

IBM Digital Analytics Explore ユーザー・
ガイド



目次

IBM Digital Analytics Explore	1
IBM Digital Analytics Explore の概要.....	1
Digital Analytics Explore の主な機能.....	1
Digital Analytics Explore の IBM Tealeaf との統合.....	4
システム要件.....	4
Digital Analytics Explore へのアクセス.....	4
レポートの表示.....	5
ダッシュボード、レポート、およびコメント.....	5
Explore レポートを別のアプリケーションで使用可能にする.....	6
訪問者の訪問データの IBM Tealeaf へのエクスポート.....	6
ダッシュボードの操作.....	7
グラフ・タイプの変更.....	8
レポート・ヘッダーのコントロール.....	9
レポート・リストのコントロール.....	12
レポート設定.....	12
データ・グリッド.....	12
トレンド・ビュー.....	13
期間の比較.....	14
レポートへの注釈の追加.....	14
Digital Analytics Explore レポートの作成.....	15
セグメントとフィルター.....	15
計算指標.....	17
カスタム指標.....	17
クリック帰因指標.....	19
サイト全体にわたるレポート.....	21
フラット・リスト・レポート.....	21
階層レポート.....	30
カスタム・グループ・レポート.....	37
セグメント比較レポート.....	45
ライブ・レポート.....	48
Lifecycle.....	52
Lifecycle レポートの作成.....	52
Lifecycle レポートの表示: 購入者ライフサイクル.....	55
複数のライフサイクル.....	59
IBM Digital Analytics と IBM Campaign の統合.....	59
IBM Digital Analytics と Campaign の統合方法.....	59
管理.....	60
レポート.....	60
ダッシュボード.....	62
注釈.....	63
フィルター.....	63
セグメントの管理.....	64
計算指標.....	65
カスタム指標.....	65
カスタム指標および計算指標のブロードキャスト.....	67
レポートの割り当て.....	68
属性 (Attributes).....	68
Eメール.....	68
レポート・クレジットのモニター.....	69
モジュール.....	70
登録モジュール.....	70

インプレッション帰因モジュール.....	71
マルチチャネル・モジュール.....	73
データ拡張モジュール.....	75
トラブルシューティング.....	75
よくある質問.....	75
データの正確性.....	79
データ収集.....	79
データの一貫性.....	80
ページ参照元 URL なし.....	80
最新表示のトラブルシューティング.....	80
用語が指定されていません (Term Not Provided).....	80
属性 (Attributes).....	81
タグを使用した属性の収集.....	81
Video_Measurement.....	83
Web 2.0 測定.....	84
マージン測定.....	85
属性のベスト・プラクティス.....	85
その他の連絡先情報.....	90
サポート.....	92
特記事項.....	92
商標.....	93
製品資料に関するご使用条件.....	94
プライバシー・ポリシーに関する考慮事項.....	94

IBM Digital Analytics Explore

IBM® Digital Analytics Explore の資料をご利用いただき、ありがとうございます。この資料には、Digital Analytics Explore レポートを作成して使用方法に関する情報が記載されています。

Digital Analytics Explore の資料の説明ビデオおよび PDF については、[ここをクリックしてください](#)。

IBM Digital Analytics Explore の概要

IBM Digital Analytics Explore では、行、列、フィルター、およびセグメントの拡張選択機能を介し、Digital Analytics データを使用して独自のレポートを設計、作成、配布、および分析できます。

Digital Analytics Explore を使用して、すべてのマーケティング・イニシアチブに関するカスタム・レポートを作成します。以下のいくつかの方法でレポートをカスタマイズできます。

- 柔軟なレポートの種類から選択し、ビジネスに応じた適切なデータ・ビューを表示する。
- セグメンテーションおよびフィルタリングの機能を使用して、重要だと思われるデータ・エレメントのみを報告する。
- データをスプレッドシートにエクスポートすることなく、データをさまざまな方法で視覚化し、各種のグラフを即座に切り替えて、データの間に関係性を明らかにする。
- 日付範囲および繰り返しを設定し、データ・フィールドおよび指標を選択することによって、レポートのレイアウトを個別設定する。

レポート保存

レポートは、Digital Analytics システム上に 13 カ月間 (400 日) 保存されます。400 日より古いデータを含むレポートは、その作成日にかかわらず、ページの対象となります。

例えば、400 日前の 1 日の日付範囲に対して本日作成した 1 回限りのレポートは、明日にはページの対象となります。定期レポートにも、同じルールが適用されます。ただし、毎週のレポートの場合は、現在の週の最終日が 400 日の期間の最後とみなされるため、データの保存は 6 日間延びます。毎月のレポートの場合は、現在の月の最終日が 400 日の期間の最後とみなされるため、データの保存は 30 日間延びます。

データの保存

Explore のデータは 13 カ月間 (400 日間) 保存されます。Digital Analytics Explore システムが少なくとも 13 カ月間 (400 日間) にわたってデータを処理していれば、ユーザーは過去 13 カ月分のデータについてレポートを作成できます。

Digital Analytics Explore の主な機能

Explore には、データ分析を支援する機能や、業務に役立つレポートを作成する機能があります。

表 1 : Explore の機能

機能	説明
ベスト・プラクティス・レポート	「まず何から始めたらいいか?」「どのような種類の分析が、すぐにビジネス価値をもたらすか?」新しい標準レポートであるベスト・プラクティス・レポートを分析すると、マーケティング・チャンネル・シフト、顧客エンゲージメント、および目の前の機会に関するインサイトをすぐに得ることができます。これらのレポートでは、関係ズーム、グループ化機能、およびクロス訪問セグメンテーションを利用します。レポートでは、データの操作をガイドするコメントも提供されます。

表 1 : Explore の機能 (続く)

機能	説明
ダッシュボード	「先月実施した 17 日間のキャンペーンに関する静的なダッシュボードを マネージャーに提供したい。」「すべてのコンテンツを自分の業務用にフィルタリングしたダッシュボードを作成したい。」レポートをダッシュボード・ビューに追加すると、Digital Analytics Explore レポートを任意に組み合わせたダッシュボードを柔軟に作成できます。また、複数のタブで構成される単一 Excel ノートブックに レポートをダウンロードし、有用なレポートを整理統合することもできます。
IBM Digital Analytics Lifecycle	「顧客のライフサイクルと 顧客が次のマイルストーンへ進む動機について 知る必要がある。」「訪問者が既に到達したマイルストーンと、顧客のライフサイクルにおいて 顧客を次の段階へ進めるキャンペーン、プロダクト、およびコンテンツは何か 把握する必要がある。」
関係ズーム	「購入された各プロダクトについて、購入した訪問者はどの国からサイトを 訪問しているか?」「どのマーケティング・プログラムが彼らを誘導したか?」分析シナリオの 迅速な調査を容易にするため、関係ズームを活用できます。この機能を使用すると、あるデータのセットを他の 1 つまたは 2 つのデータ・セットと関連付けることができ、データにズームインすることで 表示画面を更新できます。
クロス訪問セグメンテーション	「hotels in San Francisco」というキーワードで検索を実行した訪問者が、より具体的なキーワード (例えば、「San Francisco Airport Holiday Inn」など) を使用して サイトに戻っているか?」LIVE のプロファイルを使用すると、前の訪問でのアクションが、他の訪問および他の日の アクティビティにどう 影響しているか把握できます。
モバイル解析	サイトは、モバイル使用に対応できるよう設計されていますか? その必要はありませんか? モバイル・デバイスや 携帯電話会社に関する情報を含む一連の モバイル解析データを使用します。それらの情報を相関付けることで、表示されたコンテンツ・タイプ、モバイル・ユーザーの地域、閲覧したマーケティング・ソース、およびその他の解析データを把握できます。
クロスカテゴリー分析	複数のデータ・フィールドについてのレポートを実行する必要がありますか? おそらく、マーケティング・プロモーションと地域を一緒に表示したり、自然検索とコンバージョン・イベントを一緒に表示したりする必要がありませんか? データ・フィールドを任意に組み合わせてレポートを作成できます。
比較	「何に注意すべきか?」「何が著しく変動し、何が異常か?」比較する日付範囲を選択し、定期レポートにコンテキストを追加します。次にこの日付範囲を他の日付範囲と比較して、変化の割合を確認できます。
日別注釈	「この急上昇または一時的な下降は特定のイベントまたはアクションの結果なのか?」データ変動の背景をユーザーが理解しやすいように、日付または日付範囲にキャンペーン、サイトのデザイン変更、またはその他の情報についてコメントした注釈を付けることができます。
新しいフィールド、指標、および条件	「標準的なユーザーの接続速度は?」「リピート訪問者のサイト上での行動は?」新規/リピート訪問者、トップ・ラインの訪問回数、開始イベント数などの新しいセグメント条件とともに、接続速度、接続の種類、モバイル・デバイス、モバイル・ネットワークなどのデータ・フィールドを使用して、レポートを作成できます。
ユーザー・エクスペリエンス強化	Digital Analytics Explore アプリケーションを使用しやすくするために、更新されたフィルター・オプションおよびセグメント管理オプション、管理画面で列を選択する機能、統合されたアドミン/管理画面、改良された左側のビュー・メニュー、レポート・ビューのドロップダウン・オプション (「合計に対する %」など)、およびその他の機能をユーザーは使用できます。

表 1 : Explore の機能 (続く)

機能	説明
属性分析	<p>以下のタイプの属性について、収集、レポート作成、フィルタリング、およびセグメント化を行います。</p> <ul style="list-style-type: none"> • ページ (例えば、作成者、言語、およびファセット検索) • プロダクト (例えば、ブランド、およびユーザー・レビュー・ランク) • ショッピング・カート (例えば、色またはサイズ) • トランザクション (例えば、予約の待ち時間またはプロモーション・コード) • エレメント (例えば、ビデオの長さまたは画面上の位置) • コンバージョン・イベント (例えば、登録タイプまたはダウンロード形式)
レポートの切り分け	<p>レポートを世界観に合わせて切り分けます。例えば、以下の領域に焦点に合わせたレポートを設計できます。</p> <ul style="list-style-type: none"> • ビジネス・ユニット (例えば、ソフトウェア・グループ) • 製品ライン (例えば、中国製の Reebok シューズ) • コンテンツ領域 (例えば、Smith、Jones、または Williams によって書かれた記事) • 拡張フィルターを通したその他の領域
多次元関係分析	<p>固有の多次元セグメント (例えば、I.E. 7 ブラウザーを使用して Google から「スポーツ」コンテンツ領域を閲覧した訪問者) をすべてのレポートに適用したり、複数のセグメントを横並びで比較したりできます。</p>
必要に応じたグループ化	<p>特定のグループ (例えば、ミシガン、イリノイ、ミネソタ、ウィスコンシン、およびオハイオを含む中西部州) を作成します。これらのグループを使用して、使用されなくなったカテゴリー定義ファイル (CDF) の代わりとして、または組織の他のユーザーとは異なる方法でデータをグループ化する必要がある場合などに、データを適切にカテゴリー化できるようにします。</p>
動的な視覚化	<p>結果のレポートをデータ・テーブルやグラフにして検討できます。データのビューは、棒グラフ、バブル・グラフ、円グラフ、およびトレンド (ライン) グラフに切り替えられます。また、グラフにする行を選択したり、文字列を検索して結果をさらに絞り込んだりして、視覚化データを動的に更新して見るすることができます。</p>
アクセス制限	<p>レポートは、主要なビジネス・ユニット、サード・パーティーの組織などと、選択的に共有します。レポートは、自分専用にすることも、全員と共有することも、特定のユーザー・グループと共有することもできます。</p>
スピードとスケール	<p>Explore のレポート処理は分散サーバー・アーキテクチャー上で実行されるので、大規模データ・セットを対象にした複雑なレポートであってもシステムは迅速に配布することができます。ユーザー・インターフェースが Adobe Flex プラットフォーム上に構築されているので、各ユーザーが行う選択に対して素早い応答が得られます。</p>
無制限のユーザー・アクセス	<p>組織は、Digital Analytics Digital Analytics Explore へのアクセス権限を任意の数のユーザーに付与できます (追加料金は発生しません)。</p>
探索機能	<p>何百ものレポートを自由に作成できる利点を生かして、重要な発見をしたり、仮説をテストしたり、解析を重視する組織を作ったりできます。</p>
マルチチャンネル解析	<p>「顧客に関するより包括的なビューや、自分の Web サイトで発生したコンバージョンに対する オンライン・マーケティング支出の効果の測定が必要である。」 オフラインのトランザクション・データと登録データをインポートして、オンラインのアクティビティおよびコンバージョンを、店舗、コール・センター、またはその他のオフライン・チャンネルで顧客が行った購入と組み合わせたレポートを作成できます。</p>

Digital Analytics Explore の IBM Tealeaf との統合

Digital Analytics Explore ユーザーおよび IBM Tealeaf ユーザーは、2つのソリューションによって個別に収集された訪問者の行動データをクロスオーバー分析することができます。

IBM Tealeaf と統合された Digital Analytics Explore 環境では、以下の機能を使用できます。

Digital Analytics Explore での Tealeaf® セグメントの分析

Digital Analytics Explore レポートを使用し、IBM Tealeaf からインポートした訪問者の訪問データを分析します。Tealeaf セグメントは、Tealeaf セグメント名や日付範囲など、インポートしたセッション ID 値およびメタデータから構成されています。

Tealeaf セグメントは、IBM Tealeaf CX ユーザー・インターフェース内の直接リンクを通して Explore に保存できます。その後、Tealeaf セグメントは Explore のフラット・リスト・レポート、階層レポート、セグメント比較レポート、ライフサイクル・レポートで使用できます。

訪問データの IBM Tealeaf へのエクスポート

訪問者の訪問データは、IBM Tealeaf で訪問を再現するために、セグメントとして Explore レポートからエクスポートできます。

関連概念

Digital Analytics Explore レポートの IBM Tealeaf セグメント

Digital Analytics Explore のレポート機能を使用し、IBM Tealeaf からインポートされた訪問者セッション・データを分析できます。Tealeaf セグメントは、Tealeaf セグメント名や日付範囲など、インポートしたセッション ID 値およびメタデータから構成されています。

関連タスク

訪問者の訪問データの IBM Tealeaf へのエクスポート

訪問者の訪問データは、セグメントとしてフラット・リスト、階層、フィルター済みグループ、セグメント比較、ライフサイクルの各レポートから IBM Tealeaf にエクスポートできます。その後、エクスポートした訪問者の訪問を IBM Tealeaf で再現できます。

他のアプリケーションでのライフサイクル 訪問者セグメントのターゲティング

訪問者の選択済みセグメントをライフサイクル・レポートから IBM LIVEmail、IBM Campaign、または IBM Tealeaf へとターゲット化することができます。

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する必要があります。

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

Digital Analytics Explore へのアクセス

IBM Digital Analytics Explore には、直接アクセスすることも、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で IBM Digital Analytics Explore が有効になっている場合は、以下の2つの方法でそれにアクセスできます。

- 既に IBM Digital Analytics アプリケーションにログインしている場合は、ヘッダーのナビゲーション・メニューの「**Explore**」をクリックします。アプリケーションが開き、自動的に認証されます。
- アカウントのセットアップ時に組織に提供された URL にアクセスします。「**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 がわからない場合は、IBM ソフトウェア・サポートに問い合わせてください。

レポートの表示

ビューは、Digital Analytics Explore にアクセスしたときに最初に表示されるウィンドウです。

画面は最初は空になっています。表示するダッシュボードまたはレポートを選択します。レポートを表示する場合、このウィンドウは3つのペインで構成されます。

ペイン	対応するトピック
左	<u>ダッシュボード、レポート、およびコメント</u>
右上	<u>レポートのグラフ</u>
右下	<u>データ・グリッド</u>

ダッシュボードを表示する場合、このウィンドウは2つのペインで構成されます。

ペイン	対応するトピック
左	<u>ダッシュボード、レポート、およびコメント</u>
右	<u>ダッシュボードのレポート</u>

サイズ変更カーソル  がペインの間に表示され、これを使用してペインのサイズを変更できます。

「非表示」 または「表示」 によって、それらが指すペインを非表示にするか、または表示します。

ダッシュボード、レポート、およびコメント

左側のナビゲーション・メニューには、展開可能なダッシュボードおよびレポートのオプションと、選択したダッシュボードまたはレポートに関する情報が入る「コメント」ペインがあります。

サイズ変更カーソル  を使用して「ダッシュボードおよびレポート (Dashboards and Reports)」ペインのサイズを変更するか、非表示ボタン を使用してそのペインを非表示にします。

コメント

コメント・セクションには、選択したレポート用のコメントが表示されます。

ダッシュボードの表示

以下の手順を使用して、Digital Analytics Explore でダッシュボードを表示します。

手順

1. ダッシュボードを表示するには、「**ダッシュボード**」をクリックします。これで、ダッシュボード・カテゴリのリストが開きます。
2. ダッシュボード・カテゴリ内のダッシュボードを表示するには、カテゴリ名の横にある  をクリックします。
選択したカテゴリ内のダッシュボードが表示されます。カテゴリ内のダッシュボードを非表示にするには、カテゴリ名の横にある  をクリックします。
3. ダッシュボード名をクリックして、ダッシュボードとそれに含まれるレポートを表示します。

レポートの表示

以下の手順を使用して、Digital Analytics Explore でレポートを表示します。

手順

1. 「**レポート**」をクリックします。これで、レポート・カテゴリのリストが開きます。

2. レポート・カテゴリ内のレポートを表示するには、カテゴリ名の横にある  をクリックします。
選択したカテゴリ内のレポートが表示されます。カテゴリ内のレポートを非表示にするには、カテゴリ名の横にある  をクリックします。
3. レポート名をクリックして、[レポート](#)を表示します。

Explore レポートを別のアプリケーションで使用可能にする

Explore レポートのブックマークを作成することにより、そのレポートを別の IBM Digital Analytics Explore アプリケーションで使用可能にすることができます。Explore でレポートに行った変更は、ユーザーが別のアプリケーションで表示したとき、レポートに表示されます。

始める前に

ブックマークを作成または除去するには、ブックマークの追加許可を持っているユーザー・グループに属する必要があります。ダッシュボード・レポートとライフサイクル・レポートにはブックマークを付けることはできません。

このタスクについて

レポートのブックマークを作成すると、Explore へのアクセス権がないユーザーとレポートを共有できません。Explore へのアクセスをパワー・ユーザーに制限する一方で、Explore レポートを上級未満のユーザーが使用できるようにすることもできます。ブックマーク付きレポートは、アプリケーションのサイド・ナビゲーション枠のレポート・リストに表示されます。

「管理」>「レポート」をクリックしたときに開くページで、複数のレポートに対してブックマークを1度に作成できます。

手順

1. ブックマークを付けるレポートを表示します。
2. 「ブックマークの追加」() アイコンをクリックします。
アプリケーションのメニューが表示されます。
3. ブックマークを置くアプリケーションを選択します。

訪問者の訪問データの IBM Tealeaf へのエクスポート

訪問者の訪問データは、セグメントとしてフラット・リスト、階層、フィルター済みグループ、セグメント比較、ライフサイクルの各レポートから IBM Tealeaf にエクスポートできます。その後、エクスポートした訪問者の訪問を IBM Tealeaf で再現できます。

このタスクについて

この手順を使用して、フラット・リスト、階層、フィルター済みグループ、またはセグメント比較の各レポートからデータをエクスポートします。ライフサイクル・データを IBM Tealeaf にエクスポートするには、58 ページの『[他のアプリケーションでのライフサイクル 訪問者セグメントのターゲティング](#)』を参照してください。

手順

1. エクスポートする訪問を含むレポートを開きます。
2. 「ターゲット」() アイコンをクリックします。
3. 「IBM Tealeaf: IBM Tealeaf でセグメント訪問を再度行ってください」を選択します。
4. ポップアップ・ダイアログで、次の情報を指定してエクスポートを完了します。
 - a) セグメント名を入力するか、またはデフォルトの名前を受け入れます。
 - b) レポートに複数の表示列がある場合は、セグメントの作成に使用する列を選択します。
 - c) エクスポートの完了時に通知を送信する先の1つのEメール・アドレスを入力します。
5. 「エクスポート」をクリックします。

関連概念

Digital Analytics Explore の IBM Tealeaf との統合

Digital Analytics Explore ユーザーおよび IBM Tealeaf ユーザーは、2つのソリューションによって個別に収集された訪問者の行動データをクロスオーバー分析することができます。

ダッシュボードの操作

特定のステップを使用して、ダッシュボードを作成または削除したり、ダッシュボード上でレポートを追加して並べ替えたりすることができます。

ダッシュボードの作成

以下の手順を使用して、Digital Analytics Explore でダッシュボードを作成します。

手順

1. 左側のナビゲーション・メニューで「**ダッシュボード**」を選択します。



2.  をクリックするか、「**操作**」 > 「**ダッシュボードを作成**」を選択します。

「**ダッシュボードの作成**」ウィンドウが開きます。

3. ダッシュボード名を入力し、既存のカテゴリを選択します。

新規カテゴリを作成するには、メニューから「**新規カテゴリ**」を選択し、カテゴリ名を入力します。

4. 「**ダッシュボードを追加**」をクリックします。

タスクの結果

新規ダッシュボードが表示されます。

次のタスク

新規ダッシュボードにレポートを追加します。

ダッシュボード表示中のレポートの追加

以下の手順を使用して、既存のダッシュボードにレポートを追加します。

始める前に

ダッシュボードにレポートを追加する前に、ダッシュボードに空きスロットが存在していなければなりません。

手順

1. ダッシュボードの表示中に、画面の右上にある  または左側の「**ダッシュボード**」列にある  をクリックします。

空きスロットに、「レポートをドラッグ・アンド・ドロップしてください。」と表示されます。

2. 左側のナビゲーション・メニューで「**レポート**」をクリックし、目的のレポートを見つけます。
3. レポートをクリックして、使用したいスロットにドラッグします。

レポートは、この位置にデフォルトのフォーマット (棒グラフ、円グラフ、またはバブル・グラフ) で表示されます。

4. 右上の「**保存**」をクリックします。

レポート表示中のレポートの追加

以下の手順を使用して、レポートの表示中にダッシュボードにレポートを追加します。

始める前に

既にレポートを開いている必要があります。

手順

1. レポートの右上にある  をクリックします。
「ダッシュボードに追加」ウィンドウが表示されます。
2. 以下のオプションのいずれかを選択します。
 - 新規ダッシュボードを作成し、現在のレポートを追加するには、「新規ダッシュボードに追加」を選択します。「ダッシュボード・カテゴリ」および「ダッシュボード名」に、意味のある名前を入力し、「ダッシュボードを追加」をクリックします。
ダッシュボード・カテゴリと空のダッシュボードが作成され、「ダッシュボード」リストに追加されます。このダッシュボードを開くと、レポートが表示されます。
 - レポートを既存のダッシュボード・カテゴリに追加するには、「既存のダッシュボードに追加」を選択します。
 - a. ダッシュボード・カテゴリの前の  ボタンをクリックすると、ダッシュボード・カテゴリに含まれるダッシュボードが表示されます。
 - b. レポートを追加するダッシュボード名をクリックします。

ダッシュボードでのレポートの並べ替え

以下の手順を使用して、ダッシュボードでレポートを並べ替えます。

始める前に

先に進む前にダッシュボードを開いておく必要があります。

手順

1. 画面の右上にある  または左側の「ダッシュボード」列にある  をクリックします。
ダッシュボード上のレポートごとにコントロールが表示されます。
2. 「ここをクリックしてドラッグ」をクリックし、ダッシュボードの使用したいスロットの中央にレポートをドラッグします。この位置に既にレポートがある場合、2つのレポートの位置が入れ替わります。

ダッシュボードの削除

以下の手順を使用して、ダッシュボードを削除します。

始める前に

削除するダッシュボードを表示する必要があります。

手順

- 画面の左側の「ダッシュボード」列にある  をクリックします。

グラフ・タイプの変更

Digital Analytics Explore レポートを表示するときは、複数のグラフ・タイプから選択できます。

手順

該当するアイコンをクリックして、棒グラフ ()、円グラフ ()、またはバブル・チャート () フォーマットを選択します。**CTRL** キーを押しながら該当するアイコンをクリックすると、2つ以上のグラフ・フォーマットを選択できます。

それぞれのグラフには、データ・グリッドの選択された行の情報のみが表示されます。選択した行の表示列の値が、各グラフの右側に表示されます。

表 2: グラフのタイプと使用上の注意事項

グラフのアイコン	使用上の注意事項
	<p>棒グラフでは、X (水平) 軸は、レポートを作成したときに選択された最初の列です。レポートに複数の指標が含まれる場合は、グラフの上にあるリストから、Y 軸指標で表示する別の指標を選択できます。</p> <p>それぞれのバーにカーソルを移動すると、表示された列と選択した指標の正確な値が表示されます。</p> <p>「比較」を選択した場合、2 つ目の期間の値がグラフの右側に薄い色で表示されます。</p>
	<p>円グラフの場合、使用可能なリストから、使用する指標を選択します。レポートに複数の指標が含まれる場合は、指標メニューを使用して異なる指標に切り替えることができます。</p> <p>円グラフの各切片にカーソルを移動すると、その値と、合計のうちその指標が占める割合が表示されます。</p> <p>「比較」を選択した場合、2 つの別個の円グラフが表示されます。</p> <p>注: 選択した行が、データ・セットの 100% に等しくない場合でも、常に、選択したすべての行を 100% として反映します。</p>
	<p>バブル・チャートの場合、表示されるリストで、X 軸および Y 軸の指標と、バブルのサイズに使用する指標を選択することができます。バブル・チャートは、2 つ以上の指標を選択した場合のみ使用可能です。</p> <p>各バブルにカーソルを移動すると、各指標の正確な値が表示されます。</p> <p>「比較」を選択した場合、2 つ目の期間のバブルは、点線で結ばれ、薄い色で表示されます。</p>

デフォルトでは、上位の 10 行が棒グラフでグラフ化されます。フィルター済みグループ・レポートの場合は、各グループがグラフ化されます。行または行数を変更するには、『[データ・グリッド](#)』で説明されている設定を参照してください。

レポート・ヘッダーのコントロール

Digital Analytics Explore レポートは、レポートの変更に使用可能なコントロールを表示します。

表 3 : Digital Analytics Explore のレポート・コントロール

図中のコントロールのグラフィック	説明
 または 	<p>レポートが、すべてのデータを使用するように作成されたか、データのサンプルを使用するように作成されたかを表示します。</p>
	<p>レポートまたは トレンド・ビュー としてグラフを表示します。</p>
	<p>「レポート設定」ウィンドウを開きます。(カレンダーをクリックしても、同じ結果になります。) 定期レポートでは、適切な場合は、トレンド分析を表示したい期間または期間の数を設定します。1 回限りのレポートでは、このコントロールはレポート・データを表示します。</p>
	<p>クリックすると、レポート・リストが更新されます。</p>

表 3 : Digital Analytics Explore のレポート・コントロール (続く)

図中のコントロールのグラフィック

説明

データに使用される期間。定期レポートの場合、レポートのデフォルトの期間は、最後に処理された期間です。表示する期間をリストから選択できます。

注: 1 回限りのレポートでは、比較ボックスおよび 2 つ目の日付ボタンは表示されません。

このチェック・ボックスを選択すると、2 つの期間の比較が実行されます。1 回限りのレポートでは、2 つ目の日付は表示されません。

クリックすると、抽出レポートから完全レポートが実行されます。この操作により、すべてのデータに対して現行レポートが再実行され、追加 (完全データ・セット) レポート・クレジットが消費されます。新規レポートは現行レポートと同じレポート・フォルダーに保存され、接尾部「- All Data」がレポート名に追加されます。

(レポート・ビュー) 選択した訪問者をターゲットにする方法のメニューを表示します。

IBM Campaign が有効になっており、Export へのアクセス権限を持っている場合は、IBM Campaign を介してユーザーまたはセグメントをターゲットにすることができます。

方法を選択するとウィンドウが表示され、その方法について構成する必要があるオプションが示されます。

クリックして、アプリケーションでこのレポートのブックマークを作成したり、既存のブックマークを削除したりします。アイコンをクリックすると開くメニュー内の、「**ブックマークの追加先**」または「**ブックマークの削除元**」でアプリケーションを選択します。

現行レポートの設定にフィルターが含まれていることを示します。このアイコンをクリックすると、レポート設定が開きます。



表 3 : Digital Analytics Explore のレポート・コントロール (続く)

図中のコントロールのグラフィック



説明

前に構成されたレポートを配布先リストに E メールで送信します。さらに高度な配布設定を組み込むことができます。レポートの頻度によって E メール送信の頻度が決まります。1 回限りのレポートは、「即時送信 (1 度のみ)」で配信されます。日次レポートは、「即時送信 (1 度のみ)」、「毎日」、「毎週」、または「毎月」のいずれかで配信するように構成することができます。週次レポートは、「即時送信 (1 度のみ)」または「毎週」のいずれかで配信するように構成することができます。月次レポートは、「即時送信 (1 度のみ)」または「毎月」のいずれかで配信するように構成することができます。ライブ・レポートは、「即時送信 (1 度のみ)」配信するように構成することができます。

オプションで、ライブ・レポートを除くすべてのレポートの種類について、含める期間の数を選択できます。例えば、最後の 7 日間の細分化されたデータを含むレポートを毎週送信するように設定することができます。また、選択された行のみを配布するか、すべての行を配布するかを選択し、添付ファイルのタイプを Excel または CSV と宣言することもできます。繰り返し実行される (即時送信 (1 度のみ) ではない) ようにレポートをセットアップした場合は、「E メールを管理」から E メールを編集、削除、または停止することができます。



(トレンド・ビューのみ) 「日別注釈を追加」ウィンドウが開き、トレンド・ビューに注釈を付けることができます。このコントロールは、トレンド・ビューでのみ表示されます。



「ダッシュボードに追加」ウィンドウが開き、現在のレポートをダッシュボードに追加できます。



レポートのデータ・グリッドをダウンロードします。Excel、CSV、または PNG のいずれかを選択して、ダウンロード・フォーマットを指定します。グラフは Excel または CSV のダウンロードに含まれていません。Excel ダウンロードには、レポートのメタデータ (例えば、適用されたフィルターおよびセグメント条件) が含まれています。



Web ページの印刷用の標準のブラウザ・ダイアログを開きます。

注: ライブ・レポートでは、「印刷」アイコンの右側に「更新」 アイコンもあります。これによって、レポートに表示されるリアルタイム・データが更新されます。

レポート・リストのコントロール

画面の左側のレポート・リストには、レポートを制御するためのアイコンが含まれています。

表 4: レポート・リストのコントロール

アイコン	説明
	「新規レポートを作成」。このコントロールは「 新規レポートを作成 」ダイアログを起動します。
	ユーザーがレポート作成者または管理者である場合、このコントロールによって、レポートの「 レポートを編集 」ダイアログが開きます。編集できないレポート設定は使用不可になっています。 1 回限りのレポートまたは停止した定期レポートの編集は、再処理されません。「レポート名」、「レポート・カテゴリ」、および「コメント」のみを編集できます。相当な量の編集を行う場合は、「 名前を付けて保存 」を使用します。 アクティブな定期レポートへの編集は、新たに実行するレポートに反映されます。ただし、過去の処理済みレポートは変更されません。 ライブ・レポートへの編集は、レポート結果が更新されるときに適用されます。ライブ・レポートの任意の設定を編集できます。
	選択したレポートを削除します。

レポート設定

「**レポート設定**」をクリックすると、このウィンドウが表示されます。

ウィンドウの内容は、表示していたレポートの種類に応じて異なります。

1 回限りのレポート

1 回限りのレポートの場合、ウィンドウにはレポートの詳細とユーザーのコメントが表示されます。

定期レポート

レポートの詳細とコメントに加えて、ウィンドウにカレンダーが組み込まれます。カレンダーから別のレポート期間を選択できます。

トレンド

レポートの詳細とコメントに加えて、ウィンドウにカレンダーが組み込まれます。この期間と最後に組み込まれた期間のトレンドを分析する対象のレポート期間の数を選択できます。

「**レポートを更新**」をクリックして、加えられたすべての変更を受け入れてビューアー・ウィンドウに戻るか、「**キャンセル**」をクリックして、変更せずに閉じます。

データ・グリッド

データ・グリッドは、レポートのデータをテーブルに表示します。

選択したレポートのデータ・グリッドは、最初に右下のペインに表示されますが、サイズ変更カーソル  を使用してサイズを変更したり、非表示ボタン  を使用して非表示にしたり、展開ボタン  を使用してペイン全体に展開したりすることができます。

グリッド上のさまざまなコントロールおよびオプションを使用して、データ・グリッドの情報を制御できます。

- チェック・ボックスによって、レポートのグラフ内に表示される行を選択できます。チェック・ボックスを選択すると、対応する棒、円グラフの切片、またはバブルの色がグラフに表示されます。また、各チェック・ボックスをクリックする代わりに、最初の列見出しのドロップダウン・メニューを使用して、上位 5 行、10 行、または 20 行を表示することもできます。
- 「**検索フィルター (Search Filter)**」を使用すると、指定された文字列を含む行のみが表示されます。入力されたテキストが、すべての表示列で検索されます。

- 「比較」を選択すると、指標ごとに2つの列が追加されて表示されます。1つは2つ目の期間の値を示し、もう1つは2つの期間の間の割合の変動を示します。
- データ・グリッド内の列および指標 (比較指標および割合の変動の列を含む) ごとに見出しの矢印をクリックすると、選択した列を使用してソートされます。昇順または降順でソートできます。
- 最初の列見出しのドロップダウン・メニューを使用すると、最初の列のメニューから、すべての結果を表示するか、上位5個、10個、または20個の結果のみを表示することができます。

レポートによって、表示機能は異なります。

フラット・リスト・レポート

フラット・リスト・レポートでは、レポートが作成されたときに選択した表示列の組み合わせごとに行が表示され、グリッドの上部に合計行が表示されます。選択した指標ごとに列が表示されます。

フラット・リスト・レポート用の関係ズームを作成した場合、関係データを含む各行に、表示列の組み合わせごとの虫眼鏡ボタン  が表示されます。これをクリックすると、対応する関係ズームが開きます。

階層レポート

階層レポートでは、最初の表示列の各値を示す行が表示されます。任意の行を展開すると、それに関連する2番目の表示列の値が表示されます。表示列が3つ以上ある場合は、2番目の表示列の任意の行を展開するとそれに関連する追加の表示列の値が表示されます。+ をクリックして行を展開するか、- をクリックして行を閉じることができます。

フィルター済みグループ・レポート

フィルター済みグループ・レポートでは、グループごとに、選択した指標の列を含む行が表示されます。+ をクリックして行を展開するか、- をクリックして行を閉じることができます。

セグメント比較レポート

セグメント比較レポートでは、レポート期間ごとに、レポートが作成されたときに選択されたセグメントごとの列を含む行が表示されます。

Lifecycle レポート

Lifecycle レポートでは、マイルストーンまたはマイグレーター・セグメントでズームしたときにデータ・グリッドが表示されます。

ライブ・レポート

ライブ・レポートでは、レポートが作成されたときに選択した表示列の組み合わせごとに行が表示されます。選択した指標ごとに列が表示されます。

ライブ・レポートは、デフォルトで当日に設定されます。リアルタイム・データを表示するには、過去8日以内から1日のみ選択できます。

トレンド・ビュー

毎日、毎週、または毎月実行されるレポートの場合、「トレンド」ボタン  が使用可能であり、「レポート」メニューのオプションとして提供されます。トレンド・ビューでは、日ごとに1行が表示され、期間の合計か累積の合計のいずれかを表示するように、選択された指標を一定期間にわたってプロットすることができます。

レポートに複数の指標が含まれる場合は、指標メニューを使用して異なる指標に切り替えることができます。オプションで、トレンド・ページの上にある累積オプションを選択して、トレンド・グラフを累積トレンドとして表示できます。

トレンド・ビューで、以下の操作を実行できます。

- 「レポート設定」ウィンドウから、期間の数と、終了期間を選択します。
- 左端にあるリストから、プロットする指標を選択します。
- 右端のリストから、トレンドのタイプ (標準または累計) を選択します。

ライブ・レポートを除くすべてのレポートでは、トレンド・ビューは注釈もサポートします。

ライブ・レポートでは、トレンド・ビューには、当日の1時間ごとのリアルタイム・データが表示されます。ライブ・レポートは、デフォルトで当日に設定されます。過去8日以内から別の1日を選択することもできます。

ライブ・レポートでのトレンド・ビューの比較

ライブ・レポートでは、選択した日の時間ごとのトレンドを別の単一の日と比較できます。レポート・ヘッダーで2番目の期間のチェック・ボックスを選択して、「レポート設定」ウィンドウを使用して日を選択します。比較を表示するには、「標準トレンド」または「累積トレンド」の種類を選択できます。

期間の比較

定期レポートまたはライブ・レポートで、比較のために2つ目の期間を選択できます。

このタスクについて

ライブ・レポートでは、トレンド・ビューで期間を比較できます。他の定期レポートでは、レポート・ビューを選択して期間を比較します。

手順

定期レポートまたはライブ・レポートで、レポート・グラフの上にある「期間 B」ボックスの「比較」チェック・ボックスをクリックします。

両方の期間の結果がグラフに表示されます。それぞれの期間に A および B というラベルが付けられ、2つ目の期間のグラフ・セグメントは明るい色で表示されます。データ・グリッドには両方の期間の列が表示されます。

レポートへの注釈の追加

注釈機能により、Digital Analytics Explore に表示されるトレンド・グラフで重要なイベント (休日、キャンペーン、季節、例外的な出来事など) にフラグをたてることができます。

このタスクについて

メモは、1日に対して、または一定の期間に対して付けることができます。注釈を、すべてのユーザーに表示されるように公開することも、自分のアカウントのみで表示できるようにすることもできます。

「個人注釈」にチェック・マークを付けて、自分が設定した注釈を表示するか、「共有注釈」にチェック・マークを付けて、他のユーザーが設定した注釈を表示するかを選択することもできます。

注釈ボタンの上にカーソルを移動すると、イベントに関する詳細が表示されます。あるいは、注釈を編集または削除できます。

14 ページの表 5 に、注釈の色とその意味を示します。

アイコン	色	意味
	紫	注釈の開始日は、トレンド・ビューに含まれる最初の日よりも前です。
	赤	1日の注釈。
	青	複数の日にわたる注釈。注釈の期間は薄い青で表示されます。複数の日からなる2つの期間が重なる場合、重なった部分はそれよりも濃い青で表示されます。
	二重	同じ開始日の2つ以上の注釈が追加されました。この注釈をクリックすると、同じ開始日のすべての注釈の詳細が表示されます。

手順

トレンド・ビューの右上の注釈ボタン () をクリックすると、「日別注釈を追加」ウィンドウが表示されます。

「注釈の管理 (Annotation Management)」画面で注釈を設定することもできます。

Digital Analytics Explore レポートの作成

新しい Digital Analytics Explore レポートを作成するには、使用可能なレポートの種類 (フラット・リスト、階層、フィルター済みグループ、セグメント比較、Lifecycle (ライセンス交付を受けたユーザーの場合)、およびライブ) からいずれかを選択します。

「新規レポートを作成」ページにアクセスするには、サイド・ナビゲーション枠で「**新規レポートを作成**」をクリックします。次に、選択したレポートの種類レポート構成ページにアクセスするには、「**作成**」をクリックします。レポートを構成するには、ページ上のタブを使用します。レポートを完成させるには、アスタリスク (*) のマークが付いているタブは必須です。

いずれのタブの場合も、選択した列および指標を示すテーブルの例が画面の上部に表示されます。非表示にするには  アイコンをクリックします。表示するには、 アイコンをクリックするか、サイズ変更  アイコンでサイズを変更します。

レポート設定を構成した後、「**サブミット**」をクリックします。構成が有効な場合は、レポートが保存されてサブミットされたことを示すメッセージが表示されます。生成後には、フラット・リスト、階層、フィルター済みグループ、およびセグメント比較の各レポートは、サイド・ナビゲーション枠の「レポート」タブから使用可能です。ライブ・レポートとライフサイクル・レポートは、「ライブ・レポート」タブおよび「ライフサイクル」タブから使用可能です。レポートはすべて「管理」タブから使用可能です。

セグメントとフィルター

Digital Analytics Explore の能力の多くは、その柔軟なセグメンテーション機能とフィルター機能から成り立っています。

セグメントとフィルターの違い

フィルターは、条件に完全に一致する行のみにレポートの表示内容を絞り込みます。セグメントは、条件に一致する訪問のみにレポートを制限します。例えば、今日、サイトで以下の3つの訪問があったとします。

- 訪問1は、「ホーム」->「スポーツ」->「ホーム」の順にアクセスし、離脱しました。
- 訪問2は、「ホーム」->「ビジネス」->「スポーツ」->「ビジネス」の順にアクセスし、離脱しました。
- 訪問3は、「ホーム」->「ビジネス」の順にアクセスし、離脱しました。

これらのアクティビティーの結果は、[15 ページの表6](#) のようになります。

表6: サイトの合計アクティビティーの例

ページ	訪問回数	ページ・ビュー
合計	3	9
ホーム	3	4
スポーツ	2	2
ビジネス	2	3

「スポーツが含まれているページ」というフィルターを適用すると、その条件に一致する行のみが対象になり、レポートは、[15 ページの表7](#) のようになります。

表7: 「スポーツ」でフィルタリングしたアクティビティーの例

ページ	訪問回数	ページ・ビュー
合計	2	2
スポーツ	2	2

「スポーツが含まれているページ」というセグメントを適用すると、その条件に一致するすべての訪問が対象になり、16 ページの表 8 に示すとおり、結果には訪問 1 と訪問 2 が含まれます (訪問 3 は含まれません)。

表 8: 「スポーツ」でセグメント化したアクティビティの例

ページ	訪問回数	ページ・ビュー
合計	2	7
ホーム	2	3
スポーツ	2	2
ビジネス	1	2

自分の世界観に合うレポート・セットに切り分ける場合は、フィルターを使用します (例えば、「Smith が書いた記事のみ」または「Reebok ブランドのプロダクトのみ」)。結果セット内のデータ行は、すべてフィルター条件に一致しています。

以下の場合、セグメントを使用します。

- 関係分析を実行する場合 (例えば、E メール・キャンペーンを通じてアクセスした訪問者のうち、訪問中に 3 ページ以上のページ・ビューがある訪問者は、どのようなコンバージョン・イベントを完了したか?)
- アフィニティを把握する場合 (例えば、「フィッシング」カテゴリ内のプロダクトを見た訪問者は、訪問中、他にどのようなプロダクト・カテゴリを見たか?)
- 訪問者の人物像を特定する場合 (例えば、エンゲージメント・レベルが高い訪問者、Googler (Google ユーザー)、スポーツ・ファン)

レポートの種類別の考慮事項

- フラット・リスト・レポートの場合、必要に応じてフィルターとセグメントを両方適用できます。
- フィルター済みグループ・レポートの場合、フィルターを使用してレポートあたり最大 10 個のグループを作成し、オプションでセグメントも適用します。
- セグメント比較レポートの場合、フィルターは適用されず、最大 10 個のセグメントについてレポートできます。
- セグメントは、ライブ・レポートでは使用不可です。
- IBM Tealeaf セグメントは、1 回限りの (1 回だけ即時実行されるレポートの) フラット・リスト・レポート、セグメント比較レポート、階層レポート、ライフサイクル・レポートでのみ使用できます。

関連概念

カスタム指標

カスタム指標は、標準指標または属性フィールドに基づくユーザー定義の指標です。セグメント指標、フィルター指標、および属性指標の 3 つのタイプのカスタム指標を定義できます。さらに、カスタム指標機能を使用して、カスタマイズされた名前を付けた、標準指標の別名を作成できます。

Digital Analytics Explore レポートの IBM Tealeaf セグメント

Digital Analytics Explore のレポート機能を使用し、IBM Tealeaf からインポートされた訪問者セッション・データを分析できます。Tealeaf セグメントは、Tealeaf セグメント名や日付範囲など、インポートしたセッション ID 値およびメタデータから構成されています。

Tealeaf セグメントは、関係ズーム・データを使用せずに 1 回限り実行されるフラット・リスト・レポート、階層レポート、セグメント比較レポート、またはライフサイクル・レポートで使用できます。レポート内で Tealeaf セグメントを使用するには、Tealeaf セグメントの日付範囲の少なくとも 1 つの日付が、レポートの日付範囲内であることが必要です。レポートの日付範囲内に含まれる Tealeaf セグメント日付がない場合は、そのセグメントをレポート用に選択することはできません。レポートは、セグメントの日付範囲のデータのみ返します。

Tealeaf セグメントは、セグメント・ページ(「管理」 > 「セグメント」)の Tealeaf カテゴリー内にリストされています。インポートされた Tealeaf セグメントは Explore 内で編集できません。

Digital Analytics への IBM Tealeaf セッション ID のエクスポートに関する詳細については、「IBM Tealeaf cxImpact ユーザー・マニュアル」の『セッション・データのエクスポート』を参照してください。

関連概念

Digital Analytics Explore の IBM Tealeaf との統合

Digital Analytics Explore ユーザーおよび IBM Tealeaf ユーザーは、2つのソリューションによって個別に収集された訪問者の行動データをクロスオーバー分析することができます。

計算指標

Digital Analytics Explore の計算指標は、ユーザー定義指標であり、1つ以上の既存の指標、演算子、または定数で構成される式から成っています。計算指標は、「フラット・リスト」、「階層」、「フィルター済みグループ」、「セグメント比較」、および「ライフサイクル」の各レポートに含めることができます。計算指標は、ライブ・レポートでは使用不可です。

計算指標は、レポートの作成または編集時のみ、作成およびレポートへの追加を行うことができます。詳しくは、作成するレポートのタイプに関するトピックを参照してください。

計算指標の編集、コピー、または削除は、レポートの作成または編集時に行うか、「管理」 > 「計算指標」ページを使用して行うことができます。「計算指標」ページについて詳しくは、[65 ページの『計算指標』](#)を参照してください。

指標をレポートに追加することが可能な任意のレポート作成タブを使用して、計算指標を処理できます。これらのタブへのアクセス方法および使用方法について詳しくは、作成するレポートのタイプに関するトピックを参照してください。

注: クリック帰因指標に基づく計算指標では、処理時間がさらに必要になることがあります。

計算指標の処理のガイドライン

計算指標の処理には、以下のガイドラインが適用されます。

- 「列と指標」、「関係ズーム」、「ズーム」などの一部のレポート作成タブでは、計算指標を処理する前に1つ以上の表示列を選択する必要があります。列を選択すると、「計算済み」タブに、選択した表示列に適用できる、使用可能な標準指標のみを使用する既存の計算指標が表示されます。また、計算指標の式を作成するのに使用可能な指標には、選択した列に適用可能な指標のみが含まれています。
- 計算指標の式内の定数は、整数または小数のいずれかです。
- 式内のエラーにより式が無効になると、エラーが表示されます。計算指標を保存するには、事前にエラーをすべて修正する必要があります。
- 計算指標は、それを作成したユーザーか管理者しか編集も削除もできません。
- レポートで使用中の計算指標を編集した場合、処理されていないレポートに対してのみ編集が適用されます。新規指標の式は今後のレポートに適用されます。Explore 定期レポートが、新規指標を使用するようにさかのぼって処理されることはありません。過去の日付の既存レポートでは、引き続き元の計算指標の式に基づいて値が表示されます。
- レポートで使用中の計算指標を削除しようとする、メッセージが表示され、その計算指標を使用するすべてのレポートがリストされます。計算指標を削除するには、事前にその計算指標を使用するレポートを削除する必要があります。

カスタム指標

カスタム指標は、標準指標または属性フィールドに基づくユーザー定義の指標です。セグメント指標、フィルター指標、および属性指標の3つのタイプのカスタム指標を定義できます。さらに、カスタム指標機能を使用して、カスタマイズされた名前を付けた、標準指標の別名を作成できます。

カスタム指標のベースとして、任意の標準指標や属性フィールドを使用できます。カスタム指標のベースとして、計算指標も他のカスタム指標も使用できません。

「管理」 > 「**カスタム指標 (Custom Metrics)**」ページを使用して、カスタム指標の作成、編集、コピー、および削除を行います。

セグメント指標

セグメント指標は、セグメント定義に一致するセッションの場合のみ指標データを返します。例えば、セグメントを、モバイル・デバイスのユーザーからの訪問に結果を制限する売上/訪問標準指標に適用できます。セグメンテーション・ロジックは、レポート全体ではなく、選択された基本指標にのみ適用されます。

セグメントを作成することも、既存のセグメントを選択することもできます。カスタム指標を定義するときに作成するセグメントは、カスタム指標を使用しないレポートにも適用できます。

注：カスタム指標には、以下の制約事項が適用されます。

- クロス訪問または登録条件を含むセグメントをカスタム指標に追加することはできません。
- レポートにセグメント化されたカスタム指標が含まれる場合、クロス訪問または登録条件を使用するセグメントをあわせて含めることはできません。
- カスタム指標にマルチチャンネル・セグメントを追加することはできません。

フィルター指標

フィルター指標は、フィルター定義と一致する指標データのみ返します。例えば、「ページ・ビュー」標準指標を使用して、電子機器といったカテゴリーのページに結果を制限するカスタム指標を作成できます。フィルタリング・ロジックは、レポート全体ではなく、基本指標にのみ適用されます。

フィルターを作成することも、既存のフィルターを選択することもできます。カスタム指標を定義するときに作成するフィルターは、カスタム指標を使用しないレポートにも適用できます。

属性指標

属性指標は、属性フィールドの値に基づきます。例えば、自分のサイトがページ・ビュー・タグの属性として作成者名を収集するように構成されている場合は、この属性を選択して、「ページ・ビュー - Smith」といった指標を生成できます。属性指標は、選択された属性がテキスト・ベースであるか数値であるかに応じて、異なる計算オプションを提供します。属性指標には、セグメントもフィルターも適用できません。

属性フィールドをカスタム指標定義で使用するには、事前に、管理コンソールで属性フィールドに別名を割り当てておく必要があります。属性フィールドは、タグやインポートされたデータに基づくことができます。

レポートへのカスタム指標の追加

カスタム指標は、「フラット・リスト」、「階層」、および「ライフサイクル」の各レポートで使用します。カスタム指標は、「フィルター済みグループ」、「セグメント比較」、「ライブ」の各レポートではサポートされません。

レポートへの指標の追加に使用される任意のレポート作成タブから、レポートにカスタム指標を追加できます。詳しくは、作成するレポートのタイプに関するトピックを参照してください。

注：クリック帰因指標に基づくカスタム指標では、処理時間がさらに必要になることがあります。

関連概念

セグメントとフィルター

Digital Analytics Explore の能力の多くは、その柔軟なセグメンテーション機能とフィルター機能から成り立っています。

カスタム指標

サイド・ナビゲーション枠で「管理」 > 「カスタム指標 (Custom Metrics)」を選択して「カスタム指標 (Custom Metrics)」ページにアクセスします。このページで、カスタム指標の作成、編集、コピー、および削除を行うことができます。

属性 (Attributes)

Digital Analytics Explore の属性は、Web サイト訪問者が特定のページに到達した方法に関する質問に答えるのを容易にする方法で、提供されるコンテンツについて説明するのを容易にします。

クリック帰因指標

クリック帰因指標は、マーケティング属性ロジックを使用して、コンバージョン・クレジットをマーケティング・イニシアチブに割り当てます。Digital Analytics Explore レポートでこれらの指標を使用して、指定された期間に、マーケティング・プログラムがどのようにダウンストリームのコンバージョンに貢献したかを評価します。

Digital Analytics Explore は、コンバージョン・イベントから遡って、帰因ウィンドウ構成で定義されたロジックに従ってクレジットをマーケティング・イニシアチブに帰因させる、後方参照帰因をサポートします。

レポートでクリック帰因指標を使用できるようにするには、事前に、管理コンソールの「帰因設定」ページで帰因ウィンドウを定義しておく必要があります。管理コンソールの詳細は、「[IBM Digital Analytics 管理者ガイド](#)」を参照してください。

1つのレポートの中で、クリック帰因指標は他の標準指標、計算指標、およびカスタム指標と結合できます。インプレッション帰因モジュールのライセンス交付を受けたユーザーは、1つのレポートの中で、インプレッション帰因指標とクリック帰因指標を結合できます。また、クリック帰因指標は、計算指標またはカスタム指標の基本指標としても使用できます。

関連概念

[71 ページの『インプレッション帰因モジュール』](#)

インプレッション帰因モジュールでは、マーケティング帰因に関連するキー指標を理解し、訪問者のサイト内の行動を訪問者が表示したキャンペーンと相関付けることができます。この結果、下流のコンバージョンに影響を与えるマーケティング・インプレッションと、それによって調査すべきブランド化アクティビティを把握できます。

帰因ウィンドウ

Digital Analytics Explore は、帰因ウィンドウと呼ばれる特定の期間を使用して、クレジットをマーケティング・イニシアチブに帰因させます。これらのウィンドウは、ビジネス・サイクルの期間に合わせて長さを変えることができます。Digital Analytics Explore は、期間が1日から120日の後方参照帰因ウィンドウをサポートします。

Digital Analytics Explore および IBM Digital Analytics は、管理コンソールで定義されるのと同じ後方参照帰因ウィンドウ構成を使用します。Digital Analytics Explore は、前方参照帰因ウィンドウはサポートしません。前方参照帰因ウィンドウは、IBM Digital Analytics にのみデプロイされます。

帰因ロジック

帰因ウィンドウ構成はまた、クリック帰因指標によって使用されるロジックを決定します。次の3つのタイプのクリック帰因ロジックを定義できます。

- **最初のクリック**は、クレジットを帰因ウィンドウ内の最初のマーケティング・ソースに帰因させます。
- **最後のクリック**は、クレジットを帰因ウィンドウ内の最後のマーケティング・ソースに帰因させます。
- **クリック全体に平均 (Average across clicks)**は、クレジットを、帰因ウィンドウ内のすべてのソースに平等に帰因させます。

クリック帰因モデルについて詳しくは、「[IBM Digital Analytics ベストプラクティス](#)」の『[マーケティング属性ウィンドウ \(marketing attribution windows\)](#)』のセクションを参照してください。

帰因ウィンドウへの変更

管理コンソールの中で帰因ウィンドウが変更されると、このウィンドウを使用するすべてのクリック帰因指標は、新規ウィンドウを使用するように更新されます。古いウィンドウは非アクティブになります。

これらのクリック帰因指標を使用する定期レポートは、新規ウィンドウを使用するように、自動的に更新されます。更新された帰因ウィンドウを持つ帰因指標に基づく計算指標を使用するレポートもまた、新規ウィンドウを使用するように、自動的に更新されます。

Digital Analytics Explore レポートへのクリック帰因指標の追加

フラット・リスト・レポート、階層レポート、およびフィルター済みグループ・レポートにクリック帰因指標を追加できます。セグメント比較レポート、ライフサイクル・レポート、ライブ・レポートのいずれにおいても、クリック帰因指標は使用できません。

このタスクについて

クリック帰因指標は、マーケティング・カテゴリーから、以下の内の1つ以上の列が、表示のために選択された場合にのみ使用できます。

- マーケティング・カテゴリー
- マーケティング・チャンネル
- マーケティング・アイテム
- マーケティング・プレースメント
- マーケティング・プログラム
- マーケティング・ベンダー
- 自然検索エンジン
- 自然検索用語
- 参照元サイト
- 参照元 URL

「列と指標」タブに互換性のある列が表示されているときに、クリック帰因指標は、「使用可能な指標を選択」の下の「標準」タブで使用可能です。クリック帰因指標を識別するために、Digital Analytics Explore は、次の例のように、指標名の右に、指標の期間、方向、および帰因ロジックを表示します。



「最初のクリック」帰因ロジックが付いた、2 日間の後方帰因ウィンドウ。



「最後のクリック」帰因ロジックが付いた、14 日間の後方帰因ウィンドウ。



「平均」帰因ロジックが付いた、20 日間の後方帰因ウィンドウ。

注：クリック帰因指標を含むレポートでは、処理時間がさらに必要になることがあります。

クリック帰因指標の、計算指標またはカスタム指標の基本指標としての指定

クリック帰因指標は、計算指標またはカスタム指標の基本指標として使用できます。

このタスクについて

計算指標でクリック帰因指標を使用するには、事前に、レポート作成インターフェースの「列と指標」タブで、1つ以上の互換性のある表示列を選択しておく必要があります。また、互換性のある列も、計算指標またはカスタム指標をレポートに追加する前に、選択しておく必要があります。詳しくは、[20 ページの『Digital Analytics Explore レポートへのクリック帰因指標の追加』](#)を参照してください。

注：クリック帰因指標に基づく計算指標およびカスタム指標では、処理時間がさらに必要になることがあります。

関連概念

[17 ページの『計算指標』](#)

Digital Analytics Explore の計算指標は、ユーザー定義指標であり、1つ以上の既存の指標、演算子、または定数で構成される式から成っています。計算指標は、「フラット・リスト」、「階層」、「フィルター済みグループ」、「セグメント比較」、および「ライフサイクル」の各レポートに含めることができます。計算指標は、ライブ・レポートでは使用不可です。

[17 ページの『カスタム指標』](#)

カスタム指標は、標準指標または属性フィールドに基づくユーザー定義の指標です。セグメント指標、フィルター指標、および属性指標の3つのタイプのカスタム指標を定義できます。さらに、カスタム指標機能を使用して、カスタマイズされた名前を付けた、標準指標の別名を作成できます。

サイト全体にわたるレポート

IBM Digital Analytics Multisite がある場合は、レポートでサイト ID またはサイト別名をディメンションとして使用することもできます。

このタスクについて

ただし、サイト ID またはサイト別名のディメンションをレポートで使用するときは、以下の考慮事項に注意してください。

手順

- 訪問者セッションが2つのサブサイトにわたっている場合、各サイトはセッションおよび訪問者によってクレジットが与えられます。つまり、各行の合計が実際の合計を超える場合があります。
- 指標は、そのサイトで発生したアクションのみを反映します。例えば、訪問者セッションが2つのサブサイト (サイト A およびサイト B) にわたっている場合、訪問者がサイト B 上で注文したとしても、サイト A およびサイト B の両方がページ・ビュー、訪問回数、および訪問者数に帰因したことになります。ただし、サイト B のみが注文についてクレジットを受け取ります。
- クリック指標は、オフサイト・キャンペーンへのクリック (MMC リンク・クリック) を参照します。階層レポートを使用して、他のクリック指標 (例えば、「サイト・プロモーション」フィールドまたは「リアル・エステート」フィールドなど) をドリルダウンできます。

タスクの結果

フラット・リスト・レポート

フラット・リスト・レポートでは、階層構造ではなく、フラットな構造でデータが表示されます。このレポートの種類は、大規模なデータ・セットの分析に最適です。

フラット・リスト・レポートには、「合計」行のほか、「その他」行のオプションも用意されており、このオプションを使用すると、表示する個々の行数を制限する場合に「上位 N 値」の選択に含まれていない値の合計を得られます。

列および指標の選択

「レポート・ビルダー」を使用して、レポートの表示列と指標列を選択します。表示列は3件まで、指標は10件まで選択できます。

このタスクについて

複数の表示列を選択した場合の指標は、選択した表示列の固有の組み合わせに対応したレポート構成で使用できます。例えば「ページ」と「ページで使用される言語」の両方を表示するように選択した場合は、ホーム・ページのページ・ビューが英語ホーム、ドイツ語ホーム、スペイン語ホームなどに分割されます。これは、一部のデータ (例えばページとページ・カテゴリー、またはページとページ属性「作成者」) を横並びで表示させるには効果的ですが、それ以外の組み合わせ (例えばプロダクト名と国) の場合は無意味です。そのため、選択した最初のフィールドによって、残りの表示列の選択肢が制限されます。

表示は「使用可能な表示列」、「表示列をドラッグ・アンド・ドロップ」、「使用可能な指標」、および「指標をドラッグ・アンド・ドロップ」の4つのペインに分割されています。

最初の状態では、「使用可能な表示列」にデータ・フィールドの種類が設定されています。それぞれのフィールドの種類は  ボタンのクリックによって展開し、使用可能な表示列を表示させることができます。

注: 訪問データを IBM Tealeaf にエクスポートする場合は、各行に訪問回数を表示できるように、レポートの作成時に訪問指標を含めてください。

手順

1. 使用する最初の表示列を「表示列をドラッグ・アンド・ドロップ」にドラッグします。

最大で 3 列まで選択できます。

列を選択すると、それが画面の左上に表示されます。使用可能な指標は、「使用可能な指標を選択」列の「標準」タブ、「計算済み」タブ、「カスタム」タブにリストされます。一部の表示列が「使用可能な表示列」ペインから除去されます。これらの列は、選択した列と組み合わせられないために除去されます。

2. 必要な指標を「使用可能な指標を選択」列の「標準」タブ、「計算済み」タブ、または「カスタム」タブから「指標をドラッグ・アンド・ドロップ」列にドラッグします。

レポートで使用可能な指標は、選択された表示列に基づきます。選択された表示列と互換性がある指標のみが選択できるようになっています。

レポートには最大 10 個の指標を含めることができ、これらは標準指標、計算指標、またはカスタム指標の任意の組み合わせとなります。

計算指標は、「計算済み」タブを使用して、または「管理」>「計算指標」ページを使用して、作成したり、編集したりすることができます。

カスタム指標を作成または編集するには、「管理」>「カスタム指標 (Custom Metrics)」ページを使用します。

指標を選択すると、それが画面の右上に表示されます。

関連概念

17 ページの『計算指標』

Digital Analytics Explore の計算指標は、ユーザー定義指標であり、1 つ以上の既存の指標、演算子、または定数で構成される式から成っています。計算指標は、「フラット・リスト」、「階層」、「フィルター済みグループ」、「セグメント比較」、および「ライフサイクル」の各レポートに含めることができます。計算指標は、ライブ・レポートでは使用不可です。

17 ページの『カスタム指標』

カスタム指標は、標準指標または属性フィールドに基づくユーザー定義の指標です。セグメント指標、フィルター指標、および属性指標の 3 つのタイプのカスタム指標を定義できます。さらに、カスタム指標機能を使用して、カスタマイズされた名前を付けた、標準指標の別名を作成できます。

レポート作成頻度および日付範囲の設定

「日付とデータ・セット」タブを使用して、レポート作成頻度と日付範囲を設定します。

このタスクについて

レポート作成頻度は、レポートを実行する回数です。システムは、定期レポートと 1 回限りのレポートをサポートします。

定期レポート

定期レポートは、日次、週次、または月次のレポート作成頻度によって定義され、選択された開始日以降の最初の期間を始期として、指定の期間にわたって実行されます。

- Digital Analytics Explore システムが既に 13 カ月分以上のデータを処理している場合、過去 13 カ月間 (400 日間) のデータに対して定期レポートを実行できます。デフォルトの日付範囲は 400 日です。
- レポートを永続的に (停止するか削除するまで) 実行するには、現在の日付から 400 日以内の開始日を選択し、「終了日」として「終了日なし」を選択します。履歴開始日を選択すると、現在の期間までのレポートおよびトレンドが事前設定されます。
- 処理されたレポートは、直近 13 カ月分がアクセス可能です。

1 回限りのレポート

1 回限りのレポートは、選択された日付範囲に 1 回実行されます。レポート期間は最大で 93 日です。

- 処理されたレポートは直近の 93 日分がアクセス可能です。

- 定義からして、1 回限りのレポートは指定の日付範囲にわたって 1 回しか実行されないため、別の日付に切り替えることはできません。
- 1 回限りのレポートの場合は「終了日なし」オプションを使用できません。
- 将来の日付を選択すると、終了日を過ぎるまでレポートは実行されません。

行制限の設定

「日付とデータ・セット」タブの「行数」の選択により、レポートの種類に応じてレポートに含める情報の量が決定されます。

このタスクについて

フラット・リスト・レポートの場合、「行数」の選択により、レポートで返される最大行数が定義されます。例えば 10,000 行を選択すると、選択した最初の指標に従って行がソートされ、上位 10,000 行がレポートとして返されます。さらに、すべてのフラット・リスト・レポートに「合計」行が表示されます。定義されたレポートの行数が選択された行数を超える場合は、データの残りが「その他」行に要約されます。指定可能な値は、50、100、1,000、および 10,000 です。このオプションをご使用のクライアント ID に対して有効にしている場合は、50,000 行を選択することもできます。デフォルトは 50 行です。

階層レポートの場合、「行数」の選択により、レポートの階層レベルの展開時に各レベルで返される最大行数が定義されます。例えば、制限を 100 行に設定すると、階層レポートは 100 のトップレベル行、100 の第 2 レベル行、および 100 の第 3 レベル行を返します。指定できる値は 50 と 100 です。デフォルトは 50 です。

カスタム・グループ・レポートの場合、「行数」の選択により、レポートの各グループの展開後に返される最大行数が定義されます。例えば 100 行を選択すると、選択した最初の指標に従って行がソートされ、各グループの上位 100 行が返されます。レポート内のグループ数が 10 以下の場合、グループごとに最大 1,000 行まで選択できます。定義されたレポートで各グループの行数が選択された行数を超える場合は、データの残りが「その他」行に要約されます。

セグメント比較レポートでは「行数」を選択できません。

データ・セットの選択

「日付とデータ・セット」タブを使用して、レポートに使用するデータ・セットを指定します。

このタスクについて

「完全データ・セット・レポート」と「抽出レポート」のいずれを選択するかによって、処理される情報の量およびレポートの所要時間が決まります。

完全データ・セット・レポート

任意のレポート期間範囲にある、適用可能なすべてのクライアント・データを返します。

抽出レポート

任意のレポート期間範囲におけるクライアント訪問者人口をサンプリングしたものを報告し、それらの訪問者によるすべての訪問およびレコードを余すところなく考慮に入れます。Digital Analytics は、クライアント・データの量に応じて適切なサンプリング率を決定します。サンプリング率は、サンプリング対象の各レポートの「設定を開く」領域に表示されます。

サンプル・データ・セットに対するレポートの実行は、訪問者およびそのアクティビティのサブセットしか使用せず、結果を外挿するため、高速です。このレポートは、すべてのデータに対して実行する前にテスト・レポートを作成および表示して代表的な概略の数値を把握し、完全データ・セット・レポートを作成する前にどのようなレポートが得られるか調べる場合に有用です。

拡張 CSV レポート・ファイルの生成

最大 1,000,000 行のデータを収容する、ダウンロード可能バージョンのフラット・リスト・レポートを生成できます。この機能にアクセスするには、事前にご使用のクライアント ID に対してこの機能を有効にする必要があります。

このタスクについて

この拡張 CSV レポート・ファイルは、レポート構成での指定と同じ最大行数を収容する Excel ファイルおよび標準 CSV ファイルとは別に使用できます。レポート構成で指定した行数にかかわらず、どのフラット・リスト・レポートの拡張 CSV レポート・ファイル・オプションでも選択できます。例えば、レポート内に 50 行を指定すると、50 行が Digital Analytics Explore インターフェースに表示される一方で、拡張 CSV ファイルは最大 1,000,000 行を収容します。

拡張 CSV レポート・ファイルは、生成後 7 日間ダウンロードできます。7 日後、拡張 CSV ファイルを取得したい場合は、レポートを再実行しなければなりません。これにより追加のレポート・クレジットが発生します。

レポートが既に構成済みで、このオプションを指定しないで実行されている場合でも、拡張 CSV オプションを含むようにレポート構成を編集できます。その後、レポートを再度実行する必要があります。これにより追加のレポート・クレジットが発生します。

注: Digital Analytics Explore インターフェースに表示されるフラット・リスト・レポートは 10,000 行に制限されています(このオプションがご使用のクライアント ID に対して有効である場合は、50,000 行)。レポート結果がご使用のクライアント ID での制限よりも少ない行を含んでいる場合、拡張 CSV レポート・ファイルは CSV レポート・ファイルと同じサイズになります。

手順

1. 「レポート」ビューの「ダウンロード」() アイコンをクリックします。
2. 「拡張 CSV レポート・ファイルを実行」を選択します。

フィルター

フィルターは、レポート結果を絞り込むために Digital Analytics Explore レポートに追加される 1 つ以上の条件から構成されます。これらの条件は、選択された指標を指定の値と比較し、条件に応じてレコードを含めるか除外します。

例えば、レポートを米国からの訪問者に制限する必要がある場合が該当します。条件は、単一の指標と 1 つ以上の比較から構成されます。

「フィルター」タブを使用して、レポートのフィルターを作成、コピー、または編集したり、既存のフィルターを使用したりします。既存のフィルターを名前変更したり、要件に合わせて編集したりすることもできます。便宜上、フィルターはフィルター・カテゴリーに分類されています。

既存のフィルターの使用

以下の手順を使用して、レポートに既存のフィルターを追加します。

手順

1. 「フィルター・カテゴリー」リストからフィルター・カテゴリーを選択します。選択したカテゴリーにあるフィルターが「使用可能なフィルター」ペインに表示されます。
2. 適用するフィルター (複数可) を「ドラッグ・アンド・ドロップ (Drag and Drop)」ペインにドラッグします。

フィルターの作成

フィルターを作成するには、以下の手順を行います。

始める前に

注: レポートのフィルターを作成する前に、使用する表示列と指標を定義する必要があります。

手順

1. 「使用可能なフィルター」ペインの下部にある「新規」をクリックします。「新規フィルター」ダイアログが表示されます。
2. このフィルターのカテゴリを「フィルター・カテゴリ (Filter Category)」から選択するか、リストから「新規カテゴリ」を選択してフィールドにカテゴリ名を入力します。
3. 右側のフィールドにフィルターの名前を入力します。
4. 使用する比較指標を「条件」リストから選択します。
5. 以下の方法のいずれかを使用して、この条件に適した値を1つ以上入力します。

- 値を手動で入力するには、「追加」をクリックして、表示されるテキスト・ボックスにテキストを入力します。
- ご使用のクライアント ID でクイック・ピック機能が有効になっている場合は、「クイック・ピック」

アイコン () をクリックすると、選択した条件に適した最も使用頻度の高い固有値のリストが、最近のサイト・アクティビティーに基づいてアルファベット順で表示されます。「クイック・ピック・レコード」リストからこの条件に対して使用する値を選択します。複数の値を選択する場合は、Shift キーまたは Ctrl キーを使用します。特定の値を検索するには、ダイアログの上部にある検索ボックスを使用します。1つ以上の値を選択したら、「OK」をクリックします。複数の値を選択した場合、それらは OR 結合を使用して追加されます。

選択した条件に適した使用頻度の高い上位の固有値のみが「クイック・ピック」リストに表示されます。上位の値として識別されなかった他の値も条件として有効である可能性があります。

注: 選択支援として、「サンプル・レコード」をクリックすると、選択した条件用のサンプル値が表示されます。

6. 表示されるリストから演算子を選択します。
 - 指標が数値を持つ場合は、基準を「等しい」、「次の値以上」、「次の値以下」、または「次の数値間」にすることができます。
 - 指標が文字列値の場合は、演算子を「次で等しい」、「次で始まる」、「次で終わる」、「次を含む」、またはワイルドカードにすることができます。

該当する場合は、「適用しない」にチェック・マークを付けて、条件を排他的にします (この条件を満たさない場合にレコードが含められます)。

7. 条件をフィルターに適用するためのオプションを以下から1つ選択します。
 - このフィルターに対して他の条件を定義する必要がない場合は、「適用」をクリックします。条件は、ウィンドウの右側に表示されます。
 - AND 結合でさらに条件を追加するには、「適用」をクリックしてステップ 4 に戻ります。
 - OR 結合を使用してこの条件にさらに値を追加するには、「OR」を使用して条件を追加」をクリックしてステップ 5 に戻り、手動による値の入力指示に従います。
 - 既存のフィルターを新規フィルターに適用するには、フィルター・カテゴリを展開し、画面の左下のパネルから必要なフィルターを選択します。選択したら、「適用」をクリックします。AND 結合を使用して条件が他の条件に結合されます。フィルターに指標フィルターが含まれない (例えば「ページ・ビュー >=3」 という条件の) 場合は、オプションで「適用しない」を選択することができます。
 - 複数の種類の条件を重ね合わせる場合は、常に AND で結合されます。

条件の作成と適用が完了すると、その条件がパネルの右端に表示されます。編集するには、編集 () アイコンをクリックして再度左側のパネルで条件を開きます。削除するには削除 () アイコンをクリックします。適用している既存のフィルターを除去するには、除去 () アイコンをクリックします。この場合、フィルター自体は削除されずに、作成中のフィルターから除去されます。

8. 完了したら「フィルターを保存」をクリックし、このウィンドウを閉じて「フィルター」タブに戻ります。

フィルターをコピー

フィルターをコピーするには、以下の手順を行います。

このタスクについて

既存のフィルターをコピーして新しい名前を指定した後、そのまま使用するか、条件の編集、追加、または削除を行うことができます。

手順

1. 「フィルター・カテゴリ」からフィルター・カテゴリを選択します。カテゴリにあるフィルターが「使用可能なフィルター」ペインに表示されます。
2. コピーするフィルターを選択して「コピー」をクリックします。「フィルターを編集」ダイアログに、既存のフィルターの条件が表示されます。
3. このフィルターを保存するフィルター・カテゴリを選択するか作成します。
4. フィルターの新しい名前を入力します。
5. 既存の条件を選択して編集するには、編集 (✎) アイコンをクリックします。条件を削除するには、削除 (✕) アイコンをクリックします。あるいは、新しい条件を追加します。

フィルターの編集

既存のフィルターを編集するには、以下の手順を行います。

始める前に

自身でフィルターを作成した場合、またはフィルターの管理権限を持つ場合は、フィルターを編集して同じ名前で保存することができます。フィルターの編集特権を持っていない場合は、「編集」アイコンをクリックした場合のみ、フィルターをコピーできます。

注: フィルターに対する変更はグローバルであり、他のユーザーによって作成されたレポートを含め、そのフィルターを使用するすべてのレポートに影響を与えます。

手順

1. 「フィルター・カテゴリ」リストからフィルター・カテゴリを選択します。このカテゴリにあるフィルターが「使用可能なフィルター」ペインに表示されます。
2. 編集するフィルターを選択して、「編集」アイコンをクリックします。警告メッセージに、このフィルターの影響を受けるレポートが表示されます。
3. 「フィルターを編集」ダイアログに、既存のフィルターの条件が表示されます。

注: 名前とフィルター・カテゴリは変更できません。

タスクの結果

これで、既存の条件を選択し、編集 (✎) アイコンをクリックして編集するか、削除 (✕) アイコンをクリックして条件を削除するか、あるいは、新しい条件を追加することができます。既存のフィルターを適用している場合は、除去 (🗑️) アイコンをクリックすることで適用したフィルターを除去できます。

セグメント

「セグメント」タブを使用して、Digital Analytics Explore レポートのセグメントを作成、コピー、または編集するか、既存のセグメントを使用します。既存のセグメントを名前変更したり、要件に合わせて編集したりすることもできます。便宜上、セグメントはセグメント・カテゴリに分類されています。

注: すべての必須タブに入力するまで「サブミット」はクリックしないでください。

レポートへのセグメントの追加

レポート作成時、既存のセグメントをレポート構成に追加できます。

手順

1. 「セグメント」タブをクリックします。

2. 「**セグメント・カテゴリ**」からセグメント・カテゴリを選択します。このカテゴリにあるセグメントが「使用可能なセグメント」ペインに表示されます。
3. 適用するセグメント (複数可) を「**ドラッグ・アンド・ドロップ (Drag and Drop)**」ペインにドラッグします。

セグメントの作成

セグメントを作成するには、以下の手順を行います。

手順

1. 「使用可能なセグメント」ペインの下部にある「**新規**」をクリックします。「新規セグメント」ウィンドウが表示されます。
2. セグメントの種類を選択します。
 - 「**同一訪問**」 - レポート期間範囲内の、指定の条件に一致したすべての訪問。
 - 「**クロス訪問**」 - 選択した日付期間の、指定の条件に一致した、レポート期間範囲内の訪問者によるすべての訪問。「**クロス訪問**」を選択する場合は、開始日と終了日を指定するか、「**前 (Prior)**」を選択して、セグメントを適用するレポートの、以前の完了済みの期間を使用する必要があります。

注: 登録ベースのデータ拡張ファイルにインポートされたデータを使用するレポートには、クロス訪問セグメント・タイプは使用できません。
 - 「**マルチチャネルの顧客**」 - 登録済みの顧客のみのオンラインおよびオフラインの両アクティビティを含みます。

注: 「新規セグメント」ウィンドウを使用して、IBM Tealeaf セグメントを作成できません。Tealeaf ユーザーが Tealeaf セッション ID を Digital Analytics にエクスポートすると、IBM Digital Analytics は Tealeaf セグメントを作成します。
3. このセグメントのカテゴリを「**セグメント・セット・カテゴリ (Segment Set Category)**」から選択するか、リストから「**新規カテゴリ**」を選択してボックスにカテゴリ名を入力します。
4. 右側のフィールドにセグメントの名前を入力します。
5. 使用する比較指標を「**条件**」リストから選択します。
6. 以下の方法のいずれかを使用して、この条件に適した値を1つ以上入力します。
 - 値を手動で入力するには、「**追加**」をクリックして、表示されるテキスト・ボックスにテキストを入力します。
 - ご使用のクライアント ID でクイック・ピック機能が有効になっている場合は、「**クイック・ピック**」アイコン () をクリックすると、選択した条件に適した最も使用頻度の高い固有値のリストが、最近のサイト・アクティビティに基づいてアルファベット順で表示されます。「クイック・ピック・レコード」リストからこの条件に対して使用する値を選択します。複数の値を選択する場合は、Shift キーまたは Ctrl キーを使用します。特定の値を検索するには、ダイアログの上部にある検索ボックスを使用します。1つ以上の値を選択したら、「**OK**」をクリックします。複数の値を選択した場合、それらは OR 結合を使用して追加されます。

選択した条件に適した使用頻度の高い上位の固有値のみが「クイック・ピック」リストに表示されます。上位の値として識別されなかった他の値も条件として有効である可能性があります。

注: 選択支援として、「**サンプル・レコード**」をクリックすると、選択した条件用のサンプル値が表示されます。
7. 表示されるリストから演算子を選択します。
 - 指標が数値を持つ場合は、基準を「等しい」、「次の値以上」、「次の値以下」、または「次の数値間」にすることができます。
 - 指標が文字列値の場合は、演算子を「次と等しい」、「次で始まる」、「次で終わる」、「次を含む」、またはワイルドカードにすることができます。

該当する場合は、「**適用しない**」にチェック・マークを付けて、条件を排他的にします (この条件を満たさない場合にレコードが含まれます)。
8. 条件をセグメントに適用するためのオプションを以下から1つ選択します。

- このセグメントに対して他の条件を定義する必要がない場合は、「適用」をクリックします。条件は、ウィンドウの右側に表示されます。
- AND 結合でさらに条件を追加するには、「適用」をクリックしてステップ 5 に戻ります。
- OR 結合を使用してこの条件にさらに値を追加するには、「OR」を使用して条件を追加」をクリックしてステップ 6 に戻り、手動による値の入力指示に従います。
- 既存のセグメントを新規セグメントに適用するには、セグメント・カテゴリーを展開し、画面の左下のパネルから必要なセグメントを選択します。選択したら、「適用」をクリックします。AND 結合を使用して条件が他の条件に結合されます。セグメントに指標セグメントが含まれない(例えば「ページ・ビュー >=3」という条件の)場合は、オプションで「適用しない」を選択することができます。
- 複数の種類の条件を重ね合わせる場合は、常に AND で結合されます。

条件の作成と適用が完了すると、その条件がパネルの右端に表示されます。編集するには、編集 (✎) アイコンをクリックして再度左側のパネルで条件を開きます。削除するには削除 (✖) アイコンをクリックします。適用している既存のセグメントを除去するには、除去 (🗑) アイコンをクリックします。この場合、セグメント自体は削除されずに、作成中のセグメントから除去されます。

9. 完了したら「セグメントを保存」をクリックし、このウィンドウを閉じて「セグメント」タブに戻ります。

タスクの結果

セグメントをコピー

セグメントをコピーするには、以下の手順を行います。

このタスクについて

既存のセグメントをコピーして、それに新しい名前を割り当てることができます。その後、セグメントをそのまま使用することも、条件の編集、追加、または削除を行うこともできます。

手順

1. 「セグメント・カテゴリー」からセグメント・カテゴリーを選択します。このカテゴリーにあるセグメントが「使用可能なセグメント」ペインに表示されます。
2. コピーするセグメントを選択して「コピー」ボタンをクリックします。「セグメントを編集」ダイアログ・ボックスに、既存のセグメントに構成されている条件が表示されます。
3. このセグメントを保存する「セグメント・カテゴリー」を選択するか作成します。
4. セグメントの新しい名前を入力します。
5. 既存の条件を選択して編集するには、編集 (✎) アイコンをクリックします。条件を削除するには、削除 (✖) アイコンをクリックします。あるいは、新しい条件を追加します。

セグメントの編集

セグメントを編集するには、以下の手順を行います。

始める前に

自身でセグメントを作成した場合、またはセグメントの管理権限を持つ場合は、セグメントを編集して同じ名前でも保存することができます。セグメントを編集するときに、そのセグメントを作成していない場合または管理権限を持たない場合は、「セグメントを編集」ボタンが「セグメントをコピー」ボタンとして機能します。

注: セグメントに対する変更はグローバルであり、このセグメントを使用して他のユーザーが作成するレポートに影響します。

手順

1. 「セグメント・カテゴリー」からセグメント・カテゴリーを選択します。このカテゴリーにあるセグメントが「使用可能なセグメント」ペインに表示されます。

2. 編集するセグメントを選択して「編集」ボタンをクリックします。警告メッセージに、このセグメントの影響を受けるレポートが表示されます。

「セグメントを編集」ダイアログに、既存のセグメントに構成されている条件が表示されます。

注: 名前とセグメント・カテゴリーは変更できません。

タスクの結果

これで、既存の条件を選択し、編集 (✎) アイコンをクリックして編集するか、削除 (✖) アイコンをクリックして条件を削除するか、あるいは、新しい条件を追加することができます。既存のセグメントを適用した場合は、除去 (✕) アイコンをクリックすることで適用したセグメントを除去できます。

関係ズーム

関係ズームにより、1つのデータ・セットを別の1つまたは2つのデータ・セットに即時に関連付けることができます。画面は、各ターゲットの選択時に動的に更新されます。

「関係ズーム」タブを使用して、拡大するデータ・フィールドと指標を選択します。複数の表示列を選択した場合の指標は、選択した表示列の固有の組み合わせに対応します。例えば「ページ」と「ページで使用する言語」を横並びで表示させる場合は、ホーム・ページのページ・ビューが英語ホーム、ドイツ語ホーム、スペイン語ホームなどに分割されます。これは、一部のデータ (例えばページとページ・カテゴリー、またはページとページ属性「作成者」) を横並びで表示させるには効果的ですが、それ以外の組み合わせ (例えばプロダクト名と国) の場合は無意味です。選択した最初のフィールドによって、残りの表示列の選択肢は制限されます。

レポートが実行された後には、レポートの先頭から10行のそれぞれの横に虫眼鏡アイコンが表示されます。虫眼鏡を選択すると、画面の下部に1つまたは2つのレポート・ペインが表示され、選択したデータがズームされます。関係ズームは、ターゲット行を条件とする同一訪問セグメントの適用に似ています。他の行で虫眼鏡アイコンをクリックすると、ズーム・データが動的に更新されます。

レポートを作成するときの「関係ズーム」タブは「列と指標」画面に似ています。タブは「使用可能な表示列」、「表示列をドラッグ・アンド・ドロップ」、「使用可能な指標」、および「指標をドラッグ・アンド・ドロップ」の4つのペインに分割されています。

最初の状態では、「使用可能な表示列」にデータ・フィールドの種類が設定されています。それぞれの列は、正符号 (⊕) アイコンのクリックによって展開し、使用可能な表示列を表示させることができます。

ズームの表示

ズームを表示するには、以下の手順を行います。

始める前に

ズームするレポートが表示されていないなければなりません。

手順

1. 使用する最初の表示列を「表示列をドラッグ・アンド・ドロップ」にドラッグします。選択した列と組み合わせられない表示列は「使用可能な表示列」ペインから除去されます。

最大で3列まで選択できます。列を選択すると、その列が画面の左上に表示され、レポートに使用可能な指標が「使用可能な指標」に表示されます。

2. 必要な指標を「使用可能な指標」列から「指標をドラッグ・アンド・ドロップ」列にドラッグします。最大10個の指標を選択でき、これらは標準指標または計算指標の任意の組み合わせとなります。計算指標リストをフィルタリングするには、列上のドロップダウン・リストからカテゴリーを選択します。

計算指標の処理については、17ページの『[計算指標](#)』を参照してください。

3. 「ズームを追加」をクリックします。

この関係ズームが保存され、画面の右側にある「関係ズーム」セクションに表示列が表示されます。

レポート名および配布方法の定義

「名前と配布」タブを使用して、レポートの名前、カテゴリ、および配布方法をセットアップします。

手順

1. 新しいレポートのレポート名を「**レポート名**」に入力します (最大 50 文字。例: トップ・ページ、ファースト・クラス搭乗客の予約待ち時間、など)。
2. 「**レポート・カテゴリ**」を選択するか、新しいカテゴリ名を入力します。
レポート名とレポート・カテゴリの組み合わせは、レポートごとに固有でなければなりません。
3. オプション: レポートについての説明を「**コメント**」ボックスに入力します (最大 250 文字)。
4. オプション: 配布方法を選択します。
 - 「**Eメールで受信**」にチェック・マークを付けると、レポートがEメールの添付ファイルとして直接送信されます。Eメール・アドレスを入力し、添付ファイルの形式として「**Excel**」または「**CSV**」のいずれかを選択します。添付ファイルにはレポートに関するメタデータ (名前、フィルター、セグメントなど) およびデータ・テーブルが組み込まれますが、グラフは組み込まれません。
 - レポートが生成されたときに通知させるには、「**Eメールで通知**」にチェック・マークを付けます。通知の送信先Eメール・アドレスを入力します。

階層レポート

階層レポートでは、ある表示列の値に基づいて別の表示列の値が表示されます。例えば、各プロダクト・カテゴリ内で最も人気のあるブランドを表示することができます。

列および指標の選択

「**レポート・ビルダー**」を使用して、レポートの表示列と指標列を選択します。表示列は 5 件まで、指標は 10 件まで選択できます。

このタスクについて

複数の表示列を選択した場合の指標は、選択した表示列の固有の組み合わせに対応したレポート構成で使用できます。例えば「**ページ**」と「**ページで使用される言語**」の両方を表示するように選択した場合は、ホーム・ページのページ・ビューが英語ホーム、ドイツ語ホーム、スペイン語ホームなどに分割されます。これは、一部のデータ (例えばページとページ・カテゴリ、またはページとページ属性「作成者」) を横並びで表示させるには効果的ですが、それ以外の組み合わせ (例えばプロダクト名と国) の場合は無意味です。そのため、選択した最初のフィールドによって、残りの表示列の選択肢が制限されます。

表示は「**使用可能な表示列**」、「**表示列をドラッグ・アンド・ドロップ**」、「**使用可能な指標**」、および「**指標をドラッグ・アンド・ドロップ**」の 4 つのペインに分割されています。

最初の状態では、「**使用可能な表示列**」にデータ・フィールドの種類が設定されています。それぞれのフィールドの種類は  ボタンのクリックによって展開し、使用可能な表示列を表示させることができます。

注: 訪問データを IBM Tealeaf にエクスポートする場合は、各行に訪問回数を表示できるように、レポートの作成時に訪問指標を含めてください。

手順

1. 使用する最初の表示列を「**表示列をドラッグ・アンド・ドロップ**」にドラッグします。
最大で 5 列まで選択できます。
列を選択すると、それが画面の左上に表示されます。使用可能な指標は、「**使用可能な指標を選択**」列の「**標準**」タブ、「**計算済み**」タブ、「**カスタム**」タブにリストされます。一部の表示列が「**使用可能な表示列**」ペインから除去されます。これらの列は、選択した列と組み合わせられないために除去されます。
2. 必要な指標を「**使用可能な指標を選択**」列の「**標準**」タブ、「**計算済み**」タブ、または「**カスタム**」タブから「**指標をドラッグ・アンド・ドロップ**」列にドラッグします。
レポートで使用可能な指標は、選択された表示列に基づきます。選択された表示列と互換性がある指標のみが選択できるようになっています。

レポートには最大 10 個の指標を含めることができ、これらは標準指標、計算指標、またはカスタム指標の任意の組み合わせとなります。

計算指標は、「**計算済み**」タブを使用して、または「**管理**」 > 「**計算指標**」ページを使用して、作成したり、編集したりすることができます。

カスタム指標を作成または編集するには、「**管理**」 > 「**カスタム指標 (Custom Metrics)**」ページを使用します。

指標を選択すると、それが画面の右上に表示されます。

関連概念

17 ページの『計算指標』

Digital Analytics Explore の計算指標は、ユーザー定義指標であり、1 つ以上の既存の指標、演算子、または定数で構成される式から成っています。計算指標は、「フラット・リスト」、「階層」、「フィルター済みグループ」、「セグメント比較」、および「ライフサイクル」の各レポートに含めることができます。計算指標は、ライブ・レポートでは使用不可です。

17 ページの『カスタム指標』

カスタム指標は、標準指標または属性フィールドに基づくユーザー定義の指標です。セグメント指標、フィルター指標、および属性指標の 3 つのタイプのカスタム指標を定義できます。さらに、カスタム指標機能を使用して、カスタマイズされた名前を付けた、標準指標の別名を作成できます。

レポート作成頻度および日付範囲の設定

「**日付とデータ・セット**」タブを使用して、レポート作成頻度と日付範囲を設定します。

このタスクについて

レポート作成頻度は、レポートを実行する回数です。システムは、定期レポートと 1 回限りのレポートをサポートします。

定期レポート

定期レポートは、日次、週次、または月次のレポート作成頻度によって定義され、選択された開始日以降の最初の期間を始期として、指定の期間にわたって実行されます。

- Digital Analytics Explore システムが既に 13 カ月分以上のデータを処理している場合、過去 13 カ月間 (400 日間) のデータに対して定期レポートを実行できます。デフォルトの日付範囲は 400 日です。
- レポートを永続的に (停止するか削除するまで) 実行するには、現在の日付から 400 日以内の開始日を選択し、「**終了日**」として「**終了日なし**」を選択します。履歴開始日を選択すると、現在の期間までのレポートおよびトレンドが事前設定されます。
- 処理されたレポートは、直近 13 カ月分がアクセス可能です。

1 回限りのレポート

1 回限りのレポートは、選択された日付範囲に 1 回実行されます。レポート期間は最大で 93 日です。

- 処理されたレポートは直近の 93 日分がアクセス可能です。
- 定義からして、1 回限りのレポートは指定の日付範囲にわたって 1 回しか実行されないため、別の日付に切り替えることはできません。
- 1 回限りのレポートの場合は「**終了日なし**」オプションを使用できません。
- 将来の日付を選択すると、終了日を過ぎるまでレポートは実行されません。

行制限の設定

「**日付とデータ・セット**」タブの「**行数**」の選択により、レポートの種類に応じてレポートに含める情報の量が決定されます。

このタスクについて

フラット・リスト・レポートの場合、「**行数**」の選択により、レポートで返される最大行数が定義されます。例えば 10,000 行を選択すると、選択した最初の指標に従って行がソートされ、上位 10,000 行がレポートとして返されます。さらに、すべてのフラット・リスト・レポートに「**合計**」行が表示されます。

定義されたレポートの行数が選択された行数を超える場合は、データの残りが「その他」行に要約されます。指定可能な値は、50、100、1,000、および 10,000 です。このオプションをご使用のクライアント ID に対して有効にしている場合は、50,000 行を選択することもできます。デフォルトは 50 行です。

階層レポートの場合、「行数」の選択により、レポートの階層レベルの展開時に各レベルで返される最大行数が定義されます。例えば、制限を 100 行に設定すると、階層レポートは 100 のトップレベル行、100 の第 2 レベル行、および 100 の第 3 レベル行を返します。指定できる値は 50 と 100 です。デフォルトは 50 です。

カスタム・グループ・レポートの場合、「行数」の選択により、レポートの各グループの展開後に返される最大行数が定義されます。例えば 100 行を選択すると、選択した最初の指標に従って行がソートされ、各グループの上位 100 行が返されます。レポート内のグループ数が 10 以下の場合、グループごとに最大 1,000 行まで選択できます。定義されたレポートで各グループの行数が選択された行数を超える場合は、データの残りが「その他」行に要約されます。

セグメント比較レポートでは「行数」を選択できません。

データ・セットの選択

「日付とデータ・セット」タブを使用して、レポートに使用するデータ・セットを指定します。

このタスクについて

「完全データ・セット・レポート」と「抽出レポート」のいずれを選択するかによって、処理される情報の量およびレポートの所要時間が決まります。

完全データ・セット・レポート

任意のレポート期間範囲にある、適用可能なすべてのクライアント・データを返します。

抽出レポート

任意のレポート期間範囲におけるクライアント訪問者人口をサンプリングしたものを報告し、それらの訪問者によるすべての訪問およびレコードを余すところなく考慮に入れます。Digital Analytics は、クライアント・データの量に応じて適切なサンプリング率を決定します。サンプリング率は、サンプリング対象の各レポートの「設定を開く」領域に表示されます。

サンプル・データ・セットに対するレポートの実行は、訪問者およびそのアクティビティのサブセットしか使用せず、結果を外挿するため、高速です。このレポートは、すべてのデータに対して実行する前にテスト・レポートを作成および表示して代表的な概略の数値を把握し、完全データ・セット・レポートを作成する前にどのようなレポートが得られるか調べる場合に有用です。

フィルター

フィルターは、レポート結果を絞り込むために Digital Analytics Explore レポートに追加される 1 つ以上の条件から構成されます。これらの条件は、選択された指標を指定の値と比較し、条件に応じてレコードを含めるか除外します。

例えば、レポートを米国からの訪問者に制限する必要がある場合が該当します。条件は、単一の指標と 1 つ以上の比較から構成されます。

「フィルター」タブを使用して、レポートのフィルターを作成、コピー、または編集したり、既存のフィルターを使用したりします。既存のフィルターを名前変更したり、要件に合わせて編集したりすることもできます。便宜上、フィルターはフィルター・カテゴリーに分類されています。

既存のフィルターの使用

以下の手順を使用して、レポートに既存のフィルターを追加します。

手順

1. 「フィルター・カテゴリー」リストからフィルター・カテゴリーを選択します。選択したカテゴリーにあるフィルターが「使用可能なフィルター」ペインに表示されます。
2. 適用するフィルター (複数可) を「ドラッグ・アンド・ドロップ (Drag and Drop)」ペインにドラッグします。

フィルターの作成

フィルターを作成するには、以下の手順を行います。

始める前に

注: レポートのフィルターを作成する前に、使用する表示列と指標を定義する必要があります。

手順

1. 「使用可能なフィルター」ペインの下部にある「新規」をクリックします。「新規フィルター」ダイアログが表示されます。
2. このフィルターのカテゴリを「フィルター・カテゴリ (Filter Category)」から選択するか、リストから「新規カテゴリ」を選択してフィールドにカテゴリ名を入力します。
3. 右側のフィールドにフィルターの名前を入力します。
4. 使用する比較指標を「条件」リストから選択します。
5. 以下の方法のいずれかを使用して、この条件に適した値を1つ以上入力します。

- 値を手動で入力するには、「追加」をクリックして、表示されるテキスト・ボックスにテキストを入力します。
- ご使用のクライアント ID でクイック・ピック機能が有効になっている場合は、「クイック・ピック」

アイコン () をクリックすると、選択した条件に適した最も使用頻度の高い固有値のリストが、最近のサイト・アクティビティに基づいてアルファベット順で表示されます。「クイック・ピック・レコード」リストからこの条件に対して使用する値を選択します。複数の値を選択する場合は、Shift キーまたは Ctrl キーを使用します。特定の値を検索するには、ダイアログの上部にある検索ボックスを使用します。1つ以上の値を選択したら、「OK」をクリックします。複数の値を選択した場合、それらは OR 結合を使用して追加されます。

選択した条件に適した使用頻度の高い上位の固有値のみが「クイック・ピック」リストに表示されます。上位の値として識別されなかった他の値も条件として有効である可能性があります。

注: 選択支援として、「サンプル・レコード」をクリックすると、選択した条件用のサンプル値が表示されます。

6. 表示されるリストから演算子を選択します。
 - 指標が数値を持つ場合は、基準を「等しい」、「次の値以上」、「次の値以下」、または「次の数値間」にすることができます。
 - 指標が文字列値の場合は、演算子を「次で等しい」、「次で始まる」、「次で終わる」、「次を含む」、またはワイルドカードにすることができます。

該当する場合は、「適用しない」にチェック・マークを付けて、条件を排他的にします (この条件を満たさない場合にレコードが含められます)。

7. 条件をフィルターに適用するためのオプションを以下から1つ選択します。
 - このフィルターに対して他の条件を定義する必要がない場合は、「適用」をクリックします。条件は、ウィンドウの右側に表示されます。
 - AND 結合でさらに条件を追加するには、「適用」をクリックしてステップ 4 に戻ります。
 - OR 結合を使用してこの条件にさらに値を追加するには、「OR」を使用して条件を追加」をクリックしてステップ 5 に戻り、手動による値の入力指示に従います。
 - 既存のフィルターを新規フィルターに適用するには、フィルター・カテゴリを展開し、画面の左下のパネルから必要なフィルターを選択します。選択したら、「適用」をクリックします。AND 結合を使用して条件が他の条件に結合されます。フィルターに指標フィルターが含まれない (例えば「ページ・ビュー >=3」 という条件の) 場合は、オプションで「適用しない」を選択することができます。
 - 複数の種類の条件を重ね合わせる場合は、常に AND で結合されます。

条件の作成と適用が完了すると、その条件がパネルの右端に表示されます。編集するには、編集 (✎) アイコンをクリックして再度左側のパネルで条件を開きます。削除するには削除 (✖) アイコンをクリックします。適用している既存のフィルターを除去するには、除去 (🗑) アイコンをクリックします。この場合、フィルター自体は削除されずに、作成中のフィルターから除去されます。

- 完了したら「フィルターを保存」をクリックし、このウィンドウを閉じて「フィルター」タブに戻ります。

フィルターをコピー

フィルターをコピーするには、以下の手順を行います。

このタスクについて

既存のフィルターをコピーして新しい名前を指定した後、そのまま使用するか、条件の編集、追加、または削除を行うことができます。

手順

- 「フィルター・カテゴリ」からフィルター・カテゴリを選択します。カテゴリにあるフィルターが「使用可能なフィルター」ペインに表示されます。
- コピーするフィルターを選択して「コピー」をクリックします。「フィルターを編集」ダイアログに、既存のフィルターの条件が表示されます。
- このフィルターを保存するフィルター・カテゴリを選択するか作成します。
- フィルターの新しい名前を入力します。
- 既存の条件を選択して編集するには、編集 (✎) アイコンをクリックします。条件を削除するには、削除 (✖) アイコンをクリックします。あるいは、新しい条件を追加します。

フィルターの編集

既存のフィルターを編集するには、以下の手順を行います。

始める前に

自身でフィルターを作成した場合、またはフィルターの管理権限を持つ場合は、フィルターを編集して同じ名前で保存することができます。フィルターの編集特権を持っていない場合は、「編集」アイコンをクリックした場合のみ、フィルターをコピーできます。

注: フィルターに対する変更はグローバルであり、他のユーザーによって作成されたレポートを含め、そのフィルターを使用するすべてのレポートに影響を与えます。

手順

- 「フィルター・カテゴリ」リストからフィルター・カテゴリを選択します。このカテゴリにあるフィルターが「使用可能なフィルター」ペインに表示されます。
- 編集するフィルターを選択して、「編集」アイコンをクリックします。警告メッセージに、このフィルターの影響を受けるレポートが表示されます。
- 「フィルターを編集」ダイアログに、既存のフィルターの条件が表示されます。

注: 名前とフィルター・カテゴリは変更できません。

タスクの結果

これで、既存の条件を選択し、編集 (✎) アイコンをクリックして編集するか、削除 (✖) アイコンをクリックして条件を削除するか、あるいは、新しい条件を追加することができます。既存のフィルターを適用している場合は、除去 (🗑) アイコンをクリックすることで適用したフィルターを除去できます。

セグメント

「セグメント」タブを使用して、Digital Analytics Explore レポートのセグメントを作成、コピー、または編集するか、既存のセグメントを使用します。既存のセグメントを名前変更したり、要件に合わせて編集したりすることもできます。便宜上、セグメントはセグメント・カテゴリに分類されています。

注: すべての必須タブに入力するまで「サブミット」はクリックしないでください。

レポートへのセグメントの追加

レポート作成時、既存のセグメントをレポート構成に追加できます。

手順

1. 「セグメント」 タブをクリックします。
2. 「セグメント・カテゴリ」 から セグメント・カテゴリ を選択します。このカテゴリにあるセグメントが「使用可能なセグメント」 ペインに表示されます。
3. 適用するセグメント (複数可) を「ドラッグ・アンド・ドロップ (Drag and Drop)」 ペインにドラッグします。

セグメントの作成

セグメントを作成するには、以下の手順を行います。

手順

1. 「使用可能なセグメント」 ペインの下部にある 「新規」 をクリックします。「新規セグメント」 ウィンドウが表示されます。
2. セグメントの種類を選択します。
 - 「同一訪問」 - レポート期間範囲内の、指定の条件に一致したすべての訪問。
 - 「クロス訪問」 - 選択した日付期間の、指定の条件に一致した、レポート期間範囲内の訪問者によるすべての訪問。「クロス訪問」 を選択する場合は、開始日と終了日を指定するか、「前 (Prior)」 を選択して、セグメントを適用するレポートの、以前の完了済みの期間を使用する必要があります。

注: 登録ベースのデータ拡張ファイルにインポートされたデータを使用するレポートには、クロス訪問セグメント・タイプは使用できません。
 - 「マルチチャネルの顧客」 - 登録済みの顧客のみのオンラインおよびオフラインの両アクティビティを含みます。

注: 「新規セグメント」 ウィンドウを使用して、IBM Tealeaf セグメントを作成できません。Tealeaf ユーザーが Tealeaf セッション ID を Digital Analytics にエクスポートすると、IBM Digital Analytics は Tealeaf セグメントを作成します。

3. このセグメントのカテゴリを 「セグメント・セット・カテゴリ (Segment Set Category)」 から選択するか、リストから 「新規カテゴリ」 を選択して ボックスにカテゴリ名を入力します。
 4. 右側のフィールドにセグメントの名前を入力します。
 5. 使用する比較指標を 「条件」 リストから選択します。
 6. 以下の方法のいずれかを使用して、この条件に適した値を 1 つ以上入力します。
 - 値を手動で入力するには、「追加」 をクリックして、表示されるテキスト・ボックスにテキストを入力します。
 - ご使用のクライアント ID でクイック・ピック機能が有効になっている場合は、「クイック・ピック」 アイコン () をクリックすると、選択した条件に適した最も使用頻度の高い固有値のリストが、最近のサイト・アクティビティに基づいてアルファベット順で表示されます。「クイック・ピック・レコード」 リストからこの条件に対して使用する値を選択します。複数の値を選択する場合は、Shift キーまたは Ctrl キーを使用します。特定の値を検索するには、ダイアログの上部にある検索ボックスを使用します。1 つ以上の値を選択したら、「OK」 をクリックします。複数の値を選択した場合、それらは OR 結合を使用して追加されます。

選択した条件に適した使用頻度の高い上位の固有値のみが「クイック・ピック」 リストに表示されます。上位の値として識別されなかった他の値も条件として有効である可能性があります。
- 注: 選択支援として、「サンプル・レコード」 をクリックすると、選択した条件用のサンプル値が表示されます。
7. 表示されるリストから演算子を選択します。
 - 指標が数値を持つ場合は、基準を「等しい」、「次の値以上」、「次の値以下」、または「次の数値間」にすることができます。

- ・ 指標が文字列値の場合は、演算子を「次と等しい」、「次で始まる」、「次で終わる」、「次を含む」、またはワイルドカードにすることができます。

該当する場合は、「適用しない」にチェック・マークを付けて、条件を排他的にします(この条件を満たさない場合にレコードが含まれます)。

8. 条件をセグメントに適用するためのオプションを以下から1つ選択します。

- ・ このセグメントに対して他の条件を定義する必要がない場合は、「適用」をクリックします。条件は、ウィンドウの右側に表示されます。
- ・ AND 結合でさらに条件を追加するには、「適用」をクリックしてステップ 5 に戻ります。
- ・ OR 結合を使用してこの条件にさらに値を追加するには、「OR」を使用して条件を追加」をクリックしてステップ 6 に戻り、手動による値の入力指示に従います。
- ・ 既存のセグメントを新規セグメントに適用するには、セグメント・カテゴリーを展開し、画面の左下のパネルから必要なセグメントを選択します。選択したら、「適用」をクリックします。AND 結合を使用して条件が他の条件に結合されます。セグメントに指標セグメントが含まれない(例えば「ページ・ビュー>=3」という条件の場合)、オプションで「適用しない」を選択することができます。
- ・ 複数の種類の条件を重ね合わせる場合は、常に AND で結合されます。

条件の作成と適用が完了すると、その条件がパネルの右端に表示されます。編集するには、編集(✎)アイコンをクリックして再度左側のパネルで条件を開きます。削除するには削除(✖)アイコンをクリックします。適用している既存のセグメントを除去するには、除去(🗑)アイコンをクリックします。この場合、セグメント自体は削除されずに、作成中のセグメントから除去されます。

9. 完了したら「セグメントを保存」をクリックし、このウィンドウを閉じて「セグメント」タブに戻ります。

タスクの結果

セグメントをコピー

セグメントをコピーするには、以下の手順を行います。

このタスクについて

既存のセグメントをコピーして、それに新しい名前を割り当てることができます。その後、セグメントをそのまま使用することも、条件の編集、追加、または削除を行うこともできます。

手順

1. 「セグメント・カテゴリー」からセグメント・カテゴリーを選択します。このカテゴリーにあるセグメントが「使用可能なセグメント」ペインに表示されます。
2. コピーするセグメントを選択して「コピー」ボタンをクリックします。「セグメントを編集」ダイアログ・ボックスに、既存のセグメントに構成されている条件が表示されます。
3. このセグメントを保存する「セグメント・カテゴリー」を選択するか作成します。
4. セグメントの新しい名前を入力します。
5. 既存の条件を選択して編集するには、編集(✎)アイコンをクリックします。条件を削除するには、削除(✖)アイコンをクリックします。あるいは、新しい条件を追加します。

セグメントの編集

セグメントを編集するには、以下の手順を行います。

始める前に

自身でセグメントを作成した場合、またはセグメントの管理権限を持つ場合は、セグメントを編集して同じ名前で作成することができます。セグメントを編集するときに、そのセグメントを作成していない場合または管理権限を持たない場合は、「セグメントを編集」ボタンが「セグメントをコピー」ボタンとして機能します。

注:セグメントに対する変更はグローバルであり、このセグメントを使用して他のユーザーが作成するレポートに影響します。

手順

1. 「セグメント・カテゴリ」からセグメント・カテゴリを選択します。このカテゴリにあるセグメントが「使用可能なセグメント」ペインに表示されます。
2. 編集するセグメントを選択して「編集」ボタンをクリックします。警告メッセージに、このセグメントの影響を受けるレポートが表示されます。

「セグメントを編集」ダイアログに、既存のセグメントに構成されている条件が表示されます。

注:名前とセグメント・カテゴリは変更できません。

タスクの結果

これで、既存の条件を選択し、編集 (✎) アイコンをクリックして編集するか、削除 (✖) アイコンをクリックして条件を削除するか、あるいは、新しい条件を追加することができます。既存のセグメントを適用した場合は、除去 (✕) アイコンをクリックすることで適用したセグメントを除去できます。

レポート名および配布方法の定義

「名前と配布」タブを使用して、レポートの名前、カテゴリ、および配布方法をセットアップします。

手順

1. 新しいレポートのレポート名を「レポート名」に入力します (最大 50 文字。例: トップ・ページ、ファースト・クラス搭乗客の予約待ち時間、など)。
2. 「レポート・カテゴリ」を選択するか、新しいカテゴリ名を入力します。
レポート名とレポート・カテゴリの組み合わせは、レポートごとに固有でなければなりません。
3. オプション: レポートについての説明を「コメント」ボックスに入力します (最大 250 文字)。
4. オプション: 配布方法を選択します。
 - 「Eメールで受信」にチェック・マークを付けると、レポートがEメールの添付ファイルとして直接送信されます。Eメール・アドレスを入力し、添付ファイルの形式として「Excel」または「CSV」のいずれかを選択します。添付ファイルにはレポートに関するメタデータ (名前、フィルター、セグメントなど) およびデータ・テーブルが組み込まれますが、グラフは組み込まれません。
 - レポートが生成されたときに通知させるには、「Eメールで通知」にチェック・マークを付けます。通知の送信先Eメール・アドレスを入力します。

カスタム・グループ・レポート

カスタム・グループ・レポートにより、拡張フィルター・ロジックを使用して固有のグループ (または拡張可能なカテゴリ) を作成します。このレポートの種類は、10 件までのカテゴリを随時作成する場合、または必要に応じてデータ・エレメントをグループ化する場合に最適です。

指標はグループ・レベルで合計され、重複が除かれます。「その他」行のオプションも用意されており、各グループ内の非表示の値の合計が表示されます。

列および指標の選択

「レポート・ビルダー」を使用して、レポートする表示列と指標列を選択します。表示列は 3 件まで、指標は 10 件まで選択できます。レポートを作成するときには、選択した表示列の組み合わせと指標からデータ・グリッドが作成されます。

このタスクについて

複数の表示列を選択した場合の指標は、選択した表示列の固有の組み合わせに対応します。例えば「ページ」と「ページで使用される言語」の両方を表示するように選択した場合は、ホーム・ページのページ・ビューが英語ホーム、ドイツ語ホーム、スペイン語ホームなどに分割されます。これは、一部のデータ (例えばページとページ・カテゴリ、またはページとページ属性「作成者」) を横並びで表示させるには効果

的ですが、それ以外の組み合わせ (例えばプロダクト名と国) の場合は無意味です。そのため、選択した最初のフィールドによって、残りの表示列の選択肢が制限されます。

表示は「使用可能な表示列」、「表示列をドラッグ・アンド・ドロップ」、「使用可能な指標」、および「指標をドラッグ・アンド・ドロップ」の4つのペインに分割されています。

最初の状態では、「使用可能な表示列」にデータ・フィールドの種類が設定されています。それぞれのフィールドの種類は  ボタンのクリックによって展開し、使用可能な表示列を表示させることができます。

注: 訪問データを IBM Tealeaf にエクスポートする場合は、各行に訪問回数を表示できるように、レポートの作成時に訪問指標を含めてください。

手順

1. 使用する最初の表示列を「表示列をドラッグ・アンド・ドロップ」にドラッグします。

最大で3列まで選択できます。

列を選択すると、それが画面の左上に表示されます。使用可能な指標は、「使用可能な指標を選択」列の「標準」タブおよび「計算済み」タブにリストされます。一部の表示列が「使用可能な表示列」ペインから除去されます。これらの列は、選択した列と組み合わせられないために除去されます。

2. 必要な指標を「使用可能な指標を選択」列の「標準」タブまたは「計算済み」タブから「指標をドラッグ・アンド・ドロップ」列にドラッグします。

レポートで使用可能な指標は、選択された表示列に基づきます。選択された表示列と互換性がある指標のみが選択できるようになっています。

レポートには最大10個の指標を含めることができ、これらは標準指標または計算指標の任意の組み合わせとなります。

計算指標は、「計算済み」タブを使用して、または「管理」>「計算指標」ページを使用して、作成したり、編集したりすることができます。

カスタム指標は、カスタム・グループ・レポートでは使用不可です。

指標を選択すると、それが画面の右上に表示されます。

関連概念

17 ページの『計算指標』

Digital Analytics Explore の計算指標は、ユーザー定義指標であり、1つ以上の既存の指標、演算子、または定数で構成される式から成っています。計算指標は、「フラット・リスト」、「階層」、「フィルター済みグループ」、「セグメント比較」、および「ライフサイクル」の各レポートに含めることができます。計算指標は、ライブ・レポートでは使用不可です。

グループ

カスタム・グループ・レポートを作成するときは、「グループ」タブを使用して、レポートのグループを作成、コピー、または編集するか、既存のグループを使用します。既存のグループを名前変更したり、要件に合わせて編集したりすることもできます。便宜上、グループはグループ・カテゴリーに分類されています。

このタスクについて

グループは1つ以上の条件から構成されます。これらの条件は、選択された指標を指定値と比較し、指標に応じてレコードを含めるか除外します。例えば、レポートを米国からの訪問者に制限することができます。条件は、単一の指標と1つ以上の比較から構成されます。

グループの使用

既存のカスタム・グループを操作するには、以下の手順に従います。

手順

1. 「グループ・カテゴリー」からグループ・カテゴリーを選択します。
このカテゴリーにあるグループが「使用可能なグループ」ペインに表示されます。
2. 適用するグループ (複数可) を「ドラッグ・アンド・ドロップ (Drag and Drop)」にドラッグします。

3. 要求をサブミットします。

グループの作成

カスタム・グループを作成するには、以下の手順に従います。

手順

1. 「使用可能なグループ」ペインの下部にある「**新規**」をクリックします。「新規グループ」ウィンドウが表示されます。
2. このグループのカテゴリを「**グループ・セット・カテゴリ (Group Set Category)**」から選択するか、リストから「**新規カテゴリ**」を選択してボックスにカテゴリ名を入力します。
3. 「**グループ名**」にグループの名前を入力します。
4. 使用する比較指標を「**条件**」リストから選択します。
5. 以下の方法のいずれかを使用して、この条件に適した値を1つ以上入力します。

- 値を手動で入力するには、「**追加**」をクリックして、表示されるテキスト・ボックスにテキストを入力します。
- ご使用のクライアント ID でクイック・ピック機能が有効になっている場合は、「**クイック・ピック**」

アイコン () をクリックすると、選択した条件に適した最も使用頻度の高い固有値のリストが、最近のサイト・アクティビティに基づいてアルファベット順で表示されます。「クイック・ピック・レコード」リストからこの条件に対して使用する値を選択します。複数の値を選択する場合は、Shift キーまたは Ctrl キーを使用します。特定の値を検索するには、ダイアログの上部にある検索ボックスを使用します。1つ以上の値を選択したら、「**OK**」をクリックします。複数の値を選択した場合、それらは OR 結合を使用して追加されます。

選択した条件に適した使用頻度の高い上位の固有値のみが「クイック・ピック」リストに表示されます。上位の値として識別されなかった他の値も条件として有効である可能性があります。

注: 選択支援として、「**サンプル・レコード**」をクリックすると、選択した条件用のサンプル値が表示されます。

6. 表示されるリストから演算子を選択します。
 - 指標が数値を持つ場合は、基準を「等しい」、「次の値以上」、「次の値以下」、または「次の数値間」にすることができます。
 - 指標が文字列値の場合は、演算子を「次で等しい」、「次で始まる」、「次で終わる」、「次を含む」、またはワイルドカードにすることができます。

該当する場合は、「**適用しない**」にチェック・マークを付けて、条件を排他的にします (この条件を満たさない場合にレコードが含められます)。

7. 条件をグループに適用するためのオプションを以下から1つ選択します。
 - このグループに対して他の条件を定義する必要がない場合は、「**適用**」をクリックします。条件は、ウィンドウの右側に表示されます。
 - AND 結合でさらに条件を追加するには、「**適用**」をクリックしてステップ 4 に戻ります。
 - OR 結合を使用してこの条件にさらに値を追加するには、「**OR**」を使用して**条件を追加**」をクリックしてステップ 5 に戻り、手動による値の入力指示に従います。
 - 既存のグループを新規グループに適用するには、グループ・カテゴリを展開し、左下のパネルから必要なグループを選択します。選択したら、「**適用**」をクリックします。AND 結合を使用して条件が他の条件に結合されます。グループに指標フィルターが含まれない (例えば「ページ・ビュー >=3」という条件の) 場合は、オプションで「**適用しない**」を選択することができます。
 - 複数の種類の条件を重ね合わせる場合は、常に AND で結合されます。

条件の作成と適用が完了すると、その条件がパネルの右端に表示されます。編集するには、編集 () アイコンをクリックして再度左側のパネルで条件を開きます。削除するには削除 () アイコンをクリックします。適用している既存のグループを除去するには、除去 () アイコンをクリックします。この場合、グループ自体は削除されずに、作成中のグループから除去されます。

8. 完了したら「**グループを保存**」をクリックし、このウィンドウを閉じて「**グループ**」タブに戻ります。

グループのコピー

カスタム・グループをコピーするには、以下の手順に従います。

このタスクについて

既に別のユーザーによってグループが定義されている場合は、その条件をコピーして新しい名前を割り当てることができます。その後、そのまま使用することも、条件の編集、追加、または削除を行うこともできます。

手順

1. 「**グループ・カテゴリ**」からグループ・カテゴリを選択します。このカテゴリにあるグループが「使用可能なグループ」ペインに表示されます。
2. コピーするグループを選択して「**コピー**」ボタンをクリックします。「**グループを編集**」ダイアログ・ボックスに、既存のグループに設定されている条件が表示されます。
3. このグループを保存する「**グループ・カテゴリ**」を選択するか作成します。
4. グループの新しい名前を入力します。

タスクの結果

既存の条件を選択して編集するには、**編集** (✎) アイコンをクリックします。既存の条件を削除するには、**削除** (✖) アイコンをクリックします。新しい条件を追加するには、[39 ページの『グループの作成』](#)の説明に従います。

グループの編集

カスタム・グループを編集するには、以下の手順に従います。

このタスクについて

自身でグループを作成した場合、またはグループの管理権限を持つ場合は、グループを編集して同じ名前で保存することができます。グループを編集するときに、そのグループを作成しておらず、管理権限を持たない場合は、「**グループを編集**」ボタンが「**グループをコピー**」ボタンとして機能します。

注: グループに対する変更はグローバルであり、このグループの他のユーザーが作成するレポートに影響します。

手順

1. 「**グループ・カテゴリ**」ドロップダウン・リストからグループ・カテゴリを選択します。このカテゴリにあるグループが「使用可能なグループ」ペインに表示されます。
2. 編集するグループを選択して「**編集**」ボタンをクリックします。警告メッセージに、このグループの影響を受けるレポートが表示されます。
3. 「**グループを編集**」ダイアログに、既存のグループの条件が表示されます。

注: 名前とグループ・カテゴリは変更できません。

タスクの結果

既存の条件を選択して編集するには、**編集** (✎) アイコンをクリックします。既存の条件を削除するには、**削除** (✖) アイコンをクリックします。新しい条件を追加するには、[39 ページの『グループの作成』](#)の説明に従います。既存のグループを適用した場合は、**除去** (🗑️) アイコンをクリックすることで除去できます。

セグメント

「**セグメント**」タブを使用して、Digital Analytics Explore レポートのセグメントを作成、コピー、または編集するか、既存のセグメントを使用します。既存のセグメントを名前変更したり、要件に合わせて編集したりすることもできます。便宜上、セグメントはセグメント・カテゴリに分類されています。

注: すべての必須タブに入力するまで「**サブミット**」はクリックしないでください。

レポートへのセグメントの追加

レポート作成時、既存のセグメントをレポート構成に追加できます。

手順

1. 「セグメント」 タブをクリックします。
2. 「セグメント・カテゴリ」 から セグメント・カテゴリ を選択します。このカテゴリにあるセグメントが 「使用可能なセグメント」 ペインに表示されます。
3. 適用するセグメント (複数可) を 「ドラッグ・アンド・ドロップ (Drag and Drop)」 ペインにドラッグします。

セグメントの作成

セグメントを作成するには、以下の手順を行います。

手順

1. 「使用可能なセグメント」 ペインの下部にある 「新規」 をクリックします。「新規セグメント」 ウィンドウが表示されます。
2. セグメントの種類を選択します。
 - 「同一訪問」 - レポート期間範囲内の、指定の条件に一致したすべての訪問。
 - 「クロス訪問」 - 選択した日付期間の、指定の条件に一致した、レポート期間範囲内の訪問者によるすべての訪問。「クロス訪問」 を選択する場合は、開始日と終了日を指定するか、「前 (Prior)」 を選択して、セグメントを適用するレポートの、以前の完了済みの期間を使用する必要があります。

注: 登録ベースのデータ拡張ファイルにインポートされたデータを使用するレポートには、クロス訪問セグメント・タイプは使用できません。
 - 「マルチチャネルの顧客」 - 登録済みの顧客のみのオンラインおよびオフラインの両アクティビティを含みます。

注: 「新規セグメント」 ウィンドウを使用して、IBM Tealeaf セグメントを作成できません。Tealeaf ユーザーが Tealeaf セッション ID を Digital Analytics にエクスポートすると、IBM Digital Analytics は Tealeaf セグメントを作成します。

3. このセグメントのカテゴリを 「セグメント・セット・カテゴリ (Segment Set Category)」 から選択するか、リストから 「新規カテゴリ」 を選択してボックスにカテゴリ名を入力します。
 4. 右側のフィールドにセグメントの名前を入力します。
 5. 使用する比較指標を 「条件」 リストから選択します。
 6. 以下の方法のいずれかを使用して、この条件に適した値を1つ以上入力します。
 - 値を手動で入力するには、「追加」 をクリックして、表示されるテキスト・ボックスにテキストを入力します。
 - ご使用のクライアント ID でクイック・ピック機能が有効になっている場合は、「クイック・ピック」 アイコン () をクリックすると、選択した条件に適した最も使用頻度の高い固有値のリストが、最近のサイト・アクティビティに基づいてアルファベット順で表示されます。「クイック・ピック・レコード」 リストからこの条件に対して使用する値を選択します。複数の値を選択する場合は、Shift キーまたは Ctrl キーを使用します。特定の値を検索するには、ダイアログの上部にある検索ボックスを使用します。1つ以上の値を選択したら、「OK」 をクリックします。複数の値を選択した場合、それらは OR 結合を使用して追加されます。

選択した条件に適した使用頻度の高い上位の固有値のみが「クイック・ピック」 リストに表示されます。上位の値として識別されなかった他の値も条件として有効である可能性があります。
- 注: 選択支援として、「サンプル・レコード」 をクリックすると、選択した条件用のサンプル値が表示されます。
7. 表示されるリストから演算子を選択します。
 - 指標が数値を持つ場合は、基準を 「等しい」、「次の値以上」、「次の値以下」、または 「次の数値間」 にすることができます。

- ・ 指標が文字列値の場合は、演算子を「次と等しい」、「次で始まる」、「次で終わる」、「次を含む」、またはワイルドカードにすることができます。

該当する場合は、「適用しない」にチェック・マークを付けて、条件を排他的にします(この条件を満たさない場合にレコードが含まれます)。

8. 条件をセグメントに適用するためのオプションを以下から1つ選択します。

- ・ このセグメントに対して他の条件を定義する必要がない場合は、「適用」をクリックします。条件は、ウィンドウの右側に表示されます。
- ・ AND 結合でさらに条件を追加するには、「適用」をクリックしてステップ5に戻ります。
- ・ OR 結合を使用してこの条件にさらに値を追加するには、「OR」を使用して条件を追加」をクリックしてステップ6に戻り、手動による値の入力指示に従います。
- ・ 既存のセグメントを新規セグメントに適用するには、セグメント・カテゴリーを展開し、画面の左下のパネルから必要なセグメントを選択します。選択したら、「適用」をクリックします。AND 結合を使用して条件が他の条件に結合されます。セグメントに指標セグメントが含まれない(例えば「ページ・ビュー>=3」という条件の場合)、オプションで「適用しない」を選択することができます。
- ・ 複数の種類の条件を重ね合わせる場合は、常にANDで結合されます。

条件の作成と適用が完了すると、その条件がパネルの右端に表示されます。編集するには、編集(✎)アイコンをクリックして再度左側のパネルで条件を開きます。削除するには削除(✖)アイコンをクリックします。適用している既存のセグメントを除去するには、除去(🗑)アイコンをクリックします。この場合、セグメント自体は削除されずに、作成中のセグメントから除去されます。

9. 完了したら「セグメントを保存」をクリックし、このウィンドウを閉じて「セグメント」タブに戻ります。

タスクの結果

セグメントをコピー

セグメントをコピーするには、以下の手順を行います。

このタスクについて

既存のセグメントをコピーして、それに新しい名前を割り当てることができます。その後、セグメントをそのまま使用することも、条件の編集、追加、または削除を行うこともできます。

手順

1. 「セグメント・カテゴリー」からセグメント・カテゴリーを選択します。このカテゴリーにあるセグメントが「使用可能なセグメント」ペインに表示されます。
2. コピーするセグメントを選択して「コピー」ボタンをクリックします。「セグメントを編集」ダイアログ・ボックスに、既存のセグメントに構成されている条件が表示されます。
3. このセグメントを保存する「セグメント・カテゴリー」を選択するか作成します。
4. セグメントの新しい名前を入力します。
5. 既存の条件を選択して編集するには、編集(✎)アイコンをクリックします。条件を削除するには、削除(✖)アイコンをクリックします。あるいは、新しい条件を追加します。

セグメントの編集

セグメントを編集するには、以下の手順を行います。

始める前に

自身でセグメントを作成した場合、またはセグメントの管理権限を持つ場合は、セグメントを編集して同じ名前で作成することができます。セグメントを編集するときに、そのセグメントを作成していない場合または管理権限を持たない場合は、「セグメントを編集」ボタンが「セグメントをコピー」ボタンとして機能します。

注:セグメントに対する変更はグローバルであり、このセグメントを使用して他のユーザーが作成するレポートに影響します。

手順

1. 「セグメント・カテゴリ」からセグメント・カテゴリを選択します。このカテゴリにあるセグメントが「使用可能なセグメント」ペインに表示されます。
2. 編集するセグメントを選択して「編集」ボタンをクリックします。警告メッセージに、このセグメントの影響を受けるレポートが表示されます。

「セグメントを編集」ダイアログに、既存のセグメントに構成されている条件が表示されます。

注:名前とセグメント・カテゴリは変更できません。

タスクの結果

これで、既存の条件を選択し、編集 (✎) アイコンをクリックして編集するか、削除 (✕) アイコンをクリックして条件を削除するか、あるいは、新しい条件を追加することができます。既存のセグメントを適用した場合は、除去 (🗑️) アイコンをクリックすることで適用したセグメントを除去できます。

レポート作成頻度および日付範囲の設定

「日付とデータ・セット」タブを使用して、レポート作成頻度と日付範囲を設定します。

このタスクについて

レポート作成頻度は、レポートを実行する回数です。システムは、定期レポートと1回限りのレポートをサポートします。

定期レポート

定期レポートは、日次、週次、または月次のレポート作成頻度によって定義され、選択された開始日以降の最初の期間を始期として、指定の期間にわたって実行されます。

- Digital Analytics Explore システムが既に 13 カ月分以上のデータを処理している場合、過去 13 カ月間 (400 日間) のデータに対して定期レポートを実行できます。デフォルトの日付範囲は 400 日です。
- レポートを永続的に (停止するか削除するまで) 実行するには、現在の日付から 400 日以内の開始日を選択し、「終了日」として「終了日なし」を選択します。履歴開始日を選択すると、現在の期間までのレポートおよびトレンドが事前設定されます。
- 処理されたレポートは、直近 13 カ月分がアクセス可能です。

1回限りのレポート

1回限りのレポートは、選択された日付範囲に1回実行されます。レポート期間は最大で93日です。

- 処理されたレポートは直近の93日分がアクセス可能です。
- 定義からして、1回限りのレポートは指定の日付範囲にわたって1回しか実行されないため、別の日付に切り替えることはできません。
- 1回限りのレポートの場合は「終了日なし」オプションを使用できません。
- 将来の日付を選択すると、終了日を過ぎるまでレポートは実行されません。

行制限の設定

「日付とデータ・セット」タブの「行数」の選択により、レポートの種類に応じてレポートに含める情報の量が決定されます。

このタスクについて

フラット・リスト・レポートの場合、「行数」の選択により、レポートで返される最大行数が定義されます。例えば 10,000 行を選択すると、選択した最初の指標に従って行がソートされ、上位 10,000 行がレポートとして返されます。さらに、すべてのフラット・リスト・レポートに「合計」行が表示されます。定義されたレポートの行数が選択された行数を超える場合は、データの残りが「その他」行に要約されま

す。指定可能な値は、50、100、1,000、および 10,000 です。このオプションをご使用のクライアント ID に対して有効にしている場合は、50,000 行を選択することもできます。デフォルトは 50 行です。

階層レポートの場合、「行数」の選択により、レポートの階層レベルの展開時に各レベルで返される最大行数が定義されます。例えば、制限を 100 行に設定すると、階層レポートは 100 のトップレベル行、100 の第 2 レベル行、および 100 の第 3 レベル行を返します。指定できる値は 50 と 100 です。デフォルトは 50 です。

カスタム・グループ・レポートの場合、「行数」の選択により、レポートの各グループの展開後に返される最大行数が定義されます。例えば 100 行を選択すると、選択した最初の指標に従って行がソートされ、各グループの上位 100 行が返されます。レポート内のグループ数が 10 以下の場合は、グループごとに最大 1,000 行まで選択できます。定義されたレポートで各グループの行数が選択された行数を超える場合は、データの残りが「その他」行に要約されます。

セグメント比較レポートでは「行数」を選択できません。

データ・セットの選択

「日付とデータ・セット」タブを使用して、レポートに使用するデータ・セットを指定します。

このタスクについて

「完全データ・セット・レポート」と「抽出レポート」のいずれを選択するかによって、処理される情報の量およびレポートの所要時間が決まります。

完全データ・セット・レポート

任意のレポート期間範囲にある、適用可能なすべてのクライアント・データを返します。

抽出レポート

任意のレポート期間範囲におけるクライアント訪問者人口をサンプリングしたものを報告し、それらの訪問者によるすべての訪問およびレコードを余すところなく考慮に入れます。Digital Analytics は、クライアント・データの量に応じて適切なサンプリング率を決定します。サンプリング率は、サンプリング対象の各レポートの「設定を開く」領域に表示されます。

サンプル・データ・セットに対するレポートの実行は、訪問者およびそのアクティビティのサブセットしか使用せず、結果を外挿するため、高速です。このレポートは、すべてのデータに対して実行する前にテスト・レポートを作成および表示して代表的な概略の数値を把握し、完全データ・セット・レポートを作成する前にどのようなレポートが得られるか調べる場合に有用です。

レポート名および配布方法の定義

「名前と配布」タブを使用して、レポートの名前、カテゴリ、および配布方法をセットアップします。

手順

1. 新しいレポートのレポート名を「**レポート名**」に入力します (最大 50 文字。例: トップ・ページ、ファースト・クラス搭乗客の予約待ち時間、など)。
2. 「**レポート・カテゴリ**」を選択するか、新しいカテゴリ名を入力します。
レポート名とレポート・カテゴリの組み合わせは、レポートごとに固有でなければなりません。
3. オプション: レポートについての説明を「**コメント**」ボックスに入力します (最大 250 文字)。
4. オプション: 配布方法を選択します。
 - 「**E メールで受信**」にチェック・マークを付けると、レポートが E メール の添付ファイルとして直接送信されます。E メール・アドレスを入力し、添付ファイルの形式として「**Excel**」または「**CSV**」のいずれかを選択します。添付ファイルにはレポートに関するメタデータ (名前、フィルター、セグメントなど) およびデータ・テーブルが組み込まれますが、グラフは組み込まれません。
 - レポートが生成されたときに通知させるには、「**E メールで通知**」にチェック・マークを付けます。通知の送信先 E メール・アドレスを入力します。

セグメント比較レポート

セグメント比較レポートを使用して、KPIに照らして訪問者のセグメントを分析します。このレポートの種類は、ユーザー・セグメント(定義済みの人物像)の間で、行動セグメントを迅速に比較する場合に最適です(比較はレポートごとに10件までです)。

セグメントと指標

「レポート・ビルダー」を使用して、セグメント比較レポートの表示列と指標列を選択します。

セグメントは10件まで、指標は10件まで選択できます。指標は、標準指標または計算指標の任意の組み合わせが可能です。計算指標リストをフィルタリングするには、列の上のドロップダウン・リストからカテゴリーを選択します。

計算指標について詳しくは、[17 ページの『計算指標』](#)を参照してください。

注: 訪問データを IBM Tealeaf にエクスポートする場合は、各行に訪問回数を表示できるように、レポートの作成時に訪問指標を含めてください。

レポートを作成するときには、選択したセグメントおよび指標からデータ・グリッドが作成されます。

レポートへのセグメントの追加

レポート作成時、既存のセグメントをレポート構成に追加できます。

手順

1. 「セグメント」タブをクリックします。
2. 「セグメント・カテゴリー」からセグメント・カテゴリーを選択します。このカテゴリーにあるセグメントが「使用可能なセグメント」ペインに表示されます。
3. 適用するセグメント(複数可)を「ドラッグ・アンド・ドロップ (Drag and Drop)」ペインにドラッグします。

セグメントの作成

セグメントを作成するには、以下の手順を行います。

手順

1. 「使用可能なセグメント」ペインの下部にある「新規」をクリックします。「新規セグメント」ウィンドウが表示されます。
2. セグメントの種類を選択します。

- 「同一訪問」 - レポート期間範囲内の、指定の条件に一致したすべての訪問。
- 「クロス訪問」 - 選択した日付期間の、指定の条件に一致した、レポート期間範囲内の訪問者によるすべての訪問。「クロス訪問」を選択する場合は、開始日と終了日を指定するか、「前 (Prior)」を選択して、セグメントを適用するレポートの、以前の完了済みの期間を使用する必要があります。

注: 登録ベースのデータ拡張ファイルにインポートされたデータを使用するレポートには、クロス訪問セグメント・タイプは使用できません。

- 「マルチチャネルの顧客」 - 登録済みの顧客のみのオンラインおよびオフラインの両アクティビティを含みます。

注: 「新規セグメント」ウィンドウを使用して、IBM Tealeaf セグメントを作成できません。Tealeaf ユーザーが Tealeaf セッション ID を Digital Analytics にエクスポートすると、IBM Digital Analytics は Tealeaf セグメントを作成します。

3. このセグメントのカテゴリーを「セグメント・セット・カテゴリー (Segment Set Category)」から選択するか、リストから「新規カテゴリー」を選択してボックスにカテゴリー名を入力します。
4. 右側のフィールドにセグメントの名前を入力します。
5. 使用する比較指標を「条件」リストから選択します。
6. 以下の方法のいずれかを使用して、この条件に適した値を1つ以上入力します。
 - 値を手動で入力するには、「追加」をクリックして、表示されるテキスト・ボックスにテキストを入力します。

- ご使用のクライアント ID でクイック・ピック機能が有効になっている場合は、「クイック・ピック」アイコン () をクリックすると、選択した条件に適した最も使用頻度の高い固有値のリストが、最近のサイト・アクティビティーに基づいてアルファベット順で表示されます。「クイック・ピック・レコード」リストからこの条件に対して使用する値を選択します。複数の値を選択する場合は、Shift キーまたは Ctrl キーを使用します。特定の値を検索するには、ダイアログの上部にある検索ボックスを使用します。1つ以上の値を選択したら、「OK」をクリックします。複数の値を選択した場合、それらは OR 結合を使用して追加されます。

選択した条件に適した使用頻度の高い上位の固有値のみが「クイック・ピック」リストに表示されます。上位の値として識別されなかった他の値も条件として有効である可能性があります。

注: 選択支援として、「サンプル・レコード」をクリックすると、選択した条件用のサンプル値が表示されます。

7. 表示されるリストから演算子を選択します。

- 指標が数値を持つ場合は、基準を「等しい」、「次の値以上」、「次の値以下」、または「次の数値間」にすることができます。
- 指標が文字列値の場合は、演算子を「次と等しい」、「次で始まる」、「次で終わる」、「次を含む」、またはワイルドカードにすることができます。

該当する場合は、「適用しない」にチェック・マークを付けて、条件を排他的にします (この条件を満たさない場合にレコードが含まれません)。

8. 条件をセグメントに適用するためのオプションを以下から 1 つ選択します。

- このセグメントに対して他の条件を定義する必要がない場合は、「適用」をクリックします。条件は、ウィンドウの右側に表示されます。
- AND 結合でさらに条件を追加するには、「適用」をクリックしてステップ 5 に戻ります。
- OR 結合を使用してこの条件にさらに値を追加するには、「OR を使用して条件を追加」をクリックしてステップ 6 に戻り、手動による値の入力指示に従います。
- 既存のセグメントを新規セグメントに適用するには、セグメント・カテゴリーを展開し、画面の左下のパネルから必要なセグメントを選択します。選択したら、「適用」をクリックします。AND 結合を使用して条件が他の条件に結合されます。セグメントに指標セグメントが含まれない (例えば「ページ・ビュー >=3」という条件の) 場合は、オプションで「適用しない」を選択することができます。
- 複数の種類の条件を重ね合わせる場合は、常に AND で結合されます。

条件の作成と適用が完了すると、その条件がパネルの右端に表示されます。編集するには、編集 () アイコンをクリックして再度左側のパネルで条件を開きます。削除するには削除 () アイコンをクリックします。適用している既存のセグメントを除去するには、除去 () アイコンをクリックします。この場合、セグメント自体は削除されずに、作成中のセグメントから除去されます。

9. 完了したら「セグメントを保存」をクリックし、このウィンドウを閉じて「セグメント」タブに戻ります。

タスクの結果

セグメントをコピー

セグメントをコピーするには、以下の手順を行います。

このタスクについて

既存のセグメントをコピーして、それに新しい名前を割り当てることができます。その後、セグメントをそのまま使用することも、条件の編集、追加、または削除を行うこともできます。

手順

1. 「セグメント・カテゴリー」からセグメント・カテゴリーを選択します。このカテゴリーにあるセグメントが「使用可能なセグメント」ペインに表示されます。

2. コピーするセグメントを選択して「コピー」ボタンをクリックします。「セグメントを編集」ダイアログ・ボックスに、既存のセグメントに構成されている条件が表示されます。
3. このセグメントを保存する「**セグメント・カテゴリー**」を選択するか作成します。
4. セグメントの新しい名前を入力します。
5. 既存の条件を選択して編集するには、編集 (✎) アイコンをクリックします。条件を削除するには、削除 (✕) アイコンをクリックします。あるいは、新しい条件を追加します。

セグメントの編集

セグメントを編集するには、以下の手順を行います。

始める前に

自身でセグメントを作成した場合、またはセグメントの管理権限を持つ場合は、セグメントを編集して同じ名前で保存することができます。セグメントを編集するときに、そのセグメントを作成していない場合または管理権限を持たない場合は、「**セグメントを編集**」ボタンが「セグメントをコピー」ボタンとして機能します。

注: セグメントに対する変更はグローバルであり、このセグメントを使用して他のユーザーが作成するレポートに影響します。

手順

1. 「**セグメント・カテゴリー**」からセグメント・カテゴリーを選択します。このカテゴリーにあるセグメントが「**使用可能なセグメント**」ペインに表示されます。
2. 編集するセグメントを選択して「**編集**」ボタンをクリックします。警告メッセージに、このセグメントの影響を受けるレポートが表示されます。

「セグメントを編集」ダイアログに、既存のセグメントに構成されている条件が表示されます。

注: 名前とセグメント・カテゴリーは変更できません。

タスクの結果

これで、既存の条件を選択し、編集 (✎) アイコンをクリックして編集するか、削除 (✕) アイコンをクリックして条件を削除するか、あるいは、新しい条件を追加することができます。既存のセグメントを適用した場合は、除去 (🗑️) アイコンをクリックすることで適用したセグメントを除去できます。

レポート作成頻度および日付範囲の設定

「日付とデータ・セット」タブを使用して、レポート作成頻度と日付範囲を設定します。

このタスクについて

レポート作成頻度は、レポートを実行する回数です。システムは、定期レポートと1回限りのレポートをサポートします。

定期レポート

定期レポートは、日次、週次、または月次のレポート作成頻度によって定義され、選択された開始日以降の最初の期間を始期として、指定の期間にわたって実行されます。

- Digital Analytics Explore システムが既に 13 カ月分以上のデータを処理している場合、過去 13 カ月間 (400 日間) のデータに対して定期レポートを実行できます。デフォルトの日付範囲は 400 日です。
- レポートを永続的に (停止するか削除するまで) 実行するには、現在の日付から 400 日以内の開始日を選択し、「終了日」として「終了日なし」を選択します。履歴開始日を選択すると、現在の期間までのレポートおよびトレンドが事前設定されます。
- 処理されたレポートは、直近 13 カ月分がアクセス可能です。

1 回限りのレポート

1 回限りのレポートは、選択された日付範囲に 1 回実行されます。レポート期間は最大で 93 日です。

- 処理されたレポートは直近の 93 日分がアクセス可能です。

- 定義からして、1 回限りのレポートは指定の日付範囲にわたって 1 回しか実行されないため、別の日付に切り替えることはできません。
- 1 回限りのレポートの場合は「終了日なし」オプションを使用できません。
- 将来の日付を選択すると、終了日を過ぎるまでレポートは実行されません。

データ・セットの選択

「日付とデータ・セット」タブを使用して、レポートに使用するデータ・セットを指定します。

このタスクについて

「完全データ・セット・レポート」と「抽出レポート」のいずれを選択するかによって、処理される情報の量およびレポートの所要時間が決まります。

完全データ・セット・レポート

任意のレポート期間範囲にある、適用可能なすべてのクライアント・データを返します。

抽出レポート

任意のレポート期間範囲におけるクライアント訪問者人口をサンプリングしたものを報告し、それらの訪問者によるすべての訪問およびレコードを余すところなく考慮に入れます。Digital Analytics は、クライアント・データの量に応じて適切なサンプリング率を決定します。サンプリング率は、サンプリング対象の各レポートの「設定を開く」領域に表示されます。

サンプル・データ・セットに対するレポートの実行は、訪問者およびそのアクティビティのサブセットしか使用せず、結果を外挿するため、高速です。このレポートは、すべてのデータに対して実行する前にテスト・レポートを作成および表示して代表的な概略の数値を把握し、完全データ・セット・レポートを作成する前にどのようなレポートが得られるか調べる場合に有用です。

レポート名および配布方法の定義

「名前と配布」タブを使用して、レポートの名前、カテゴリ、および配布方法をセットアップします。

手順

1. 新しいレポートのレポート名を「**レポート名**」に入力します (最大 50 文字。例: トップ・ページ、ファースト・クラス搭乗客の予約待ち時間、など)。
2. 「**レポート・カテゴリ**」を選択するか、新しいカテゴリ名を入力します。
レポート名とレポート・カテゴリの組み合わせは、レポートごとに固有でなければなりません。
3. オプション: レポートについての説明を「**コメント**」ボックスに入力します (最大 250 文字)。
4. オプション: 配布方法を選択します。
 - 「**E メールで受信**」にチェック・マークを付けると、レポートが E メール の添付ファイルとして直接送信されます。E メール・アドレスを入力し、添付ファイルの形式として「**Excel**」または「**CSV**」のいずれかを選択します。添付ファイルにはレポートに関するメタデータ (名前、フィルター、セグメントなど) およびデータ・テーブルが組み込まれますが、グラフは組み込まれません。
 - レポートが生成されたときに通知させるには、「**E メールで通知**」にチェック・マークを付けます。通知の送信先 E メール・アドレスを入力します。

ライブ・レポート

ライブ・レポートは、1 時間ごとの細分度でリアルタイムでデータを更新するフラット・リスト・レポートです。サイトでの最新のデータを確認し、時間トレンドを分析するには、ライブ・レポートを使用します。

ライブ・レポートは常に、レポートの表示時に完全データ・セットで実行されます。そのため、他のレポートに使用可能なサンプリング、データ・セット、および配布オプションは、ライブ・レポートでは使用できません。さらに、計算指標、セグメンテーション、ターゲティング、注釈、関係ズーム、および配布オプションは、ライブ・レポートには使用できません。

ライブ・レポート・データは、最小で 8 日間保持されます。これによって、当日のデータを、前の週の同じ曜日と比較できます。

ライブ・レポートへの列と指標の追加

ライブ・レポートには、表示列は3件まで、指標は10件まで追加できます。レポートを生成するときには、選択した列および指標からデータ・グリッドが作成されます。

このタスクについて

表示列を選択すると、選択した列に基づいて使用可能な残りの列が制限されます。例えば「ページ」と「ページで使用される言語」の両方を表示するように選択した場合は、ホーム・ページのページ・ビューが英語ホーム、ドイツ語ホーム、スペイン語ホームなどに分割されます。これは、一部のデータ(例えばページとページ・カテゴリー、またはページとページ属性「作成者」)を横並びで表示させるには効果的ですが、それ以外の組み合わせ(例えばプロダクト名と国)の場合は無意味です。その結果、残りの表示列と指標の選択は、現在選択されている列に応じて制限されます。

列と指標を選択するには、「列と指標」タブを使用します。表示は「使用可能な表示列」、「表示列をドラッグ・アンド・ドロップ」、「使用可能な指標を選択」、および「指標をドラッグ・アンド・ドロップ」の4つのペインに分割されています。

最初の状態では、「使用可能な表示列」にデータ・フィールドの種類のリストが設定されています。それぞれのフィールドの種類は  をクリックすることで展開でき、各フィールドの種類内で使用可能な表示列を表示できます。

手順

1. 使用する最初の表示列を「表示列をドラッグ・アンド・ドロップ」にドラッグします。

最大で3列まで選択できます。

列を選択すると、それが画面の左上に表示されます。一部の表示列が「使用可能な表示列」ペインから除去されます。これらの列は、選択した列と組み合わせられないために除去されます。

使用可能な指標は、「使用可能な指標を選択」列の「標準」タブにリストされます。

2. 必要な指標を「使用可能な指標を選択」列から「指標をドラッグ・アンド・ドロップ」列にドラッグします。

レポートには5件までの指標を含めることができます。

注: 計算指標およびカスタム指標は、ライブ・レポートでは使用不可です。

指標を選択すると、それが画面の右上に表示されます。

ライブ・レポート内のフィルター

フィルターは、レポート結果を絞り込むためにレポートに追加される1つ以上の条件から構成されます。これらの条件は、選択された指標を指定の値と比較し、条件に応じてレコードを含めるか除外します。

例えば、レポートを米国からの訪問者に制限する必要がある場合が該当します。条件は、単一の指標と1つ以上の比較から構成されます。

「フィルター」タブを使用して、レポートのフィルターを作成、コピー、または編集したり、既存のフィルターを使用したりします。既存のフィルターを名前変更したり、要件に合わせて編集したりすることもできます。便宜上、フィルターはフィルター・カテゴリーに分類されています。

また、ライブ・レポートの「フィルター」タブには、レポート結果に含める最大行数を選択できる「行の選択」列も含まれています。

既存のフィルターの使用

以下の手順を使用して、レポートに既存のフィルターを追加します。

手順

1. 「フィルター・カテゴリー」リストからフィルター・カテゴリーを選択します。選択したカテゴリーにあるフィルターが「使用可能なフィルター」ペインに表示されます。
2. 適用するフィルター(複数可)を「ドラッグ・アンド・ドロップ(Drag and Drop)」ペインにドラッグします。

フィルターの作成

フィルターを作成するには、以下の手順を行います。

始める前に

注: レポートのフィルターを作成する前に、使用する表示列と指標を定義する必要があります。

手順

1. 「使用可能なフィルター」ペインの下部にある「新規」をクリックします。「新規フィルター」ダイアログが表示されます。
2. このフィルターのカテゴリを「フィルター・カテゴリ (Filter Category)」から選択するか、リストから「新規カテゴリ」を選択してフィールドにカテゴリ名を入力します。
3. 右側のフィールドにフィルターの名前を入力します。
4. 使用する比較指標を「条件」リストから選択します。
5. 以下の方法のいずれかを使用して、この条件に適した値を1つ以上入力します。

- 値を手動で入力するには、「追加」をクリックして、表示されるテキスト・ボックスにテキストを入力します。
- ご使用のクライアント ID でクイック・ピック機能が有効になっている場合は、「クイック・ピック」

アイコン () をクリックすると、選択した条件に適した最も使用頻度の高い固有値のリストが、最近のサイト・アクティビティに基づいてアルファベット順で表示されます。「クイック・ピック・レコード」リストからこの条件に対して使用する値を選択します。複数の値を選択する場合は、Shift キーまたは Ctrl キーを使用します。特定の値を検索するには、ダイアログの上部にある検索ボックスを使用します。1つ以上の値を選択したら、「OK」をクリックします。複数の値を選択した場合、それらは OR 結合を使用して追加されます。

選択した条件に適した使用頻度の高い上位の固有値のみが「クイック・ピック」リストに表示されます。上位の値として識別されなかった他の値も条件として有効である可能性があります。

注: 選択支援として、「サンプル・レコード」をクリックすると、選択した条件用のサンプル値が表示されます。

6. 表示されるリストから演算子を選択します。
 - 指標が数値を持つ場合は、基準を「等しい」、「次の値以上」、「次の値以下」、または「次の数値間」にすることができます。
 - 指標が文字列値の場合は、演算子を「次で等しい」、「次で始まる」、「次で終わる」、「次を含む」、またはワイルドカードにすることができます。

該当する場合は、「適用しない」にチェック・マークを付けて、条件を排他的にします (この条件を満たさない場合にレコードが含められます)。

7. 条件をフィルターに適用するためのオプションを以下から1つ選択します。
 - このフィルターに対して他の条件を定義する必要がない場合は、「適用」をクリックします。条件は、ウィンドウの右側に表示されます。
 - AND 結合でさらに条件を追加するには、「適用」をクリックしてステップ 4 に戻ります。
 - OR 結合を使用してこの条件にさらに値を追加するには、「OR」を使用して条件を追加」をクリックしてステップ 5 に戻り、手動による値の入力指示に従います。
 - 既存のフィルターを新規フィルターに適用するには、フィルター・カテゴリを展開し、画面の左下のパネルから必要なフィルターを選択します。選択したら、「適用」をクリックします。AND 結合を使用して条件が他の条件に結合されます。フィルターに指標フィルターが含まれない (例えば「ページ・ビュー >=3」 という条件の) 場合は、オプションで「適用しない」を選択することができます。
 - 複数の種類の条件を重ね合わせる場合は、常に AND で結合されます。

条件の作成と適用が完了すると、その条件がパネルの右端に表示されます。編集するには、編集 (✎) アイコンをクリックして再度左側のパネルで条件を開きます。削除するには削除 (✖) アイコンをクリックします。適用している既存のフィルターを除去するには、除去 (🗑) アイコンをクリックします。この場合、フィルター自体は削除されずに、作成中のフィルターから除去されます。

- 完了したら「フィルターを保存」をクリックし、このウィンドウを閉じて「フィルター」タブに戻ります。

フィルターをコピー

フィルターをコピーするには、以下の手順を行います。

このタスクについて

既存のフィルターをコピーして新しい名前を指定した後、そのまま使用するか、条件の編集、追加、または削除を行うことができます。

手順

- 「フィルター・カテゴリ」からフィルター・カテゴリを選択します。カテゴリにあるフィルターが「使用可能なフィルター」ペインに表示されます。
- コピーするフィルターを選択して「コピー」をクリックします。「フィルターを編集」ダイアログに、既存のフィルターの条件が表示されます。
- このフィルターを保存するフィルター・カテゴリを選択するか作成します。
- フィルターの新しい名前を入力します。
- 既存の条件を選択して編集するには、編集 (✎) アイコンをクリックします。条件を削除するには、削除 (✖) アイコンをクリックします。あるいは、新しい条件を追加します。

フィルターの編集

既存のフィルターを編集するには、以下の手順を行います。

始める前に

自身でフィルターを作成した場合、またはフィルターの管理権限を持つ場合は、フィルターを編集して同じ名前で保存することができます。フィルターの編集特権を持っていない場合は、「編集」アイコンをクリックした場合のみ、フィルターをコピーできます。

注: フィルターに対する変更はグローバルであり、他のユーザーによって作成されたレポートを含め、そのフィルターを使用するすべてのレポートに影響を与えます。

手順

- 「フィルター・カテゴリ」リストからフィルター・カテゴリを選択します。このカテゴリにあるフィルターが「使用可能なフィルター」ペインに表示されます。
- 編集するフィルターを選択して、「編集」アイコンをクリックします。警告メッセージに、このフィルターの影響を受けるレポートが表示されます。
- 「フィルターを編集」ダイアログに、既存のフィルターの条件が表示されます。

注: 名前とフィルター・カテゴリは変更できません。

タスクの結果

これで、既存の条件を選択し、編集 (✎) アイコンをクリックして編集するか、削除 (✖) アイコンをクリックして条件を削除するか、あるいは、新しい条件を追加することができます。既存のフィルターを適用している場合は、除去 (🗑) アイコンをクリックすることで適用したフィルターを除去できます。

ライブ・レポートの行制限の設定

デフォルトでは、ライブ・レポートには最大 50 行のデータが表示されます。指定可能な値は、50、100、1,000、および 10,000 です。50,000 行オプションは、ライブ・レポートでは使用不可です。

手順

- ・「フィルター」タブの「行の選択」列では、レポートで返される最大行数を選択します。

タスクの結果

レポートは、最初に選択された指標で行をソートして、指定の行制限までの結果を返します。レポート結果に含まれる行が、選択された最大行数を超える場合は、データの残りが「その他」行に要約されます。

ライブ・レポート名の定義

「名前」タブを使用して、レポート名を入力し、レポートのカテゴリを選択します。

手順

1. 新しいレポートの名前を「レポート名」フィールドに入力します (最大 50 文字)。
2. 「レポート・カテゴリ」を選択するか、新しいカテゴリ名を入力します。
3. オプション: レポートについての説明を「コメント」ボックスに入力します (最大 250 文字)。

Lifecycle

Lifecycle は、顧客のライフサイクルと、顧客が次のマイルストーンへ進むための動機について理解するためのライセンス・モジュールです。

Lifecycle は、訪問者が到達したマイルストーンや、顧客のライフサイクルにおいて顧客を次の段階へ進めるキャンペーン、プロダクト、およびコンテンツは何かを理解するうえで役に立ちます。そのうえで、その訪問者をターゲットに、購買促進につながる働きかけを行うことができます。顧客をパスに沿ってより速く動かすことは、ビジネス成果の改善につながります。

Lifecycle ビューは、主要なマイルストーン別に顧客をセグメント化し、その顧客セグメントについての情報や、レポート期間内に、あるマイルストーンまたはセグメントから別のマイルストーンまたはセグメントに移行した顧客に関する情報を通知します。この情報により、以下が可能になります。

- ・ライフサイクル・セグメントに合うように、マーケティングやサイトのコンテンツを調整できます。
- ・IBM LIVEmail 統合を使用してライフサイクル・セグメントを自動的にターゲット化できます。
- ・顧客に対して次のマイルストーンへ進むよう推奨するインサイトを発見できます。

Lifecycle レポートの作成

ライセンス交付を受けた Lifecycle モジュール・ユーザーが「新規レポートを作成」画面で「Lifecycle」を選択すると、さまざまなレポート作成オプションが表示されます。

Lifecycle レポートでは、以下の構成タブを使用できます。

マイルストーン

「マイルストーン」タブを使用して、レポートにマイルストーンを定義します。

- ・「マイルストーンの追加」では、レポートのマイルストーンを最大で 6 個まで定義します。マイルストーンを追加するたび、「マイルストーンを追加」は右側に移動していきます。マイルストーンはドラッグして位置変更できます。
- ・「マイルストーン進捗の表示 (Show Milestone Progression)」はデフォルトで選択されています。これをクリアすると、レポートにはボックス間の矢印が表示されず、「この日数」指標と「この期間の訪問数」指標は計算されません。

マイルストーンの処理ロジック

マイルストーン・データを処理するためのオプションとして以下の 2 つのいずれかを選択できます。

ファネル

訪問者は、到達した各マイルストーンでレポートされ、直前のマイルストーンに決められた順序で到達する必要があります。

独立

訪問者は、期間内の最後の訪問の時点で条件と一致するマイルストーンでのみ報告されます。

クロス訪問の訪問者のトラッキング・ロジック

各訪問には、関連付けられた訪問者 ID があります。訪問者 ID は、Digital Analytics によって設定される値で、サイト訪問者のブラウザの持続的な Cookie に保管されます。各訪問者 ID は、ユニーク訪問者としてマイルストーンの結果で報告されます。

Digital Analytics は、訪問者 ID 値から登録 ID 値への多対多マッピングを維持します。例えば、訪問者がノートブック、スマートフォン、およびタブレット・デバイスから Web サイトにアクセスすると、Digital Analytics は 3 つの異なる訪問者 ID 値 (各デバイスに 1 つ) を作成します。訪問者が各デバイスで (例えば購入を完了することにより) 登録した後、固有の登録 ID (例えば E メール・アドレス) を使用して、3 つのデバイスでの訪問者のすべてのアクティビティを相関付けることができます。

さらに、訪問者がこれらのデバイスのうちの 1 つから Cookie を削除すると、次にそのデバイスから Web サイトを訪問したときには、第 4 の訪問者 ID が作成されます。その後訪問者がそのデバイスで登録イベントを完了すると、Digital Analytics は、第 4 の訪問者 ID のもとのトラッキングされた前の訪問アクティビティを単一の登録 ID に属するものとして相関付けることができます。

クライアント ID で適切なロールが有効になっている場合、訪問全体にわたる訪問者トラッキングでは 2 つのオプションのうち 1 つを選択できます。

訪問者 ID 専用

訪問者 ID のみを使用して、訪問全体にわたり訪問者を識別します。

訪問者 ID と登録 ID

訪問者 ID と登録 ID の両方の値を使用して、訪問全体にわたり訪問者を識別します。このオプションが選択された場合、Digital Analytics Explore は複数の訪問者 ID が 1 つの登録 ID にマップされているかどうかを検出できます。この情報により、訪問者のライフサイクル分析を強化できます。つまり、ライフサイクル分析を実行する対象のデータ・セットを拡張できるということです。例えば、このロジック・タイプを使用して、複数デバイスにわたる訪問者の行動 (つまり 1 個人が複数のデバイスからサイトに登録した場合) のトラッキングを向上させることができます。

ライフサイクル・レポートへのマイルストーンの追加

「マイルストーン」タブを使用すると、マイルストーンを 6 個までレポートに追加できます。

このタスクについて

マイルストーンを追加してライフサイクル・パスを定義します。マイルストーンを作成した後で、それをクリックしてドラッグすれば、マイルストーンの進捗におけるその位置を変更できます。また、マイルストーン名の横にあるアイコンを使用すると、マイルストーンを編集したり削除したりすることもできます。

手順

1. 「マイルストーンを追加」をクリックして、「新規マイルストーン (New Milestone)」ダイアログを立ち上げます。
2. マイルストーンの名前と条件を入力します。
3. 「適用」をクリックして、条件をマイルストーンに追加します。
4. すべての条件を追加したら、「マイルストーンの保存 (Save Milestone)」をクリックします。
5. マイルストーンの追加を続行してライフサイクル・パスを定義します。
6. レポートに適用する処理ロジック (「ファネル」または「独立」) を選択します。
7. レポートに適用するクロス訪問の訪問者の処理ロジックを選択します (「訪問者 ID 専用」または「訪問者 ID と登録 ID (Visitor & Registration ID)」)。

タスクの結果

マイルストーンがページに表示されます。

次のタスク

レポートへのマイルストーンの追加が完了したら、「指標」タブをクリックして先に進みます。

ライフサイクル・レポートの指標

「指標」タブでは最初に、「ユニーク訪問者数」、「到達日数」、「到達訪問回数」という3つの指標が事前選択されています。5つの指標をドラッグ・アンド・ドロップして、レポートに追加できます。レポートには標準指標、計算指標、カスタム指標のいずれも含めることができます。

計算指標リストをフィルタリングするには、列の上のドロップダウン・リストからカテゴリを選択します。訪問者の移行を表示すると、「到達日数」は「この日数」になり、「到達訪問回数」は「この期間の訪問数」になります。これら両方の指標で、マイナスの変動はいい結果です。

関連概念

17 ページの『計算指標』

Digital Analytics Explore の計算指標は、ユーザー定義指標であり、1つ以上の既存の指標、演算子、または定数で構成される式から成っています。計算指標は、「フラット・リスト」、「階層」、「フィルター済みグループ」、「セグメント比較」、および「ライフサイクル」の各レポートに含めることができます。計算指標は、ライブ・レポートでは使用不可です。

17 ページの『カスタム指標』

カスタム指標は、標準指標または属性フィールドに基づくユーザー定義の指標です。セグメント指標、フィルター指標、および属性指標の3つのタイプのカスタム指標を定義できます。さらに、カスタム指標機能を使用して、カスタマイズされた名前を付けた、標準指標の別名を作成できます。

日付

「日付」タブを使用して、レポートの実行を週次にするか、月次にするか、または1回限り(全体)にするかを選択します。デフォルトは月次です。

- 1回限りのレポートの場合、開始日と終了日を入力または選択します。1回限りのレポートの日付範囲は、93日を超えることはできません。
- 月次レポートの場合、開始日は前月の最初の日です。
- 週次レポートの場合、開始日は前月の最初に丸々1週間ある週の最初の日です。
- ライフサイクル期間の場合、最大で過去400日までの相対的な値を入力します。

ライフサイクル・レポートのセグメント

「セグメント」タブを使用して、セグメントをレポートに適用します。セグメントによって、条件に一致する訪問者総数のセグメントだけに、レポートの対象が制限されます。セグメントを適用しない場合、レポートではすべての訪問者が分析対象になります。Lifecycle レポートでは、セグメントをオプションで指定できます。

ライフサイクル・レポートへのクロス訪問 Tealeaf セグメントの適用

IBM Tealeaf からの訪問者 ID のクロス訪問セグメントをライフサイクル・レポートに適用し、マイルストーンを通じたコンバージョン、競合イベント、進捗を分析できます。例えば、Tealeaf セグメントを使用して、IBM Tealeaf で競合イベントが検出されたためにマイルストーンへの移行に失敗した訪問者の数を把握できます。次に、非マイグレーター・セグメントを IBM Tealeaf に再ターゲット化し、そのオンサイト・エクスペリエンスを調べられます。

「ズーム」タブの使用

「ズーム」タブを使用して、合計3個のズームを定義し、それらを各マイルストーン・セグメントおよびマイルストーンの新加入者のセットで使用できます。「マーケティング・チャンネル」ズームはデフォルトで選択されています。追加ズームを2つまで選択できます。

このタスクについて

このタブでは、レポートに必要なズームを選択できます。

手順

- 追加のズームを選択するには、表示列 (3 個まで) と指標 (5 個まで) をドラッグ・アンド・ドロップし、「**関係ズームを保存**」をクリックします。
標準指標や計算指標をズームで使用できます。計算指標リストをフィルタリングするには、列の上のドロップダウン・リストからカテゴリーを選択します。計算指標について詳しくは、[17 ページの『計算指標』](#)を参照してください。
ズームがウィンドウの右上にあるリストに表示されます。
- 保存したズームを編集するには、**編集** (✎) アイコンをクリックします。
- 保存したズームを削除するには、**削除** (✖) アイコンをクリックします。

レポート名および配布方法の定義

「名前と配布」タブを使用して、レポートの名前、カテゴリー、および配布方法をセットアップします。

手順

1. 新しいレポートのレポート名を「**レポート名**」に入力します (最大 50 文字。例: トップ・ページ、ファースト・クラス搭乗客の予約待ち時間、など)。
2. 「**レポート・カテゴリー**」を選択するか、新しいカテゴリー名を入力します。
レポート名とレポート・カテゴリーの組み合わせは、レポートごとに固有でなければなりません。
3. オプション: レポートについての説明を「**コメント**」ボックスに入力します (最大 250 文字)。
4. オプション: 配布方法を選択します。
 - 「**Eメールで受信**」にチェック・マークを付けると、レポートがEメールの添付ファイルとして直接送信されます。Eメール・アドレスを入力し、添付ファイルの形式として「**Excel**」または「**CSV**」のいずれかを選択します。添付ファイルにはレポートに関するメタデータ (名前、フィルター、セグメントなど) およびデータ・テーブルが組み込まれますが、グラフは組み込まれません。
 - レポートが生成されたときに通知させるには、「**Eメールで通知**」にチェック・マークを付けます。通知の送信先Eメール・アドレスを入力します。

Lifecycle レポートの表示: 購入者ライフサイクル

この例では、購入者ライフサイクル 概要レポートについて説明します。このレポートは、特に 2010 年 7 月にサイトを訪問した訪問者を分析し、過去 400 日の間にそれらの訪問者が到達した マイルストーンを表示します。

このサンプル・レポートにより、訪問者に関する以下のような質問の答えを見つけることができます。

- 彼らは買物客か?
- 彼らはリピート購入者か?
- 次のマイルストーンに進んだ訪問者は何名か?
- 彼らを動かすまでにどれくらいの期間を要したか?
- 彼らがクリックしたマーケティング・プログラムの数は?
- 彼らがクリックしたマーケティング・チャンネルはどれか? どのようなプロダクトを購入したか? どのようなコンテンツを表示したか?
- この期間に行った努力は進捗にいい影響を与えたか? 前の期間に比べ今期はどうか? 経時的に比較してこの期間はどうか (トレンド分析)?

日付と比較

日付

これまでに処理された任意の日付範囲を選択します。レポートがアクティブな期間が長いほど、選択できる 比較期間も増えます。

比較

「比較」を選択すると、各指標の横に変動率が表示されます。期間 (B) は、期間 (A) と同じセグメントを継承します。

訪問者人口

この開閉可能なセクションには (デフォルトでは展開されています)、表示されているセグメント条件を満たし、この期間に訪問があった訪問者に関する指標が示されます。

マイルストーン

「マイルストーン」タブを使用して、レポートにマイルストーンを定義します。

- 「マイルストーンを追加」を使用して、最大 6 個までレポートのマイルストーンを定義できます。マイルストーンを追加するたび、「マイルストーンを追加」は右側に移動していきます。マイルストーンはドラッグして位置変更できます。
- 「マイルストーン進捗の表示 (Show Milestone Progression)」はデフォルトで選択されています。選択解除した場合、レポートにはボックス間の矢印が表示されず、「この日数」指標と「この期間の訪問数」指標は計算されません。

マイグレーター

各「マイグレーター (Migrators)」ボックスは、カレンダーの期間内にそのマイルストーンに新しく加わった訪問者のセグメントを表します。

表示される情報は以下のとおりです。

- ユニーク訪問者数 - 期間 A 内にそのマイルストーンに新しく加わった訪問者の総数と、「比較」期間と比較した変動率。
- 日数
- 訪問数
- レポートのセットアップ時に選択された指標

追加指標

ライフサイクル・レポートでは、以下の追加指標が提供されます。

訪問者人口

セグメント条件を満たし、期間 A 内に最低 1 回は訪問したユニーク訪問者の数。

到達するまでの平均日数 (Avg Days to Reach)

ライフサイクル 期間内で訪問者の最初の訪問から訪問者がこのマイルストーンに到達するまでの平均経過日数。

平均日数 (Avg Days Between)

訪問者が前のマイルストーンに到達したときからこのマイルストーンに到達するまでの平均経過日数 (「進捗を表示 (Show Progression)」がチェックされている場合のみ適用されます)。

到達するまでの平均訪問数 (Avg Sessions to Reach)

ライフサイクル 期間内で訪問者の最初の訪問から訪問者がこのマイルストーンに到達するまでに要した平均訪問数。

平均訪問数 (Avg Sessions Between)

訪問者が前のマイルストーンに到達したときからこのマイルストーンに到達するまでに要した平均訪問数 (「進捗を表示 (Show Progression)」がチェックされている場合のみ適用されます)。

注: マイルストーン・ボックス内で「+ 指標を増やす」の下に表示される指標は、ライフサイクル 期間全体でなく、期間 A 内での訪問者の行動を表します。

ズーム

セグメントの詳細を表示するには、セグメント上の「ズーム」アイコン  をクリックします。メニューには、セグメントの使用可能なズームが表示されます。

追加のコンテキストを表示するには、指標の上にカーソルを置きます。

注: マイルストーン・ボックス内で「+ 指標を増やす」の下に表示される指標は、ライフサイクル 期間全体でなく、期間 A 内での訪問者の行動を表します。

「トップ・プロダクト」オプションを選択すると、ウィンドウ下部にズームの詳細が表示されます。

トレンド

「トレンド」を選択すると、マイルストーンごとに指標の変動をグラフ化できます。トレンド分析に選択できる期間の数は、レポートの実行期間によって変わります。デフォルトでは、アプリケーションは最新の 5 つの期間を表示します。

凡例にあるチェック・ボックスで、グラフおよびグラフの下にあるデータ・テーブルに表示される値を制御します。

インサイト

「インサイト」を選択すると、トップ・マーケティング・ベンダー・インフルエンサー、トップ・ムーバー、トップ指標などを含むレポートから収集された重要なインサイトのサマリーを確認できます。

「トップ・マーケティング・ベンダーへのインフルエンサー」には以下が含まれます。

マイルストーン

各マイルストーンと、それぞれのマイルストーンがどのマイルストーンに移行するかがリストされます。

マーケティング・ベンダー

ユニーク訪問者の観点から見たトップ・マーケティング・ベンダーがリストされます。

訪問者インフルエンサー

該当するユニーク訪問者の数が表示されます。

影響済み (%)

訪問者インフルエンサーまたはマイルストーン訪問者の割合が表示されます。

ブランド影響度 (直接ロード)

直接ロード・ユニーク訪問者またはマイルストーン・ユニーク訪問者の割合が表示されます。

「トップ・ムーバー」には以下が含まれます。

指標

「ユニーク訪問者数」、「到達日数」、「到達訪問回数」、「この日数」、「この期間の訪問数」がリストされます。

注: 「この日数」と「この期間の訪問数」を除き、これらの指標はハード・コーディングされています。「この日数」と「この期間の訪問数」は、作成ウィザードの「マイルストーン」タブで「マイルストーン進捗 (Milestone Progression)」矢印を表示するように「Lifecycle」が設定されている場合のみ表示されます。

マイルストーン

期間 A と B の間の変動 (プラスまたはマイナス) が最も大きかったマイルストーンの名前がリストされます。

変動

変動値がリストされます。

注: 「到達日数マイルストーン」と「この日数マイルストーン」の値は低いほうが望ましいといえます。負の数値は緑、正の数値は赤で表示されます。

注: 期間 B がオンになっていないと、「トップ・ムーバー」は表示されません。

「トップ指標」には以下が含まれます。

指標

レポート作成ウィザードの「指標」タブで選択した指標がリストされます。

マイルストーン

その指標の値が最も高いマイルストーンの名前がリストされます。

値

対応する指標値がリストされます。

他のアプリケーションでのライフサイクル訪問者セグメントのターゲティング

訪問者の選択済みセグメントをライフサイクル・レポートから IBM LIVEmail、IBM Campaign、または IBM Tealeaf へとターゲット化することができます。

始める前に

訪問者セグメントを IBM Campaign へターゲット化するには、IBM Campaign が有効になっており、IBM Export へのアクセス権限を持っている必要があります。

このタスクについて

以下の再ターゲット化オプションから選択できます。

訪問者総数

レポートの日付範囲内のすべてのユニーク訪問者の訪問者 ID を再ターゲット化します。

マイルストーン

データ保存期間 (最長 400 日) 内に指定されたマイルストーンに到達した訪問者の訪問者 ID を再ターゲット化します。

マイグレーター

レポートの日付範囲の間に指定のマイルストーンに到達した訪問者の訪問者 ID を再ターゲット化します。

非マイグレーターのデータ

レポートの日付範囲の間に指定のマイルストーンに到達しなかった訪問者の訪問者 ID を再ターゲット化します。

注: 非マイグレーターを IBM Campaign に再ターゲット化することはできません。

1つ以上のマイルストーン、マイグレーター・セグメント、または非マイグレーター・セグメントを再ターゲット化のために選択できます。非マイグレーター・オプションを選択した場合は、マイグレーター・セグメントを選択できません。

手順

1. ユーザーまたはセグメントをターゲットにするには、「訪問者をターゲット」() アイコンをクリックします。
2. ターゲティング・オプションを選択します。
 - a) 「**LIVEmail: E メールで訪問者をターゲット**」を選択し、選択したセグメントに属するすべての訪問者に電子メールを送信します。
 - b) 「**IBM Campaign: クロスチャネル・マーケティングで訪問者をターゲット**」を選択して、IBM Campaign への再ターゲット化を行います。

ユーザーは Export に転送され、選択したセグメントは IBM Campaign セグメント・フォームで見つけることができます。詳細については、*IBM Digital Analytics Export* ユーザー・ガイドを参照してください。
 - c) 「**IBM Tealeaf: IBM Tealeaf でセグメント訪問を再度行ってください**」を選択して、訪問の再実行のために IBM Tealeaf への再ターゲット化を行います。
3. 選択されたアプリケーションのために、使用可能な再ターゲット化オプションから選択します。
4. 「**続行**」をクリックします。

関連概念

Digital Analytics Explore の IBM Tealeaf との統合

Digital Analytics Explore ユーザーおよび IBM Tealeaf ユーザーは、2つのソリューションによって個別に収集された訪問者の行動データをクロスオーバー分析することができます。

複数のライフサイクル

提供されるライフサイクルを使用するか、またはカスタム・ライフサイクルを定義することができます。

「購入者ライフサイクル」の他に、アプリケーションには以下のデフォルトのライフサイクルがあります。

頻度ライフサイクル

1回の訪問訪問者 (1 Session Visitor) > 2回の訪問訪問者 (2 Session Visitor) > 3-5回の訪問訪問者 (3-5 Session Visitor) > 6-10回の訪問訪問者 (6-10 Session Visitor) > 10回以上の訪問訪問者 (10+ Session Visitor)

イベント・ライフサイクル

非イベント開始者 (Non-Event Initiator) > イベント開始者 (Event Initiator) > 1x イベント完了者 (1x Event Completer) > 2x イベント完了者 (2x Event Completer) > 3-5x イベント完了者 (3-5x Event Completer) > 6x+ イベント完了者 (6x+ Event Completer)

金額ライフサイクル (Value Lifecycle)

価値がある訪問者数 (\$0) > 価値がある訪問者数 (\$1-100) > 価値がある訪問者数 (\$101-500) > 価値がある訪問者数 (\$501-1,000) > 価値がある訪問者数 (\$1,001-10,000) > 価値がある訪問者数 (\$10,000以上)

カスタム・ライフサイクルを作成することもできます。以下に例を示します。

ダウンローダー・ライフサイクル

ホワイト・ペーパー 1 ダウンローダー > ホワイト・ペーパー 2 ダウンローダー > ホワイト・ペーパー 3 ダウンローダーなど

リード・ジェネレーション・ライフサイクル

ステージ 1 見込み客 > ステージ 2 見込み客 > ステージ 3 見込み客 > ステージ 4 見込み客など

学生ライフサイクル

参照者 > 照会者 > 申込者 > 入学者

IBM Digital Analytics と IBM Campaign の統合

Digital Analytics と IBM Campaign を統合すると、Digital Analytics のオンライン・セグメントと関連データを、IBM Campaign 内のオフライン・プロフィール・データと結合できます。

IBM Campaign ユーザーは、Web のアクティビティと動作に基づいて、Digital Analytics で定義されたセグメントを選択して、マーケティング・キャンペーンでこれらのセグメントをターゲットにすることができます。

統合システムを使用することには以下の利点があります。

- Web アナリストは、IBM Campaign によってターゲットとなるセグメントを定義することにより、オンラインで通知されたトレンドを素早く追跡できます。
- キャンペーン・マネージャーは、キャンペーン方針をマーケッターのデマンドと調整できます。
- ビジネス・マーケッターは、クロスチャネル・キャンペーンの成功と ROI を測定することによって、キャンペーン方針を追跡できます。

IBM Digital Analytics と Campaign の統合方法

このトピックでは Digital Analytics Web Analytics と IBM Campaign の統合方法を説明しています。これにより、Digital Analytics 製品で定義されたオンライン・セグメントをキャンペーンの中で使用できます。

このタスクについて

Digital Analytics と Campaign を統合するには、以下の手順を実行する必要があります。

1. (オプション): ユーザーが製品間を簡単にナビゲートできるように SSO を構成します。

シングル・サインオン (SSO) を使用すると、ユーザーは、IBM Marketing Platform ユーザー・インターフェース内から、ログインを求めるプロンプトが表示されることなく、Digital Analytics にアクセスすることが可能になります。詳しくは、「Digital Analytics 管理者ガイド」の『グローバル・ユーザー認証』を参照してください。

2. セグメントを IBM Campaign で使用可能にします。ライフサイクル・レポートの詳細については、58 ページの『他のアプリケーションでのライフサイクル 訪問者セグメントのターゲティング』を参照してください。Explore セグメントについては、64 ページの『セグメントの管理』を参照してください。
3. Digital Analytics Export で新規セグメントを管理します。詳しくは、「IBM Digital Analytics Export ユーザー・ガイド」を参照してください。
4. Campaign で、以下の手順を実行します。
 - a. Digital Analytics キーを IBM Marketing Platform オーディエンス ID に変換するよう変換テーブルを構成します。
 - b. セグメント統合を構成します。
 - c. 資格情報を IBM Marketing Platform アカウントに割り当てます。
 - d. 変換テーブルをマップします。

IBM Digital Analytics のデータを Campaign でアクセスできるようにする手段として、テーブルをマップします。
 - e. フローチャートの中でどの Campaign ユーザーが Digital Analytics セグメントを使用できるかを指定します。
 - f. Campaign の個々のパーティションに対して統合をオンにします。
 - g. Digital Analytics 製品で許可を構成します。
 - h. これで、フローチャートの中で Campaign ユーザーが Digital Analytics セグメントの使用を開始できるようになります。

注：IBM Campaign で統合タスクを実行する方法について詳しくは、「IBM Campaign ユーザー・ガイド」を参照してください。

管理

「管理」には 8 つの管理オプションがあります。

レポート

「管理」 > 「レポート」ページには、ご使用のクライアント ID でのレポートの概要が表示されます。このページを使用して、レポートの検索、定期レポートの停止、および複数のレポートに対する操作の実行を行います。

レポート・テーブル

レポート・テーブルは、カテゴリー別にレポートをグループ化します。レポート・リストを展開するには、カテゴリー名の前の をクリックします。リストを非表示にするには、 をクリックします。

デフォルトでは、すべてのレポートがテーブルに表示されますが、テーブルの上の「レポートの種類を表示」オプションを使用して、リストをフィルタリングできます。また、レポートを検索することもできます。

テーブル内の列を変更するには、列ヘッダー内の矢印をクリックして、「列を構成」を選択します。

一括操作

複数のレポートに対して特定の操作を同時に実行するには、レポート名またはカテゴリー名の横にあるチェック・ボックスを選択して、一括操作アイコンをクリックします。一括操作アイコンは、レポート・テーブルの上にあります。操作に対するユーザー許可がない場合、そのアイコンは使用できません。

アイコン	説明
	選択したレポートごとに別のアプリケーションでブックマークを作成するか、または、既存のブックマークを削除します。
	選択した定期レポートのさらなる処理を停止します。
	選択したレポートをシステムから完全に削除します。

個別の操作

個別のレポートに対して操作を実行するには、レポート行内のアイコンを使用します。操作に対するユーザー許可がない場合、そのアイコンは使用できません。

表 10: 個別の操作

	<p>レポートを編集します。レポート作成者または管理権限を持つユーザーの場合、既存のレポートの一部のコンポーネントを編集できます。</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 回限りのレポートまたは停止した定期レポートの編集は、再処理されません。「レポート名」、「レポート・カテゴリ」、および「コメント」のみを編集できます。より大幅な編集をする場合は、「名前を付けて保存」オプションを使用してください。 アクティブな定期レポートへの編集は、新たに実行するレポートに反映されます。ただし、過去の処理済みレポートは変更されません。 ライブ・レポートへの編集は、レポート結果が更新されるときに適用されます。ライブ・レポートの任意の設定を編集できます。
	<p>保存/変更。既存のレポートを新しいレポートのテンプレートとして使用する場合は、このアイコンをクリックします。この操作により、レポート構成画面が表示されます。レポート構成は、既存のレポートから 事前入力されますが、レポート名とレポート・カテゴリの固有の組み合わせを入力しなければなりません。その後、事前入力された設定値を編集したり展開したりできます。</p>
	<p>レポート作成者または管理権限を持つユーザーの場合、定期レポートを「停止」できます。停止操作では、処理済みレポートが削除されるわけではなく、今後の処理が中止されます。この操作は、1 回限りレポートには使用できません。</p>
	<p>このアイコンが表示される場合は、このレポートのコメントが存在します。このアイコンをクリックすると、それらが表示されます。</p>
	<p>レポート作成者または管理権限を持つユーザーの場合、レポートを共有するかどうかを選択できます。このアイコンをクリックすると、このレポートの共有状態が変更されます。他のユーザーとは共有しない (デフォルト)、すべてのユーザーと共有する、あるいは、リストから選択した 1 人以上のユーザーと共有するか、いずれかを選択できます。</p> <p>以下のように、アイコンは誰がこのレポートにアクセスできるかを示します。</p> <ul style="list-style-type: none">  他のユーザーには表示しない  すべてのユーザー  1 人以上の他のユーザー

表 10: 個別の操作 (続く)

	レポート作成者または管理権限を持つユーザーの場合、レポートを削除できます。この操作により、レポートがシステムから完全に削除され、定期レポートの場合、今後の処理はすべて中止されます。
	別のアプリケーションでこのレポートのブックマークを作成したり、既存のブックマークを削除したりします。アイコンをクリックすると開くメニュー内の、「 ブックマークの追加先 」または「 ブックマークの削除元 」でアプリケーションを選択します。

ダッシュボード

「管理」タブから「ダッシュボード」を選択すると、Digital Analytics Explore を使用して作成されたダッシュボードのリストが表示されます。

新しいダッシュボードを作成するには、「**ダッシュボードを作成**」をクリックします。

テキスト文字列を「**検索ダッシュボード名**」に入力して検索を行うと、一致する結果のみがダッシュボードのリストに表示されます。検索ボックスでは、入力されたテキスト文字列の両側にワイルドカードが付くものと見なされます。

各列見出しの横にあるドロップダウン矢印をクリックすると、以下のようなオプションが表示されます。

- 降順にソート
- 昇順にソート
- すべて展開 - すべてのカテゴリーが展開され、ダッシュボード名が表示されます。
- すべて省略 - すべてのカテゴリーが閉じられ、ダッシュボード・カテゴリーのみが表示されます。
- 列を選択 - 「作成者」、「作成日」、および「最終更新日」の各列を表示できます。

ダッシュボードは、ユーザー・カテゴリーごとにグループ化されます。名前の前にある  ボタンをクリックするとすべてのレポートが表示され、 ボタンをクリックするとそれらが隠れます。

権限がある場合、[62 ページの表 11](#) に示すタスクにアクセスし、実行できます。

表 11: 使用可能なタスク	
ダッシュボード名	ダッシュボード名。この名前をクリックして、ダッシュボードにナビゲートします。
レポートごとに次の列を構成できます。	
作成者	ダッシュボードの作成者の Digital Analytics ユーザー ID。
作成日	ダッシュボードが作成された日付。
最終更新日	ダッシュボードが最後に編集され、保存された日付。
ダッシュボードの右側には、ダッシュボード固有の操作と権限を示すボタンがあります。	
	ダッシュボードを編集します。ダッシュボード作成者または管理権限を持つユーザーの場合、ダッシュボードを編集することができます。

表 11 : 使用可能なタスク (続く)

	<p>ダッシュボード作成者または管理権限を持つユーザーの場合、ダッシュボードを共有することができます。このダッシュボードを共有する場合は、このボタンをクリックします。ポップアップが表示され、他のユーザーには表示しない (デフォルト)、すべてのユーザーに表示するのいずれかを選択するか、共有するユーザー・グループ (複数可) をリストから選択することができます。</p> <p>表示されるアイコンは、誰がこのレポートにアクセスできるかを示します。</p> <ul style="list-style-type: none"> 他のユーザーには表示しない すべてのユーザー 1人以上の他のユーザー <p>注: 共有ダッシュボードのユーザーには、ダッシュボードに含まれる各レポートを表示するため、それらすべてのレポートに対する共有アクセス権限が必要です。</p>
	<p>ダッシュボード作成者または管理権限を持つユーザーの場合、ダッシュボードを削除できます。この操作により、ダッシュボードがシステムから完全に削除され、ダッシュボード内に定期レポートがある場合、以降の処理はすべて中止されます。</p>

注釈

「注釈」では、Digital Analytics Explore 上で使用されるすべての注釈が含まれる便利なリストが表示され、それらの注釈を 1 か所で編集および削除することができます。

注釈のリストには、注釈の名前、日付範囲、作成者、および [63 ページの表 12](#) で示すように、各注釈に対して実行できる操作が表示されます。

表 12 : 使用可能な操作

	注釈を編集	このボタンをクリックすると、「フィルターを編集」ウィンドウが表示されます。
	注釈を削除	このボタンをクリックすると、このフィルターが削除されることを警告するメッセージが表示されます。「はい」をクリックして、この注釈を削除することを確認します。

フィルター

「フィルター」タブでは、Digital Analytics Explore 上で作成されたすべてのフィルターが含まれる便利なリストが表示され、フィルターを 1 か所で編集、コピー、および削除することができます。

カテゴリーを選択すると、そのカテゴリーに含まれるフィルターがリストされ、「フィルター名」、「作成者」、「作成日」、「最終更新日」、および各フィルターに対し実行できる操作のボタンが表示されます。

表 13 : 使用可能な操作

	フィルターを編集	このボタンをクリックすると、このフィルターの編集により、このフィルターを使用するすべてのレポートが影響を受けることを警告するメッセージと影響を受けるレポートのリストが表示されます。「はい」をクリックしてフィルターを編集することを確認すると、「編集」ウィンドウが表示されます。
	フィルターをコピー	このボタンをクリックすると、このフィルターの「コピー」ウィンドウが開き、新規名を付けてこのフィルターのコピーを作成することができます。その後、新しいフィルターの任意のフィルター・パラメーターを調整できます。

表 13 : 使用可能な操作 (続く)

☒	フィルターを削除	このボタンをクリックすると、このフィルターの削除により、このフィルターを使用するすべてのレポートが影響を受けることを警告するメッセージと影響を受けるレポートのリストが表示されます。「はい」をクリックして、このフィルターを削除することを確認します。
---	----------	---

セグメントの管理

Digital Analytics Explore のセグメント・ページを使用して、セグメントの作成、編集、コピー、および削除を行います。

セグメント・リストの上にあるリストからカテゴリーを選択すると、リスト内にセグメントが表示され、「セグメント名」、「作成者」、「作成日」、および「最終更新日」が表示されます。最後の列には、その項目に対して実行できる操作 (64 ページの表 14 を参照) のボタンが含まれます。

表 14 : 使用可能な操作

	セグメントを編集	このボタンをクリックすると、このセグメントの編集により、このセグメントを使用するすべてのレポートが影響を受けることを警告するメッセージとそのようなレポートのリストが表示されます。「はい」をクリックしてセグメントを編集することを確認すると、「編集」ウィンドウが表示されます。
	セグメントをコピー	このボタンをクリックすると、このセグメントの「コピー」ウィンドウが開き、新規名を付けてこのセグメントのコピーを作成することができます。その後、新しいセグメントの任意のセグメント・パラメーターを調整できます。
	セグメントを Marketing Center へコピー	IBM Marketing Center へのアクセス権限があれば、セグメントを Marketing Center で使用するように構成できます。
☒	セグメントを削除	このボタンをクリックすると、このセグメントの削除により、このセグメントを使用するすべてのレポートが影響を受けることを警告するメッセージとそのようなレポートのリストが表示されます。「はい」をクリックして、このセグメントを削除することを確認します。

このページで「新規セグメントを作成」をクリックしてセグメントを作成することもできます (クリックすると「新規セグメント」ウィンドウが開きます)。

注 : このページで IBM Tealeaf セグメントの作成、編集、またはコピーを行うことはできません。

IBM Campaign との Digital Analytics Explore セグメントの共有

Digital Analytics Explore セグメントを IBM Campaign で使用可能にすることができます。

始める前に

この手順を実行するには、IBM Campaign が有効になっており、IBM Digital Analytics Export へのアクセス権限を持っている必要があります。

このタスクについて

手順

1. 左側のナビゲーション枠で「管理」 > 「セグメント」をクリックします。
2. エクスポートしたいセグメントを表内で見つけます。
3. ブロードキャスト・アイコンをクリックして、選択したセグメントを IBM Campaign にエクスポートします。

上記の手順を行うと、焦点は IBM Digital Analytics Export に移動し、選択したセグメントは Campaign Segment フォームの中で見つけることができます。詳しくは、「IBM Digital Analytics Export ユーザーガイド」を参照してください。

計算指標

「計算指標」ページにアクセスするには、サイド・ナビゲーション枠で「管理」>「計算指標」を選択します。このページでは、Digital Analytics Explore で作成された計算指標を編集、コピー、および削除できます。

このページからは計算指標を作成できません。計算指標を作成できるのは、レポートの作成または編集時のみです。[17 ページの『計算指標』](#)を参照してください。

ページ上部のドロップダウン・リストからカテゴリーを選択します。選択したカテゴリー内の計算指標がすべてリストされます。ページには、各指標の指標名、作成者、作成日、および最終更新日がリストされます。これらの列のいずれかのヘッダーをクリックして、行を昇順または降順でソートします。

「アクション」列に、計算指標の編集、コピー、および削除のアイコンが表示されます。

表 15: 「計算指標」ページで使用可能なアクション

	計算指標の編集	計算指標は、それを作成したユーザーか管理者しか編集できません。 標準指標を式から削除することはできませんが、指標を追加することはできません。 レポートで使用中の計算指標を編集した場合、処理されていないレポートに対してのみ編集が適用されます。新規指標の式は今後のレポートに適用されます。Explore 定期レポートが、新規指標を使用するようにさかのぼって処理されることはありません。過去の日付の既存レポートでは、引き続き元の計算指標の式に基づいて値が表示されます。
	計算指標のコピー	計算指標のコピーを新しい名前で作成します。新しい計算指標の任意のパラメーターを編集できます。 標準指標を式から削除することはできませんが、指標を追加することはできません。
	計算指標の削除	計算指標は、それを作成したユーザーか管理者しか削除できません。 レポートで使用中の計算指標を削除しようとする、メッセージが表示され、その計算指標を使用するすべてのレポートがリストされます。計算指標を削除するには、事前にその計算指標を使用するレポートを削除する必要があります。

カスタム指標

サイド・ナビゲーション枠で「管理」>「カスタム指標 (Custom Metrics)」を選択して「カスタム指標 (Custom Metrics)」ページにアクセスします。このページで、カスタム指標の作成、編集、コピー、および削除を行うことができます。

カスタム指標の作成

カスタム指標を作成するには、右上隅の「新規カスタム指標を作成 (Create New Custom Metric)」をクリックします。

以下の設定を使用して、カスタム指標を定義します。

設定	説明
名前、カテゴリ、コメント	名前を入力し、カテゴリを選択します (または新しいカテゴリを作成します)。必要であれば、指標についてのコメントを入力します。
指標または属性	カスタム指標のベースとして、1つの標準指標または属性を選択します。複数の基本指標または属性を選択することはできません。
フォーマット (属性のみ)	属性データの表示のためのフォーマットを選択します。 カスタム指標のベースとして指標を選択すると、フォーマットは、基本指標に関連付けられたフォーマットに自動的に設定されます。この設定は変更できません。
計算ロジック (属性のみ)	計算ロジックのオプションは、選択した属性によって異なります。 テキスト・ベースの属性フィールドの場合、使用可能なオプションは、「カウント」と「個別カウント (Count Distinct)」です。数値属性フィールドの場合、使用可能なオプションは、「合計 (Sum)」と「平均」です。 カスタム指標のベースとして指標を選択すると、計算ロジックは、基本指標に関連付けられたロジックに自動的に設定されます。この設定は変更できません。
適用セグメントまたは適用フィルター (基本指標のみ)	基本指標にセグメントまたはフィルターを適用することによって、分析されるユーザー・データを絞り込むことができます。属性にはセグメントもフィルターも適用できません。 新しいセグメントまたはフィルターを作成することも、既存のものを使用することもできます。選択された基本指標と互換性があるセグメントまたはフィルターのみが選択できるようになっています。 カスタマイズされた名前を付けた、基本指標の別名を作成するには、この領域をブランクのままにします。

カスタム指標の管理

既存のカスタム指標を操作するには、「カスタム指標 (Custom Metrics)」ページの上部のメニューから、カテゴリを選択します。選択したカテゴリ内のカスタム指標がすべてリストされます。ページには、各指標の指標名、カテゴリ、作成者、作成日、および最終更新日がリストされます。これらの列のいずれかのヘッダーをクリックして、行を昇順または降順でソートします。

「アクション」列に、カスタム指標の編集、コピー、および削除のアイコンが表示されます。

表 16: 「カスタム指標」ページで使用可能なアクション

	カスタム指標の編集	カスタム指標は、それを作成したユーザーか管理者しか編集できません。 レポートで使用中のカスタム指標を編集した場合、処理されていない定期レポートに対してのみ編集が適用されます。Explore 定期レポートが、新規指標を使用するようにさかのぼって処理されることはありません。過去の日付の既存レポートでは、引き続き元のカスタム指標の定義に基づいて値が表示されます。
	カスタム指標のコピー	カスタム指標のコピーを新しい名前で作成します。新しいカスタム指標の任意のパラメーターを編集できます。

表 16: 「カスタム指標」 ページで使用可能なアクション (続く)

☒	カスタム指標の削除	カスタム指標は、それを作成したユーザーか管理者しか削除できません。 レポートで使用中のカスタム指標を削除しようとする、メッセージが表示され、そのカスタム指標を使用するすべてのレポートがリストされます。カスタム指標を削除するには、事前にそのカスタム指標を使用するレポートを停止して削除する必要があります。
---	-----------	--

関連概念

カスタム指標

カスタム指標は、標準指標または属性フィールドに基づくユーザー定義の指標です。セグメント指標、フィルター指標、および属性指標の3つのタイプのカスタム指標を定義できます。さらに、カスタム指標機能を使用して、カスタマイズされた名前を付けた、標準指標の別名を作成できます。

17 ページの『カスタム指標』

カスタム指標は、標準指標または属性フィールドに基づくユーザー定義の指標です。セグメント指標、フィルター指標、および属性指標の3つのタイプのカスタム指標を定義できます。さらに、カスタム指標機能を使用して、カスタマイズされた名前を付けた、標準指標の別名を作成できます。

64 ページの『セグメントの管理』

Digital Analytics Explore のセグメント・ページを使用して、セグメントの作成、編集、コピー、および削除を行います。

63 ページの『フィルター』

「フィルター」タブでは、Digital Analytics Explore 上で作成されたすべてのフィルターが含まれる便利なリストが表示され、フィルターを1カ所で編集、コピー、および削除することができます。

カスタム指標および計算指標のブロードキャスト

IBM Digital Analytics Multisite がある場合は、社内のあるサイトで作成されたカスタム指標または計算指標を社内の他のサイトにコピーできます。また、指標をサイトからグローバル ID に、またはグローバル ID から他のサイトにコピーすることもできます。

このタスクについて

指標のコピー先のサイトを選択できます。しかし、指標が属性に基づいている場合、属性はコピー先のサイトで使用可能であることが必要であり、また両方のサイトで同じフィールドに割り当てられていることが必要です。

ブロードキャストする指標と同じ名前の指標がサイトにある場合、ブロードキャストする指標を名前変更するか、またはサイトの指標を上書きするか、そのいずれかを促すプロンプトが出されます。

手順

1. 「管理」 > 「カスタム指標」または「管理」 > 「計算指標」を選択します。
2. 他のサイトにコピーする指標の横にある「ブロードキャスト」アイコン (📡) をクリックします。
3. 指標を1つ以上のサイトにコピーするには、各サイトのクライアント ID の横にあるチェック・ボックスを選択します。指標を全サイトにコピーするには、ヘッダー行のチェック・ボックスを選択します。
4. 「パブリッシュ」をクリックします。

レポートの割り当て

このページでは、管理者が組織のニーズに従い、その月に残っている未使用のレポートをクライアント ID 内のユーザー・グループに割り当てることができます。使用可能なレポートのすべて (100%) を割り当てる必要はありません。

購入した Digital Analytics Explore パッケージに応じて、企業には x 件の完全データ・セット・レポートと y 件の抽出レポートが割り当てられます。(ライセンス交付を受けた Lifecycle ユーザーには、z 件の Lifecycle レポートが割り当てられます。)

管理者は、Digital Analytics 管理アプリケーションを使用して、契約されたレポートをクライアント ID に割り振ります。

レポート・クレジットの使用

割り当てや消費の観点からいうと、レポートは、一意的に名前が付けられたレポートに対しサブミットされるレポート要求と定義されます。すなわち、ビルダー内で「サブミット」をクリックすると、レポート割り当てを消費することになります。既存レポートの編集は、新規レポートとしてはカウントされません。詳しくは、60 ページの『レポート』を参照してください。また、定期レポート (すなわち、日次、週次、または月次のレポート) は、その月の中ではあくまで 1 件のレポートとしてカウントされ、停止されなければ、翌月改めてカウントされます。

以下に、よくある質問の一部を記載します。

新しい月が始まると、レポート・クレジットはすべて元にもどりますか？

1 回限りのレポートまたは停止した定期レポートで前の月に使用したレポート・クレジットは、割り当てに返されて次の月に使用できます。継続している定期レポートは、停止されるまで、実行される月ごとにカウントされます。

ユーザー・グループに残されたレポート・クレジットの数を知るにはどうしたらいいですか？

この情報は、「作成」画面または「管理」画面の先頭で確認できます。

クレジットを増やすにはどうしたらいいですか？

管理者に連絡を取って、ユーザー・グループに提供されるクレジットを増やせるかどうかを確認してください。増やせない場合には、より大きなパッケージの購入について Digital Analytics の営業担当員にお問い合わせください。

属性 (Attributes)

タグによって渡されるインポート属性とオプション属性をレポートで使用できるようにするには、その前にこれらの属性に別名を定義する必要があります。「管理」>「属性」ページには、管理コンソールのページへのリンクが含まれており、このページで属性の別名とデータ・タイプを指定できます。

属性、収集オプション、およびサンプル・ユース・ケースの詳細については、『属性』を参照してください。

E メール

「管理」タブから「E メール」を選択すると、Digital Analytics Explore を使用して作成された繰り返し Eメールのリストが表示されます。

テキスト文字列を「検索」に入力して検索を行うと、一致する結果のみがテーブルに表示されます。「レポート名」、「作成者」、または「受信者の E メール・アドレス」の各フィールドを検索対象にできます。検索ボックスでは、入力されたテキスト文字列の両側にワイルドカードが付くものと見なされます。

各列見出しの横にあるドロップダウン矢印をクリックすると、以下のようなオプションが表示されます。

- 降順にソート
- 昇順にソート
- すべて展開 - すべてのカテゴリーが展開され、レポート名が表示されます。
- すべて省略 - すべてのカテゴリーが閉じられ、レポート・カテゴリーのみが表示されます。
- 列を選択 - 「作成者」、「E メール送信」、「作成日」、「最終更新日」、「次を含む」、「行」、および「添付ファイル」の各列を表示できます。

Eメールはレポート名ごとにリストされ、ユーザー・カテゴリごとにグループ化されます。名前の前にある  ボタンをクリックするとすべてのレポートが表示され、 ボタンをクリックするとそれらが隠れます。

適切な権限がある場合、[69 ページの表 17](#) に示すタスクにアクセスし、実行できます。

レポート名	繰り返し E メール配布用にスケジュールされているレポートの名前。
作成者	繰り返し Eメールの作成者のユーザー ID。
Eメール送信	スケジュールされている Eメール配信の頻度。
次を含む	各 Eメール配布に含める期間数。
行	レポートのすべての行を配布するか、または選択した行のみを配布するか。
添付ファイル	配信する添付ファイルのタイプ。
作成日	Eメールが最初にスケジュールされた日付。
最終更新日	Eメールが最後に編集され、保存された日付。
「Eメール・アクション」列の下には Eメール固有の操作と権限を示すアイコンが表示されます。	
	繰り返し Eメールを編集します。Eメール作成者または管理者権限を持つユーザーの場合、Eメールを編集できます。
	Eメール作成者または管理者権限を持つユーザーの場合、繰り返し Eメールを停止  したり、再開  したりできます。
	Eメール作成者または管理者権限を持つユーザーの場合、繰り返し Eメールを停止できます。この操作はレポートを削除するわけではありません。Eメール削除後に Eメールのスケジュールを変更する場合は、レポートに再度アクセスし、Eメール・アイコンをクリックして Eメールを再度保存する必要があります。

レポート・クレジットのモニター

「レポート・クレジットの使用」ページを使用して、選択した月について Digital Analytics Explore でのレポート・クレジットの使用をモニターします。このページには、各レポートの完全クレジット、抽出クレジット、およびライフサイクル・クレジットがリストされます。先頭および最後の行には、現在表示されているレポートのクレジットの使用合計が表示されます。

このタスクについて

デフォルトでは、現在の月が表示されます。別の月を表示するには、「月」ドロップダウン・リストを使用します。

「レポート名」、「レポート・カテゴリ」、「ユーザー・グループ」、「作成者」、「状況」、または「頻度」列で、リストをフィルタリングできます。「検索」ドロップダウン・リストから列を選択してフィルタリングし、テキスト・ボックスにフィルター・テキストを入力します。フィルター条件と一致するレポートがページにリストされます。すべてのレポートを再度表示するには、テキスト・ボックスをクリアします。

モジュール

IBM Digital Analytics Explore では、レポートで使われる追加データへのアクセスを提供するモジュールを使用できます。

登録モジュール

登録モジュールでは、登録タグを使用して収集された、登録済みの訪問者に関する情報を分析することができます。

登録モジュールが使用可能になっている場合、レポート、フィルタリング、およびセグメント化に次のフィールドを使用できます。

- 訪問者 ID
- 登録 ID
- Eメール・アドレス (IBM LIVEmail でのクライアント ID に限り使用可能)
- 年齢
- 性別
- 登録されている市区町村
- 登録されている都道府県
- 登録されている国
- 登録されている郵便番号
- 所得水準
- 学歴
- 登録者
- 新規/リピート購入者 (旅行バーティカルの場合は、新規/リピート予約者)
- 50 個の追加登録フィールド

登録モジュールを使用すれば、登録タグで受け渡せる 50 個に加えて、訪問者登録フィールド・インポート・ファイルも使用して、登録属性を最大で 50 個までインポートできます。さらに、データ拡張モジュールを使用すると、タグ付けまたはインポートされた任意の登録フィールドに関連するデータをインポートすることもできます。

注: お客様の組織に、考えられるすべての登録フィールドを取り込むことができるとは限りません。クロス訪問セグメンテーションには、登録フィールドは使用できません。

登録ロジック

訪問者が訪問の際に登録 ID を入力しない場合、Digital Analytics は、最も可能性の高い登録 ID に Cookie をマップするロジックを使用します。1 つの Cookie が複数の登録 ID に関連付けられている場合 (例えば、夫婦で 1 台のコンピューターを共有しているが、登録 ID が別の場合) は、コードによって、時間的に当該の訪問の直近に入力された登録 ID により大きな重みが付けられます。

時間のロジック

登録フィールドの値が時間の経過とともに変更される場合、Digital Analytics は、レポートに示された期間の中で最新の値を使用します。例えば、ある訪問者が 1 月に子供の数を 1 人と回答し、また、同じ訪問者が 2 月には 2 人と回答したとします。1 月のデータのレポートを 4 月に実行した場合、その訪問者は、子供 1 名の訪問者と同じグループになります。2 月 (または 2 月以降の任意の月) のデータのレポートを 4 月に実行した場合、その訪問者は、子供 2 名の訪問者と同じグループになります。

IBM Digital Analytics と異なるロジック

Digital Analytics Explore の登録ロジックは Digital Analytics のロジックとは異なります。Digital Analytics では、(最適な ID を推測するのではなく) 関連付けられたすべての登録 ID に Cookie がマップされます。結果として、Digital Analytics では、2 名で 1 台のコンピューターを共有するが登録 ID は別である場合に、訪問者が男性と女性の両方であると見なされる可能性があります。さらに、時間の経過とともに値が変更

される場合、Digital Analytics は古い値を新しい値で置換します。ある訪問者について、1月には子供1名、2月には子供2名と登録されている場合に Digital Analytics で1月のデータのレポートを4月に実行すると、その訪問者は、子供2名の訪問者と同じグループになります。

インプレッション帰因モジュール

インプレッション帰因モジュールでは、マーケティング帰因に関連するキー指標を理解し、訪問者のサイト内の行動を訪問者が表示したキャンペーンと関連付けることができます。この結果、下流のコンバージョンに影響を与えるマーケティング・インプレッションと、それによって調査すべきブランド化アクティビティを把握できます。

マーケティング・インプレッションには以下のものが含まれます。

- 表示広告
- ウィジェット・ビュー
- シンジケートされたビデオ
- マイクロサイト
- サイト内プロモーション

インプレッション帰因指標

インプレッション帰因モジュールでは以下の指標が使用できます。

表 18: 指標	
指標名	説明
インプレッション数	マーケティング・インプレッションが表示された回数
インプレッション CTR	マーケティング・インプレッション数をマーケティング・プログラムのクリック数で割ったもの。
ユニーク・インプレッション表示者	マーケティング・インプレッションを表示したユニーク訪問者数 (Cookie 値により判別されます)。
ユニーク・インプレッション訪問者毎のインプレッション	インプレッション数をユニーク・インプレッション表示者数で割ったもの。
ユニーク訪問者毎のインプレッション数	インプレッション数をユニーク訪問者数で割ったもの。
イベント (IMP{{ウィンドウ}}{ロジック})	指定した帰因ウィンドウ内でマーケティング・インプレッションを表示した訪問者に帰因する完了コンバージョン・イベント数。
イベント・ポイント (IMP{{ウィンドウ}}ロジック)	指定した帰因ウィンドウ内でマーケティング・インプレッションを表示した訪問者に帰因するイベント・ポイント数。
売上 (IMP{{ウィンドウ}}ロジック) * 旅行パーティカルでは、収入 (IMP{{ウィンドウ}}ロジック)	指定した帰因ウィンドウ内でマーケティング・インプレッションを表示した訪問者に帰因する売上額。
注文数 (IMP{{ウィンドウ}}ロジック) * 旅行パーティカルでは、予約数 (IMP{{ウィンドウ}}ロジック) * 金融サービス・パーティカルでは、アプリケーション数 (IMP{{ウィンドウ}}ロジック)	指定した帰因ウィンドウ内でマーケティング・インプレッションを表示した訪問者に帰因する注文数。

表 18: 指標 (続く)

指標名	説明
ページ・ビュー (IMP{ウィンドウ}ロジック)	指定した帰因ウィンドウ内でマーケティング・インプレッションを表示した訪問者に帰因するページ・ビュー数。
訪問回数 (IMP{ウィンドウ}ロジック)	指定した帰因ウィンドウ内でマーケティング・インプレッションを表示した訪問者に帰因する訪問回数。
インプレッション数 (IMP{ウィンドウ}すべて)	帰因ウィンドウ中に、レポート日付範囲内でサイトを訪問した訪問者が表示したマーケティング・インプレッションの総数。

帰因ウィンドウ (1日から93日までの期間) およびロジック (平均、最初、最後など) は、モジュールの実装時に管理者によって定義されます。

指標「売上 (IMP|30|平均)」は、レポート期間の売上が、30日前に訪問者に表示された各インプレッションに対して均等にクレジットされることを意味します。

インプレッション帰因の有効化

インプレッション帰因は、コンバージョンにつながるインプレッションを分析するために使用します。

このタスクについて

以下のステップでは、インプレッション帰因を有効にするためのワークフローの概要を示します。

手順

1. マーケティング・インプレッション・タグを使用してコンテンツをタグ付けします。最初にタグ・ライブラリーの更新が必要な場合があります。

マーケティング・インプレッション・タグの使い方の詳細については、*IBM Digital Analytics* インプリメンテーション・ガイドを参照してください。

訪問者に対してこのタグ付きのコンテンツが表示されると、*Digital Analytics* は訪問者ごとにインプレッションの履歴を保管します。

ある訪問者が (任意の手段を介して) サイトにアクセスすると、*Digital Analytics* は、サイト上での訪問者のアクティビティーを追跡するために使われる Cookie 値に、その訪問者のインプレッション履歴を関連付けます。

2. インプレッション帰因指標を使用するレポートを作成します。これらの指標は、「マーケティング・プログラム」フィールド、そのフィールドから派生するもの (ベンダー、カテゴリー、アイテム、プレーズメントなど)、またはそのフィールドの属性を基にしたレポートに使用できます。

タスクの結果

注: インプレッションは訪問の一部ではないため、インプレッション指標を使用したレポートにセグメンテーションを適用することはできません。インプレッション指標にセグメンテーションを割り当てることは可能です (例えば、売上 (IMP|90|平均))。

注: データ拡張属性を表示列として使用するレポートでインプレッション指標を使用することはできません。

マルチチャネル・モジュール

マルチチャネル・モジュールでは、サイトのタグ付けを実装することによって収集されたデータと、登録済みの訪問者およびオフライン・トランザクションに関するインポートされた情報を併せて分析することができます。

これらの情報のインポートは、IBM Digital Analytics Import の訪問者登録インポートとマルチチャネル・インポートの構成を使用して行われます。インポートできるフィールド、およびインポートの構成方法について詳しくは、「*IBM Digital Analytics Import* ユーザー・ガイド」を参照してください。

マルチチャネル・モジュールを使用するには

マルチチャネル・モジュールは、3つのインポート・ファイル（訪問者登録、マルチチャネル購入、およびマルチチャネル注文）に関連付けられます。使用するインポート・ファイルごとに1回ずつ、以下の処理を行います。

手順

1. IBM Digital Analytics Import でインポート構成を設定します。
2. インポート構成用のテンプレートをダウンロードします。
3. テンプレートを基にして、インポート対象のデータを含むファイルを作成します。
4. Import でデータをインポートします。
5. IBM Digital Analytics Admin で、データをインポートした属性ごとに別名を定義します。
6. レポートの作成時にデータ拡張属性を使用します。

使用できるデータ拡張属性は、インポートするデータに応じて異なります。

データ拡張属性を使用したレポートには、指標フィルターもインプレッション帰因指標も含めることはできません。登録ベースのデータ拡張インポートの表示列を使用したレポートでクロス訪問セグメンテーションを使用することはできません。

マルチチャネル指標

マルチチャネル・モジュールには、レポートの作成時に使用できる新規指標があります。これらの新規指標は、既に使用可能なオンライン指標と同等のオフラインまたはマルチチャネル（オフラインおよびオンライン）指標です。

マルチチャネル・モジュールをデプロイすると、タグを介して送信されるデータについてレポートする指標には「オンライン:」といったプレフィックスが組み込まれるため、オンライン・アクティビティーに適用される指標、オフライン・アクティビティーに適用される指標、マルチチャネル（オンラインとオフライン）アクティビティーに適用される指標が明確になります。

注:

- 1つ以上のオフライン指標またはマルチチャネル指標を使用したレポートには、関係ズーム・オプションは使用できません。関係ズームは実質的に同一訪問セグメントであり、同一訪問セグメントはオフライン・データには適用されません。
- セグメント比較レポートでは、レポートにマルチチャネルの顧客セグメントのみが組み込まれている場合に限りオフライン指標とマルチチャネル指標を使用できます。

小売バーティカルとコンテンツ・コマース・バーティカル

- マルチチャネル: 注文金額の平均
- マルチチャネル: 平均送料 + 手数料
- マルチチャネル: 売上原価 (COGS)
- マルチチャネル: アイテム数/注文
- マルチチャネル: 注文アイテム数
- マルチチャネル: マージン
- マルチチャネル: 注文数
- マルチチャネル: アイテム売上

- マルチチャネル: 合計送料 + 手数料
- オフライン: 注文金額の平均
- オフライン: 平均送料 + 手数料
- オフライン: 売上原価 (COGS)
- オフライン: アイテム数/注文
- オフライン: 注文アイテム数
- オフライン: マージン
- オフライン: 注文数
- オフライン: アイテム売上
- オフライン: 合計送料 + 手数料
- オフライン売上/マルチチャネル売上
- オンライン売上/マルチチャネル売上
- オフライン注文数/マルチチャネル注文数
- オンライン注文数/マルチチャネル注文数
- オフライン・アイテム売上数/マルチチャネル・アイテム売上数
- オンライン・アイテム売上数/マルチチャネル・アイテム売上数
- マルチチャネル購入者数
- オフライン購入者数/マルチチャネル購入者数
- オンライン購入者数/マルチチャネル購入者数

金融サービス・パーティカル

- マルチチャネル: 完了アプリケーション数
- オフライン: 完了アプリケーション数
- オンライン完了アプリケーション数/マルチチャネル完了アプリケーション数
- オフライン完了アプリケーション数/マルチチャネル完了アプリケーション数

旅行サービス・パーティカル

- マルチチャネル: 平均予約金額
- マルチチャネル: 予約数
- マルチチャネル: 売上原価 (COGS)
- マルチチャネル: アイテム数/予約
- マルチチャネル: 予約アイテム数
- マルチチャネル: マージン
- マルチチャネル: 収入
- オフライン: 平均予約金額
- オフライン: 予約数
- オフライン: 売上原価 (COGS)
- オフライン: アイテム数/予約
- オフライン: 予約アイテム数
- オフライン: マージン
- オフライン: 収入
- オフライン予約/マルチチャネル予約
- オンライン予約/マルチチャネル予約
- オフライン予約アイテム数/マルチチャネル予約アイテム数

- オンライン予約アイテム数/マルチチャネル予約アイテム数
- オフライン収入/マルチチャネル収入
- オンライン収入/マルチチャネル収入

データ拡張モジュール

データ拡張モジュールでは、他のソースからのデータを訪問者のオンライン動作を分析するレポートに追加することができます。

特定のデータ・タグ・タイプ、または選択リストのデータ・オブジェクトのいずれかに関連付けられた属性フィールドを最大 50 個までインポートできます。ページ・タグを介して渡すことができる 50 個の属性フィールドに加えて、50 個の属性があります。

データ拡張モジュールを通じてインポートされたデータは、アップロードされた値の大/小文字に関係なく、大文字でレポートされます。「Smith」をアップロードした場合、レポートには「SMITH」と表示されます。

データ拡張モジュールを使用するには

データ拡張をレポートに取り込むには、以下のようになります。

手順

1. IBM Digital Analytics Import でデータ拡張インポート構成を設定します。
2. インポート構成用のテンプレートをダウンロードします。
3. テンプレートを基にして、インポート対象のデータを含むファイルを作成します。
4. Import でデータをインポートします。
5. IBM Digital Analytics Admin で、データをインポートした属性ごとに別名を定義します。
6. レポートの作成時にデータ拡張属性を使用します。

使用できるデータ拡張属性は、インポートするデータに応じて異なります。

データ拡張属性を使用したレポートには、指標フィルターもインプレッション帰因指標も含めることはできません。登録ベースのデータ拡張インポートの表示列を使用したレポートでクロス訪問セグメンテーションを使用することはできません。

トラブルシューティング

Digital Analytics Explore における問題のトラブルシューティングには、以下のトピックを使用してください。

よくある質問

問題のトラブルシューティングに役立つよくあるご質問と回答の一部を示します。

[75 ページの『タグ付け』](#) [75 ページの『タグ付け』](#) [76 ページの『フィルターおよびセグメント』](#) [77 ページの『モバイル』](#) [77 ページの『その他』](#)

タグ付け

Q: カスタム・タグのデータは Digital Analytics Explore に表示されますか。

A: いいえ、カスタム・タグのデータは Digital Analytics Explore に表示されません。

Q: 属性の収集を開始すると、サーバー・コール (毎月のサービス料の算出元となる指標) が増えますか。

A: いいえ、既存のタグの属性が収集されるため、サーバー・コールの計算には影響しません。

Q: 追加フィールドと属性フィールドは同じものですか。

A: いいえ、これらは同じ方法で Digital Analytics に渡されますが、追加フィールド、属性フィールド、その他のフィールドのどれに値が入るかをタグ・ライブラリーが判断します。

Q: データを追加フィールドに渡しているときに、属性フィールドで利用できる Digital Analytics Explore の機能を使用する場合は、どうすればよいですか。

A: 同じ値を属性フィールドにも渡す必要があります。ほとんどの場合、Digital Analytics はタグ・ライブラリーを更新して、この要求に自動的に応えることができます。

Q: 単一のタグ・タイプで 15 を超える属性を収集できますか。

A: 現在の制限は、1つのタグ・タイプにつき 50 フィールドです。さらに、任意のフィールドを複数の値で多重定義することもできます。例えば、作成者と言語の両方を収集してページ・ビュー属性フィールド 1 に入れる必要がある場合は、Author=Smith|Language=German を渡すことができます。次に、このフィールドに Author+Language と別名を設定できます。複数の値を収集する必要がある場合も同様です。例えば、プロダクト・ページに 3 色があり、"Blue|Green|Yellow" を渡して、フィールドに「Color」という別名を設定する場合があります。

注: 渡すものはすべて、レポートに表示されるものです。ただし、フィルター (Language=German など) を使用して、具体的な対象についてレポートすることができます。

Q: IBM Digital Analytics Export Builder または IBM LIVEmail を使用して属性データをエクスポートできますか。

A: 現在、属性データは、Digital Analytics Explore でしか選択できません。この機能が必要な場合は、「フィードバック」をクリックして、お問い合わせください。

指標

Q: Digital Analytics Explore ではマーケティング帰因指標を選択できますか。

A: 現在はできませんが、Digital Analytics Explore でマーケティング帰因指標をサポートする予定です。この機能が必要な場合は、「フィードバック」をクリックして、お問い合わせください。

フィルターおよびセグメント

Q: セグメントの数の制限はありますか。

A: いいえ、セグメントは、各レポートに適用できます。また、セグメント比較レポートの場合は、1つのレポートで最大 10 個のセグメントを分析できます。

Q: フィルターまたはセグメントの作成時に使用できるフィルター条件またはセグメント条件の数の制限はありますか。

A: いいえ、制限はありません。

Q: フィルター条件およびセグメント条件はどのようにして結合できますか。

A: ユーザーは、同じフィールド・タイプの条件の間に [and] または [or] のロジックを適用できます (例えば、コンテンツ・カテゴリーがスポーツである [or] コンテンツ・カテゴリーがビジネスである、またはプロダクト名にラップトップを含む [and] プロダクト名に T61 を含む)。異なるフィールド・タイプの間の結合演算子は、[and] です (例えば、ブラウザーに IE を含む [and] オペレーティング・システムに Win を含む)。

Q: 現在のキー・セグメントを Digital Analytics Explore に転送できますか。

A: いいえ。ただし、ほとんどの場合、(登録タグの条件は選択できません) 同じセグメントを再作成し、より多くを分析できます。また、属性を使用して、セグメントをさらに拡大できます。

Q. レポートを作成し、フィルター条件を入力していますが、正しい構文がよくわかりません (IE_7 と Internet Explorer のどちらを入力するかなど)。

A. フィルター定義画面およびセグメント定義画面には、「サンプル・レコード」というリンクがあります。このダイアログは、それぞれのデータ・フィールド・タイプのサンプル構文の理解に役立ちます。

Q. 1 文字のワイルドカードを含む条件を入力したい。どのようにすればよいですか。

A. WILDCARD 演算子を使用し、シングル・スペースを表す ? を入力します。例えば、サイトのホーム・ページのリファラー URL のすべての種類 (xyz.com/us、xyz.com/ca、xyz.com/zn など) をフィルターに掛けて、ホーム・ページのみをレポートする (つまり、xyz.com/us/abc.html を除外する) には、WILDCARD *xyz.com/?? という基準のフィルターを入力します。これは、xyz.com の後に / と 2 文字が続くリファラーをレポートします。WILDCARD フィルターで実際に ? を指定したい場合は、エスケープ ¥? を使用します (WILDCARD *support*¥?abc=* など)。

Q: ヌル値に基づいてフィルターに掛けるまたはセグメント化するには、どのようにすればよいですか。

A: レポートからヌル値を削除するには、WILDCARD フィルターに、?*を入力してみてください。レポートのヌルのみのフィールドの構文は、次に示すように、NOT WILDCARD ?*となります。

モバイル

Q: すべてのモバイル・デバイスのアクセスが記録されますか。

A: いいえ。多くのモバイル・デバイスは、JavaScript をサポートしません。デバイスが JavaScript をサポートしない場合は、標準の Digital Analytics タグを実行できません。さらに、すべてのモバイル・デバイスが Cookie をサポートするわけではありません。デバイスが Cookie をサポートしない場合、トラフィックは匿名とみなされて、レポートされません。モバイル・サイトまたはモバイル・アプリケーションを構築している場合は、直接イメージ要求 ("no-script タグ") の使用および Cookie の操作の詳細については、<http://support.coremetrics.com> の『モバイルの実装 (Mobile Implementation)』を参照してください。

Q: モバイル・デバイス情報は、どのようにすればわかりますか。

A: ユーザー・エージェント文字列 (ブラウザおよびオペレーティング・システム情報を含むデータ・セット) は、使用されているモバイル・デバイスに関する情報 (APPLE IPHONE など) を提供します。このため、Digital Analytics は、何千ものモバイル・デバイスの大きなマッピング・ファイルを維持しています。既存のモバイル・デバイスのマッピングに一致しないユーザー・エージェント文字列 (コンピューターを使用する訪問者を含む) は、非モバイル・デバイスとしてリストされます。

Q: モバイル・ネットワーク情報は、どのようにすればわかりますか。

A: Digital Analytics ジオ・ロケーション情報プロバイダーの Quova が Digital Analytics にモバイル・ネットワーク・マッピングの IP アドレスを提供します。このため、Digital Analytics はサイトにアクセスする IP アドレスを調べ、モバイル・ネットワーク (T-Mobile USA など) を特定します。モバイル・ネットワークにない IP アドレスは、"非モバイル・ネットワーク" としてリストされます。

その他

Q: レポートの処理はどのくらい時間がかかりますか。

A: Digital Analytics は、毎日、レポート・タイム・ゾーンの午前 8 時までにすべてのスケジュール済みレポートを配信するように努めています。日次レポートは、優先順位が最も高く、次に 1 回限りのレポート、週次レポート、月次レポートが続きます。1 回限りのレポートはわずか 5 分で完了することもあります。期間が長い、データ・セットが大きい、フィルターが多い、ユニーク指標 (ユニーク訪問者、ユニーク購入者など) が選択されている、などのレポートの特性により、レポートの実行時間が長くなることがあります。

Q: 地理データはどこから取得されますか。一部のデータに "AOL" というラベルが付いているのはなぜですか。

A: Digital Analytics は、サード・パーティーのジオ・ターゲティング企業と協力関係があります。この企業は、国、都道府県、都市、DMA、セカンド・レベル・ドメインなど、IP アドレス範囲のキー・データ・フィールドへのマッピングを提供します。すべての AOL トラフィックは、特定の場所のプロキシ・サーバーを経由します。US トラフィックの AOL トラフィックは、バージニアを経由します。このため、バージニアからのトラフィックが大量にあるかのように数値が歪んでしまうのを回避するため、"AOL" とだけラベルを付けています。

Q: 複数のレポートを同時に開くことができますか。

A: はい、同じブラウザ内の新しいタブで Digital Analytics Explore の別のインスタンスを起動できます。

Q: グラフを含むレポートをデジタル配布する方法はありますか。

A: グラフとデータをキャプチャーして電子配布する最良の方法は、スクリーン・ショットを取り、必要な領域を切り取って、それを E メール、PowerPoint、または他のファイルに貼り付けることです。Digital Analytics Explore の将来のオプションとして PDF の追加を検討しています。PDF のサポートが必要な場合は、「フィードバック」をクリックして、お問い合わせください。

- Q: 作成したレポートへのユーザー・アクセスは制限できますが、ビルダーのコンポーネントへのアクセスを制限できますか。**
- A: 現時点ではできません。これが必要な場合は、「フィードバック」をクリックして、どのように作業に必要であるかを明示してください。
- Q: これまでに使用された抽出レポートおよび全レポートの数は、どのようにすればわかりますか。**
- A: 使用されたレポートの数は、ビルド画面および管理画面の上部で確認できます。グループごとの割り当てを確認するには、[レポートの割り当て](#)を使用します。
- Q: 割り当てまたは使用の観点からレポートをどのように定義しますか。**
- A: 割り当てまたは使用の観点からのレポートの定義は、固有の名前が付けられたレポートの実行要求です。ビルダーの「サブミット」をクリックすると、要求が構成されます。ただし、レポートの編集は、新しいレポートとみなされません。また、定期レポート (日次レポート、週次レポート、または月次レポートなど) は、その月で1つのレポートとみなされますが、停止しない場合は、次の月もカウントされます。
- Q: 新しい月が始まると、すべてのレポート・クレジットが戻りますか。**
- 1 回限りのレポートまたは停止した定期レポートで前の月に使用したレポート・クレジットは、割り当てに返されて次の月に使用できます。以降も実行する定期レポートは、停止されるまで実行される各月でカウントされます。
- Q: レポートの制限に達したら、どうなりますか。**
- A: ユーザー・インターフェースにより、その月の他のレポートが処理できなくなります。
- Q: Digital Analytics Explore でネスト・レポートを作成できますか。例えば、自然検索レポートのように、1つの参照元ドメインのすべてのインスタンスを集約し、次にこのドメインの下に個々の参照元 URL をネストすることはできますか。**
- A: はい。カスタム・グループおよび階層のレポート・タイプでそれぞれネスト・レポートが作成されます。カスタム・グループ・レポートでは、定義されたグループの下に表示列の値がネストされます。階層レポートでは、1次表示列の値の下に2次表示列の値がネストされます。
- Q: 既存のレポートに基づいて新しいレポートを作成できますか。**
- A: はい、「名前を付けて保存」オプションを使用して可能です。「管理」をクリックしてから、ディスク・ボタンをクリックすると、同じ構成を使用する同じレポートを別の名前で作成できます。このファイルを使用して、既に入力されている設定を編集することができます。
- Q: 既存の1回限りのレポートまたは停止された定期レポートでは、名前、カテゴリー、およびコメント以外のフィールドをなぜ編集できないのですか。**
- A: 1 回限りのレポートまたは停止した定期レポートの編集は、再処理されません。再処理できしまうと、ユーザーは、1 回限りのレポートの編集をし続けることができなくなるため、レポート・クレジットを使用しなくなってしまうためです。レポートをテンプレート (つまり、開始点) として使用して他のレポートを作成する場合は、「名前を付けて保存」オプションを使用してください。
- Q: 1 回限りのレポートでは、トレンドを使用できますか。**
- A: いいえ。1 回限りのレポートは、日付 x と y の間の期間の単一のレポートであるため、トレンドをサポートしません。定期レポートを実行する場合は、トレンドを作成したり、過去の開始日を選択してトレンドを事前設定したりすることができます。
- Q: 抽出データ・レポートを完全データ・レポートに変更したり、日付範囲を変更することはできますか。**
- A: 抽出レポートから完全データ・レポートに変更するには、「名前を付けて保存」機能を使用し、「フルデータ・セット」を選択し、レポートに新しい名前を付けます。定期レポートを実行する場合は、日付範囲を切り替えてトレンド・ビューを表示するオプションがあります。
- Q: 少し前にレポートをサブミットしましたが、レポートがまだ返ってこない (グレー表示のまま) のはなぜですか。**
- A: まず、上部のツールバーまたはブラウザーにある「更新」をクリックしてください。レポートがまだ「グレー」である場合は、レポートの日付範囲をチェックしてください。終了日が昨日より新しい1 回限りのレポートは、その日付まで処理されません。開始日が昨日より新しい定期レポートは、その日付まで処理されません。

データの正確性

データの正確性が原因で発生する、不正確なレポートの一般的な原因の一部を示します。

データを正確に収集し、データの一貫性の条件を理解していると仮定した場合は、次の理由により、レポートの数値が期待どおりにならないことがあります。

- 完全データ・セットではなく、サンプル・データに対して実行を選択した
- フィルターが適用されている (フィルターの選択が目的に適したものであるかを確認してください)
- セグメントが適用されている (セグメントの選択が目的に適したものであるかを確認してください)
- 表示列の固有の組み合わせ (複数についてのレポートの場合)

データ収集

Digital Analytics Explore のデータの品質は、クライアントが Digital Analytics タグをどの程度効果的に適用しているかに依存します。

79 ページの表 19 に、すべてのクライアントがデータを収集しているとは限らない共通データ・フィールドに対応する、タグ付けソースをリストします。

表 19: ソース別のタグ

	マーケティング
データ・フィールド	データ収集ソース
マーケティング・プログラム、マーケティング・ベンダー、マーケティング・カテゴリー、マーケティング・プレースメント、マーケティング・アイテム	MMC パラメーター (cm_mmc=)
	マーチャндаイジング/プロダクト
データ・フィールド	データ収集ソース
プロダクト・カテゴリー	プロダクト・ビュー・タグまたはカテゴリー定義ファイル (CDF) のカテゴリー変数
	テクニカル・プロパティ
データ・フィールド	データ収集ソース
ブラウザ・タイプ、オペレーティング・システム、言語、タイム・ゾーン、画面解像度、カラー深度、JavaScript バージョン	テクニカル・プロパティ・タグ
	コンテンツ
データ・フィールド	データ収集ソース
コンテンツ・カテゴリー	ページ・ビュー・タグまたはカテゴリー定義ファイル (CDF) のカテゴリー変数
サイト内検索用語	ページ・ビュー・タグのサイト内検索変数
イベント・カテゴリー、イベント名	コンバージョン・イベント・タグ
エレメント・カテゴリー、エレメント名	エレメント・タグ
リアル・エステート - フル、ページ、バージョン、ページング域、リンク	リアル・エステート・パラメーター (cm_re=)
サイト・プロモーション - フル、タイプ、プロモーション、リンク、ページ名	サイト・プロモーション・パラメーター (cm_sp=)

さらに、すべての属性データ・フィールドは、クライアントがタグ内の属性フィールドに関連値を渡しているかどうかによって依存します (81 ページの『タグを使用した属性の収集』を参照)。

データの一貫性

データが矛盾しているように見える一般的な理由の一部を示します。

同じようなレポートに見えますが、Digital Analytics Explore に表示される数値が IBM Digital Analytics の数値と一致しないことがあるのは、次の理由によります。

- 完全データ・セットではなく、サンプル・データに対して実行を選択した
- 一部の注文 ID またはトランザクション ID を繰り返した。Digital Analytics では、重複する ID は廃棄されます (不正なレコードと見なされる)。Digital Analytics Explore では、過去 48 時間以内で同じ注文 ID が検出された場合、重複する注文 ID は廃棄されます。
- 匿名トップ・ライン指標と比較している。Digital Analytics Explore は、匿名データ (Cookie がないデータ) をレポートしません。
- 不明な値を検出した。地理およびテクニカル・プロパティのレポートでは、不明な値がよく検出されません。地理の場合は、ある IP アドレスの既知のマッピングがないことがあります。また、マッピングは存在するが、信頼性が非常に低い場合もあります。両方の場合とも、値は不明としてレポートされます。テクニカル・プロパティでは、ユーザー訪問がテクニカル・プロパティ・タグをスローしない場合、訪問は不明としてレポートされます。
- UTF-8 以外のエンコードでマルチバイト・データを収集している。現在、UTF-8 以外のエンコード (SHIFT-JIS または GB-2312 など) は、デコードされません。
- 直接ロード情報を比較している。Digital Analytics では、長さが 100 ページ・ビューを超える直接ロード訪問はアクティビティが過剰であると見なされ、廃棄されます。Digital Analytics Explore は、直接ロード訪問をその長さに関係なくカウントします。
- 新規訪問者あるいはリピーター訪問者を比較している。Digital Analytics では、訪問者のアクセスが 0 ページ・ビューの場合、その Cookie は保存されないため、次にその訪問者がアクセスしたときも新規と見なされます。Digital Analytics Explore では、このユーザーはリピーターと見なされます。
- 訪問者が、同一の訪問か別の訪問かを問わず複数のセグメントに属している可能性がある場合に、セグメント・データを合計している。

ページ参照元 URL なし

ページ参照元 URL についてのレポートを表示したときに、「ページ参照元 URL なし」という値が表示されることがあります。

訪問者がページに直接アクセスした場合 (ブックマークを使用したり、URL を入力するなど)、参照元 URL は存在しません。訪問者は、開始時のみでなく、訪問の途中でも参照元 URL がないページにアクセスすることがあるため、これらの訪問は直接ロードというラベルが付きません。

最新表示のトラブルシューティング

ほとんどの場合は、Digital Analytics Explore ユーザー・インターフェースをクリックすると、最新表示されます。

最も確実にビューを更新するには (グレー表示されたレポートがアクティブになったかどうかを確認するためなど)、ブラウザーまたはナビゲーション・バーにある「更新」をクリックします。

用語が指定されていません (Term Not Provided)

自然検索レポートでは、「用語が指定されていません」などの値が検出されることもあります。

参照元 URL が既知の検索エンジン (Google または Yahoo! など) からのもので、検索用語が含まれていない場合などが考えられます。

属性 (Attributes)

Digital Analytics Explore の属性は、Web サイト訪問者が特定のページに到達した方法に関する質問に答えるのを容易にする方法で、提供されるコンテンツについて説明するのを容易にします。

顧客がプロダクトを見た理由は、サイトの配置でしょうか、価格でしょうか、それともブランドによるものでしょうか。記事がたびたび読まれているのは、作成者のためでしょうか、コンセプトのためでしょうか。特定の訪問者セグメントが旅行の1カ月前にプレミアム・アイテムを予約する傾向があるでしょうか。ヘルス・ケア業界に焦点を当てた英語のサービス・ページは、自動車業界に関するドイツ語のページより広く読まれているでしょうか。Google Checkout での購入に結び付いたプロモーション・コードは何でしょうか。コンバージョンに結び付いた検索詳細オプションは何でしょうか。

Web サイトの所有者は、提供するコンテンツを記述する方法を、以前にも増して探し求めるようになっていきます。ページ、プロダクト、トランザクション、サイト内検索、イベント、またはエレメントの属性を収集するかどうかにかかわらず、このレベルの記述により、サイトの所有者はサイトの影響を完全に把握できます。最終的にはデータの相関関係を明らかにして、コンテンツ、メディア、プロダクト・ミックス、オファー、サイト配置、および検索結果に対するきわめて重要な変更につなげる必要があります。

属性データは、タグまたはデータ・インポート・ファイルから取得できます。属性データのインポートについて詳しくは、「[IBM Digital Analytics Import ユーザー・ガイド](#)」を参照してください。

関連概念

カスタム指標

カスタム指標は、標準指標または属性フィールドに基づくユーザー定義の指標です。セグメント指標、フィルター指標、および属性指標の3つのタイプのカスタム指標を定義できます。さらに、カスタム指標機能を使用して、カスタマイズされた名前を付けた、標準指標の別名を作成できます。

タグを使用した属性の収集

タグを使用して属性を収集するには、以下の手順を行います。属性収集のために新しいタグは必要ありません。また、属性を収集しても、サーバー・コールの量 (毎月のサービス料金の基準となる指標) には影響しません。

手順

1. 新しい属性フィールドを認識できる、サポートされているタグ・ライブラリー (cmdatatagutils.js) をデプロイします。
 - 新しいクライアント ID の実装である場合は、実装チームの代表者に連絡して、該当するライブラリーを要求してください。
 - 既存のクライアント ID である場合は、Digital Analytics サポートに連絡して、更新後のライブラリーを要求してください。
2. ビジネスおよび分析にとって重要な属性の種類を明確化します。
『[属性のベスト・プラクティス](#)』を参照してください。
3. 1つ以上の使用可能なタグの種類を含む属性フィールドにデータを渡します。
4. Admin の「Explore の属性」ページの各新規フィールドに意味のある名前を指定するように管理者に依頼します。
『[別名属性フィールド](#)』を参照してください。

属性フィールド

ページ・ビュー、プロダクト・ビュー、カート、トランザクション/注文、コンバージョン・イベント、エレメント、マーケティング・プログラム、および登録の属性に対する収集、報告、フィルター操作、およびセグメント化が可能です。

これらの属性を収集するには、対応するタグの属性フィールドにデータを渡します。タグの種類ごとに属性を 50 個まで渡すことができます。82 ページの表 20 に、属性タイプごとの収集方法および属性の例を示します。サイト内検索詳細の属性を、必要に応じてページ属性、プロダクト属性、またはショップ属性として渡すことができます。タグを使用して収集された属性フィールド値は、大文字として、またはタグ

で渡されたのと同じ大/小文字として保存できます。管理者は、管理コンソールで Explore の属性ページを使用して、クライアント ID 内のすべての属性に大/小文字のオプションを選択できます。

表 20: 属性タイプの例および収集方法

属性タイプ	例	収集方法
ページ・ビュー	言語、作成者	ページ・ビュー・タグ属性フィールド: (pv_a1、pv_a2、...、pv_a50)
プロダクト・ビュー	ブランド、レビュー・ランク	プロダクト・ビュー・タグ属性フィールド: (pr_a1、pr_a2、...、pr_a50)
ショップ	サイズ、色	ショップ・タグ属性フィールド: (s_a1、s_a2、...、s_a50)
注文/トランザクション	支払い方法、予約待ち時間	注文タグ属性フィールド: (o_a1、o_a2、...、o_a50)
コンバージョン・イベント	ダウンロード拡張、メンバーの種類	コンバージョン・イベント・タグ属性フィールド: (c_a1、c_a2、...、c_a50)
エレメント	ジャンル、場所	エレメント属性タグ・フィールド: (e_a1、e_a2、...、e_a50)
マーケティング・プログラム	サイズ、設計者	マーケティング・インプレッション・タグに関連付けられているか マーケティング・プログラムの宛先 URL で使用されている 名前と値のペア (cm_mmca1=、cm_mmca2=、...cm_mmca50=)
登録	職業、会社、メンバーの種類	登録タグの「追加」フィールド (rg1、rg2、...、rg50)

属性フィールドの最大サイズ

属性値の最大フィールド・サイズは、1 つにつき 256 文字です。

多数の値をタグに追加する場合は、Internet Explorer で最大 URL 長が 2083 文字に制限されていることに注意してください。

注: 256 文字の制限内であれば、単一の属性に複数の値を多重定義することができます。例えば、単一のプロダクト・ビューについて複数の色を収集する場合は、色の属性の値として「Red|Green|Blue」を渡すことができます。

属性の構文の例

このシナリオでは、これらの値がタグで Digital Analytics に渡される仕組みを説明します。

ページ・ビュー・タグが 1 つあり、そのタグに 5 つの属性を渡すことでページ・ビューの詳細情報 (種類、作成者、スプリット・テストのバージョン、ページの値、および言語) を記述する必要があります。ページ・ビュー・タグの標準的な構文は以下のとおりです。

```
cmCreatePageviewTag("PageID", "CategoryID", "SearchTerm", "SearchResults");
```

実行するタグは以下のようになります。

```
cmCreatePageviewTag("Spurs Win Northwest Division", "Basketball", "Tim Duncan", "32");
```

このページの詳細を記述するために、種類、作成者、スプリット・テストのバージョン、ページの値、および言語を渡すことができます。その場合、標準的な構文は以下のようになります。

```
cmCreatePageviewTag("PageID", "CategoryID", "SearchTerm", "SearchResults", "Type-_-Author-_-Split Test Version-_-Page Value-_-Language");
```

この場合は、以下のようなタグを実行できます。

```
cmCreatePageviewTag("Spurs Win Northwest Division", "Basketball", "Tim Duncan", "32", "Article_-_Smith_-_C_-_150_-_Spanish");
```

Digital Analytics に対しては値が pv_a1=Type、pv_a2=Author、pv_a3=Split_Test_Version、pv_a4=Page_Value、および pv_a5=Language の順に渡されるため、タグの構文でフィールド名を参照する必要はありません。その代わりに、フィールド名は Digital Analytics ライブラリー・ファイルで指定します。このフィールドの順序は、特定のページで変数を渡さないことがある場合であっても、すべてのページで一貫していなければなりません。

別名属性フィールド

レポート内で属性を使用できるようにするには、別名を定義する必要があります。

管理者は、Admin の「Explore の属性」ページで属性の別名を定義できます。

Video_Measurement

サイトでのビデオ消費量を測定および分析するには、エレメント・タグを使用します。エレメント・タグは、イントラ・ページ・ビューのために設計されています。ビデオは一般に従来のページ・ビューの構成要素として監視されるため、エレメント・タグを使用するのが最良です。

エレメント・タグを使用するときには、以下を使用します。

エレメント・カテゴリー

ビデオのカテゴリーを渡します (例: フィットネス・ビデオ)

エレメント名

ビデオの名前を渡します (例: 6 分間腹筋運動)

エレメント属性フィールド 13 (e_a13)

「Video Status」として "0"=Start; "1"=Pause; "2"=Play; "3"=Completion を渡し、エレメント属性 13 に「Video Status」という別名を割り当てます。

エレメント属性フィールド 14 (e_a14)

状況アクションの「Video Time Stamp」(秒単位) を渡します。例えば、ユーザーが 1:23 の時点でビデオを停止した場合は "83" を渡し、エレメント属性 14 に「Video Time Stamp」という別名を割り当てます。

エレメント属性フィールド 15 (e_a15)

ビデオ全体の長さである「Video Length」(秒単位) を渡します。例えば、ビデオの長さが 3:10 である場合は "190" を渡します。次に、エレメント属性 14 に「Video Length」という別名を割り当てます。

ここで説明したタグを使用して、以下の指標が計算されます。

名前	定義	フォーマット
ビデオ起動	状況フィールドにある 0 の数	1.350
ビデオ一時停止	状況フィールドにある 1 の数	45
ビデオ再生	状況フィールドにある 2 の数	65
ビデオ完了	状況フィールドにある 3 の数	135
平均ビデオ起動回数/ 訪問者	ユニーク訪問者あたりの状況フィールド 0 の平均数	1.23
平均ビデオ再生時間	Video Status = 3 のときの Video TimeStamp の平均	0:02:13
平均ビデオ再生 (%)	Video Length に対する、Status = 3 のとき の Video TimeStamp の平均の比率	78.43%
平均ビデオ完了率	TimeStamp >= (0.98*Video Length) であ るときの Video Status = 3 の数と、Video Status=0 の数の比率	63.54%

ベスト・プラクティスとして、以下のようなビデオ属性も収集することを考慮してください。

- ビデオの種類: (例: ビデオ、ビデオ広告)
- ビデオ・プレイヤー: (例: Windows Media Player、Real Player、Quick Time)
- ビデオ広告名: (例: Holiday Inn でのんびりパック)

Web 2.0 測定

Web 2.0 の意味は組織によってさまざまです。さまざまなテクノロジーを単純化するために、3つのバケット (獲得、配信、およびコミュニティ) に分類されています。

目的	テクノロジーの例	測定の対象および方法
獲得: 潜在的なオーディエンスへの到達範囲を広げます。訪問および消費のための代替りの手段を提供します。	RSS、ウィジェット、ブログ、ソーシャル・ネットワーク。	対象: ソース、関心、徹底したブランディング、目標への影響。 方法: MMC パラメーター。
配信: 高速かつリッチで個別化され、よりインタラクティブで便利なオンライン・エクスペリエンス。	Web 2.0 Storefront、AJAX、Flash/Flex、モバイル、マッシュアップ、ビデオ、ポッドキャスト、ポータル、ファセット検索。	対象: 対話、人気、目標への影響。 方法: エレメントおよびイベント。
コミュニティ: ユーザーによるコンテンツへの参加、価値の付加、またはコミュニティの創出が可能です。	ユーザー・レビュー、フォーラム、公開されているブログ、Wiki。	対象: 対話、投稿者、消費者、目標への影響。 方法: ページおよび属性。

獲得測定

獲得関連の測定のために、インバウンド・リンクに MMC パラメーターを実装します。

例えば、RSS フィードおよびサイトに戻るリンクを備えたウィジェットがある場合は、インバウンド・リンクに MMC パラメーターを適用します。例えば、ウィジェットに「詳細」リンクを用意して `www.yoursite.com` を指すようにするのではなく、ここに示す方法でウィジェットを指すようにします。

```
www.yoursite.com?cm_mmc=Widgets_-_News_-_TopStories_-_SpursWinDecisiveGame
```

配信の測定

配信関連の測定の場合は、ユースケースに応じてエレメント・タグまたはコンバージョン・イベント・タグのいずれかをデプロイします。

コンバージョン・イベント・タグは、非商業的なコンバージョン・イベント (登録、キーのダウンロード、フィードの登録、友人への転送、ポッドキャストにダウンロードするためのクリック、サインアップ、ストア・ロケーターによる参照など) を分析し、それらに重みを付ける (例えば、最高レベルの登録は 50 ポイント相当とし、それに対してパンフレットのダウンロードは 10 ポイント相当とする、など) のに役立ちます。エレメント・タグはイントラ・ページ・ビューの分析に役立ちます。サイトで公開される Web 2.0 コンテンツはますます多くなっており、それらのコンテンツは非同期的に (従来のページ・ビュー・ロードを発生させずに) 配信されるため、ページはサブビューおよびアクションのコンテナと考えるください。そのため、エレメント・タグは Ajax ポップアップ、Ajax タブ・インタラクション、Flash のクリック、ビデオ・アクションなどを測定する 1 つの方法になります。

エレメント・タグまたはコンバージョン・イベント・タグをデプロイする場合は、インタラクションに関する他の属性のうち、収集する価値がありそうなものは何かを考えてください。例えば Ajax プロダクト・ポップアップの場合は、単にプロダクト・ポップアップが表示された事実を記録するだけでなく、画面上の位置 (例えば 1 列目の 2 行目) やポップアップを提供したコンテナ (例えば中央ページ・モジュール) など、ポップアップに関する属性を収集したい場合があります。

コミュニティ測定

コミュニティ関連のコンテンツは、さまざまな形式で検出できます。

例えば、ユーザー・レビューに関する情報は、プロダクト・ビューおよびショッピング・アクティビティの属性 (レビュー・ランクやランク付けの件数など) として収集できます。フォーラムのクリックおよび

サイトで公開しているブログは通常、ページ・ビューに結び付きます (場合によっては一部の有用な属性にも影響を及ぼします)。最も効果的なタグ方式の選択は、コンテンツの表示方法および考え方によって異なります。

マージン測定

Digital Analytics Explore 内でプロダクト・マージン情報を測定および分析する必要がある場合は、ショップ・タグまたはマルチチャネル・ショップ (MCS) インポート・ファイルを使用して、ショップ属性として売上原価 (COGS) 情報をインポートします。

タグおよびマルチチャネルでの購入インポート・ファイルのショップ属性フィールド 15 を使用して、以下の指標が計算されます。

名前	定義	フォーマット
COGS	売上原価	\$25.00
マージン	アイテム売上 - 売上原価	\$25.00

属性のベスト・プラクティス

Digital Analytics Explore の属性コレクションには非常に高い柔軟性があります。必要なものをすべて属性フィールドに渡して、適宜報告させることができます。

運用するサイトの種類に応じて、以下の属性を考慮してください。

コンテンツ属性案

ここでは、意味のあるレポートを作成するために役立つコンテンツ属性をいくつか示します。

ページ・ビュー属性

- スプリット・テストのバージョン (例: バージョン A)
- 作成者 (例: Smith)
- ページの種類 (例: 記事)
- ページの値 (例: 25)
- 公開日 (例: 03-25-2008)

サイト内検索詳細属性 (ページ属性として渡します)

- 作成者別 (例: Smith)
- 日付別 (例: 03-25-2008)
- カテゴリー別 (例: 電子機器)

エレメント属性

- コンテナー (例: ページ名)
- 位置 (例: C1R1)
- ビデオ広告 (例: Holiday Inn でのんびりパック)
- ビデオ・プレイヤー (例: Windows Media Player)
- ビデオの状況 (例: 2)
- ビデオのタイム・スタンプ (例: 38)
- ビデオの長さ (例: 145)

コンバージョン・イベント属性

- 誘導の種類 (例: 有望)
- コンテナー (例: ページ名)
- 登録の種類 (例: ニュースレター Gold)
- ポッドキャストのジャンル (例: 教育)

金融サービス属性案

ここでは、意味のあるレポートを作成するために役立つ金融サービス向けの属性をいくつか示します。

ページ・ビュー属性

- スプリット・テストのバージョン (例: バージョン A)
- 業務の種類 (例: クレジット、住宅ローン、中小企業)
- ページの種類 (例: 記事、申込み、マーケティング)
- ページの値 (例: 25)
- 公開日 (例: 03-25-2008)
- 対象 (例: 住宅の購入、学生ローン)
- 言語 (例: スペイン語)

サイト内検索詳細属性 (ページ属性として渡します)

- 商品別 (例: クレジット・カード、ローン、当座預金)
- カテゴリー別 (例: 個人、中小企業、商業)
- 結果の有用性 (例: 非常に有用、有用でない)

アプリケーション (ショップ) 属性

- 言語 (例: スペイン語)
- スプリット・テストのバージョン (例: バージョン B)
- 商品 (例: ホーム・エクイティ口座、クレジットカード)
- 都道府県 (例: 東京都)
- 口座の種類 (例: 共同預金)
- 年齢 (例: 25)
- 公民権 (例: 米国民、永住権)
- 婚姻の状況 (例: 独身)
- クレジット・スコア (数値またはカテゴリー) (例: 720、A)
- 収入 (例: 低、中、高)
- 雇用状況 (例: 無職)
- 選択された既存の商品 (例: 当座預金、住宅ローン)
- レビュー・ランク (例: 星 3.4 個)

コンバージョン・イベント属性

- 誘導の種類 (例: 有望、中小企業ローン)
- 会話 (例: 住宅ローン、クレジットカード)
- コンテナ (例: ページ名)
- 登録の種類 (例: ニュースレター Gold)
- ポッドキャストのジャンル (例: 教育)

エレメント属性

- コンテナ (例: ページ名)
- 位置 (例: C1R1)
- ビデオ広告 (例: Holiday Inn でのんびりパック)
- ビデオ・プレイヤー (例: Windows Media Player)
- ビデオの状況 (例: 2)
- ビデオのタイム・スタンプ (例: 38)
- ビデオの長さ (例: 145)

インポートするアプリケーション (ショップ) 属性:

- 取引チャネル (例: モバイル、支店)
- 取引受益者の種類 (例: 個人、中小企業、商業)

小売店属性案

ここでは、意味のあるレポートを作成するために役立つ小売店向けの属性をいくつか示します。

プロダクト・ビュー属性

- ユーザー・レビュー・ランク (例: 星 3.4 個)
- レビューの数 (例: 14)
- 表示するクロスセルの数 (例: 3)
- ブランド (例: Reebok)

注文属性

- プロモーション・コード (例: FRSHIP)
- 支払い方法 (例: AMEX)

サイト内検索詳細属性 (ページ属性またはプロダクト属性およびショップ属性として渡します)

- ブランド別 (例: Panasonic)
- 価格別 (例: 0 円から 5000 円)
- カテゴリー別 (例: 電子機器)

ショップ属性

- 在庫の状況 (例: 在庫なし)
- 色 (例: 赤)
- サイズ (例: XL)

エレメント属性

- ポップアップ・コンテナー (例: 家電メイン・ページ)
- ポップアップの位置 (例: C2,R3)
- ビデオ・プレイヤー (例: Windows Media Player)
- ビデオの状況 (例: 2)
- ビデオのタイム・スタンプ (例: 38)
- ビデオの長さ (例: 145)

コンバージョン・イベント属性

- ストア・ロケーター・ストア ID (例: 314)
- 今後のアイテムのための保存 (例: 5)

インポートするショップ属性:

- 在庫の状況 (例: 在庫なし)
- 売上原価 (例: 12.99)

インポートする注文属性:

- 支払いの種類 (例: クレジット・カード、現金、小切手)
- クレジット・カードの種類 (例: AMEX、VISA、MC)
- ストア ID (例: 1234)

旅行業界(航空)属性案

ここでは、意味のあるレポートを作成するために役立つ航空業界向けの属性をいくつか示します。

予約(トランザクション)属性

- 予約待ち時間(予約から搭乗日までの日数)(例: 15)
- 搭乗曜日(例: 水曜日|土曜日)
- 搭乗時間帯(例: 朝|午後)
- 運賃クラス(例: Z|Y)
- 座席クラス(例: ファースト|ファースト)
- 経由回数(例: 0)
- 大人の人数(例: 2)
- 搭乗する小人の人数(例: 2)
- 旅程の種類(例: 往復)
- 支払い方法(例: AMEX)
- 旅程日数(例: 5)
- ロイヤルティ・プログラムの利用(マイル)(例: 25,000)
- プロモーション・コード(例: ENT29303)

プロダクト・ビュー属性

- 距離(マイル) - (例: 2130)
- フライト番号(例: 895|1203)
- 機体モデル(例: MD80|ボーイング 770)
- フライトの種類(例: 国際線)

コンバージョン・イベント属性

- コンテナ(例: ページ名)
- 登録の種類(例: ニュースレター Gold)
- ポッドキャストのジャンル(例: 教育)

エレメント属性

- コンテナ(例: ページ名)
- 位置(例: C1R1)
- ビデオ広告(例: Holiday Inn でのんびりパック)
- ビデオ・プレイヤー(例: Windows Media Player)
- ビデオの状況(例: 2)
- ビデオのタイム・スタンプ(例: 38)
- ビデオの長さ(例: 145)

インポートする予約属性:

- キオスク ID(例: 123)
- 旅行代理店 ID(例: 123)
- コール・センター担当者(例: 担当者名、123)

旅行業界(ホテル)属性案

ここでは、意味のあるレポートを作成するために役立つホテル向けの属性をいくつか示します。

予約(トランザクション)属性

- ブランド(例: Crown Plaza)
- 予約待ち時間(予約から到着日までの日数)(例: 3)

- 到着曜日 (例: 水曜日)
- 出発曜日 (例: 金曜日)
- 価格クラス (例: Z)
- 大人の人数 (例: 2)
- 小人の人数 (例: 1)
- 支払い方法 (例: AMEX)
- 泊数 (例: 2)
- ロイヤルティ・プログラムの利用 (ポイント) (例: 25,000)
- プロモーション・コード (例: ENT29303)
- 部屋の種類 (例: スタンダード)
- 禁煙と喫煙の別 (例: 禁煙)

プロダクト属性

- ブランド (例: Hampton Inn)
- 市区町村 (例: Austin)
- 地域 (例: Southwest U.S.)

コンバージョン・イベント属性

- コンテナ (例: ページ名)
- 登録の種類 (例: ニュースレター Gold)
- ポッドキャストのジャンル (例: 教育)

エレメント属性

- コンテナ (例: ページ名)
- 位置 (例: C1R1)
- ビデオ広告 (例: Holiday Inn でのんびりパック)
- ビデオ・プレイヤー (例: Windows Media Player)
- ビデオの状況 (例: 2)
- ビデオのタイム・スタンプ (例: 38)
- ビデオの長さ (例: 145)

インポートする予約(トランザクション)属性:

- 旅行代理店 ID (例: 123)
- コール・センター担当者 (担当者名、123)

旅行業界(レンタカー)属性案

ここでは、意味のあるレポートを作成するために役立つレンタカー旅行向けの属性をいくつか示します。

予約(トランザクション)属性

- 予約待ち時間 (予約からレンタル日までの日数) (例: 3)
- 出発曜日 (例: 水曜日)
- 返却曜日 (例: 金曜日)
- レンタル場所 (例: SFO)
- 引き渡し場所 (例: LAX)
- 自動車クラス (例: スタンダード)
- 支払い方法 (例: AMEX)
- レンタル日数 (例: 2)
- ロイヤルティ・プログラムの利用 (ポイント) (例: 25,000)

- ロイヤルティ・プログラムのパートナー (例: アメリカン航空)
- プロモーション・コード (例: ENT29303)

プロダクト属性

- メーカー (例: トヨタ)
- 車種 (例: カムリ)

コンバージョン・イベント属性

- コンテナー (例: ページ名)
- 登録の種類 (例: ニュースレター Gold)
- ポッドキャストのジャンル (例: 教育)

エレメント属性

- コンテナー (例: ページ名)
- 位置 (例: C1R1)
- ビデオ広告 (例: Holiday Inn でのんびりパック)
- ビデオ・プレイヤー (例: Windows Media Player)
- ビデオの状況 (例: 2)
- ビデオのタイム・スタンプ (例: 38)
- ビデオの長さ (例: 145)

インポートする予約(トランザクション)属性:

- 旅行代理店 ID (例: 123)
- コール・センター担当者 (担当者名、123)

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) 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>) にご連絡ください。

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>	
<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 に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

以下のいずれかの方法で電子的にご意見をお送りいただくこともできます。

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/

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。

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。従って 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のめかしたり、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 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、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す。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

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。

