります。

#### 手順

1. ページ・コンテンツ・オファーを構成するには、サイド・ナビゲーション枠で「管理」 > 「コンテンツ・オファー」 > 「ページ属性」を選択します。
2. エレメント・コンテンツ・オファーを構成するには、サイド・ナビゲーション枠で「管理」 > 「コンテンツ・オファー」 > 「エレメント属性」を選択します。

3. 「**オファーの応答に含める属性**」で、応答に含める属性を、「**使用可能**」から「**選択済み**」に移動します。

### cmElementRecRequest 関数

この関数は、エレメント・コンテンツ推奨を要求するサイト・ゾーンを含むページで使用します。例えば、エレメント・コンテンツ・オファーまたはエレメント・コンテンツ・カテゴリ・オファーを使用するサイト・ゾーンがある場合などです。

### パラメーター

cmElementRecRequest 関数は最大で 4 つのパラメーターを次の順番で受け取ります。

位置	パラメーター	有効なパラメーター値
1	ゾーン ID (Zone ID)	ゾーン ID は 8 文字以内で、Digital Recommendations インターフェイスで新規ゾーンを作成するときに定義します。ゾーン ID には、大/小文字の区別があります。このパラメーターは必須です。
2	ターゲット・エレメント ID	エレメント・コンテンツ・オファー推奨の場合に推奨の基礎となるターゲット・エレメント ID。カテゴリ推奨の実行専用指定されているゾーンの場合は、このパラメーターとして、空の単一引用符 (") または空の二重引用符 (") を渡します。この値を使用するには、ゾーン ID に関連付けられている推奨プランに、(指定したエレメントに対して) ターゲット・シンボリック引数値 「_SE_」 を使用したステップを含める必要があります。
3	ターゲット・カテゴリ ID	<p>エレメント・カテゴリ・オファー推奨の場合に推奨の基礎となるターゲット・カテゴリ ID。これは、通常、位置 2 のターゲット・エレメント ID パラメーターによって渡されるターゲットのカテゴリ ID です。これは、Digital Recommendations によって要求されたアイテムのエレメント推奨が使用可能ではない場合に、要求されたカテゴリのカテゴリ推奨にフォールバックする方法を提供します。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>エレメント・カテゴリ推奨の場合、カテゴリ推奨の基本になるカテゴリ ID を渡します。</li> </ul> <p>全体的な表示回数上位の推奨 (エレメント・カテゴリ・オファーの設定パネルで設定されている場合) については、値 「_TS_」 を渡します。この値を使用するには、ゾーン ID に関連付けられている推奨プランに、(指定したエレメント・カテゴリに対して) ターゲット・シンボリック引数値 「_SEC_」 を使用したステップを含める必要があります。</p> <p><b>注:</b> 推奨プランには、通常、プランの最終ステップとしてこれが含まれていることがあります。</p>

表 2: cmElementRecRequest 応答パラメーター (続く)

位置	パラメーター	有効なパラメーター値
4	ランダム化関数	このパラメーターは、(ターゲット・シンボリック引数値「_TS_」を使用した) 全体的な表示回数上位の推奨でのみ使用されます。このパラメーターとして値「R」を渡すと、推奨の順序がページ・ロードのたびにランダムにソートされます。  <b>ベスト・プラクティス推奨:</b> 他のすべての場合は、特定のアルゴリズムで指定された正確な順序どおりに推奨を表示しないと、売上が下がることが証明されています。特定のターゲットに対する推奨セットにおいて、統計的有意性は推奨ごとに低下し、アイテム・リストの下方に進むに従って低下します。

### CDN からの HTTP 応答のコンテンツの指定

ダイナミック推奨データは、HTTP 応答によってコンテンツ配信ネットワーク (CDN) を介して配信されます。この配信が行われるのは、サイト・ゾーンが cmDisplayRecs 関数を起動したときです。

### このタスクについて

CDN から HTTP 応答に組み込まれる属性と値のペアを定義する必要があります。

### 手順

1. ページ・コンテンツ・オファーを構成するには、サイド・ナビゲーション枠で「管理」 > 「コンテンツ・オファー」 > 「ページ属性」を選択します。
2. エレメント・コンテンツ・オファーを構成するには、サイド・ナビゲーション枠で「管理」 > 「コンテンツ・オファー」 > 「エレメント属性」を選択します。
3. 「オファーの応答に含める属性」で、応答に含める属性を、「使用可能」から「選択済み」に移動します。

### cmDisplayRecs 関数

cmDisplayRecs 関数は、ページ上のすべての推奨要求関数の後に配置します。

cmDisplayRecs 関数にはパラメーターは必要ありません。この関数が現れるのは 1 ページにつき 1 回のみでなければならず、ページ上のすべての cmPageRecRequest 要求と cmElementRecRequest 要求の後に配置する必要があります。この要求は、Digital Recommendations に対して、そのページのすべてのゾーン要求が完了したことを通知し、最終推奨によってページのゾーン入力関数を呼び出すように指示します。

## ゾーン入力関数

ゾーン入力関数は、Web サイト開発者により Web サイトに組み込まれる JavaScript 関数です。

推奨の表示に役立つ 14 個の引数をゾーン入力関数に渡すことができます。Web サイトの設計と一貫性を保つ形で推奨が表示されるように、関数本体のコーディングを行ってください。cmDisplayRecs 要求の結果として、お客様定義のゾーン入力関数が 1 回以上呼び出されます。

1 つ以上のゾーン入力関数を定義できます。cmDisplayRecs 関数は、推奨要求内のゾーン ID と一致するゾーン入力関数を探します。

### ゾーン入力関数用の命名規則

ゾーン入力関数はゾーンごとに存在し、以下のガイドラインに従った名前を付ける必要があります。

zoneid\_zp

zoneid には大/小文字の区別があり、使用できる文字は、英数字と下線文字のみです。スペースや下線以外の特殊文字は使用しないでください。この ID は、アプリケーション全体で使用されます。この ID は各推

奨要求で送信され、その要求の対象となるゾーンを知らせます。推奨要求をエンコードするページ開発者は、サイトのアクティブ・ゾーンごとに構成されたゾーン ID が必要になります。このゾーン ID は、IBM Digital Recommendations ユーザー・インターフェースを使用してゾーンを定義する際に使用される値と同じです。

注：すべてのゾーン入力関数は、お客様定義の単一の JavaScript ライブラリーに格納してください。このライブラリーは、必要なすべてのページに含める必要があります。

### ゾーン入力関数の引数

次の引数がゾーン入力関数に渡されます。

位置	パラメーター	説明と使用方法	フィールドに常に埋め込まれるか	ゾーン入力関数で使用されるか
1	推奨されるアイテム ID	推奨アイテム ID の配列は、位置 1 で返されます。ゾーン入力関数を構成して、これらのアイテム ID 用の適切な内容 (多くの場合、サムネール・イメージ、簡略説明、およびリンクを含むが、これらに限定されるものではない) が、このゾーン用に指定されたサイトのスペースに表示されるようにします。	はい	標準
2	ゾーン ID (Zone ID)	この要求で指定されたゾーン ID。	はい	標準
3	ターゲット・シンボリック	推奨の生成に使用された推奨プランのステップを表す値です。各ステップは、ステップを識別することでオファーを特定します。この値は、推奨リストがどのように生成されたかを表します。ゾーン入力関数に推奨が渡されなかった場合、この引数には値「_NR_」が入ります。 <a href="#">8 ページの『ターゲット・シンボリック引数の値』</a> も参照してください。	はい	標準
4	ターゲット ID	位置 1 に渡される推奨アイテム ID のリストの基盤として使用されたアイテム ID、カテゴリ ID、または検索語句です。より高度なゾーン入力関数機能を構築するには、オプションとしてこのパラメーターを使用し、この推奨の基盤となっているターゲット ID を表示することができます。	はい	オプション
5	ターゲット ID のカテゴリ	分析タグ内で定義されているとおりに、位置 4 に渡されるターゲット ID のカテゴリ ID です。	はい	オプション
6	推奨アイテムの属性	パラメーター 1 に渡される推奨アイテムに対する、属性の 2 次元配列です。このパラメーターは、分析タグ内の属性を提供する場合に有効です。これらの属性を使用して、最終のコンテンツの表示に役立てることができ、例えば、サムネール・イメージの場所、ページの Web アドレス、およびアイテムの説明を含めることができます。	構成が必要	オプション
7	ターゲット ID の属性	パラメーター 4 に渡されるターゲット ID に対する、属性の 1 次元配列です。この前のパラメーターと同じですが、対象がターゲット ID です。	構成が必要	オプション
8	ゾーンのヘッダー・テキスト	推奨プランを作成する場合、Web ページのゾーン・ヘッダーに表示されるテキストを指定できます。このパラメーターは、そのテキストを、サイト・ゾーンのバナーのヘッダー・テキストとして提供します。	はい	標準

表 3: ゾーン入力関数の引数 (続く)				
位置	パラメーター	説明と使用方法	フィールドに常に埋め込まれるか	ゾーン入力関数で使用されるか
9	A/B テスト ID	A/B テスト名、セミコロン、および要求されたテスト・エレメントの A/B テスト ID を含む文字列。A/B テスト名および A/B テスト ID は、Digital Recommendations で A/B テストを作成するときに定義されます。ゾーン用の A/B テストがない場合は、「A/B テストなし (no ab test)」を含みます。	はい	オプション
10	推奨アイテムのカテゴリー	分析タグ内で指定されている、位置 1 に渡された各アイテムのカテゴリー ID を含む配列です。	はい	オプション
11	ターゲット・ページ URL	位置 4 に渡されるターゲット ID のページ URL。	ページ・コンテンツ・オファーの場合にのみデータが取り込まれます	オプション
12	ターゲット・ページ名	位置 4 に渡されるターゲット ID のページ名。	ページ・コンテンツ・オファーの場合にのみデータが取り込まれます	オプション
13	推奨アイテムのページ URL	位置 1 に渡された各アイテムのページ URL を含む配列。	ページ・コンテンツ・オファーの場合にのみデータが取り込まれます	オプション
14	推奨アイテムのページ名	位置 1 に渡された各アイテムのページ名を含む配列。	ページ・コンテンツ・オファーの場合にのみデータが取り込まれます	オプション

#### ターゲット・シンボリック引数の値

ターゲット・シンボリック引数には、推奨プランのステップを表す値、つまり、推奨がどのように生成されるかを指定する値が含まれます。

ターゲット・シンボリック引数によって返される値に基づいて異なる値を表示するように、ゾーン入力関数をコーディングする必要がある場合があります。値は、単一引用符 (') または二重引用符 (") で囲んでください。

表 4: ページ・コンテンツ推奨のターゲット・シンボリック引数の値	
引数値	説明
_SG_	cmPageRecRequest の位置 2 に指定されている 1 個以上のページ ID に基づく推奨を取得します。3 ページの『cmPageRecRequest 関数』を参照してください。

表 4: ページ・コンテンツ推奨のターゲット・シンボリック引数の値 (続く)

引数値	説明
_SGC_	cmPageRecRequest の位置 3 に指定されたカテゴリ ID に基づく推奨を取得します。この引数が推奨の 1 つとして cmPageRecRequest の位置 2 に指定された アイテム ID を取得した場合、Digital Recommendations はそれを自動的に削除します。
_RVG_	訪問者が最後に表示したページに基づく推奨を取得します。
_NR_	ゾーン入力関数に渡される推奨はありません。_NR_ は、ページ上の関連付けられたコンテンツ領域が訪問者に対して表示されない場合に予期される値です。例えば、訪問者が A/B テストを受けていて、関連付けられたテスト・グループにはいかなる推奨も表示されない場合です。

表 5: エlement・コンテンツ推奨のターゲット・シンボリック引数の値

引数値	説明
_SE_	cmElementRecRequest の位置 2 に指定された Element ID に基づく推奨を取得します。5 ページの『cmElementRecRequest 関数』を参照してください。
_SEC_	cmElementRecRequest の位置 3 に指定されたカテゴリ ID に基づく推奨を取得します。注: この引数が推奨の 1 つとして cmElementRecRequest の位置 2 に指定された アイテム ID を取得した場合、Digital Recommendations はそれを自動的に削除します。
_NR_	ゾーン入力関数に渡される推奨はありません。_NR_ は、ページ上の関連付けられたコンテンツ領域が訪問者に対して表示されない場合に予期される値です。例えば、訪問者が A/B テストを受けていて、関連付けられたテスト・グループにはいかなる推奨も表示されない場合や、このアイテムに対するフォールバック・プロセスが使い果たされていて、このアイテムに使用できる推奨が 1 つもない場合などです。

### ゾーン入力関数の例

ゾーン入力関数に渡されるパラメーター値の例を以下に示します。数値は各引数の位置を示しています。

### ページ・コンテンツ推奨の例

(

1. ['MOMS\_POT\_ROAST', 'POT\_ROAST\_ON\_THE\_GRILL', 'BARBECUED\_POT\_ROAST', 'CROCK-POT\_CHICKEN'],

最終的な推奨 ID の配列 (この例では 4 つ)。

2. 'PageZ1',

推奨が要求されたゾーンの ID。

3. '\_SG\_',

最終的に使用された推奨プラン・ステップのターゲットを識別するコード。

4. 'POT ROAST',

使用された実際のターゲット。このターゲットに対して位置 1 で 4 つの推奨が生成されました。

5. '440000100708497832',

ターゲットのカテゴリ ID。

6. [['http://www.mysite.com/moms-pot-roast.jpg', 'Oven', 'Rating: 1'], ['http://www.mysite.com/pot-roast-on-the-grill.jpg', 'Grill', 'Rating: 1'], ['http://www.mysite.com/barbecued-pot-roast.jpg', 'Oven', 'Rating: 2'], ['http://www.mysite.com/crock-pot-chicken.jpg', 'Crock pot', 'Rating: 2']],

1 番目の位置で渡されるアイテムの配列に対応する、属性の 2 次元配列。この例では、'MOMS\_POT\_ROAST' に対応する属性配列は、['http://www.mysite.com/moms-pot-roast.jpg', 'Oven', 'Rating: 1'] です。位置 1 で渡される推奨が 8 個あり、各推奨に 5 個の属性がある場合、この 2 次元配列は 8 行、5 列になります。

7. ['http://www.mysite.com/pot-roast.jpg', '', 'Rating: 2'],

ターゲットに対する属性の配列。

8. 'Pages you might enjoy',

ゾーンのヘッダー・テキスト。

**9. 'PageAB:Ctrl',**

A/B テスト名と、その後にセミコロン、必要なテスト・エレメントの A/B テスト ID を含む文字列。このゾーンに対するアクティブな A/B テストがない場合、文字列には、「A/B テストなし (no ab test)」が含まれます。

**10. ['440000100708497832', '440000100708498787', '440000100708497832', '440000100708498787'],**

1 番目の位置で渡されるアイテムの配列に対応する、カテゴリー ID の配列。

**11. 'http://www.mysite.com/recipes/pot\_roast.html',**

ターゲットのページの URL。

**12. 'POT ROAST',**

ターゲットのページ名。

**13. ['http://www.mysite.com/recipes/moms-pot-roast.html', 'http://www.mysite.com/recipes/pot-roast-on-the-grill.html', 'http://www.mysite.com/recipes/barbecued-pot-roast.html', 'http://www.mysite.com/recipes/crock-pot-chicken.html'],**

1 番目の位置で渡されるアイテムの配列に対応する、ページ URL の配列。

**14. ['MOMS POT ROAST', 'POT ROAST ON THE GRILL', 'BARBECUED POT ROAST', 'CROCK-POT CHICKEN'],**

1 番目の位置で渡されるアイテムの配列に対応する、ページ名の配列。

)

### エレメント・コンテンツ推奨の例

(

**1. ["BREAKFAST|EGG RECIPES", "DINNER|CHEESY RECIPES", "LUNCH|POULTRY RECIPES", "DINNER|SEAFOOD RECIPES"],**

最終的な推奨 ID の配列 (この例では 4 つ)。

**2. "ElemRZ1",**

推奨が要求されたゾーンの ID。

**3. "\_SE\_",**

最終的に使用された推奨プラン・ステップのターゲットを識別するコード。

**4. "MAIN PAGE",**

使用された実際のターゲット。このターゲットに対して位置 1 で 4 つの推奨が生成されました。

**5. '10307',**

ターゲットのカテゴリー ID。

**6. [{"Title: Healthy egg recipes", "http://www.mysite.com/recipes/breakfast-egg.html", "http://www.mysite.com/images/breakfast-egg.jpg", "Rating: 3", "20"}, {"Title: Dinner is better with cheese!", "http://www.mysite.com/recipes/dinner-cheese.html", "http://www.mysite.com/images/dinner-cheese.jpg", "Rating: 1", "50"}, {"Title: Chicken for lunch", "http://www.mysite.com/recipes/lunch-chicken.html", "http://www.mysite.com/images/lunch-chicken.jpg", "Rating: 4", "40"}, {"Title: Seafood that rocks!", "http://www.mysite.com/recipes/dinner-seafood.html", "http://www.mysite.com/images/dinner-seafood.jpg", "Rating: 2", "100"}],**

1 番目の位置で渡されるアイテムの配列に対応する、属性の 2 次元配列。この例では、"BREAKFAST|EGG RECIPES" に対応する属性配列は、["Title: Healthy egg recipes", "http://www.mysite.com/recipes/breakfast-egg.html", "http://www.mysite.com/images/breakfast-egg.jpg", "Rating: 3", "20"] です。位置 1 で渡される推奨が 8 個あり、各推奨に 5 個の属性がある場合、この 2 次元配列は 8 行、5 列になります。

**7. [{"Title: Our great recipes", "http://www.mysite.com/recipes.html", "http://www.mysite.com/recipes.jpg", "Rating: 2", "30"},**

ターゲットに対する属性の配列。

8. "Videos you might like",

ゾーンのヘッダー・テキスト。

9. "ElemAB:Test\_A",

A/B テスト名と、その後にセミコロン、必要なテスト・エレメントの A/B テスト ID を含む文字列。このゾーンに対するアクティブな A/B テストがない場合、文字列には、「A/B テストなし (no ab test)」が含まれます。

10. ["BREAKFAST", "DINNER", "LUNCH", "DINNER"],

1 番目の位置で渡されるアイテムの配列に対応する、カテゴリー ID の配列。

11. '',

この例では使用されません。

12. '',

この例では使用されません。

13. [],

この例では使用されません。

14. [],

この例では使用されません。

)

## ライブラリーおよび関数呼び出しの配置

ダイナミック推奨を使用するすべてのページには、以下のライブラリーおよび関数を含める必要があります。

<head></head> セクション内 (次の順序で)

1. eluminate.js のロード
2. cmcustom.js のロード (必要な場合)
3. cmSetClientID の呼び出し (適切なドメインを使用してください)

<body></body> セクション内 (次の順序で)

1. cmCreateProductView および cmCreatePageviewTag など、IBM Digital Recommendations 関数以外のすべてのタグ。
2. ゾーン入力関数は <head></head> または <body></body> 内のどこにでも配置できますが、すべての cmRecRequest 関数の前でなければなりません。
3. cmPageRecRequest または cmElementRecRequest。ページ上のゾーンごとに 1 回ずつ含めます。
4. cmDisplayRecs。すべての cmRecRequest 呼び出しの後にこれを 1 回のみ呼び出します。

サイトのタグ付けについては詳しくは、「IBM Digital Analytics インプリメンテーション・ガイド」の『タグ付けのガイド』の章を参照してください。

詳しくは、[13 ページの『サンプル・ページ・ソース』](#)を参照してください。

## cmCreatePageViewTag を使用した、ページ・コンテンツ用の追加フィールドの受け渡し

ページ・ビュー・タグは、訪問者がサイト内でページを移動したときにクリック・ストリーム・データを収集するために使用されます。これは、ページ・コンテンツ・オファーで使用する追加フィールドを受け渡す機能でもあります。ビジネス・ルールで追加フィールドを使用するには、事前にこの機能が必要となります。

最大 15 個の追加フィールドを受け渡すことが可能で、各フィールドには最大 100 文字を指定できます。6 番目のパラメーターで追加フィールドを受け渡し、それぞれの追加フィールドを -\_- で区切ります。

例えば、他のメキシコ料理のレシピと併せてメキシコ料理のレシピだけを推奨するためのルールが必要な場合、メキシコ料理のレシピのページであるという情報を追加フィールドとして受け渡す必要があります。タグは以下のようになります。

```
cmCreatePageViewTag("Spicy Enchiladas", "Dinners", "", "", "", "Mexican_-_Susan Doe_-_Download")
```

ここで、Mexican、Susan Doe、および Download は、すべて追加フィールドです。

## cmCreateElementTag を使用した、エレメント・コンテンツ用の追加フィールドの受け渡し

エレメント・タグは、イントラ・ページのコンテンツを追跡するために使用します。これは、エレメント・コンテンツ・オファーで使用する追加フィールドを受け渡す機能でもあります。ビジネス・ルールで追加フィールドを使用するには、事前にこの機能が必要となります。

最大 15 個の追加フィールドを受け渡すことが可能で、各フィールドには最大 100 文字を指定できます。3 番目のパラメーターで追加フィールドを受け渡し、それぞれの追加フィールドを `-_-` で区切ります。

例えば、PC コンピューターのチュートリアルのみを推奨するためのルールが必要な場合、PC のチュートリアルがエレメントであるという情報を追加フィールドとして受け渡す必要があります。タグは以下のようになります。

```
cmCreateElementTag("Tutorials", "Learning Tools", "PC_-_2011")
```

ここで、PC および 2011 は、追加フィールドです。

## コンソール・ログ・メッセージを無効にする

コンソール・ログ・メッセージはデフォルトで有効になっています。コンソール・ログ・メッセージを無効にするには、以下の手順に従って操作してください。

### 手順

以下の行をページ・ソースの `eluminare.js` ファイルのロードの直後に挿入します。通常は、`cmSetClientID` と同じスクリプト・ブロックにあります。

```
cmSetupOther({"IORequest.disable_console_logging":true});
```

### 例

次に例を示します。

```
<script type="text/javascript" src="//libs.coremetrics.com/eluminare.js">
</script>
<script type="text/javascript">
cmSetClientID("99999999",true,"data.coremetrics.com","yoursite.com");
cmSetupOther({"IORequest.disable_console_logging":true});
</script>
```

## コンソール・ログ・メッセージを有効にする

コンソール・ログ・メッセージはデフォルトで有効になっています。しかし、コンソール・ログ・メッセージが無効になっている場合は、以下の手順に従って再度有効にします。

### 手順

1. ページのソース内に次の行があるので見つけます。通常は、`cmSetClientID` と同じスクリプト・ブロック内にあります。`cmSetupOther({"IORequest.disable_console_logging":true});`
2. `true` ステートメントを `false` に変更します。

次に例を示します。

### 例

次に例を示します。

```
<script type="text/javascript" src="//libs.coremetrics.com/eluminare.js">
</script>
<script type="text/javascript">
cmSetClientID("99999999",true,"data.coremetrics.com","yoursite.com");
```

```
cmSetupOther({"IORequest.disable_console_logging":false});
</script>
```

## サンプル・ページ・ソース

Digital Recommendations 関数は、必ず他のすべてのタグの後に実行されるようにしてください。

ベスト・プラクティスは、すべてのゾーン入力関数を、クライアントで定義された単一の JavaScript ライブラリーに格納し、推奨を表示するすべてのページにそのライブラリーを含めることです。

### IBM が提供するコンテンツ推奨用サンプル・ライブラリー

IBM が提供するライブラリーを使用したコンテンツ・ソースの例です。

#### ページ推奨のサンプル

cmPageRecRequest 関数および cmDisplayRecs 関数

```
<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD HTML 4.01 Transitional//EN" "http://www.w3.org/TR/html4/loose.dtd">
<html>
<head>
<!-- Essentially the smallest html file possible to demonstrate Page Recommendations tagging. -->
<title>Bare Bones Example - Page Recommendations</title>

<!-- The eluminate library is the standard library required for all pages. This file contains all
necessary information for Digital Recommendations to function. -->
<script type="text/javascript" src="//libs.coremetrics.com/eluminate.js"></script>

<!-- The cmSetClientID function is required and sets values for "Client ID", 1st Party method
("Client Managed" or "Coremetrics Managed"), "Data Collection Domain" and "Cookie Domain". -->
<script type="text/javascript">cmSetClientID ("99999999", true, "data.coremetrics.com", "your_domain");</
script>

<!-- page_zpf.js is an example of a zone population function. It is recommended to include zone
population
functions in a .js file and embed the file in each page for which recommendations are desired. -->
<script src="page_zpf.js"></script>

<!-- example.css is the example style sheet -->
<LINK REL=StyleSheet HREF="example.css" TYPE="text/css"/>
</head>

<!-- In the body, define a div into which the html created by the zone population function is embedded.
The example div id defined below is "dr_zone1". -->
<body>

<!-- demo_banner is included for appearance only and is not part of Digital Recommendations -->
<div class="demo_banner"></div>

<div class="example_demo">
<div id="dr_zone1"></div>
</div>

<script type="text/javascript">
cmCreatePageviewTag("Home Page", "HOME");

// cmPageRecRequest ("ZoneID","PageID","CatID") is the call made to the Digital Recommendations library
that defines
// the first zone (for this sample page there is only one zone).
//
// "ZoneID" - zone id
// "PageID" - target page id - for "Specified Page ID(s)" recommendation plan steps, recommendations
associated
//           with page "PageID" will be passed to the zone population function
// "CatID" - target page category id - for "Specified Page Category ID" recommendation plan steps,
recommendations
//           associated with category "_TS_" (Top Pages) will be passed to the zone population function
cmPageRecRequest ("CBZ1","National News","_TS_");

// cmDisplayRecs triggers the recommendation process. これは必須。
cmDisplayRecs();
</script>
</body>
</html>
```

## エレメント推奨のサンプル

### cmElementRecRequest 関数および cmDisplayRecs 関数

```
<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD HTML 4.01 Transitional//EN" "http://www.w3.org/TR/html4/loose.dtd">
<html>
<head>
<!-- Essentially the smallest html file possible to demonstrate Element Recommendations tagging. -->
<title>Bare Bones Example - Element Recommendations</title>

<!-- The eluminate library is the standard library required for all pages. This file contains all
necessary information for Digital Recommendations to function. -->
<script type="text/javascript" src="//libs.coremetrics.com/eluminate.js"></script>

<!-- The cmSetClientID function is required and sets values for "Client ID", 1st Party method
("Client Managed" or "Coremetrics Managed"), "Data Collection Domain" and "Cookie Domain". -->
<script type="text/javascript">cmSetClientID ("99999999", true, "data.coremetrics.com", "your_domain");</
script>

<!-- element_zpf.js is an example of a zone population function. It is recommended to include zone
population
functions in a .js file and embed the file in each page for which recommendations are desired. -->
<script src="element_zpf.js"></script>

<!-- example.css is the example style sheet -->
<LINK REL=StyleSheet HREF="example.css" TYPE="text/css"/>
</head>

<!-- In the body, define a div into which the html created by the zone population function is embedded.
The example div id defined below is "dr_zone1". -->
<body>

<!-- demo_banner is included for appearance only and is not part of Digital Recommendations -->
<div class="demo_banner"></div>

<div class="example_demo">
<div id="dr_zone1"></div>
</div>

<script type="text/javascript">
cmCreatePageviewTag("Home Page", "HOME");

// cmElementRecRequest ("ZoneID","ElementID","CatID") is the call made to the Digital Recommendations
library that defines
// the first zone (for this sample page there is only one zone).
//
// "ZoneID" - zone id
// "ElementID" - target element id - for "Specified Element ID" recommendation plan steps,
recommendations associated
// with element "ElementID" will be passed to the zone population function
// "CatID" - target element category id - for "Specified Element Category ID" recommendation plan
steps, recommendations
// associated with category "_TS_" (Top Elements) will be passed to the zone population
function
cmElementRecRequest ("ElemRZ1","Recipes","_TS_");

// cmDisplayRecs triggers the recommendation process. これは必須。
cmDisplayRecs();
</script>
</body>
</html>
```

## サンプルのゾーン入力関数

以下のコードは、cmRecRequest 関数を使用して要求されるプロダクト推奨用ゾーン入力関数の例です。ご使用の Web サイトに応じて変更 (再書き込み) が必要です。

### サンプルのページ・コンテンツ・ゾーン入力関数

以下は、cmPageRecRequest 関数を使用して要求されるページ・コンテンツ推奨用ゾーン入力関数の例です。ご使用の Web サイトに応じて変更 (再書き込み) が必要です。

```
function test_zpfs(
  a_page_ids, // Array of recommended page IDs
  zone,       // Zone ID specified in the request (as entered on zone edit screen)
  symbolic,   // Target type:
              // _SG_ Specified Page ID(s)
              // _SGC_ Specified Page Category ID
```

```

        // _RVG_ Last Viewed Page(s)
        // _NR_ No Recommendations
target_id, // Target ID recommendations are based on
category, // Category of Target item
rec_attributes, // 2 dimensional array of attributes for each recommendation
target_attributes, // Array of attributes for the target
target_header_txt, // Header text (as entered on recommendation plan edit screen)
ab_test_id, // String containing AB Test Name, a semicolon, AB test ID for the test element requested
a_cat_ids, // Array of category IDs for each recommended item
target_page_url, // Page URL of Target item
target_page_name, // Page Name of Target item
a_page_urls, // Array of Page URLs for each recommended item
a_page_names, // Array of Page Names for each recommended item
div_id) // div id defined in the html - not a standard parameter - added via the function call at bottom
{
var html = zone + " _zp: 推奨を返さない";
if (symbolic !== '_NR_')
{
// attribute offset for description (offset is zero based, first attribute is index 0)
var i_description = 5;
// attribute offset for image
var i_image_url = 0;
var image_prefix = '';
var div_recs = '<div class="dr_test_recs">';
var n_recs = a_page_ids.length;
var div_title = '<div class="dr_recs_title">' + target_header_txt + '</div>';
var div_table = '<div class="dr_recs_table">';
var image_table = '<TABLE CELLSPACING="2" CELLPADDING="0" Align="center" style="border-color:white;"><TR>';
var lines = [];
var width = 100 / n_recs;
for (var ii=0; ii < n_recs; ii++)
{
var rec_page_id = a_page_ids[ii];
var image_description = rec_attributes[ii][i_description];
var image_url = image_prefix + rec_attributes[ii][i_image_url];
var alt_description = image_description;
if (!image_description)
{
alt_description = 'No Image Available';
image_description = '&nbsp;';
}
lines.push('<TD valign="top" class="borderedRollover" width=' + width + '%><div class="bordered_Rollover"><TABLE ALIGN="center"
WIDTH=' + width + '%>');
// Display image and it's description
lines.push('<TR><TD ALIGN="center"><A HREF="' + '><IMG SRC="' + image_url + '" width=128" + ALT="' + alt_description + '" +
WIDTH=128
+ height=128 + style="border: medium none; cursor: pointer; padding-bottom: 5px; padding-top: 5px;" /></TD></TR>');
lines.push('<TR><TD ALIGN="center"><A STYLE="text-decoration:none" HREF="' + '>' + image_description + '</A></TD></TR>');
// Display a separator line and then all the attributes
lines.push('<TR><TD ALIGN="center">-----</TD></TR>');
lines.push('<TR><TD ALIGN="center">' + rec_page_id + '</TD></TR>');
if (a_page_urls !== undefined)
{
lines.push('<TR><TD ALIGN="left">Page URL:<A STYLE="text-decoration:none" HREF="' + '>' + a_page_urls[ii-1] + '</A></TD></
TR>');
}
if (a_page_names !== undefined)
{
lines.push('<TR><TD ALIGN="left">Page Name:<A STYLE="text-decoration:none" HREF="' + '>' + a_page_names[ii-1] + '</A></TD></
TR>');
}
for (var jj=0; jj < 15; jj++)
{
var attr = rec_attributes[ii][jj] ? rec_attributes[ii][jj] : '-';
lines.push('<TR><TD ALIGN="left">Attr ' + jj + ':<A STYLE="text-decoration:none" HREF="' + '>' + attr + '</A></TD></TR>');
}
lines.push('<TR ><TD><TABLE BORDER="0" CELLSPACING="0" CELLPADDING="0" WIDTH=100%></TABLE></TD></TR>');
lines.push('</TABLE></div></TD>');
}
html = div_recs + div_title + div_table + image_table + lines.join("\n") + '</TR></TABLE></div></div>';
// Put the generated html into the div defined in the .html file
document.getElementById(div_id).innerHTML = html;
}
}
// [ZoneID]_zp, where [ZoneID] is the zone id as entered on zone edit screen
function CBZ1_zp(a,b,c,d,e,f,g,h,i,j,k,l,m,n)
{
test_zpfs(a,b,c,d,e,f,g,h,i,j,k,l,m,n,'dr_zone1');
}
}

```

## サンプルの要素・コンテンツ・ゾーン入力関数

以下は、cmPageRecRequest 関数を使用して要求される要素・コンテンツ推奨用ゾーン入力関数の例です。ご使用の Web サイトに応じて変更 (再書き込み) が必要です。

```

function test_zpfs(
a_element_ids, // Array of recommended element IDs
zone, // Zone ID specified in the request (as entered on zone edit screen)
symbolic, // Target type:
// _SE_ Specified Element ID
// _SEC_ Specified Element Category ID
// _NR_ No Recommendations
target_id, // Target ID recommendations are based on
category, // Category of Target item
rec_attributes, // 2 dimensional array of attributes for each recommendation
target_attributes, // Array of attributes for the target
target_header_txt, // Header text (as entered on recommendation plan edit screen)
ab_test_id, // String containing AB Test Name, a semicolon, AB test ID for the test element requested
a_cat_ids, // Array of category IDs for each recommended item

```

```

div_id)          // div id defined in the html - not a standard parameter - added via the function call at bottom
{
var html = zone + "_zp: 推奨を返さない";
if (symbolic !== '_NR_')
{
// attribute offset for description (offset is zero based, first attribute is index 0)
var i_description = 0;
// attribute offset for image
var i_image_url = 2;
var image_prefix = '';
var div_recs = '<div class="dr_test_recs">';
var n_recs = a_element_ids.length;
var div_title = '<div class="dr_recs_title">' + target_header_txt + '</div>';
var div_table = '<div class="dr_recs_table">';
var image_table = '<TABLE CELLSPACING="2" CELLPADDING="0" Align="center" style="border-color:white;"><TR>';
var lines = [];
var width = 100 / n_recs;
for (var ii=0; ii < n_recs; ii++)
{
var rec_prod_id = a_element_ids[ii];
var image_description = rec_attributes[ii][i_description];
var image_url = image_prefix + rec_attributes[ii][i_image_url];
var alt_description = image_description;
if (!image_description)
{
alt_description = 'No Image Available';
image_description = '&nbsp;';
}
lines.push('<TD valign="top" class="borderedRollover" width=' + width + '%><div class="bordered_Rollover"><TABLE ALIGN="center"
WIDTH=' + width + '%>');

// Display image and it's description
lines.push('<TR><TD ALIGN="center"><A HREF="' + "'><IMG SRC="' + image_url + '" width=128" + ALT="' + alt_description + '" +
WIDTH=128
+ height=128 + style="border: medium none; cursor: pointer; padding-bottom: 5px; padding-top: 5px;" /></TD></TR>');
lines.push('<TR><TD ALIGN="center"><A STYLE="text-decoration:none" HREF="' + "'>' + image_description + '</A></TD></TR>');

// Display a separator line and then all the attributes
lines.push('<TR><TD ALIGN="center">-----</TD></TR>');
lines.push('<TR><TD ALIGN="center">' + rec_prod_id + '</TD></TR>');
if (a_cat_ids !== undefined)
{
lines.push('<TR><TD ALIGN="left">Category:<A STYLE="text-decoration:none" HREF="' + "'>' + a_cat_ids[ii-1] + '</A></TD></TR>');
}
}
for (var jj=0; jj < 15; jj++)
{
var attr = rec_attributes[ii][jj] ? rec_attributes[ii][jj] : '-';
lines.push('<TR><TD ALIGN="left">Attr ' + jj + ':<A STYLE="text-decoration:none" HREF="' + "'>' + attr + '</A></TD></TR>');
}
lines.push('<TR ><TD><TABLE BORDER="0" CELLSPACING="0" CELLPADDING="0" WIDTH=100%></TABLE></TD></TR>');
lines.push('</TABLE></div></TD>');
}
html = div_recs + div_title + div_table + image_table + lines.join("\n") + '</TR></TABLE></div></div>';
// Put the generated html into the div defined in the .html file
document.getElementById(div_id).innerHTML = html;
}
// [ZoneID]_zp, where [ZoneID] is the zone id as entered on zone edit screen
function ElemRZ1_zp(a,b,c,d,e,f,g,h,i,j)
{
test_zpfs(a,b,c,d,e,f,g,h,i,j,'dr_zone1');
}
}

```

## サンプルのスタイル・シート

以下の例は、サンプルのスタイル・シートです。

```

<style type="text/css">
.example_demo
{
width: 700px;
}
.dr_recs_title
{
background-color: #666666;
padding: 5px;
color: white;
font-family: Verdana,Arial,sans-serif;
font-size: 11px;
font-weight: bold;
text-decoration: none;
text-transform: uppercase;
}
.V5_dr_example_recs
{
border: 1px solid #666666;
}
.V5_dr_example_recs td
{
color: #000000;
font-family: Verdana,Arial,sans-serif;
font-size: 11px;
}
td.borderedRollover

```

```

{
  background-color: #FFFFFF;
  border: 1px solid #F7F7F7;
  cursor: pointer;
}
td.borderedRollover:hover
{
  background-color: #FFFFFF;
  border: 1px solid #666666;
}
.rating_bar
{
  width: 55px;
  background: url(star_x_grey.gif) 0 0 repeat-x;
  float: right;
  text-align: left;
}
.rating_bar div
{
  height: 12px;
  background: url(star_x_orange.gif) 0 0 repeat-x;
}
.demo_banner
{
  height: 100px;
  background-image: url('example.jpg');
}
</style>

```

## オファー処理、属性、およびアフィニティーの重みの構成

### 訪問データに対する時間ベースの重み付けの構成

訪問データ（「表示から表示へ」）に対するアフィニティーの重み付けは、データの経過時間に基づいてデータに異なる重み付けが設定されるように指定することによって、カスタマイズすることができます。

#### このタスクについて

例えば、季節トレンドやその他の最新トレンドを直ちに知りたい場合は、先週や先月の訪問データよりも、直近の訪問データを重視するように指定することができます。直近の訪問データにより高い値を与えることで、新たに導入されたアイテムがより迅速に推奨リストに含まれるようにすることができます。

#### 手順

1. サイド・ナビゲーション・メニューで、「管理」をクリックします。
2. 「コンテンツ・オファー」 > 「詳細設定」を選択します。
3. 「訪問関連データのアフィニティーの重み」テーブルで、データの経過時間およびそれぞれに与えたい重みを指定します。リストに範囲を追加するには、「時間範囲の追加」をクリックします。

#### 例

例えば、「訪問関連データのアフィニティーの重み」テーブルに以下の時間範囲を入力することができます。

- 5日を超える: 90%
- 15日を超える: 85%
- 30日を超える: 80%

この場合は、過去5日間のデータに100%の重みが付けられます。6日前から15日前までのデータは、10%が差し引かれます。つまり、0.90のアフィニティーの重みがアフィニティー・アクティビティーに対して適用されます。16日前から30日前までのデータに対しては、0.85のアフィニティーの重みが適用されます。そして、30日より前のデータに対しては、アフィニティーの重み0.80が適用されます。

**注:** これらの値は、最終アフィニティー・インデックスを計算するためにアフィニティー・スコアに適用される重み付け率です。入力合計が100になる必要はありません。

## 構成変更のパブリッシュ

調整が必要な場合には、構成を変更してパブリッシュすることができます。

### このタスクについて

以下に、構成の変更が必要な例をいくつか示します。

- A/B テスト設定 - A/B テストの結果が適切ではない場合。A/B テストを即時に停止する必要があります。
- ゾーン設定 - ページに 3 件ではなく 4 件の推奨を表示しなければならない場合。
- 推奨プラン - 推奨プランのステップを変更する必要がある場合。

前述のケースの場合、変更を完了した後で、以下の手順を実行します。

### 手順

1. 「システム概要」を選択します。
2. 「構成変更をパブリッシュ」をクリックします。

### タスクの結果

変更がパブリッシュされ、約 1 時間から 2 時間で有効になります。

注：この手順ではビジネス・ルールは更新されません。

## ゾーン・パフォーマンス・レポートのカテゴリの構成

コンテンツ・ゾーンのゾーン・パフォーマンス・レポートを使用するには、以下の処理を行う必要があります。詳しくは、IBM お客様サポートに連絡してください。

### 手順

1. すべてのコンテンツ・ゾーンの親カテゴリになる固有のカテゴリを CDF の中に作成します。  
例えば、「すべてのコンテンツ推奨」という名前の親カテゴリを作成できます。
2. その親カテゴリの子をセットアップして、コンテンツ推奨のゾーン ID と一致するようにします。  
例えば、「すべてのコンテンツ推奨」の下に、ContZ1 と ContZ2 の 2 つのカテゴリを作成できます。
3. コンテンツ推奨が選択されるときにはいつでも、ゾーン入力関数に `cm_vc=zone_ID` パラメーターを追加します。

### タスクの結果

この手順が完了した後、またはこの手順が既に完了しているのであれば、[18 ページの『コンテンツ・ゾーン・パフォーマンス・レポートに使用する親カテゴリの選択』](#)を参照してください。

## コンテンツ・ゾーン・パフォーマンス・レポートに使用する親カテゴリの選択

コンテンツ・ゾーン・パフォーマンスの Digital Recommendations レポートおよびダッシュボードを使用するには、レポートがトラッキングする最上位カテゴリを定義する必要があります。この親カテゴリの下すべてのサブカテゴリがレポートに含まれます。

### 手順

1. サイド・ナビゲーション・メニューで、「管理」をクリックします。
2. 「ゾーン・パフォーマンス・トラッキング」をクリックします。
3. 「コンテンツ・ゾーン・パフォーマンス」をクリックします。
4. ゾーン・パフォーマンス・レポートに使用する最上位の親カテゴリを選択します。

## エレメント・レポートに表示するカテゴリーの選択

Digital Recommendations エレメント・レポートを使用するには、レポートに含めるカテゴリーを定義する必要があります。

### 手順

1. サイド・ナビゲーション・メニューで、「管理」をクリックします。
2. 「ゾーン・パフォーマンス・トラッキング」をクリックします。
3. 「エレメント・レポート・オプション」をクリックします。
4. レポートに含めるエレメント・カテゴリーを選択します。

## コンテンツ推奨 Cookie

Digital Recommendations は、訪問 Cookie と永続ファースト・パーティー Cookie の 2 つを設定します。

### 訪問 Cookie

訪問者を A/B テスト・グループにグループ化します。この Cookie は、A/B テストがアクティブであるときにのみ設定されます。

### 永続ファースト・パーティー Cookie

訪問者データを個別化のために管理し、Digital Analytics ライブラリーへのフックを使用してリアルタイムで更新します。この Cookie は、クライアント・ドメインの下に置かれます。

永続 Cookie に保管される情報には、以下の内容が含まれます。

- 直近で表示したページの番号付きリスト

## Cookie のカウント管理

Digital Recommendations では、Cookie の数を以下の方法で管理します。

アクティブな A/B テストがある場合、Digital Recommendations は訪問 Cookie と Digital Recommendations 永久 (個別化) Cookie の両方を作成します。アクティブな A/B テストがない場合は、Digital Recommendations は Digital Recommendations 個別化 Cookie のみを設定します。

Digital Recommendations 個別化 Cookie を追加したことが原因で IE バージョン 6 以下のブラウザでのカウントが 20 を超えると、訪問 Cookie および Digital Recommendations 個別化 Cookie が書き込まれなくなります。他のすべてのブラウザの場合には、Digital Recommendations が管理する限度は 50 です。RFC 2109 セクション 6.3 に指定されているように、ブラウザがドメイン単位でサポートしなければならない Cookie の最小数は 20 であり、20 が IE 6 以前ではサポートされる最大数になります。最新のブラウザは、ドメインあたり 50 個の Cookie をサポートします。

## Cookie のサイズ管理

Digital Recommendations では、永続 Cookie のサイズを以下の方法で管理します。

Digital Recommendations 個別化機能の目的は、Web サイトでの個別化ユースケースを管理するために十分な最新履歴を保持することです。多くの訪問者が Cookie を 3 カ月ごとに削除するため、Digital Recommendations のアプローチは、訪問者の完全な履歴を効果的に保持します。

リストのデータをロールオフするための現行デフォルト設定を前提とすると、Digital Recommendations の個別化 Cookie の最大サイズは 270 バイト (限度 4096 の 7%) です。サイズ制限のために Cookie の書き込みが失敗すると、Cookie は書き込まれなくなります。Digital Recommendations Cookie に保管されるデータは、各リストのサイズを圧縮するために CRC32 チェックサムを使用して難読化されます。Cookie 内の各リストに保管されるエレメントの数は、構成可能です。

例えば、保管される表示されたページのデフォルト数を、最新の 6 ページとします。7 番目のページが表示されると、最も古いページがリストからロールオフされます。

さまざまなブラウザにより、サポートする個別 Cookie サイズおよび集合の Cookie サイズは異なります。Digital Recommendations は、操作により訪問者のブラウザに許可されているバイト数を超えると Cookie への書き込みも Cookie の追加もしません。したがって、最大許容 Cookie サイズがすべての Cookie

で 4 K でも、あるいは、Cookie ごとに 2 K あるいは 4 K と異なっても関係なく、追加情報が納まる場合にのみ Digital Recommendations の Cookie は書き込みや更新が行われます。この振る舞いは、ブラウザのデフォルトの振る舞いを継承します。

詳しくは、<http://support.microsoft.com/kb/306070> を参照してください。

## REST API

JSON オブジェクトとして推奨データを取得するには、この API を使用します。

IBM Digital Recommendations 推奨データには、Digital Recommendations REST API によってアクセスすることもできます。

REST API を使用すれば、開発者は、Digital Recommendations サーバーと直接対話するアプリケーションを作成し、JSON オブジェクトとして推奨データを取得することができます。作成したアプリケーションによって、必要に応じてデータを処理し、適切に表示することができます。

REST API の最も一般的な使用例は、コール・センター、モバイル・アプリケーション、およびサーバー・サイド統合です。

### REST API に送信する HTTP 要求の構成

REST API に対する HTTP 要求には、以下の URL 構成要素をここに指定された正確な順序で組み込む必要があります。

```
http://recs.coremetrics.com/iorequest/restapi?cm_cid=[client ID]&
cm_zoneid=[zone ID]&cm_targetid=[target item ID]&
cm_fallbackid=[fallback target ID]
```

ここで、

#### **cm\_cid**

必須です。クライアント ID。例えば、00000003 です。

#### **cm\_zoneid**

必須です。サイト・ゾーン ID。このゾーンに関連付けられた推奨プランによって、推奨を取得する REST API が使用するオファーが決まります。ゾーンにアクティブ A/B テストがある場合は、A/B テストの制御グループに指定された推奨プランが使用されます。

#### **cm\_targetid**

必須です。ターゲットのアイテム ID。cm\_zoneid パラメーターで指定されたゾーンに関連付けられた推奨プランのステップ 1 で指定されたオファーを使用して、このターゲット ID に対する推奨が返されます。REST API は複数のターゲットをサポートしません。

#### **cm\_fallbackid**

オプション。フォールバック・ターゲットのアイテム ID。cm\_targetid パラメーターで指定されたターゲットに対して推奨が返されなかった場合、推奨はこのターゲットに対してのみ要求されます。cm\_zoneid パラメーターで指定されたゾーンに関連付けられた推奨プランのフォールバック・ステップで指定されたオファーを使用して、このターゲット ID に対する推奨が返されます。REST API は複数のターゲットをサポートしません。

例:

```
http://recs.coremetrics.com/iorequest/restapi?cm_cid=00000003&
cm_zoneid=PageV1&cm_targetid=PAGE760061&cm_fallbackid=CAT011
```

## REST API からのリストの表示

REST API からの応答は、このセクションに記載されたフォーマットに従う、推奨リストを含む JSON オブジェクトです。結果を表示するコードを作成する場合、このセクションの例および説明を使用してください。

### 例

```
{
  "io": {
    "clientid": "00000003",
    "offer_id": 25,
    "offer_type": "A",
    "offer_name": "Page_Content",
    "target_id": "DESK_LAMPS",
    "offer_version": "2016061311",
    "attributes": [
      {"name": "Page Rating", "format": "string", "prefix": ""},
      {"name": "Avg Read Time", "format": "string", "prefix": ""},
      {"name": "Image Representation", "format": "string", "prefix": ""}],
    "rec_count": 3,
    "recs": [
      {"id": "PRODUCT: MAHOGANY DESK CHAIR (CLEOF-0101)", "score": 7.15,
        "category": "CLEARANCE", "rank": 1, "page URL":
        "http://retail-demo.coremetrics.com/LiveDemo/product?catalog_id=1
        &category_id=20&prod_id=103", "page name":
        "PRODUCT: MAHOGANY DESK CHAIR (CLEOF-0101)", "Page Rating": "6",
        "Avg Read Time": "6", "Image Representation":
        "http://iocdn.coremetrics.com/prodqa/images/img6.jpg"},
      {"id": "PRODUCT: BANKER DESK LAMP (FUDEL-0101)", "score": 7.15,
        "category": "DESK LAMPS", "rank": 2, "page URL":
        "http://retail-demo.coremetrics.com/LiveDemo/product?catalog_id=1
        &category_id=6&prod_id=15", "page name": "PRODUCT: BANKER DESK LAMP (FUDEL-0101)",
        "Page Rating": "2", "Avg Read Time": "1", "Image Representation":
        "http://iocdn.coremetrics.com/prodqa/images/img2.jpg"},
      {"id": "SEARCH SUCCESSFUL", "score": 7.04, "category": "SEARCH", "rank": 3,
        "page URL": "http://retail-demo.coremetrics.com/LiveDemo/search?searchTerm=
        Desk Chair", "page name": "SEARCH SUCCESSFUL", "Page Rating": "5",
        "Avg Read Time": "1", "Image Representation":
        "http://iocdn.coremetrics.com/prodqa/images/img5.jpg"}]
  },
  "message": {"code": 200, "text": "OK", "version": "V9"}
}
```

### 応答パラメーター

次の表は、REST API からの応答の中にあるパラメーターを定義したものです。

フィールド	種類	定義
io	ノード	すべての推奨データを含みます。
clientid	ノード	クライアント ID。
offer_type	ノード	オファーのタイプで、以下のコードのいずれかで示されます。 <ul style="list-style-type: none"><li>• A = ページ・コンテンツ</li><li>• B = エlement・コンテンツ</li><li>• F = ページ・コンテンツ・カテゴリー</li><li>• G = エlement・コンテンツ・カテゴリー</li></ul>
offer_name	ノード	オファーの名前。
offer_version	ノード	次の形式のタイム・スタンプで示されるオファー・バージョン。 YYYYMMDDHHMISS
target_id	ノード	ターゲットの ID。

表 6 : REST API 応答パラメーター (続く)

フィールド	種類	定義
attributes	リスト	使用可能な属性のリスト。
attributes.name	ノード	属性の名前。
attributes.format	ノード	属性のフォーマット。
attributes.prefix	ノード	属性に構成済みのプレフィックスが含まれている場合、その値。例えば、価格属性の場合の通貨記号 (\$) など。
rec_count	ノード	リストに含まれる推奨数。
recs	リスト	推奨のリスト。
recs.id	ノード	推奨アイテムの ID。
recs.category	ノード	推奨アイテムのカテゴリ。
recs.score	ノード	ターゲットのコンテキストでアイテムについて計算されたアフィニティー・スコア。
recs.rank	ノード	正の整数で示された推奨アイテムのランク。
recs.attribute	ノード	使用可能な属性の数に基づいた、属性の名前と値のペアからなる無制限のリスト。

### 応答コード

また、REST API は、以下の HTTP 応答コードのいずれかを返します。

表 7 : HTTP 応答コード

応答コード	メッセージ	説明
200	OK	要求は、正常に実行されました。
404	エラー	URL が間違っているか見つかりませんでした。
500	エラー	サーバーにエラーがあり、要求は正常に実行されませんでした。

### REST API エラー・コード

REST API の考えられるエラー・コードのリスト。

表 8 : REST API エラー・コード

コード	説明
1	テンプレートがパブリッシュされていません
2	無効なテンプレート
3	無効な推奨ファイル URL
4	推奨ファイルが存在しません
5	無効な推奨ファイル・フォーマット
6	推奨ファイルが読み取り不能
7	1次/バックアップ用の推奨ファイルが存在しません
8	IRS (Image Rec Server) セクションが欠落/無効
9	PD (Product Detail) セクションが欠落/無効

表 8 : REST API エラー・コード (続く)

コード	説明
10	推奨インスタンス・エラー
11	JSON エラー
12	イメージの作成エラー
13	推奨ファイルには推奨が含まれていません
14	推奨ファイルでターゲットが欠落/無効
15	IO 構成ファイルが欠落
16	無効な IO 構成ファイル
17	無効なゾーン ID
18	IO 構成のエラー処理中
19	少なすぎる推奨
20	無効な SSP (Server-Side Personalization) URL
21	SSP (Server-Side Personalization) ファイルが見つかりません
22	MIDS セクションが欠落/無効
23	AP セクションが欠落/無効
24	HD セクションが欠落/無効
25	AN セクションが欠落/無効
26	内部エラーが発生しました
27	無効な推奨ファイル・フォーマット
100	サムネール・イメージ・エラー
101	イメージ・ファイルが見つかりません
201	URL に接続できません
202	URL への接続を開けません
203	URL からの読み取りができません

## 応答時間とパフォーマンス

ダイナミック推奨によりアクセスされる Digital Recommendations データはすべて、Content Delivery Network (CDN) を使用して配信されます。

各アイテムに対して推奨が要求された場合、その日の最初の要求は、CDN から発信されるため、往復の全行程を終えるまで最大で 400 ミリ秒程度かかる場合があります。それに続く各応答は、端部のキャッシュから配信されるため、応答時間は平均 20 ミリ秒です。したがって、パフォーマンス計画目的での標準応答時間は 20 ミリ秒となります。これらの応答時間は、典型的なマーチャンダイザー・サイトが要求する重いコーディング要件のない、軽量の HTML ページを使用して、テスト環境で得られたものです。そのため、お客様の実際の経験はサイトのページの設計によって異なる可能性があります。高速応答時間を実現するための 1 つのキー・ステップは、推奨要求関数がすべて呼び出された直後に `cmDisplayRecs` 関数を置くことです。

## 実施前のテスト

プロダクションに移す前に、プロダクション Web サイトのコーディング変更をリリースする場合と同じように、変更点をテストします。このテスト・サイクルの一環として、最も一般的なブラウザで推奨をテストしてください。

**重要:** 推奨を Web サイトに表示する場合は、Digital Recommendations アルゴリズムによって並べられる推奨の順番も維持してください。この順番を変更すると、推奨のパフォーマンスに悪影響を及ぼします。

## 管理

管理アクションは、アプリケーション・ヘッダーの「**アドミン**」リンクからアクセスできる「**アドミン**」コンソールを使用して実行します。

管理アクション (マイ・アカウントの更新以外) は、組織の指定された管理者に限定されています。

### ユーザー管理

ユーザー管理は、「マイ・アカウント」、「ユーザーを管理」、および「グループを管理」の 3 つのコンポーネントから成ります。

#### マイ・アカウント

「マイ・アカウント」領域には、すべてのユーザーがアクセスできます。これを使用してユーザーは、自分の名前、肩書き、部門、および連絡先を更新できます。また、ユーザーが自分のパスワードを変更するための手段も用意されています。変更を行った後で、「**保存**」をクリックします。

#### ユーザーを管理

管理者は、「ユーザーを管理」セクションを使用してすべてのユーザー・アカウントを管理できます。管理者はこのフォームの上部にある検索ボックスを使用して、素早くビューを絞り込むことができます。列を昇順または降順にソートするには、列ヘッダーをクリックします。ユーザー・アカウントを削除するには、左側のチェック・ボックスを選択して「**ユーザーを削除**」をクリックします。ユーザー・アカウントを編集するには、「ユーザー名」列のハイパーリンクをクリックします。ユーザー・アカウント情報のリストをダウンロードするには、フォームの右上にある「**ダウンロード**」をクリックします。特定のクライアント ID にアクセスできるユーザー集合を素早く検索、または組織のすべての管理者を検索するには、「ユーザーを管理 - 完全リスト」ビューを使用してみてください。

#### ユーザーの作成

新規ユーザーを作成するには、フォームの上部にある「**新規ユーザー**」をクリックします。「新規ユーザー」フォームに必要な情報を入力します。「名前」、「E メール」、「ユーザー名」、および「パスワード」は必須です。フォームの下部で、このユーザーにアクセスを許可するクライアント ID を選択します (組織に複数設定されている場合は複数選択可)。リストが長い場合は、テーブルの上部にある検索ボックスを使用してみてください。さらに、このユーザーが属する「ユーザー・グループ」をドロップダウン・メニューから選択します。完了する際には、「**保存**」をクリックします。

#### ユーザーを管理 - 完全リスト

一部のユーザーは複数のクライアント ID に関連付けられ、そのため複数のユーザー・グループに関連付けられている可能性があるため、「ユーザーを管理 - 完全リスト」ビューには、包括的なリストが表示され、これをソートしたり検索したりできます。特定のクライアント ID に関連付けられたすべてのユーザーを迅速に検索したり、すべての管理者のリストを検索したりするには、このビューを使用します。

#### グループを管理

ユーザー・グループは、ある特定のユーザーがアクセス可能な対象を制御します。したがって、各ユーザー・グループを慎重に作成し、新しいユーザーを適切なグループに配置することが重要です。

管理者は「グループを管理」セクションを使用して、組織のすべてのユーザー・グループを管理できます。管理者はこのフォームの上部にある検索ボックスを使用して、クライアント ID またはクライアント名による検索などで、素早くビューを絞り込むことができます。列を昇順または降順にソートするには、列ヘッダーをクリックします。ユーザー・グループを削除するには、左側のチェック・ボックスを選択して「**グ**

「**ループを削除**」をクリックします。ユーザー・グループを編集するには、「ユーザー・グループ名」列のハイパーリンクをクリックします。ユーザー・グループのリストをダウンロードするには、フォームの右上にある「**ダウンロード**」をクリックします。

### 新規ユーザー・グループ

新規ユーザー・グループを作成するには、フォームの上部にある「**新規ユーザー・グループ**」ボタンをクリックします。グループに名前を付け、「**選択**」をクリックして、クライアント ID を選択します。「**許可オプション**」の下で、このユーザー・グループにアクセス権限を付与する機能の左側にあるチェック・ボックスをすべて選択します。

**注:**管理者のみが、任意のユーザー・グループに対して、レポートそのものへのアクセス権限は付与せず、レポート・ビューをそのグループと共有するように設定できます。例えば組織で、エージェンシーに対して会社のすべてのマーケティング・プログラムへのアクセスを許可するのではなく、広告キャンペーンの表示結果へのアクセスを許可したい場合があります。それらのユーザー・グループについては、「**マーケティング・プログラム**」レポートへのアクセスを削除します。次に、「**マーケティング・プログラム**」にアクセスし、新規のレポート (例: キャンペーンの表示) を作成して、保存します。次に「**共有**」をクリックして、これを組織のエージェンシーのグループと共有します。

### IP 制限の管理

ユーザー・アカウントを慎重に割り振って管理することでレポートのセキュリティは十分に確保されますが、Digital Analytics レポートへのアクセスを許可または禁止するインターネット・プロトコル (IP) アドレスを指定することもできます。

上部の検索ボックスで IP アドレス範囲を検索します。列を昇順または降順にソートするには、列ヘッダーをクリックします。左側のチェック・ボックスをクリックして「**IP アドレス範囲を削除**」を選択すると、範囲が削除されます。範囲を編集するには、「**IP アドレス範囲**」のハイパーリンクをクリックします。

### 新規 IP アドレス範囲の作成

1. 「**新規 IP アドレス範囲**」をクリックします。
2. IP アドレス範囲の設定対象とする「**クライアント ID**」を選択します。
3. アクションを定義します。
  - **IP アドレス範囲からのアクセスを許可:** 指定した IP 範囲のみがレポートにアクセスできるようにします。
  - **IP アドレス範囲からのアクセスを制限:** 指定した IP 範囲がレポートにアクセスできないようにします。
4. 「**IP アドレス範囲**」を入力します。
5. 「**保存**」をクリックします。

### パスワード設定

現在のパスワード設定が業務に必要なレベルより厳しい場合は、緩やかな設定に調整することができます。「**標準**」のパスワードの場合は、長さが 8 文字でなければなりません、特殊文字を含める必要はありません。また、パスワード期限ポリシーを指定できます。

### エクスポート設定

「エクスポート設定」領域では、管理者がデータをエクスポートするためのパラメーターの表示、編集、および作成を行うことができます。これらの設定は、Digital Recommendations、Import、標準 Data Export、LIVEmail、および他のエクスポート間での Digital Analytics - WebSphere® Commerce 統合で使用できます。

### エクスポートの管理

管理者はこのフォームの上部にある検索ボックスを使用して、確立済みのエクスポート設定のビューを素早く絞り込むことができます。列を昇順または降順にソートするには、列ヘッダーをクリックします。エクスポート設定を削除するには、左のチェック・ボックスを選択して、「**SFTP ターゲットを削除**」をクリックします。エクスポート設定を編集するには、「エクスポート・ターゲット名」列のハイパーリンクをク

リックします。ターゲットをアクティブにするには、そのボックスにチェック・マークを付けて、「パブリッシュ」をクリックします。

### SFTP ターゲットの作成

SFTP ターゲットを作成するには、「**SFTP ターゲットを作成**」をクリックします。「**クライアント ID**」を選択し、ターゲットに名前を付け、SFTP サーバー、ポート、ディレクトリー・パス、ユーザー名、およびパスワードを指定します。次に「**SFTP 転送オプション**」を選択します。

## プロジェクトの概要

Product Recommendations およびプロジェクト計画例を実装するプロセス全体について詳しく説明します。

次の表は、Content Recommendations およびプロジェクト計画例を実装するプロセス全体を詳しく説明したものです。

ステップ	推定所要時間	IBM の操作	お客様の操作
セットアップ	最大 3 日間	<ul style="list-style-type: none"> <li>契約改訂の完了後にモジュールをアクティブにする - 2 日間</li> <li>必須ライブラリー・ファイルの更新バージョンを提供する - 2 日間</li> <li>タグ付け、FAQ、およびその他の参照資料を含む、文書付きウェルカム・キットを配布する - 1 日間</li> </ul>	実施前のクライアント・サーベイを完了する - 3 日間
プロダクションの準備	最大 4 週間	<ul style="list-style-type: none"> <li>キックオフ・ミーティング: アプリケーションの導入、文書の検討、戦略についての話し合い、お客様が提供する必須データ入力の検討 - 1 日間</li> <li>オファー戦略およびビジネス・ルールのコンサルティング - 最大 1 週間</li> <li>正しく Digital Recommendations が機能するように、クライアント・コマース・タグを監査し、それについて助言する</li> <li>戦略が確定した後に、オファー、推奨プラン、およびゾーンを作成する - 最大 3 日間</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ビジネス・ルールおよび表示データに必要なデータ・ファイルを生成する - 最大 3 週間</li> <li>Web サイト領域のオファー戦略を策定する - 4 日間</li> <li>ダイナミック配信推奨クライアント: ダイナミック推奨の要求、受信、および表示のために Web ページをコーディングする - 最大 3 週間</li> <li>フラット・ファイル配信クライアント: 推奨を格納するデータベースを計画する - 最大 2 週間</li> </ul>

表 9: プロジェクトの概要. (続く)

ステップ	推定所要時間	IBM の操作	お客様の操作
プロダクション	1 日および継続中	<ul style="list-style-type: none"> <li>分析トレーニングを提供する - 3 日間</li> <li>実施後の問題および質問に対して支援を行う - 最大 3 日間</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>分析アプリケーションでレポートを作成し、データを分析する - 最大 1 週間</li> <li>1 日 24 時間 週 7 日の IBM お客様サポート、オンデマンド研修、およびライブ・チャットを使用する</li> </ul>

表 10: プロジェクト計画例

タスク番号	操作	説明	所有者	メモ
1	io.js ライブラリー・ファイルの作成	ライブラリー・ファイルはクライアントに提供されます。ホストされるライブラリーを使用する場合、Digital Analytics により更新されます。	Digital Analytics	ライブラリーが作成されていることを確認してください。
2	オファーの作成	実際のオファー (ダイナミック) を 1 つ、および推奨プランを、テストおよび通常使用目的の UI で作成する	Digital Analytics	
4	属性/引数	推奨のプレゼンテーション層に、どの引数を渡すまたは表示する必要があるか調べます。	お客様および Digital Analytics	コンテンツ・ページ推奨の場合、ページ ID、ページ・カテゴリ、ページ URL、およびページ名が渡されます。コンテンツ・エレメント推奨の場合、エレメント ID とエレメント・カテゴリが渡されます。プレゼンテーション層で使用される他の属性の処理はお客様が行ってください。
5	ビジネス・ルールの決定	ビジネス・ルールは、アイテムを推奨から除外、重視しない、またはプロモートするためにオファーと共に使用されます。	お客様および Digital Analytics	
6	推奨プランとサイト・ゾーンの作成	推奨が Web サイト上に表示されるターゲットおよび領域を定義するマルチステップ戦略は、UI で作成されます。	お客様および Digital Analytics	
7	テクニカル・トレーニング	Digital Recommendations で使用されるコードのレビュー。コードには、推奨要求、cmDisplayRecs、およびゾーン入力関数が含まれます。	お客様および Digital Analytics	オファー・テスト用のゾーンを作成することをお勧めします。

タスク番号	操作	説明	所有者	メモ
8	バーチャル・カテゴリー化	バーチャル・カテゴリーを Category Definition File および Web サイトに追加して、Digital Recommendations のトラッキングとレポートの実行を可能にします。	お客様	
9	トレーニング	オファー作成機能、ルール、および基本的なレポートの使用に関する訓練	Digital Analytics	
10	後分析	後分析のドキュメントが作成され、お客様に送信されます。	Digital Analytics	Digital Recommendations を有効化した後の分析を、トップ指標および KPI を用いて実行します。
11	継続的な Digital Analytics のサポート	Digital Analytics の知識ベース、トレーニング教材、サポート (チケットによる技術サポートおよびハウツー質問、ライブ・チャットなど) へのアクセスが可能です。		Digital Analytics オンライン・サポート: <a href="https://support.coremetrics.com">https://support.coremetrics.com</a> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ オンライン・サポート</li> <li>・ サポート要求</li> <li>・ ビジネス・アナリストとのライブ・チャット</li> <li>・ Web 会議および事前録画された研修セッションへのアクセス</li> </ul>

## プロジェクトの準備

プロジェクトの準備は、Digital Recommendations の円滑な実装のための鍵です。

実装のプロセスを円滑に進めるには、以下の準備項目が有用です。

- 更新済み Digital Analytics ライブラリーをプロダクション・サイトにロードする。ホストされるライブラリー・ファイルを使用している場合は、それらのファイルは自動的に更新されます。
- ウェルカム・キットを確認する。「IBM Digital Recommendations ユーザー・ガイド」および「IBM Digital Recommendations 構成ガイド」の用語を理解しておくことをお勧めします。
- 推奨の実装方法を定める (静的推奨かダイナミック推奨か。ページ、カテゴリー、ホーム・ページなど、サイトのどこに実装するか)。
- 利害関係者 (通常はマーチャンダイジング・マネージャー) の意向を反映した、ハイレベルのオファー戦略を準備する。オファー戦略の考慮事項には、属性についての考慮も含まれます。コンテンツ推奨には、属性を 15 個まで指定できます。一般的な属性 (および例) には、次のようなものがあります。
  - ランク (Rating) - ユーザーが低いランクを付けたページは推奨しないでください。
  - パブリッシャー - パブリッシャー X からの記事は、パブリッシャー Y からの記事と一緒に推奨しないでください。
  - 記事の長さ (Article Length) - 子供など、若いオーディエンスに、一定の長さを超える記事は推奨しないでください。
  - カテゴリー - レシピと一緒に表示するのはレシピにしてください。政治の記事と一緒に表示しないでください。
- 新しいアイテムが追加され、推奨を提供するのに十分な履歴データがない場合に、カテゴリー表示回数上位アイテムを推奨するかどうか。
- ビジネス・ルール・データに必要なデータ・ソースまたは入力ファイルを特定する。

- 社内プロジェクト参加者(プロジェクト・マネージャー、IT リソース、 マーチャンダイジング・マネージャーなど)を特定する。
- Digital Recommendations を起動するおおよその日を設定する。
- マーチャンダイズ・レポート作成用のハイレベルのカテゴリーを獲得する、バーチャル・カテゴリー化の要件を決定する。例えば、この商品を買った人は、こんな商品も買っていますや、表示回数上位に関する獲得指標など。

注: Digital Analytics も使用している場合は、Digital Recommendations 対応のための追加のタグ付け要件または特別なタグ付け要件は必要ありません。Digital Analytics を使用していない場合は、Digital Recommendations を使用するには、最小セットのタグでサイトをタグ付けしてください。資料およびガイドランスについては、Digital Analytics の担当員までお問い合わせください。

これらのトピックについて、プロジェクト実施前に社内で検討しておくことは有益です。Digital Analytics クライアント・コンサルタントが、お客様と共にプロジェクトのための方策を策定し、いかなる疑問にも対処します。戦略の調整が必要な場合、クライアント・コンサルタントはそれらもレビューします。

## ダイナミック推奨の実装

Digital Recommendations でダイナミック推奨を実装する主要手順は、次のとおりです。

### 手順

1. 使用する特定のサイトの場所、および Digital Recommendations サイト・ゾーンを決定します。
2. Digital Recommendations の応答メッセージ内にどのような情報が必要かを決定します。  
回答する必要のある問いには、次のものが挙げられます。
  - アイテム ID のみを提供した場合、推奨に必要なすべてのコンテンツが Digital Recommendations 応答メッセージに表示されるか。
  - アイテム名、サムネール・イメージの場所、ページの宛先 Web アドレス、またはその他の情報について要件はあるか。
その後、Digital Recommendations クライアント・コンサルタントが、コンテンツの表示に必要な属性のみを Digital Recommendations 応答メッセージに含めるように Digital Recommendations を構成する必要があります。
3. 応答メッセージ内に追加のコンテンツが必要な場合は、必須のコンテンツはどれか、またオプションのコンテンツ (オプションのコンテンツがある場合) はどれかを決定してください。  
クライアント・コンサルタントは、例えば、サムネール・イメージの場所が欠落しているような推奨をすべて除外するように、Digital Recommendations を構成します。
4. お客様のコンサルタントが Digital Recommendations のサイト・ゾーンおよびサンプル・オファーを構成済みであることを確認します。
5. 開発アクティビティーを支援するため、Digital Recommendations ライブラリー、およびサンプル HTML ページがあることを確認します。  
このサンプル HTML ページは、推奨の要求方法および表示方法を示し、お客様の推奨データを使用する機能的なサンプルです。Digital Analytics がホストするライブラリーを使用するクライアントは、自動的に更新されます。
6. Digital Recommendations の実装を十分にテストします。  
プロダクションに移す前に、すべてのサイト・ゾーンについて、コンテンツが期待どおりに表示されていることを確認してください。コンテンツ配信ネットワークからの応答がターゲット・シンボリック引数の値として「\_NR\_」を提供する場合は、そのゾーンがいかなるコンテンツも表示せず、かつページ上で不可視となるようにしてください。

## その他の連絡先情報

製品の改善に関するご意見は、IBM ([cm\\_feedback@us.ibm.com](mailto:cm_feedback@us.ibm.com)) にご連絡ください。

製品に関して支援が必要な場合は、IBM お客様サポート・センター (<https://support.ibmcloud.com>) にお問い合わせください。

また、お近くの IBM 営業所にご連絡いただくこともできます。

米国	
<p>IBM 1001 E Hillsdale Boulevard Foster City, CA 94402 フリー・ダイヤル: 1.866.493.2673</p>	<p>IBM Austin 11501 Burnet Road Building 905, Floor 2 Austin, TX 78758-3400 フリー・ダイヤル: 1.866.493.2673</p>
<p>IBM Dallas 750 W John Carpenter Freeway Irving, TX 75039 フリー・ダイヤル: 1.866.493.2673</p>	
ヨーロッパ	
<p>IBM United Kingdom Limited 3 Furzeground Way Stockley Park Uxbridge Middlesex UB11 1EZ U.K. 電話: 020 8867 8003</p>	<p>IBM GmbH Beim Strohhause 17 D-20097 Hamburg Germany 電話: 0800-180-2597</p>
<p>IBM France 17 Avenue de l'Europe 92275 Bois Colombes Cedex France 電話: 0800 91 4912</p>	
アジア太平洋	
<p>IBM Hong Kong Limited Silvercord Tower 2 Room 907 30, Canton Road Tsim Sha Tsui Kowloon Hong Kong SAR, China 電話: +852 8201 0823 FAX: +852 8201 0832</p>	<p>IBM Australia and New Zealand 60 Southgate Ave Southgate VIC 3006 Australia (オーストラリア) 1800 69 CORE (ニュージーランド) 0800 69 CORE</p>

### IBM お客様のご意見をお寄せください

ご意見は以下の住所にお送りください。

IBM Bay Area Lab  
1001 E Hillsdale Boulevard  
Foster City, California 94404  
USA

以下に示す方法のいずれかによって、電子的にご意見をお寄せいただくことができます。

フリー・ダイヤル  
1+866-493-2673

サポート・センター:  
<https://support.ibmcloud.com>

World Wide Web:  
[www.ibm.com/marketing-solutions/](http://www.ibm.com/marketing-solutions/)

ご意見またはコメントには以下の情報を必ず記載してください。

- 本書のタイトル
- ご意見に関連するページ番号またはトピック

IBM は、お客様が提供するいかなる情報も、お客様に対してなんら義務も負うことのない、自ら適切と信ずる方法で、使用もしくは配布することができるものとします。

## サポート

---

### サポート・センター

サポート・サイトには、<https://support.ibmcloud.com> からアクセスできます。また、アプリケーション・メニュー・バーにある「サポート」リンクをクリックしてアクセスすることもできます。

サポート・センターのサイトには、以下が含まれています。

- **検索可能な知識ベース:** 質問に対する回答を得たり、基本的な資料 (実装ガイド、指標用語集、ユーザー・ガイド、リリース・ノートなど) に簡単にアクセスしたりできます。
- **研修ツール:** Web ベースのトレーニングやアーカイブ済みのオンライン・セミナーなど。
- **マーケティング情報:** ケース・スタディー、ホワイト・ペーパー、および今後のイベント (クライアント・サミットなど) が含まれています。
- **通知:** サポートからの通知です。
- **問題のトラッキング:** チケットの作成からその問題の解決までを追跡し、お客様のお問い合わせ状況を詳細に把握できるようにします。
- **フィードバック:** サポート・サイトの改善に関するお客様からのご提案を受け付けています。(アプリケーションに関するフィードバックを、[cm\\_feedback@us.ibm.com](mailto:cm_feedback@us.ibm.com) までお寄せください)。
- **チャット:** IBM のベスト・プラクティス担当者がすぐに対応します。

## 用語集

---

### A

#### A/B テスト (A/B testing)

サイトの収入やコンバージョンに関する Digital Recommendations のさまざまな設定の影響を判断できるよう、A、B、C、D に分かれた分割テストを実行するツールです。A/B テストを使用して、ビジネス・ルール、サイト・ゾーンの位置 (フォールドの上または下)、および特定のサイト・ゾーンに配信される推奨の数をテストできます。

#### アフィニティー・スコア (Affinity score)

あるターゲット・アイテムに対して特定のアフィニティーを持つ推奨アイテムの、相対的な見込みを要約したスコアです。Digital Recommendations は 4 つの別個のアフィニティー・スコアを計算し、このスコアを使用して、すべての推奨アイテムの最終アフィニティー・インデックスを計算します。

## B

### ビジネス・ルール (Business Rules)

推奨の出力に一層の制約を課す場合に、ビジネス・ルールを使用します。「除外」ルールはアイテムを除外し、「重視しない」ルールはアイテムを除外する代わりに、それらのアイテムを推奨候補リストの最後に移動させます。ルールは、(カテゴリ・レベルで) グローバルに構成することも、アイテム属性ごとに構成することもできます。ルールが評価するデータは、お客様がインポート・ファイルにより IBM Digital Analytics システムにアップロードするビジネス・データです。ビジネス・ルールは常に、ターゲット・アイテムのセットに適合するように定義します。

### ビジネス・ルール・データ (Business Rules Data)

アイテム属性データとカテゴリ・データです。このデータによって、「除外」ルールの処理が可能となり、カテゴリ、ランク、パブリッシャー、および他の属性に基づくビジネス・ルールが使用可能になります。

## C

### カテゴリ推奨 (Category Recommendations)

ビューの数によってランク付けされる、サイトの表示回数上位アイテムに基づく推奨です。これらの表示回数上位アイテムは、カテゴリ別にグループ化されます。これらの推奨は、Web サイトのさまざまな場所に表示できます。構成オプションにより、カテゴリ表示回数上位アイテムの結果を変更できます。例えば、Web サイトを訪れた訪問者に対して、訪問者が Web サイトのどこにいてもサイトの表示回数上位アイテムが表示されるため、表示回数上位アイテムの上位 5%、10%、または 20% を推奨から削除するとよいでしょう。これによって、顧客が自らは見つけることのないような付加的なアイテムを、目玉商品とすることができます。全体的なサイト表示回数上位アイテムを構成して、ホーム・ページ、または検索結果がないときのページに使用することもできます。

### CDN (コンテンツ配信ネットワーク) (CDN (Content Delivery Network))

Web サイトにダイナミック推奨を配信するためのメカニズムです。このサービスは、Digital Recommendations のダイナミック配信方法です。

### cmDisplayRecs

JavaScript 関数です。ページ上では、*cmPageRecRequest* 呼び出しまたは *cmElementRecRequest* 呼び出しのリストの直後に配置してください。この呼び出しを受け取ると、Digital Recommendations サービスは個別化アルゴリズムを処理し、重複するアイテムを除外し、推奨の最終セットをクライアントの当該ページのゾーン入力関数に渡します。

### cmElementRecRequest

エレメント・コンテンツ推奨を要求する JavaScript 関数です。*cmElementRecRequest* のパラメーターには、ゾーン ID、ターゲット・エレメント ID、ターゲット・カテゴリ ID、およびランダム化関数があります。

### cmPageRecRequest

ページ・コンテンツ推奨を要求する JavaScript 関数です。*cmPageRecRequest* のパラメーターには、ゾーン ID、ターゲット・ページ ID、ターゲット・カテゴリ ID、およびランダム化関数があります。

### cmSetSegment

訪問者に関連付けられているセグメントまたはグループを識別する JavaScript 関数です。

### コンテンツ推奨 (Content Recommendation)

コンテンツ推奨により、お客様の訪問者に、プロダクトではなく情報を推奨することができます。例えば、記事、レシピ、使用説明書などの情報提供 Web ページ・コンテンツが Web サイトに含まれている場合は、他の記事、レシピ、使用説明書を推奨することができます。お客様の Web サイトに、Web ページのコンテンツ内にはないエレメント (ビデオや PDF ファイルなど) が含まれていれば他のエレメントのコンテンツ推奨を生成することができます。

## D

### データ分析期間 (Data Analysis time period)

推奨生成前の、データ処理の日数です。

## Digital Recommendations 個別化 Cookie (Digital Recommendations Personalization Cookie)

この Cookie を使用して、最近表示されたページの順序付けされたリストが維持されます。この Cookie は、IBM Digital Analytics ライブラリーへのフックを使用して、リアルタイムに更新されます。

## ダイナミック推奨 (Dynamic Recommendations)

2つある推奨配信メカニズムの1つです。このメソッドでは、設定済みのロジック (表示回数上位、リンク制約など) に基づいて、ダイナミックな (可変の) 推奨が Web ページに直接配信されます。「フラット・ファイル推奨」も参照してください。

## E

### エレメント・タグ (cmCreateElementTag) (Element Tag (cmCreateElementTag))

エレメント・タグは、イントラ・ページのコンテンツを追跡するために使用します。Digital Recommendations でエレメント・コンテンツ・オファーに使用する追加フィールドを受け渡す機能もあります。

### eluminate.js

Digital Recommendations のライブラリー・ファイルです。Digital Recommendations の個別化 Cookie の作成と管理、ならびに、*cmPageRecRequest* 関数、*cmElementRecRequest* 関数、および *cmDisplayRecs* 関数の実行を処理します。このファイルは、ローカルにホストされる Digital Analytics ライブラリーを使用するクライアントのみに提供されます。このファイルは、Digital Analytics がホストするライブラリーを使用しているクライアントには提供されません。

## F

### フォールバック推奨 (Fallback Recommendations)

あるアイテムについて行動データ履歴が限られている場合、厳しいビジネス・ルールのために必要数の最終推奨が除外される場合、あるいは、*cmPageRecRequest* または *cmElementRecRequest* に指定したターゲットに対して推奨が使用不可である場合に、フォールバック推奨を使用します。フォールバックには次の2つのプロセスがあります。最初のフォールバック・プロセスは、**群集の知恵**という行動データが処理されたときに実行されます。サイトの行動データが十分でないために、要求された数の推奨を完了できない場合、またはビジネス・ルールによって推奨が除外される場合は、ターゲット・アイテムのカテゴリーに含まれる表示回数上位アイテムが、デフォルトの推奨として使用されます。2番目のフォールバック・プロセスは、ダイナミック推奨要求がお客様の Web サイトから発行されたときに、推奨が使用できない場合に、開始されます。推奨プラン内の連続したステップは、要求ごとにこのフォールバック処理をカスタマイズするために使用されます。

## I

### 個々の訪問者の個別化 (Individual Visitor Personalization)

二人として同じ興味を持つ訪問者もいなければ、まったく同じ参照パターンを示す訪問者もいません。Digital Recommendations は個々の訪問者について、過去および現時点の訪問データに基づく充実したプロファイルを構築し、それぞれの訪問者に対して固有の推奨セットを自動的に表示します。プロファイルのない訪問者に対しても、Digital Recommendations の実績ある**群集の知恵**ベースのアルゴリズムに基づく非常に関連性の高い推奨を受け取ります。訪問者のプロファイルはリアルタイムで構成されるため、推奨の個別設定が迅速に行われ、これにより Digital Recommendations はあらゆる訪問者に対して推奨を最適化できます。特定の推奨ゾーンを定義し、当該訪問者に見られる行動に基づいて推奨をオファーすることができます。こうした行動には、推奨として最近表示されたページなどが挙げられます。

### アイテム (Item)

アイテムは、カタログ内の固有のページまたはエレメントです。

## O

### オファー (Offer)

オファーの種類 (ページ・コンテンツ、エレメント・コンテンツ、またはカテゴリ推奨)、データ分析期間、ビジネス・ルールなど、推奨アイテムのリストを生成するための設定の集まりです。

### オファー設定 (Offer Setting)

オファー設定で、そのオファーの更新頻度 (毎月、毎週、毎日)、対象とするデータの量、および推奨を生成する対象となるアイテムのセットを定義します。オファーは、Web サイトのプレゼンテーション層に直接統合するための Digital Recommendations 推奨サービスを使用して、動的に生成されます。

## P

### ページ・ビュー・タグ (cmCreatePageViewTag) (Page View Tag (cmCreatePageViewTag))

ページ・ビュー・タグは、訪問者がサイト内でページを移動したときにクリック・ストリーム・データを収集するために使用されます。Digital Recommendations でページ・コンテンツ・オファーに使用する追加フィールドを受け渡す機能もあります。

## R

### 推奨の候補 (Recommendation Candidate)

ターゲットのアイテムまたはカテゴリに対して、推奨の候補となるアイテムです。これは、ビジネス・ルールを使用して、または個別化関数を使用して、または他の推奨に比べ相対的に低スコアのものを対象として、後で除外することもできます。

### 推奨の配信 (Recommendations Delivery)

Content Recommendations には、ダイナミック配信により固定の推奨リストを配信する柔軟性があります。ダイナミック配信では、構成可能なパラメーターに基づいて、ローテーション推奨をポストすることが可能です。

### 推奨プラン (Recommendation Plan)

ダイナミック推奨のために、オファーをサイト・ゾーンに割り当てるためのメカニズムです。また、あるアイテムに対して推奨が使用できない場合に備えてフォールバック・ターゲットとフォールバック・オファーを構成したり、ゾーンのバナーに表示されるヘッダー・テキストを指定したりできます。

### 推奨アイテム (Recommended Items)

ビジネス・ルールおよび個別化関数の処理後に、任意のターゲット・アイテムまたはターゲット・カテゴリに対して推奨される、最終的なアイテムです。

### ルール・セット (Rule Set)

ターゲット・アイテムと、対応するルールのセットを選択したものです。あるルール・セットに含まれるルールは、そのルール・セットに定義されているターゲットのみに適用されます。ルールとルール・セットは、任意のオファーの「ルール」タブで構成します。

### ルール・ターゲット (Rule Targets)

オファーに含まれるビジネス・ルールの適用先となるターゲット・アイテムです。ルールは、すべてのターゲットに適用することもできますし、カテゴリ、属性、またはアイテム ID により定義されたターゲットに適用することもできます。例えば、あるルールを、特定のカテゴリのアイテムのみに適用できます。

## S

## T

### ターゲット (Target)

推奨の生成対象となるアイテムまたはカテゴリです。

## U

## Z

### ゾーン (Zone)

推奨が配信される 1 つ以上の Web ページの、一領域です。

### ゾーン入力関数 (Zone Population Function)

Digital Recommendations 推奨をクライアントの Web ページに表示するために、Web サイトの設計者がコーディングする、JavaScript 関数です。14 個の引数がゾーン入力関数に渡されて、表示の際に使用されます。Web サイトの設計者は、Web サイトの設計と一貫性を保つ形で推奨が表示されるように、関数本体をコーディングする必要があります。

### ゾーン ID (Zone ID)

Web サイトの設計チームが決定する、個々のサイト・ゾーンを特定するための 8 文字の ID です。ゾーン ID は、cmPageRecRequest 関数または cmElementRecRequest 関数が推奨リストを要求する際に渡す変数の 1 つです。

# IBM Digital Content Recommendations ユーザー・ガイド

## IBM Digital Recommendations の概要

IBM Digital Recommendations は、IBM Product Recommendations および IBM Content Recommendations と強固に統合されています。

IBM Product Recommendations では、サイト分析、ユーザー行動、群集の知恵アルゴリズム、およびプロダクト属性ルールを使用して、訪問者に対する関連性の高いプロダクト提案を生成します。これらの提案により、バッテリー、メモリー・カード、携帯用ケースなどの主要なアクセサリーを提案し、顧客が確実に自分の必要としているものを入手できるようにすることで、カスタマー・エクスペリエンスを向上させることができます。また、Web サイト売上の注文金額の平均も上げることができます。

IBM Content Recommendations は、サイト分析およびコンテンツ・ルールを使用して、PDF のホワイト・ペーパー、ディスカッション・フォーラムへのリンク、レシピ、仕事を支援する資料など、他の情報資産を提案します。これらの提案は、訪問者により長く留まってもらい、関心を持ち続けてもらうために役立ちます。

## Content Recommendations の主な機能

機能の要約。

機能	説明	参照先
システム概要ダッシュボード	この機能は、推奨戦略のあらゆる側面を表示し、構成変更を行うために適切な枠に素早くナビゲートする簡単な方法を提供します。	<a href="#">80 ページの『システム概要ダッシュボード』</a>
複数の種類の推奨	次の中から選択します。 <ul style="list-style-type: none"><li>ページ・コンテンツ推奨</li><li>ページ・カテゴリー推奨</li><li>エレメント・コンテンツ推奨</li><li>エレメント・カテゴリー推奨</li></ul>	<a href="#">39 ページの『コンテンツ・オフター』</a>

表 11 : Content Recommendations の主な機能 (続く)

機能	説明	参照先
ビジネス・ルール	Digital Recommendations は、推奨の出力についてさらに制限を課すためのルールを作成および管理するユーザー・インターフェースを提供します。Digital Recommendations は「除外」ルールおよび「重視しない」ルールに対応しています。	<a href="#">64 ページの『レガシー・ルール・インターフェースを使用したコンテンツ・オファーへのビジネス・ルールの適用』</a>
フォールバック 推奨	サイトに新しいコンテンツを導入するときは、興味を引くデフォルトの推奨セットを用意するメカニズムが必要です。このプロセスを管理するために、Digital Recommendations にはフォールバック推奨プロセスが用意されています。	<a href="#">75 ページの『推奨プラン』</a>
A/B テスト	Digital Recommendations には、A/B テスト機能があります。この機能は、Digital Recommendations の各種設定がサイトの収入やコンバージョンにどのように影響するか判断するために、A、B、C、D に分かれた分割テストを実行できるように設計されています。また、Digital Recommendations の A/B テストを使用すると、ビジネス・ルール、サイト・ゾーン的位置 (フォールドの上または下)、および特定ゾーンに送信される推奨の数をテストできます。	<a href="#">95 ページの『A/B テスト』</a>
プレビュー	Digital Recommendations を使用して、オファーに対して指定および適用されているアルゴリズムおよびルール・ロジックをレビューできます。これは、推奨を微調整またはトラブルシューティングするのに役立ちます。	<a href="#">44 ページの『推奨のプレビュー』</a>
レポート	コンテンツ推奨で使用可能なレポートには、コンテンツ・ゾーン・パフォーマンス・レポート、エレメント・レポート、および A/B テスト・パフォーマンス・レポートがあります。	<a href="#">84 ページの『レポート』</a>
ダッシュボード	ダッシュボードを使用すると、アクティブなオファーおよび A/B テストのパフォーマンスを追跡できます。	<a href="#">88 ページの『パフォーマンス・ダッシュボード』</a>

表 11 : Content Recommendations の主な機能 (続く)

機能	説明	参照先
IBM WebSphere Commerce との統合	Digital Recommendations バージョン 9 以降は、WebSphere Commerce バージョン 7 FP2 以降と強固に統合されています。	IBM WebSphere Commerce 資料。
IBM Digital Analytics による結果の計測	Digital Analytics を使用して、次に示すようなオファー結果を追跡できます。 <ul style="list-style-type: none"> <li>• レポート・セグメント</li> <li>• ページ・カテゴリー</li> <li>• エlement・カテゴリー</li> </ul>	IBM Digital Analytics 資料。
IBM Digital Analytics Explore による結果の計測	IBM Digital Analytics Explore は、Digital Recommendations のパフォーマンス分析に使用できるカスタム・レポートを提供します。	IBM Digital Analytics Explore 資料。
IBM Interact との統合	カテゴリーの売上上位アイテム推奨を Digital Recommendations から IBM Interact に配信することができます。	IBM Interact 資料。

## システム要件

IBM Digital Analytics 製品を実行するには、特定のバージョンのソフトウェアとブラウザを実行し、必要最低限のメモリー容量を確保している必要があります。

以下のシステム要件を維持してください。

- ソフトウェア: Adobe Flash Player V10 または V11
- ブラウザー: Microsoft Internet Explorer V9 以降、Mozilla Firefox V29 以降、Chrome V34 以降
- メモリー: 1 GB 以上の RAM

## ユーザー・ガイドの概要

「IBM Content Recommendations ユーザー・ガイド」は、この製品に日常アクセスして、以下のタスクを実行するユーザーを対象としています。

- ダッシュボードの表示
- レポートの表示
- ゾーン・パフォーマンスの表示
- A/B テストの実行
- 推奨のプレビュー
- オファーの作成および編集
- 推奨プランの定義および変更
- サイト・ゾーンの定義および変更

## Digital Recommendations へのアクセス

IBM Digital Recommendations には、直接アクセスすることができ、あるいは別の Digital Analytics アプリケーションからアクセスすることもできます。

ご使用のアカウントが IBM Digital Recommendations に対して有効である場合には、以下の 2 とおりの方法でアクセスすることができます。

- 既に IBM Digital Analytics アプリケーションにログインしている場合には、ヘッダー・ナビゲーション・メニューで「**Recommendations**」をクリックします。アプリケーションが開いて、認証が自動的に行われます。
- ご使用のアカウントがセットアップされたときに組織に対して指定された URL に移動します。「**ログイン**」ページで、クライアント ID、ユーザー名、およびパスワードを入力し、「**ログイン**」をクリックします。

URL がわからない場合には、IBM ソフトウェア・サポートにお問い合わせください。

## ユーザー・グループのアクセス許可

管理者権限がある場合は、ユーザー・グループ設定を通じて、Digital Recommendations へのアクセス許可を付与します。Digital Recommendations を特定のユーザー・グループに割り当てられているすべてのユーザーに対して有効に設定するには、「**アドミン**」 > 「**グループを管理**」ページにナビゲートします。ユーザー・グループを選択し、「**Digital Recommendations**」チェック・ボックスにチェック・マークを付けます。これらの変更を保存すると、そのユーザー・グループのすべてのメンバーは、直接認証またはアプリケーション・トグルを使用して Digital Recommendations にアクセスできるようになります。

## Content Recommendations を構成するためのワークフロー

プロダクト売上ではなくコンテンツ Web サイト用の推奨を生成するように Content Recommendations を構成する場合に実行するタスクと、それらを実行する順序を以下に示します。

1. オファーを作成します。Product Recommendations は、オファー設定を使用してコンテンツ推奨のリストの生成方法を決定します。39 ページの『[コンテンツ・オファー](#)』を参照してください。
2. より具体的なビジネスの目標を達成するために、オファーにより生成された推奨を改善することもできます。例えば、肉料理のレシピをベジタリアンのメニューを意図したレシピと一緒に推奨したくはありません。オファーにこれらの改善を行うためには、ビジネス・ルールを作成します。

ページ・コンテンツ・オファーとページ・コンテンツ・カテゴリ・オファーには、新しいルール・インターフェースを使用できます。47 ページの『[新しいルール・インターフェースを使用したコンテンツ・オファーへのビジネス・ルールの適用](#)』を参照してください。

エレメント・コンテンツ・オファーとエレメント・コンテンツ・カテゴリ・オファーには、レガシー・ルール・インターフェースを使用します。64 ページの『[レガシー・ルール・インターフェースを使用したコンテンツ・オファーへのビジネス・ルールの適用](#)』を参照してください。

3. 推奨プランを作成します。Product Recommendations は推奨プラン設定を使用して、ターゲット・プロダクトが選択される方法を指定します。ターゲット・プロダクトとは、推奨の基礎となるものです。例えば、七面鳥キャセロールの細部ページでカボチャ・パイのレシピを推奨したければ、七面鳥キャセロールがターゲットで、カボチャ・パイのレシピが推奨ということになります。75 ページの『[推奨プラン](#)』を参照してください。
4. 推奨が表示される Web サイトの場所を指定します。ゾーンの例として、詳細ページの左側またはお気に入りページの下部があります。79 ページの『[サイト・ゾーンの構成](#)』を参照してください。
5. システム概要を使用して、自分のサイト・ゾーン、オファー、および推奨プランの間の関係を表示します。80 ページの『[システム概要ダッシュボード](#)』を参照してください。
6. ターゲットに対して生成された推奨を表示します。これは、オファー、ビジネス・ルール、推奨プラン、またはゾーンに対して変更が必要かどうかを決定するのに役立ちます。83 ページの『[推奨とルールの出力のテスト](#)』を参照してください。

7. ターゲットと推奨に満足したら、オファーをアクティブにします。[42 ページの『オファーのアクティブ化』](#)を参照してください。
8. Product Recommendations がサイト・パフォーマンスに与える影響を確認するには、レポートを表示します。[84 ページの『レポート』](#)を参照してください。
9. レポート情報の解釈を容易にしたり、レポートから特定の情報を取り出したりするためには、標準ダッシュボードを表示したり、カスタム・ダッシュボードを作成したりします。[88 ページの『パフォーマンス・ダッシュボード』](#)を参照してください。

既存の Digital Recommendations 構成を変更することもできます。

## コンテンツ・オファー

コンテンツ・オファーは、コンテンツ推奨を生成するパラメーターのセットです。

コンテンツ・オファーには、推奨を生成する対象のコンテンツ・アイテム (ターゲット) を識別するすべてのパラメーターが含まれています。コンテンツ・アイテムとして、記事、レシピ、説明、ビデオ、PDF ファイル、ディスカッション・グループへのリンクなどのコンテンツ・タイプを使用できます。コンテンツ・オファーを使用して、イントラネット、サポート・ポータル、またはマーケティング情報サイトのユーザーに対して追加のコンテンツを推奨します。使用可能なコンテンツ・オファーのタイプは次のとおりです。

- **ページ・コンテンツ・オファー:** このコンテンツ・オファー・タイプを使用すると、Web ページ・ターゲットに基づき特定の Web ページ・コンテンツを推奨できます。例えば、顧客が Web ページの記事 (ターゲット・コンテンツ) を表示している場合に、他の記事、レシピ、または関連するコンテンツのある Web ページを推奨できます。
- **ページ・コンテンツ・カテゴリー・オファー:** このコンテンツ・オファー・タイプは、ターゲット・ページと同じカテゴリー内の上位コンテンツ・ページを推奨するために使用します。
- **要素コンテンツ・オファー:** このコンテンツ・オファー・タイプを使用すると、ターゲット文書またはファイルに基づき文書またはファイルを推奨できます。例えば、顧客がビデオ広告 (ターゲット・コンテンツ) を表示している場合に、説明ビデオ、PDF データ・シート、または関連する技術文書を推奨できます。エレメント・コンテンツ・オファーを使用するには、エレメント・タグを適切な場所に配置する必要があります。
- **エレメント・コンテンツ・カテゴリー・オファー:** このコンテンツ・オファー・タイプは、ターゲット・ページと同じカテゴリー内の上位コンテンツ・エレメントを推奨するために使用します。

## コンテンツ・オファーの作成

オファーのコンポーネントを構成します。

### 手順

1. サイド・ナビゲーションで「**オファー・アクション (Offer Actions)**」をクリックして、「**新規オファーを作成**」を選択します。
2. オファーの名前を入力します。
3. オファーのタイプを選択します。
4. 各タイプのオファーのコンポーネントの構成については、下記の関連トピックを参照してください。
5. オファーを保存します。
6. ルールを追加して、推奨をさらに限定的にします。[64 ページの『レガシー・ルール・インターフェースを使用したコンテンツ・オファーへのビジネス・ルールの適用』](#) または [47 ページの『新しいルール・インターフェースを使用したコンテンツ・オファーへのビジネス・ルールの適用』](#) を参照してください。

### 関連概念

[42 ページの『オファーのアクティブ化』](#)

[40 ページの『推奨のコンテンツのランキング』](#)

ページ・カテゴリー・オファーおよびエレメント・カテゴリー・オファーのランキング・オプションを使用します。これにより、ページ推奨やエレメント推奨は、「**データ分析期間**」におけるビューの数のランキングに基づいて提示されるようになります。

#### 41 ページの『更新頻度』

行動データおよびビジネス・ルールによってオファーを更新する頻度を指定できます。

#### 41 ページの『データ分析期間の決定』

データ分析期間を変更して、推奨を生成するときのデータ量の増減を検討します。

#### 42 ページの『配信オプションの決定』

推奨を生成するためのデータを配信する方法、およびそれらの推奨がサイトへ配信される方法を定義します。

#### 42 ページの『ターゲット・リストのプレビュー』

ターゲット・リストのプレビューを使用すると、推奨のプレビューに含めるアイテムを指定できます。

#### 42 ページの『Eメール通知を有効にする』

オファーが更新されたときに通知してもよいユーザーを特定できます。

#### 64 ページの『レガシー・ルール・インターフェースを使用したコンテンツ・オファーへのビジネス・ルールの適用』

オファーを作成した後、推奨を除外または重視しないビジネス・ルールを追加できます。

#### 44 ページの『推奨のプレビュー』

Digital Recommendations には、オファーのためにデプロイされた推奨を表示および制御できるプレビュー機能が備わっています。

#### 83 ページの『推奨とルールの出力のテスト』

ルールをプロダクションに適用する前にテストすることで、予期しない結果を避けることができます。

## 使用するルール・インターフェースの決定

オファーの作成時には、ルール・インターフェースを使用可能にするオプションが用意されています。

### このタスクについて

このインターフェースは、ビジネス・ルール作成作業を簡素化するドラッグ・アンド・ドロップ式のインターフェースです。また、このインターフェースには、ルールの作成におけるそれ以外のオプションも含まれています。新しいオファーを作成するときには、ルール・インターフェースを使用してください。

### 関連概念

#### 47 ページの『新しいルール・インターフェースを使用したコンテンツ・オファーへのビジネス・ルールの適用』

ページ・コンテンツとページ・コンテンツ・カテゴリーには、新しいルール・インターフェースを使用できます。

#### 64 ページの『レガシー・ルール・インターフェースを使用したコンテンツ・オファーへのビジネス・ルールの適用』

オファーを作成した後、推奨を除外または重視しないビジネス・ルールを追加できます。

## 推奨のコンテンツのランキング

ページ・カテゴリー・オファーおよびエレメント・カテゴリー・オファーのランキング・オプションを使用します。これにより、ページ推奨やエレメント推奨は、「**データ分析期間**」におけるビューの数のランキングに基づいて提示されるようになります。

### ビューの最小数

コンテンツ・アイテムがランキングの対象となるために必要なビューの数を指定します。例えば、「**ビューの最小数**」に 5 を指定した場合、ページは「**データ分析期間**」中に少なくとも 5 回閲覧される必要があります。そうでない場合は、推奨アイテムとして表示されません。

### 上位 % は推奨しない

Digital Recommendations は、カテゴリーごとに最大 50 件の表示回数上位アイテムを追跡します。この機能は、最も多く表示されたコンテンツのうち、指定した比率の上位アイテムをこれらの推奨から除外します。例えば、データ分析期間内に各カテゴリーで表示されたアイテム数が 50 個以上ある場合は、各カテゴリーの推奨の最初のセットには最大 50 個のアイテムが存在することになります。この設

定を 10% に設定すると、上位 5 件のアイテムが各カテゴリーから除外されます。多くの組織は、表示上位のアイテムは推奨しなくとも十分人気があると考えています。上位アイテムを除外することで、推奨として表示されていないと訪問者が気付かないようなアイテムが、より多く閲覧されるようになります。

#### 全体的な表示上位を有効にする

このパラメーターを使用して、表示する主要カテゴリーを 15 件まで指定し、定義したカテゴリーそれぞれに同数の推奨が入るようにします。全体的な表示上位を使用しない場合は、このボックスを空のままにしてください。

## 更新頻度

行動データおよびビジネス・ルールによってオファーを更新する頻度を指定できます。

Web サイトにおいて変更やトラフィックが少ない場合を除き、頻度は「毎日」に設定してください。また、ビジネス・ルールで使用されるプロダクト情報（価格や在庫など）のいずれかが毎日変化するような場合にも、頻度を「毎日」に設定することが重要です。

## 推奨フォールバックを有効にする

オファーで十分な数の推奨が正常に生成されない場合は、追加の推奨を生成するためにオファーを指定することができます。

#### このタスクについて

フォールバック・オファーを選択すると、現在のオファーに指定しているルールが適用されます。

#### 手順

1. 「推奨フォールバックを有効にする」
2. 「フォールバック・ソース・オファー」を選択します。

現在のオファーで新しいルール・インターフェースが使用されている場合は、選択するオファーも、その新しいルール・インターフェースが使用されているものにしてください。

現在のオファーでレガシー・ルール・インターフェースが使用されている場合は、選択するオファーも、そのレガシー・ルール・インターフェースが使用されているものにしてください。

## データ分析期間の決定

データ分析期間を変更して、推奨を生成するときのデータ量の増減を検討します。

データ分析期間が長くなれば、Digital Recommendations はより多くのデータを検討するため、一般的により多くのターゲットに対して、より多くの推奨を作成することができます。短期のデータ分析期間では、訪問者の好みや季節性の変化をより急速に反映します。検索語句に基づく表示アクティビティを累積するために十分な長さのデータ分析期間を指定します。また、最多のターゲットを提示する最短のデータ分析期間を選択することもお勧めします。追加支援が必要な場合は、Digital Recommendations クライアント・コンサルタントにお問い合わせください。Digital Analytics では、システム設定として長期のデータ分析期間を要求および設定できます。

#### 最適な期間のテスト

オファーのための最適なデータ分析期間を特定するには、異なる期間を対象にするオファーをテストします。3 つのオファー・エクスポートを作成できます。1 つは 7 日間、1 つは 14 日間、そして 1 つは 45 日間に設定します。これらのファイルの処理が終了したら、これらのファイルを SFTP サーバーから取得し、ハード・ディスクに保存して、Excel で開きます。各ファイル内の行数を数えてください。この数を Web サイトで現在使用可能なアクティブ・ターゲットの既知の総数と比較します。一般に、最多のターゲットを提示する最短のデータ分析期間を選択することをお勧めします。

## 配信オプションの決定

推奨を生成するためのデータを配信する方法、およびそれらの推奨がサイトへ配信される方法を定義します。

コンテンツ・オファーの場合は、「**サイト・ゾーン**」のみ使用できます。オプションを以下に示します。

- **Master Offer ファイルを送信:** このオプションを有効にすると、オファーのすべての推奨を含む Master Offer ファイルがエクスポート先に転送されます。これは、情報提供のみを目的としているため、推奨データを手動で簡単に検査できます。
- **エクスポート先:** Digital Recommendations オファー用に構成された SFTP の宛先。
- **ファイル・フォーマット:** サイト・ゾーンでは、テキスト・ファイル (.txt) フォーマットのみ使用できません。

## ターゲット・リストのプレビュー

ターゲット・リストのプレビューを使用すると、推奨のプレビューに含めるアイテムを指定できます。

リストを指定すること、または「**プレビュー・ターゲットとして上位 25 のターゲット ID を使用する**」オプションを有効にすることができます。これにより、Digital Recommendations はプレビューで使用するターゲット ID を選択できます。詳しくは、[44 ページの『推奨のプレビュー』](#)を参照してください。

## E メール通知を有効にする

オファーが更新されたときに通知してもよいユーザーを特定できます。

オファーの更新が完了したときに通知するユーザーの E メール・アドレスをコンマ区切りリストとして入力します。サイト・ゾーンを使用して推奨を配信する場合、基本的な行動データとビジネス・ルールの処理は完了しています。顧客がオファーにアクセスできるように準備するために、この通知の後に続いて、他のプロセスが実行されます。カタログ・サイズやオファーのボリュームによっては、このアクセスが可能になるには、15 分から 60 分かかる場合があります。

## オファーのアクティブ化

「**オファー**」をクリックして、オファー・リストを表示します。次に、リストからオファーの横にある緑色のボタンをクリックすると、オファーがアクティブ化されます。

Digital Recommendations は、オファーの「**オファー設定**」タブで指定された日の早朝にオファーを処理します。例えば、オファーが日曜日に実行されるように設定されている場合、クライアント ID に対して定義されているタイム・ゾーンの日曜早朝に処理が開始されます。Digital Recommendations のファイルは、通常、クライアント ID に対して定義されているタイム・ゾーンの午前 8 時までには処理されて完了します。ただし、データ量によってさらに長くなる場合があります。

指定した日の午前 5 時に推奨を受け取ることが極めて重要である場合は、その期限に確実に間に合うように Digital Recommendations ファイルが前日に配信されるようにセットアップしておくことができます。この処理については、担当の IT チームと検討するようにしてください。

**注:** 1 つのクライアント ID につき、1 つのページ・カテゴリー・オファーと 1 つのエレメント・カテゴリー・オファーのみをアクティブ化できます。

## 特定のオファーの変更履歴の表示

オファーの設定やルールに対して加えられたすべての変更の履歴を確認できます。

### 手順

1. 「**オファー**」をクリックします。
2. 既存のオファーの名前をクリックします。
3. メインページの右上隅の「**変更履歴**」をクリックします。オファー設定およびルールに対して行われたすべての変更が、最近のものから順番にウィンドウにリストされます。
4. 変更の詳細を確認するには、リスト上のアイテムをクリックします。変更があった特定のフィールドと、その古い値と新しい値がウィンドウの下部に表示されます。

## オファーの結果のプレビュー

「**ルールの統計**」タブを使用して、オファーによって生成される推奨をプレビューすることができます。

### このタスクについて

オファーをアクティブにし、そのオファーが処理された後、ルールの統計を表示して、オファーの結果を確認できます。ルールの統計は、ルール処理のトラブルシューティングおよび改善に役立ちます。

### 手順

1. 統計を表示する対象のオファーがアクティブであることを確認します。
2. 結果をプレビューするオファーを開きます。
3. 「**ルールの統計**」タブをクリックします。

## 構成パラメーターに対する変更のトラッキング

オファーおよびオファー構成に対する変更をトラッキングできます。

### オファーおよびオファー構成に対する変更のトラッキング

オファー、属性、および設定に対して行われた変更の履歴リストを検査することができます。

### 手順

1. サイド・ナビゲーションで、「**管理**」をクリックします。
2. サイド・ナビゲーションで、「**変更履歴**」をクリックします。行われたすべての変更のリストが、直近のものから最も初期のものまで、ページの上部に表示されます。
3. 特定の変更についてさらに詳細を確認するには、その変更をクリックします。ページの下部の「**変更履歴**」レポートに、変更された特定のフィールドと、その古い値と新しい値が表示されます。
4. レポートされる値を制限するには、「**フィルター条件**」リストを使用して値を選択し、完全なアイテム名または部分的なアイテム名、あるいはユーザー名を入力して、「**適用**」をクリックします。レポートには、指定されたテキストと一致するアイテムのみが表示されます。

### 属性に対する変更のトラッキング

属性に対して行われた変更の履歴リストを個別に検討することができます。

### 手順

1. 「**管理**」をクリックします。
2. 「**オファー構成**」をクリックします。
3. 以下の操作のいずれかを実行します。
  - ページ属性に対して行われた変更を表示するには、「**コンテンツ・オファー**」 > 「**ページ属性**」を選択します。
  - エレメント属性に対して行われた変更を表示するには、「**コンテンツ・オファー**」 > 「**エレメント属性**」を選択します。
4. メイン・ページで、「**変更履歴**」をクリックします。
5. 特定の変更についてさらに詳細を確認するには、その変更をクリックします。ウィンドウの下部の「**変更履歴**」レポートに、変更された特定のフィールドと、その古い値と新しい値が表示されます。

### 詳細設定に対する変更のトラッキング

オファーの詳細設定に対して行われた変更の履歴リストを検査することができます。

### 手順

1. 「**管理**」をクリックします。
2. 「**オファー構成**」をクリックします。

3. ページ属性に対して行われた変更を表示するには、「コンテンツ・オファー」 > 「詳細設定」を選択します。
4. メイン・ページで、「変更履歴」をクリックします。
5. 特定の変更についてさらに詳細を確認するには、その変更をクリックします。ウィンドウの下部の「変更履歴」レポートに、変更された特定のフィールドと、その古い値と新しい値が表示されます。

## 推奨のプレビュー

Digital Recommendations には、オファーのためにデプロイされた推奨を表示および制御できるプレビュー機能が備わっています。

プレビュー機能を使用すると、オファーに対し指定されているルールおよびロジックの効果を洞察したり (特に、ターゲットに対する推奨が期待に反する場合)、オファーをアクティブにする前にテストしたりできます。

Digital Recommendations では、次の 3 つの方法でオファーの推奨をプレビューできます。

- 指定ターゲット
- サンプル・ターゲット
- カスタム

推奨をプレビューする最初の 2 つの方法は動的です。これらのプレビューでは、オファーのために Content Delivery Network (CDN) から直ちに利用できる実出力が示されます。これらのプレビューは、サイトが Digital Recommendations ダイナミック推奨機能のライセンス交付を受けている場合にのみ使用可能です。これらのプレビューでは、要求のたびに新しい現在のコンテンツが表示されます。

プレビューの最後のタイプはカスタムです。カスタム・プレビューはすべての Digital Recommendations サイトで使用可能です。これらのプレビューでは、オファーに対し定義されている現行のビジネス・ルールに基づき、リアルタイムで計算が実行され、表示されることが予測される推奨がレポートされます。将来のレビューまたは再使用のためにカスタム・プレビューを保存できます。

また、ルールの統計を使用して、オファーに対するルールの影響をテストすることもできます。[62 ページの『オファーへのルールの影響の表示』](#)を参照してください。

## 特定アイテムの推奨のプレビュー

指定ターゲット・プレビューを使用すると、特定のオファーおよびターゲット ID について、CDN からどのような推奨の出力を現在利用できるか正確に把握できます。

### このタスクについて

このプレビューには、推奨ファイルに含まれるすべての属性および値を含めることができます。あるいは、属性のサブセットを含めることもできます。含める属性を選択するには、「プレビュー・オプション」機能を使用します。

**注:** このタイプのプレビューで属性を表示するには、その属性が、推奨ファイルと、「プレビュー・オプション」で指定する属性リストの両方に含まれている必要があります。

指定ターゲットのプレビューを生成するには、次のようにします。

### 手順

1. 「プレビュー」をクリックします
2. 「プレビュー・オプション」をクリックし、含める属性を確認または変更します。[47 ページの『プレビューに表示する属性の選択』](#)を参照してください。
3. 「指定したターゲットに対する現在の推奨」リンクをクリックします。
4. オファーを選択します。
5. 特定のターゲット ID を入力します。
6. 「サブミット」をクリックします。

7. 結果の推奨データは、グリッドまたはシミュレートされたサイト・ゾーンで表示できます。

- グリッド (テーブル) フォーマットでプレビューを表示するには、「**グリッド・ビュー**」タブをクリックします。
- サイト・ゾーンで一連のイメージとしてプレビューを表示するには、「**ピクチャー・ビュー**」タブをクリックします。

## アイテムのサンプル・セットの推奨のプレビュー

サンプル・ターゲット・プレビューを使用すると、オファーおよびターゲットのサンプル・セットに対して、CDN から利用できる出力を確認できます。

### このタスクについて

サンプル・ターゲット・プレビューは動的です。つまり、これらのプレビューでは、オファーのために直ちに利用できる実際の出力が示され、要求のたびに最新のコンテンツが表示されます。

オファーごとに、「**設定**」タブで、このタイプのプレビューに対して使用するターゲットのサンプル・セットを定義します。アイテム表示に基づき上位 25 のターゲットを選択すること、またはターゲット ID のリストを指定することができます。

サンプル・ターゲット・プレビューには、ターゲットおよび候補のすべての属性とその値が含まれます。あるいは、属性のサブセットを選択することもできます。このプレビューには、包括的なルール分析も含まれます。ルールの分析については、[83 ページの『推奨とルールの出力のテスト』](#)を参照してください。

ターゲットの事前定義サンプル・セットを使用するプレビューを生成するには、次のようにします。

### 手順

1. 「**プレビュー**」をクリックします。
2. オプションで、「**プレビュー・オプション**」をクリックし、含める属性を確認または変更します。[47 ページの『プレビューに表示する属性の選択』](#)を参照してください。
3. 「**抽出したターゲットに対する現在の推奨と詳細な追跡**」リンクをクリックします。
4. オファーを選択します。
5. 「**サブミット**」をクリックします。
6. 結果のプレビューは、グリッドまたはシミュレートされたサイト・ゾーンで表示できます。
  - グリッド (テーブル) フォーマットでプレビューを表示するには、「**グリッド・ビュー**」タブをクリックします。
  - サイト・ゾーンで一連のイメージとしてプレビューを表示するには、「**ピクチャー・ビュー**」タブをクリックします。

## 新規オファーまたは変更されたオファーの推奨のプレビュー

カスタム・プレビューを使用すると、オファーのビジネス・ルールを変更した結果、推奨にどのような差異が出るかを理解するのに役立ちます。

### このタスクについて

カスタム・プレビューはすべての Digital Recommendations サイトで使用することができます。これらのプレビューでは、オファーに対し定義されている現行のビジネス・ルールに基づいて、リアルタイムで計算が実行され、表示されることが予測される推奨がレポートされます。カスタム・プレビューには静的データが含まれるため、将来レビューまたは再使用するために保存できます。

カスタム・プレビューは、新規オファーまたは新しく変更したオファーの推奨の出力をテストするための分析ツールです。このタイプのプレビューは、CDN からのデータは要求しない代わりに、すべての計算をリアルタイムで実行して推奨セットを生成します。カスタム・プレビューは、Digital Recommendations のルール・エンジンおよびデータベースに対して処理するため、要求が完了するまで時間がかかる場合があります。カスタム・プレビューには、すべてのターゲット・アイテムおよび候補アイテムのすべてのアイテム属性とその値を含めることができます。あるいは、含める属性のサブセットを選択することもできます。

注:新しいオファーの場合は、基本推奨がアSEMBルされ、ルールが適用された後でのみ、推奨プレビューが使用可能となります。これは通常、毎朝早朝に行われるので、プレビューが使用可能となるのは変更を行った日の翌日になります。

注:既存のオファーに対する変更の場合は、ルールに対する変更は直ちに使用可能となります。

## 手順

1. 「プレビュー」をクリックします。
2. オプションで、「プレビュー・オプション」をクリックし、含める属性を確認または変更します。47 ページの『[プレビューに表示する属性の選択](#)』を参照してください。
3. 「新規プレビューを作成」をクリックします。
4. 識別名を入力し、オファーを選択します。
5. (サンプル・ターゲット・プレビュー用として) オファーに対して定義されているサンプル・セットを使用して、または特定のターゲット ID を1つ以上入力して、ターゲットを指定します。
6. 「保存して送信」をクリックします。
7. 結果のプレビューは、グリッドで表示すること、またはシミュレートされたサイト・ゾーンで一連のピクチャーとして表示することができます。
  - グリッド(テーブル)フォーマットでプレビューを表示するには、「グリッド・ビュー」タブをクリックします。
  - サイト・ゾーンで一連のイメージとしてプレビューを表示するには、「ピクチャー・ビュー」タブをクリックします。
8. 後でカスタム・プレビューを確認するには、「プレビュー」をクリックし、次にプレビューのリンク名をクリックします。「セットアップ」タブでオファーまたはターゲットを変更し、プレビューを再実行することや、「グリッド・ビュー」タブまたは「ピクチャー・ビュー」タブをクリックして、以前生成した推奨を確認することができます。

## グリッドを使用したプレビュー

オファーの推奨をグリッドでプレビューできます。また、オプションで、スプレッドシートや他のファイルで使用するためのデータをダウンロードできます。

### このタスクについて

#### 手順

1. 「プレビュー」をクリックします。
2. 任意のタイプのプレビューを作成するか、保存されているカスタム・プレビューをクリックします。
3. 「グリッド・ビュー」タブをクリックします。プレビュー対象として指定した各ターゲットが単一行に表示されます。
4. ターゲットの + アイコンをクリックすると、その候補推奨がすべて表示され、各候補推奨が含まれているか除外されているかが示されます。候補に対して呼び出されるビジネス・ルールも表示されます。
5. オプションで、「ダウンロード」をクリックします。標準の「ダウンロード」ダイアログ・ボックスが開きます。

## ゾーンでのイメージとしてのプレビュー

オファーの推奨を、シミュレートされたサイト・ゾーンでイメージとしてプレビューできます。

### このタスクについて

注:この機能を有効にするには、Enterprise Product Content Mapping File に、サムネール・イメージの URL をアイテム属性として含める必要があります。また、「管理」>「オファー構成」>「属性」をクリックし、「イメージ URL を含む属性」を選択して、どの属性がこのサムネールを含むか指定する必要があります。

## 手順

1. 「**プレビュー**」をクリックします。
2. プレビューを作成するか、保存されているカスタム・プレビューを選択します。
3. 「**ピクチャー・ビュー**」タブをクリックします。最初のターゲットのイメージ (使用可能な場合) が左に表示され、その候補推奨を含むシミュレートされたサイト・ゾーンが右に表示されます。各イメージの下の表記により、候補が包含されているか除外されているかが示されます。
4. ターゲットまたは候補の属性値を確認するには、カーソルをイメージの上に置きます。属性と値は、カーソルをイメージの外部に移動するまで表示されます。
5. イメージが表示される、クライアント・サイト上のページを表示するには、イメージをクリックします。クライアント・ページが新しいウィンドウに表示されます。
6. さらに候補をスクロールして表示するには、右矢印をクリックします。
7. プレビューに複数のターゲットが含まれる場合、各ターゲットの名前をクリックすると、その候補推奨のイメージと属性が表示されます。

## プレビューに表示する属性の選択

プレビューでレポートされる情報をカスタマイズできます。含める属性を選択し、その後、プレビューを作成します。

### このタスクについて

指定ターゲット・プレビューには、推奨ファイルに存在する属性と値のみ含まれます。このタイプのプレビューで属性を表示するには、その属性が、推奨ファイルと選択する属性リストの両方に含まれている必要があります。

## 手順

1. 「**プレビュー**」をクリックします。
2. 「**プレビュー・オプション**」をクリックします。
3. オファ어의種類 (「**ページ・ビュー・オファー**」または「**エレメント・オファー**」) をクリックします。
4. プレビューに属性を追加するには、「**使用可能な属性**」リストで属性の名前をクリックし、「>」をクリックします。使用可能なすべての属性を追加するには、「>>」をクリックします。
5. プレビューに現在表示されている属性を削除するには、「**選択済みの属性**」リストで属性の名前をクリックし、「<」をクリックします。選択されているすべての属性を削除するには、「<<」をクリックします。
6. 属性情報の表示順を変更するには、「**選択済みの属性**」リストで属性の名前をクリックし、上矢印または下矢印をクリックします。
7. 「**保存**」をクリックします。

## 新しいルール・インターフェースを使用したコンテンツ・オファーへのビジネス・ルールの適用

ページ・コンテンツとページ・コンテンツ・カテゴリには、新しいルール・インターフェースを使用できます。

### 個別のルール・グループの定義

ビジネス・ルールを定義する最初のステップは、ルール・グループを作成することです。この手順を使用して、現在のオファーでのみ使用できるルール・グループを作成します。

### このタスクについて

多数のルールを使用する場合、ルール・グループを使用して類似するルールをグループ化すると、ルールが見つけやすくなり便利です。また、ルール・グループを使用すると、複数のユーザーが同時に同じオファーの異なるルール・グループに取り組み、ルールを単独で管理することもできます。

ルール・グループを作成した後、そのグループに入れるビジネス・ルールを1つ以上定義します。

#### 手順

1. オファーを開き、「ルール」タブをクリックします。
2. 「新しいグループを追加」をクリックし、ルール・グループの名前を指定します。

#### 関連タスク

65 ページの『ルールの作成』

ルール・グループが作成されたならば、そのルール・グループに入れるルールを1つ以上作成します。

## 共有ルール・グループの定義

ビジネス・ルールを定義する最初のステップは、ルール・グループを作成することです。この手順を使用して、すべてのオファーで使用できる共有ルール・グループを作成します。

#### このタスクについて

多数のルールを使用する場合、ルール・グループを使用して類似するルールをグループ化すると、ルールが見つけやすくなり便利です。共有ルール・グループにより、ルール・セットを作成して複数のオファーでそのルールを使用できるため、各オファーにルールを複製する手間が省けます。

共有ルール・グループを作成した後、そのグループに入れるビジネス・ルールを1つ以上定義します。

#### 手順

1. オファーを開き、「ルール」タブをクリックします。
2. 「新しい共有グループを追加」をクリックしてルール・グループ名を入力します。

#### 関連タスク

65 ページの『ルールの作成』

ルール・グループが作成されたならば、そのルール・グループに入れるルールを1つ以上作成します。

#### 共有グループのルールの編集

共有グループのルールを編集すると、そのルール・グループを使用するすべてのオファーに影響を与えます。

## 共有ルール・グループへの個別ルール・グループのコンバージョン

個別グループとして元々作成されているルール・グループを共有グループにコンバージョンできます。この作業は、共有グループでルール・セットを作成する前に、ルール・セットを作成してテストする際に役立ちます。

#### 手順

1. グループ名をクリックします。
2. 「コピー」アイコンをクリックします。アイコンにマウスを合わせると、「共有グループにコンバージョン」がラベル表示されます。
3. 名前を入力するようにプロンプトが表示されます。グループには、新規名をつけるかまたは既存の名前をそのまま存続させることができます。

## 個別ルール・グループへの共有ルール・グループのコピー

共有ルール・グループをコピーし、個別ルール・グループとして作成できます。別のルール・グループを作成する開始点として共有ルール・グループを使用する際に、この操作は役立ちます。

#### 手順

1. グループ名をクリックします。

2. 「コピー」アイコンをクリックします。アイコンにマウスを合わせると、「共有グループを個々のオファー・ルール・グループにコピー」がラベル表示されます。
3. 名前を入力するようにプロンプトが表示されます。グループには、新規名をつけるかまたは既存の名前をそのまま継続させることができます。

## ルールの作成

ルール・グループが作成されたならば、そのルール・グループに入れるルールを1つ以上作成します。

### 手順

1. ルールを追加するルール・グループを選択します。
2. 「ルール」タブで、「ルールを追加」をクリックします。
3. 「すべてのターゲット」にルールを適用することを選択するか、条件セットでターゲットを制限します。[49 ページの『ルール・ターゲットの選択条件の定義』](#)を参照してください。
4. 「プロモート」、「除外」、「すべて除外」、「重視」、「重視しない」、または「類似性を重視しない」の各条件を使用してルールを定義します。
5. 「保存」をクリックします。

### 関連概念

[50 ページの『ルール・クエリの作成』](#)

ルール・インターフェースでは、ビルディング・ブロックを使用してルール条件を作成できます。

[50 ページの『プロモーション』](#)

オファーで定義されるパラメーターを利用して生成される推奨リストの先頭または最後に指定アイテムを配置するには、プロモーション・ルールを使用します。

[53 ページの『アイテムの重視』](#)

指定したアイテムを推奨リストの先頭に配置するには、重視を使用します。

[55 ページの『アイテムを重視しない』](#)

オファーで定義されるクロスセル・アルゴリズムを利用して生成される推奨リストの最後に指定アイテムを配置するには、「重視しない」を使用できます。

[59 ページの『アイテムの除外』](#)

「除外」ルールを使用すると、オファーで定義されるクロスセル・アルゴリズムを利用して生成される推奨リストからアイテムを削除できます。

### 関連タスク

[49 ページの『ルール・ターゲットの選択条件の定義』](#)

推奨ルールを適用するターゲットを制限することができます。

### ルール・ターゲットの選択条件の定義

推奨ルールを適用するターゲットを制限することができます。

### このタスクについて

ターゲットは推奨を生成する対象のアイテムであり、これらにルールが適用されます。特定の条件に一致するターゲットにのみルールを適用したい場合があります。

例えば、ページ URL または カテゴリー ID にのみ適用するルールを作成できます。

### 手順

1. 「以下の条件に一致するターゲットにこのルールを適用する」を選択します。
2. 「ルール・クエリ・ビルディング・ブロック」を使用して、ターゲットを選択する条件を作成します。
3. 「AND グループ」および「OR グループ」ビルディング・ブロックを使用して、より複雑な条件を作成できます。  
「AND グループ」を使用すると、ターゲットを選択する際にすべて一致する必要がある複数の条件を適用できます。「OR グループ」を使用すると、ターゲットを選択する際に一致しなければならない条件はどれか1つだけで構いません。

## ルール・クエリの作成

ルール・インターフェースでは、ビルディング・ブロックを使用してルール条件を作成できます。

以下のルールの種類から1つを選択すると、「**ルール・クエリ・ビルディング・ブロック**」の項目を使用してルール・クエリを作成できます。

- 除外
- すべて除外
- 重視
- 重視しない
- 重視しない (類似推奨)
- プロモート

最も簡単な方法では、推奨ルール・グループにビルディング・ブロックを1つドラッグ・アンド・ドロップして単一条件を作成できます。ビルディング・ブロックをドロップすると、評価に使用する比較条件および値を指定するようにプロンプトが表示されます。

## ルールにおける事前定義の日付範囲の使用

ホリデー・シーズン、夏季、またはルールを適用するその他の日付範囲など、事前定義の日付範囲を使用できます。

今日の日付または有効な日付範囲など、日付ベースのルールを使用する場合、「**事前定義の日付範囲を使用 (Use predefined date range)**」を選択できます。このオプションでは、以前に指定した日付範囲から選択できるようになっています。

## 関連タスク

[50 ページの『事前定義の日付範囲の作成』](#)

日付範囲を事前に定義することで、夏や秋など多くの人が休暇を取る時期やプロモーションに有効な時期などの重要な期間を逃さないようにすることができます。

## 事前定義の日付範囲の作成

日付範囲を事前に定義することで、夏や秋など多くの人が休暇を取る時期やプロモーションに有効な時期などの重要な期間を逃さないようにすることができます。

## 手順

1. ナビゲーション枠で、「**管理**」をクリックします。
2. 「**日付範囲**」をクリックします。
3. 「**日付範囲を追加**」をクリックします。
4. 「**夏**」のように、日付範囲の名前を指定し、開始日と終了日を指定します。その日付範囲を年に1回繰り返す場合は、毎年用に指定できます。

## プロモーション

オファーで定義されるパラメーターを利用して生成される推奨リストの先頭または最後に指定アイテムを配置するには、プロモーション・ルールを使用します。

プロモーション・ルールに使用できるオプションは数多くあります。

## 関連タスク

[51 ページの『特定のページまたはエレメントのプロモート』](#)

指定したアイテムを推奨リストに配置するには、**アイテム・プロモーション**を使用します。

[51 ページの『特定の順序での複数のアイテムのプロモート』](#)

複数のアイテムをプロモートしたり、推奨リスト内でアイテムがプロモートされる順序を指定することができます。

[52 ページの『カテゴリーのプロモート』](#)

アイテムを推奨リストの特定のカテゴリーに配置するには、**カテゴリー・プロモーション**を使用します。

[53 ページの『アイテム ID とカテゴリーの両方によるプロモート』](#)

アイテムを推奨リストの特定の 카테고リーに配置するには、プロモーションを使用します。

### 特定のページまたはエレメントのプロモート

指定したアイテムを推奨リストに配置するには、アイテム・プロモーションを使用します。

### このタスクについて

新しい記事を紹介する場合は、アイテム ID を使用して、オファー・パラメーターによって生成される他の推奨の前に配置することで、それらをプロモートすることができます。

また、リストの先頭にアイテムが表示される時間およびプロモーションの日付範囲をパーセンテージで指定します。

### 手順

1. 「**ルールを追加**」をクリックするか、編集する既存のルールを開きます。
2. ドロップダウン・リストから「**プロモート**」を選択します。
3. テキスト・フィールドで、関連するターゲットの行動推奨の前に配置するアイテム ID を指定します。  
**ID の文字は、すべて大文字で入力する必要があります。**  
ここにリストされたアイテムは、リストされた順番どおりに配置されます。
4. アイテムに適用される既存のルールを有効にする場合は、「**除外ルールを適用**」チェック・ボックスにチェック・マークを付けます。このボックスにチェック・マークを付けなければ、既存のルールはこのプロモート対象アイテムに影響しません。
5. 「**配布パラメーター**」を設定します。
  - 配布の割合を使用して、プロモーションの適用対象となる関連ターゲットのパーセンテージを制御できます。
  - 複数のプロモーション・ルールが競合した場合、「**優先順位**」がその競合の処理方法を指定します。
  - プロモーション順序
  - 「**プロモーション・スケジュール**」
6. ルールを「**保存**」します。

### 特定の順序での複数のアイテムのプロモート

複数のアイテムをプロモートしたり、推奨リスト内でアイテムがプロモートされる順序を指定することができます。

### このタスクについて

新規アイテムをマーケットに導入する場合、または在庫の多いアイテムがある場合は、行動推奨の前にアイテム ID 別にプロモートし、アイテムが推奨される順序を指定できます。

また、リストの先頭にアイテムが表示される時間およびプロモーションの日付範囲をパーセンテージで指定します。

### 手順

1. 「**ルールを追加**」をクリックするか、編集する既存のルールを開きます。
2. ドロップダウン・リストから「**プロモート**」を選択します。
3. テキスト・フィールドで各行にアイテム ID を 1 つ指定します。アイテムは、リストに表示される順序で推奨されます。  
ID グループ (各行に 1 グループ) を使用し、ターゲットの各グループのアイテムを分割できます。ID の各グループの同じ数のターゲットが推奨として使用されます。  
**注:** ID の文字は、すべて大文字で入力する必要があります。
4. アイテムに適用される既存のルールを有効にする場合は、「**除外ルールを適用**」チェック・ボックスにチェック・マークを付けます。このボックスにチェック・マークを付けなければ、既存のルールはこのプロモート対象アイテムに影響しません。

## 5. 「配布パラメーター」を設定します。

- 配布の割合を設定することによって、プロモーションの適用対象となる関連ターゲットのパーセンテージを制御できます。例えば、ブランド A のカメラをカメラ部門のすべてのターゲットのプロモーションとして指定する場合、Web サイト上でこのアイテムがカメラ部門のすべてのアイテムに対し最初の推奨として表示されるのは好ましくありません。そこで頻度の割合を 25% に設定すると、ブランド A のカメラがカメラ部門のターゲットの 25% に対してのみ最初の推奨としてランダムに挿入されます。
- 複数のプロモーション・ルールが競合した場合、「優先順位」がその競合の処理方法を指定します。
- プロモーション順序
- 「プロモーション・スケジュール」

## 6. ルールを「保存」します。

### アイテムのマルチ・グループのプロモート - 例

プロモーションとして 2 つのグループのアイテム ID を追加する例です。

#### このタスクについて

マルチ・グループを使用する場合、各グループの同じ数のターゲットがプロモートされます。この例では、2 つのグループがあります。最初のターゲットは最初のグループからプロモーションされます。2 番目のターゲットは 2 番目のグループからプロモーションされます。このパターンは、すべてのターゲットについて続きます。

#### 手順

1. テキスト・フィールドにアイテム ID を入力します。



2. ターゲットの半分であるアイテム ABC123、ABC456、ABC789 もプロモートするには、「ID グループを追加」をクリックし、次のテキスト・フィールドにアイテム ID を入力します。



#### タスクの結果

アイテム ID は、ITEM123、ABC123、ITEM456、ABC456、ITEM789、ABC789 の順番で推奨されます。

#### カテゴリーのプロモート

アイテムを推奨リストの特定のカテゴリーに配置するには、カテゴリー・プロモーションを使用します。

#### このタスクについて

季節のアイテムをプロモートする場合は、カテゴリー別にアイテムをプロモートし、推奨リスト内の、オフアーによって生成される推奨の前かうしろのいずれかにアイテムを配置できます。

また、リストの先頭にアイテムが表示される時間およびプロモーションの日付範囲をパーセンテージで指定します。

#### 手順

1. 「ルールを追加」をクリックするか、編集する既存のルールを開きます。
2. ドロップダウン・リストから「プロモート」を選択します。
3. テキスト・フィールドで、カテゴリー ID を括弧付きで指定します。ID の文字は、すべて大文字で入力する必要があります。
4. アイテムに適用される既存のルールを有効にする場合は、「除外ルールを適用」チェック・ボックスにチェック・マークを付けます。このボックスにチェック・マークを付けなければ、既存のルールはこのプロモート対象アイテムに影響しません。

5. 「配布パラメーター」を設定します。

- 配布の割合を設定することによって、プロモーションの適用対象となる 関連ターゲットのパーセンテージを制御することもできます。
- 複数のプロモーション・ルールが競合した場合、「優先順位」がその競合の処理方法を指定します。
- プロモーション順序
- 「プロモーション・スケジュール」

6. ルールを「保存」します。

### アイテム ID とカテゴリの両方によるプロモート

アイテムを推奨リストの特定のカテゴリに配置するには、プロモーションを使用します。

### このタスクについて

また、リストの先頭にアイテムが表示される時間およびプロモーションの日付範囲をパーセンテージで指定します。

カテゴリのプロモーションをセットアップするには、次のようにします。

### 手順

1. 「ルールを追加」をクリックするか、編集する既存のルールを開きます。
2. ドロップダウン・リストから「プロモート」を選択します。
3. テキスト・フィールドで、カテゴリ ID を括弧付きで、アイテム ID を括弧なしで指定します。ID の文字は、すべて大文字で入力する必要があります。
4. アイテムに適用される既存のルールを有効にする場合は、「除外ルールを適用」チェック・ボックスにチェック・マークを付けます。このボックスにチェック・マークを付けなければ、既存のルールはこのプロモート対象アイテムに影響しません。
5. 「配布パラメーター」を設定します。
  - 配布の割合を設定することによって、プロモーションの適用対象となる 関連ターゲットのパーセンテージを制御することもできます。
  - 複数のプロモーション・ルールが競合した場合、「優先順位」がその競合の処理方法を指定します。
  - プロモーション順序
  - 「プロモーション・スケジュール」
6. ルールを「保存」します。

### 複数のプロモーション・ルールをターゲットに適用する場合

多くのビジネス・ルールを作成すると、複数のルールが推奨リストの順序付けに影響を与える可能性があります。ことが明らかになることがあります。

ターゲットに適用するプロモーション・ルールが複数ある場合、Digital Recommendations は次のプロセスを使用して、いずれのプロモーションがリストに表示されるかを決定します。

1. ルールで指定される「優先順位」。優先順位 1 が最優先となる。
2. ルールの種類。個別ルールは共有ルールに優先する。
3. アフィニティーに基づく推奨に対するプロモーションの配置。アフィニティーによって選択された推奨の前にリストされたプロモーションは、アフィニティーによって選択された推奨の後にリストされたプロモーションに優先する。

注: 複数の同等にランクされたプロモーションがまだ存在する場合、ランダムに優先が選択されます。

### アイテムの重視

指定したアイテムを推奨リストの先頭に配置するには、重視を使用します。

アイテムの重視に使用できるオプションは数多くあります。

## 関連概念

### 58 ページの『パーセンテージ値』

ルール条件に一致する一定割合のアイテムのみを推奨するためには、「重視」ルールおよび「重視しない」ルールのパーセンテージ値を使用します。

### 58 ページの『係数値』

ルール条件に一致するアイテムのアフィニティー・スコアを上げるためには、「重視」ルールおよび「重視しない」ルールの係数値を使用します。

## 関連タスク

### 55 ページの『特定のアイテムを重視する』

1つ以上の特定アイテムを、推奨リストの先頭に移動することができます。

### 54 ページの『属性の値に基づき重視する』

ルール条件を編集することにより、アイテムを推奨リストの先頭に移動することができます。

### 55 ページの『属性とターゲットの比較による重視』

指定した属性の値を評価することにより、アイテムを推奨リストの先頭に移動することができます。

## 属性の値に基づき重視する

ルール条件を編集することにより、アイテムを推奨リストの先頭に移動することができます。

## このタスクについて

### 手順

1. ルールを追加するルール・グループを選択します。
2. 「ルール」タブで、「ルールを追加」をクリックします。
3. 「すべてのターゲット」にルールを適用することを選択するか、条件セットでターゲットを制限します。  
49 ページの『ルール・ターゲットの選択条件の定義』を参照してください。
4. 「重視」を選択します。「%」を 100 に、「係数」を 1 に設定します。これらの値の他の使用方法に関する詳細については、58 ページの『パーセンテージ値』および 58 ページの『係数値』を参照してください。
5. ビルディング・ブロックを除外する属性をドラッグします。
6. 「ルール条件を編集」ダイアログで、「部分一致」を選択し、属性を評価する値を入力します。
7. ルールを「保存」します。

## カテゴリーの重視

1つ以上のカテゴリーに含まれるアイテムを推奨リストの先頭に移動することができます。

### 手順

1. ルールを追加するルール・グループを選択します。
2. 「ルール」タブで、「ルールを追加」をクリックします。
3. 「すべてのターゲット」にルールを適用することを選択するか、条件セットでターゲットを制限します。  
49 ページの『ルール・ターゲットの選択条件の定義』を参照してください。
4. 「重視」を選択します。「%」を 100 に設定し、係数を空白のままにします。これらの値の他の使用方法に関する詳細については、58 ページの『パーセンテージ値』および 58 ページの『係数値』を参照してください。
5. 「カテゴリー」ビルディング・ブロックを左側にドラッグします。50 ページの『ルール・クエリの作成』を参照してください。
6. 「カテゴリー」ビルディング・ブロックでカテゴリーを定義します。
7. ルールを「保存」します。

## 特定のアイテムを重視する

1つ以上の特定アイテムを、推奨リストの先頭に移動することができます。

### このタスクについて

#### 手順

1. ルールを追加するルール・グループを選択します。
2. 「ルール」タブで、「**ルールを追加**」をクリックします。
3. 「**すべてのターゲット**」にルールを適用することを選択するか、条件セットでターゲットを制限します。  
[49 ページの『ルール・ターゲットの選択条件の定義』](#)を参照してください。
4. 「**重視**」を選択します。「%」を **100** に設定し、**係数**を空白のままにします。これらの値の他の使用方法に関する詳細については、[58 ページの『パーセンテージ値』](#)および [58 ページの『係数値』](#)を参照してください。
5. ページ ID またはエレメント ID ビルディング・ブロックをドラッグします。
6. 「ルール条件を編集」ダイアログで、「**次のリストにある**」を選択して説明を入力し、1つ以上のアイテム ID をコンマ区切りで入力します。
7. ルールを「**保存**」します。

#### 属性とターゲットの比較による重視

指定した属性の値を評価することにより、アイテムを推奨リストの先頭に移動することができます。

### このタスクについて

#### 手順

1. ルールを追加するルール・グループを選択します。
2. 「ルール」タブで、「**ルールを追加**」をクリックします。
3. 「**すべてのターゲット**」にルールを適用することを選択するか、条件セットでターゲットを制限します。  
[49 ページの『ルール・ターゲットの選択条件の定義』](#)を参照してください。
4. 「**重視**」を選択します。「%」を **100** に設定し、**係数**を空白のままにします。これらの値の他の使用方法に関する詳細については、[58 ページの『パーセンテージ値』](#)および [58 ページの『係数値』](#)を参照してください。
5. 重視する属性ビルディング・ブロックをドラッグします。
6. 「**ターゲットと比較**」オプションを有効にします。
7. 「ルール条件を編集」ダイアログで、「**部分一致**」を選択して属性を評価する値を入力し、「**適用**」をクリックします。
8. ルールを「**保存**」します。

## アイテムを重視しない

オファーで定義されるクロスセル・アルゴリズムを利用して生成される推奨リストの最後に指定アイテムを配置するには、「**重視しない**」を使用できます。

アイテムを重視しないために使用できるオプションは数多くあります。

#### 関連概念

##### [58 ページの『パーセンテージ値』](#)

ルール条件に一致する一定割合のアイテムのみを推奨するためには、「**重視**」ルールおよび「**重視しない**」ルールのパーセンテージ値を使用します。

##### [58 ページの『係数値』](#)

ルール条件に一致するアイテムのアフィニティー・スコアを上げるためには、「**重視**」ルールおよび「**重視しない**」ルールの係数値を使用します。

#### 関連タスク

[56 ページの『カテゴリーを重視しない』](#)

1つ以上のカテゴリーに含まれるアイテムを推奨リストの最後に移動することができます。

#### 56 ページの『推奨の特定のアイテムを重視しない』

推奨リストの1つ以上の特定アイテムを重視しないようにできます。

#### 56 ページの『属性の値に基づき重視しない』

指定した属性の値を評価することにより、アイテムを推奨リストの最後に移動することができます。

#### 57 ページの『属性とターゲットを比較することを重視しない』

指定した属性の値を評価することにより、アイテムを推奨リストの最後に移動することができます。

#### 57 ページの『上位推奨の選択済み属性に一致するアイテムを重視しない』

ある推奨を、同じゾーン内で配信される他の推奨と比較することができます。

### カテゴリーを重視しない

1つ以上のカテゴリーに含まれるアイテムを推奨リストの最後に移動することができます。

#### 手順

1. ルールを追加するルール・グループを選択します。
2. 「ルール」タブで、「ルールを追加」をクリックします。
3. 「すべてのターゲット」にルールを適用することを選択するか、条件セットでターゲットを制限します。  
[49 ページの『ルール・ターゲットの選択条件の定義』](#)を参照してください。
4. 「重視しない」を選択します。「%」を100に設定し、**係数**を空白のままにします。これらの値の他の使用方法に関する詳細については、[58 ページの『パーセンテージ値』](#)および[58 ページの『係数値』](#)を参照してください。
5. 「カテゴリー」ビルディング・ブロックを左側にドラッグします。[50 ページの『ルール・クエリの作成』](#)を参照してください。
6. 「カテゴリー」ビルディング・ブロックでカテゴリーを定義します。
7. ルールを「保存」します。

### 推奨の特定のアイテムを重視しない

推奨リストの1つ以上の特定アイテムを重視しないようにできます。

#### このタスクについて

このルールの種類により、アイテムは推奨されなくなりますが、オファーのターゲットにはなりません。

#### 手順

1. ルールを追加するルール・グループを選択します。
2. 「ルール」タブで、「ルールを追加」をクリックします。
3. 「すべてのターゲット」にルールを適用することを選択するか、条件セットでターゲットを制限します。  
[49 ページの『ルール・ターゲットの選択条件の定義』](#)を参照してください。
4. 「重視しない」を選択します。「%」を100に設定し、**係数**を空白のままにします。これらの値の他の使用方法に関する詳細については、[58 ページの『パーセンテージ値』](#)および[58 ページの『係数値』](#)を参照してください。
5. ページ ID またはエレメント ID ビルディング・ブロックをドラッグします。
6. 「ルール条件を編集」ダイアログで、「次のリストにある」を選択して説明を入力し、1つ以上のアイテム ID をコンマ区切りで入力します。  
指定されたリストに「存在しない」アイテムを重視しないようにするには「次のリストにない」を選択します。
7. ルールを「保存」します。

### 属性の値に基づき重視しない

指定した属性の値を評価することにより、アイテムを推奨リストの最後に移動することができます。

#### このタスクについて

## 手順

1. ルールを追加するルール・グループを選択します。
2. 「ルール」タブで、「**ルールを追加**」をクリックします。
3. 「**すべてのターゲット**」にルールを適用することを選択するか、条件セットでターゲットを制限します。  
49 ページの『[ルール・ターゲットの選択条件の定義](#)』を参照してください。
4. 「**重視しない**」を選択します。「%」を 100 に、さらに「**係数**」を 1 に設定します。これらの値の他の使用方法に関する詳細については、58 ページの『[パーセンテージ値](#)』および 58 ページの『[係数値](#)』を参照してください。
5. ビルディング・ブロックを除外する属性をドラッグします。
6. 「**ルール条件を編集**」ダイアログで、「**部分一致**」を選択し、属性を評価する値を入力します。
7. ルールを「**保存**」します。

### 属性とターゲットを比較することを重視しない

指定した属性の値を評価することにより、アイテムを推奨リストの最後に移動することができます。

## このタスクについて

### 手順

1. ルールを追加するルール・グループを選択します。
2. 「ルール」タブで、「**ルールを追加**」をクリックします。
3. 「**すべてのターゲット**」にルールを適用することを選択するか、条件セットでターゲットを制限します。  
49 ページの『[ルール・ターゲットの選択条件の定義](#)』を参照してください。
4. 「**重視しない**」を選択します。「%」を 100 に設定し、**係数**を空白のままにします。これらの値の他の使用方法に関する詳細については、58 ページの『[パーセンテージ値](#)』および 58 ページの『[係数値](#)』を参照してください。
5. ビルディング・ブロックを除外する属性をドラッグします。
6. 「**ターゲットと比較**」オプションを有効にします。
7. 「**ルール条件を編集**」ダイアログで、「**部分一致**」を選択して属性を評価する値を入力し、「**適用**」をクリックします。
8. ルールを「**保存**」します。

### 上位推奨の選択済み属性に一致するアイテムを重視しない

ある推奨を、同じゾーン内で配信される他の推奨と比較することができます。

## このタスクについて

下位ランクの推奨が高位ランクの推奨と 1 つ以上同じ属性を持つ場合、下位ランクの推奨は推奨リストの最後に移動されます。

### 手順

1. ルールを追加するルール・グループを選択します。
2. 「ルール」タブで、「**ルールを追加**」をクリックします。
3. 「**すべてのターゲット**」にルールを適用することを選択するか、条件セットでターゲットを制限します。  
49 ページの『[ルール・ターゲットの選択条件の定義](#)』を参照してください。
4. 「**重視しない (類似推奨)**」を選択します。
5. 比較する属性ビルディング・ブロックをドラッグします。
6. ルールを「**保存**」します。

## 推奨に複数の「重視しない」ルールを適用する場合

多くのビジネス・ルールを作成すると、複数のルールが推奨リストの順序付けに影響を与える可能性があります。ことが明らかになることがあります。

例えば、4つの推奨 A、B、C、D を生成するオファーがあるとします。推奨 A、C、および D を「重視しない」ルールがある場合、リストの新しい順序は B、A、C、D となります。推奨 A および C を「重視しない」という 2 つ目のルールがある場合、順序は B、D、A、C になります。

以下の種類を含む「重視しない」ルールを組み合わせる場合は常に、このような順序の変更が起きる可能性があります。

- カテゴリーを重視しない
- 特定のアイテムを重視しない
- 属性の値に基づき重視しない
- 属性とターゲットを比較することを重視しない

注：「重視しない」を使用するルールは、推奨リストの「重視しない」アイテムをこれ以上重視しません。この種類のルールの例として、[69 ページの『上位ランクの推奨の選択属性に一致するアイテムを重視しない』](#)があります。

## パーセンテージ値

ルール条件に一致する一定割合のアイテムのみを推奨するためには、「重視」ルールおよび「重視しない」ルールのパーセンテージ値を使用します。

「重視」ルールおよび「重視しない」ルールを作成する場合、推奨に対する割合オプションがあります。このオプションでは、使用する推奨に一致する割合を指定できます。

例えば、推奨の 50% のみにブランドを制限する場合、「重視」ルールを使用できますが、推奨の 50% を重視するように条件を設定し、係数を空白のままにします。

パーセンテージを使用して推奨数を変更しない場合は、100% を使用します。

## 係数値

ルール条件に一致するアイテムのアフィニティー・スコアを上げるためには、「重視」ルールおよび「重視しない」ルールの係数値を使用します。

「重視」ルールおよび「重視しない」ルールを作成する場合、係数オプションがあります。このオプションを使用して、ルール条件に一致する推奨をどの程度重視するかを調整できます。

Digital Recommendations プロセスの一部として、各推奨は、ターゲットに対するそのアフィニティーの強さに基づいてスコアとランクが付けられます。

### 「重視」ルールでの係数値の使用

「重視」ルールを使用する場合、アフィニティー・スコアを上げるために係数値を使用できます。係数値によりアイテムを重視する度合いを上げます。例えば、推奨のスコアが 500 の場合、2 の係数を使用すると、新しいスコアは  $500 \times 2 = 1000$  になります。これにより、推奨のランクを変更し、推奨リストのさらに前方に推奨を移動させることができます。

### 「重視しない」ルールでの係数値の使用

「重視しない」ルールを使用する場合、アフィニティー・スコアを下げるために係数値を使用できます。係数値によりアイテムを重視しない度合いを上げます。例えば、推奨のスコアが 500 の場合、2 の係数を使用すると、新しいスコアは  $500 / 2 = 250$  になります。これにより、推奨のランクを変更し、推奨リストのさらに後方に推奨を移動させることができます。

## 複数の係数がターゲット/推奨のペアに影響を与える場合

複数の係数をターゲットと推奨のペアに適用する場合には、3 つのシナリオがあります。

### 複数の「重視」ルール

係数値を利用する複数の「重視」ルールを使用し、ターゲット/推奨のペアが両方のルールの影響を受ける場合、係数値は組み合わせになります。例えば、推奨のスコアが 500 の場合、2 と 3 を適用する 2 つの係数値を使用すると、結果の係数は  $500 \times 2 \times 3 = 3000$  になります。

### 複数の「重視しない」ルール

係数値を利用する複数の「重視しない」ルールを使用し、ターゲット/推奨のペアが両方のルールの影響を受ける場合、係数値は組み合わせられます。例えば、推奨のスコアが 500 の場合、2 と 3 を適用する 2 つの係数値を使用すると、結果の係数は  $500/(2*3)=83.3$  になります。

### 「重視」ルールと「重視しない」ルール

係数値を利用する「重視」ルールおよび「重視しない」ルールを使用し、ターゲット/推奨のペアが両方のルールの影響を受ける場合、係数値は組み合わせられます。例えば、推奨のスコアが 500 の場合、2 の「重視」と 3 の「重視しない」を適用する 2 つの係数値を使用すると、結果の係数は  $(500*2)/3=333.3$  になります。

推奨のランクを変更するのに必要な係数値は各オファーにより異なるため、特定の結果を得るためには複数の係数を試す必要があります。

## アイテムの除外

「除外」ルールを使用すると、オファーで定義されるクロスセル・アルゴリズムを利用して生成される推奨リストからアイテムを削除できます。

「除外」ルールに使用できるオプションは数多くあります。

### 関連タスク

#### [59 ページの『推奨からのカテゴリの除外』](#)

推奨リストから、1 つ以上のカテゴリに含まれるアイテムを除外することができます。

#### [59 ページの『推奨の特定のアイテムの除外』](#)

推奨リストから、1 つ以上の特定アイテムを除外できます。

#### [60 ページの『属性の値に基づく除外』](#)

指定した属性の値を評価することにより、推奨リストからアイテムを除外します。

#### [60 ページの『属性とターゲットを比較することで除外する』](#)

指定した属性の値を評価することにより、推奨リストからアイテムを除外します。

#### [61 ページの『ターゲットに対するすべての推奨の除外』](#)

アイテムまたはカテゴリに対して推奨を生成しないルールを作成できます。

### 推奨からのカテゴリの除外

推奨リストから、1 つ以上のカテゴリに含まれるアイテムを除外することができます。

### 手順

1. ルールを追加するルール・グループを選択します。
2. 「ルール」タブで、「ルールを追加」をクリックします。
3. 「すべてのターゲット」にルールを適用することを選択するか、条件セットでターゲットを制限します。  
[49 ページの『ルール・ターゲットの選択条件の定義』](#)を参照してください。
4. 「除外」を選択します。
5. 除外する推奨に一致するルール・クエリを作成します。[50 ページの『ルール・クエリの作成』](#)を参照してください。
6. ルールを「保存」します。

### 推奨の特定のアイテムの除外

推奨リストから、1 つ以上の特定アイテムを除外できます。

### このタスクについて

注: このルールの種類により、アイテムは推奨されなくなりますが、オファーのターゲットにはなりません。

提供されたリストにないすべてのアイテムを除外することも可能です。この機能は、指定したリストのアイテムのみを推奨内に含める必要があるような印刷カタログあるいはコール・センターにおける推奨を目的としています。提供されたリストにないアイテムを除外すると、カタログ内でのクロスセルが可能にな

るほか、コール・センターの担当者が顧客の手元にある特定の印刷カタログのみに限定された推奨をその顧客に伝えられるようになります。

## 手順

1. ルールを追加するルール・グループを選択します。
2. 「ルール」タブで、「**ルールを追加**」をクリックします。
3. 「**すべてのターゲット**」にルールを適用することを選択するか、条件セットでターゲットを制限します。  
49 ページの『[ルール・ターゲットの選択条件の定義](#)』を参照してください。
4. 「**除外**」を選択します。
5. ページ ID またはエレメント ID ビルディング・ブロックをドラッグします。
6. 「ルール条件を編集」ダイアログで、「**次のリストにある**」を選択して説明を入力し、1 つ以上のアイテム ID をコンマ区切りで入力します。  
指定されたりリストにないアイテムを除外するには、「**次のリストにない**」を選択します。
7. ルールを「**保存**」します。

## 属性の値に基づく除外

指定した属性の値を評価することにより、推奨リストからアイテムを除外します。

## このタスクについて

このルールの種類により、アイテムは推奨されなくなりますが、オファーのターゲットにはなりません。

## 手順

1. ルールを追加するルール・グループを選択します。
2. 「ルール」タブで、「**ルールを追加**」をクリックします。
3. 「**すべてのターゲット**」にルールを適用することを選択するか、条件セットでターゲットを制限します。  
49 ページの『[ルール・ターゲットの選択条件の定義](#)』を参照してください。
4. 「**除外**」を選択します。
5. ビルディング・ブロックを除外する属性をドラッグします。
6. 「ルール条件を編集」ダイアログで、「**部分一致**」を選択し、属性を評価する値を入力します。
7. 「**適用**」をクリックします。
8. ルールを「**保存**」します。

## 属性とターゲットを比較することで除外する

指定した属性の値を評価することにより、推奨リストからアイテムを除外します。

## このタスクについて

このルールの種類により、アイテムは推奨されなくなりますが、オファーのターゲットにはなりません。

## 手順

1. ルールを追加するルール・グループを選択します。
2. 「ルール」タブで、「**ルールを追加**」をクリックします。
3. 「**すべてのターゲット**」にルールを適用することを選択するか、条件セットでターゲットを制限します。  
49 ページの『[ルール・ターゲットの選択条件の定義](#)』を参照してください。
4. 「**除外**」を選択します。
5. ビルディング・ブロックを除外する属性をドラッグします。
6. 「**ターゲットと比較**」オプションを有効にします。
7. 「ルール条件を編集」ダイアログで、ブランドやアイテム名などのテキスト属性には「**部分一致**」、価格や在庫などの数値属性には「**[=]等しい**」を選択します。
8. 属性を評価する値を入力し、「**適用**」をクリックします。

9. ルールを「保存」します。

### ターゲットに対するすべての推奨の除外

アイテムまたはカテゴリに対して推奨を生成しないルールを作成できます。

#### 手順

1. ルールを追加するルール・グループを選択します。
2. 「ルール」タブで、「ルールを追加」をクリックします。
3. 「以下の条件に一致するターゲット」にルールを適用することを選択します。
4. 推奨の生成を希望しないアイテムを指定する条件を作成します。[49 ページの『ルール・ターゲットの選択条件の定義』](#)を参照してください。
5. 「すべて除外」を選択します。
6. ルールを「保存」します。

## アイテムをブラックリストに掲載

推奨からアイテムを即座に除去しなければならない場合、ブラックリスト・ルールを作成できます。

### このタスクについて

ブラックリスト・ルールを使用すると、ブラックリストを発行してから約1時間以内に、IDの指定リストが、いずれのゾーンにも推奨として表示されなくなります。ブラックリスト・ルールは、アイテムを即座に推奨から除去する必要があると判断された緊急の状況にのみ使用することを目的としています。ブラックリストによる除外は、アイテムをブラックリスト・ルールから削除するまで継続します。すべてのゾーンではなく、1つだけのゾーンまたはオファーからアイテムを除外するには、Digital Recommendationsのルール・インターフェースに進み、これらのアイテムの除外リスト・ルールを作成してください。除外リストは、アクティブなオファーごとに作成する必要があります。

注：オファーを編集する権限がない場合は、推奨ブラックリスト機能を使用できません。

ブラックリスト・ルールを作成するには、次のようにします。

#### 手順

1. ブラックリスト・ルールに追加するIDを決定します。
2. 「管理」 > 「推奨ブラックリスト」ページに進みます。
3. リスト・ボックスにIDを入力します。すべて大文字を使用してください。「保存」をクリックします。
4. 「構成変更をパブリッシュ」を実行してブラックリストの更新を完了します。詳しくは、[18 ページの『構成変更のパブリッシュ』](#)を参照してください。

### ブラックリストからのアイテムの削除

ブラックリストからアイテムを削除して、そのアイテムを推奨で使用可能にすることができます。

### このタスクについて

アイテムを推奨で使用可能にするには、以下の手順に従います。

#### 手順

1. ブラックリストから削除するIDを決定します。
2. 「管理」 > 「推奨ブラックリスト」ページに進みます。
3. リスト・ボックスからそれらのIDを削除します。
4. 「保存」をクリックします。
5. 「構成変更をパブリッシュ」を実行してブラックリストの更新を完了します。詳しくは、[18 ページの『構成変更のパブリッシュ』](#)を参照してください。

## 新しいルール・インターフェースを使用したコンテンツに対するビジネス・ルールの例

コンテンツ・オファーに使用するビジネス・ルールの例です。これらの例は、独自のルールを作成するためのモデルとして使用したり、ルールの作成方法をより適切に理解するために使用したりすることができます。

例	使用する手順	ルール・ターゲット	例用のルール・クラスおよびルールの種類
1. 特定の記事を推奨から除外する必要がある。	59 ページの『 <a href="#">推奨の特定のアイテムの除外</a> 』	すべてのターゲット	「除外」>「ページ ID またはエレメント ID」> ページまたはエレメント ID を指定する
2. ソフトウェア・サポート会社の場合は、コンピューターの種類が異なる記事を除外する。例えば、コンピューターの種類が PC であるときは、Apple コンピューターに関する記事は推奨しないなど。	68 ページの『 <a href="#">属性とターゲットを比較することで除外する</a> 』	すべてのターゲット	「除外」>「種類」>「ターゲットと比較」> 種類はターゲットの属性と同じではない  注: この例の場合、コンピューターが PC であるか Apple であるかを特定するために「種類」というカスタム属性を作成する必要があります。
3. ベジタリアン・メニューのために肉カテゴリーを除外したレシピが必要である。	68 ページの『 <a href="#">属性の値に基づく除外</a> 』	「除外」>「ページ・カテゴリー」> サイト・カテゴリー ID は ベジタリアン・カテゴリーの ID	

## オファーへのルールの影響の表示

オファーをアクティブにし、そのオファーが 1 回処理された後、ルールの統計を表示して、作成したルールの影響を確認することができます。ルールの統計は、ルール処理のトラブルシューティングおよび改善に役立ちます。

### 手順

1. 統計を表示する対象のオファーがアクティブであることを確認します。
2. ルールの統計を表示する対象のオファーを選択します。
3. 「**ルールの統計**」タブをクリックして、作成した各ルールにより除外、重視しない、重視、またはプロモートされるアイテムの数を確認します。

### ルールの統計ビューの説明

ルールがオファーの結果に与えた影響を表示できます。また、個々のルールを開くこともできます。

#### 初期ターゲット

オファーに対して生成されたターゲットの数。

#### 最終ターゲット

ターゲット・ルールの適用後に推奨を作成したターゲットの数。

#### ルール

オファーに対してアクティブになっているルールの数。

#### 初期推奨候補

ルール適用前の推奨の候補。「平均/ターゲット」値は、「初期ターゲット」に対して生成される平均推奨数です。

## EPCMF 設定による除外

最新の EPCMF ファイルに入っていないために削除された候補の数およびパーセンテージ。このような除外は、EPCMF を最近更新し、いくつかのアイテムが削除された場合に発生する可能性があります。

## 無効な指標による除外

数値属性に無効な数値が含まれていたために除外された候補の数およびパーセンテージ。このような除外は、数量などの列に非数値が含まれている場合に発生することがあります。

## ルールによる除外

すべての「除外」ルールによって除外された、オファー内の候補の数およびパーセンテージ。画面の下部に、サマリー、およびオファーに影響を与えたルールへのリンクを表示できます。

## 重視

すべての「重視」ルールによって重視された、オファー内の候補の数およびパーセンテージ。画面の下部に、サマリー、およびオファーに影響を与えたルールへのリンクを表示できます。

## 重視しない

すべての「重視しない」ルールによって重視されなくなった、オファー内の候補の数およびパーセンテージ。画面の下部に、サマリー、およびオファーに影響を与えたルールへのリンクを表示できます。

## プロモーションの追加

すべてのプロモーション・ルールによってプロモートされた、オファー内の候補の数およびパーセンテージ。画面の下部に、サマリー、およびオファーに影響を与えたルールへのリンクを表示できます。

## フォールバックの追加

オファー設定の一部として「推奨フォールバックを有効にする」オプションを選択したために追加された候補の数およびパーセンテージ。フォールバックが追加され、その後「除外」ルールによって削除された場合、そのフォールバックは「**フォールバックの追加**」統計に含まれません。

## 最終推奨

すべてのルールの適用後に生成される推奨の数。「平均/ターゲット」値は、「最終ターゲット」に対して生成される平均推奨数です。

## あまりに多くの候補を除外するルールにフラグを立てる

ルールを作成した場合、あまりに多くの推奨候補を除去するリスクがあります。あまりに多くの推奨を除去するルールにフラグを立てることができます。

## 手順

1. オファーの「ルールの統計」タブを開きます。
2. 「x% を超える推奨を除去するルールにフラグを立てる (Flag rules that eliminate more than x% of recommendations)」パラメーターをスライダーを使用して設定します。  
デフォルトは 50% です。

## タスクの結果

除外される推奨の数が設定したしきい値を超えると、ルールの % 値が示され、ルールのヘッダー・バーに赤色の円が表示されます。

## ルール・バリエーションのテスト

テスト・ルールを使用し、1つのルールに対して複数のバリエーションを作成し、出力結果を比較できます。

テスト・ルールを使用すると、既に作成されているルールの代替ルールを作成することができます。これにより、そのルールのバリエーションを作成し、出力結果を比較できます。良好な結果が得られる代替ルールを見つけた場合、そのルールをライブ・ルールに変換できます。

テスト・ルールはプロダクションでは実行されません。しかし、テストしているルール・バリエーションのオファーが 1 回以上実行されていた場合、プレビュー機能を使用してテスト・ルールの影響を確認できます。プレビュー機能では、テスト・ルールの影響を受けたすべての推奨にテスト・ルール名が表示されます。

## テスト・ルールの作成

テスト・ルールを作成して、代替ルールの構成を比較できます。

### このタスクについて

オファー内の各ルールに対して作成できるテスト・ルールは1つのみです。

#### 手順

1. テスト・ルールを作成するオファーにナビゲートします。
2. 「ルール」タブをクリックします。
3. テスト・ルールの基盤として使用するルールを識別します。
4. 「操作」列で、「テスト・ルールを作成」アイコンをクリックします。  
新規ルールが Test<rule> という名前で作成されます。ここで <rule> は、作成したテスト・ルールの元になったルールの名前です。
5. テスト・ルール名をクリックします。
6. 元のルールと比較するテスト・ルールに変更を加えます。

### テスト・ルールから実際のルールへのコンバージョン

テスト・ルールから得られる結果を気に入ったら、元のルールをテスト・ルールに置き換えることができます。

### このタスクについて

テスト・ルールを実際のルールにコンバージョンする場合、テスト・ルールの詳細で実際のルールの詳細を置き換え、テスト・バージョンを削除します。

#### 手順

1. コンバージョンするテスト・ルールのオファーにナビゲートします。
2. 「ルール」タブをクリックします。
3. コンバージョンするルールを識別します。
4. 「操作」列で、「実際のルールをプロモート」アイコンをクリックします。

## レガシー・ルール・インターフェースを使用したコンテンツ・オファーへのビジネス・ルールの適用

オファーを作成した後、推奨を除外または重視しないビジネス・ルールを追加できます。

例:

- 1年を超えて掲載されている記事を重視しない
- 似たような材料を使用したレシピを重視する
- ベジタリアン向けレシピから肉を含む推奨を除外する

次の種類のルールはいずれも使用可能です。

#### 「除外」ルール

「除外」ルールは定義された条件に基づいてアイテムを推奨から除外します。例えば、「除外」ルールは「次の場合に推奨を除外: ページ数が 300 より大きい」のように表現します。

#### 「重視しない」ルール

「重視しない」ルールは、推奨を除外する代わりに、それらの推奨を候補リストの最後に移動させます。例えば、取扱説明ビデオがプロダクトの古いバージョンのもので、代わりに新しいバージョン用のビデオがない場合は、「重視しない」ルールにより、そのアイテムは有効推奨候補リストの最後に移動されます。

## ブラックリスト掲載

Digital Recommendations が推奨を Web サイトにリアルタイムで配信するとき、推奨からアイテムを直ちに削除することが必要になる場合があります。これは、ブラックリスト機能を使用して達成することができます。ブラックリスト掲載を行うと、ID のリストが推奨としてサイト・ゾーンに表示されなくなります。ブラックリスト掲載は、ブラックリストを開始して約 1 時間以内に有効になります。ブラックリスト掲載は、ダイナミックに配信される推奨の場合にのみ使用できます。

## コンテンツ・オファー用のビジネス・ルールについての注意事項

- コンテンツ・オファーに対してビジネス・ルールを作成するには、事前にそれらのビジネス・ルールの条件を「ページ・ビュー」タグまたは「エレメント」タグによって提供する必要があります。以下を参照してください。
  - 「IBM Content Recommendations 構成ガイド」の『cmCreatePageViewTag を使用した、ページ・コンテンツ用の追加フィールドの受け渡し』
  - 「IBM Content Recommendations 構成ガイド」の『cmCreateElementTag を使用した、ページ・コンテンツ用の追加フィールドの受け渡し (Passing Extra Fields for Page Content With cmCreateElementTag)』
- オファーが使用されるサイト・ゾーンを構成するときに、最大 12 個の推奨を指定します。推奨が 13 個以上必要な場合は、IBM Digital Analytics クライアント・コンサルタントにお問い合わせください。
- **ビジネス・ルール・ポリシー:** ビジネス・ルール・ポリシーは全ルールの実行を制御します。このポリシーは、ルール・セットごと、または個々のルールごとには指定できません。ビジネス・ポリシーについては詳しくは、「IBM Content Recommendations 構成ガイド」を参照してください。
- **ルール・データ:** アクティブなオファーについては、すべてのルール・データが Digital Analytics データベースにロードされるまで、ルールを作成しないでください。



**注意:** ルール・データが与えられていないときに作成されたルールは、アイテムを誤って除外してしまうため、予期しない結果が発生します。

## 個別のルール・グループの定義

ビジネス・ルールを定義する最初のステップは、ルール・グループを作成することです。この手順を使用して、現在のオファーでのみ使用できるルール・グループを作成します。

### このタスクについて

多数のルールを使用する場合、ルール・グループを使用して類似するルールをグループ化すると、ルールが見つけやすくなり便利です。また、ルール・グループを使用すると、複数のユーザーが同時に同じオファーの異なるルール・グループに取り組み、ルールを単独で管理することもできます。

ルール・グループを作成した後、そのグループに入れるビジネス・ルールを 1 つ以上定義します。

### 手順

1. オファーを開き、「ルール」タブをクリックします。
2. 「新しいグループを追加」をクリックし、ルール・グループの名前を指定します。

### 関連タスク

65 ページの『[ルールの作成](#)』

ルール・グループが作成されたならば、そのルール・グループに入れるルールを 1 つ以上作成します。

## ルールの作成

ルール・グループが作成されたならば、そのルール・グループに入れるルールを 1 つ以上作成します。

### 手順

1. ルールを追加するルール・グループを選択します。
2. 「ルール」タブで、「ルールを追加」をクリックします。

3. 66 ページの『[ルール・ターゲットの定義](#)』を参照してください。
4. 「**ルールを更新**」をクリックします。
5. ルール・パラメーターを定義します。67 ページの『[ルール・クラスとルールの種類の定義](#)』を参照してください。
6. 「**保存**」をクリックします。

## ルール・ターゲットの定義

ルール・ターゲットは、推奨を生成する対象のターゲットです。これらのアイテムにルールが適用されません。

### すべてのアクティブなターゲット

このオファー用に設定されたデータ分析期間中に、Digital Analytics が収集したデータのすべてのアクティブ・ターゲットまたはカテゴリーを含めます。

### インプット・リスト

アイテム ID を指定することでターゲット・リストを指定できます。このリストには最大 999 個までアイテムを定義できます。ページ・カテゴリー・オファーおよびエレメント・カテゴリー・オファーには、個別アイテムに基づくターゲットはないため、これらのオファーに対してはこのオプションは使用できません。

### 属性から選択

1 つ以上の属性を指定することでターゲットを指定できます。ページ・カテゴリー・オファーおよびエレメント・カテゴリー・オファーには、個別アイテムに基づくターゲットはないため、これらのオファーに対してはこのオプションは使用できません。

注：これらの属性は、ページ・ビュー・タグまたはエレメント・タグによって提供されます。「*IBM Content Recommendations 構成ガイド*」の『*cmCreatePageViewTag* を使用した、ページ・コンテンツ用の追加フィールドの受け渡し』または『*cmCreateElementTag* を使用した、ページ・コンテンツ用の追加フィールドの受け渡し (*Passing Extra Fields for Page Content With cmCreateElementTag*)』を参照してください。

**複合属性ルールの作成** - 属性ルール・ツールはフレキシブルです。属性と属性値の組み合わせを使用して、さまざまな使用例に対応できます。サポートされている **AND** と **OR** のロジックを使用してルールが構成されると、属性ルール・ツールは動的にルールを視覚化します。属性ターゲット選択には、以下が適用されます。

- 特定の属性に対して、肯定 (である) か否定 (ではない) のいずれかとして演算子が選択されると、インターフェイスで使用可能な演算子は選択した種類に限定されます。
  - 演算子が肯定である場合、条件は常に **OR** になります。
  - 演算子が否定 (ではない) である場合、条件は常に **AND** になります。
  - 複数の属性が一緒に使用される場合、属性間の条件は **AND** になります。

ルール・ターゲットを指定すると、関連ターゲットと共にルール・セットが表示されます。

### ルール・ターゲット用の複合ロジックの作成

属性ルール・ツールはフレキシブルです。属性と属性値の組み合わせを使用して、さまざまな使用例に対応できます。

サポートされている **AND** と **OR** のロジックを使用してルールが構成されると、属性ルール・ツールは動的にルールを視覚化します。属性ターゲット選択には、以下のルールが適用されます。

- 特定の属性に対して、肯定 (である) か否定 (ではない) のいずれかとして演算子が選択されると、インターフェイスで使用可能な演算子は選択した種類に限定されます。
  - 演算子が肯定である場合、条件は常に **OR** になります。
  - 演算子が否定 (ではない) である場合、条件は常に **AND** になります。
  - 複数の属性が一緒に使用される場合、属性間の条件は **AND** になります。

ルール・ターゲットを指定すると、関連ターゲットと共にルール・セットが表示されます。

## ルール・クラスとルールの種類の定義

ルールを作成するとき、ルールのクラスを指定します。

以下のクラスがあります。

- 除外
- 重視しない

クラスごとに、ルールを柔軟に作成できるルールの種類をそのクラス内で指定します。ルール・クラスとルールの種類の概要、および詳細情報を入手できる場所を、以下の表に示します。

ルール・クラス	ルールの種類	ルール・サブタイプ	関連する手順
除外	IDで除外	なし	67 ページの『特定のアイテムの除外』
除外	属性で除外	推奨属性で除外	68 ページの『属性の値に基づく除外』
除外	属性で除外	ターゲット属性に対して推奨属性を除外	68 ページの『属性とターゲットを比較することで除外する』
条件を重視しない	IDを重視しない	なし	67 ページの『特定のアイテムを重視しない』
条件を重視しない	属性を重視しない	推奨属性を重視しない	68 ページの『属性の値に基づき重視しない』
条件を重視しない	属性を重視しない	ターゲット属性に対して推奨属性を重視しない	69 ページの『属性とターゲットを比較することを重視しない』

### 特定のアイテムの除外

推奨リストから、1つ以上の特定のアイテムを除外できます。

### このタスクについて

このルールの種類により、アイテムは推奨されなくなりますが、オファーのターゲットにはなりません。

提供されたリストにないすべてのアイテムを除外することも可能です。この機能は、指定したリストのアイテムのみを推奨内に含める必要があるような印刷カタログあるいはコール・センターにおける推奨を目的としています。指定されたリストにないすべてのアイテムを除外するには、記述子の先頭にチルド (-) を付けます。

### 手順

1. ルール・セットで「ルールを更新」をクリックします。
2. 「ルール・クラス」として「除外」を選択します。
3. 「ルールの種類」として「IDで除外」を選択します。
4. 最大で 999 のアイテムの ID を指定します。

### 特定のアイテムを重視しない

1つ以上の特定アイテムを、推奨リストの最後に移動することができます。

### 手順

1. ルール・セットで「ルールを更新」をクリックします。
2. 「ルール・クラス」として「条件を重視しない」を選択します。
3. 「ルールの種類」として「IDを重視しない」を選択します。
4. 最大で 999 のアイテムの ID を指定します。

### 属性の値に基づく除外

指定した属性の値を評価することにより、推奨リストからアイテムを除外することができます。

#### このタスクについて

EPCMF および ECDF ファイルを使用して任意の属性を Digital Recommendations にロードし、それらをルール作成の条件として使用します。

#### 手順

1. ルール・セットで「**ルールを更新**」をクリックします。
2. 「**ルール・クラス**」として「**除外**」を選択します。
3. 「**ルールの種類**」として「**属性で除外**」を選択します。
4. 「**ルールのサブタイプ**」として「**推奨属性を除外**」を選択します。
5. 評価する属性を選択します。
6. 属性の値を評価する方法を指定します。  
使用可能な演算子のリストは、属性で使用されているデータのタイプに基づき変わります。
7. 値を指定します。属性はこの値と照合されて評価されます。

### 属性の値に基づき重視しない

指定した属性の値を評価することにより、アイテムを推奨リストの最後に移動することができます。

#### 手順

1. ルール・セットで「**ルールを更新**」をクリックします。
2. 「**ルール・クラス**」として「**条件を重視しない**」を選択します。
3. 「**ルールの種類**」として「**属性を重視しない**」を選択します。
4. 「**ルールのサブタイプ**」として「**推奨属性を除外**」を選択します。
5. 評価する属性を選択します。
6. 属性の値を評価する方法を指定します。  
使用可能な演算子のリストは、属性で使用されているデータのタイプに基づき変わります。
7. 値を指定します。属性はこの値と照合されて評価されます。

### 属性とターゲットを比較することで除外する

属性の値とターゲットの同じ属性の値を比較することで、アイテムを除外できます。

#### このタスクについて

#### 手順

1. ルール・セットで「**ルールを更新**」をクリックします。
2. 「**ルール・クラス**」として「**除外**」を選択します。
3. 「**ルールの種類**」として「**属性で除外**」を選択します。
4. 「**ルールのサブタイプ**」として「**ターゲット属性に対して推奨属性を除外**」を選択します。
5. 比較する属性を選択します。
6. 属性の値を比較する方法を指定します。  
使用可能な演算子のリストは、属性で使用されているデータのタイプに基づき変わります。

## 属性とターゲットを比較することを重視しない

属性の値とターゲットの同じ属性の値を比較することで、アイテムを推奨リストの最後に移動できます。

### このタスクについて

セットになっている、あるいは一致しているという意味でアイテム同士が関係を持つことがあるのと同様に、アイテム同士を相互に排他的にするような関係が存在する場合があります。例えば、アイテム A はアイテム B の推奨には含まれてはならない、というようなアイテム同士の関係が考えられます。

カタログにこのような関係があるとき、1対1の関係に基づいてアイテムを「除外」または「重視しない」にする場合は、次の手順を実行してください。

### 手順

1. ルール・セットで「**ルールを更新**」をクリックします。
2. 「**ルール・クラス**」として「**条件を重視しない**」を選択します。
3. 「**ルールの種類**」として「**属性を重視しない**」を選択します。
4. 「**ルールのサブタイプ**」として「**ターゲット属性に対して推奨属性を重視しない**」を選択します。
5. 比較する属性を選択します。

## 上位ランクの推奨の選択属性に一致するアイテムを重視しない

ある推奨を、同じゾーン内で配信される他の推奨と比較することができます。

### このタスクについて

下位ランクの推奨が高位ランクの推奨と1つ以上同じ属性を持つ場合、下位ランクの推奨は推奨リストの最後に移動されます。

### 手順

1. ルール・セットで「**ルールを更新**」をクリックします。
2. 「**ルール・クラス**」として「**類似性を重視しない**」を選択します。
3. 「**ルールの種類**」として「**属性を重視しない**」を選択します。
4. 「**推奨**」フィールドで、ターゲット・リストと比較する属性を選択します。いずれかの属性が高位ランクの推奨の同じ属性と一致した場合、下位ランクの推奨は推奨リストの一番下に移動されます。
5. ルールを「**保存**」します。

## アイテムをブラックリストに掲載

推奨からアイテムを即座に除去しなければならない場合、ブラックリスト・ルールを作成できます。

### このタスクについて

ブラックリスト・ルールを使用すると、ブラックリストを発行してから約1時間以内に、IDの指定リストが、いずれのゾーンにも推奨として表示されなくなります。ブラックリスト・ルールは、アイテムを即座に推奨から除去する必要があると判断された緊急の状況にのみ使用することを目的としています。ブラックリストによる除外は、アイテムをブラックリスト・ルールから削除するまで続きます。すべてのゾーンではなく、1つだけのゾーンまたはオファーからアイテムを除外するには、Digital Recommendationsのルール・インターフェースに進み、これらのアイテムの除外リスト・ルールを作成してください。除外リストは、アクティブなオファーごとに作成する必要があります。

**注:** オファーを編集する権限がない場合は、推奨ブラックリスト機能を使用できません。

ブラックリスト・ルールを作成するには、次のようにします。

### 手順

1. ブラックリスト・ルールに追加するIDを決定します。
2. 「**管理**」 > 「**推奨ブラックリスト**」ページに進みます。

3. リスト・ボックスに ID を入力します。すべて大文字を使用してください。「保存」をクリックします。
4. 「構成変更をパブリッシュ」を実行してブラックリストの更新を完了します。詳しくは、[18 ページの『構成変更のパブリッシュ』](#)を参照してください。

### 構成変更のパブリッシュ

調整が必要な場合には、構成を変更してパブリッシュすることができます。

#### このタスクについて

以下に、構成の変更が必要な例をいくつか示します。

- A/B テスト設定 - A/B テストの結果が適切ではない場合。A/B テストを即時に停止する必要があります。
- ゾーン設定 - ページに 3 件ではなく 4 件の推奨を表示しなければならない場合。
- 推奨プラン - 推奨プランのステップを変更する必要がある場合。

前述のケースの場合、変更を完了した後で、以下の手順を実行します。

#### 手順

1. 「システム概要」を選択します。
2. 「構成変更をパブリッシュ」をクリックします。

#### タスクの結果

変更がパブリッシュされ、約 1 時間から 2 時間で有効になります。

注：この手順ではビジネス・ルールは更新されません。

#### ブラックリストからのアイテムの削除

ブラックリストからアイテムを削除して、そのアイテムを推奨で使用可能にすることができます。

#### このタスクについて

アイテムを推奨で使用可能にするには、以下の手順に従います。

#### 手順

1. ブラックリストから削除する ID を決定します。
2. 「管理」 > 「推奨ブラックリスト」ページに進みます。
3. リスト・ボックスからそれらの ID を削除します。
4. 「保存」をクリックします。
5. 「構成変更をパブリッシュ」を実行してブラックリストの更新を完了します。詳しくは、[18 ページの『構成変更のパブリッシュ』](#)を参照してください。

### 推奨からの特定ページの除外

推奨として表示したくないページ (例えば、ホーム・ページなど) がある場合は、それらのページを除外することができます。

#### 手順

1. 「管理」 > 「オファー構成」 > 「コンテンツ・オファー」 > 「詳細設定」ページにナビゲートします。
2. ページの下部にある 2 つ目のテキスト・ボックスで、推奨から除外したいページ ID を入力します。各 ID の区切りには改行文字を使用します。
3. 「保存」をクリックします。

## 推奨として組み込むエレメント・カテゴリの識別

コンテンツに関連付けられていないエレメント・タグがある場合に、これらのエレメントをコンテンツ推奨として組み込みたくない場合は、組み込むカテゴリを識別する必要があります。以下の手順を使用して、推奨として組み込むエレメント・カテゴリを識別します。

### 手順

1. 「管理」 > 「オファー構成」 > 「コンテンツ・オファー」 > 「詳細設定」 ページにナビゲートします。
2. ページの下部にある最初のテキスト・ボックスに、推奨として組み込みたいエレメント・カテゴリ ID を入力します。各カテゴリの区切りには改行文字を使用します。
3. 「保存」 をクリックします。

## コンテンツのビジネス・ルールの例

コンテンツ・オファーに使用するビジネス・ルールの例です。これらの例は、独自のルールを作成するためのモデルとして使用したり、ルールの作成方法をより適切に理解するために使用したりすることができます。

例	使用する手順	ルール・ターゲット	例用のルール・クラスおよびルールの種類
1. 特定の記事を推奨から除外する必要がある。	67 ページの『 <a href="#">特定のアイテムの除外</a> 』	すべてのターゲット	「除外」 > 「ID で除外」 > ページまたはエレメント ID を指定
2. ソフトウェア・サポート会社の場合は、コンピューターの種類が異なる記事を除外する。例えば、コンピューターの種類が PC であるときは、Apple コンピューターに関する記事は推奨しないなど。	68 ページの『 <a href="#">属性とターゲットを比較することで除外する</a> 』	すべてのターゲット	「除外」 > 「属性で除外」 > 「ターゲット属性に対して推奨属性を除外」 > 種類がターゲット属性でない  注: 例えば、コンピューターが PC であるか Apple であるかを特定するためには、「種類」というカスタム属性を作成する必要があります。
3. ベジタリアン・メニューのために肉カテゴリを除外したレシピが必要である。	68 ページの『 <a href="#">属性の値に基づく除外</a> 』	「属性から選択」 > ページ・カテゴリはベジタリアン	「属性で除外」 > 「推奨属性で除外」 > ページ・カテゴリはベジタリアンでない。

## オファーへのルールの影響の表示

オファーをアクティブにし、そのオファーが 1 回処理された後、ルールの統計を表示して、作成したルールの影響を確認することができます。ルールの統計は、ルール処理のトラブルシューティングおよび改善に役立ちます。

### 手順

1. 統計を表示する対象のオファーがアクティブであることを確認します。
2. ルールの統計を表示する対象のオファーを選択します。
3. 「ルールの統計」 タブをクリックして、作成した各ルールにより除外、重視しない、重視、またはプロモートされるアイテムの数を確認します。

## レガシー・ルール・インターフェースを使用したオファーに対するビジネス・ルール・ポリシーの構成

ビジネス・ルール・ポリシーは、オファー処理で属性を評価するルールが適用されたが、アイテムにその属性の値が設定されていないか、無効な値が設定されている場合に、オファー処理で何を行うのかを定義します。

### 実装の構成 - ヌル値

ビジネス・ルール・ポリシーは、オファー処理で属性を評価するルールが適用されたが、アイテムにその属性の値が設定されていないという場合に、オファー処理が何を行うべきかを定義します。

実装の初期の段階で、構成の一部は、ルールが評価しようとする属性の値がコンテンツにない場合にどうするかを決定していました。例えば、パブリッシャー・ルールが用意されているかなどです。パブリッシャー・データを省略したときに、アイテムが推奨リストから除外されるか、それとも推奨リストに組み込まれるかは、データと、ルールの基準によって決まります。ことによると、「パブリッシャー」属性がヌル値だった場合に指定される、自分でパブリッシュするコンテンツがあるかもしれません。そのような場合は、ヌル値が True であることを指定すると、パブリッシャー・ルールによって推奨リストに自分でパブリッシュするアイテムが除外されます。ヌル値が false であることを指定すると、パブリッシャー・ルールによって、自分でパブリッシュするアイテムは 不一致パブリッシャーを持つ他のすべてのアイテムと共に組み込まれます。

特定の属性に対するデフォルト値を定義することにより、それぞれの属性について、ビジネス・ルールの振る舞いを単独で制御することができます。これらのデフォルト値は、ルールが属性に基づいているアイテムを評価しているとき、ヌル値を属性として持つアイテムが検出されると適用されます。

例えば、ランクが 3 を超えるときにすべての推奨を除外するルールをすべてのターゲットに対して定義したとします。ところが、データ・フィールドですべてのアイテムのランク 値が提供されていません。この場合、おそらく管理者は、「ページ属性定義」設定を使用して、ランク属性としてヌル値のアイテムに対してデフォルト値 -1 を設定しています。ランク・ルールの処理時に、ランクが不明のアイテムが推奨リストから除外されます。

詳細な考慮事項:

- ビジネス・ルール・ポリシーは全ルールに対するグローバル設定で、ルール・セットごと、または個々のルールごとに指定することはできません。
- 欠落データが原因で推奨アイテムが過度に除外されることを最小限に抑えるためには、ビジネス・ルールの対象範囲を、そのルールが当てはまる特定のターゲットのセットのみにすることです。例えば、一連のアイテムが子供のカテゴリーにあり、記事の長さに基づいて推奨から除外されるとします。このルールに対するターゲットを定義するときに、子供のカテゴリー内のターゲットのみに適用されるようにルール・ターゲットを定義します。この手法により、ルール・システムがこのルールを カタログ全体にわたって適用するのを防ぐことができ、欠落データに基づく除外を子供部門のみに限定することができます。

### ヌル値を使用したアイテムのデフォルト値の指定

以下の手順を使用して、属性のデフォルト値を定義します。これらのデフォルト値は、ルールが属性に基づいているアイテムを評価しているとき、ヌル値を属性として持つアイテムが検出されると適用されます。

#### 手順

1. サイド・ナビゲーション・メニューで、「管理」をクリックします。
2. 次のアクションのいずれかを実行します。
  - ページ・コンテンツ・オファーを構成している場合は、「コンテンツ・オファー」で「ページ属性」を選択します。
  - エlement・コンテンツ・オファーを構成している場合は、「コンテンツ・オファー」で「Element属性」を選択します。

## デフォルト値を持たないアイテムのヌル値ポリシーの作成

ヌル値属性からさらに保護するために、ヌル値を持ち、かつ、デフォルト値が指定されていない属性を処理する方法を決定できます。推奨にそれを自動的に含めるようにするか、推奨からそれを自動的に除外するようにするか選択できます。以下の手順を使用してポリシーを作成します。

### 手順

1. サイド・ナビゲーション・メニューで、「管理」をクリックします。
2. 次のアクションのいずれかを実行します。
  - ページ・コンテンツ・オファーを構成している場合は、「コンテンツ・オファー」で「ページ属性」を選択します。
  - エlement・コンテンツ・オファーを構成している場合は、「コンテンツ・オファー」で「エレメント属性」を選択します。
3. 「ルール処理での属性の振る舞い」で、以下のタスクのいずれかを実施します。
  - 推奨からそのアイテムを除外するには、「使用されるルール条件が TRUE の結果を返すように処理する」を選択します。
  - 推奨にそのアイテムを含めるには、「使用されるルール条件が FALSE の結果を返すように処理する」を選択します。

## 無効な属性ポリシーの作成

レガシー・ルール・インターフェースを使用するオファーの場合、無効な属性または誤った形式の属性から保護するための2つのオプションがあります。それはデフォルト値の使用およびオファー処理の停止です。

### このタスクについて

以下の手順を使用してポリシーを作成します。デフォルト値を使用する場合は、必ずデフォルト値を設定してください。72 ページの『ヌル値を使用したアイテムのデフォルト値の指定』を参照してください。

### 手順

1. サイド・ナビゲーション・メニューで、「管理」をクリックします。
2. 次のアクションのいずれかを実行します。
  - ページ・コンテンツ・オファーを構成している場合は、「コンテンツ・オファー」で「ページ属性」を選択します。
  - エlement・コンテンツ・オファーを構成している場合は、「コンテンツ・オファー」で「エレメント属性」を選択します。
3. 「ルール処理での属性の振る舞い」で、
  - デフォルト属性値を使用してオファーの処理を続行するには、「属性にデフォルト値を適用して、オファーの処理を続行する」を選択します。
  - オファーの処理を停止し、値を強制的に訂正するには、「オファーの推奨を生成しない。続行するには、値を訂正する必要がある」を選択します。

## 「属性」および「詳細設定」のフィールド定義

属性および詳細設定の参照情報。

フィールド	説明
属性	属性の名前。
別名	属性に関連付けられた共通名。
データ型	別名を記述するデータの型を示します。

表 15: 「オファー構成」 > 「コンテンツ・オファー」 > 「ページ・ビュー属性」の参照情報 (続く)	
フィールド	説明
デフォルト値	この属性に指定された値を持たないアイテムが処理中のデータ・ファイルの中にある場合にバッチ・データ・プロセスが提供する値。
属性プレフィックス	多くの場合、属性プレフィックスは、応答データに属性値が含まれる場合に、属性値の先頭に追加される値です。プレビューのピクチャー・ビューの URL として「特殊値」で指定された属性の場合、この値は、実行時に URL を構成するために使用されます。
イメージ URL を含む属性	プレビューのピクチャー・ビューをサポートします。アイテムのサムネール・イメージの URL を指定する属性です。
ルールで使用された属性に値がなく、デフォルトが指定されていない場合	これらのオプションは、ビジネス・ルールによって評価される属性がヌル値であるアイテムをどのように解釈するかを指定します。TRUE を選択すると、検討対象の属性がヌル値であるアイテムが推奨リストから除外されます。FALSE を選択した場合は含められます。
ルールで使用された属性に比較で無効な値が含まれている場合	このオプションは、属性が無効である場合のオファー処理の動作を指定します。オファー処理では、デフォルト値を使用する (デフォルト値が指定されている場合) か、処理を停止してエラー・メッセージを表示することができます。
使用可能	Web サイトのサイト・ゾーンに表示される推奨リストの HTTP 応答データで使用可能なすべての属性のリスト。
選択済み	HTTP 応答に含まれている属性。

表 16: 「オファー構成」 > 「コンテンツ・オファー」 > 「エレメント属性」の参照情報	
フィールド	説明
属性	属性の名前。
別名	属性に関連付けられた共通名。
データ型	別名を記述するデータの型を示します。
デフォルト値	この属性に指定された値を持たないアイテムが処理中のデータ・ファイルの中にある場合にバッチ・データ・プロセスが提供する値。
属性プレフィックス	多くの場合、属性プレフィックスは、応答データに属性値が含まれる場合に、属性値の先頭に追加される値です。プレビューのピクチャー・ビューの URL として「特殊値」で指定された属性の場合、この値は、実行時に URL を構成するために使用されます。
イメージ URL を含む属性	プレビューのピクチャー・ビューをサポートします。アイテムのサムネール・イメージの URL を指定する属性です。
コンテンツ・ページ URL を含む属性	Web サイトにおけるコンテンツ・ページの URL を指定する属性です。
ルールで使用された属性に値がなく、デフォルトが指定されていない場合	これらのオプションは、ビジネス・ルールによって評価される属性がヌル値であるアイテムをどのように解釈するかを指定します。TRUE を選択すると、検討対象の属性がヌル値であるアイテムが推奨リストから除外されます。FALSE を選択した場合は含められます。
ルールで使用された属性に比較で無効な値が含まれている場合	このオプションは、属性が無効である場合のオファー処理の動作を指定します。オファー処理では、デフォルト値を使用する (デフォルト値が指定されている場合) か、処理を停止してエラー・メッセージを表示することができます。

表 16: 「**オファー構成**」 > 「**コンテンツ・オファー**」 > 「**エレメント属性**」の参照情報 (続く)

フィールド	説明
使用可能	Web サイトのサイト・ゾーンに表示される推奨リストの HTTP 応答データで使用可能なすべての属性のリスト。
選択済み	HTTP 応答に含まれている属性。

表 17: 「**オファー構成**」 > 「**コンテンツ・オファー**」 > 「**詳細設定**」の参照情報

フィールド	説明
データの経過時間	「 <b>時間範囲の追加</b> 」をクリックして、訪問関連データの時間範囲を追加します。「 <b>アフィニティーの重み</b> 」フィールドに指定されている値によって重みを付けられる、データの経過時間 (日数)。例えば、3 を指定すると、指定されたアフィニティーの重みが 3 日より前のデータに設定されます。
アフィニティーの重み	「 <b>データの経過時間</b> 」フィールドに指定されている値に合うデータに適用される百分率の値。
ページ・コンテンツ・オファーのターゲットまたは推奨から除外するページ	推奨に表示しないページを追加します。コンテンツ・ページから決して推奨しないページ (ホーム・ページや検索結果ページなど) は除外することができます。
エレメント・コンテンツ・オファー内にターゲットまたは推奨として含めるエレメントのカテゴリ	エレメント・コンテンツ・オファーのターゲットとして含めるエレメントの種類を追加します。カテゴリには、PDF ダウンロード、ビデオ・ビュー、およびその他のエレメント・タグの付いた特定のコンテンツが含まれます。空白のままにした場合、すべてのエレメントの種類が使用されます。

## 推奨プラン

推奨プランを使用して、推奨の生成に使用するターゲット、使用するオファー、およびゾーンのバナーに表示するヘッダー・テキストを定義します。

複数の推奨プラン要求を構成することができます。これらの要求は、推奨が配信されるまで順番に処理されます。

### 推奨プランのワークフロー

以下の手順を使用して、推奨プランを構成します。

1. 単一ステップの推奨プランを作成します。このプランには、1 次推奨要求とフォールバックが含まれます。[75 ページの『単一ステップの推奨プランの作成』](#)を参照してください。
2. 必要であれば、推奨プランにステップや個別化を追加することにより、より関連性の高い推奨、またはより多数の推奨を追加します。[76 ページの『推奨プランに対するステップと個別化の追加』](#)を参照してください。

### 単一ステップの推奨プランの作成

以下の手順を使用して、簡単な単一ステップの推奨プランを作成します。

#### 手順

1. 推奨プランのビジネス・ケースを選択します。[76 ページの『ターゲット選択のためのビジネス・ケース』](#)を参照してください。
2. サイド・ナビゲーション枠で「**推奨プラン**」リンクを選択して、**推奨プラン・リスト**のページを起動します。
3. 「**新規推奨プランを作成**」をクリックして、推奨プラン設定パネルを起動します。

4. 「**推奨プラン名**」を入力します。  
定義されている推奨プランがゾーン設定パネルにリストされます。推奨プランにその使用法を説明するような名前を指定してください。例えば、「ホーム・ページ」など。
5. 「**推奨プランの説明**」を入力します。  
この説明は、情報提供のみを目的としています。ユーザーに推奨プランの意図を忘れないようにしてもらいましょう。
6. ステップ 75 ページの『**1**』で選択したビジネス・ケースに基づいて、「**推奨プラン**」テーブルに値を設定します。
7. 「**オファー**」ドロップダウン・リストで、選択したターゲットに使用するアクティブなオファーのリストから選択します。オファーが表示されない場合は、オファーがアクティブになっているか確認してください。
8. 「**ゾーンのヘッダー・テキスト**」フィールドに、この推奨プランを使用するサイト・ゾーンのバナーに表示するテキストを入力します。96 文字まで入力できます。
9. フォールバック・プロセスを指定します。フォールバック・プロセスは、先行するすべての要求の推奨が使用できない場合に何を行うかを決定します。フォールバック・オファーに対してターゲット、オファー、およびゾーンのヘッダー・テキストを選択します。またオプションで「**推奨がありません**」を選択できます。「**推奨がありません**」を選択すると、推奨は生成されません (推奨プランで推奨を生成しない場合に使用します)。「**推奨がありません**」は、特殊な状況でのみ使用するようになっています。  
例については、80 ページの『**推奨プランが有効な場合のみ表示されるゾーンの作成**』を参照してください。
10. 「**保存して閉じる**」をクリックします。

## 推奨プランに対するステップと個別化の追加

以下のステップを追加することによって、十分な推奨を確保できます。

### このタスクについて

少なくとも 1 つの要求推奨プランと 1 つのフォールバックを用意する必要があります。ほとんどの環境では、このプランで十分です。ただし、推奨プランにはさらにステップを追加できます。この追加ステップは、推奨が配信されるまで順番に実行されます。推奨プランで最大 6 つのステップを構成でき、さらに 1 つのフォールバックを構成できます。フォールバック推奨は、他のすべての要求が無効の場合にのみ使用されます。

### 手順

1. 推奨プランに追加したいビジネス・ケースを選択します。76 ページの『**ターゲット選択のためのビジネス・ケース**』を参照してください。
2. ステップを追加する先の推奨プランを選択します。
3. 推奨プランで「**要求を追加**」をクリックします。
4. 追加要求に対してターゲット、オファー、およびヘッダー・テキストを指定します。

## ターゲット選択のためのビジネス・ケース

推奨プランでターゲットを選択します。

ビジネス・ケース	ターゲットに選択するもの	メモ
特定のページのリストから推奨を生成する	指定したページ ID	このオプションは複数のページで使用できます。77 ページの『 <b>複数のターゲットを使用するよう推奨プランにステップを構成する</b> 』を参照してください。

表 18: コンテンツ推奨プランのターゲット. (続く)

ビジネス・ケース	ターゲットに選択するもの	メモ
特定のページ・カテゴリから推奨を生成する	指定したページ・カテゴリ ID	ページ・カテゴリ ID を推奨に使用します。推奨の対象となるページ・カテゴリ ID を cmPageRecRequest 関数の位置 3 にコーディングする必要があります。 「IBM Content Recommendations 構成ガイド」の『cmPageRecRequest 関数』を参照してください。
ユーザーが最近表示したページに基づいて推奨を生成することにより、推奨を個別化する。	最後に表示されたページ	訪問者が最後に表示したページを推奨のターゲット・プロダクトとして使用します。この推奨は、最後の IBM Digital Analytics ページ・ビュー・タグで受信したデータによって決定されます。このオプションは複数のページで使用できます。 <a href="#">複数のターゲットを使用するよう推奨プランにステップを構成する</a> を参照してください。

## 複数のターゲットを使用するよう推奨プランにステップを構成する

複数のターゲットに基づいて推奨を決定することにより推奨の個別化を改善して、フォーカスをより絞った推奨や、幅広い種類の推奨を提供することができます。

### このタスクについて

この機能を使用して推奨を改善する方法の例をいくつか示します。

- 顧客が献立を完成させるのを手助けする場合。例えば、顧客は今メイン料理のレシピを表示していますが、最近サヤインゲンやアップル・パイのレシピも表示していました。複数のターゲットを使用して、メイン料理、サヤインゲン、およびアップル・パイと合う他のレシピ、例えばベークド・ポテトやサラダを示して、献立を提示することができます。
- 推奨を必ず顧客の主要な購入品に基づくようにする場合。例えば、お客様が新しいコンピューターとマウスを購入したとします。その場合、サポート記事は、マウスよりもコンピューターに基づくものにします。
- 顧客が最後に見た単一の記事のみではなく、最後に見たいくつかの記事に基づいて推奨の数を拡張する場合。

以下のプロセスを使用して、推奨プランを複数ターゲット用に構成します。

### 手順

- 複数ターゲットの個別化を使用する推奨プランを識別します。
- 推奨の生成に使用する複数ターゲットのアルゴリズムを識別します。78 ページの『[複数ターゲットのアルゴリズム](#)』を参照してください。
- 推奨プランを選択します。
- 複数ターゲットの推奨ステップに変更する推奨プランのステップを選択するか、「**要求を追加**」をクリックして新規ステップを作成します。
- 以下にリストした複数のターゲットをサポートする「**ターゲット**」オプションの中から 1 つを選択します。
  - 指定したページ ID
  - 最後に表示されたページ
- 「**複数のターゲットを使用**」オプションを有効にします。

7. 78 ページの『複数ターゲットのアルゴリズム』から特定したアルゴリズムを選択します。「属性の値が最高であるターゲット」を選択した場合、使用する属性を選択します。
8. プランを保存します。

## タスクの結果

ターゲットとして「指定したページ ID」を選択した場合には、推奨の対象となるページ ID を cmPageRecRequest 関数の位置 2 にコーディングする必要があります。詳しくは、「IBM Content Recommendations 構成ガイド」を参照してください。

## 複数ターゲットのアルゴリズム

以下の表は、さまざまな複数ターゲットのアルゴリズムについて説明しています。

ビジネス目標	使用するアルゴリズム	推奨の生成方法
1つのターゲット・ページのいくつかの属性の値に基づいて、推奨を順序付ける。例えば、ランクを属性として使用して、ユーザーが最後に表示したレシピのランクに基づいて推奨が生成できる。表示したページのうちでランクが最も高いページからの推奨が最初に提示されるようにする。	属性の値が最高であるターゲット	最近表示した複数のページに基づいて、推奨が生成されます。最も高いランクのレシピに基づいた推奨が、最初に提示されます。
複数のターゲット・ページのアフィニティーの強度に基づいて、推奨を順序付ける。例えば、ユーザーが最後に表示した6ページのアフィニティー・スコアに基づいて、推奨を生成する。	複数のターゲットへのアフィニティー	表示された複数のページに強いアフィニティーがある推奨が最初に提示されます。例えば、最後に表示されたすべてのページに対する強力なアフィニティーが推奨にある場合、それが1番目に表示されます。表示されたページの1ページに対してのみ強力なアフィニティーが推奨にある場合、それは、リストのずっと下の方に表示されます。
ユーザーが最後に表示したページを推奨する。このオプションは、「最後に表示されたページ」でのみ使用可能です。	推奨としてのターゲット	最後に表示されたページ (最大 6 ページ) が推奨として提示されます。
推奨の順序付けの方法を設定しない。	ターゲット間の均等配布	最新のターゲットに対する推奨が、最初に提示されます。リストの終わりまで行くと、また始めから繰り返します。

## フォールバック処理

フォールバック処理により推奨が少なすぎないようにすることができます。

オファーと推奨プランを作成した後で、Digital Recommendations がターゲットに対して必要な数の推奨を生成できない場合があります。ターゲットに関するデータが限られている場合、オファーで構成したルールにより非常に多くの推奨が制限される場合、またはデータ分析期間中のターゲットの表示数が5つ未満の場合、推奨数の不足が発生する可能性があります。

推奨の数が少なすぎないようにするために、Digital Recommendations にはデフォルトのフォールバック処理が用意されています。

## デフォルトのフォールバック処理

推奨プランにフォールバック・ステップを構成しない場合、デフォルトのフォールバック処理があります。

ダイナミック配信を使用する場合は、デフォルトのフォールバック処理が自動的に実行されます。ただし、Web サイトからダイナミック推奨が要求されたときに、何らかの理由でそれらの推奨が使用できない場合は、推奨プランでフォールバック・ステップを構成します。[76 ページの『推奨プランに対するステップと個別化の追加』](#)を参照してください。

**注:** すべてのオファー/ルールのカテゴリ・フォールバック推奨は、オファー内にあるビジネス・ルールの制約を受けます。

オファー/ルールのデフォルト・フォールバック処理は、各オファーの処理時に開始されます。オファー設定およびビジネス・ルールが処理された後、Digital Recommendations は、要求された数の推奨が生成されたかどうかを確認します。ターゲットに対し追加の推奨が必要な場合、Digital Recommendations は、ターゲットのカテゴリの表示回数上位アイテムを検出して、それらのアイテムをオファーに挿入します。このプロセスは、オファーが処理されるたびに、オファー内のすべてのアイテムに対して実行されます。デフォルトのフォールバック処理は自動的に実行されます。ただし、Web サイトからダイナミック推奨が要求されたときに、何らかの理由でそれらの推奨が使用できない場合は、推奨プランでフォールバック・ステップを構成します。[76 ページの『推奨プランに対するステップと個別化の追加』](#)

**注:** すべてのオファー/ルールのカテゴリ・フォールバック推奨は、オファー内にあるビジネス・ルールの制約を受けます。

## サイト・ゾーンの構成

ゾーンとは、Digital Recommendations ダイナミック推奨を通じて訪問者のブラウザが推奨を表示する、Web ページ上の位置を指します。

### このタスクについて

各ゾーンは 8 文字の固有 ID を持ちます。この ID は、「**ゾーン設定**」ウィンドウで入力し、Web ページで参照します。Digital Recommendations にゾーンを識別させるには、以下の手順を実行します。

### 手順

1. サイド・ナビゲーション枠で「**ゾーン**」リンクを選択して、**ゾーン・リスト**のページを起動します。
2. 「**新規ゾーンを作成**」をクリックして、**ゾーン設定**枠を起動します。
3. 「**ゾーン名**」を入力します。  
このゾーンの場所を正確に説明するのに役立つ記述を使用してください。例えば、「**ページ・ゾーン右上**」などです。
4. 最大 8 文字を入力して、「**ゾーン ID**」を定義します。この値には大/小文字の区別があります。使用できる文字は英数字と下線文字のみです。スペースや下線以外の特殊文字は使用しないでください。  
この ID は、アプリケーション全体で使用されます。この ID は各推奨要求で送信され、その要求の対象となるゾーンを知らせます。推奨要求をエンコードするページ開発者は、サイトのアクティブ・ゾーンごとに構成されたゾーン ID が必要になります。  
**重要:** 推奨要求で渡すゾーン ID は、このフィールドで指定するゾーン ID に正確に一致している必要があります。
5. 以前に定義済みの推奨プランから選択します。プランが存在しない場合は「**キャンセル**」をクリックし、**推奨プラン**のリスト・ページを開いてプランを作成します。
6. ゾーンに渡される**推奨の数**を入力します。  
1 つのページに複数のゾーンがある場合は、ゾーンに表示できる数よりも多くの推奨を通常は送信します。余分のゾーンを渡すことにより、複数のゾーンについてアイテムが推奨される場合に、推奨が少なすぎないようにすることができます。
7. 「**保存して閉じる**」をクリックします。

## 推奨プランが有効な場合のみ表示されるゾーンの作成

ゾーンに推奨が生成されない場合、ゾーンがページに表示されないようにできます。

### このタスクについて

推奨プラン要求で有効な結果が出た場合にのみゾーンが表示されるように推奨プランを構成できます。例えば、ホーム・ページで、訪問者が以前にアイテムを表示した場合にのみ、推奨を含むゾーンがページの下部に表示されるように指定できます。顧客がアイテムを表示しなかった場合、ゾーンは表示されません。

### 手順

1. 少なくとも1つの要求ステップを含む推奨プランを作成します。例えば、「最後に表示されたページ・リスト」を選択します。
2. フォールバックの場合、「推奨がありません」を選択します。
3. サイド・ナビゲーション枠から「ゾーン」を使用してゾーンを作成します。
4. ゾーン構成で、ステップ1-2で作成した推奨プランを選択します。

## コンテンツ推奨の個別化

Cookie を使用して、コンテンツ推奨を個別化します。

二人として同じ興味を持つ訪問者もいなければ、まったく同じショッピング・パターンを示す訪問者もいません。Digital Recommendations は、過去および現時点の訪問データに基づいて個々の訪問者のプロフィールを構築することで、それぞれの訪問者に固有の推奨セットを自動的に表示します。サイト側に情報がない訪問者に対しても、Digital Recommendations の実績ある群集の知恵アルゴリズムに基づいて、関連性の高い推奨を提供します。訪問者のプロフィールはリアルタイムで構成されるため、推奨の個別設定が迅速に行われ、これにより Digital Recommendations はあらゆる訪問者に対して推奨を最適化できます。推奨プラン内に特定の推奨ゾーンを定義することにより、推奨として、最近表示されたページに基づく推奨を提示できます。

### コンテンツ推奨の個別化 Cookie 内にあるデータのトラッキング

IBM Digital Analytics ページ・ビュー・タグを生成するページを訪問者が表示するたびに、ライブラリーは、Digital Recommendations の個別化 Cookie 内にある情報の更新を処理します。ページ・ビュー・タグの開始を確認すること以外に、この処理を確実にするためにお客様が行う固有のタスクはありません。詳細は、「IBM Content Recommendations 構成ガイド」の『コンテンツ推奨 Cookie』を参照してください。

## システム概要ダッシュボード

システム・ダッシュボードは、推奨戦略のあらゆる側面を表示する簡単な手段です。適切な枠に素早くナビゲートして、必要に応じて構成を調節できます。

このダッシュボードを使用するいくつかの例を以下に示します。

- 構成されたサイト・ゾーン、およびこれらと推奨プランやオファーとの関係、さらには主要なパラメーター設定をすべて表示できます。ダッシュボードからゾーン、推奨プラン、またはオファー名をクリックすることにより、これらのコンポーネントをそれぞれ編集することもできます。
- アクティブなゾーンを識別します。
- A/B テストでは、テストで使用される推奨プランや、テストの主要パラメーターを表示できます。
- イメージ推奨では、パブリッシュ状況、推奨の生成に使用されたオファー、フォールバック・オファー、生成された推奨数を表示できます。

ゾーン ID、推奨プラン名、A/B テスト名、またはイメージ推奨テンプレート名をクリックして、構成設定にアクセスすることもできます。

## ゾーン、オファー、および推奨プランのリストの表示

システム概要の「**アクティブ・ゾーン**」セクションと「**非アクティブ・ゾーン**」セクションには、Digital Recommendations で構成したすべてのサイト・ゾーンが表示されます。システム概要には、アクティブ・ゾーン、および各ゾーンに関連付けられた推奨プランとオファーが表示されます。

### 手順

サイド・ナビゲーション枠で、「**システム概要**」をクリックします。ゾーンはゾーン ID 別にリストされます。ゾーン名、推奨プラン、およびオファーを確認できます。以下に、表示されるその他の列を示します。

オプション	説明
<b>推奨数 (#Recs)</b>	ゾーンに生成された推奨の数。
<b>フィルター処理</b>	以前にカートに入れられたか購入されたアイテムがフィルターで除去されるかどうかを識別します。
<b>ターゲット (Target)</b>	ターゲットの決定方法を識別します。

**ルールの数 (#Rules)** オファーに定義されたルールの数を識別します。

## アクティブまたは非アクティブのゾーンの識別

システム概要を使用すると、どのサイト・ゾーンがアクティブまたは非アクティブであるかを素早く知ることができます。

### 手順

1. サイド・ナビゲーション枠で、「**システム概要**」をクリックします。
2. 「**アクティブ・ゾーン**」セクションと「**非アクティブ・ゾーン**」セクションを展開します。

## 推奨数の識別

システム概要を使用して、ゾーンに生成された推奨の数を表示できます。

### 手順

1. サイド・ナビゲーション枠で、「**システム概要**」をクリックします。  
ゾーンはゾーン ID 別にリストされます。
2. 「**アクティブ・ゾーン**」セクションと「**非アクティブ・ゾーン**」セクションを展開します。
3. 表示するゾーンを探します。「**推奨数 (#Recs)**」列に、生成された推奨の数が表示されます。

## 1 つ以上の A/B テストのパラメーターの識別または比較

システム概要を使用して、A/B テストのパラメーターを識別したり、比較したりできます。

### 手順

1. サイド・ナビゲーション枠で、「**システム概要**」をクリックします。
2. 「**アクティブ A/B テスト**」セクションを展開します。
3. 表示したい A/B テストを探します。  
A/B テストの構成パラメーターと、関連する推奨プランおよびオファーにアクセスできます。

## 非アクティブな推奨プランとゾーンの識別

システム概要ダッシュボードを使用して、いずれかの推奨プランまたはゾーンが非アクティブであるかを判別できます。

### 手順

1. サイド・ナビゲーション枠で、「システム概要」をクリックします。
2. システム概要ダッシュボードで、赤字で示された推奨プラン名またはゾーンを探します。赤字は、そのエレメントが非アクティブであることを示しています。
3. エレメント名をクリックして、構成画面を開きます。

## オファーが使用されるすべてのインスタンスの識別

システム概要を使用すると、システムの中でオファーが使用される場所を速やかに識別できます。この手順では、システム概要のすべてのセクションで、オファーのすべてのインスタンスを強調表示しています。

### 手順

1. サイド・ナビゲーション枠で、「システム概要」をクリックします。
2. システム概要のいずれかのセクション (アクティブ・ゾーン、非アクティブ・ゾーン、アクティブ A/B テスト、イメージ推奨) を展開します。
3. 調べたいオファーのインスタンスを見つけます。
4. オファー名をダブルクリックします。  
オファーが使用されるすべてのインスタンスで、そのオファー名が強調表示されています。

## 推奨プランが使用されるすべてのインスタンスの識別

システム概要を使用して、システムのどこで推奨プランが使用されるかを素早く識別できます。この手順は、システム概要のすべてのセクションにおいて、推奨プランのすべてのインスタンスを強調表示します。

### 手順

1. サイド・ナビゲーション枠で、「システム概要」をクリックします。
2. システム概要のいずれかのセクション (アクティブ・ゾーン、非アクティブ・ゾーン、アクティブ A/B テスト、イメージ推奨) を展開します。
3. 調べたい推奨プランのインスタンスを見つけます。
4. 推奨プラン名をダブルクリックします。  
プランが使用されるすべてのインスタンスで、そのプラン名が強調表示されています。

## A/B テストでオーバーライドされる推奨プランの識別

システム概要を使用して、オーバーライドされるゾーンを識別できます。

### このタスクについて

ゾーンで A/B テストを実行する際、もともとゾーンに指定されていた推奨プランがオーバーライドされます。

### 手順

1. サイド・ナビゲーション枠で、「システム概要」をクリックします。
2. 推奨プラン名の隣の、黄色い感嘆符のアイコンを探します。感嘆符は A/B テストがプランをオーバーライドしていることを示しています。

## 推奨とルールの出力のテスト

ルールをプロダクションに適用する前にテストすることで、予期しない結果を避けることができます。

「除外」ルールが過度に限定的ではないこと、およびすべてのルール・データが正しく設定されていることを確認するために、1つ以上のテスト・ファイルを実行して、プロダクションに移行する前に検査してください。

オファーをセットアップする場合、「設定」タブの「ターゲット・リストをプレビュー」セクションで、特定アイテム・セットの推奨結果を確認するか、アイテムを抽出して推奨結果を確認するか定義します。オファーをアクティブにする必要があります。オファーの実行後、プレビュー機能を使用して結果を確認できます。詳しくは、44 ページの『[推奨のプレビュー](#)』を参照してください。

オファーのトラブルシューティングのために使用できるもう1つの方法は、ルールの統計です。このツールを使用すると、ルールにより除外されたアイテムの数を表示することで、実施したルールの影響を確認できます。詳しくは、62 ページの『[オファーへのルールの影響の表示](#)』を参照してください。

### テスト用ガイドライン

- 多くの組織で開発サーバーをセットアップし、Digital Recommendations の初期の実装フェーズの時、そこに推奨をロードして簡単にプレビューで確認することができます。この開発サーバーにより、チームは安心して Digital Recommendations からの出力を受け取ることができます。
- プレビュー結果を検査し、予想した数の推奨が提示されたか確認します。
- サンプルのターゲットにより、各ビジネス・ルールをテストする必要があります。例えば、男性用部門のすべてのアイテムについて女性用アイテムを除外することを指定するルールの場合、少なくとも1つの男性用アイテムをテストして、その推奨を調べます。女性用アイテムがリストに表示されるかどうかを調べます。

### 推奨のテスト

Digital Recommendations を初めて実装する場合、またはダイナミック推奨を初めて実装する場合は、ダイナミック・オファーの実装をテストできます。

1. 提供されたプロダクション・クライアント ID を使用して、Digital Recommendations にログインします。
2. Digital Recommendations でテストするオファー、ルール、推奨プラン、およびゾーンをセットアップします。
3. 対応するサイト・ゾーンをテスト Web サイト上に作成します。
4. 作成したオファーが正常に実行されることを、少なくとも1回確認します。

その後、テスト・クライアント ID を使用して推奨要求がテスト Web サイトから受信されると、システムは、プロダクション・クライアント ID によって要求されたかのように自動的に推奨を返します。

この自動化プロセスにより、プロダクション Web サイトの実施または変更前に、プロダクション・クライアント ID の下にある実データを使用して、Digital Recommendations の実装をテストできます。テスト・クライアント ID でテスト・サイトを使用すると、プロダクション Web サイトのビジネス・レポートに影響が及ぶのを避けることができます。

既に Digital Recommendations を実行している場合は、同じ手順を使用して、新規および変更したゾーン、オファー、または推奨プランをテストできます。

## ビジネス・ルールの結果のトラブルシューティング

定義したビジネス・ルールの結果が、オファー推奨に予定どおりに作用しない場合は、この手順を使用し、問題を特定してください。

1. オfferの「**ルール**」タブに戻り、ルールが正しくセットアップされていることを確認します。一般的に設定されるのは、NOT ロジックを使用してアイテムを除外し、NOT オプションは除外するというルールです。
2. ビジネス・ルール・ポリシー、欠落している属性データの影響、およびこのポリシーの設定を理解してください。不明な点があれば、「**管理**」>「**コンテンツ・オファー**」>「**属性**」タブにある設定を調べてください。設定にアクセスできない場合は、管理者に問い合わせてください。

## 推奨が少なすぎる場合のトラブルシューティング

他のターゲットに推奨があるにもかかわらず、特定のターゲットに推奨がない場合は、以下の手順を実行して問題を特定してください。

1. Digital Recommendations が推奨を生成する機能は、設定されたデータ分析期間にアイテムが取得するトラフィックの量とビジネス・ルールがアイテムを除外する程度に依存します。
2. ビジネス・ルールが設定されたら、選択されたオfferの「**ルールの統計**」タブにナビゲートします。テーブル内の情報により、特定のルールがアイテムを推奨から除外している程度を把握できます。
3. ルールがあまりに多くの推奨を除外する場合は、そのルールを緩めるか、あるいは、そのルールを完全に除去することを検討してください。一部のルールは必要ですが、個人的な経験に基づいてルールを考へつくことも少なくありません。時には、ルールが多くなることは推奨が少なくなることと等しく、すなわち売上の上昇が少ないことを意味します。
4. すべてのターゲットに適用されるルールがある場合は、そのルールをすべてのターゲットに適用する必要があるかどうかを検討してください。必要な結果を達成するには、ルールを特定のカテゴリーのアイテムに適用して、必要よりも多くのアイテムに対してルールが作用することがないようにしてください。
5. アイテムの推奨の数が限られていて、ルールが原因ではないと思われる場合は、カテゴリー・レポートにアクセスして、レポートの期間を調査対象オfferのデータ分析期間と一致するように設定します。問題のアイテムを検索して、その期間にどれだけの数の表示と購買があったかを表示します。アイテムに対するインタラクションがほとんどない場合、Digital Recommendations が、推奨を生成するための十分なデータを取得していないことが考えられます。より多くのデータが収集できるように、データ分析期間を延長することを検討してください。理想的なデータ分析期間とは、推奨対象の必要なデータ量を取得する最短の時間であることを覚えておいてください。

## レポート

レポートには、推奨のパフォーマンスについての情報が記載されます。

Digital Recommendations は、パフォーマンス・レポートおよび A/B テスト・パフォーマンス・レポートを提供します。

## コンテンツ・ゾーン・パフォーマンス・レポート

コンテンツ・ゾーン・パフォーマンス・レポートには、Digital Recommendations によって送信されたコンテンツの推奨の値に関連する情報が表示されます。表示されるのは、サイト全体の情報と、カテゴリー別（例えば、ゾーンとそれらのゾーン内のすべてのサブカテゴリー）に分類された情報の両方です。

グラフの下にある「**テーブル**」セクションでチェック・ボックスを使用して、グラフにカテゴリーを追加することができます。

コンテンツ・オfferの場合は、「**管理**」>「**レポート構成**」>「**コンテンツ・ゾーン・パフォーマンス**」機能を使用し、Digital Recommendations が推進したページ・ビューのトラッキングに使用する Category Definition File から親カテゴリーを選択します。

## エレメント・レポート

エレメント・レポートは、各エレメントまたは各エレメント・カテゴリーのビュー数を示します。

グラフの下にある「テーブル」セクションでチェック・ボックスを使用して、グラフにカテゴリーを追加することができます。

エレメント・オファーの場合は、「管理」 > 「レポート構成」 > 「エレメント・レポート・オプション」機能を使用して、トラッキングするエレメント・カテゴリーを選択します。

## A/B テスト・パフォーマンス・レポート

A/B テスト機能は、ダイナミック推奨を使用してサイトが実装されている場合にのみ使用できます。

A/B テスト・パフォーマンス・レポートは、Digital Analytics エレメント・レポートを元に生成されます。このレポートには、Digital Recommendations の A/B テスト・ツールで構成されている、すべてのアクティブな A/B テストの結果が示されます。

このレポートには、リフト指標を始めとする多くの指標を表示できます。リフト指標は(テスト分割指標-制御指標)/制御指標として計算されます。

## レポート・オプションの選択

レポートの上部にあるアイコンおよびリストを使用して、追加のオプションを選択できます。

すべてのレポートで、以下の操作ができます。

- 左上のアイコンをクリックして、グラフ・データの外観を変更する。
- 各セクションの左上にある **-/+** または矢印アイコンをクリックしてセクションを縮小または展開し、データ、データ・グラフ、またはデータ・グリッドの上にコントロールを表示する。
- 「**コメント**」をクリックして、コメントを入力し、保存する。詳しくは、[86 ページの『レポートの保存』](#)を参照してください。

右上にある「**レポート**」リストを使用して、パフォーマンス・データのレビュー方法を選択します。

- 「**レポート**」には、特定の時点のデータが示されます。
- 「**トレンド**」には、経時的変化が示されます。

以下の表示オプションのいずれかを選択すると、追加のオプションを使用できます。

### レポート・ビューのオプション

- レポート期間を定義するには、右上の「**期間 A**」フィールドまたは「**レポート・オプション**」のカレンダー・アイコンをクリックします。時間に関するレポートについては、[86 ページの『比較の期間の選択』](#)を参照してください。
- レポートに含める指標を事前定義リストから選択するには、または独自の式を作成するには、「**レポート・オプション**」をクリックし、次に「**指標**」タブをクリックします。
- レポート対象の値を減らし、定義する特性に一致する値のみ取得するには、「**レポート・オプション**」をクリックし、次に「**フィルター**」タブをクリックします。
- 2つの期間を含むレポートを生成するための計算を指定するには、「**レポート・オプション**」をクリックし、次に「**比較設定**」タブをクリックします。

### トレンド・ビューのオプション

- トレンド・ビューの時間フレームを指定するには、右上にあるリストを使用して、期間の長さを指定します。その他のオプションを使用するには、カレンダー・アイコン、または右上にある「**レポート・オプション**」をクリックします。
- 比較のために、前年の同期間に対するデータをプロットする 2 番目の傾向線を含めるには、右上の「**前年を表示**」チェック・ボックスを選択します。2つの傾向線を含むトレンド・ビューでは、X 軸の値が、現行年の同じカレンダー日付または同じ曜日に一致するように、前年のデータをプロットできます。「**日付別に調整**」または「**曜日別に調整**」を選択します。
- 傾向線に 4 週間の平均平滑化を適用するには、右上にある「**レポート・オプション**」をクリックし、「**スムージング**」チェック・ボックスにチェック・マークを付けます。

- トレンド・ビューの指標を選択するには、グラフの左上にある「**指標を選択**」リストを使用します。

## レポートの保存

レポートを保存し、オプションで Digital Recommendations 内でそれらを共有すること、他のユーザーが使用するためにレポートを印刷、ダウンロードすること、およびレポートを E メールで送信することができます。

レポートに関するこれらのオプションのいずれかを選択するには、右上にあるアイコンをクリックします。

レポートを E メールで送信することを選択する場合、以下のオプションがあります。

- レポートを 1 回送信する、または指定した「期間 A」の期間に基づいた定期スケジュールに従い送信する。
- ファイル・タイプを指定する。
- 比較期間 (期間 B) など、レポートに含める期間を選択する。
  - 定期スケジュールに従い E メールで送信されるレポートに対し、相対期間または固定期間を指定する。
  - E メールで送信されるレポートに対し、固定期間を指定する。
  - または、「**B 範囲は含めない**」をクリックすることで、「期間 A」の期間のみレポートに含まれるようにする。
- 固有のファイル名を指定する。
- 宛先のリスト、および E メール・メッセージの件名を指定する。

## 比較の期間の選択

単一期間のパフォーマンス・データを確認すること、または 2 つの期間を比較することができます。

Digital Recommendations レポートを表示するには、特定のまたは相対的な日、週、月、四半期、または年を指定することで、1 番目の「期間 A」時間フレームを定義します。カレンダー・アイコンをクリックすると、各種のオプションを使用できます。

比較のために 2 番目の「期間 B」時間フレームを含めるには、「**期間 B**」チェック・ボックスにチェック・マークを付け、期間を選択します。

注: トレンド・ビューの場合、「期間 A」および「期間 B」は指定しません。代わりに、前年の同じ期間に対して傾向線をプロットできます。

## コンテンツ推奨用のレポート指標の用語集

レポートおよびダッシュボードで使用するすべての指標の説明。

注: A/B テスト・レポートの場合、「**リフト指標**」は (テスト分割指標 - 制御指標) / 制御指標として計算されます。

### 全エントリー数に占める割合

(エントリー・ページ・ビュー/全訪問回数) 選択した期間内に指定のページまたはエレメントで開始したすべての訪問の割合。

### 全離脱数に占める割合

(離脱ページ・ビュー/全訪問回数) 選択した期間内に指定のページまたはエレメントで終了した全訪問の割合。

### 全ページ・ビュー回数に占める割合

(ページ・ビュー/全訪問回数) 選択した期間内に指定のページまたはエレメントを表示したすべての訪問の割合。

### 全訪問回数に占める割合

全訪問回数に占めるページまたはエレメントを表示した割合

### 表示されたページの平均数

ページ・ビュー回数/訪問 - 訪問 1 回あたりの平均ページ・ビュー回数

## 1 ページあたりの平均時間

選択した期間に、指定したページ、エレメント、またはカテゴリーが含まれるコンテンツ・カテゴリーに訪問者が滞在した時間の平均 (分と秒で表示)。

## 直帰率

訪問中に 1 つのページまたはエレメントのみ表示し、それがページまたはエレメントであった全訪問者の訪問回数の割合。

## エントリー・ページ・ビュー

選択した期間内に指定のページまたはエレメントで開始した訪問の回数。

## イベント・ポイント数

イベント・ポイントの総数。イベント・データは、コンバージョン・イベント・タグによって収集されます。アクションの種類 = 1 は、開始を示します。アクションの種類 = 2 は、完了を示します。イベント・ポイント値を渡すことはオプションです。

## イベント・ポイント数/訪問

訪問あたりの平均イベント・ポイント数 (式: イベント・ポイント / 訪問回数)。イベント・データは、コンバージョン・イベント・タグによって収集されます。アクションの種類 = 1 は、開始を示します。アクションの種類 = 2 は、完了を示します。イベント・ポイント値を渡すことはオプションです。

## イベント数/訪問

訪問 1 回あたりの平均イベント数。

## 完了イベント数

完了したコンバージョン・イベントの数。収集されたタイプ = 2 のコンバージョン・イベント・タグの数。イベント・データは、コンバージョン・イベント・タグによって収集されます。アクションの種類 = 1 は、開始を示します。アクションの種類 = 2 は、完了を示します。イベント・ポイント値を渡すことはオプションです。

## 離脱ページ・ビュー

選択した期間内に指定のページまたはエレメントで終了した訪問の回数。

## 新規訪問者数

選択した期間内に初めて訪れた訪問者の数。

## 1 ページの訪問回数

選択した期間内に 1 つのページまたはエレメントのみ表示した訪問者の数。

## ページ URL

参照元のページの URL。

## ページ・ビュー

指定したフォームを含むページに対する訪問者によるページ・ビューまたはエレメント・ビューの総数。

## ページ・ビュー/訪問

訪問あたりのページ・ビューまたはエレメント・ビューの平均数。

## 訪問エントリー率

指定したページまたはエレメントがエントリー・ページ・ビューであった訪問の比率。

## 訪問再試行率

指定したページまたはエレメントが再試行を必要とした訪問の比率。

## 訪問回数

訪問の総数。訪問は、収集レコード間の非アクティブな時間が 30 分以内である、共通訪問 Cookie によって収集されたレコードのシーケンスによって定義されます。

## パフォーマンス・ダッシュボード

特定のデータを表示するようにダッシュボードをカスタマイズできます。ダッシュボードには、Digital Recommendations レポートのサマリーが表示されます。

### プロダクト・ゾーン・パフォーマンス・モジュール

### コンテンツ・ゾーン・パフォーマンス・モジュール

Digital Recommendations が既に実装されているという前提では、アプリケーションでの最初のステップは、パフォーマンス・ダッシュボードを閲覧することです。これらのダッシュボードにより、アプリケーション内でレポート機能が提供されます。ページ・サイト・パフォーマンス・ダッシュボード、コンテンツ・ゾーン・パフォーマンス・ダッシュボード、およびエレメント・レポート・ダッシュボードを示す標準ダッシュボードを表示することができます。ページ・サイト・パフォーマンス・モジュールは、Digital Recommendations 実装の結果として生じたページ・ビューを示します。コンテンツ・ゾーン・パフォーマンスは、サイト上にある、Digital Recommendations の推奨を表示している各種ゾーンに帰因するビューを示すことで、パフォーマンスを詳細に示します。エレメント・レポート・ダッシュボードは、各エレメントのビュー数を示します。

## ダッシュボードの表示

標準のダッシュボードまたは自分が作成したダッシュボードを表示できます。

### このタスクについて

Digital Recommendations は、コンテンツ・ゾーン・パフォーマンス・ダッシュボードとページ・サイト・パフォーマンス・ダッシュボードが標準ダッシュボード・カテゴリに入った状態で初めは構成されています。他にもダッシュボードを作成した場合、それらは標準ダッシュボード以外のカテゴリに置かれています。

### 手順

1. サイド・ナビゲーション枠で、「**ダッシュボード**」をクリックします。
2. ダッシュボードが属するダッシュボード・カテゴリをクリックします。
3. ダッシュボードをクリックして表示します。

## 標準ダッシュボード

標準ダッシュボードを使用して、モジュールのパフォーマンスをモニターします。

Digital Recommendations 実装には、ページ・サイト・パフォーマンス・モジュールとコンテンツ・ゾーン・パフォーマンス・モジュールが入っている標準ダッシュボードが含まれています。

ダッシュボード・モジュールについて詳しくは、以下を参照してください。

- [90 ページの『A/B テスト・ダッシュボード・モジュール』](#)
- [KPI スパーク・ダッシュボード・モジュール](#)
- [プロダクト・サイト・パフォーマンス・ダッシュボード・モジュール](#)

注: 標準ダッシュボードは編集できません。ただし、カスタム・ダッシュボードを作成することができます。88 ページの『[ダッシュボードの作成](#)』を参照してください。

## ダッシュボードの作成

標準ダッシュボードが収集しない情報を収集するカスタム・ダッシュボードを作成できます。

### 手順

1. サイド・ナビゲーション枠で、「**ダッシュボード**」をクリックします。

2. ダッシュボードを作成するには、「操作」メニューから「新規ダッシュボードの作成」をクリックします。
3. ダッシュボードを配置する既存のカテゴリを選択するか、カテゴリを作成します。
4. モジュールをクリックし、「構成ビュー」にドラッグすることで、それらのモジュールをダッシュボードに追加します。任意の組み合わせのモジュールを追加でき、同じタイプのモジュールを複数追加することもできます。
5. ダッシュボードを保存します。
6. ダッシュボード・モジュールを編集します。

### 関連タスク

#### 90 ページの『[A/B テスト・ダッシュボード・モジュールの編集](#)』

A/B テスト・ダッシュボードはカスタマイズ可能です。

#### 91 ページの『[ページ・サイト・パフォーマンス・ダッシュボード・モジュールの編集](#)』

モジュールの右上隅にある「ダッシュボードを編集」アイコンをクリックすることで、ページ・サイト・パフォーマンス・モジュールを編集できます。

#### 89 ページの『[コンテンツ・ゾーン・パフォーマンス・ダッシュボード・モジュールの編集](#)』

モジュールの右上隅にある「ダッシュボードを編集」アイコンをクリックすることで、ページ・ゾーン・パフォーマンス・モジュールを編集できます。

#### 90 ページの『[エレメント・レポート・モジュールの編集](#)』

モジュールの右上隅にある「ダッシュボードを編集」アイコンをクリックすることで、エレメント・レポート・モジュールを編集できます。

## コンテンツ・ゾーン・パフォーマンス・ダッシュボード・モジュール

サイトにデプロイされたコンテンツ・ゾーンのデータを表示します。

コンテンツ・ゾーン・パフォーマンス・ダッシュボード・モジュールは、サイトにデプロイされたコンテンツ・ゾーンのデータを表示します。これらのダッシュボードを使用すると、指定の期間内でカテゴリについて単一指標のパフォーマンスを表示できます。複数のモジュールを構成して、ダッシュボードの値を増やすことができます。

### コンテンツ・ゾーン・パフォーマンス・ダッシュボード・モジュールの編集

モジュールの右上隅にある「ダッシュボードを編集」アイコンをクリックすることで、ページ・ゾーン・パフォーマンス・モジュールを編集できます。

### このタスクについて

ゾーン・パフォーマンス・ダッシュボードの最も一般的な編集方法を以下に示します。

- 「期間」フィールドを使用して、ダッシュボードで対象とする期間を変更する。
- 表示しているエレメント・カテゴリを変更する。
- 「ゾーン・パフォーマンス・トラッキング・フィルター」を使用して、ダッシュボードに含めるカテゴリを変更する。ページ・ゾーン・パフォーマンス・ダッシュボードのカテゴリのデフォルトは「管理」 > 「ゾーン・パフォーマンス・トラッキング」 > 「コンテンツ・ゾーン・パフォーマンス」で指定されません。
- ダッシュボードにモジュールを追加する。

## エレメント・レポート・ダッシュボード・モジュール

エレメント・レポート・ダッシュボード・モジュールは、Digital Recommendations が推奨する各エレメントのビュー数を示します。

### エレメント・レポート・モジュールの編集

モジュールの右上隅にある「ダッシュボードを編集」アイコンをクリックすることで、エレメント・レポート・モジュールを編集できます。

### このタスクについて

エレメント・レポート・ダッシュボードの最も一般的な編集方法を以下に示します。

- 「期間」パラメーターを使用して、ダッシュボードで対象とする期間を変更する。
- モジュールで表示する指標を変更する。
- 「ゾーン・パフォーマンス・トラッキング・フィルター」を使用して、ダッシュボードに含めるカテゴリを変更する。このパラメーターのデフォルトは、「管理」 > 「ゾーン・パフォーマンス・トラッキング」 > 「エレメント・レポート・オプション」で指定される親カテゴリです。
- ダッシュボードにモジュールを追加する。

表示している指標を変更する必要がある場合は、ダッシュボード・モジュールを作成します。

## A/B テスト・ダッシュボード・モジュール

A/B テスト・ダッシュボード・モジュールを使用して、アクティブな A/B テストの各グループのパフォーマンスを棒グラフにプロットできます。

モジュールで計測する A/B テストを指定し、パフォーマンスの査定にどの KPI を使用するかを指定することができます。パフォーマンス・ダッシュボード・モジュール・タイプの A/B テストは、ご使用の実装でフラット・ファイル推奨のみを使用するように構成されている場合は、使用不可になります。

### A/B テスト・ダッシュボード・モジュールの編集

A/B テスト・ダッシュボードはカスタマイズ可能です。

### このタスクについて

モジュールの右上隅にある「ダッシュボードを編集」アイコンをクリックすることで、A/B テスト・モジュールを編集できます。

A/B テスト・モジュールの最も一般的な編集方法を以下に示します。

- トラッキングする A/B テストを変更する。AB テストごとに別々のモジュールを作成することもできます。
- モジュールで表示する指標を変更する。
- ダッシュボードにモジュールを追加する。

## ページ・サイト・パフォーマンス・ダッシュボード・モジュール

指定された日数にわたる推奨の全体的パフォーマンスを表示します。

ページ・サイト・パフォーマンス・ダッシュボードは、サイト・ページ・ビュー回数の合計、および Digital Recommendations によって生成された推奨に帰因するサイト・ページ・ビュー回数を表示します。表示される指標には次のものがあります。

- 合計ビュー回数 - サイト全体の累積ビュー回数。
- Digital Recommendations ビュー回数 - 「管理」 > 「ゾーン・パフォーマンス・トラッキング」 > 「コンテンツ・ゾーン・パフォーマンス」ページで選択された親カテゴリのすべてのページの合計ページ・ビュー回数の累計。
- 合計ビュー回数に占める割合 - Digital Recommendations のビュー回数 / 合計ビュー回数。

## ページ・サイト・パフォーマンス・ダッシュボード・モジュールの編集

モジュールの右上隅にある「ダッシュボードを編集」アイコンをクリックすることで、ページ・サイト・パフォーマンス・モジュールを編集できます。

### このタスクについて

ページ・サイト・パフォーマンス・ダッシュボードの最も一般的な編集方法を以下に示します。

- 「期間」を使用して、ダッシュボードで対象とする期間を変更する。
- 「ページ・パフォーマンス・トラッキング・フィルター」を使用して、ダッシュボードに含めるカテゴリを変更する。ページ・サイト・パフォーマンス・ダッシュボードのカテゴリのデフォルトは「管理」 > 「ゾーン・パフォーマンス・トラッキング」 > 「コンテンツ・ゾーン・パフォーマンス」で指定されます。
- ダッシュボードにモジュールを追加する。

## ダッシュボードの共有

チームの他のユーザーとカスタム・ダッシュボードを共有したり、カスタム・ダッシュボードの1つを変更して自分だけが見られるようにすることができます。

### このタスクについて

デフォルトでは、カスタム・ダッシュボードを使用できるのは、それを作成したユーザーに限られます。特定のユーザー・グループのみが使用できるようにダッシュボードを変更することもできれば、グローバルにすべてのユーザーが使用できるようにダッシュボードを変更することもできます。カスタム・ダッシュボードを他と共有していた場合は、自分専用ダッシュボードを再度変更することができます。

### 手順

1. サイド・ナビゲーションで、共有するダッシュボードを選択します。
  2. 「操作」メニューから「ダッシュボードを共有」を選択します。
  3. 次のいずれかのオプションを選択します。
    - **ダッシュボードのオーナーのみが表示可能:** ダッシュボードを、それを作成したユーザー専用にしします。
    - **全ユーザーと共有:** システムのすべてのユーザーがダッシュボードを使用できます。
    - **次のグループのユーザーのみで共有:** リストから選択するすべてのユーザー・グループがダッシュボードを使用できます。
- 注: ユーザー・グループは、アドミン機能を使用して管理します。

## ダッシュボードのEメール送信

ダッシュボードをEメールで共有できます。

### このタスクについて

以下の手順に従って、ダッシュボードに関連付けられたデータを任意のEメール・アドレスにEメールで送信してください。

### 手順

1. Eメールで共有するダッシュボードに移動します。
2. ダッシュボードの右上にある封筒アイコンをクリックします。
3. Eメールを1回のみ、あるいは毎日、毎週、または毎月のスケジュールで送信するかを指定します。
4. 「保存」をクリックします。

## コンテンツ推奨用のレポート指標の用語集

レポートおよびダッシュボードで使用するすべての指標の説明。

注: A/B テスト・レポートの場合、「リフト指標」は (テスト分割指標 - 制御指標) / 制御指標として計算されます。

### 全エントリー数に占める割合

(エントリー・ページ・ビュー/全訪問回数) 選択した期間内に指定のページまたはエレメントで開始したすべての訪問の割合。

### 全離脱数に占める割合

(離脱ページ・ビュー/全訪問回数) 選択した期間内に指定のページまたはエレメントで終了した全訪問の割合。

### 全ページ・ビュー回数に占める割合

(ページ・ビュー/全訪問回数) 選択した期間内に指定のページまたはエレメントを表示したすべての訪問の割合。

### 全訪問回数に占める割合

全訪問回数に占めるページまたはエレメントを表示した割合

### 表示されたページの平均数

ページ・ビュー回数/訪問 - 訪問 1 回あたりの平均ページ・ビュー回数

### 1 ページあたりの平均時間

選択した期間に、指定したページ、エレメント、またはカテゴリが含まれるコンテンツ・カテゴリに訪問者が滞在した時間の平均 (分と秒で表示)。

### 直帰率

訪問中に 1 つのページまたはエレメントのみ表示し、それがページまたはエレメントであった全訪問者の訪問回数の割合。

### エントリー・ページ・ビュー

選択した期間内に指定のページまたはエレメントで開始した訪問の回数。

### イベント・ポイント数

イベント・ポイントの総数。イベント・データは、コンバージョン・イベント・タグによって収集されます。アクションの種類 = 1 は、開始を示します。アクションの種類 = 2 は、完了を示します。イベント・ポイント値を渡すことはオプションです。

### イベント・ポイント数/訪問

訪問あたりの平均イベント・ポイント数 (式: イベント・ポイント / 訪問回数)。イベント・データは、コンバージョン・イベント・タグによって収集されます。アクションの種類 = 1 は、開始を示します。アクションの種類 = 2 は、完了を示します。イベント・ポイント値を渡すことはオプションです。

### イベント数/訪問

訪問 1 回あたりの平均イベント数。

### 完了イベント数

完了したコンバージョン・イベントの数。収集されたタイプ = 2 のコンバージョン・イベント・タグの数。イベント・データは、コンバージョン・イベント・タグによって収集されます。アクションの種類 = 1 は、開始を示します。アクションの種類 = 2 は、完了を示します。イベント・ポイント値を渡すことはオプションです。

### 離脱ページ・ビュー

選択した期間内に指定のページまたはエレメントで終了した訪問の回数。

### 新規訪問者数

選択した期間内に初めて訪れた訪問者の数。

### 1 ページの訪問回数

選択した期間内に 1 つのページまたはエレメントのみ表示した訪問者の数。

### ページ URL

参照元のページの URL。

### ページ・ビュー

指定したフォームを含むページに対する訪問者によるページ・ビューまたはエレメント・ビューの総数。

### ページ・ビュー/訪問

訪問あたりのページ・ビューまたはエレメント・ビューの平均数。

### 訪問エントリー率

指定したページまたはエレメントがエントリー・ページ・ビューであった訪問の比率。

### 訪問再試行率

指定したページまたはエレメントが再試行を必要とした訪問の比率。

### 訪問回数

訪問の総数。訪問は、収集レコード間の非アクティブな時間が30分以内である、共通訪問Cookieによって収集されたレコードのシーケンスによって定義されます。

## ワークブック

---

ワークブックを作成して、よく使用されるタブをグループにまとめてアクセスしやすくすることができます。

以下に、ワークブックの使用法の例をいくつか示します。

- 他のユーザーとレポートやダッシュボードを共有します。
- レポートとダッシュボードを、必要とするたびに同じフォーマットでダウンロードします。
- プレゼンテーションまたは配信用にデータをスプレッドシートにダウンロードし、自分の考え方を他のユーザーと共有します。
- エグゼクティブ概要のダッシュボードのセットを作成します。
- 頻繁に使用するレポートのセットを作成します。

### ワークブックの作成

ワークブックを作成するには、ワークブックに含めるコンポーネントを開き、次にそれらをワークブックとして保存します。

#### このタスクについて

コンポーネントを表示すると常に、画面上部のタブに、コンポーネント・タイトルが表示されます。コンポーネントをさらに開くと、タブがさらに表示されます。

#### 手順

1. 1つ以上のタブが表示されている場合、サイド・ナビゲーション枠から「ワークブック」をクリックします。
2. 「操作」メニューで、「保存」をクリックします。

#### タスクの結果

開いているすべてのタブがワークブックに保存されます。

### ワークブックの共有

ワークブックを使用して構成コンポーネントのグループを他のユーザーと共有することができます。また、重要なダッシュボードとレポートのセットをまとめて、それをシステムの他のユーザーと共有できます。

#### 手順

1. 共有するワークブックに含める構成コンポーネント、ダッシュボード、またはレポートを開きます。
2. サイド・ナビゲーション枠にある「ワークブック」をクリックします。
3. 「操作」をクリックします。
4. 「保存」を選択します。
5. 「新しいワークブックとして保存」を選択し、ワークブックの記述名を入力します。

6. サイド・ナビゲーション枠に保存されたワークブックを選択します。
7. 「操作」メニューから、「共有」を選択します。
8. ワークブックを共有する人を選択します。

#### 次のタスク

ワークブックの共有を停止するには、「ワークブックを共有」ダイアログ・ボックスの「ワークブックのオーナーのみが表示可能」を選択します。

### 頻繁に使用するダッシュボードまたはレポートの表示

頻繁に使用するレポートやダッシュボードを含むワークブックをセットアップできます。

#### 手順

1. 頻繁に表示するすべてのレポートおよびダッシュボードを開きます。
2. サイド・ナビゲーション枠にある「ワークブック」をクリックします。
3. 「操作」をクリックします。
4. 「保存」を選択します。
5. 「新しいワークブックとして保存」を選択し、ワークブックの適切な名前を入力します。

#### 次のタスク

次回、システムを使用するときには、このワークブックを選択します。

### 繰り返しダウンロード用にダッシュボードまたはレポートのセットをグループ化する

レポートとダッシュボードを定期的にダウンロードする場合、レポートとダッシュボードをワークブックにグループ化し、そのワークブックをダウンロードするほうが能率的です。この方法により、ダウンロードのたびに必ず同じように情報が表示されます。

#### 手順

1. レポート対象のすべてのレポートおよびダッシュボードを開きます。
2. サイド・ナビゲーション枠にある「ワークブック」をクリックします。
3. 「操作」を選択します。
4. 「保存」を選択します。
5. 「新しいワークブックとして保存」を選択し、ワークブックの適切な名前を入力します。
6. 「ワークブック」をクリックします。
7. サイド・ナビゲーション枠で、「操作」を選択します。
8. 「ダウンロード」を選択します。

#### 次のタスク

次回、これらのダッシュボードとレポートをダウンロードするときには、このワークブックを選択してステップ5を繰り返します。

### ワークブックを迅速にロードできるよう構成する

頻繁に使用するワークブックがある場合、ワークブックをキャッシュに入れて、次に開くときに迅速にロードできるようにします。

#### 手順

1. サイド・ナビゲーション枠で、「ワークブック」をクリックします。
2. キャッシュに入れるワークブックを選択します。
3. 「操作」メニューで、「キャッシュ」を選択します。最大10個のワークブックをキャッシュに入れることができます。

## ワークブックの全タブを閉じる

ワークブック内のアイテムの表示または構成が終了したら、1つの操作ですべてのタブを速やかに閉じることができます。

### 手順

「ワークブック・アクション」 > 「すべてのタブを閉じる」を選択します。

## A/B テスト

Digital Recommendations には、A/B テスト機能があります。この機能は、Digital Recommendations の各種設定がサイト・パフォーマンスにどう影響するか判断するために、A、B、C、D に分かれた分割テストを実行できるように設計されています。

A/B テストを使用して、ビジネス・ルール、サイト・ゾーンの位置 (フォールドの上または下)、および特定のサイト・ゾーンに配信される推奨の数をテストできます。

ダイナミック推奨を使用している場合に限り、A/B テストを使用できます。

### A/B テストの処理方法

Digital Analytics で追跡されている Web サイトに新規訪問者がアクセスすると、テスト実行中か否かに関係なく、A/B テストのランダム番号が 0 から 99 までの中から 1 つ割り当てられます。この値は、Digital Recommendations の個別化 Cookie 内で設定されて、その Cookie が削除されるまで、訪問者に付帯します。A/B テストはサイト・ゾーンに関連付けられます。アクティブ A/B テストが実行されているサイト・ゾーンに訪問者がアクセスすると、そのテストの名前および当該訪問者が属するテスト・グループの名前と共に単一の Digital Analytics エlement・タグが Digital Recommendations に送信されます。A/B テストの結果についてレポートするために、Digital Recommendations により、適切な Element・タグ変数を条件として使用してレポート・セグメントが作成されます。トップ・ライン、マーチャンダイジング、およびレポート・セグメントのフィルター処理をサポートするその他の Digital Analytics レポートを使用して、各テスト・グループの結果を判断できます。

### テスト・グループと複数のゾーンのテスト

Digital Recommendations A/B テストは、サイト・ゾーンに関連付けられます。ただし、テスト・シナリオを実行するために、複数の A/B テストが同時に動作するように構成する場合があります。一般的に、一度に 1 つの仮説またはシナリオのみをテストします。複数の仮説を一度にテストすると、コンバージョンの上昇や下降の原因となっている変化を判断するのが難しくなります。

複数の Digital Recommendations A/B テストを使用して単一の仮説をテストする場合、各テストに平等にパーセンテージを分割します。例えば、ゾーン 1 で A/B テストを実行し、そのテストの分割比がコントロール・グループとテスト A グループの間で 50 対 50 に設定されているとします。2 番目の A/B テストをゾーン 2 で実行する場合、そのテストの分割比は、コントロール・グループとテスト A グループの間で 50 対 50 に設定する必要があります。0 から 49 までのテスト番号を割り当てられたすべての訪問者は、両方のテストでコントロール・グループに入ります。50 から 99 までのテスト番号を割り当てられたすべての訪問者は、両方のテストでテスト A グループに入ります。

## 推奨の比較

Digital Recommendations で作成した任意のオファーの結果を Digital Recommendations を使用しない結果と比較することができます。

### 手順

1. テスト用のコントロール・オファーがない場合、オファーを作成します。
2. 作成したオファーを使用する推奨プランを作成します。
3. 作成した推奨プランを使用するゾーンを作成します。

4. A/B テストを作成します。
5. 「ゾーン」フィールドで作成されたゾーンを指定します。
6. 「コントロール」テスト要素に、作成した推奨プランを指定します。
7. 「テスト A」テスト要素に、推奨プランとして「**推奨がありません**」を選択します。
8. コントロールとテスト A に対し、それぞれ 50% を指定します。
9. コントロールとテスト A に対し、同数の推奨を指定します。
10. A/B テスト・レポートで、または A/B パフォーマンス・ダッシュボードでテスト結果を確認します。  
指定したテスト終了日が過ぎると、結果が出ます。

## A/B テストの作成

以下の手順を使用して A/B テストを作成できます。

### 手順

1. サイド・ナビゲーション枠で「**A/B テスト**」をクリックします。
2. 「操作」 > 「**新規 A/B テストを作成**」をクリックします。
3. 実行するテストの適切な名前と説明を入力します。  
**注:** テストの名前は必ず固有になるようにし、いかなるカテゴリー ID とも競合しないようにしてください。
4. テストを適用するゾーンを指定します。
5. テストの開始日と終了日を指定します。
6. テストのコントロールのパラメーターを指定します。
7. テスト A のパラメーターを指定します。
8. 複数のバリエーションを実行する場合、「**要求を追加**」をクリックしてテスト B を追加します。「**要求を追加**」をもう一度クリックすると、テスト C を追加できます。
9. % 列で、テスト全体にわたってテストの分割比を均等に設定します。  
例えば、コントロールとテスト A がある場合は、両方とも 50% に設定します。コントロール、テスト A、およびテスト B がある場合、それぞれ 33% に設定します。
10. テストをアクティブにします。

### 関連概念

[99 ページの『A/B テスト結果の評価』](#)

A/B テスト結果を評価するにはさまざまな方法があります。

### 関連タスク

[95 ページの『推奨の比較』](#)

Digital Recommendations で作成した任意のオファーの結果を Digital Recommendations を使用しない結果と比較することができます。

[97 ページの『オファーの比較』](#)

その他の有益なテストは、異なる構成の 2 つのオファーの結果を比較することです。

[97 ページの『ゾーンのヘッダー・テキストのテスト』](#)

ゾーンのヘッダー・テキストに加えた変更の影響をテストできます。

[97 ページの『推奨の数のテスト』](#)

推奨の数により結果が改善されるかどうかをテストできます。

[98 ページの『ゾーン配置のテスト』](#)

異なるゾーンに配置されている推奨に対して訪問者がどのように反応するかをテストします。

[98 ページの『A/B テストの非アクティブ化』](#)

指定の日付で停止するように構成された A/B テストは、その指定の終了日まで実行されます。このテストは、指定の終了日の翌日午前早くに Digital Recommendations プロセスのすべてが完了すると停止します。

## オファーの比較

その他の有益なテストは、異なる構成の 2 つのオファーの結果を比較することです。

### このタスクについて

このシナリオでは、オファーを同じにし、データ分析期間など 1 つのパラメーターを変更します。例えば、一方のオファーには、強力な「表示から表示へ」の行動アルゴリズムを設定し、他方のオファーには、強力な「購入から購入へ」の行動アルゴリズムを設定します。

また、すべてのオファー・パラメーターを同じに作成し、一方で異なるルール・セットを使用することもできます。例えば、一方のオファーに、別のカテゴリーのアイテムを「除外」するルールを設定し、他方のオファーに、別のカテゴリーのアイテムを「重視しない」とするルールを設定できます。

### 手順

1. オファーを 2 つ作成し、一方を**コントロール**にし、もう一方を**テスト A**にします。これらのオファーの構成を同じにし、パラメーターまたはルールを 1 つだけ変更します。
2. 各オファーの推奨プランを作成します。両方の推奨プランで同じターゲットを使用します。一方の推奨プランでコントロール・オファーを選択し、他方の推奨プランでテスト A オファーを選択します。
3. A/B テストを作成します。
  - a) 作成したゾーンを指定します。
  - b) 「**コントロール**」テスト要素に、コントロール・オファーに関連付けられている推奨プランを選択します。
  - c) 「**テスト A**」テスト要素に、テスト A オファーに関連付けられている推奨プランを選択します。
4. A/B テスト・レポートで、または A/B パフォーマンス・ダッシュボードでテスト結果を確認します。指定したテスト終了日が過ぎると、結果が出ます。

## ゾーンのヘッダー・テキストのテスト

ゾーンのヘッダー・テキストに加えた変更の影響をテストできます。

### このタスクについて

例えば、「最近表示したページ: (Your recently viewed pages:)」と「表示したことがあるページ: (Pages that you viewed:)」をテストします。

### 手順

1. 同一の推奨プランを 2 つ作成します。
2. 1 番目の推奨プランのヘッダー・テキストを、テストする 1 番目のヘッダー・テキストに変更します。
3. 2 番目の推奨プランのヘッダー・テキストを、テストする 2 番目のヘッダー・テキストに変更します。
4. A/B テストを作成します。必ず 1 つ目の推奨プランをコントロールとして指定し、2 つ目の推奨プランをテスト A として指定します。
5. A/B テスト・レポートで、または A/B パフォーマンス・ダッシュボードでテスト結果を確認します。指定したテスト終了日が過ぎると、結果が出ます。

## 推奨の数のテスト

推奨の数により結果が改善されるかどうかをテストできます。

### このタスクについて

4 つの推奨を示すほうが 6 つの推奨を示すよりよいかどうかをテストします。

## 手順

1. ゾーンを開きます。

注: クライアント・ゾーン入力関数に配信される推奨の数は、A/B テスト設定内の標準設定です。

2. コントロールとテスト・グループに対する推奨の数を構成します。
3. A/B テスト・レポートで、または A/B パフォーマンス・ダッシュボードでテスト結果を確認します。指定したテスト終了日が過ぎると、結果が出ます。

## ゾーン配置のテスト

異なるゾーンに配置されている推奨に対して訪問者がどのように反応するかをテストします。

### このタスクについて

2つのゾーンを作成します。時間推奨の 50% を単一のゾーンに表示し、時間推奨の 50% を別のゾーンに表示します。訪問者には、テスト期間中と同じゾーン配置が表示されます。例えば、ページの下部にあるゾーンよりも水平ゾーンの方が効果的かどうかテストします。

## 手順

1. このテストは、両方のゾーンがサイトのページにコーディングされていること、および両方のゾーンが Digital Recommendations ダイナミック推奨の表示機能を使用して完全に機能すること (機能がテスト済みであること) を前提とします。
2. このテストでは、2つの A/B テストを作成する必要があります。以下のステップに従って A/B テスト 1 を作成します。テスト 1 対テスト 2 で対向するテスト・グループに「推奨がありません」を割り当てる必要があります。また、両方のテストで、分割比が、コントロール・グループとテスト・グループで同じでなければなりません。このように分割することにより、テスト 1 のコントロールに分けられる訪問者は、必ずテスト 2 のコントロールにも入れられるようになります。同様に、テスト 1 のテスト A グループに分けられる訪問者は、テスト 2 のテスト A グループにも入れられるようになります。
  - a) ゾーン 1 に 1 番目のテストを作成します。ここで、コントロール・グループには、50% の確率でフォルトの推奨セットが表示されます。
  - b) 残りの 50% の確率で「推奨がありません」が表示されるようにテスト A を構成します。「推奨がありません」のオプションは、A/B テスト設定の「推奨プラン」リストで選択可能です。「推奨がありません」を選択すると、Digital Recommendations はサイトのゾーン入力関数に「\_NR\_」を送信します。この応答により、サイト・ゾーンが表示されなくなります。
3. A/B テスト 2 は次のように作成します。
  - a) ゾーン 2 に 2 番目の A/B テストを作成します。ここで、コントロールは、50% の確率で「推奨がありません」を表示します。
  - b) テスト 1 のコントロール・グループで使用された推奨プランを使用するようにテスト A を構成します。

## A/B テストの非アクティブ化

指定の日付で停止するように構成された A/B テストは、その指定の終了日まで実行されます。このテストは、指定の終了日の翌日午前早くに Digital Recommendations プロセスのすべてが完了すると停止します。

### このタスクについて

テストが順調に進まない場合、即時に停止することが必要な場合があります。

## 手順

1. テストの「終了日」を過去の日付に変更します。
2. ナビゲーション・メニューから、「管理」>「推奨ブラックリスト」と選択します。
3. 「構成変更をパブリッシュ」をクリックします。

## タスクの結果

A/B テストは、構成変更をパブリッシュしたときから測って約 1 時間後に実行を停止します。

## A/B テスト結果の評価

A/B テスト結果を評価するにはさまざまな方法があります。

### エレメント・レポート

設定されたテスト・グループに分類された訪問者に対応する上位レベルの指標を表示します。

### レポート・セグメント

それぞれのテスト・グループに対して 1 つのレポート・セグメントを作成します。これを行うには、適切なエレメント・カテゴリ (テスト名) および表示エレメント数 (テスト・グループ ID) を、そのセグメントの条件として使用します。このレポート・セグメントを設定して、トップ・ラインのサマリーおよびカテゴリ・レポートをフィルターに掛けます。

### カテゴリ・レポートおよびトップ・ライン・レポートのフィルター

レポート・セグメントを確立できたら、カテゴリ・レポートおよびトップ・ライン・サマリー・レポートの「設定を開く」ボタンを使用して、この 2 つのレポートに含まれているテスト・グループのパフォーマンスを比較します。

## その他の連絡先情報

製品の改善に関するご意見は、IBM ([cm\\_feedback@us.ibm.com](mailto:cm_feedback@us.ibm.com)) にご連絡ください。

製品に関して支援が必要な場合は、IBM お客様サポート・センター (<https://support.ibmcloud.com>) にお問い合わせください。

また、お近くの IBM 営業所にご連絡いただくこともできます。

米国	
IBM 1001 E Hillsdale Boulevard Foster City, CA 94402 フリー・ダイヤル: 1.866.493.2673	IBM Austin 11501 Burnet Road Building 905, Floor 2 Austin, TX 78758-3400 フリー・ダイヤル: 1.866.493.2673
IBM Dallas 750 W John Carpenter Freeway Irving, TX 75039 フリー・ダイヤル: 1.866.493.2673	
ヨーロッパ	
IBM United Kingdom Limited 3 Furzeground Way Stockley Park Uxbridge Middlesex UB11 1EZ U.K. 電話: 020 8867 8003	IBM GmbH Beim Strohhaus 17 D-20097 Hamburg Germany 電話: 0800-180-2597

<p>IBM France 17 Avenue de l'Europe 92275 Bois Colombes Cedex France 電話: 0800 91 4912</p>	
<p>アジア太平洋</p>	
<p>IBM Hong Kong Limited Silvercord Tower 2 Room 907 30, Canton Road Tsim Sha Tsui Kowloon Hong Kong SAR, China 電話: +852 8201 0823 FAX: +852 8201 0832</p>	<p>IBM Australia and New Zealand 60 Southgate Ave Southgate VIC 3006 Australia (オーストラリア) 1800 69 CORE (ニュージーランド) 0800 69 CORE</p>

### IBM お客様のご意見をお寄せください

ご意見は以下の住所にお送りください。

IBM Bay Area Lab  
1001 E Hillsdale Boulevard  
Foster City, California 94404  
USA

以下に示す方法のいずれかによって、電子的にご意見をお寄せいただくことができます。

フリー・ダイヤル  
1+866-493-2673

サポート・センター:  
<https://support.ibmcloud.com>

World Wide Web:  
[www.ibm.com/marketing-solutions/](http://www.ibm.com/marketing-solutions/)

ご意見またはコメントには以下の情報を必ず記載してください。

- 本書のタイトル
- ご意見に関連するページ番号またはトピック

IBM は、お客様が提供するいかなる情報も、お客様に対してなんら義務も負うことのない、自ら適切と信ずる方法で、使用もしくは配布することができるものとします。

## サポート

### サポート・センター

サポート・サイトには、<https://support.ibmcloud.com> からアクセスできます。また、アプリケーション・メニュー・バーにある「サポート」リンクをクリックしてアクセスすることもできます。

サポート・センターのサイトには、以下が含まれています。

- **検索可能な知識ベース:** 質問に対する回答を得たり、基本的な資料 (実装ガイド、指標用語集、ユーザー・ガイド、リリース・ノートなど) に簡単にアクセスしたりできます。

- **研修ツール:** Web ベースのトレーニングやアーカイブ済みのオンライン・セミナーなど。
- **マーケティング情報:** ケース・スタディー、ホワイト・ペーパー、および今後のイベント (クライアント・サミットなど) が含まれています。
- **通知:** サポートからの通知です。
- **問題のトラッキング:** チケットの作成からその問題の解決までを追跡し、お客様のお問い合わせ状況を詳細に把握できるようにします。
- **フィードバック:** サポート・サイトの改善に関するお客様からのご提案を受け付けています。(アプリケーションに関するフィードバックを、cm\_feedback@us.ibm.com までお寄せください)。
- **チャット:** IBM のベスト・プラクティス担当者がすぐに対応します。

## 用語集

### A

#### A/B テスト (A/B testing)

サイトの収入やコンバージョンに関する Digital Recommendations のさまざまな設定の影響を判断できるよう、A、B、C、D に分かれた分割テストを実行するツールです。A/B テストを使用して、ビジネス・ルール、サイト・ゾーンの位置 (フォルドの上または下)、および特定のサイト・ゾーンに配信される推奨の数をテストできます。

#### アフィニティー・スコア (Affinity score)

あるターゲット・アイテムに対して特定のアフィニティーを持つ推奨アイテムの、相対的な見込みを要約したスコアです。Digital Recommendations は 4 つの別個のアフィニティー・スコアを計算し、このスコアを使用して、すべての推奨アイテムの最終アフィニティー・インデックスを計算します。

### B

#### ビジネス・ルール (Business Rules)

推奨の出力に一層の制約を課す場合に、ビジネス・ルールを使用します。「除外」ルールはアイテムを除外し、「重視しない」ルールはアイテムを除外する代わりに、それらのアイテムを推奨候補リストの最後に移動させます。ルールは、(カテゴリー・レベルで) グローバルに構成することも、アイテム属性ごとに構成することもできます。ルールが評価するデータは、お客様がインポート・ファイルにより IBM Digital Analytics システムにアップロードするビジネス・データです。ビジネス・ルールは常に、ターゲット・アイテムのセットに適合するように定義します。

#### ビジネス・ルール・データ (Business Rules Data)

アイテム属性データとカテゴリー・データです。このデータによって、「除外」ルールの処理が可能となり、カテゴリー、ランク、パブリッシャー、および他の属性に基づくビジネス・ルールが使用可能になります。

### C

#### カテゴリー推奨 (Category Recommendations)

ビューの数によってランク付けされる、サイトの表示回数上位アイテムに基づく推奨です。これらの表示回数上位アイテムは、カテゴリー別にグループ化されます。これらの推奨は、Web サイトのさまざまな場所に表示できます。構成オプションにより、カテゴリー表示回数上位アイテムの結果を変更できます。例えば、Web サイトを訪れた訪問者に対して、訪問者が Web サイトのどこにいてもサイトの表示回数上位アイテムが表示されるため、表示回数上位アイテムの上位 5%、10%、または 20% を推奨から削除するとよいでしょう。これによって、顧客が自らは見つけることのないような付加的なアイテムを、目玉商品とすることができます。全体的なサイト表示回数上位アイテムを構成して、ホーム・ページ、または検索結果がないときのページに使用することもできます。

#### CDN (コンテンツ配信ネットワーク) (CDN (Content Delivery Network))

Web サイトにダイナミック推奨を配信するためのメカニズムです。このサービスは、Digital Recommendations のダイナミック配信方法です。

## cmDisplayRecs

JavaScript 関数です。ページ上では、*cmPageRecRequest* 呼び出しまたは *cmElementRecRequest* 呼び出しのリストの直後に配置してください。この呼び出しを受け取ると、Digital Recommendations サービスは個別化アルゴリズムを処理し、重複するアイテムを除外し、推奨の最終セットをクライアントの当該ページのゾーン入力関数に渡します。

## cmElementRecRequest

エレメント・コンテンツ推奨を要求する JavaScript 関数です。*cmElementRecRequest* のパラメーターには、ゾーン ID、ターゲット・エレメント ID、ターゲット・カテゴリー ID、およびランダム化関数があります。

## cmPageRecRequest

ページ・コンテンツ推奨を要求する JavaScript 関数です。*cmPageRecRequest* のパラメーターには、ゾーン ID、ターゲット・ページ ID、ターゲット・カテゴリー ID、およびランダム化関数があります。

## cmSetSegment

訪問者に関連付けられているセグメントまたはグループを識別する JavaScript 関数です。

## コンテンツ推奨 (Content Recommendation)

コンテンツ推奨により、お客様の訪問者に、プロダクトではなく情報を推奨することができます。例えば、記事、レシピ、使用説明書などの情報提供 Web ページ・コンテンツが Web サイトに含まれている場合は、他の記事、レシピ、使用説明書を推奨することができます。お客様の Web サイトに、Web ページのコンテンツ内にないエレメント (ビデオや PDF ファイルなど) が含まれていれば他のエレメントのコンテンツ推奨を生成することができます。

## D

### データ分析期間 (Data Analysis time period)

推奨生成前の、データ処理の日数です。

### Digital Recommendations 個別化 Cookie (Digital Recommendations Personalization Cookie)

この Cookie を使用して、最近表示されたページの順序付けされたリストが維持されます。この Cookie は、IBM Digital Analytics ライブラリーへのフックを使用して、リアルタイムに更新されます。

### ダイナミック推奨 (Dynamic Recommendations)

2 つある推奨配信メカニズムの 1 つです。このメソッドでは、設定済みのロジック (表示回数上位、リンク制約など) に基づいて、ダイナミックな (可変の) 推奨が Web ページに直接配信されます。「フラット・ファイル推奨」も参照してください。

## E

### エレメント・タグ (cmCreateElementTag) (Element Tag (cmCreateElementTag))

エレメント・タグは、イントラ・ページのコンテンツを追跡するために使用します。Digital Recommendations でエレメント・コンテンツ・オファーに使用する追加フィールドを受け渡す機能もあります。

### eluminate.js

Digital Recommendations のライブラリー・ファイルです。Digital Recommendations の個別化 Cookie の作成と管理、ならびに、*cmPageRecRequest* 関数、*cmElementRecRequest* 関数、および *cmDisplayRecs* 関数の実行を処理します。このファイルは、ローカルにホストされる Digital Analytics ライブラリーを使用するクライアントのみに提供されます。このファイルは、Digital Analytics がホストするライブラリーを使用しているクライアントには提供されません。

## F

### フォールバック推奨 (Fallback Recommendations)

あるアイテムについて行動データ履歴が限られている場合、厳しいビジネス・ルールのために必要数の最終推奨が除外される場合、あるいは、*cmPageRecRequest* または *cmElementRecRequest* に指定したターゲットに対して推奨が使用不可である場合に、フォールバック推奨を使用します。フォールバックには次の 2 つのプロセスがあります。最初のフォールバック・プロセスは、**群集の知恵**という行動データが処理されたときに実行されます。サイトの行動データが十分でないために、要求された数の推奨を完了できない場合、またはビジネス・ルールによって推奨が除外される場合は、ターゲット・アイテムのカテゴリーに含まれる表示回数上位アイテムが、デフォルトの推奨として使用されます。2 番目のフ

フォールバック・プロセスは、ダイナミック推奨要求がお客様の Web サイトから発行されたときに、推奨が使用できない場合に、開始されます。推奨プラン内の連続したステップは、要求ごとにこのフォールバック処理をカスタマイズするために使用されます。

## I

### 個々の訪問者の個別化 (Individual Visitor Personalization)

二人として同じ興味を持つ訪問者もいなければ、まったく同じ参照パターンを示す訪問者もいません。Digital Recommendations は個々の訪問者について、過去および現時点の訪問データに基づく充実したプロフィールを構築し、それぞれの訪問者に対して固有の推奨セットを自動的に表示します。プロフィールのない訪問者に対しては、Digital Recommendations の実績ある群集の知恵ベースのアルゴリズムに基づく非常に関連性の高い推奨を受け取ります。訪問者のプロフィールはリアルタイムで構成されるため、推奨の個別設定が迅速に行われ、これにより Digital Recommendations はあらゆる訪問者に対して推奨を最適化できます。特定の推奨ゾーンを定義し、当該訪問者に見られる行動に基づいて推奨をオファーすることができます。こうした行動には、推奨として最近表示されたページなどが挙げられます。

### アイテム (Item)

アイテムは、カタログ内の固有のページまたはエレメントです。

## O

### オファー (Offer)

オファーの種類 (ページ・コンテンツ、エレメント・コンテンツ、またはカテゴリー推奨)、データ分析期間、ビジネス・ルールなど、推奨アイテムのリストを生成するための設定の集まりです。

### オファー設定 (Offer Setting)

オファー設定で、そのオファーの更新頻度 (毎月、毎週、毎日)、対象とするデータの量、および推奨を生成する対象となるアイテムのセットを定義します。オファーは、Web サイトのプレゼンテーション層に直接統合するための Digital Recommendations 推奨サービスを使用して、動的に生成されます。

## P

### ページ・ビュー・タグ (cmCreatePageViewTag) (Page View Tag (cmCreatePageViewTag))

ページ・ビュー・タグは、訪問者がサイト内でページを移動したときにクリック・ストリーム・データを収集するために使用されます。Digital Recommendations でページ・コンテンツ・オファーに使用する追加フィールドを受け渡す機能もあります。

## R

### 推奨の候補 (Recommendation Candidate)

ターゲットのアイテムまたはカテゴリーに対して、推奨の候補となるアイテムです。これは、ビジネス・ルールを使用して、または個別化関数を使用して、または他の推奨に比べ相対的に低スコアのものを対象として、後で除外することもできます。

### 推奨の配信 (Recommendations Delivery)

Content Recommendations には、ダイナミック配信により固定の推奨リストを配信する柔軟性があります。ダイナミック配信では、構成可能なパラメーターに基づいて、ローテーション推奨をポストすることが可能です。

### 推奨プラン (Recommendation Plan)

ダイナミック推奨のために、オファーをサイト・ゾーンに割り当てるためのメカニズムです。また、あるアイテムに対して推奨が使用できない場合に備えてフォールバック・ターゲットとフォールバック・オファーを構成したり、ゾーンのバナーに表示されるヘッダー・テキストを指定したりできます。

### 推奨アイテム (Recommended Items)

ビジネス・ルールおよび個別化関数の処理後に、任意のターゲット・アイテムまたはターゲット・カテゴリーに対して推奨される、最終的なアイテムです。

### ルール・セット (Rule Set)

ターゲット・アイテムと、対応するルールのセットを選択したものです。あるルール・セットに含まれるルールは、そのルール・セットに定義されているターゲットのみに適用されます。ルールとルール・セットは、任意のオファーの「ルール」タブで構成します。

## ルール・ターゲット (Rule Targets)

オファーに含まれるビジネス・ルールの適用先となるターゲット・アイテムです。ルールは、すべてのターゲットに適用することもできますし、カテゴリ、属性、またはアイテム ID により定義されたターゲットに適用することもできます。例えば、あるルールを、特定のカテゴリのアイテムのみに適用できます。

S

T

## ターゲット (Target)

推奨の生成対象となるアイテムまたはカテゴリです。

U

Z

## ゾーン (Zone)

推奨が配信される 1 つ以上の Web ページの、一領域です。

## ゾーン入力関数 (Zone Population Function)

Digital Recommendations 推奨をクライアントの Web ページに表示するために、Web サイトの設計者がコーディングする、JavaScript 関数です。14 個の引数がゾーン入力関数に渡されて、表示の際に使用されます。Web サイトの設計者は、Web サイトの設計と一貫性を保つ形で推奨が表示されるように、関数本体をコーディングする必要があります。

## ゾーン ID (Zone ID)

Web サイトの設計チームが決定する、個々のサイト・ゾーンを特定するための 8 文字の ID です。ゾーン ID は、cmPageRecRequest 関数または cmElementRecRequest 関数が推奨リストを要求する際に渡す変数の 1 つです。

## 特記事項

---

本書は米国 IBM が提供する製品およびサービスについて作成したものです。

本書に記載の製品、サービス、または機能が日本においては提供されていない場合があります。日本で利用可能な製品、サービス、および機能については、日本 IBM の営業担当員にお尋ねください。本書で IBM 製品、プログラム、またはサービスに言及していても、その IBM 製品、プログラム、またはサービスのみが使用可能であることを意味するものではありません。これらに代えて、IBM の知的所有権を侵害することのない、機能的に同等の製品、プログラム、またはサービスを使用することができます。ただし、IBM 以外の製品とプログラムの操作またはサービスの評価および検証は、お客様の責任で行っていただきます。

IBM は、本書に記載されている内容に関して特許権 (特許出願中のものを含む) を保有している場合があります。本書の提供は、お客様にこれらの特許権について実施権を許諾することを意味するものではありません。実施権についてのお問い合わせは、書面にて下記宛先にお送りください。

〒 103-8510

東京都中央区日本橋箱崎町 19 番 21 号

日本アイ・ビー・エム株式会社

法務・知的財産

知的財産権ライセンス 渉外

以下の保証は、国または地域の法律に沿わない場合は、適用されません。IBM およびその直接または間接の子会社は、本書を特定物として現存するままの状態を提供し、商品性の保証、特定目的適合性の保証および法律上の瑕疵担保責任を含むすべての明示もしくは黙示の保証責任を負わないものとします。国また

は地域によっては、法律の強行規定により、保証責任の制限が禁じられる場合、強行規定の制限を受けるものとします。

この情報には、技術的に不適切な記述や誤植を含む場合があります。本書は定期的に見直され、必要な変更は本書の次版に組み込まれます。IBMは予告なしに、随時、この文書に記載されている製品またはプログラムに対して、改良または変更を行うことがあります。

本書においてIBM以外のWebサイトに言及している場合がありますが、便宜のため記載しただけであり、決してそれらのWebサイトを推奨するものではありません。それらのWebサイトにある資料は、このIBM製品の資料の一部ではありません。それらのWebサイトは、お客様の責任でご使用ください。

IBMは、お客様が提供するいかなる情報も、お客様に対してなんら義務も負うことのない、自ら適切と信ずる方法で、使用もしくは配布することができるものとします。

本プログラムのライセンス保持者で、(i) 独自に作成したプログラムとその他のプログラム(本プログラムを含む)との間での情報交換、および(ii) 交換された情報の相互利用を可能にすることを目的として、本プログラムに関する情報を必要とする方は、下記に連絡してください。

*IBM Director of Licensing IBM Corporation*  
North Castle Drive, MD-NC119  
Armonk, NY 10504-1785 US

本プログラムに関する上記の情報は、適切な使用条件の下で使用することができますが、有償の場合もあります。

本書で説明されているライセンス・プログラムまたはその他のライセンス資料は、IBM所定のプログラム契約の契約条項、IBMプログラムのご使用条件、またはそれと同等の条項に基づいて、IBMより提供されます。

記載されている性能データとお客様事例は、例として示す目的でのみ提供されています。実際の結果は特定の構成や稼働条件によって異なります。

IBM以外の製品に関する情報は、その製品の供給者、出版物、もしくはその他の公に利用可能なソースから入手したものです。IBMは、それらの製品のテストは行っておりません。したがって、他社製品に関する実行性、互換性、またはその他の要求については確認できません。IBM以外の製品の性能に関する質問は、それらの製品の供給者をお願いします。

IBMの将来の方向または意向に関する記述については、予告なしに変更または撤回される場合があります、単に目標を示しているものです。

表示されているIBMの価格はIBMが小売り価格として提示しているもので、現行価格であり、通知なしに変更されるものです。卸価格は、異なる場合があります。

本書はプランニング目的としてのみ記述されています。記述内容は製品が使用可能になる前に変更になる場合があります。

本書には、日常の業務処理で用いられるデータや報告書の例が含まれています。より具体性を与えるために、それらの例には、個人、企業、ブランド、あるいは製品などの名前が含まれている場合があります。これらの名称はすべて架空のものであり、名称や住所が類似する企業が実在しているとしても、それは偶然にすぎません。

著作権使用許諾:

本書には、様々なオペレーティング・プラットフォームでのプログラミング手法を例示するサンプル・アプリケーション・プログラムがソース言語で掲載されています。お客様は、サンプル・プログラムが書かれているオペレーティング・プラットフォームのアプリケーション・プログラミング・インターフェースに準拠したアプリケーション・プログラムの開発、使用、販売、配布を目的として、いかなる形式においても、IBMに対価を支払うことなくこれを複製し、改変し、配布することができます。このサンプル・プログラムは、あらゆる条件下における完全なテストを経ていません。したがってIBMは、これらのサンプル・プログラムについて信頼性、利便性もしくは機能性があることをほめめかしたり、保証することはできません。これらのサンプル・プログラムは特定物として現存するままの状態を提供されるものであり、いかなる保証も提供されません。IBMは、お客様の当該サンプル・プログラムの使用から生ずるいかなる損害に対しても一切の責任を負いません。

それぞれの複製物、サンプル・プログラムのいかなる部分、またはすべての派生的創作物にも、次のように、著作権表示を入れていただく必要があります。

このコードの一部は、IBM Corp. のサンプル・プログラムから取られています。

© Copyright IBM Corp. 2017. All rights reserved.

## 商標

---

IBM、IBM ロゴおよび [ibm.com](http://ibm.com) は、世界の多くの国で登録された International Business Machines Corporation の商標です。他の製品名およびサービス名等は、それぞれ IBM または各社の商標である場合があります。現時点での IBM の商標リストについては、<http://www.ibm.com/legal/copytrade.shtml> をご覧ください。

## 製品資料に関するご使用条件

---

これらの資料は、以下のご使用条件に同意していただける場合に限りご使用いただけます。

### 適用される条件

IBM Web サイトの「ご利用条件」に加えて、以下のご使用条件が適用されます。

### 個人的使用

これらの資料は、すべての著作権表示その他の所有権表示をしていただくことを条件に、非商業的な個人による使用目的に限り複製することができます。ただし、IBM の明示的な承諾をえずに、これらの資料またはその一部について、二次的著作物を作成したり、配布（頒布、送信を含む）または表示（上映を含む）することはできません。

### 商業的使用

これらの資料は、すべての著作権表示その他の所有権表示をしていただくことを条件に、お客様の企業内に限り、複製、配布、および表示することができます。ただし、IBM の明示的な承諾をえずにこれらの資料の二次的著作物を作成したり、お客様の企業外で資料またはその一部を複製、配布、または表示することはできません。

### 権利

ここで明示的に許可されているもの以外に、資料や資料内に含まれる情報、データ、ソフトウェア、またはその他の知的所有権に対するいかなる許可、ライセンス、または権利を明示的にも黙示的にも付与するものではありません。

資料の使用が IBM の利益を損なうと判断された場合や、上記の条件が適切に守られていないと判断された場合、IBM はいつでも自らの判断により、ここで与えた許可を撤回できるものとさせていただきます。

お客様がこの情報をダウンロード、輸出、または再輸出する際には、米国のすべての輸出入 関連法規を含む、すべての関連法規を遵守するものとします。

IBM は、これらの資料の内容についていかなる保証もしません。これらの資料は、特定物として現存するままの状態を提供され、商品性の保証、特定目的適合性の保証および法律上の瑕疵担保責任を含むすべての明示もしくは黙示の保証責任なしで提供されます。

## プライバシー・ポリシーに関する考慮事項

---

サービス・ソリューションとしてのソフトウェアも含めた IBM ソフトウェア製品（「ソフトウェア・オファリング」）では、製品の使用に関する情報の収集、エンド・ユーザーの使用感の向上、エンド・ユーザーとの対話またはその他の目的のために、Cookie はじめさまざまなテクノロジーを使用することがあります。Cookie とは Web サイトからお客様のブラウザーに送信できるデータで、お客様のコンピューターを識別す

るタグとしてそのコンピューターに保存されることがあります。多くの場合、これらの Cookie により個人情報が収集されることはありません。ご使用の「ソフトウェア・オファリング」が、これらの Cookie およびそれに類するテクノロジーを通じてお客様による個人情報の収集を可能にする場合、以下の具体的事項をご確認ください。

このソフトウェア・オファリングは、展開される構成に応じて、セッション管理、お客様の利便性の向上、または利用の追跡または機能上の目的のために、それぞれのお客様のユーザー名、およびその他の個人情報を、セッションごとの Cookie および持続的な Cookie を使用して収集する場合があります。これらの Cookie は無効にできますが、その場合、これらを有効にした場合の機能を活用することはできません。

Cookie およびこれに類するテクノロジーによる個人情報の収集は、各国の適用法令等による制限を受けません。この「ソフトウェア・オファリング」が Cookie およびさまざまなテクノロジーを使用してエンド・ユーザーから個人情報を収集する機能を提供する場合、お客様は、個人情報を収集するにあたって適用される法律、ガイドライン等を遵守する必要があります。これには、エンド・ユーザーへの通知や同意取得の要求も含まれますがそれらには限られません。

お客様は、IBM の使用にあたり、(1) IBM およびお客様のデータ収集と使用に関する方針へのリンクを含む、お客様の Web サイト利用条件 (例えば、プライバシー・ポリシー) への明確なリンクを提供すること、(2) IBM がお客様に代わり閲覧者のコンピューターに、Cookie およびクリア GIF または Web ビーコンを配置することを通知すること、ならびにこれらのテクノロジーの目的について説明すること、および (3) 法律で求められる範囲において、お客様または IBM が Web サイトへの閲覧者の装置に Cookie およびクリア GIF または Web ビーコンを配置する前に、閲覧者から合意を取り付けること、とします。

このような目的での Cookie を含む様々なテクノロジーの使用の詳細については、IBM の『IBM オンラインでのプライバシー・ステートメント』(<http://www.ibm.com/privacy/details/jp/ja/>) の『クッキー、ウェブ・ビーコン、その他のテクノロジー』を参照してください。

