

IBM Digital Analytics Explore 用户指南



内容

IBM Digital Analytics Explore.....	1
IBM Digital Analytics Explore 概述.....	1
Digital Analytics Explore 关键功能.....	1
Digital Analytics Explore 与 IBM Tealeaf 的集成.....	3
系统需求.....	3
访问 Digital Data ExchangeAdTargetDigital AnalyticsBenchmarkSearch MarketingDigital Analytics ExploreExportImportDigital RecommendationsLIVEmailMonitorMarketing CenterDigital Analytics for Social MediaEnterprise Dashboard.....	4
查看报告.....	4
仪表板、报告和注释.....	4
使 Explore 报告可用于其他应用程序.....	5
将访客会话数据导出到 IBM Tealeaf.....	5
使用仪表板.....	6
更改图表类型.....	7
报告标题控件.....	8
报告列表控件.....	10
报告设置.....	10
数据网格.....	10
趋势视图.....	11
比较时间段.....	11
将注解添加至报告中.....	12
构建 Digital Analytics Explore 报告.....	12
客户细分还是过滤器?	12
计算的指标.....	14
定制指标.....	15
点击归属指标.....	16
跨站点报告.....	17
“平面列表”报告.....	18
层次结构报告.....	25
定制组报告.....	31
“客户细分比较”报告.....	37
“实时”报告.....	40
生命周期.....	43
构建 Lifecycle 报告.....	43
查看 Lifecycle 报告: 购买者生命周期.....	45
多重生命周期.....	48
将 IBM Digital Analytics 与 IBM Campaign 集成.....	49
如何集成 IBM Digital Analytics 和营销活动.....	49
管理.....	50
报告.....	50
仪表板.....	51
注解.....	52
过滤器.....	52
管理客户细分.....	53
计算的指标.....	53
定制指标.....	54
广播定制和计算的指标.....	55
报告分配.....	56
属性.....	56
电子邮件.....	56
监视报告积分.....	57

模块.....	57
“注册” 模块.....	57
“印记归属” 模块.....	58
“多渠道” 模块.....	60
“数据扩展” 模块.....	62
故障诊断.....	62
常见问题及解答.....	62
数据准确性.....	65
数据收集.....	65
数据一致性.....	66
无页面引用 URL.....	66
故障诊断刷新.....	66
未提供词汇.....	66
属性.....	66
通过标记收集属性.....	67
视频测量.....	68
Web 2.0 测量.....	69
利润测量.....	70
最佳实践属性.....	70
附加联系信息.....	75
支持.....	77
声明.....	77
商标.....	78
产品文档的条款和条件.....	78
隐私策略注意事项.....	79

IBM Digital Analytics Explore

欢迎使用 IBM® Digital Analytics Explore 文档，您可以在其中查找有关如何构建和使用 Digital Analytics Explore 报告的信息。

要获取 Digital Analytics Explore 文档的指导性视频和 PDF，请[单击此处](#)。

IBM Digital Analytics Explore 概述

通过 IBM Digital Analytics Explore，您可以使用 Digital Analytics 数据，通过行、列、过滤器和客户细分的高级选择来设计、构建、分发和分析您自己的报告。

使用 Digital Analytics Explore 可针对您的所有市场营销计划来创建定制报告。您可以通过多种方式来定制自己的报告：

- 从灵活的报告类型中进行选择，为业务显示正确的数据视图。
- 使用客户细分和过滤功能，仅针对您认为重要的数据元素进行报告。
- 以不同的方式呈现数据并在图形之间即时切换，以揭示未发现的数据关系，而无需将数据导出至电子表格。
- 通过设置日期范围和重现并选择数据字段和指标，对报告布局进行个性化。

报告保留时间

报告会在 Digital Analytics 系统上保留 13 个月（400 天）。包含超过 400 天的数据的任何报告无论是何时创建的，均可清除。

例如，今天创建的一次性报告如果日期范围是 400 天前的一天，那么明天可以清除。同样的规则适用于重现报告。但是，针对每周报告，财政周中的最后一天会标记 400 天周期的结束，由此导致数据额外保留 6 天。针对每月报告，财政月中的最后一天会标记 400 天周期的结束，由此导致数据额外保留 30 天。

数据保留

Explore 数据保留 13 个月（400 天）。如果 Digital Analytics Explore 系统已处理至少 13 个月（400 天）的数据，您可以针对前 13 个月的数据创建报告。

Digital Analytics Explore 关键功能

Explore 包含了一些功能，可帮助您分析数据并创建对您的业务有益的报告。

表 1: Explore 的功能

功能	描述
最佳实践报告	我从哪里开始？哪一类分析会提供直接的业务价值？通过分析新的最佳实践标准报告，快速洞察市场营销渠道转变、访客参与情况以及当前的机会。这些报告利用了“关系缩放”、“按功能分组”和“交叉会话”客户细分。这些报告还提供了一些注释来帮助指导您的数据操作。
仪表盘	我希望向经理提供一个静态仪表盘，内容有关上个月我们开展的 17 天营销活动。我希望创建一个仪表盘，包含针对我的业务线过滤的所有内容。通过将报告添加到仪表盘视图中，灵活地创建任意组合的 Digital Analytics Explore 报告的仪表盘。您还可以将报告下载到整合了有价值的报告的单个多选项卡 Excel 笔记本中。
IBM Digital Analytics Lifecycle	我需要了解客户生命周期以及推动客户前往下一里程碑的因素。我需要了解访客已到达的里程碑以及推动客户在生命周期中前进的营销活动、产品和内容。
关系缩放	对于每个购买的产品，我的站点的这些访客来自哪些国家或地区？哪些市场营销计划吸引了他们前来访问？为便于快速探究分析场景，您可以利用关系缩放。该功能允许用户将一组数据与其他一个或两个数据集相关联，并在放大时监控屏幕更新。

表 1: Explore 的功能 (继续)

功能	描述
交叉会话客户细分	根据“旧金山的宾馆”关键字进行过搜索的访客是否会使用更具体的关键字（例如，“旧金山机场假日酒店”）返回到站点？使用“现场”概要文件来了解先前会话中的操作如何影响其他会话和日期中的活动。
移动设备分析	您的站点是否设计为支持移动设备使用？您是否应如此设计？使用一组移动分析数据（包括有关移动设备和移动运营商的信息）。将该信息相关联，从而了解所查看内容的类型，这些用户的地理位置、所接触的市场营销来源以及其他分析。
交叉目录分析	您是否需要在数据字段之间运行报告？您是否可能需要同时查看市场营销促销和地理位置，或查看自然搜索和转化事件？您可以通过数据字段的任意组合来创建报告。
比较	我应关注哪些内容？有哪些显著变化或异常情况？通过选择比较日期范围，将上下文添加到任何重现报告中。然后，您可以将该日期范围与另一日期范围进行比较，并查看变化的百分比。
日期注解	该峰值或下降是否由特定事件或操作所致？使用有关营销活动、站点设计更改或其他信息的注释来注解日期或日期范围，以帮助用户更好地了解数据波动的背景。
新字段、指标和条件	用户连接速度通常有多快？重复访客在我们的站点上如何操作？使用连接速度、连接类型、移动设备和移动网络之类的数据字段以及新访客/重复访客、排名前列的会话和启动的事件之类的新客户细分条件来构建报告。
用户体验增强	要使 Digital Analytics Explore 应用程序更便于使用，用户可使用更新后的过滤器和客户细分管理选项、在“管理”屏幕上选择列的功能、整合的“监管/管理”屏幕、修订后的左侧视图菜单、报告视图下拉选项（包含占总数的百分比）以及其他设施。
属性分析	<p>根据以下类型的属性进行收集、报告、过滤和客户细分：</p> <ul style="list-style-type: none"> · 页面（例如，作者、语言和分面搜索） · 产品（例如，品牌和用户评级） · 购物车（例如，颜色或大小） · 交易（例如，提前预定天数或促销代码） · 元素（例如，视频长度或屏幕位置） · 转化事件（例如，注册类型或下载格式）
隔离的报告	<p>将报告限制为仅包含您关注的内容。例如，可以将报告设计为关注以下区域：</p> <ul style="list-style-type: none"> · 您的业务单位（例如，软件部） · 产品线（例如，中国制造的 Reebok 鞋）， · 内容区域（例如，Smith、Jones 或 Williams 撰写的社论） · 通过高级过滤器的其他区域
多维关系分析	为每个报告应用唯一的多维客户细分（例如，使用 I.E. 7 浏览器通过 Google 进行访问并查看了“运动”内容区域的访客）或并排比较多个客户细分。
特别分组	创建特定分组（例如，包括密歇根、伊利诺斯、明尼苏达、威斯康星和俄亥俄等州的中西部州）。使用这些分组来确保为数据进行正确分类（而非使用旧的目录定义文件 (CDF)），或出于您希望以不同于贵组织其余部分的方式为数据分组的目的。
动态可视化	以数据表和图形的方式探究生成的报告。在条形、气泡、饼图和趋势（线）图形的数据视图之间进行切换。您还可以选择要绘图的行，并通过搜索字符串来进一步缩小结果范围，以便能够监控可视化进行动态更新。
受限访问	可以选择与关键业务单位、第三方组织或其他对象共享报告。您可以保留报告专供自己使用、与所有人共享或与特定用户组共享。

表 1: Explore 的功能 (继续)

功能	描述
速度和规模	Explore 报告处理可以在分布式服务器体系结构内执行，以确保系统能够快速针对大型数据集交付复杂报告。用户界面基于 Adobe Flex 平台构建，以确保对每个用户选择做出快速响应。
无限制用户访问	组织可以向所需数量的用户提供对 Digital Analytics Digital Analytics Explore 的访问权，而不会产生额外费用。
探究	可以自由创建数百个报告，以揭示重要发现、测试假设以及支持分析驱动型组织。
多渠道分析	我希望更全面地了解客户，并评估当我的 Web 站点上发生转化时，线上市场营销开 销的有效性。导入线下交易和注册数据以创建报告，将线上活动和转化与商店、呼 叫中心或其他线下渠道中的客户完成的购物活动组合在一起。

Digital Analytics Explore 与 IBM Tealeaf 的集成

Digital Analytics Explore 和 IBM Tealeaf 用户可以对两种解决方案独立捕获的访客行为数据进行交叉分析。

以下功能在与 IBM Tealeaf 集成的 Digital Analytics Explore 环境中可用：

在 Digital Analytics Explore 中分析 Tealeaf® 客户细分

使用 Digital Analytics Explore 报告来分析从 IBM Tealeaf 导入的访客会话数据。Tealeaf 客户细分包含导入的会话标识值和元数据，包括 Tealeaf 客户细分名称和日期范围。

Tealeaf 客户细分可以通过 IBM TealeafCX 用户界面中的直接链接保存在 Explore 中。然后，可以在 Explore 的“平面列表”、“层次结构”、“客户细分比较”和“生命周期”报告中使用 Tealeaf 客户细分。

将会话数据导出到 IBM Tealeaf

您可以将访客会话数据作为客户细分从 Explore 报告中导出，以便在 IBM Tealeaf 中重放会话。

相关概念

Digital Analytics Explore 报告中的 IBM Tealeaf 客户细分

您可以使用 Digital Analytics Explore 的报告功能来分析从 IBM Tealeaf 导入的访客会话数据。Tealeaf 客户细分包含导入的会话标识值和元数据，包括 Tealeaf 客户细分名称和日期范围。

相关任务

将访客会话数据导出到 IBM Tealeaf

您可以将访问者会话数据作为客户细分从“平面列表”、“层次结构”、“过滤组”、“客户细分比较”或“生命周期”报告导出到 IBM Tealeaf。然后，可以在 IBM Tealeaf 中重放导出的访客会话。

在其他应用程序中设定生命周期访客客户细分目标

您可以将来自“生命周期”报告的选定访客客户细分目标设定为 IBM LIVEmail、IBM Campaign 或 IBM Tealeaf。

系统需求

要运行 IBM Digital Analytics 产品，您必须运行软件和浏览器的特定版本并拥有可以满足最低要求的内存。

满足以下系统需求：

- 软件：Adobe Flash Player V10 或 V11
- 浏览器：Microsoft Internet Explorer V9 或更高版本。Mozilla Firefox V29 或更高版本。Chrome V34 或更高版本。
- 内存：1 GB RAM 或更多
- 屏幕分辨率：1024 x 768 或更高

访问 Digital Data Exchange AdTarget Digital Analytics Benchmark Search Marketing Digital Analytics Explore Export Import Digital Recommendations LIVEmail Monitor Marketing Center Digital Analytics for Social Media Enterprise Dashboard

您可以直接访问 IBM Digital Data Exchange IBM AdTarget IBM Digital Analytics IBM Digital Analytics Benchmark IBM Search Marketing IBM Digital Analytics Explore IBM Digital Analytics Export IBM Digital Analytics Import IBM Digital Recommendations IBM LIVEmail IBM Digital Analytics Monitor IBM Marketing Center IBM Digital Analytics for Social Media IBM Digital Analytics Enterprise Dashboard 或者从其他 Digital Analytics 应用程序进行访问。

如果针对 IBM Digital Data Exchange IBM AdTarget IBM Digital Analytics IBM Digital Analytics Benchmark IBM Search Marketing IBM Digital Analytics Explore IBM Digital Analytics Export IBM Digital Analytics Import IBM Digital Recommendations IBM LIVEmail IBM Digital Analytics Monitor IBM Marketing Center IBM Digital Analytics for Social Media IBM Digital Analytics Enterprise Dashboard 启用了您的帐户，那么可通过以下两种方式进行访问：

- 如果已登录到 IBM Digital Analytics 应用程序，请单击标题导航菜单中的 **Digital Data Exchange AdTarget Digital Analytics Benchmark Search Marketing Explore Export Import Recommendations LIVEmail Monitor Marketing Center Social Analytics Enterprise Dashboard**。这样会打开此应用程序，并且会自动对您进行认证。
- 请转至设置您的帐户时提供给贵组织的 URL。在“登录”页面中，请输入您的客户机标识、用户名和密码，然后单击**登录**。

如果您不知道该 URL，请联系 IBM 软件支持人员。

查看报告

“查看”是访问 Digital Analytics Explore 时显示的第一个窗口。



该屏幕最初是空白的。选择要查看的**仪表板或报告**。在**查看报告**时，该窗口由三个窗格组成。

窗格	描述主题
左侧	仪表板、报告和注释
右上方	报告图表
右下方	数据网格

在查看仪表板时，该窗口由两个窗格组成。



窗格	描述主题
左侧	仪表板、报告和注释
右侧	仪表板报告

调整大小光标  在窗格之间显示，以允许您调整窗格大小。

隐藏  或显示  用于隐藏或显示其所指向的窗格。

仪表板、报告和注释

左侧导航菜单包含可展开的“仪表板”和“报告”选项，以及填充了所选仪表板或报告的相关信息的“注释”窗格。

使用调整大小光标  来调整“仪表板”和“报告”窗格的大小，或使用隐藏  按钮来隐藏窗格。



注释

注释部分显示有关所选报告的任何注释。

显示仪表板

可使用以下过程在 Digital Analytics Explore 中显示仪表板。



过程

1. 要显示仪表板，请单击**仪表板**，这样会打开仪表板目录的列表。
2. 要显示某个仪表板目录中的仪表板，请单击该目录名称旁的 。
将显示所选目录中的仪表板。要隐藏某个目录中的仪表板，请单击该目录名称旁的 。
3. 单击仪表板名称以显示该仪表板及其包含的报告。

显示报告

可使用以下过程在 Digital Analytics Explore 中显示报告。

过程

1. 单击**报告**，这样会打开报告目录的列表。
2. 要显示某个报告目录中的报告，请单击该目录名称旁的 。
将显示所选目录中的报告。要隐藏某个目录中的报告，请单击该目录名称旁的 。
3. 单击报告名称以显示该报告。

使 Explore 报告可用于其他应用程序

您可以通过为 Explore 报告创建书签，使该报告可用于其他 IBM Digital Analytics Explore 应用程序。在 Explore 中对报告所做的更改会在用户在另一个应用程序中查看该报告时显示。

开始之前


您必须属于具有“添加书签”许可权的用户组，才能创建或删除书签。无法为仪表板或“生命周期”报告添加书签。

关于此任务

为报告创建书签使您能够与不具有 Explore 访问权的用户共享该报告。您可以将 Explore 访问权限于高级用户，同时向较低级别的用户提供 Explore 报告。已添加书签的报告显示在应用程序侧导航窗格中的报告列表中。

在单击**管理 > 报告**后打开的页面中，可一次性针对多个报告创建书签。

过程

1. 查看要添加书签的报告。
2. 单击“添加书签” () 图标。
这将显示应用程序菜单。
3. 选择要在其中添加书签的应用程序。

将访客会话数据导出到 IBM Tealeaf


您可以将访问者会话数据作为客户细分从“平面列表”、“层次结构”、“过滤组”、“客户细分比较”或“生命周期”报告导出到 IBM Tealeaf。然后，可以在 IBM Tealeaf 中重放导出的访客会话。

关于此任务

使用该过程可从“平面列表”、“层次结构”、“过滤组”或“客户细分比较”报告中导出数据。要将生命周期数据导出到 IBM Tealeaf，请参阅第 48 页的『[在其他应用程序中设定生命周期访客客户细分目标](#)』。

过程

1. 打开包含要导出会话的报告。

2. 单击目标 () 图标。
3. 选择 **IBM Tealeaf**：在 **IBM Tealeaf** 中重放客户细分会话。
4. 在弹出的对话框中，指定以下信息以完成导出：
 - a) 输入客户细分名称或接受缺省名称。
 - b) 如果报告中包含多个显示列，请选择要用于构建客户细分的列。
 - c) 输入在导出完成后要接收通知的唯一电子邮件地址。
5. 单击**导出**。

相关概念

Digital Analytics Explore 与 IBM Tealeaf 的集成

Digital Analytics Explore 和 IBM Tealeaf 用户可以对两种解决方案独立捕获的访客行为数据进行交叉分析。


使用仪表板

您可以创建或删除仪表板，并可以使用特定步骤在仪表板上添加和重新排列报告。

创建仪表板

可使用以下过程在 Digital Analytics Explore 中创建仪表板。

过程

1. 在左侧导航菜单中选择**仪表板**。
2. 单击 ，或选择**操作 > 创建仪表板**。
将打开“**创建仪表板**”窗口。
3. 输入仪表板名称并选择现有目录。
要创建新的目录，请从菜单中选择**新建目录**并输入目录名称。
4. 单击**添加仪表板**。

结果

将显示新的仪表板。

下一步做什么

向新的仪表板添加报告。



在查看仪表板时添加报告

该过程用于向现有仪表板添加报告。

开始之前

在向仪表板添加报告之前，该仪表板中必须存在空闲插槽。

过程

1. 在查看仪表板时，单击右上方的  或屏幕左侧“仪表板”列中的 。
空闲插槽显示在此拖放报告。
2. 单击左侧导航菜单中的**报告**，然后找到所需的报告。
3. 单击该报告并将其拖到所需的插槽。
该报告将使用其缺省格式（条形图、饼图或气泡图）显示在此位置。
4. 单击右上方的**保存**。



在查看报告时添加报告

该过程用于在查看报告时向仪表板添加报告。

开始之前

应当已打开报告。

过程

1. 单击报告右上方的 。
将显示“添加到仪表板”窗口。
2. 选择以下某个选项。
 - **添加到新仪表板**，用于创建新仪表板并添加当前报告。为仪表板目录和仪表板名称输入有意义的名称，然后单击**添加仪表板**。
将创建仪表板目录和空白仪表板，并将其添加到“仪表板”列表。打开该仪表板时将显示该报告。
 - **添加到现有仪表板**，用于将报告添加到现有仪表板目录。
 - a. 单击仪表板目录前的  按钮以显示该目录所包含的仪表板。
 - b. 单击要将报告添加到的仪表板名称。



重新排列仪表板上的报告

该过程用于重新排列仪表板上的报告。

开始之前

在继续之前，应当已打开仪表板。

过程

1. 单击右上方的  **Edit** 或屏幕左侧“仪表板”列中的 。
将显示针对仪表板上每个报告的控制件。
2. 单击**单击此处以拖动**，并将此报告拖到所需的仪表板插槽的中心。如果此位置已有报告，那么这两个报告将交换位置。


删除仪表板

该过程用于删除仪表板。

开始之前

必须查看要删除的仪表板。

过程

- 单击屏幕左侧“仪表板”列中的 。

更改图表类型




查看 Digital Analytics Explore 报告时，可以从多种图表类型中进行选择。

过程

单击相应的图标以选择条形 ()、饼形 () 或气泡 () 格式。在按住 **CTRL** 键的同时单击相应的图标以选择两个或更多图表格式。

每个图表仅显示数据网格中所选行的信息。所选行的显示列的值在每个图表的右侧显示。

表 2: 图表类型和使用说明

图表图标	使用说明
	<p>对于条形图，X（水平）轴是在创建报告时所选择的第一列。如果报告具有多个指标，可以从图表上方的列表中选择要在 Y 轴指标上显示的备用指标。</p> <p>将光标移动到每个条形上方会显示所显示列和所选指标的精确值。</p> <p>如果选择了比较，将在图表的右侧以灰白色显示第二个时间段的值。</p>
	<p>对于饼图，从可用列表中选择要使用的指标。如果报告具有多个指标，可以使用指标菜单切换到不同指标。</p> <p>将光标移动到饼形的每个块上会显示其值以及该指标占总数的百分比。</p> <p>如果选择了比较，将显示两个独立的饼图。</p> <p>注：饼图始终 100% 地反映所有所选行，即使所选行不等于数据集的 100%，也是如此。</p>
	<p>对于气泡图，会显示列表以使您能够选择 X 轴和 Y 轴指标以及要用于气泡大小的指标。仅当选择了两个或更多指标时，气泡图才可用。</p> <p>将光标移动到每个气泡上方会显示每个指标的精确值。</p> <p>如果选择了比较，那么第二个时间段气泡用虚线链接并以灰白色显示。</p>

缺省情况下，将在条形图中绘制前 10 行的图形，或对于“过滤组”报告，将绘制每个组的图形。要更改行或行数，请参阅[数据网格](#)中描述的设置。

报告标题控件

Digital Analytics Explore 报告显示您可以用于更改报告的控件。

表 3: Digital Analytics Explore 中的报告控件





图像中的控件图形	描述
	显示所创建的报告是使用所有数据还是数据样本。
	将图表显示为报告或趋势视图。
	打开报告设置窗口。（单击日历可产生同样的效果。）对于重现报告，您可以设置要显示趋势分析的一个或数个时间段（如果适当）。对于单次报告，此控件显示报告数据。
	单击可刷新报告列表。
	用于数据的时间段。对于重现报告，报告在缺省情况下会使用上一个已处理的时间段，并且可从列表中选择显示的时间段。
	注： 对于单次报告，不会显示比较框和第二个日期按钮。
	选中此复选框可比较两个时间段。单次报告不会显示第二个日期。

表 3: Digital Analytics Explore 中的报告控件 (继续)

图像中的控件图形



描述

单击可从采样报告中运行完整报告。此操作将对所有数据重新运行当前报告，并且使用一个额外的（完整数据集）报告积分。新报告将保存到当前报告所在的报告文件夹，并且向报告名称添加后缀“- All Data”。



（[报告视图](#)）显示用于将目标锁定在所选访客的方法的菜单。

如果您已启用 IBM Campaign 并且具有 Export 访问权，那么可以通过 IBM Campaign 将目标锁定在用户或客户细分。

选择某种方法将打开一个窗口，其中包含必须为该方法配置的选项。



单击以在应用程序中为该报告创建书签或除去现有书签。在单击该图标时打开的菜单中的[添加书签](#)或[除去书签](#)下选择应用程序。



指示当前报告的设置中包含过滤器。单击此图标可打开报告设置。



通过电子邮件向分发列表发送先前配置的报告，并且可包含更高级的分发设置。报告频率确定发送电子邮件的频率。单次报告的发送方式是“即时且仅一次”。您可以将每日报告的发送方式配置为“即时且仅一次”、“每日”、“每周”或“每月”。您可以将每周报告的发送方式配置为“即时且仅一次”或“每周”。您可以将每月报告的发送方式配置为“即时且仅一次”或“每月”。您可以将“实时”报告的发送方式配置为“即时且仅一次”。

（可选）对于除“实时”报告以外的所有其他报告类型，都可以选择要包含的时间段数量。例如，您可能希望每周发送包含详细程度为过去 7 天的报告。您也可以选择仅分发所选的行或所有行，并且将附件类型声明为 Excel 或 CSV。如果将某个报告设置为以重现方式运行（而不是“即时且仅一次”），那么可以通过[管理电子邮件](#)来编辑、删除或停止电子邮件。



（仅限趋势视图）打开“[添加日期注解](#)”窗口，以便可对趋势视图添加注解。此控件仅在趋势视图中显示。




打开[添加到仪表板](#)窗口，以便您可以将当前报告添加到仪表板。



下载报告的数据网格。选择 Excel、CSV 或 PNG 以指定下载格式。图形不会包含在 Excel 或 CSV 下载中。Excel 下载包含报告元数据（例如，应用的过滤器和客户细分条件）。






打开用于打印 Web 页面的标准浏览器对话框。

注：“实时”报告还包含“刷新”图标，该图标位于“打印”图标的右侧，用于刷新报告中显示的实时数据。

报告列表控件

屏幕左侧的“报告”列表包含用于控制报告的图标。

表 4: 报告列表控件

图标	描述
	构建新报告，此控件将启动“ 构建新报告 ”对话框。
	<p>如果您是报告的创建者或管理员，那么此控件将针对报告打开“编辑报告”对话框。您无法编辑的报告设置将被禁用。</p> <p>不会重新处理对单次报告或已停止的重现报告的编辑。您只能编辑报告名称、报告目录和注释。要进行更大程度的编辑，请使用另存为。</p> <p>对活动重现报告的编辑会反映在新报告运行中，但不会更改过去处理的报告。</p> <p>将在刷新报告结果时应用对“实时”报告的编辑。您可以编辑“实时”报告的任何设置。</p>
	删除所选报告。

报告设置

单击**报告设置**时会显示此窗口。

该窗口的内容取决于您所查看的报告的类型。

单次报告

对于单次报告，此窗口显示报告详细信息和用户注释。

重现报告

除报告详细信息和注释外，该窗口还包括日历。您可从该日历中选择不同的报告时间段。





趋势

除报告详细信息和注释外，该窗口还包括日历。您可以选择要对此时间段和上次包含的时间段进行趋势分析的报告时间段数量。

单击**更新报告**以接受所做的任何更改并返回到浏览者窗口，或单击**取消**以关闭而不做任何更改。

数据网格

数据网格在表格中显示报告的数据。

针对所选报告的数据网格最初显示在右下方的窗格中，不过您可以使用调整大小光标   调整其大小，使用隐藏按钮  将其隐藏，或使用展开按钮  使其充满整个窗格。


您可以通过网格上的各种控件和选项来控制数据网格中的信息。

- 复选框使您可以选择要在**报告图表**中显示的行。选中之后，复选框会显示图表中相应条形、饼块或气泡的颜色。您还可以使用第一个列标题中的下拉菜单以显示前 5、10 或 20 行，而不必单击每个复选框。
- **搜索过滤器**将显示的行限制为包含指定字符串的行。将在所有显示列中搜索输入的文本。
- 选中之后，**比较**将针对每个指标显示两个额外列。一列显示第二个时间段的值，另一列显示两个时间段之间的变化百分比。
- 单击数据网格中每一列和指标（包括比较指标和变化百分比列）的标题中的箭头，以使用所选的列排序。可以按升序或降序顺序进行排序。
- 使用第一个列标题中的下拉菜单以显示第一个列菜单中的所有结果，或者仅前 5、10 或 20 个结果。

不同报告具有不同的显示功能。

“平面列表”报告

对于“平面列表”报告，会针对在创建报告时选择的每个显示列组合显示一行，另外在网格顶部显示汇总行。针对每个选定指标都会显示列。

如果针对“平面列表”报告创建了关系缩放，那么具有关系数据的每一行都将在每个显示列组合的旁边显示一个放大镜  按钮。单击该按钮可打开相应的关系缩放。

层次结构报告

对于“层次结构”报告，会针对第一个显示列的每个值显示一行。您可展开任何行，以查看第二个显示列的关联值。如果显示列超过两列，那么您可展开任何辅助行，以查看其他显示列的关联值。您可以通过分别单击 **+** 或 **-** 来展开或折叠这些行。

“过滤组”报告

对于“过滤组”报告，将为每个组显示一行，其中具有所选指标的列。您可以通过分别单击 **+** 或 **-** 来展开或折叠这些行。

“客户细分比较”报告

对于“客户细分比较”报告，将为每个报告时间段显示一行，其中包含在创建此报告时选定的每个客户细分的列。

Lifecycle 报告


对于 Lifecycle 报告，在缩放里程碑或迁移者客户细分时会显示一个数据网格。

“实时”报告

对于“实时”报告，会针对在创建报告时选择的每个显示列组合显示一行。针对每个选定指标都会显示列。

“实时”报告缺省为当天。您可以仅选择过去 8 天中的任何一天以查看实时数据。

趋势视图

针对每日、每周或每月频率的报告，启用了“趋势”按钮 ，并将其提供为“报告”菜单中的选项。趋势视图针对每个日期显示一行，从而允许您随时间的推移绘制所选指标，显示时间段总量或累积总量。

如果报告具有多个指标，可以使用指标菜单切换到不同指标。（可选）通过选择趋势页面顶部的累积选项，可以按累积趋势查看趋势图形。

在趋势视图中，您可以：

- 从报告设置窗口中选择时间段数量和结束时间段。
- 从最左侧列表中选择要绘制的指标。
- 从最右侧列表中选择趋势类型（标准或累积）。

针对除“实时”报告以外的所有其他报告，趋势视图还支持注解。

对于“实时”报告，趋势视图显示当天每小时的实时数据。“实时”报告缺省为当天；您也可以选择过去 8 天中的任何一天。

“实时”报告的趋势视图比较

对于“实时”报告，可以比较选定的某一天与另一天的每小时趋势。选中报告标题中第二个时间段所对应的复选框，然后使用“报告设置”窗口选择某一天。您可以选择标准或累积趋势类型来查看比较。

比较时间段

在重现报告或“实时”报告中，可以选择用于比较目的的第二个时间段。

关于此任务

通过“实时”报告，您可以在“趋势”视图中比较时间段。对于其他重现报告，请选择“报告”视图来比较时间段。

过程

在重现报告或“实时”报告中，单击报告图表上方的“时间段 B”框中的**比较**复选框。

此图表显示这两个时间段的结果。各时间段分别标注为 A 和 B，第二个时间段的图表客户细分显示为较浅的颜色。数据网格显示这两个时间段的列。

将注解添加至报告中

“注解”功能部件允许您在 Digital Analytics Explore 中显示的趋势图形上标记重要事件（例如，假期、营销活动、季节或非寻常的事件）。





关于此任务

这些项可以针对单个日期或一个时间段。您可以发布注解以使其对所有用户可视，或使其仅对您的帐户可视。


您也可以选择通过选中**我的注解**来显示自己设置的注解，或通过选中**共享注解**来显示由其他用户设置的注解。

将光标移动到注解按钮的上方将显示有关事件的详细信息，您也可以编辑或删除注解。

第 12 页的表 5 列出了注解颜色及其意义。

图标	颜色	意义
	紫色	注解开始日期早于趋势视图中包含的第一个日期
	红色	单日注解。
	蓝色	多日注解。注解时间段以淡蓝色显示。如果两个多日时间段重叠，那么重叠部分以深蓝色显示。
	双色	添加了具有相同开始日期的两个或更多注解。单击该注解以显示具有相同开始日期的所有注解的详细信息。

过程




单击趋势视图右上方的注解 () 按钮以显示“添加日期注解”窗口。

也可以在“注解管理”屏幕上设置注解。

构建 Digital Analytics Explore 报告

选择任何一种可用报告类型来构建新的 Digital Analytics Explore 报告：平面列表、层次结构、过滤组、客户细分比较、Lifecycle（适用于获得许可的用户）和实时。

要访问“构建新报告”页面，单击侧边导航窗格中的**构建新报告**。然后，单击**构建**以访问所选报告类型的报告配置页面。使用该页面上的选项卡来配置报告。标有星号(*)的选项卡是完成报告所必需的。

对于所有选项卡，在屏幕顶部都显示了样本表，其中显示所选列和指标。可通过单击  图标来将其隐藏，通过单击  图标来将其显示，或使用调整大小  图标来为其调整大小。

在配置报告设置后，单击**提交**。如果配置有效，将显示一条消息以说明报告已保存并提交。生成后，侧边导航窗格中的“报告”选项卡提供了“平面列表”、“层次结构”、“过滤组”和“客户细分比较”报告。“实时报告”和“生命周期”选项卡分别提供了“实时”报告和“生命周期”报告。“管理”选项卡提供了所有报告。

客户细分还是过滤器？

Digital Analytics Explore 的大部分功能都基于其灵活的客户细分和过滤功能。

客户细分和过滤器有何差异？

过滤器将报告范围缩小至完全符合条件的行。客户细分将报告范围限制为符合条件的会话。例如，假设今天在您的站点上发生了 3 个会话：

- 会话 1 访问了“主页”，接着访问“运动”，再访问“主页”，然后退出。
- 会话 2 访问了“主页”，接着访问“商业”，接着访问“运动”，再访问“商业”，然后退出。
- 会话 3 访问了“主页”，接着访问“业务”，然后退出。

活动结果将如第 13 页的表 6 中所示。

表 6: 站点全部活动示例

页面	会话数	页面浏览量
合计	3	9
主页	3	4
运动	2	2
商业	2	3

如果应用了页面包含运动过滤器，只需考虑符合条件的行，而报告将如第 13 页的表 7 中所示。

表 7: 针对运动过滤的示例活动

页面	会话数	页面浏览量
合计	2	2
运动	2	2

如果应用了页面包含运动客户细分，需要考虑所有符合条件的会话，并将从第 13 页的表 8 中所示的会话 1 和会话 2（但不包括会话 3）中得到结果。

表 8: 针对运动客户细分的示例活动

页面	会话数	页面浏览量
合计	2	7
主页	2	3
运动	2	2
商业	1	2

过滤器用于将报告集隔离到全球视图（例如，仅限 Smith 撰写的文章或仅限 Reebok 品牌的产品）。结果集中的每个数据行都将符合过滤条件。

客户细分用于：

- 执行关系分析（例如，在通过电子邮件营销活动到达并在其会话中查看 3 个或以上页面的用户中，哪些完成了哪些转化事件？）
- 了解亲和关系（例如，查看“钓鱼”目录中的产品的用户在其会话过程中还查看了其他哪些产品目录？）
- 了解访客角色（例如，参与访客、Google 访客以及运动爱好者）

报告类型注意事项

- 对于“平面列表”报告，您可以选择同时应用过滤器和客户细分。
- 对于“过滤组”报告，请使用过滤器以为每个报告最多创建 10 个组并（可选）应用客户细分。
- 对于“客户细分比较”报告，过滤器不适用，您可以针对最多 10 个客户细分进行报告。
- 客户细分不可用于“实时”报告。

- IBM Tealeaf 客户细分只能在一次性（即时运行并且仅运行一次的报告）“平面列表”、“客户细分比较”、“层次结构”或“生命周期”报告中使用。

相关概念

定制指标

定制指标是基于标准指标或属性字段的用户定义的指标。您可以定义三种类型的定制指标：客户细分指标、过滤器指标和属性指标。此外，您可以使用定制指标功能，使用定制名称为标准指标创建别名。

Digital Analytics Explore 报告中的 IBM Tealeaf 客户细分

您可以使用 Digital Analytics Explore 的报告功能来分析从 IBM Tealeaf 导入的访客会话数据。Tealeaf 客户细分包含导入的会话标识值和元数据，包括 Tealeaf 客户细分名称和日期范围。

可以在仅运行一次（不含关系缩放数据）的“平面列表”、“层次结构”、“客户细分比较”或“生命周期”报告中使用 Tealeaf 客户细分。要在报告中使用 Tealeaf 客户细分，Tealeaf 客户细分日期范围中至少有一个日期必须在报告日期范围内。如果所有 Tealeaf 客户细分日期都在报告日期范围之外，那么不能针对此报告选择客户细分。此报告仅返回客户细分的日期范围对应的数据。

Tealeaf 客户细分将在“客户细分”页面（**管理 > 客户细分**）上的 Tealeaf 目录中列出。您无法在 Explore 中编辑导入的 Tealeaf 客户细分。

有关将 IBM Tealeaf 会话标识导出至 Digital Analytics 的更多信息，请参阅《IBM Tealeaf cxImpact 用户手册》中的“导出会话数据”。

相关概念

Digital Analytics Explore 与 IBM Tealeaf 的集成

Digital Analytics Explore 和 IBM Tealeaf 用户可以对两种解决方案独立捕获的访客行为数据进行交叉分析。

计算的指标

Digital Analytics Explore 中计算的指标是用户定义的指标，由通过一个或多个现有指标、运算符或常量构造的公式组成。您可以在“平面列表”、“层次结构”、“过滤组”、“客户细分比较”和“生命周期”报告中包括计算的指标。计算的指标不可用于“实时”报告。

仅当您正在构建或编辑报告时，才能创建计算的指标并将其添加到报告。有关详细信息，请参阅所构建的报告类型的相关主题。

您可以在构建或编辑报告时编辑、复制或删除计算的指标，或者使用**管理 > 计算的指标**页面来执行上述操作。有关“计算的指标”页面的详细信息，请参阅第 53 页的『[计算的指标](#)』。

您可以使用允许您向报告添加指标的任何报告构建选项卡来处理计算的指标。请参阅有关您正在构建的报告类型的主题，以了解有关访问和使用这些选项卡的详细信息。

注：基于点击归属指标的计算指标可能需要更多处理时间。

处理计算的指标的准则

以下准则用于处理计算的指标。

- 部分报告构建选项卡（包括列和指标、关系缩放以及缩放）要求您选择一个或多个要显示的列，之后您可以处理计算的指标。选择列后，“计算”选项卡将显示仅使用应用于所选显示列的可用标准指标的现有计算的指标。另外，可用于构建计算指标公式的指标仅包括可应用于所选列的指标。
- 在计算指标公式中，常量可以是整数或十进制数。
- 如果公式中的错误导致出现无效的表达式，那么将会显示错误。您必须修改所有错误，之后才可以保存计算的指标。
- 只有创建计算指标的用户或管理员才能编辑或删除该指标。
- 如果编辑某报告正在使用的计算指标，那么您的编辑将仅应用于尚未处理的报告。新的指标公式将应用于后续报告；重现 Explore 报告不会进行后退处理以使用新的指标。以往的现有报告将继续显示基于最初计算指标公式的值。
- 如果尝试删除某报告正在使用的计算指标，那么将会显示一条消息，列出使用该计算指标的所有报告。必须先删除使用该计算指标的报告，之后才可以删除该计算指标。

定制指标

定制指标是基于标准指标或属性字段的用户定义的指标。您可以定义三种类型的定制指标：客户细分指标、过滤器指标和属性指标。此外，您可以使用定制指标功能，使用定制名称为标准指标创建别名。

您可以将任何标准指标或属性字段用作定制指标的基础。不能将计算的指标或其他定制指标用作定制指标的基础。

使用[管理 > 定制指标](#)页面可创建、编辑、复制和删除定制指标。

客户细分指标

客户细分指标仅返回与客户细分定义匹配的会话的指标数据。例如，您可以向“销售额/会话”标准指标应用一个客户细分，将结果限制为来自移动设备用户的会话。客户细分逻辑仅应用于所选基本指标，不应用于整个报告。

您可以创建一个客户细分，也可以选择现有客户细分。也可以将您定义定制指标时创建的客户细分应用于报告，而不使用定制指标。

注：以下限制适用于定制指标：

- 不能将包含交叉会话或注册条件的客户细分添加至定制指标。
- 如果报告包含客户细分的定制指标，那么该报告不能包含使用交叉会话或注册条件的客户细分。
- 不能将多渠道客户细分添加至定制指标。

过滤器指标

过滤器指标仅返回与过滤器定义匹配的指标数据。例如，您可以使用“页面浏览量”标准指标来创建一个定制指标，将结果限制为某一目录的页面（例如，电子产品）。过滤逻辑仅应用于基本指标，不应用于整个报告。

您可以创建一个过滤器，也可以选择现有过滤器。也可以将您定义定制指标时创建的过滤器应用于报告，而不使用定制指标。

属性指标

属性指标基于属性字段的值。例如，如果您的站点配置为以收集作者姓名作为页面浏览量标记属性，那么可以选择此属性生成诸如“页面浏览量 - Smith”之类的指标。属性指标提供不同的计算选项，具体取决于所选属性是基于文本的属性还是数字属性。不能向属性指标应用客户细分或过滤器。

在属性字段可用于定制指标定义之前，必须在管理控制台中为其分配一个别名。属性字段可以基于标记或导入的数据。

向报告添加定制指标

在“平面列表”、“层次结构”和“生命周期”报告中使用定制指标。“过滤组”、“客户细分比较”或“实时”报告不支持定制指标。

您可以通过用于向报告添加指标的任何报告构建选项卡，向报告添加定制指标。有关详细信息，请参阅所构建的报告类型的相关主题。

注：基于点击归属指标的定制指标可能需要更多处理时间。

相关概念

[客户细分还是过滤器？](#)

Digital Analytics Explore 的大部分功能都基于其灵活的客户细分和过滤功能。

定制指标

在侧边导航窗格中选择[管理 > 定制指标](#)，以访问“定制指标”页面，在该页面中，您可以创建、编辑、复制和删除定制指标。

[属性](#)

Digital Analytics Explore 中的属性有助于以特定方式描述所提供的內容，以便回答有关 Web 站点访客如何到达特定页面的问题。

点击归属指标

点击归属指标使用市场营销归属逻辑将转化积分分配至不同的市场营销计划。在 Digital Analytics Explore 报告中这些指标可评估在指定时间段内您的市场营销计划对下游转化的贡献情况。

Digital Analytics Explore 支持回溯归属，这会根据在归属窗口配置中定义的逻辑，从某个转化事件回溯并将积分划归至市场营销计划。

必须先在管理控制台的“归属设置”页面上定义归属窗口，然后点击归属指标才可用于报告。有关管理控制台的详细信息，请参阅《*IBM Digital Analytics 管理员指南*》。

可以在一个报告中将点击归属指标与其他标准指标、计算的指标和定制指标进行组合。印记归属模块的许可用户可将印记归属与点击归属指标组合在一个报告中。您还可以将点击归属指标用作计算的指标或定制指标的基础指标。

相关概念

第 58 页的『[“印记归属”模块](#)』

“印记归属”模块可用于了解与市场营销归属相关的关键指标，并将访客的站内行为与其看到的营销活动关联起来。这样可以了解到哪些市场营销印记将影响下游转化，以及您因此应投资的标记活动。

归属窗口

Digital Analytics Explore 使用称为“归属窗口”的指定时间段来将积分归属到营销计划。这些窗口的长度可能会变化以匹配您业务周期的持续时间。Digital Analytics Explore 支持持续时间为 1 到 120 天的回溯归属窗口。

Digital Analytics Explore 和 IBM Digital Analytics 使用管理控制台中定义的同回溯归属窗口配置。Digital Analytics Explore 不支持展望归属窗口。展望归属窗口仅部署到 IBM Digital Analytics。

归属逻辑

归属窗口配置还确定了点击归属指标使用的逻辑。可以定义三种类型的点击归属逻辑：

- 首次点击将积分划归到归属窗口内的首个市场营销来源。
- 末次点击将积分划归到归属窗口内的最后一个市场营销来源。
- 在所有点击量间平均将积分平均划归到归属窗口内的所有来源。

有关点击归属模型的更多信息，请参阅 *IBM Digital Analytics Best Practices Guide* 中有关市场营销归属窗口一节。

对归属窗口的更改

如果在管理控制台中更改了某个归属窗口，使用该窗口的所有点击归属指标都将更新为使用新窗口。旧窗口将变为不活动。

使用这些点击归属指标的重现报告将自动更新为使用新窗口。如果报告使用的计算指标基于具有已更新归属窗口的归属指标，那么报告也将自动更新为使用新窗口。

向 Digital Analytics Explore 报告添加点击归属指标

您可以向“平面列表”、“层次结构”和“过滤组”报告添加点击归属指标。无法在“客户细分比较”、“生命周期”或“实时”报告中添加点击归属指标。




关于此任务

仅当从“市场营销”目录中选择了以下一个或多个要显示的列时，点击归属指标才可用：

- 市场营销目录
- 市场营销渠道
- 市场营销商品
- 市场营销定位

- 市场营销计划
- 市场营销供应商
- 自然搜索引擎
- 自然搜索词汇
- 引用站点
- 引用 URL

当在**列 & 指标**选项卡中显示一个兼容列时，在**标准**选项卡的“选择可用指标”下将显示点击归属指标。为标识点击归属指标，Digital Analytics Explore 在指标名称的右侧显示指标的持续时间、方向和归属逻辑，如下例所示：

-  带有首次点击归属逻辑的 2 天回溯归属窗口。
-  带有末次点击归属逻辑的 14 天回溯归属窗口。
-  带有平均归属逻辑的 20 天回溯归属窗口。

注：包含点击归属指标的报告可能需要更多处理时间。

将点击归属指标指定为计算的指标或定制指标的基础指标

可以将点击归属指标用作计算的指标或定制指标的基础指标。

关于此任务

必须先报告构建界面的**列 & 指标**选项卡中选择一个或多个兼容显示列，然后才能在计算的指标中使用点击归属指标。在可以将计算的指标或定制指标添加到报告之前，还必须选择兼容列。有关更多信息，请参阅第 16 页的『[向 Digital Analytics Explore 报告添加点击归属指标](#)』。

注：基于点击归属指标的计算的指标和定制指标可能需要更多处理时间。

相关概念

第 14 页的『[计算的指标](#)』

Digital Analytics Explore 中计算的指标是用户定义的指标，由通过一个或多个现有指标、运算符或常量构造的公式组成。您可以在“平面列表”、“层次结构”、“过滤组”、“客户细分比较”和“生命周期”报告中包括计算的指标。计算的指标不可用于“实时”报告。

第 15 页的『[定制指标](#)』

定制指标是基于标准指标或属性字段的用户定义的指标。您可以定义三种类型的定制指标：客户细分指标、过滤器指标和属性指标。此外，您可以使用定制指标功能，使用定制名称为标准指标创建别名。

跨站点报告

如果您的组织具有 IBM Digital Analytics Multisite，那么您还可使用站点标识或站点别名作为报告中的维。

关于此任务

但是，在报告中使用“站点标识”或“站点别名”维时，请注意以下注意事项。

过程

- 如果访客会话延伸至跨越两个子站点，那么每个站点将被委派一个会话和访客。因此，每行的总和可能超过实际总计。
- 指标仅反映该站点上发生的操作。例如，如果访客会话延伸至跨越两个子站点（站点 A 和站点 B），并且访客在站点 B 上下订单，那么站点 A 和站点 B 都将计入页面浏览量、会话数和访客数中。但是，仅站点 B 将会收到订单的积分。
- “点击量”指标是指对站外营销活动的点击量（MMC 链接点击量）。您可使用分层报告来向下浏览其他点击量指标（例如，某个站点促销或固定内容字段）。

结果

“平面列表”报告

“平面列表”报告以平面结构（即，无层次结构）显示数据。该报告类型非常适合分析大型数据集。

“平面列表”报告提供用于**合计行**以及**其他行**（如果您希望限制所显示的行数，该行可提供“前 n 个”选择中不包含的值的总和）的选项。


选择列和指标

使用**报告构建器**选择报告的细目和指标列。最多可选择 3 个显示列和 10 个指标。

关于此任务

如果选择多个显示列，那么生成的可用于报告配置的指标对应于所选显示列的唯一组合。例如，如果选择同时显示**页面**和**页面语言**，那么主页的页面浏览量会分为英语主页、德语主页、西班牙语主页等。某些数据并排显示是有意义的（例如，“页面”和“目录”或“页面”和“页面属性：作者”），但其他组合则没有意义（例如，“产品名称”和“国家或地区”）。因此，根据您所选的第一个字段，其余显示列选项会受到限制。

显示内容分为四个窗格：“**可用显示列**”、“**拖放显示列**”、“**可用指标**”和“**拖放指标**”。

“**可用显示列**”最初以“数据字段类型”填充。每个字段类型都可以通过单击  按钮展开，以显示可用显示列。

注：如果想要将会话数据导出到 IBM Tealeaf，请在构建报告时包含会话指标，以便看到每行中的会话数。

过程

1. 将要使用的第一个显示列拖动到“拖放显示列”。

最多可选择三列。

选择列后，它将显示在屏幕的左上方。可用指标在**标准、计算和定制**选项卡中的“选择可用指标”列中列出。其余某些显示列会从“**可用显示列**”窗格中除去。因为这些列不可用于和所选列合并，所以会被除去。

2. 将期望的指标从**标准、计算或定制**选项卡的“选择可用指标”列中拖动到“拖放指标”列中。

可用于报告的指标取决于所选的显示列。只有与所选显示列兼容的指标才可供选择。

您的报告最多可包含 10 个指标，它们可以是标准指标、计算的指标或定制指标的任意组合。

您可以使用**计算**选项卡或使用**管理 > 计算的指标**页面创建或编辑计算的指标。

要创建或编辑定制指标，请使用**管理 > 定制指标**页面。

选择指标后，它将显示在屏幕的右上方。

相关概念

[第 14 页的『计算的指标』](#)

Digital Analytics Explore 中计算的指标是用户定义的指标，由通过一个或多个现有指标、运算符或常量构造的公式组成。您可以在“平面列表”、“层次结构”、“过滤组”、“客户细分比较”和“生命周期”报告中包括计算的指标。计算的指标不可用于“实时”报告。

[第 15 页的『定制指标』](#)

定制指标是基于标准指标或属性字段的用户定义的指标。您可以定义三种类型的定制指标：客户细分指标、过滤器指标和属性指标。此外，您可以使用定制指标功能，使用定制名称为标准指标创建别名。

设置报告频率和日期范围

使用**日期和数据集**选项卡可设置报告频率和日期范围。

关于此任务

报告频率是运行报告的次数。系统支持重现报告和单次报告。

重现报告

重现报告（由每日、每周或每月等报告频率来定义）在指定时间段内运行，从所选开始日期起或之后的第一个时间段开始。

- 如果 Digital Analytics Explore 系统已处理至少 13 个月（400 天）的数据，您可以针对前 13 个月的数据运行重现报告。缺省日期范围为 400 天。
- 要永久运行该报告（直到停止或删除），请选择从当前日期起的 400 天内的开始日期，并为**结束日期**选择**无结束日期**。选择历史开始日期会预填充截至当前时间段的报告和趋势。
- 可以访问最近 13 个月内的已处理报告。

单次报告

单次报告会在所选日期范围内运行一次，报告持续时间最多 93 天。

- 可以访问最近 93 天内的已处理报告。
- 无法切换到备用数据，因为根据定义，单次报告只能在指定日期范围内运行一次。
- **无结束日期**选项不可用于单次报告。
- 如果选择将来日期，那么报告在结束日期过后才会运行。

设置行限制

日期和数据集选项卡上的**行数**选项可根据报告类型确定报告中包含的信息量。

关于此任务

对于“平面列表”报告，**行数**选项定义要在报告中返回的最大行数。例如，选择 10,000 行将为报告返回按第一个所选指标排序的前 10,000 行。此外，所有“平面列表”报告都会显示总计行。如果定义的报告所包含的行多于所选行数，其余数据将在其他行中汇总。可能的值为 50、100、1,000 和 10,000。如果已针对您的客户标识启用此选项，那么您也可以选择 50,000 行。缺省值为 50 行。

对于“层次结构”报告，**行数**选项定义展开报告中的层次结构级别时要针对每个级别返回的最大行数。例如，如果将限制设置为 100 行，那么“层次结构”报告将返回 100 个顶级行、100 个二级行和 100 个三级行。可能值包括 50 和 100。缺省值为 50。

对于“定制组”报告，**行数**选项定义在展开报告中的每个组后要返回的最大行数。例如，选择 100 行将返回每个组内按第一个所选指标排序的前 100 行。对于包含 10 个或更少组的报告，每个组最多可选择 1,000 行。如果定义的报告所包含的行多于每个组中所选行数，其余数据将在其他行中汇总。

行数选项在“客户细分比较”报告中不可用。

选择数据集

日期和数据集选项卡用于指定报告要使用的数据集。

关于此任务

通过选择**完整数据集报告**或**采样报告**，可确定处理的信息量以及报告所需的时间。

完整数据集报告

返回给定报告时间范围内所有适用的客户数据。

采样报告

报告给定报告时间范围内客户访客总体的采样，并以穷举方式考虑这些访客的所有会话和记录。Digital Analytics 可根据客户数据量确定适当的采样率。采样率位于每个采样报告上的开放设置区域中。

针对样本数据集运行的报告会运行得更快，因为它只使用一部分访客及其活动来推断结果。该报告有助于在针对所有数据运行测试报告前创建和查看测试报告，以通过这些数字获得代表性的观点并在创建完整数据集报告前查看报告的外观。

生成扩展 CSV 报告文件

可生成“平面列表”报告（其中最多包含 1,000,000 行数据）的可下载版本。首先必须为客户标识启用此功能，然后您才能访问此功能。

关于此任务


除了 Excel 和标准 CSV 文件（最多包含与报告配置中指定的相同行数）之外，还提供了扩展 CSV 报告文件。您可以为任何“平面列表”报告选择扩展 CSV 报告文件选项，与您在报告配置中指定的行数无关。例如，如果您在报告中指定 50 行，那么 Digital Analytics Explore 界面中将显示 50 行，而扩展 CSV 文件最多包含 1,000,000 行。

在生成扩展 CSV 报告文件之后的七天内，可下载该报告文件。在七天后，如果要获取扩展 CSV 文件，必须再次运行报告，这将产生其他报告积分。

如果已配置并运行您的报告，而没有使用此选项，那么您可以编辑报告配置以包含扩展 CSV 选项。然后，您必须再次运行报告，这将产生其他报告积分。

注: Digital Analytics Explore 界面中显示的“平面列表”报告限制为 10,000 行（或者 50,000 行，如果已为您的客户标识启用该选项）。如果您的报告结果包含的行数少于对您的客户标识限制的行数，那么扩展 CSV 报告文件与 CSV 报告文件大小相同。

过程

1. 单击“报告”视图中的“下载”() 图标。
2. 选择运行扩展 CSV 报告文件。

过滤器

过滤器由添加到 Digital Analytics Explore 报告以缩小报告结果范围的一个或多个条件组成。这些条件将所选指标与指定的值进行比较，并根据条件包含或排除记录。

例如，您可能需要仅限美国访客访问报告。一个条件由一个指标以及一个或多个比较组成。

过滤器选项卡用于为报告创建、复制或编辑过滤器，或者使用现有过滤器。还可以根据您的特定需要重命名和编辑现有过滤器。为方便起见，过滤器可分为几个过滤器目录。

使用现有过滤器

该过程用于向报告添加现有过滤器。

过程

1. 从过滤器目录列表选择过滤器目录。所选目录中的过滤器会显示在可用过滤器窗格中。
2. 将要应用的一个或多个过滤器拖动至拖放窗格。

创建过滤器


您可以使用本过程创建过滤器。

开始之前

注: 在为报告创建过滤器之前，您必须先定义要使用的显示列和指标。

过程

1. 单击可用过滤器窗格底部的**新建**。这样会显示“新建过滤器”对话框。
2. 从过滤器目录中选择该过滤器的目录，或从列表中选择**新目录**并在字段中输入目录名称。
3. 在右侧字段中输入过滤器的名称。
4. 从条件列表中选择要使用的比较指标。
5. 使用以下某种方法，为此条件输入一个或多个值：
 - 要手动输入值，请单击**添加**，然后在出现的文本框中输入文本。

- 如果针对您的客户标识启用了“快速选取”功能，那么可以单击**快速选取**图标 ()，根据最近的站点活动，按字母排序的列表显示所选条件的最常用的唯一值。从“快速选取记录”列表中选择要用于此条件的值；如果要选择多个值，请使用 Shift 或 Ctrl 键。要查找特定值，请使用对话框顶部的搜索框。在选择一个或多个值之后，单击**确定**。如果选择多个值，那么将使用 OR 连接来添加这些值。

“快速选取”列表中仅显示所选条件的顶级唯一值。未标识为顶级值的其他值可能也对该条件有效。

注：为帮助您进行选择，请单击**样本记录**以显示您已选择的条件的样本值。




6. 从显示的列表中选择运算符。

- 如果指标的值为数字，那么该条件可以为：“等于”、“大于或等于”、“小于或等于”或“介于”。
- 如果指标为字符串值，那么该运算符可以为：“是”、“开头为”、“结尾为”、“包含”或“通配符”。

如果适用，请选中 **NOT** 以使条件成为排除条件（即，包含不符合该条件的记录）。

7. 选择以下某个选项以将条件应用于您的过滤器：

- 如果不需要为此过滤器定义任何其他条件，请单击**应用**。
条件将显示在窗口的右侧。
- 要通过 AND 连接来添加更多条件，请单击**应用**并返回到步骤 4。
- 要使用 OR 连接将更多值添加到此条件，请单击 **+ 使用“OR”添加条件**，返回到步骤 5，并按照有关手动输入值的指示信息进行操作。
- 要将现有过滤器应用于新过滤器，请从屏幕左下方面板中展开过滤器目录，选择所需过滤器。选择后，请单击**应用**。该条件将通过 AND 连接与任何其他条件连接。如果过滤器不包含指标过滤器（例如，页面浏览量 ≥ 3 ），那么您可以选择 **NOT**。
- 将多个类型的条件分层在一起时，将始终使用 AND 来连接这些条件。

创建并应用条件之后，会在最右侧的面板上显示这些条件。您可以通过单击编辑 () 图标以在左侧面板中重新打开条件以进行编辑，或通过单击删除 () 图标以将其删除。您可以通过单击除去 () 图标除去已应用的现有过滤器，这不会删除此过滤器，而是从所构建的过滤器中将其除去。

8. 完成之后，请单击**保存过滤器**以关闭该窗口并返回到**过滤器**选项卡。



复制过滤器

本过程用于复制过滤器。

关于此任务

您可以复制现有过滤器，为其提供新名称，然后按现状进行使用，也可以编辑、添加或删除条件。

过程

1. 从**过滤器目录**选择过滤器目录。该目录中的过滤器会显示在“可用过滤器”窗格中。
2. 选择要复制的过滤器并单击**复制**。“**编辑过滤器**”对话框显示现有过滤器的条件。
3. 选择或创建要在其中保存该过滤器的“过滤器目录”。
4. 为过滤器输入新名称。
5. 可通过单击编辑 () 图标来选择和编辑现有条件，通过单击删除 () 图标来删除条件，或添加新条件。

编辑过滤器

该过程用于编辑现有过滤器。

开始之前

如果已创建过滤器或对过滤器具有管理权限，您可以编辑该过滤器并以同一名称进行保存。如果您没有过滤器的编辑特权，那么单击**编辑**图标将只允许您复制此过滤器。




注：对过滤器的更改属于全局更改，会影响使用这些过滤器的所有报告，包括由其他用户创建的报告。

过程

1. 从**过滤器目录**列表选择过滤器目录。该目录中的过滤器会显示在“可用过滤器”窗格中。
2. 选择要编辑的过滤器并单击**编辑**图标。将显示一条警告消息，其显示受该过滤器影响的报告。
3. 将显示“编辑过滤器”对话框，其中显示现有过滤器的条件。

注: 无法更改名称或过滤器目录。

结果

您可以通过单击编辑 () 图标来选择和编辑现有条件，通过单击删除 () 图标来删除条件，或添加新条件。如果已应用现有过滤器，您可以通过单击除去 () 图标来将其除去。

客户细分

使用“客户细分”选项卡可为 Digital Analytics Explore 报告创建、复制或编辑客户细分，或者使用现有客户细分。还可以根据您的需要重命名和编辑现有客户细分。为方便起见，客户细分可分为几个客户细分目录。

注: 请在完成所有非可选的选项卡后再单击**提交**。

将客户细分添加至报告中

构建报告时，可以将现有客户细分添加至报告配置中。

过程

1. 单击**客户细分**选项卡。
2. 从**客户细分目录**选择客户细分目录。该目录中的客户分会显示在“可用客户细分”窗格中。
3. 将要应用的一个或多个客户细分拖动至**拖放**窗格。

创建客户细分


您可以使用本过程创建客户细分。

过程

1. 单击“可用客户细分”窗格底部的**新建**。这样会显示“新建客户细分”窗口。
2. 选择客户细分的类型。
 - **同一会话** - 在报告时间范围内符合指定条件的所有会话。
 - **交叉会话** - 访客在报告时间范围内符合选定日期之间指定条件的所有会话。如果选择**交叉会话**，您必须指定开始日期和结束日期，或选择**先前**以将先前完成的时间段用于应用客户细分的报告。

注: “交叉会话”客户细分类型不可用于使用了导入到基于注册的数据扩展文件中数据的报告。
 - **多渠道客户** - 仅包含已注册客户的线上和线下活动。

注: 不能使用“新建客户细分”窗口创建 IBM Tealeaf 客户细分。当 Tealeaf 用户将 Tealeaf 会话标识导出至 Digital Analytics 时，IBM Digital Analytics 会创建 Tealeaf 客户细分。

3. 从**客户细分集目录**中选择该客户细分的目录，或从列表中选择**新目录**并在框中输入目录名称。
4. 在右侧字段中输入客户细分的名称。
5. 从**条件**列表中选择要使用的比较指标。
6. 使用以下某种方法，为此条件输入一个或多个值：
 - 要手动输入值，请单击**添加**，然后在出现的文本框中输入文本。
 - 如果针对您的客户标识启用了“快速选取”功能，那么可以单击**快速选取**图标 ()，根据最近的站点活动，按字母排序的列表显示所选条件的最常用的唯一值。从“快速选取记录”列表中选择要用于此条件的值；如果要选择多个值，请使用 Shift 或 Ctrl 键。要查找特定值，请使用对话框顶部的搜索框。在选择一个或多个值之后，单击**确定**。如果选择多个值，那么将使用 OR 连接来添加这些值。

“快速选取”列表中仅显示所选条件的顶级唯一值。未标识为顶级值的其他值可能也对该条件有效。

注: 为帮助您进行选择，请单击**样本记录**以显示您已选择的条件的样本值。

7. 从显示的列表中选择运算符。

- 如果指标的值为数字，那么该条件可以为：“等于”、“大于或等于”、“小于或等于”或“介于”。
- 如果指标为字符串值，那么该运算符可以为：“是”、“开头为”、“结尾为”、“包含”或“通配符”。

如果适用，请选中 **NOT** 以使条件成为排除条件（即，包含不符合该条件的记录）。

8. 选择以下某个选项以将条件应用于您的客户细分：

- 如果不需要为此客户细分定义任何其他条件，请单击**应用**。
条件将显示在窗口的右侧。
- 要通过 AND 连接来添加更多条件，请单击**应用**并返回到步骤 5。
- 要使用 OR 连接将更多值添加到此条件，请单击 **+ 使用“OR”添加条件**，返回到步骤 6 并按照有关手动输入值的指示信息进行操作。
- 要将现有客户细分应用于新客户细分，请展开客户细分目录，从屏幕左下方面板中选择所需客户细分。选择后，请单击**应用**。该条件将通过 AND 连接与任何其他条件连接。如果客户细分不包含指标客户细分（例如，页面浏览量 >=3），那么您可以选择 **NOT**。
- 将多个类型的条件分层在一起时，将始终使用 AND 来连接这些条件。

创建并应用条件之后，会在最右侧的面板上显示这些条件。您可以通过单击编辑 (✎) 图标以在左侧面板中重新打开条件以进行编辑，或通过单击删除 (✖) 图标以将其删除。您可以通过单击除去 (🗑️) 图标除去已应用的现有客户细分，这不会删除此客户细分，而是从所构建的客户细分中将其除去。

9. 完成之后，请单击**保存客户细分**以关闭该窗口并返回到**客户细分**选项卡。

结果

复制客户细分

该过程用于复制客户细分。

关于此任务

您可以复制现有客户细分并为其指定新名称。然后您可以按现状使用客户细分，也可以编辑、添加或删除条件。

过程

1. 从**客户细分目录**选择客户细分目录。该目录中的客户细分会显示在“**可用客户细分**”窗格中。
2. 选择要复制的客户细分并单击“复制”按钮。将显示“编辑客户细分”对话框，其中显示为现有客户细分配置的条件。
3. 选择或创建要在其中保存该客户细分的**客户细分目录**。
4. 为客户细分输入新名称。
5. 可通过单击编辑 (✎) 图标来选择和编辑现有条件，通过单击删除 (✖) 图标来将其删除，或添加新条件。

编辑客户细分

该过程用于编辑客户细分。

开始之前

如果已创建客户细分或对客户细分具有管理权限，您可以编辑该客户细分并以同一名称进行保存。如果尝试编辑您未创建的客户细分或不具有其管理权限的客户细分，那么**编辑客户细分**按钮将充当“复制客户细分”按钮。

注：针对客户细分所做的更改是全局的，会影响其他用户用该客户细分创建的报告。

过程

1. 从**客户细分目录**选择客户细分目录。该目录中的客户细分会显示在“**可用客户细分**”窗格中。

2. 选择要编辑的客户细分并单击**编辑**按钮。将显示一条警告消息，其显示受该客户细分影响的报告。

将显示“编辑客户细分”对话框，其中显示为现有客户细分配置的条件。

注: 无法更改名称和客户细分目录。

结果

您可以通过单击编辑 (✎) 图标来选择和编辑现有条件，通过单击删除 (✖) 图标来删除条件，或添加新条件。如果已应用现有客户细分，您可以通过单击除去 (🗑) 图标来将其除去。

关系缩放

关系缩放允许您立即将一组数据与其他一组或两组数据相关联。在选择每个目标时，屏幕将动态更新。

使用“关系缩放”选项卡可选择要放大的数据字段和指标。选择多个显示列时，生成的指标对应于所选显示列的唯一组合。例如，如果选择并排显示“页面”和“页面语言”，那么主页的页面浏览量会分为英语主页、德语主页、西班牙语主页等。某些数据（例如，“页面”和“目录”或“页面”和“页面属性：作者”）并排显示是有意义的，但其他组合则没有意义（例如，“产品名称”和“国家或地区”）。根据所选的第一个字段，其余显示列选项会受到限制。

运行报告后，在报告的前 10 行旁都将显示放大镜图标。选择放大镜将会在屏幕底部显示缩放您所选数据的一个或两个报告窗格。关系缩放类似于应用与条件相同的含目标行的会话分段。单击其他行上的放大镜图标时，缩放数据会动态更新。

构建报告时，“关系缩放”选项卡类似于“列和指标”屏幕。选项卡分为四个窗格：“可用显示列”、“**拖放显示列**”、“可用指标”和“**拖放指标**”。

“可用显示列”最初以“数据字段类型”填充。每个列都可以通过单击加号 (+) 图标来展开，以显示可用显示列。

显示缩放

该过程用于显示缩放。

开始之前

必须显示要进行缩放的报告。

过程

1. 将要使用的第一个显示列拖动到**拖放显示列**。其余某些显示列会从“可用显示列”窗格中除去，因为它们无法用于与所选列合并。

最多可选择三列。选择列时，列会在屏幕左上方显示，报告的可用指标会在**可用指标**中显示。

2. 将所需指标从**可用指标**列拖动到**拖放指标**列。最多可选择 10 个指标，它们可以是标准指标或计算的指标的任意组合。您可以通过从列上方的下拉列表中选择目录来过滤计算的指标列表。

有关使用计算的指标的信息，请参阅第 14 页的『[计算的指标](#)』。

3. 单击**添加缩放**。

此关系缩放将保存，显示列将在屏幕最右侧的“关系缩放”部分中显示。

定义报告名称和分发方法

名称和分发选项卡用于为报告设置名称、目录和分发方法。

过程

1. 在**报告名称**中为新报告输入报告名称（最多 50 个字符，例如，“针对头等舱乘客的首页或提前预定天数”）。

2. 选择**报告目录**或输入新目录名称。

每个报告都必须具有唯一的“报告名称 - 报告目录”组合。

3. 可选：在**注释**框中最多输入 250 个字符以描述报告。

4. 可选：选择分发方法。

- 选中**通过电子邮件接收**，以将报告作为电子邮件附件直接发送给您。输入您的电子邮件地址并选择 **Excel** 或 **CSV** 作为附件格式。附件包含有关报告的元数据（如名称、过滤器和客户细分）和数据表，但不包含图形。
- 选中**通过电子邮件通知**，以在生成报告时进行通知。输入您希望将通知发送到的电子邮件地址。

层次结构报告

层次结构报告根据另一个显示列的值显示某一个显示列的值。例如，可以查看每个产品目录中的最热门品牌。


选择列和指标

使用**报告构建器**选择报告的细目和指标列。最多可选择 5 个显示列和 10 个指标。

关于此任务

如果选择多个显示列，那么生成的可用于报告配置的指标对应于所选显示列的唯一组合。例如，如果选择同时显示**页面**和**页面语言**，那么主页的页面浏览量会分为英语主页、德语主页、西班牙语主页等。某些数据并排显示是有意义的（例如，“页面”和“目录”或“页面”和“页面属性：作者”），但其他组合则没有意义（例如，“产品名称”和“国家或地区”）。因此，根据您所选的第一个字段，其余显示列选项会受到限制。

显示内容分为四个窗格：“**可用显示列**”、“**拖放显示列**”、“**可用指标**”和“**拖放指标**”。

“**可用显示列**”最初以“数据字段类型”填充。每个字段类型都可以通过单击  按钮展开，以显示可用显示列。

注：如果想要将会话数据导出到 IBM Tealeaf，请在构建报告时包含会话指标，以便看到每行中的会话数。

过程

1. 将要使用的第一个显示列拖动到“拖放显示列”。

最多可选择五列。

选择列后，它将显示在屏幕的左上方。可用指标在**标准、计算和定制**选项卡中的“选择可用指标”列中列出。其余某些显示列会从“可用显示列”窗格中除去。因为这些列不可用于和所选列合并，所以会被除去。

2. 将期望的指标从**标准、计算或定制**选项卡的“选择可用指标”列中拖动到“拖放指标”列中。

可用于报告的指标取决于所选的显示列。只有与所选显示列兼容的指标才可供选择。

您的报告最多可包含 10 个指标，它们可以是标准指标、计算的指标或定制指标的任意组合。

您可以使用**计算**选项卡或使用**管理 > 计算的指标**页面创建或编辑计算的指标。

要创建或编辑定制指标，请使用**管理 > 定制指标**页面。

选择指标后，它将显示在屏幕的右上方。

相关概念

[第 14 页的『计算的指标』](#)

Digital Analytics Explore 中计算的指标是用户定义的指标，由通过一个或多个现有指标、运算符或常量构造的公式组成。您可以在“平面列表”、“层次结构”、“过滤组”、“客户细分比较”和“生命周期”报告中包括计算的指标。计算的指标不可用于“实时”报告。

[第 15 页的『定制指标』](#)

定制指标是基于标准指标或属性字段的用户定义的指标。您可以定义三种类型的定制指标：客户细分指标、过滤器指标和属性指标。此外，您可以使用定制指标功能，使用定制名称为标准指标创建别名。

设置报告频率和日期范围

使用**日期和数据集**选项卡可设置报告频率和日期范围。

关于此任务

报告频率是运行报告的次数。系统支持重现报告和单次报告。

重现报告

重现报告（由每日、每周或每月等报告频率来定义）在指定时间段内运行，从所选开始日期起或之后的第一个时间段开始。

- 如果 Digital Analytics Explore 系统已处理至少 13 个月（400 天）的数据，您可以针对前 13 个月的数据运行重现报告。缺省日期范围为 400 天。
- 要永久运行该报告（直到停止或删除），请选择从当前日期起的 400 天内的开始日期，并为**结束日期**选择**无结束日期**。选择历史开始日期会预填充截至当前时间段的报告和趋势。
- 可以访问最近 13 个月内的已处理报告。

单次报告

单次报告会在所选日期范围内运行一次，报告持续时间最多 93 天。

- 可以访问最近 93 天内的已处理报告。
- 无法切换到备用数据，因为根据定义，单次报告只能在指定日期范围内运行一次。
- **无结束日期**选项不可用于单次报告。
- 如果选择将来日期，那么报告在结束日期过后才会运行。

设置行限制

日期和数据集选项卡上的**行数**选项可根据报告类型确定报告中包含的信息量。

关于此任务

对于“平面列表”报告，**行数**选项定义要在报告中返回的最大行数。例如，选择 10,000 行将为报告返回按第一个所选指标排序的前 10,000 行。此外，所有“平面列表”报告都会显示总计行。如果定义的报告所包含的行多于所选行数，其余数据将在其他行中汇总。可能的值为 50、100、1,000 和 10,000。如果已针对您的客户标识启用此选项，那么您也可以选择 50,000 行。缺省值为 50 行。

对于“层次结构”报告，**行数**选项定义展开报告中的层次结构级别时要针对每个级别返回的最大行数。例如，如果将限制设置为 100 行，那么“层次结构”报告将返回 100 个顶级行、100 个二级行和 100 个三级行。可能值包括 50 和 100。缺省值为 50。

对于“定制组”报告，**行数**选项定义在展开报告中的每个组后要返回的最大行数。例如，选择 100 行将返回每个组内按第一个所选指标排序的前 100 行。对于包含 10 个或更少组的报告，每个组最多可选择 1,000 行。如果定义的报告所包含的行多于每个组中所选行数，其余数据将在其他行中汇总。

行数选项在“客户细分比较”报告中不可用。

选择数据集

日期和数据集选项卡用于指定报告要使用的数据集。

关于此任务

通过选择**完整数据集报告**或**采样报告**，可确定处理的信息量以及报告所需的时间。

完整数据集报告

返回给定报告时间范围内所有适用的客户数据。

采样报告

报告给定报告时间范围内客户访客总体的采样，并以穷举方式考虑这些访客的所有会话和记录。Digital Analytics 可根据客户数据量确定适当的采样率。采样率位于每个采样报告上的开放设置区域中。

针对样本数据集运行的报告会运行得更快，因为它只使用一部分访客及其活动来推断结果。该报告有助于在针对所有数据运行测试报告前创建和查看测试报告，以通过这些数字获得代表性的观点并在创建完整数据集报告前查看报告的外观。

过滤器

过滤器由添加到 Digital Analytics Explore 报告以缩小报告结果范围的一个或多个条件组成。这些条件将所选指标与指定的值进行比较，并根据条件包含或排除记录。

例如，您可能需要仅限美国访客访问报告。一个条件由一个指标以及一个或多个比较组成。

过滤器选项卡用于为报告创建、复制或编辑过滤器，或者使用现有过滤器。还可以根据您的特定需要重命名和编辑现有过滤器。为方便起见，过滤器可分为几个过滤器目录。

使用现有过滤器

该过程用于向报告添加现有过滤器。

过程

1. 从**过滤器目录**列表选择过滤器目录。所选目录中的过滤器会显示在**可用过滤器**窗格中。
2. 将要应用的一个或多个过滤器拖动至**拖放**窗格。


创建过滤器

您可以使用本过程创建过滤器。

开始之前

注: 在为报告创建过滤器之前，您必须先定义要使用的显示列和指标。

过程

1. 单击**可用过滤器**窗格底部的**新建**。这样会显示“新建过滤器”对话框。
2. 从**过滤器目录**中选择该过滤器的目录，或从列表中选择**新目录**并在字段中输入目录名称。
3. 在右侧字段中输入过滤器的名称。
4. 从**条件**列表中选择要使用的比较指标。
5. 使用以下某种方法，为此条件输入一个或多个值：
 - 要手动输入值，请单击**添加**，然后在出现的文本框中输入文本。
 - 如果针对您的客户标识启用了“快速选取”功能，那么可以单击**快速选取**图标 ()，根据最近的站点活动，按字母排序的列表显示所选条件的最常用的唯一值。从“快速选取记录”列表中选择要用于此条件的值；如果要选择多个值，请使用 Shift 或 Ctrl 键。要查找特定值，请使用对话框顶部的搜索框。在选择一个或多个值之后，单击**确定**。如果选择多个值，那么将使用 OR 连接来添加这些值。

“快速选取”列表中仅显示所选条件的顶级唯一值。未标识为顶级值的其他值可能也对该条件有效。

注: 为帮助您进行选择，请单击**样本记录**以显示您已选择的条件的样本值。

6. 从显示的列表中选择运算符。
 - 如果指标的值为数字，那么该条件可以为：“等于”、“大于或等于”、“小于或等于”或“介于”。
 - 如果指标为字符串值，那么该运算符可以为：“是”、“开头为”、“结尾为”、“包含”或“通配符”。

如果适用，请选中 **NOT** 以使条件成为排除条件（即，包含不符合该条件的记录）。

7. 选择以下某个选项以将条件应用于您的过滤器：
 - 如果不需要为此过滤器定义任何其他条件，请单击**应用**。
条件将显示在窗口的右侧。
 - 要通过 AND 连接来添加更多条件，请单击**应用**并返回到步骤 4。
 - 要使用 OR 连接将更多值添加到此条件，请单击 **+ 使用“OR”添加条件**，返回到步骤 5，并按照有关手动输入值的指示信息进行操作。
 - 要将现有过滤器应用于新过滤器，请从屏幕左下方面板中展开过滤器目录，选择所需过滤器。选择后，请单击**应用**。该条件将通过 AND 连接与任何其他条件连接。如果过滤器不包含指标过滤器（例如，页面浏览量 ≥ 3 ），那么您可以选择 **NOT**。
 - 将多个类型的条件分层在一起时，将始终使用 AND 来连接这些条件。

创建并应用条件之后，会在最右侧的面板上显示这些条件。您可以通过单击编辑 (✎) 图标以在左侧面板中重新打开条件以进行编辑，或通过单击删除 (✖) 图标以将其删除。您可以通过单击除去 (🗑) 图标除去已应用的现有过滤器，这不会删除此过滤器，而是从所构建的过滤器中将其除去。

8. 完成之后，请单击**保存过滤器**以关闭该窗口并返回到**过滤器**选项卡。

复制过滤器

本过程用于复制过滤器。

关于此任务

您可以复制现有过滤器，为其提供新名称，然后按现状进行使用，也可以编辑、添加或删除条件。

过程

1. 从**过滤器目录**选择过滤器目录。该目录中的过滤器会显示在“可用过滤器”窗格中。
2. 选择要复制的过滤器并单击**复制**。“**编辑过滤器**”对话框显示现有过滤器的条件。
3. 选择或创建要在其中保存该过滤器的“过滤器目录”。
4. 为过滤器输入新名称。
5. 可通过单击编辑 (✎) 图标来选择和编辑现有条件，通过单击删除 (✖) 图标来删除条件，或添加新条件。

编辑过滤器

该过程用于编辑现有过滤器。

开始之前

如果已创建过滤器或对过滤器具有管理权限，您可以编辑该过滤器并以同一名称进行保存。如果您没有过滤器的编辑特权，那么单击**编辑**图标将只允许您复制此过滤器。

注：对过滤器的更改属于全局更改，会影响使用这些过滤器的所有报告，包括由其他用户创建的报告。

过程

1. 从**过滤器目录**列表选择过滤器目录。该目录中的过滤器会显示在“可用过滤器”窗格中。
2. 选择要编辑的过滤器并单击**编辑**图标。将显示一条警告消息，其显示受该过滤器影响的报告。
3. 将显示“编辑过滤器”对话框，其中显示现有过滤器的条件。

注：无法更改名称或过滤器目录。

结果

您可以通过单击编辑 (✎) 图标来选择和编辑现有条件，通过单击删除 (✖) 图标来删除条件，或添加新条件。如果已应用现有过滤器，您可以通过单击除去 (🗑) 图标来将其除去。

客户细分

使用“客户细分”选项卡可为 Digital Analytics Explore 报告创建、复制或编辑客户细分，或者使用现有客户细分。还可以根据您的需要重命名和编辑现有客户细分。为方便起见，客户细分可分为几个客户细分目录。

注：请在完成所有非可选的选项卡后再单击**提交**。

将客户细分添加至报告中

构建报告时，可以将现有客户细分添加至报告配置中。

过程

1. 单击**客户细分**选项卡。
2. 从**客户细分目录**选择客户细分目录。该目录中的客户分会显示在“可用客户细分”窗格中。
3. 将要应用的一个或多个客户细分拖动至**拖放**窗格。

创建客户细分

您可以使用本过程创建客户细分。


过程

1. 单击“可用客户细分”窗格底部的**新建**。这样会显示“新建客户细分”窗口。
2. 选择客户细分的类型。

- **同一会话** - 在报告时间范围内符合指定条件的所有会话。
- **交叉会话** - 访客在报告时间范围内符合选定日期之间指定条件的所有会话。如果选择**交叉会话**，您必须指定开始日期和结束日期，或选择**先前**以将先前完成的时间段用于应用客户细分的报告。
注：“交叉会话”客户细分类型不可用于使用了导入到基于注册的数据扩展文件中数据的报告。
- **多渠道客户** - 仅包含已注册客户的线上和线下活动。

注：不能使用“新建客户细分”窗口创建 IBM Tealeaf 客户细分。当 Tealeaf 用户将 Tealeaf 会话标识导出至 Digital Analytics 时，IBM Digital Analytics 会创建 Tealeaf 客户细分。

3. 从**客户细分集目录**中选择该客户细分的目录，或从列表中选择**新目录**并在框中输入目录名称。
4. 在右侧字段中输入客户细分的名称。
5. 从**条件**列表中选择要使用的比较指标。
6. 使用以下某种方法，为此条件输入一个或多个值：




- 要手动输入值，请单击**添加**，然后在出现的文本框中输入文本。
- 如果针对您的客户标识启用了“快速选取”功能，那么可以单击**快速选取**图标 ()，根据最近的站点活动，按字母排序的列表显示所选条件的最常用的唯一值。从“快速选取记录”列表中选择要用于此条件的值；如果要选择多个值，请使用 Shift 或 Ctrl 键。要查找特定值，请使用对话框顶部的搜索框。在选择一个或多个值之后，单击**确定**。如果选择多个值，那么将使用 OR 连接来添加这些值。
“快速选取”列表中仅显示所选条件的顶级唯一值。未标识为顶级值的其他值可能也对该条件有效。

注：为帮助您进行选择，请单击**样本记录**以显示您已选择的条件的样本值。

7. 从显示的列表中选择运算符。
 - 如果指标的值为数字，那么该条件可以为：“等于”、“大于或等于”、“小于或等于”或“介于”。
 - 如果指标为字符串值，那么该运算符可以为：“是”、“开头为”、“结尾为”、“包含”或“通配符”。

如果适用，请选中 **NOT** 以使条件成为排除条件（即，包含不符合该条件的记录）。

8. 选择以下某个选项以将条件应用于您的客户细分：
 - 如果不需要为此客户细分定义任何其他条件，请单击**应用**。
条件将显示在窗口的右侧。
 - 要通过 AND 连接来添加更多条件，请单击**应用**并返回到步骤 5。
 - 要使用 OR 连接将更多值添加到此条件，请单击 **+ 使用“OR”添加条件**，返回到步骤 6 并按照有关手动输入值的指示信息进行操作。
 - 要将现有客户细分应用于新客户细分，请展开客户细分目录，从屏幕左下方面板中选择所需客户细分。选择后，请单击**应用**。该条件将通过 AND 连接与任何其他条件连接。如果客户细分不包含指标客户细分（例如，页面浏览量 ≥ 3 ），那么您可以选择 **NOT**。
 - 将多个类型的条件分层在一起时，将始终使用 AND 来连接这些条件。

创建并应用条件之后，会在最右侧的面板上显示这些条件。您可以通过单击编辑 () 图标以在左侧面板中重新打开条件以进行编辑，或通过单击删除 () 图标以将其删除。您可以通过单击除去 () 图标除去已应用的现有客户细分，这不会删除此客户细分，而是从所构建的客户细分中将其除去。

9. 完成之后，请单击**保存客户细分**以关闭该窗口并返回到**客户细分**选项卡。

结果

复制客户细分

该过程用于复制客户细分。

关于此任务

您可以复制现有客户细分并为其指定新名称。然后您可以按现状使用客户细分，也可以编辑、添加或删除条件。

过程

1. 从**客户细分目录**选择客户细分目录。该目录中的客户细分会显示在“**可用客户细分**”窗格中。
2. 选择要复制的客户细分并单击“复制”按钮。将显示“编辑客户细分”对话框，其中显示为现有客户细分配置的条件。
3. 选择或创建要在其中保存该客户细分的**客户细分目录**。
4. 为客户细分输入新名称。
5. 可通过单击编辑 (✎) 图标来选择和编辑现有条件，通过单击删除 (✕) 图标来将其删除，或添加新条件。

编辑客户细分

该过程用于编辑客户细分。

开始之前

如果已创建客户细分或对客户细分具有管理权限，您可以编辑该客户细分并以同一名称进行保存。如果尝试编辑您未创建的客户细分或不具有其管理权限的客户细分，那么**编辑客户细分**按钮将充当“复制客户细分”按钮。

注: 针对客户细分所做的更改是全局的，会影响其他用户用该客户细分创建的报告。

过程

1. 从**客户细分目录**选择客户细分目录。该目录中的客户细分会显示在“**可用客户细分**”窗格中。
2. 选择要编辑的客户细分并单击**编辑**按钮。将显示一条警告消息，其显示受该客户细分影响的报告。将显示“编辑客户细分”对话框，其中显示为现有客户细分配置的条件。

注: 无法更改名称和客户细分目录。

结果

您可以通过单击编辑 (✎) 图标来选择和编辑现有条件，通过单击删除 (✕) 图标来删除条件，或添加新条件。如果已应用现有客户细分，您可以通过单击除去 (🗑️) 图标来将其除去。

定义报告名称和分发方法

名称和分发选项卡用于为报告设置名称、目录和分发方法。

过程

1. 在**报告名称**中为新报告输入报告名称（最多 50 个字符，例如，“针对头等舱乘客的首页或提前预定天数”）。
2. 选择**报告目录**或输入新目录名称。

每个报告都必须具有唯一的“报告名称 - 报告目录”组合。
3. 可选：在**注释**框中最多输入 250 个字符以描述报告。
4. 可选：选择分发方法。
 - 选中**通过电子邮件接收**，以将报告作为电子邮件附件直接发送给您。输入您的电子邮件地址并选择 **Excel** 或 **CSV** 作为附件格式。附件包含有关报告的元数据（如名称、过滤器和客户细分）和数据表，但不包含图形。
 - 选中**通过电子邮件通知**，以在生成报告时进行通知。输入您希望将通知发送到的电子邮件地址。

定制组报告

使用“定制组”报告允许您使用高级过滤器逻辑来创建特定组（或可扩展目录）。该报告类型非常适合实时创建最多 10 个目录或将数据元素分组以满足您的需要。

指标在组级别进行合计并删除重复项。此外，还有一个用于**其他行**（该行用于提供每个组内未显示值的总和）的选项。


选择列和指标

使用**报告构建器**选择要报告的细目和指标列。最多可选择 3 个显示列和 10 个指标。创建报告时，将通过所选显示列组合与指标创建数据网格。

关于此任务

如果选择多个显示列，那么生成的指标对应于所选显示列的唯一组合。例如，如果选择同时显示**页面**和**页面语言**，那么主页的页面浏览量会分为英语主页、德语主页、西班牙语主页等。某些数据并排显示是有意义的（例如，“页面”和“目录”或“页面”和“页面属性：作者”），但其他组合则没有意义（例如，“产品名称”和“国家或地区”）。因此，根据您所选的第一个字段，其余显示列选项会受到限制。

显示内容分为四个窗格：“**可用显示列**”、“**拖放显示列**”、“**可用指标**”和“**拖放指标**”。

“**可用显示列**”最初以“数据字段类型”填充。每个字段类型都可以通过单击  按钮展开，以显示可用显示列。

注：如果想要将会话数据导出到 IBM Tealeaf，请在构建报告时包含会话指标，以便看到每行中的会话数。

过程

1. 将要使用的第一个显示列拖动到“拖放显示列”。

最多可选择三列。

选择列后，它将显示在屏幕的左上方。可用指标在“标准”和“计算”选项卡的“选择可用指标”列中列出。其余某些显示列会从“**可用显示列**”窗格中除去。因为这些列不可用于和所选列合并，所以会被除去。

2. 将所需的指标从**标准**选项卡或**计算**选项卡的“选择可用指标”列中拖动到“拖放指标”列中。

可用于报告的指标取决于所选的显示列。只有与所选显示列兼容的指标才可供选择。

您的报告最多可包含 10 个指标，它们可以是标准指标或计算的指标的任意组合。

您可以使用**计算**选项卡或使用**管理 > 计算的指标**页面创建或编辑计算的指标。

定制指标不可用于“定制组”报告。

选择指标后，它将显示在屏幕的右上方。

相关概念

[第 14 页的『计算的指标』](#)

Digital Analytics Explore 中计算的指标是用户定义的指标，由通过一个或多个现有指标、运算符或常量构造的公式组成。您可以在“平面列表”、“层次结构”、“过滤组”、“客户细分比较”和“生命周期”报告中包括计算的指标。计算的指标不可用于“实时”报告。

组

构建“定制组”报告时，可使用“组”选项卡为报告创建、复制或编辑组，或者使用现有组。还可以根据您的需要重命名和编辑现有组。为方便起见，组可分为几个组目录。

关于此任务

一个组由一个或多个条件组成。这些条件将所选指标与指定值进行比较，并根据指标包含或排除某条记录。例如，您可能希望仅限美国访客访问报告。一个条件由一个指标以及一个或多个比较组成。

使用组

该过程用于操纵现有定制组。


过程

1. 从**组目录**选择组目录。
该目录中的组会显示在“可用组”窗格中。
2. 将要应用的一个组或多个组拖动到**拖放**。
3. 提交请求。

创建组

该过程用于创建定制组。

过程




1. 单击“可用组”窗格底部的**新建**。这样会显示“新建组”窗口。
2. 从**组集目录**中选择该组的目录，或从列表中选择**新目录**并在框中输入目录名称。
3. 在**组名**中输入组的名称。
4. 从**条件**列表中选择要使用的比较指标。
5. 使用以下某种方法，为此条件输入一个或多个值：
 - 要手动输入值，请单击**添加**，然后在出现的文本框中输入文本。
 - 如果针对您的客户标识启用了“快速选取”功能，那么可以单击**快速选取**图标 ()，根据最近的站点活动，按字母排序的列表显示所选条件的最常用的唯一值。从“快速选取记录”列表中选择要用于此条件的值；如果要选择多个值，请使用 Shift 或 Ctrl 键。要查找特定值，请使用对话框顶部的搜索框。在选择一个或多个值之后，单击**确定**。如果选择多个值，那么将使用 OR 连接来添加这些值。
“快速选取”列表中仅显示所选条件的顶级唯一值。未标识为顶级值的其他值可能也对该条件有效。

注: 为帮助您进行选择，请单击**样本记录**以显示您已选择的条件的样本值。

6. 从显示的列表中选择运算符。
 - 如果指标的值为数字，那么该条件可以为：“等于”、“大于或等于”、“小于或等于”或“介于”。
 - 如果指标为字符串值，那么该运算符可以为：“是”、“开头为”、“结尾为”、“包含”或“通配符”。

如果适用，请选中 **NOT** 以使条件成为排除条件（即，包含不符合该条件的记录）。

7. 选择以下某个选项以将条件应用于您的组：
 - 如果不需要为此组定义任何其他条件，请单击**应用**。
条件将显示在窗口的右侧。
 - 要通过 AND 连接来添加更多条件，请单击**应用**并返回到步骤 4。
 - 要使用 OR 连接将更多值添加到此条件，请单击 **+ 使用“OR”添加条件**，返回到步骤 5，并按照有关手动输入值的指示信息进行操作。
 - 要将现有组应用于新组，请展开组目录，从左下方面板中选择所需组。选择后，请单击**应用**。该条件将通过 AND 连接与任何其他条件连接。如果组不包含指标过滤器（例如，页面浏览量 ≥ 3 ），那么您可以选择 **NOT**。
 - 将多个类型的条件分层在一起时，将始终使用 AND 来连接这些条件。

创建并应用条件之后，会在最右侧的面板上显示这些条件。您可以通过单击编辑 () 图标以在左侧面板中重新打开条件以进行编辑，或通过单击删除 () 图标以将其删除。您可以通过单击除去 () 图标除去已应用的现有组，这不会删除此组，而是从所构建的组中将其除去。

8. 完成之后，请单击**保存组**以关闭该窗口并返回到**组**选项卡。

复制组

该过程用于复制定制组。

关于此任务

如果另一用户已定义某个组，您可以复制其条件并为其指定新名称。然后您可以按现状进行使用，也可以编辑、添加或删除条件。

过程

1. 从**组目录**选择组目录。该目录中的组会显示在“可用组”窗格中。
2. 选择要复制的组并单击**复制**按钮。将显示“编辑组”对话框，其中显示为现有组设置的条件。
3. 选择或创建要在其中保存该组的**组目录**。
4. 为该组输入新名称。

结果

您可以通过单击编辑 (✎) 图标来选择和编辑现有条件，通过单击删除 (✖) 图标来将其删除，或根据第 32 页的『创建组』中所述添加新条件。

编辑组

该过程用于编辑定制组。

关于此任务

如果已创建组或对组具有管理权限，您可以编辑该组并以同一名称进行保存。如果您尝试编辑自己尚未创建的组或不具有其管理权限的组，那么**编辑组**按钮将充当**复制组**按钮。

注：针对组所做的更改是全局的，会影响该组的其他用户创建的报告。

过程

1. 从**组目录**下拉列表中选择组目录。该目录中的组会显示在“可用组”窗格中。
2. 选择要编辑的组并单击**编辑**按钮。将显示一条警告消息，显示受此组影响的报告。
3. 将显示**编辑组**对话框，其中显示现有组的条件。

注：无法更改名称和组目录。

结果

您可以通过单击编辑 (✎) 图标来选择和编辑现有条件，通过单击删除 (✖) 图标来将其删除，或根据第 32 页的『创建组』中所述添加新条件。如果已应用现有组，您可以通过单击除去 (🗑) 图标来将其除去。

客户细分

使用“客户细分”选项卡可为 Digital Analytics Explore 报告创建、复制或编辑客户细分，或者使用现有客户细分。还可以根据您的需要重命名和编辑现有客户细分。为方便起见，客户细分可分为几个客户细分目录。

注：请在完成所有非可选的选项卡后再单击**提交**。

将客户细分添加至报告中

构建报告时，可以将现有客户细分添加至报告配置中。

过程

1. 单击**客户细分**选项卡。
2. 从**客户细分目录**选择客户细分目录。该目录中的客户分会显示在“可用客户细分”窗格中。
3. 将要应用的一个或多个客户细分拖动至**拖放**窗格。

创建客户细分

您可以使用本过程创建客户细分。


过程

1. 单击“可用客户细分”窗格底部的**新建**。这样会显示“新建客户细分”窗口。
2. 选择客户细分的类型。

- **同一会话** - 在报告时间范围内符合指定条件的所有会话。
- **交叉会话** - 访客在报告时间范围内符合选定日期之间指定条件的所有会话。如果选择**交叉会话**，您必须指定开始日期和结束日期，或选择**先前**以将先前完成的时间段用于应用客户细分的报告。
注：“交叉会话”客户细分类型不可用于使用了导入到基于注册的数据扩展文件中数据的报告。
- **多渠道客户** - 仅包含已注册客户的线上和线下活动。

注：不能使用“新建客户细分”窗口创建 IBM Tealeaf 客户细分。当 Tealeaf 用户将 Tealeaf 会话标识导出至 Digital Analytics 时，IBM Digital Analytics 会创建 Tealeaf 客户细分。

3. 从**客户细分集目录**中选择该客户细分的目录，或从列表中选择**新目录**并在框中输入目录名称。
4. 在右侧字段中输入客户细分的名称。
5. 从**条件**列表中选择要使用的比较指标。
6. 使用以下某种方法，为此条件输入一个或多个值：




- 要手动输入值，请单击**添加**，然后在出现的文本框中输入文本。
- 如果针对您的客户标识启用了“快速选取”功能，那么可以单击**快速选取**图标 ()，根据最近的站点活动，按字母排序的列表显示所选条件的最常用的唯一值。从“快速选取记录”列表中选择要用于此条件的值；如果要选择多个值，请使用 Shift 或 Ctrl 键。要查找特定值，请使用对话框顶部的搜索框。在选择一个或多个值之后，单击**确定**。如果选择多个值，那么将使用 OR 连接来添加这些值。
“快速选取”列表中仅显示所选条件的顶级唯一值。未标识为顶级值的其他值可能也对该条件有效。

注：为帮助您进行选择，请单击**样本记录**以显示您已选择的条件的样本值。

7. 从显示的列表中选择运算符。
 - 如果指标的值为数字，那么该条件可以为：“等于”、“大于或等于”、“小于或等于”或“介于”。
 - 如果指标为字符串值，那么该运算符可以为：“是”、“开头为”、“结尾为”、“包含”或“通配符”。

如果适用，请选中 **NOT** 以使条件成为排除条件（即，包含不符合该条件的记录）。

8. 选择以下某个选项以将条件应用于您的客户细分：
 - 如果不需要为此客户细分定义任何其他条件，请单击**应用**。
条件将显示在窗口的右侧。
 - 要通过 AND 连接来添加更多条件，请单击**应用**并返回到步骤 5。
 - 要使用 OR 连接将更多值添加到此条件，请单击 **+ 使用“OR”添加条件**，返回到步骤 6 并按照有关手动输入值的指示信息进行操作。
 - 要将现有客户细分应用于新客户细分，请展开客户细分目录，从屏幕左下方面板中选择所需客户细分。选择后，请单击**应用**。该条件将通过 AND 连接与任何其他条件连接。如果客户细分不包含指标客户细分（例如，页面浏览量 ≥ 3 ），那么您可以选择 **NOT**。
 - 将多个类型的条件分层在一起时，将始终使用 AND 来连接这些条件。

创建并应用条件之后，会在最右侧的面板上显示这些条件。您可以通过单击编辑 () 图标以在左侧面板中重新打开条件以进行编辑，或通过单击删除 () 图标以将其删除。您可以通过单击除去 () 图标除去已应用的现有客户细分，这不会删除此客户细分，而是从所构建的客户细分中将其除去。

9. 完成之后，请单击**保存客户细分**以关闭该窗口并返回到**客户细分**选项卡。

结果

复制客户细分

该过程用于复制客户细分。

关于此任务

您可以复制现有客户细分并为其指定新名称。然后您可以按现状使用客户细分，也可以编辑、添加或删除条件。

过程

1. 从**客户细分目录**选择客户细分目录。该目录中的客户细分会显示在“**可用客户细分**”窗格中。
2. 选择要复制的客户细分并单击“复制”按钮。将显示“编辑客户细分”对话框，其中显示为现有客户细分配置的条件。
3. 选择或创建要在其中保存该客户细分的**客户细分目录**。
4. 为客户细分输入新名称。
5. 可通过单击编辑 (✎) 图标来选择和编辑现有条件，通过单击删除 (✕) 图标来将其删除，或添加新条件。

编辑客户细分

该过程用于编辑客户细分。

开始之前

如果已创建客户细分或对客户细分具有管理权限，您可以编辑该客户细分并以同一名称进行保存。如果尝试编辑您未创建的客户细分或不具有其管理权限的客户细分，那么**编辑客户细分**按钮将充当“复制客户细分”按钮。

注: 针对客户细分所做的更改是全局的，会影响其他用户用该客户细分创建的报告。

过程

1. 从**客户细分目录**选择客户细分目录。该目录中的客户细分会显示在“**可用客户细分**”窗格中。
2. 选择要编辑的客户细分并单击**编辑**按钮。将显示一条警告消息，其显示受该客户细分影响的报告。
将显示“编辑客户细分”对话框，其中显示为现有客户细分配置的条件。

注: 无法更改名称和客户细分目录。

结果

您可以通过单击编辑 (✎) 图标来选择和编辑现有条件，通过单击删除 (✕) 图标来删除条件，或添加新条件。如果已应用现有客户细分，您可以通过单击除去 (🗑️) 图标来将其除去。

设置报告频率和日期范围

使用**日期和数据集**选项卡可设置报告频率和日期范围。

关于此任务

报告频率是运行报告的次数。系统支持重现报告和单次报告。

重现报告

重现报告（由每日、每周或每月等报告频率来定义）在指定时间段内运行，从所选开始日期起或之后的第一个时间段开始。

- 如果 Digital Analytics Explore 系统已处理至少 13 个月（400 天）的数据，您可以针对前 13 个月的数据运行重现报告。缺省日期范围为 400 天。
- 要永久运行该报告（直到停止或删除），请选择从当前日期起的 400 天内的开始日期，并为**结束日期**选择**无结束日期**。选择历史开始日期会预填充截至当前时间段的报告和趋势。
- 可以访问最近 13 个月内的已处理报告。

单次报告

单次报告会在所选日期范围内运行一次，报告持续时间最多 93 天。

- 可以访问最近 93 天内的已处理报告。
- 无法切换到备用数据，因为根据定义，单次报告只能在指定日期范围内运行一次。
- 无结束日期选项不可用于单次报告。
- 如果选择将来日期，那么报告在结束日期过后才会运行。

设置行限制

日期和数据集选项卡上的**行数**选项可根据报告类型确定报告中包含的信息量。

关于此任务

对于“平面列表”报告，**行数**选项定义要在报告中返回的最大行数。例如，选择 10,000 行将为报告返回按第一个所选指标排序的前 10,000 行。此外，所有“平面列表”报告都会显示总计行。如果定义的报告所包含的行多于所选行数，其余数据将在其他行中汇总。可能的值为 50、100、1,000 和 10,000。如果已针对您的客户标识启用此选项，那么您也可以选择 50,000 行。缺省值为 50 行。

对于“层次结构”报告，**行数**选项定义展开报告中的层次结构级别时要针对每个级别返回的最大行数。例如，如果将限制设置为 100 行，那么“层次结构”报告将返回 100 个顶级行、100 个二级行和 100 个三级行。可能值包括 50 和 100。缺省值为 50。

对于“定制组”报告，**行数**选项定义在展开报告中的每个组后要返回的最大行数。例如，选择 100 行将返回每个组内按第一个所选指标排序的前 100 行。对于包含 10 个或更少组的报告，每个组最多可选择 1,000 行。如果定义的报告所包含的行多于每个组中所选行数，其余数据将在其他行中汇总。

行数选项在“客户细分比较”报告中不可用。

选择数据集

日期和数据集选项卡用于指定报告要使用的数据集。

关于此任务

通过选择**完整数据集报告**或**采样报告**，可确定处理的信息量以及报告所需的时间。

完整数据集报告

返回给定报告时间范围内所有适用的客户数据。

采样报告

报告给定报告时间范围内客户访客总体的采样，并以穷举方式考虑这些访客的所有会话和记录。Digital Analytics 可根据客户数据量确定适当的采样率。采样率位于每个采样报告上的开放设置区域中。

针对样本数据集运行的报告会运行得更快，因为它只使用一部分访客及其活动来推断结果。该报告有助于在针对所有数据运行测试报告前创建和查看测试报告，以通过这些数字获得代表性的观点并在创建完整数据集报告前查看报告的外观。

定义报告名称和分发方法

名称和分发选项卡用于为报告设置名称、目录和分发方法。

过程

1. 在**报告名称**中为新报告输入报告名称（最多 50 个字符，例如，“针对头等舱乘客的首页或提前预定天数”）。
2. 选择**报告目录**或输入新目录名称。
每个报告都必须具有唯一的“报告名称 - 报告目录”组合。
3. 可选：在**注释**框中最多输入 250 个字符以描述报告。
4. 可选：选择分发方法。
 - 选中**通过电子邮件接收**，以将报告作为电子邮件附件直接发送给您。输入您的电子邮件地址并选择 **Excel** 或 **CSV** 作为附件格式。附件包含有关报告的元数据（如名称、过滤器和客户细分）和数据表，但不包含图形。

- 选中**通过电子邮件通知**，以在生成报告时进行通知。输入您希望将通知发送到的电子邮件地址。

“客户细分比较” 报告

使用“客户细分比较”报告允许您针对关键业绩指标分析访客客户细分。该报告类型非常适合在用户客户细分或定义的人物角色之间进行快速行为客户细分比较（每个报告最多 10 次）。

客户细分和指标

使用**报告构建器**选择“客户细分比较”报告的细目和指标列。

最多可选择 10 个客户细分和 10 个指标。这些指标可以是标准指标或计算的指标的任意组合。您可以通过从列上方的下拉列表中选择目录来过滤计算的指标列表。

有关计算的指标的更多信息，请参阅第 14 页的『计算的指标』。

注: 如果想要将会话数据导出到 IBM Tealeaf，请在构建报告时包含会话指标，以便看到每行中的会话数。

创建报告时，将从所选客户细分和指标创建数据网格。

将客户细分添加至报告中

构建报告时，可以将现有客户细分添加至报告配置中。

过程

1. 单击**客户细分**选项卡。
2. 从**客户细分目录**选择客户细分目录。该目录中的客户分会显示在“可用客户细分”窗格中。
3. 将要应用的一个或多个客户细分拖动至**拖放**窗格。


创建客户细分

您可以使用本过程创建客户细分。

过程

1. 单击“可用客户细分”窗格底部的**新建**。这样会显示“新建客户细分”窗口。
2. 选择客户细分的类型。
 - **同一会话** - 在报告时间范围内符合指定条件的所有会话。
 - **交叉会话** - 访客在报告时间范围内符合选定日期之间指定条件的所有会话。如果选择**交叉会话**，您必须指定开始日期和结束日期，或选择**先前**以将先前完成的时间段用于应用客户细分的报告。

注: “交叉会话”客户细分类型不可用于使用了导入到基于注册的数据扩展文件中数据的报告。
 - **多渠道客户** - 仅包含已注册客户的线上和线下活动。

注: 不能使用“新建客户细分”窗口创建 IBM Tealeaf 客户细分。当 Tealeaf 用户将 Tealeaf 会话标识导出至 Digital Analytics 时，IBM Digital Analytics 会创建 Tealeaf 客户细分。
3. 从**客户细分集目录**中选择该客户细分的目录，或从列表中选择**新目录**并在框中输入目录名称。
4. 在右侧字段中输入客户细分的名称。
5. 从**条件**列表中选择要使用的比较指标。
6. 使用以下某种方法，为此条件输入一个或多个值：
 - 要手动输入值，请单击**添加**，然后在出现的文本框中输入文本。
 - 如果针对您的客户标识启用了“快速选取”功能，那么可以单击**快速选取**图标 ()，根据最近的站点活动，按字母排序的列表显示所选条件的最常用的唯一值。从“快速选取记录”列表中选择要用于此条件的值；如果要选择多个值，请使用 Shift 或 Ctrl 键。要查找特定值，请使用对话框顶部的搜索框。在选择一个或多个值之后，单击**确定**。如果选择多个值，那么将使用 OR 连接来添加这些值。

“快速选取”列表中仅显示所选条件的顶级唯一值。未标识为顶级值的其他值可能也对该条件有效。
- 注:** 为帮助您进行选择，请单击**样本记录**以显示您已选择的条件的样本值。
7. 从显示的列表中选择运算符。

- 如果指标的值为数字，那么该条件可以为：“等于”、“大于或等于”、“小于或等于”或“介于”。
- 如果指标为字符串值，那么该运算符可以为：“是”、“开头为”、“结尾为”、“包含”或“通配符”。

如果适用，请选中 **NOT** 以使条件成为排除条件（即，包含不符合该条件的记录）。

8. 选择以下某个选项以将条件应用于您的客户细分：

- 如果不需要为此客户细分定义任何其他条件，请单击**应用**。
条件将显示在窗口的右侧。
- 要通过 AND 连接来添加更多条件，请单击**应用**并返回到步骤 5。
- 要使用 OR 连接将更多值添加到此条件，请单击 **+ 使用“OR”添加条件**，返回到步骤 6 并按照有关手动输入值的指示信息进行操作。
- 要将现有客户细分应用于新客户细分，请展开客户细分目录，从屏幕左下方面板中选择所需客户细分。选择后，请单击**应用**。该条件将通过 AND 连接与任何其他条件连接。如果客户细分不包含指标客户细分（例如，页面浏览量 ≥ 3 ），那么您可以选择 **NOT**。
- 将多个类型的条件分层在一起时，将始终使用 AND 来连接这些条件。

创建并应用条件之后，会在最右侧的面板上显示这些条件。您可以通过单击编辑 (✎) 图标以在左侧面板中重新打开条件以进行编辑，或通过单击删除 (✖) 图标以将其删除。您可以通过单击除去 (🗑️) 图标除去已应用的现有客户细分，这不会删除此客户细分，而是从所构建的客户细分中将其除去。

9. 完成之后，请单击**保存客户细分**以关闭该窗口并返回到**客户细分**选项卡。

结果

复制客户细分

该过程用于复制客户细分。

关于此任务

您可以复制现有客户细分并为其指定新名称。然后您可以按现状使用客户细分，也可以编辑、添加或删除条件。

过程

1. 从**客户细分目录**选择客户细分目录。该目录中的客户细分会显示在“**可用客户细分**”窗格中。
2. 选择要复制的客户细分并单击“复制”按钮。将显示“编辑客户细分”对话框，其中显示为现有客户细分配置的条件。
3. 选择或创建要在其中保存该客户细分的**客户细分目录**。
4. 为客户细分输入新名称。
5. 可通过单击编辑 (✎) 图标来选择和编辑现有条件，通过单击删除 (✖) 图标来将其删除，或添加新条件。

编辑客户细分

该过程用于编辑客户细分。

开始之前

如果已创建客户细分或对客户细分具有管理权限，您可以编辑该客户细分并以同一名称进行保存。如果尝试编辑您未创建的客户细分或不具有其管理权限的客户细分，那么**编辑客户细分**按钮将充当“复制客户细分”按钮。

注：针对客户细分所做的更改是全局的，会影响其他用户用该客户细分创建的报告。

过程

1. 从**客户细分目录**选择客户细分目录。该目录中的客户细分会显示在“**可用客户细分**”窗格中。
2. 选择要编辑的客户细分并单击**编辑**按钮。将显示一条警告消息，其显示受该客户细分影响的报告。

将显示“编辑客户细分”对话框，其中显示为现有客户细分配置的条件。

注: 无法更改名称和客户细分目录。

结果

您可以通过单击编辑 (✎) 图标来选择和编辑现有条件，通过单击删除 (✖) 图标来删除条件，或添加新条件。如果已应用现有客户细分，您可以通过单击除去 (🗑) 图标来将其除去。

设置报告频率和日期范围

使用**日期和数据集**选项卡可设置报告频率和日期范围。

关于此任务

报告频率是运行报告的次数。系统支持重现报告和单次报告。

重现报告

重现报告（由每日、每周或每月等报告频率来定义）在指定时间段内运行，从所选开始日期起或之后的第一个时间段开始。

- 如果 Digital Analytics Explore 系统已处理至少 13 个月（400 天）的数据，您可以针对前 13 个月的数据运行重现报告。缺省日期范围为 400 天。
- 要永久运行该报告（直到停止或删除），请选择从当前日期起的 400 天内的开始日期，并为**结束日期**选择**无结束日期**。选择历史开始日期会预填充截至当前时间段的报告和趋势。
- 可以访问最近 13 个月内的已处理报告。

单次报告

单次报告会在所选日期范围内运行一次，报告持续时间最多 93 天。

- 可以访问最近 93 天内的已处理报告。
- 无法切换到备用数据，因为根据定义，单次报告只能在指定日期范围内运行一次。
- **无结束日期**选项不可用于单次报告。
- 如果选择将来日期，那么报告在结束日期过后才会运行。

选择数据集

日期和数据集选项卡用于指定报告要使用的数据集。

关于此任务

通过选择**完整数据集报告**或**采样报告**，可确定处理的信息量以及报告所需的时间。

完整数据集报告

返回给定报告时间范围内所有适用的客户数据。

采样报告

报告给定报告时间范围内客户访客总体的采样，并以穷举方式考虑这些访客的所有会话和记录。Digital Analytics 可根据客户数据量确定适当的采样率。采样率位于每个采样报告上的开放设置区域中。

针对样本数据集运行的报告会运行得更快，因为它只使用一部分访客及其活动来推断结果。该报告有助于在针对所有数据运行测试报告前创建和查看测试报告，以通过这些数字获得代表性的观点并在创建完整数据集报告前查看报告的外观。

定义报告名称和分发方法

名称和分发选项卡用于为报告设置名称、目录和分发方法。

过程

1. 在**报告名称**中为新报告输入报告名称（最多 50 个字符，例如，“针对头等舱乘客的首页或提前预定天数”）。
2. 选择**报告目录**或输入新目录名称。

每个报告都必须具有唯一的“报告名称 - 报告目录”组合。

3. 可选：在**注释框**中最多输入 250 个字符以描述报告。
4. 可选：选择分发方法。
 - 选中**通过电子邮件接收**，以将报告作为电子邮件附件直接发送给您。输入您的电子邮件地址并选择 **Excel** 或 **CSV** 作为附件格式。附件包含有关报告的元数据（如名称、过滤器和客户细分）和数据表，但不包含图形。
 - 选中**通过电子邮件通知**，以在生成报告时进行通知。输入您希望将通知发送到的电子邮件地址。

“实时”报告

“实时”报告是以每小时详细程度实时更新数据的“平面列表”报告。“实时”报告用于查看站点上的最新数据并每小时分析趋势。

在查看报告时，“实时”报告始终在完整数据集上运行。因此，可用于其他报告的采样、数据集和分发选项不可用于“实时”报告。另外，计算的指标、客户细分、目标、注解、关系缩放以及分发选项都不可用于“实时”报告。

“实时”报告的数据至少保留 8 天，这使您能够将当天的数据与上周同一天的数据进行比较。

将列和指标添加至“实时”报告中

您可以在“实时”报告中最多包含 3 个显示列和 10 个指标。生成报告时，将通过所选列和指标创建数据网格。

关于此任务

当选择某显示列时，将根据所选列来限制其余可用列和指标。例如，如果选择同时显示**页面**和**页面语言**，那么主页的页面浏览量会分为英语主页、德语主页、西班牙语主页等。某些数据并排显示是有意义的（例如，“页面”和“目录”或“页面”和“页面属性：作者”），但其他组合则没有意义（例如，“产品名称”和“国家或地区”）。因此，将根据当前所选列来限制其余显示列和指标选项。

使用**列和指标**选项卡可选择列和指标。显示内容分为四个窗格：“**可用显示列**”、“**拖放显示列**”、“**选择可用指标**”和“**拖放指标**”。

“可用显示列”最初以“数据字段类型”列表填充。每种字段类型都可以通过单击  展开，以显示每种字段类型中的可用显示列。

过程

1. 将要使用的第一个显示列拖动到“**拖放显示列**”。

最多可选择三列。

选择列后，它将显示在屏幕的左上方。其余某些显示列会从“**可用显示列**”窗格中除去。因为这些列不可用于和所选列合并，所以会被除去。

可用指标在**标准**选项卡的“选择可用指标”列中列出。

2. 将所需的指标从“选择可用指标”列拖动到“拖放指标”列中。

报告最多可包含五个指标。

注：计算的指标和定制指标不可用于“实时”报告。

选择指标后，它将显示在屏幕的右上方。

“实时”报告中的过滤器

过滤器由添加到报告以缩小报告结果范围的一个或多个条件组成。这些条件将所选指标与指定的值进行比较，并根据条件包含或排除记录。

例如，您可能需要仅限美国访客访问报告。一个条件由一个指标以及一个或多个比较组成。

过滤器选项卡用于为报告创建、复制或编辑过滤器，或者使用现有过滤器。还可以根据您的特定需要重命名和编辑现有过滤器。为方便起见，过滤器可分为几个过滤器目录。

“实时”报告的**过滤器**选项卡还包含一个“选择行”列，在此列中可以选择报告结果中要包含的最大行数。

使用现有过滤器

该过程用于向报告添加现有过滤器。

过程

1. 从**过滤器目录**列表选择过滤器目录。所选目录中的过滤器会显示在**可用过滤器**窗格中。
2. 将要应用的一个或多个过滤器拖动至**拖放**窗格。


创建过滤器

您可以使用本过程创建过滤器。

开始之前

注: 在为报告创建过滤器之前，您必须先定义要使用的显示列和指标。

过程




1. 单击**可用过滤器**窗格底部的**新建**。这样会显示“新建过滤器”对话框。
2. 从**过滤器目录**中选择该过滤器的目录，或从列表中选择**新目录**并在字段中输入目录名称。
3. 在右侧字段中输入过滤器的名称。
4. 从**条件**列表中选择要使用的比较指标。
5. 使用以下某种方法，为此条件输入一个或多个值：
 - 要手动输入值，请单击**添加**，然后在出现的文本框中输入文本。
 - 如果针对您的客户标识启用了“快速选取”功能，那么可以单击**快速选取**图标 ()，根据最近的站点活动，按字母排序的列表显示所选条件的最常用的唯一值。从“快速选取记录”列表中选择要用于此条件的值；如果要选择多个值，请使用 Shift 或 Ctrl 键。要查找特定值，请使用对话框顶部的搜索框。在选择一个或多个值之后，单击**确定**。如果选择多个值，那么将使用 OR 连接来添加这些值。
“快速选取”列表中仅显示所选条件的顶级唯一值。未标识为顶级值的其他值可能也对该条件有效。

注: 为帮助您进行选择，请单击**样本记录**以显示您已选择的条件的样本值。

6. 从显示的列表中选择运算符。
 - 如果指标的值为数字，那么该条件可以为：“等于”、“大于或等于”、“小于或等于”或“介于”。
 - 如果指标为字符串值，那么该运算符可以为：“是”、“开头为”、“结尾为”、“包含”或“通配符”。

如果适用，请选中 **NOT** 以使条件成为排除条件（即，包含不符合该条件的记录）。

7. 选择以下某个选项以将条件应用于您的过滤器：
 - 如果不需要为此过滤器定义任何其他条件，请单击**应用**。
条件将显示在窗口的右侧。
 - 要通过 AND 连接来添加更多条件，请单击**应用**并返回到步骤 4。
 - 要使用 OR 连接将更多值添加到此条件，请单击 **+ 使用“OR”添加条件**，返回到步骤 5，并按照有关手动输入值的指示信息进行操作。
 - 要将现有过滤器应用于新过滤器，请从屏幕左下方面板中展开过滤器目录，选择所需过滤器。选择后，请单击**应用**。该条件将通过 AND 连接与任何其他条件连接。如果过滤器不包含指标过滤器（例如，页面浏览量 ≥ 3 ），那么您可以选择 **NOT**。
 - 将多个类型的条件分层在一起时，将始终使用 AND 来连接这些条件。

创建并应用条件之后，会在最右侧的面板上显示这些条件。您可以通过单击编辑 () 图标以在左侧面板中重新打开条件以进行编辑，或通过单击删除 () 图标以将其删除。您可以通过单击除去 () 图标除去已应用的现有过滤器，这不会删除此过滤器，而是从所构建的过滤器中将其除去。

8. 完成之后，请单击**保存过滤器**以关闭该窗口并返回到**过滤器**选项卡。

复制过滤器

本过程用于复制过滤器。

关于此任务

您可以复制现有过滤器，为其提供新名称，然后按现状进行使用，也可以编辑、添加或删除条件。

过程

1. 从**过滤器目录**选择过滤器目录。该目录中的过滤器会显示在“可用过滤器”窗格中。
2. 选择要复制的过滤器并单击**复制**。“**编辑过滤器**”对话框显示现有过滤器的条件。
3. 选择或创建要在其中保存该过滤器的“过滤器目录”。
4. 为过滤器输入新名称。
5. 可通过单击编辑 (✎) 图标来选择和编辑现有条件，通过单击删除 (✖) 图标来删除条件，或添加新条件。

编辑过滤器

该过程用于编辑现有过滤器。

开始之前

如果已创建过滤器或对过滤器具有管理权限，您可以编辑该过滤器并以同一名称进行保存。如果您没有过滤器的编辑特权，那么单击**编辑**图标将只允许您复制此过滤器。

注：对过滤器的更改属于全局更改，会影响使用这些过滤器的所有报告，包括由其他用户创建的报告。

过程

1. 从**过滤器目录**列表选择过滤器目录。该目录中的过滤器会显示在“可用过滤器”窗格中。
2. 选择要编辑的过滤器并单击**编辑**图标。将显示一条警告消息，其显示受该过滤器影响的报告。
3. 将显示“编辑过滤器”对话框，其中显示现有过滤器的条件。

注：无法更改名称或过滤器目录。

结果

您可以通过单击编辑 (✎) 图标来选择和编辑现有条件，通过单击删除 (✖) 图标来删除条件，或添加新条件。如果已应用现有过滤器，您可以通过单击除去 (🗑️) 图标来将其除去。

在“实时”报告中设置行限制

缺省情况下，“实时”报告最多显示 50 行数据。可能的值为 50、100、1,000 和 10,000。50,000 行选项不可用于“实时”报告。

过程

- 在**过滤器**选项卡的“选择行”列中，选择要在报告中返回的最大行数。

结果

报告返回的结果行数最多为所选行数限制，并按照第一个选定指标对这些行进行排序。如果报告结果中包含的行数超出了所选的最大行数，那么其余数据将汇总在“其他”行中。

定义“实时”报告名称

使用**名称**选项卡可输入报告名称并为报告选择目录。

过程

1. 在**报告名称**字段中为新报告输入名称（最多 50 个字符）。
2. 选择**报告目录**或输入新目录名称。
3. 可选：在**注释**框中最多输入 250 个字符以描述报告。

生命周期

Lifecycle 是一个许可的模块，可用于了解客户生命周期以及推动客户前往下一里程碑的因素。

Lifecycle 有助于您了解访客到达的里程碑以及推动客户在生命周期中前进的营销活动、产品和内容。您可以随后瞄准这些访客，以促使其前进。通过使客户更快前进，可改善业务成果。

Lifecycle 视图将客户细分到关键里程碑，并传达有关该客户细分的信息，以及有关报告时间范围内在不同里程碑或客户细分之间迁移的客户的信息。通过此信息，您可以：

- 针对生命周期客户细分的首选项定制市场营销和站点内容
- 使用 IBM LIVEmail 集成，自动瞄准生命周期客户细分。
- 发现可促进客户前往下一里程碑的洞察

构建 Lifecycle 报告

在“构建新报告”屏幕上选择 **Lifecycle** 时，获得许可的 Lifecycle 模块用户具有不同的报告构建选项。

针对 Lifecycle 报告提供了以下配置选项卡。

里程碑

使用里程碑选项卡为报告定义里程碑。

- **添加里程碑**最多可为报告定义六个里程碑。在添加每个里程碑后，**添加里程碑**会移动到右侧。您可以拖动里程碑以改变其位置。
- 缺省情况下，选中了**显示里程碑进展**。如果将其清除，报告的框之间将无箭头，且不会计算“中间的天数”和“中间的会话数”指标。

里程碑处理逻辑

您可以选择以下两个选项之一来处理里程碑数据：

漏斗

在访客到达的每个里程碑中报告访客，并且他们必须按顺序到达先前的里程碑。

独立

仅在截至时间段中的最后一个会话前与条件匹配的里程碑中才会通知访客。

交叉会话访客跟踪逻辑

每个会话具有关联的访客标识。访客标识是 Digital Analytics 设置的值，存储在站点访客的浏览器中的持久 cookie 内。每个访客标识均报告为里程碑结果中的独立访客。

Digital Analytics 维护访客标识值到注册标识值的多对多映射。例如，如果访客从笔记本、智能手机和平板设备访问 Web 站点，那么 Digital Analytics 将创建三个不同的访客标识值 — 每个设备有一个标识值。访客在每个设备上注册（例如，通过完成购买）之后，唯一注册标识（例如，电子邮件地址）可以用于关联跨三个设备的所有访客活动。

此外，如果访客从其中一个设备删除 cookie，他们下次从该设备访问此 Web 站点时，将创建第四个访客标识。如果访客随后在该设备上完成注册事件，Digital Analytics 可以将第四个访客标识下跟踪的先前会话活动关联为属于单个注册标识。

如果您的客户标识启用了相应的角色，您可以选择两个选项之一来跨会话跟踪访客：

仅使用访客标识

仅使用访客标识来跨会话识别访客。

访客和注册标识

使用访客标识和注册标识值来跨会话识别访客。选择了此选项时，Digital Analytics Explore 可以检测多个访客标识是否映射到注册标识。此信息可以增强访客生命周期分析。即，它可以扩展运行生命周期分析所基于的数据集。例如，您可以使用此逻辑类型来改善跨多个设备对访客行为的跟踪（即，一个人通过多个设备在您的站点中进行注册）。

向“生命周期”报告添加里程碑

使用“里程碑”选项卡，最多可向您的报告添加六个里程碑。

关于此任务

添加里程碑以定义生命周期路径。在创建里程碑后，您可以单击并拖动该里程碑以更改其在里程碑进度中的位置。还可以使用里程碑名称旁边的图标编辑或删除里程碑。

过程

1. 单击**添加里程碑**以启动“**新建里程碑**”对话框。
2. 输入里程碑名称并输入条件。
3. 单击**应用**以将条件添加到里程碑中。
4. 添加所有条件后，请单击**保存里程碑**。
5. 继续添加里程碑以定义生命周期路径。
6. 选择要应用于报告的处理逻辑：**漏斗**或**独立**。
7. 选择交叉会话访客处理逻辑来应用于报告：**仅使用访客标识**或**访客和注册标识**。

结果

里程碑将在页面上显示。

下一步做什么

在完成将里程碑添加到报告中的过程后，请单击**指标**选项卡以继续。

“生命周期”报告中的指标

“指标”选项卡最初包含三个预选指标：独立访客、到达所需天数和到达所需会话数。您可以拖放其他 5 个指标以添加到报告中，这些指标可以包含标准指标、计算的指标或定制指标。

您可以通过从列上方的下拉列表中选择目录来过滤计算的指标列表。查看迁移访客时，“到达所需天数”会成为“中间的天数”，而“到达所需会话数”会成为“中间的会话数”。对于这两种指标，数量减少比较好。

相关概念

[第 14 页的『计算的指标』](#)

Digital Analytics Explore 中计算的指标是用户定义的指标，由通过一个或多个现有指标、运算符或常量构造的公式组成。您可以在“平面列表”、“层次结构”、“过滤组”、“客户细分比较”和“生命周期”报告中包括计算的指标。计算的指标不可用于“实时”报告。

[第 15 页的『定制指标』](#)

定制指标是基于标准指标或属性字段的用户定义的指标。您可以定义三种类型的定制指标：客户细分指标、过滤器指标和属性指标。此外，您可以使用定制指标功能，使用定制名称为标准指标创建别名。

日期

“日期”选项卡用于选择每周、每月还是单次（整体）运行报告。缺省值是每月运行一次报告。

- 对于单次报告，请输入或选择开始日期和结束日期。单次报告日期范围不得超过 93 天。
- 对于每月报告，开始日期是上个月的第一天。
- 对于每周报告，开始日期是上个月第一个完整周的第一天。
- 对于生命周期时间段，请输入最多为前 400 天的相对值。

“生命周期”报告中的客户细分

使用“客户细分”选项卡可将客户细分应用于报告。客户细分将您的报告限制于满足条件的访客群体客户细分。如果未应用客户细分，报告将分析所有访客。对于 Lifecycle 报告而言，客户细分是可选的。

将交叉会话 Tealeaf 客户细分应用于“生命周期”报告

您可以将 IBM Tealeaf 中访客标识的交叉会话客户细分应用于“生命周期”报告，以分析转化、斗争事件和里程碑进展。例如，您可以使用 Tealeaf 客户细分来识别由于 IBM Tealeaf 中识别的斗争事件导致迁移至里程碑失败的访客数量。然后，您可以将非迁移者客户细分目标重新设定为 IBM Tealeaf，以检验其站内体验。

使用“缩放”选项卡

“缩放”选项卡用于将每个里程碑客户细分的总共 3 个可用缩放和一组新加入项定义到里程碑中。缺省情况下，会选择“市场营销渠道”缩放。最多可选择两个其他缩放。

关于此任务

该选项卡允许您在报告中选择所需缩放。

过程

- 要选择其他缩放，请拖放显示列（最多 3 个）和指标（最多 5 个），并单击**保存关系缩放**。
您可以在缩放中使用标准指标或已计算的指标。您可以通过从列上方的下拉列表中选择目录来过滤计算的指标列表。有关计算的指标的更多信息，请参阅第 14 页的『计算的指标』。
缩放将显示在窗口右上方的列表中。
- 要编辑已保存的缩放，请单击**编辑** (✎) 图标。
- 要删除已保存的缩放，请单击**删除** (✖) 图标。

定义报告名称和分发方法

名称和分发选项卡用于为报告设置名称、目录和分发方法。

过程

1. 在**报告名称**中为新报告输入报告名称（最多 50 个字符，例如，“针对头等舱乘客的首页或提前预定天数”）。
2. 选择**报告目录**或输入新目录名称。
每个报告都必须具有唯一的“报告名称 - 报告目录”组合。
3. 可选：在**注释框**中最多输入 250 个字符以描述报告。
4. 可选：选择分发方法。
 - 选中**通过电子邮件接收**，以将报告作为电子邮件附件直接发送给您。输入您的电子邮件地址并选择 **Excel** 或 **CSV** 作为附件格式。附件包含有关报告的元数据（如名称、过滤器和客户细分）和数据表，但不包含图形。
 - 选中**通过电子邮件通知**，以在生成报告时进行通知。输入您希望将通知发送到的电子邮件地址。

查看 Lifecycle 报告：购买者生命周期

该示例描述了购买者生命周期概述报告。它专门分析了在 2010 年 7 月访问站点的访客，并显示了这些访客在过去 400 天内到达的里程碑。

示例报告回答有关访客的以下问题：

- 他们是否是购物者？
- 他们是否是多次购买者？
- 有多少访客进入了下一里程碑？
- 移动他们花了多长时间？

- 他们点击了多少我们的市场营销计划？
- 他们点击了哪些市场营销渠道？他们购买了哪些产品？他们查看了哪些内容？
- 在该时间段内所做的努力是否对进展有积极影响？该时间段相对于先前时间段如何？该时间段随时间（趋势）的变化有何不同？

日期和比较

日期

选择已处理的任何日期范围。报告处于活动状态的时间越长，可供选择的比较时间段就越多。

比较

选择后，**比较**会在每个指标旁显示变化百分比。时间段 (B) 会继承与时间段 (A) 相同的客户细分。

访客群体

这一可折叠部分（缺省情况下为展开状态）展示了有关在该时间段访问并符合所显示客户细分条件的访客的指标。

里程碑

使用**里程碑**选项卡为报告定义里程碑。

- **添加里程碑**最多可为报告定义 6 个里程碑。在添加每个里程碑后，**添加里程碑**会移动到右侧。您可以拖动里程碑以改变其位置。
- 缺省情况下，选中了**显示里程碑进展**。如果将其取消选择，报告的框之间将无箭头，且不会计算“中间的天数”和“中间的会话数”指标。

迁移者

每个**迁移者**框表示日历时间段内该里程碑的新访客的客户细分。

显示的信息为：

- 独立访客 - 时间段 A 内该里程碑的新访客总数，以及相对于**比较**时间段的变化百分比。
- 中间的天数
- 中间的会话数
- 报告设置期间所选指标。

其他指标

“生命周期”报告提供的其他指标如下：

访客群体

在时间段 A 内至少访问过一次并符合客户细分条件的独立访客的数量。

到达所需平均天数

访客到达里程碑的时间与访客在生命周期时间段内第一个会话的时间之间耗用的平均天数。

中间的平均天数

访客到达里程碑的时间与访客到达先前里程碑的时间之间耗用的平均天数（仅当选中**显示进展**时适用）。

到达所需平均会话数


访客到达里程碑的时间与访客在生命周期时间段内第一个会话的时间之间的平均会话数。

中间的平均会话数

访客到达里程碑的时间与访客到达先前里程碑的时间之间的平均会话数（仅当选中**显示进展**时适用）。

注：里程碑框中的“+ 更多指标”下的指标表示访客在时间段 A 内（而非生命周期时间段内）的行为。

缩放

在客户细分上点击缩放图标 可获取有关该客户细分的更多详细信息。将出现一个菜单，其中包含该客户细分的可用缩放。

您可以将光标悬停在指标上以获取附加上下文。

注: 里程碑框中的“+ 更多指标”下的指标表示这些访客在时间段 A 内（而非生命周期时间段内）的行为。

选择“排名前列的产品”选项将在窗口下半部分中显示缩放详细信息。

趋势

选择**趋势**以按里程碑绘制指标变化的图表。可用于趋势分析的时间段数量取决于报告已运行的时长。缺省情况下，该应用程序会显示过去 5 个时间段

图注中的复选框可控制图表以及图表下方数据表中显示的值。

洞察

选择“洞察”以查看从报告中收集的关键洞察摘要，包括排名前列的营销供应商影响者、排名前列的流动者以及排名前列的指标。

排名前列的营销供应商影响者包括：

里程碑

列出每个里程碑和每个“迁移到里程碑”。

营销供应商

列出在独立访客方面排名前列的营销供应商。

影响的访客数

显示独立访客的相应数目。

已影响百分比

显示已影响的访客或里程碑访客的百分比

品牌（直接装入）影响

显示直接装入独立访客或里程碑独立访客的百分比

排名前列的流动者包括：

指标

列出独立访客数、到达所需天数、到达所需会话数、中间的天数、中间的会话数。

注: 除中间的天数和中间的会话数之外的上述数量都进行了硬编码。仅当 Lifecycle 设置为在构建向导的“里程碑”选项卡中显示**里程碑进展**箭头时，才会显示中间的天数和中间的会话数。

里程碑

列出在时间段 A 和 B 之间增加或减少量最大的里程碑的名称。

变化

列出变化值。

注: “到达里程碑所需天数”和“里程碑之间的天数”的值较小比较合适。负数显示为绿色，正数显示为红色。

注: 如果未开启时间段 B，将不会显示排名前列的流动者。

排名前列的指标包括：

指标

列出在“构建报告”向导的“指标”选项卡上所选的指标。

里程碑

列出具有该指标最大值的里程碑的名称。

值

列出相应指标值。

在其他应用程序中设定生命周期访客客户细分目标

您可以将来自“生命周期”报告的选定访客客户细分目标设定为 IBM LIVEmail、IBM Campaign 或 IBM Tealeaf。

开始之前

要将访客客户细分目标设定为 IBM Campaign，您必须已启用 IBM Campaign，并且必须有权访问 IBM Export。

关于此任务

您可以从以下重新设定目标选项中进行选择：

访客群体

重新设定在报告日期范围内所有独立访客的访客标识。

里程碑

重新设定数据保留期（最长 400 天）内到达指定里程碑的访客的访客标识。

迁移者

重新设定在报告日期范围内到达指定里程碑的访客的访客标识。

非迁移者数据

重新设定在报告日期范围内未到达指定里程碑的访客的访客标识。

注：您不能将非迁移者目标重新设定为 IBM Campaign。

可以选择一个或多个里程碑、迁移者客户细分或非迁移者客户细分以重新设定目标。如果选择非迁移者选项，那么不能选择迁移者客户细分。

过程

1. 单击**目标访客** () 图标，以确定用户或客户细分。
2. 选择设定目标选项。
 - a) 选择 **LIVEmail**：通过电子邮件的方式，接触访客，将电子邮件发送至属于您选择的客户细分的所有访客。
 - b) 选择 **IBM Campaign**：通过交叉渠道市场营销的方式，接触访客以将目标重新设定为 IBM Campaign。
这样会转移到 Export，您可以在“IBM Campaign 细分”表单中找到所选的客户细分。有关更多信息，请参阅《*IBM Digital Analytics Export 用户指南*》。
 - c) 选择 **IBM Tealeaf**：在 **IBM Tealeaf** 中重放客户细分会话，将目标重新设定为 IBM Tealeaf 以重放会话。
3. 从所选应用程序的可用重新设定目标选项中进行选择。
4. 单击**继续**。

相关概念

[Digital Analytics Explore 与 IBM Tealeaf 的集成](#)

Digital Analytics Explore 和 IBM Tealeaf 用户可以对两种解决方案独立捕获的访客行为数据进行交叉分析。

多重生命周期

您可以使用提供的生命周期或定义定制生命周期。

除购买者生命周期外，应用程序中的其他缺省生命周期还包括：

频率生命周期

1 个会话的访客 > 2 个会话的访客 > 3-5 个会话的访客 > 6-10 个会话的访客 > 10 个以上会话的访客

事件生命周期

非事件发起方 > 事件发起方 > 1 个事件的完成方 > 2 事件个完成方 > 3-5 个事件的完成方 > 6 个以上事件的完成方

价值生命周期

\$0 价值的访客 > \$1-100 价值的访客 > \$101-500 价值的访客 > \$501-1,000 价值的访客 > \$1,001-10,000 价值的访客 > \$10,000 以上价值的访客

您可以构建定制生命周期，例如：

下载者生命周期

白皮书 1 下载者 > 白皮书 2 下载者 > 白皮书 3 下载者等

潜在顾客开发生命周期

第 1 阶段潜在客户 > 第 2 阶段潜在客户 > 第 3 阶段潜在客户 > 第 4 阶段潜在客户等

学生生命周期

浏览者 > 调查者 > 申请者 > 入学者

将 IBM Digital Analytics 与 IBM Campaign 集成

集成 Digital Analytics 和 IBM Campaign 时，可以将 Digital Analytics 的线上客户细分和相关数据与 IBM Campaign 中的线下概要文件数据相结合。

IBM Campaign 用户可以根据 Web 活动和行为选择 Digital Analytics 中定义的客户细分，并在市场营销活动中以这些客户细分为目标。

使用集成系统可提供以下优势：

- Web 分析人员可以通过定义将由 IBM Campaign 确定的客户细分，快速跟踪线上发布的趋势。
- 营销活动经理可以将他们的营销活动策略与营销人员的需求相结合。
- 业务营销人员可以通过测量跨渠道营销活动的成败和 ROI，跟踪并跟进营销活动策略。

如何集成 IBM Digital Analytics 和营销活动

本主题说明如何将 Digital Analytics Web Analytics 与 IBM Campaign 集成，以便可以在营销活动内使用 Digital Analytics 产品中定义的线上客户细分。

关于此任务

要将 Digital Analytics 与营销活动集成，必须完成以下步骤：

1. (可选)：配置 SSO，以使用户可以轻松浏览产品。

单点登录 (SSO) 使用户能够从 IBM Marketing Platform 用户界面访问 Digital Analytics，而系统不会提示用户登录。有关更多信息，请参阅 Digital Analytics Administrator's Guide 中的 *Global User Authentication*。
2. 使您的客户细分可用于 IBM Campaign。有关“生命周期”报告的更多信息，请参阅第 48 页的『在其他应用程序中设定生命周期访客客户细分目标』。有关 Explore 客户细分，请参阅第 53 页的『管理客户细分』。
3. 在 Digital Analytics Export 中管理新客户细分。有关更多信息，请参阅《IBM Digital Analytics Export 用户指南》。
4. 在营销活动中，完成以下步骤：
 - a. 配置转换表以将 Digital Analytics 关键字转换为 IBM Marketing Platform 受众标识。
 - b. 配置客户细分集成。
 - c. 将凭证分配给 IBM Marketing Platform 帐户。
 - d. 映射转换表。

映射表是使 IBM Digital Analytics 数据可供 Campaign 访问的方法。
 - e. 指定哪些 Campaign 用户可以在流程图中使用 Digital Analytics 客户细分。
 - f. 为个别 Campaign 分区开启集成。
 - g. 在 Digital Analytics 产品中配置许可权。
 - h. 现在，Campaign 用户可以开始在流程图中使用 Digital Analytics 客户细分。

注: 有关如何在 IBM Campaign 中完成集成任务的详细指示信息, 请参阅 IBM Campaign User's Guide。



管理

“管理”中有 8 个管理选项。

报告

管理 > 报告页面显示您客户标识中的报告的概述。该页面可用于搜索报告、停止重现报告以及针对多个报告执行操作。

报告表

报告表按目录对报告分组。单击目录名前的  会展开报告列表。单击  以隐藏该列表。

缺省情况下, 该表显示所有报告, 但您可以通过使用表上方的“显示报告类型”选项来过滤列表。您也可以搜索报告。

您可以通过单击任何列标题中的箭头并选择**配置列**来更改表中的列。

批量操作

通过选中报告名或目录名旁的复选框, 然后单击批量操作图标, 同时针对多个报告执行操作。批量操作图标位于报告表的上方。如果您没有执行某操作的用户许可权, 那么该图标将不可用。

图标	描述
	在另一个应用程序中针对选择的每个报告创建书签或者除去现有书签。
	停止所选重现报告的将来的处理。
	从系统中彻底除去所选报告。

个别操作

使用报告行中的图标针对个别报告执行操作。如果您没有执行某操作的用户许可权, 那么该图标将不可用。

表 10: 个别操作





	编辑报告。如果您是报告的创建者或具有管理权限, 那么可以编辑现有报告的某些组件: <ul style="list-style-type: none">· 不会重新处理对单次报告或已停止的重现报告的编辑。您只能编辑报告名称、报告目录和注释。要进行更大程度的编辑, 请使用另存为选项。· 对活动重现报告的编辑会反映在新报告运行中, 但不会更改过去处理的报告。· 将在刷新报告结果时应用对“实时”报告的编辑。您可以编辑“实时”报告的任何设置。
	保存/修改: 通过单击该图标可将现有报告用作新报告的模板。该操作会打开报告配置屏幕。报告配置中预先填充了现有报告的配置, 但您必须输入唯一的报告名称和报告目录组合。然后, 可以编辑和/或扩展任何预填充的设置。
	如果您是报告的创建者或具有管理权限, 那么可以 停止 重现报告。停止操作不会删除已处理的报告, 但会中断将来的处理。该操作不可用于单次报告。
	如果显示了该图标, 说明此报告存在注释。单击该图标以显示注释。

表 10: 个别操作 (继续)



如果您是报告的创建者或具有管理权限，那么可以有选择地共享报告。单击该图标以更改此报告的共享。您可以选择不与其他任何用户共享（缺省值）、与所有用户共享或与从列表中选择的一个或多个用户共享。

该图标显示具有报告访问权的用户：

- 无其他任何用户
- 所有用户
- 一个或多个其他用户



如果您是报告的创建者或具有管理权限，那么可以删除此报告。该操作会从系统中完全除去此报告，如果是重现报告，还将中断所有将来的处理。



在另一个应用程序中为该报告创建书签或除去现有书签。在单击该图标时打开的菜单中的**添加书签**或**除去书签**下选择应用程序。

仪表盘

从“管理”选项卡中选择“仪表盘”，以显示使用 Digital Analytics Explore 创建的仪表盘列表。

单击**创建仪表盘**以构建新的仪表盘。

在**搜索仪表盘名称**中输入文本字符串，以在仪表盘列表中搜索匹配结果。搜索框假定文本字符串两侧都有通配符。

单击每个列标题旁的下拉箭头将显示如下选项：

- 降序排序。
- 升序排序。
- 全部展开 - 展开所有目录以查看仪表盘名称。
- 全部折叠 - 折叠所有目录以仅显示仪表盘目录。
- 选择列 - 使您能够显示“创建者”、“创建日期”和“上次更新日期”列。

仪表盘按用户目录进行分组。单击名称前的 按钮会显示所有报告，单击 按钮会将其隐藏。

如果您有许可权，那么可以访问和执行第 51 页的表 11 中所示的任务。

表 11: 可用任务

仪表盘名称	仪表盘名称。单击此名称以浏览到仪表盘。
可以对每个报告配置以下列。	
创建者	仪表板的创建者的 Digital Analytics 用户标识。
创建日期	创建此仪表板的日期。
上次更新日期	上次编辑和保存此仪表板的日期。
仪表盘右侧的按钮显示“特定于仪表板的操作和权限”	
	编辑仪表盘。如果您是仪表板的创建者或具有管理权限，那么可以编辑此仪表盘。

表 11: 可用任务 (继续)

	<p>如果您是仪表板的创建者或具有管理权限，那么可以共享仪表板。单击该按钮以共享该仪表板。这样会显示一个弹出框，使您能够指定不与其他任何用户共享（缺省值）、与所有用户共享，还是从列表选择一个或多个用户组进行共享。</p>
	<p>显示的图标显示具有报告访问权的用户：</p>
	<ul style="list-style-type: none"> · 无其他任何用户
	<ul style="list-style-type: none"> · 所有用户
	<ul style="list-style-type: none"> · 一个或多个其他用户
	<ul style="list-style-type: none"> ·
	<p>注：共享仪表板的用户必须具有仪表板中每个报告的共享访问权才能查看所有这些报告。</p>
	<p>如果您是仪表板的创建者或具有其管理权限，那么可以删除此仪表板。此操作将从系统中完全除去此仪表板，并且如果此仪表板中有重现报告，将中断所有将来的处理。</p>

注解

注解提供了在整个 Digital Analytics Explore 范围内使用的所有注解的方便列表，可供您在一个地方进行编辑和删除。

注解列表显示了注解名称、日期范围、创建者，以及可在每个注解上执行的操作（如第 52 页的表 12 中所示）。

表 12: 可用操作

	编辑注解	单击该按钮将显示“编辑过滤器”窗口。
	删除注解	单击该按钮将显示一条消息以警告您将要删除此过滤器。单击是以确认您要删除该注解。

过滤器

“过滤器”选项卡提供在整个 Digital Analytics Explore 中创建的所有过滤器的方便列表，允许您在一个地方编辑、复制和删除过滤器。

选择一个目录，就会列出此目录中包含的过滤器，其中显示“过滤器名称”、“创建者”、“创建日期”、“上次更新日期”以及可对每个过滤器执行的操作的按钮。





表 13: 可用操作

	编辑过滤器	单击该按钮将显示一条消息（警告编辑此过滤器会影响使用此过滤器的所有报告）和受影响报告的列表。单击是以确认您要编辑此过滤器，这将显示“编辑”窗口。
	复制过滤器	单击该按钮将针对该过滤器打开“复制”窗口，允许您使用新名称创建该过滤器的副本。您可以随后调整新过滤器的任何过滤器参数。
	删除过滤器	单击该按钮将显示一条消息（警告删除此过滤器会影响使用此过滤器的所有报告）和受影响报告的列表。单击是以确认您要删除此过滤器。

管理客户细分

可使用 Digital Analytics Explore 中的“客户细分”页面来创建、编辑、复制和删除客户细分。

从客户细分列表上方的列表选择一个目录，这会显示此列表中的客户细分，其中显示客户细分名称、创建者、创建日期和上次更新日期。最后一列包含可针对各部分执行的操作（在第 53 页的表 14 中）的按钮。

	编辑客户细分	单击该按钮会显示一条消息，警告编辑此客户细分会影响使用此客户细分的所有报告。还会显示这些报告的列表。单击是以确认您要编辑此客户细分，这样会显示“编辑”窗口。
	复制客户细分	单击该按钮会打开针对该客户细分的“复制”窗口，使您能够使用新名称创建该客户细分的副本。您可以随后调整新客户细分的任何客户细分参数。
	将客户细分复制到 Marketing Center	如果您有权访问 IBM Marketing Center，那么可以配置客户细分以便在 Marketing Center 中使用。
	删除客户细分	单击该按钮会显示一条消息，警告删除此客户细分会影响使用此客户细分的所有报告。还会显示这些报告的列表。单击是以确认您要删除此客户细分。

还可以通过单击**创建新客户细分**（这样会打开“新建客户细分”窗口），在该页面上创建客户细分。

注: 不能在该页面上创建、编辑或复制 IBM Tealeaf 客户细分。

将 Digital Analytics Explore 客户细分与 IBM Campaign 共享

使您的 Digital Analytics Explore 客户细分可用于 IBM Campaign 中。

开始之前

您必须已启用 IBM Campaign，并且有权访问 IBM Digital Analytics Export 才能完成该过程。

关于此任务

过程

1. 单击左侧导航窗格中的**管理 > 客户细分**。
2. 在表中查找要导出的客户细分。
3. 单击广播图标，以将所选客户细分导出到 IBM Campaign。

这样会转移到 IBM Digital Analytics Export，您可以在“营销活动细分”表单中找到所选的客户细分。请参阅《*IBM Digital Analytics Export 用户指南*》以获取更多信息。

计算的指标

在侧边导航窗格中选择**管理 > 计算的指标**，以访问“计算的指标”页面；在该页面中，您可以编辑、复制和删除在 Digital Analytics Explore 中创建的计算指标。

在该页面中无法创建计算的指标。仅当构建或编辑报告时才能创建计算的指标。请参阅第 14 页的『[计算的指标](#)』。

从位于页面顶部的下拉列表中选择目录。这样会列出所选目录中所有计算的指标。该页面列出每个指标的指标名称、创建者、创建日期和上次更新日期。单击任何这些列的标题，以按照升序或降序对行排序。

“操作”列显示用于编辑、复制和删除计算的指标的图标。

表 15: “计算的指标” 页面上的可用操作

	编辑计算的指标	<p>只有计算的指标的创建者或管理员可以编辑该指标。</p> <p>您可以从公式中除去标准指标，但无法添加其他指标。</p> <p>如果编辑某报告正在使用的计算指标，那么您的编辑将仅应用于尚未处理的报告。新的指标公式将应用于后续报告；重现 Explore 报告不会进行后退处理以使用新的指标。以往的现有报告将继续显示基于最初计算指标公式的值。</p>
	复制计算的指标	<p>使用新名称创建计算的指标的副本。您可以编辑新的计算的指标的任何参数。</p> <p>您可以从公式中除去标准指标，但无法添加其他指标。</p>
	删除计算的指标	<p>只有计算的指标的创建者或管理员可以删除该指标。</p> <p>如果尝试删除某报告正在使用的计算指标，那么将会显示一条消息，列出使用该计算指标的所有报告。必须先删除使用该计算指标的报告，之后才可以删除该计算指标。</p>

定制指标

在侧边导航窗格中选择**管理 > 定制指标**，以访问“定制指标”页面，在该页面中，您可以创建、编辑、复制和删除定制指标。

创建定制指标

要创建定制指标，请单击右上角的**创建新的定制指标**。

请使用以下设置来定义定制指标。




设置	描述
名称、目录和注释	输入名称，选择目录（或创建新目录），并可以选择输入关于该指标的注释。
指标或属性	选择一个标准指标或属性作为定制指标的基础。不能选择多个基础指标或属性。
格式（仅限属性）	<p>选择属性数据的显示格式。</p> <p>如果您选择指标作为定制指标的基础，那么格式将自动设置为与基础指标关联的格式。您无法更改此设置。</p>
计算逻辑（仅限属性）	<p>计算逻辑选项取决于所选择的属性。</p> <p>对于基于文本的属性字段，可用选项为“计数”和“不同值计数”。对于数字属性字段，可用选项为“总和”与“平均值”。</p> <p>如果您选择指标作为定制指标的基础，那么计算逻辑将自动设置为与基础指标关联的逻辑。您无法更改此设置。</p>
应用客户细分或应用过滤器（仅限基础指标）	<p>您可以通过向基础指标应用客户细分或过滤器，以缩小要分析的用户数据的范围。不能向属性应用客户细分或过滤器。</p> <p>您可以创建新客户细分或过滤器，也可以使用现有客户细分或过滤器。只有与所选基础指标兼容的客户细分或过滤器才可供选择。</p> <p>要使用定制名称为基础指标创建别名，请将此区域留空。</p>

管理定制指标

要处理现有定制指标，请从“定制指标”页面顶部的菜单中选择一个目录。这样会列出所选目录中的所有定制指标。该页面列出每个指标的指标名称、目录、创建者、创建日期和上次更新日期。单击任何这些列的标题，以按照升序或降序对行排序。

“操作”列显示用于编辑、复制和删除定制指标的图标。

表 16: “定制指标”页面上的可用操作

	编辑定制指标	只有定制指标的创建者或管理员可以编辑该指标。 如果编辑某报告正在使用的定制指标，那么您的编辑将仅应用于尚未处理的重现报告。重现 Explore 报告不会进行后退处理以使用新的指标。以往的现有报告将继续显示基于最初定制指标定义的值。
	复制定制指标	使用新名称创建定制指标的副本。您可以编辑新的定制指标的任何参数。
	删除定制指标	只有定制指标的创建者或管理员可以删除该指标。 如果尝试删除某报告正在使用的定制指标，那么将会显示一条消息，列出使用该定制指标的所有报告。必须先停止并删除使用该定制指标的报告，然后才能删除该定制指标。

相关概念

定制指标

定制指标是基于标准指标或属性字段的用户定义的指标。您可以定义三种类型的定制指标：客户细分指标、过滤器指标和属性指标。此外，您可以使用定制指标功能，使用定制名称为标准指标创建别名。

[第 15 页的『定制指标』](#)

定制指标是基于标准指标或属性字段的用户定义的指标。您可以定义三种类型的定制指标：客户细分指标、过滤器指标和属性指标。此外，您可以使用定制指标功能，使用定制名称为标准指标创建别名。

[第 53 页的『管理客户细分』](#)

可使用 Digital Analytics Explore 中的“客户细分”页面来创建、编辑、复制和删除客户细分。

[第 52 页的『过滤器』](#)

“过滤器”选项卡提供在整个 Digital Analytics Explore 中创建的所有过滤器的方便列表，允许您在一个地方编辑、复制和删除过滤器。

广播定制和计算的指标

如果您的组织具有 IBM Digital Analytics Multisite，那么您可以将一个站点上创建的定制或计算的指标复制到您企业内的其他站点。您还可以将指标从一个站点复制到全局标识，或者从全局标识复制到其他站点。

关于此任务

您可以选择在其中复制指标的站点。但是，如果某个指标基于某个属性，那么该属性必须在您复制到的站点上可用，且必须将其分配给两个站点中的同一字段。

如果站点包含的指标与您广播的指标同名，那么系统提示您重命名所广播的指标，或者覆盖站点上的该指标。

过程

1. 选择管理 > 定制指标或管理 > 计算的指标。
2. 单击您要复制到其他站点的指标旁边的广播图标 (📡)。
3. 要将该指标复制到一个或多个站点，请选中每个站点的客户标识旁的复选框。要将此指标复制到所有站点，请选中标题行中的复选框。

4. 单击发布。

报告分配

该页面允许管理员根据组织的需要在客户标识中的用户组之间分配一个月内剩余未使用的报告。您不必分配所有可用报告。

根据购买的 Digital Analytics Explore 包，将向贵公司分配 x 个完整数据集报告和 y 个采样报告。（将向获得许可的 Lifecycle 用户分配 z 个 Lifecycle 报告。）

管理员使用 Digital Analytics 管理应用程序向客户标识分配签约的报告。

使用报告积分

从分配或消费的角度来看，定义的报告是针对唯一指定报告提交的报告请求。即，您在单击构建器中的**提交**时使用报告分配。编辑现有报告不会计入新报告的数量。有关更多信息，请参阅第 50 页的『报告』。另外，重现报告（即，每日、每周或每月报告）将计为该月的一个报告，但如果不停止，那么还会计入后续月份。

以下是一些常见问题：

在新的月份开始时，我们是否会收回所有报告积分？

上个月在单次报告或已停止的重现报告上使用的任何报告积分都会返回到您的分配以便在下个月使用。仍在运行的重现报告将计入运行的每个月，直到其停止。

如何知道我的用户组还剩余多少报告积分？

您可以在“构建”和“管理”屏幕的顶部找到此信息。

如何获取更多积分？

联系您的管理员，以了解是否可为您的用户组提供更多的积分。如果不能提供，请联系您的 Digital Analytics 销售代表以购买更大的包。

属性

导入的属性和通过标记传递的可选属性必须先定义别名，然后才能在报告中使用这些属性。**管理 > 属性**页面包含指向管理控制台中的页面的链接，您可在其中为属性指定别名和数据类型。

要获取有关属性、收集选项和样本用例的信息，请参阅[属性](#)。



电子邮件

从“管理”选项卡中选择**电子邮件**，以显示使用 Digital Analytics Explore 创建的重现电子邮件列表。

在**搜索**中输入文本字符串，以在表中搜索匹配结果。您可以对“报告名称”、“创建者”或“收件人电子邮件地址”字段进行搜索。搜索框假定文本字符串两侧都有通配符。

单击每个列标题旁的下拉箭头将显示如下选项：

- 降序排序
- 升序排序
- 全部展开 - 展开所有目录以查看报告名称
- 全部折叠 - 折叠所有目录以仅显示报告目录
- 选择列 - 使您能够显示“创建者”、“发送电子邮件”、“创建日期”、“上次更新日期”、“包含”、“行”和“附件”列。






电子邮件按报告名称列出，并按用户目录进行分组。单击名称前的  按钮会显示所有报告，单击  按钮会将其隐藏。

如果您有正确的许可权，那么可以访问和执行第 56 页的表 17 中所示的任务。

表 17: 可用任务

报告名称	为重现电子邮件分发安排的报告的名称。
------	--------------------

表 17: 可用任务 (继续)

创建者	重现电子邮件创建者的用户标识。
发送电子邮件	安排传递电子邮件的频率。
包含	每个电子邮件分发中包含的时间段数。
行	是分发报告的所有行还是仅分发所选行。
附件	要传递的附件类型。
创建日期	初始安排此电子邮件的日期。
上次更新日期	上次编辑和保存此电子邮件的日期。
“电子邮件操作”列下的图标显示“特定于电子邮件的操作和权限”	
	编辑重现电子邮件。如果您是电子邮件的创建者或具有管理员权限，那么可以编辑此电子邮件。
	如果您是电子邮件的创建者或具有管理员权限，那么您可以停止  重现电子邮件或重新启动  电子邮件。
	如果您是电子邮件的创建者或具有管理员权限，那么可以停止此重现电子邮件。该操作不会删除报告。如果选择在删除后重新安排电子邮件，那么必须重新访问报告，单击电子邮件图标，并再次保存此电子邮件。

监视报告积分

使用“报告积分使用情况”页面可监视 Digital Analytics Explore 中的报告在所选月份的积分使用情况。该页面列出每个报告的完整、采样和生命周期积分。顶部和底部行显示当前所显示报告的积分使用情况总计。

关于此任务

缺省情况下，将显示当前月份。使用“月份”下拉列表可显示不同月份。

您可以根据“报告名称”、“报告目录”、“用户组”、“创建者”、“状态”或“频率”列来过滤列表。从“搜索”下拉列表中选择一要作为过滤依据的列，并在文本框中输入过滤文本。该页面列出与您过滤条件匹配的报告。要再次显示所有报告，请清除该文本框。

模块

IBM Digital Analytics Explore 中提供了一些模块，可用于访问要在报告中使用的其他数据。

“注册”模块

“注册”模块可用于分析通过“注册”标记收集到的已注册访客的有关信息。

当“注册”模块启用时，将提供以下字段以进行报告、过滤和客户细分：

- 访客标识
- 注册标识
- 电子邮件地址（仅对使用 IBM LIVEmail 的客户标识可用）
- 年龄
- 性别
- 注册的市/县
- 注册的省/市/自治区
- 注册的国家/地区
- 注册的邮政编码
- 收入水平

- 教育程度
- 注册用户
- 新/重复购买者（旅游垂直行业的“新/重复预定者”）
- 50 个其他注册字段

如果要使用“注册”模块，那么除了可以在“注册”标记中传递 50 个注册属性外，还可以使用“访客注册字段”导入文件最多导入 50 个注册属性。您还可以使用“数据扩展”模块导入与任何带有标记的注册字段或导入的注册字段相关的数据。

注：贵组织可能未填充所有可能的注册字段。交叉会话客户细分不提供注册字段。

注册逻辑

如果访客未输入会话的注册标识，那么 Digital Analytics 将使用逻辑将 cookie 映射到最可能的注册标识。如果 cookie 与多个注册标识关联（例如，当夫妻共用一台计算机，但分别具有单独的注册标识时），那么代码会为与正在讨论的会话最接近的时间输入的注册标识给出较大的权重。

时间的逻辑

如果注册字段的值随时间而更改，那么 Digital Analytics 将使用报告中所示时间段内的最新值。例如，假设某位访客在一月份说他有一个孩子，而同一访客在二月份说他有两个孩子。如果您在四月份针对一月份数据运行报告，那么该访客将与有一个孩子的访客分为一组。如果您在四月份针对二月份（或二月份后的任何月份）数据运行报告，那么该访客将与有两个孩子的访客分为一组。

不同于 IBM Digital Analytics 的逻辑

Digital Analytics Explore 中的注册逻辑与 Digital Analytics 中的逻辑不同。在 Digital Analytics 中，cookie 映射到所有关联的注册标识（而不是猜测最适合的注册标识）。因此，在 Digital Analytics 中，如果两人共用一台计算机但分别具有单独的注册标识，那么可能会将访客认为既是男性也是女性。而且，当某个值随时间更改时，Digital Analytics 会将旧值替换为新值。假设访客在一月份有一个孩子，在二月份有两个孩子，并且四月份在 Digital Analytics 中针对一月份数据运行了一次报告，那么该访客将与有两个孩子的访问分为一组。

“印记归属”模块

“印记归属”模块可用于了解与市场营销归属相关的关键指标，并将访客的站内行为与其看到的营销活动关联起来。这样可以了解到哪些市场营销印记将影响下游转化，以及您因此应投资的标记活动。

市场营销印记包括以下各项：

- 显示广告
- 窗口小部件视图
- 联合视频
- 微站点
- 站内促销

印记归属指标

“印记归属”模块提供了以下指标。

表 18: 指标	
指标名称	描述
印记数	查看市场营销印记的次数
印记点击率	市场营销印记数除以市场营销计划点击量。
唯一印记浏览者数	查看市场营销印记的独立访客（由 cookie 值确定）的数量。
印记数/唯一印记浏览者数	印记数除以唯一印记浏览者数。

表 18: 指标 (继续)	
指标名称	描述
印记数/独立访客数	印记数除以独立访客数。
事件数 (IMP {Window} {Logic})	在指定归属窗口中, 归属于查看市场营销印记的访客的已完成转化事件数。
事件点数 (IMP {Window} {Logic})	在指定归属窗口中, 归属于查看市场营销印记的访客的事件点数。
销售额 (IMP {Window} {Logic}) * “旅游业” 垂直行业中的 “收入” (IMP {Window} {Logic})	在指定归属窗口中, 归属于查看市场营销印记的访客的销售额。
订单数 (IMP {Window} {Logic}) * “旅游业” 垂直行业中的 “预定数” (IMP {Window} {Logic}) * “金融服务业” 垂直行业中的 “申请数” (IMP {Window} {Logic})	在指定归属窗口中, 归属于查看市场营销印记的访客的订单数。
页面浏览量 (IMP {Window} {Logic})	在指定归属窗口中, 归属于查看市场营销印记的访客的页面浏览量。
会话数 (IMP {Window} {Logic})	在指定归属窗口中, 归属于查看市场营销印记的访客的会话数。
印记数 (IMP {Window} {Logic})	在报告日期范围期间访问站点的访客在归属窗口期间查看的市场营销印记的总数。

归属窗口（长度介于 1 和 93 天之间）和逻辑（平均、第一次或最后一次）由管理员在实现模块时定义。

“销售额 (IMP|30|Avg)” 指标表明报告时间段的销售额根据访客在之前 30 天中的每个印记进行评估。

启用印记归属

使用印记归属可分析哪些印记将导致转化。

关于此任务

以下步骤概述了启用印记归属的工作流程。

过程

1. 使用市场营销印记标记对内容进行标记。您可能需要先更新标记库。
请参阅《IBM Digital Analytics 实现指南》，以获取有关使用市场营销印记标记的详细信息。
向访客显示标记内容时，Digital Analytics 将存储每位访客的印记历史记录。
访客通过任何方式访问您的站点时，Digital Analytics 会将该访客的所有印记历史记录与所用的 cookie 值关联，以跟踪该访客在您站点上的活动。
2. 创建使用印记归属指标的报告。基于“市场营销计划”字段、其派生项（“供应商”、“目录”、“商品”或“位置”）或其属性，可在报告上使用这些指标。

结果

注: 因为印记不属于会话, 所以您无法将客户细分应用到带有印记指标的报告。您可以将客户细分应用到印记指标 (例如, 销售额 (IMP|90|平均))。

注: 在将数据扩展属性用作显示列的报告上, 印记指标不可用。

“多渠道”模块

“多渠道”模块允许您分析有关已注册访客的导入信息，以及与通过站点标记实现捕获的数据相结合的线下交易。

您通过使用 IBM Digital Analytics Import 中的“访客注册”和“多渠道”导入配置导入这些信息。有关可导入的字段以及如何配置导入的详细信息，请参阅《IBM Digital Analytics Import 用户指南》。

使用“多渠道”模块

“多渠道”模块与以下三个导入文件关联：访客注册、多渠道购物和多渠道订单。请针对要使用的每个导入文件重复此过程。

过程

1. 在 IBM Digital Analytics Import 中配置导入配置。
2. 下载导入配置的模板
3. 基于该模板创建包含要导入的数据的文件。
4. 在 Import 中导入数据。
5. 在 IBM Digital Analytics Admin 中，针对要为其导入数据的每个属性定义别名。
6. 当构建报告时，请使用数据扩展属性。

可用的数据扩展属性取决于您导入的数据。

带有数据扩展属性的报告无法包含指标过滤器或印记归属指标。如果报告中的显示列来自基于注册的数据扩展导入，那么报告无法使用交叉会话客户细分。

多渠道指标

“多渠道”模块提供了可供您在创建报告时使用的新指标。这些新指标是与已经可用的线上指标等效的线下或多渠道（线下加线上）指标。

如果部署了“多渠道”模块，那么用于报告通过标记发送的数据的指标将包含前缀“线上：”，这样哪些指标应用于线上活动、哪些应用于线下活动以及哪些应用于多渠道（线上和线下）活动就一目了然。

注：

- 对于具有一个或多个线下或多渠道指标的报告，关系缩放选项不可用。关系缩放实际上是同一会话客户细分，而同一会话客户细分不适用于线下数据。
- 在“客户细分比较”报告中，仅当报告只包含多渠道客户客户细分时，线下和多渠道指标才可用。

零售和商务内容垂直行业

- 多渠道：平均订单金额
- 多渠道：平均运输和处理
- 多渠道：COGS
- 多渠道：商品数/订单
- 多渠道：已订购的商品数
- 多渠道：利润
- 多渠道：订单数
- 多渠道：商品销售额
- 多渠道：总运输和处理
- 线下：平均订单金额
- 线下：平均运输和处理
- 线下：COGS
- 线下：商品数/订单
- 线下：已订购的商品数

- 线下：利润
- 线下：订单数
- 线下：商品销售额
- 线下：总运输和处理
- 线下销售额/多渠道销售额
- 线上销售额/多渠道销售额
- 线下订单数/多渠道订单数
- 线上订单数/多渠道订单数
- 线下已售商品数/多渠道已售商品数
- 线上已售商品数/多渠道已售商品数
- 多渠道购买者人数
- 线下购买者人数/多渠道购买者人数
- 线上购买者人数/多渠道购买者人数

金融服务业垂直行业

- 多渠道：完成的申请数
- 线下：完成的申请数
- 线上完成的申请数/多渠道完成的申请数
- 线下完成的申请数/多渠道完成的申请数

旅游服务业垂直行业

- 多渠道：平均预定价值
- 多渠道：预定数
- 多渠道：COGS
- 多渠道：商品数/预定
- 多渠道：已预定的商品数
- 多渠道：利润
- 多渠道：收入
- 线下：平均预定价值
- 线下：预定数
- 线下：COGS
- 线下：商品数/预定
- 线下：已预定的商品数
- 线下：利润
- 线下：收入
- 线下预定数/多渠道预定数
- 线上预定数/多渠道预定数
- 线下预定的商品数/多渠道预定的商品数
- 线上预定的商品数/多渠道预定的商品数
- 线下收入/多渠道收入
- 线上收入/多渠道收入

“数据扩展” 模块

“数据扩展” 模块可用于将其他源中的数据添加到分析访客线上行为的报告中。

您最多可导入 50 个与特定数据标记类型或某个数据对象选择列表关联的属性字段。这 50 个属性是除可通过页面标记传递的 50 个属性外的属性。

无论上载值的大小写如何，通过“数据扩展” 模块导入的数据均以大写字母报告。如果上载了 *Smith*，那么它在报告将显示为 *SMITH*。

使用数据扩展模块

将数据扩展合并到报告中

过程

1. 在 IBM Digital Analytics Import 中配置数据扩展导入配置。
2. 下载导入配置的模板
3. 基于该模板创建包含要导入的数据的文件。
4. 在 Import 中导入数据。
5. 在 IBM Digital Analytics Admin 中，针对要为其导入数据的每个属性定义别名。
6. 当构建报告时，请使用数据扩展属性。

可用的数据扩展属性取决于您导入的数据。

带有数据扩展属性的报告无法包含指标过滤器或印记归属指标。如果报告中的显示列来自基于注册的数据扩展导入，那么报告无法使用交叉会话客户细分。

故障诊断

使用这些主题在 Digital Analytics Explore 中对问题进行故障诊断。

常见问题及解答

以下是可帮助您对问题进行故障诊断的一些常见问题及其解答。

[第 62 页的『标记』](#) [第 62 页的『标记』](#) [第 63 页的『过滤器和客户细分』](#) [第 63 页的『移动设备』](#) [第 64 页的『杂项』](#)

标记

问：来自定制标记的数据是否会在 Digital Analytics Explore 中显示？

答：不会，Digital Analytics Explore 中不会显示来自定制标记的数据。

问：当我们开始收集属性时，是否会增加我的服务器调用次数（收取每月服务费所依据的指标）？

答：不会，因为属性是在现有标记上收集的，因此不会影响服务器调用计算。

问：额外字段和属性字段是否为相同的概念？

答：不是，它们以相同方式传递到 Digital Analytics，但标记库会确定是将值填入额外字段、属性字段还是其他字段。

问：如果我当前正在向额外字段传递数据，并且希望现在使用可用于属性字段的 Digital Analytics Explore 功能，应该如何操作？

答：您还需要向属性字段传递相同的值。在大多数情况下，Digital Analytics 可以更新您的标记库以自动满足该请求。

问：是否可以对单个标记类型收集超过 15 个属性？

答：当前限制为每种标记类型 50 个字段。您还可以使用多个值重载任何字段。例如，如果您需要同时将作者和语言收集到页面浏览量属性字段 1 中，那么可以传递 `Author=Smith|Language=German`。然后，可以将该字段的别名指定为“作者+语言”。如果需要收集多个值，可以执行相同的操作。例如，您可能在产品页面上有 3 种颜色，并传递“`Blue|Green|Yellow`”，然后将该字段的别名指定为“颜色”。

注: 您所传递的任何内容都将显示在报告中。但是, 您可以使用过滤器专门针对所需的内容进行报告 (例如, Language=German)。

问: 是否可以使用 **IBM Digital Analytics Export 构建器** 或 **IBM LIVEmail 导出属性数据**?

答: 目前只能在 Digital Analytics Explore 中选择属性数据。如果您有此需求, 请单击**反馈**来告诉我们。

指标

问: 是否可以在 **Digital Analytics Explore** 中选择市场营销归因指标?

答: 目前不可以, 但设想是在 Digital Analytics Explore 中支持市场营销归因指标。如果您有此需求, 请单击**反馈**来告诉我们。

过滤器和客户细分

问: 我是否只能使用有限数目的客户细分?

答: 不是, 您可以在每个报告中应用客户细分, 而对于“客户细分比较”报告, 可以在单个报告中最多分析 10 个客户细分。

问: 在创建过滤器或客户细分时, 是否会限制我可以使用的过滤器或客户细分条件的数量?

答: 不会, 不存在任何限制。

问: 过滤器和客户细分条件如何进行连接?

答: 用户可以选择在相同字段类型的条件之间应用 [and] 或 [or] 逻辑 (例如, 内容目录为运动 [or] 内容目录为商业, 或者产品名称包含笔记本电脑 [and] 产品名称包含 T61)。在字段类型之间, 连接运算符为 [and] (例如, 浏览器包含 IE [and] 操作系统包含 Win)。

问: 我当前的主要客户细分是否会传输到 **Digital Analytics Explore**?

答: 不会, 但在大多数情况下 (来自注册标记的条件不可用于选择), 您可以重新创建相同的客户细分并分析更多客户细分。另外, 您还可以使用属性进一步扩充自己的客户细分。

问: 我要创建一个报告并填写过滤条件, 但我如何确定相应的语法 (例如, 我应当输入 **IE_7** 还是 **Internet Explorer**) ?

答: 在过滤器和客户细分定义屏幕上, 存在一个称为**样本记录**的链接。该对话框可帮助您按数据字段类型了解样本语法。

问: 我要输入具有单个字符通配符的条件。该如何操作?

答: 使用 WILDCARD 运算符并输入一个 ? 表示占一个位置。例如, 要过滤站点主页引用 URL 的所有变体 (xyz.com/us、xyz.com/ca、xyz.com/zn 等), 但仅报告主页 (意味着要排除 xyz.com/us/abc.html), 那么应当输入 “WILDCARD *xyz.com/??” 形式的过滤器, 这将报告后跟 / 和 2 个字符的所有 xyz.com 推荐。如果确实要在 WILDCARD 过滤器中查找 ?, 那么可以使用转义字符 \? (例如, WILDCARD *support*/?abc=*)。

问: 如何基于空值进行过滤或客户细分?

答: 如果您要从报告中除去空值, 应在 WILDCARD 过滤器中输入 ?*。仅包含空字段的报告的语法应当为: NOT WILDCARD ?*。

移动设备

问: 是否会记录所有移动设备访问?

答: 不会。很多移动设备不支持 JavaScript。如果设备不支持 JavaScript, 那么标准 Digital Analytics 标记将无法运行。另外, 不是所有移动设备都支持 cookie。如果设备不支持 cookie, 那么流量将视为匿名并且不进行报告。如果要构建移动站点或应用程序, 请参阅位于 <http://support.coremetrics.com> 的 *Mobile Implementation*, 以了解有关使用直接映像请求 (即“无脚本标记”) 和使用 cookie 的详细信息。

问: 如何了解移动设备的信息?

答: 用户代理字符串 (包含浏览器和操作系统信息的数据集) 提供有关使用的移动设备 (例如, APPLE IPHONE) 的信息。因此, Digital Analytics 将维护数千个移动设备的大型映射文件。任何与现有移动设备映射不匹配的用户代理字符串 (包括使用计算机的访客) 都将列为“非移动设备”。

问：如何了解移动网络信息？

答：Digital Analytics 地理位置信息提供商 Quova 向 Digital Analytics 提供指向移动网络映射的 IP 地址。因此，Digital Analytics 可查找访问您站点的 IP 地址，并确定移动网络（例如，T-Mobile USA）。在移动网络中找不到的任何 IP 地址都将列为“非移动网络”。

杂项

问：处理一个报告需要多长时间？

答：Digital Analytics 尝试每日在报告时区的上午 8 点之前交付所有安排的报告。每日报告具有最高优先级，接着是单次报告、每周报告，然后是每月报告。单次报告最快可以在 5 分钟内完成，但具有时间范围较宽、数据集较大、过滤器较多以及选择唯一指标（例如，独立访客、购买者等）等报告特征的报告可能会运行更长的时间。

问：地理位置数据来自哪里？为何部分数据标记为“AOL”？

答：Digital Analytics 与第三方地理目标定位公司具有合作关系。该公司为我们提供 IP 地址范围与关键数据字段（包括国家或地区、州/省、城市、DMA 以及 2 级域）的映射。所有 AOL 流量都通过特定位置中的代理服务器。对于美国流量，AOL 流量通过弗吉尼亚州。因此，就直接标记为“AOL”，以免歪曲数字，让人误以为大量流量来自弗吉尼亚州。

问：是否可以同时打开多个报告？

答：可以，您可在同一浏览器的新选项卡中启动 Digital Analytics Explore 的更多实例。

问：是否可以使用数字方式分发包含图形的报告？

答：捕获图形与数据以进行电子分发的最佳方式是进行截屏，裁剪所需的区域，然后将其粘贴到电子邮件、PowerPoint 或其他文件中。我们考虑将 PDF 添加为 Digital Analytics Explore 的未来选项。如果您需要 PDF 支持，请单击“反馈”来告诉我们。

问：我可以限制用户对已创建报告的访问，但我是否可以限制对构建器组件的访问？

答：目前不可以。如果有此需求，请单击反馈并定义您所需要的工作方式。

问：如何了解到目前为止已使用了多少采样报告和完整报告？

答：您可以在“构建”和“管理”屏幕的顶部看到已使用的报告数量。要按组查看分配，请使用[报告分配](#)。

问：从分配或使用的角度来看，报告由什么定义？

答：从分配或使用的角度来看，报告的定义是针对唯一指定报告提交的报告请求。在构建器中单击提交会包含一个请求。但是，编辑报告不会计入新报告的数量。另外，重现报告（例如，每日、每周或每月报告）将计为该月的一个报告，但如果不停止，那么还会计入后续月份。

问：在新的月份开始时，我们是否会收回所有报告积分？

答：上个月在单次报告或已停止的重现报告上使用的任何报告积分都会返回到您的分配以便在下个月使用。仍在运行的重现报告将计入运行的每个月，直到其停止。

问：如果达到了报告数限制，会发生什么情况？

答：用户界面会阻止您在该月处理其他报告。

问：是否可以在 Digital Analytics Explore 中创建嵌入式报告？例如，是否可以创建一个报告来聚集单个推荐域的所有实例，然后在下面嵌入各个引用 URL（类似于自然搜索报告）？

答：可以。“定制组”和“层次结构”报告类型均创建嵌入式报告。“定制组”报告会将显示列值嵌入所定义组的下方。“层次结构”报告会将辅助显示列值嵌入主显示列值的下方。

问：是否可以基于现有报告创建新的报告？

答：可以，可通过“另存为”选项实现。如果单击管理，然后单击磁盘按钮，那么可以使用相同配置（但使用不同名称）创建相同报告。然后，可以编辑任何预填充的设置。

问：我为何不能编辑现有单次报告或已停止的重现报告中除名称、目录和注释之外的任何字段？

答：不会重新处理对单次报告或已停止的重现报告的编辑。如果可编辑，那么用户就永远不会使用报告积分，因为可以不断编辑单次报告。如果希望将报告用作构建其他报告的模板（或起始点），请使用“另存为”选项。

问：是否可以在单次报告中使用时势分析？

答：不可以。单次报告不支持趋势，因为它们是日期 x 和 y 之间的时间段内的单个报告。如果运行的是重现报告，可以创建趋势或选择历史开始日期以预填充趋势。

问：是否可以将采样数据报告更改为完整数据报告，或者更改日期范围？

答：要将采样报告更改为完整数据报告，请使用“另存为”功能，选择**完整数据集**并为该报告提供新的名称。如果运行的是重现报告，可以选择在日期范围之间切换并查看趋势视图。

问：我先前提交了报告，为何该报告还未返回（仍是灰掉的）？

答：首先，请尝试单击顶部工具栏或浏览器中的**刷新**。如果该报告仍为“灰色”，请检查该报告的日期范围。结束日期晚于昨天的单次报告直到该日期才会处理。开始日期晚于昨天的重现报告直到该日期才会处理。

数据准确性

由数据准确性导致报告不准确的一些常见原因。

假设您准确地收集数据并了解数据一致性条款，但报告中的数字可能与预期不符，原因如下：

- 您已选择针对样本数据（而不是完整数据集）运行
- 应用了过滤器（请检查您的过滤器选择，以确保与预期相符）
- 应用了客户细分（请检查您的客户细分选择，以确保与预期相符）
- 显示列的唯一组合（如果针对多个列进行报告）

数据收集

Digital Analytics Explore 中数据的质量依赖于客户有效地应用 Digital Analytics 标记。

第 65 页的表 19 列出的标记源对应于所有客户可能都不收集其数据的常用数据字段：

表 19: 标记（按照源）

	市场营销
数据字段	数据收集源
市场营销计划、市场营销供应商、市场营销目录、市场营销定位以及市场营销商品	MMC 参数 (cm_mmc=)
	销售规划/产品
数据字段	数据收集源
产品目录	产品浏览量标记或目录定义文件 (CDF) 中的目录变量
	技术属性
数据字段	数据收集源
浏览器类型、操作系统、语言、时区、屏幕分辨率、颜色深度、JavaScript 版本	技术属性标记
	内容
数据字段	数据收集源
内容目录	页面浏览量标记或目录定义文件 (CDF) 中的目录变量
站内搜索词汇	页面浏览量标记中的站内搜索变量
事件目录和事件名称	转化事件标记
元素目录和元素名称	元素标记
固定内容 - 完整、页面、版本、页面区域以及链接	固定内容参数 (cm_re=)
站点促销 - 完整、类型、促销、链接以及页面名称	站点促销参数 (cm_sp=)

另外，所有属性数据字段还依赖于客户向标记中的属性字段传递相关值（请参阅第 67 页的『通过标记收集属性』）。

数据一致性

数据可能显示不一致的一些常见原因。

Digital Analytics Explore 中显示的数字可能与 IBM Digital Analytics 中看起来类似的报告的数字不一致，原因如下：

- 您已选择针对样本数据（而不是完整数据集）运行
- 您重复了一些订单或交易标识。在 Digital Analytics 中，会丢弃重复标识（视为错误记录）。在 Digital Analytics Explore 中，如果系统在 48 小时内遇到相同的订单标识，那么将丢弃重复订单标识。
- 您所比较的是排名前列的匿名指标。Digital Analytics Explore 不报告匿名数据（缺少 cookie 的数据）。
- 您查找了未知值。未知值最常出现在地理位置和技术属性报告中。对于地理位置，在某些情况下没有 IP 地址的已知映射。在其他情况下，存在映射，但置信度级别非常低。在这两种情况下，都会将值报告为未知。对于技术属性，如果用户会话从不抛出技术属性标记，会将会话报告为未知。
- 您正在收集非 UTF-8 编码的多字节数据。目前，不会对非 UTF-8 的编码（例如，SHIFT-JIS 或 GB-2312）进行解码。
- 您所比较的是直接装入信息。Digital Analytics 会丢弃长度大于 100 个页面浏览量的任何直接装入会话，因为会将该活动视为过量。Digital Analytics Explore 会计入任何直接装入会话，而不论其长度如何。
- 您所比较的是新访客和重复访客。在 Digital Analytics 中，如果访客具有页面浏览量为 0 的会话，将不会存储其 cookie 值，因此在下次返回时，会将其视为新访客。在 Digital Analytics Explore 中，会将该用户视为重复访客。
- 如果访客属于同一会话或不同会话的多个客户细分，那么您所汇总的是客户细分数据。

无页面引用 URL

当在页面引用 URL 上查看报告时，可能会发现“无页面引用 URL”值。

如果访客直接访问了页面（例如，通过书签或通过输入 URL），那么将没有引用 URL。由于访客可通过会话在中途（而不仅仅是从一开始）使页面缺失引用 URL，因此不会将这些访问标记为直接装入。

故障诊断刷新

在大多数情况下，Digital Analytics Explore 用户界面会在下次单击时刷新。

要确定您具有最新的视图（例如，以查看灰掉的报告现在是否活动），请单击浏览器或顶部导航栏中的刷新。

未提供词汇

在自然搜索报告中，还可能会遇到“未提供词汇”之类的值。

在某些情况下，引用 URL 将来自已知搜索引擎（例如，Google 或 Yahoo!），但不包含搜索词汇。

属性

Digital Analytics Explore 中的属性有助于以特定方式描述所提供的內容，以便回答有关 Web 站点访客如何到达特定页面的问题。

您的客户是否因某个产品的站点位置、价格或品牌而查看该产品？某篇文章是否因其作者或概念而经常被阅读？特定访客客户细分是否会在旅行前一个多月预定高档商品？与有关汽车行业的德语页面相比，针对医疗保健行业的英语服务页面是否得到更广泛的阅读？哪些促销代码会促进通过 Google Checkout 的购买？哪些搜索改进选项会促进转化？

Web 站点所有者越来越多地寻找可以描述所提供內容的方法。无论是捕获页面、产品、交易、站内搜索、事件还是元素的属性，该级别的描述都使站点所有者能够充分了解其站点的影响。最终，他们需要揭示数据相关性，以便可据此对內容、介质、产品组合、推荐、站点位置和搜索结果进行重大更改。

属性数据可以来自标记，也可以来自数据导入文件。请参阅《IBM Digital Analytics Import 用户指南》，以获取有关导入属性数据的详细信息。

相关概念

定制指标

定制指标是基于标准指标或属性字段的用户定义的指标。您可以定义三种类型的定制指标：客户细分指标、过滤器指标和属性指标。此外，您可以使用定制指标功能，使用定制名称为标准指标创建别名。

通过标记收集属性

该过程用于通过标记收集属性。属性收集无需新标记。此外，收集属性不会影响服务器调用量（收取每月服务费所依据的指标）。

过程

1. 部署能够识别新属性字段的受支持标记库 (cmdatatagutils.js)。
 - 如果这是新的客户标识实现，请联系您的实现团队代表以请求适当的库。
 - 如果这是现有客户标识，请联系 Digital Analytics 支持人员以请求更新的库。
2. 确定对于您的业务和分析有意义的属性类型。
请参阅[最佳实践属性](#)。
3. 将数据传递到包含一个或多个可用标记类型的属性字段
4. 让管理员为“管理”中“Explore 属性”页面上的每个新字段提供一个有意义的名称。

请参阅[别名属性字段](#)。

属性字段

您可以根据页面浏览量、产品浏览量、购物车、交易/订单、转化事件、元素、市场营销计划和注册的属性进行收集、报告、过滤和客户细分。

要收集这些属性，请将数据传递到相应标记的属性字段。对于每个标记类型，最多可以传递 50 个属性。[第 67 页的表 20](#) 按照属性类型提供了收集方法和样本属性。您可以根据需要，将站内搜索改进属性作为页面属性、产品属性或购物属性进行传递。使用标记收集的属性字段值可存储为大写或者采用在标记中传递时所用的大小写进行存储。管理员可以使用管理控制台中的“Explore 属性”页面来选择客户标识中所有属性的大小写选项。

表 20: 属性类型样本收集方法

属性类型	样本	收集方法
页面浏览量	语言、作者	页面浏览量标记属性字段: (pv_a1, pv_a2, ..., pv_a50)
产品浏览量	品牌、评级	产品浏览量标记属性字段: (pr_a1, pr_a2, ..., pr_a50)
购物	大小、颜色	购物标记属性字段: (s_a1, s_a2, ..., s_a50)
订单/交易	付款方式、提前预定天数	订单标记属性字段: (o_a1, o_a2, ..., o_a50)
转化事件	下载扩展、成员类型	转化事件标记属性字段: (c_a1, c_a2, ..., c_a50)
元素	类型、位置	元素属性标记字段: (e_a1, e_a2, ..., e_a50)
市场营销计划	大小、设计器	附加于市场营销印记标记上或在市场营销计划目标 URL 上使用的名称/值对 (cm_mmca1=, cm_mmca2=, ...cm_mmca50=)
注册	职业、公司、成员类型	注册标记“额外”字段 (rg1, rg2, ..., rg50)

最大属性字段大小

每个属性值的最大字段大小为 256 个字符。

在将大量值添加到某个标记中时，请记住 Internet Explorer 中 URL 长度最大为 2083 个字符。

注: 在 256 个字符的限制内, 您可以为单个属性重载多个值。例如, 您可能要针对单个产品浏览量捕获多种颜色, 因此可以将“红色|绿色|蓝色”作为“颜色”属性的值进行传递。

样本属性语法

要了解这些值如何传递到 Digital Analytics 的标记中, 请查看以下场景。

假定您需要将 5 个属性传递到页面浏览量标记, 以进一步描述页面浏览量 (类型、作者、分割测试版本、页面值和语言)。页面浏览量标记的标准语法是

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

要运行的一个可能标记类似于

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

要进一步描述该页面, 您可以传递类型、作者、分割测试版本、页面值和语言。现在, 标准语法类似于

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

并且您现在可以运行如下所示的标记:

```
cmCreatePageviewTag("Spurs Win Northwest Division", "Basketball", "Tim Duncan", "32", "Article-_-Smith-_-C-_-150-_-Spanish");
```

对于 Digital Analytics, 由于这些值是按顺序传递的: pv_a1=Type、pv_a2=Author、pv_a3=Split_Test_Version、pv_a4=Page_Value 和 pv_a5=Language, 因此您无需引用标记语法中的字段名称。而字段名称在 Digital Analytics 库文件中指定。在所有页面中, 该字段顺序都必须保持一致, 即使您可能在某些页面上不会传递变量也是如此。

别名属性字段

在报告中使用某个属性前, 必须先为该属性定义别名。

管理员可在“管理”中的“Explore 属性”页面上定义属性别名。

视频测量

要测量和分析您站点上的视频使用情况, 请使用元素标记。元素标记是为页面内浏览量设计的。由于访客通常在浏览传统页面的过程中观看视频, 因此最佳实践是使用元素标记。

在使用“元素”标记时, 请使用以下内容:

元素目录

传递视频的目录 (例如, 健身视频)

元素名称

传递视频的名称 (例如, 六分钟腹肌锻炼)

元素属性字段 13 (e_a13)

传递“视频状态”: “0” = 启动; “1” = 暂停; “2” = 播放; “3” = 完成; 然后将“视频状态”指定为元素属性 13 的别名。

元素属性字段 14 (e_a14)

传递状态操作的“视频时间戳记” (秒)。例如, 如果用户在视频的 1:23 处停止视频, 那么会传递“83”, 然后将“视频时间戳记”指定为元素属性 14 的别名。

元素属性字段 15 (e_a15)

传递视频总长度的“视频长度” (秒)。例如, 如果视频长度为 3:10, 那么会传递“190”。然后, 会将“视频长度”指定为元素属性 15 的别名。

使用所描述的标记计算以下指标:

名称	定义	格式
视频启动次数	状态字段中值 0 的计数	1.350
视频暂停次数	状态字段中值 1 的计数	45
视频播放次数	状态字段中值 2 的计数	65
视频完成次数	状态字段中值 3 的计数	135
平均视频启动数/访客	状态字段值为 0 的平均计数除以独立访客数	1.23
平均视频播放时间	视频状态值为 3 时的视频时间戳记平均值	0:02:13
平均播放的视频百分比	状态值为 3 时的视频时间戳记平均值除以视频长度	78.43%
平均视频完成率	时间戳记 $\geq (0.98 * \text{视频长度})$ 时视频状态值为 3 的计数除以视频状态值为 0 的计数	63.54%

作为最佳实践，请考虑收集其他视频属性，如：

- 视频类型：（例如，视频或视频广告）
- 视频播放器：（例如，Windows Media Player、Real Player 或 Quick Time）
- 视频广告名称：（例如，假日酒店放松身心套餐）

Web 2.0 测量

对于很多组织来说，Web 2.0 可以表示很多内容。为简化各种技术，将其分为三类：采集、交付和社区。

目的	示例技术	测量内容和测量方式
采集：扩大潜在受众覆盖范围；提供到达和使用的备选方法。	RSS、窗口小部件、博客、社交网络。	测量内容：源、利益、深度、标记、对目标的影响。 测量方式：MMC 参数。
交付：提供更快速、更丰富、更具交互性的个性化便捷线上体验。	Web 2.0 Storefront、AJAX、Flash/Flex、移动应用程序、混搭应用程序、视频、播客、门户网站、分面搜索。	测量内容：交互性、热门程度、对目标的影响。 测量方式：元素和事件。
社区：支持用户添加内容、增加价值或发展社区。	用户评论、论坛、发布的博客、Wiki。	测量内容：交互性、添加者、使用者、对目标的影响。 测量方式：页面和属性。

采集测量

要获得有关采集的测量，请在入站链接上部署 MMC 参数。

例如，如果您有 RSS 订阅源和窗口小部件（具有返回至您的站点的链接），请将 MMC 参数应用于入站链接。例如，将窗口小部件上的**了解更多**链接指向所示窗口小部件，而不是指向 www.yoursite.com。

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

交付测量

对于与交付相关的测量，请根据用例情况部署元素或转化事件标记。

“转化事件”标记帮助您分析非商业转化事件（例如，注册、密钥下载、预订订阅源、转发至朋友、单击下载播客、注册或商店定位器浏览）并为其指定权重（例如，黄金注册的价值为 50 个点，而说明书下载的价值为 10 个点）。元素标记用于帮助您分析页内浏览量。随着站点不断推出更多的 Web 2.0 内容（其中以异步方式或者在不加载传统的页面浏览量的情况下传递内容），请将页面视为子浏览量和操作的容器。因此，元素标记是用来测量 Ajax 弹出框、Ajax 选项卡交互、Flash 点击量和视频操作等项的一种方式。

部署元素或转化事件标记时，请考虑有关交互的其他哪些属性可能值得捕获。例如，通过 Ajax 产品弹出框，您可能希望不仅仅是记录已查看产品弹出框这个事实，还希望收集有关弹出框的属性，如屏幕上的位置（例如，第 1 列，第 2 行）或提供该弹出框的容器（例如，中心页面模块）。

社区测量

有关社区的内容可以在许多表单中找到。

例如，有关用户评论的收集信息可收集为产品浏览量和购物活动的一个属性（如评级和级别数等）。论坛点击量和您的网站所发布的博客通常会生成一个页面浏览量（可能具有一些有意义的属性）。如何选择最佳标记方法取决于内容的呈现方式以及您希望看待内容的角度。

利润测量

如果需要测量和分析 Digital Analytics Explore 内的产品利润信息，请使用购物标记或多渠道购物 (MCS) 导入文件来导入已售商品成本 (COGS) 信息作为购物属性。

使用标记中的“购物属性字段 15”和多渠道购物导入文件，将计算以下指标：

名称	定义	格式
COGS	已售商品成本	\$25.00
利润	商品销售额 - COGS	\$25.00

最佳实践属性

在 Digital Analytics Explore 中收集属性极为灵活。您可以将需要的任何内容传递到属性字段并对这些字段进行相应报告。

根据所运行站点的类型，请考虑以下属性。

建议内容属性

以下是可帮助您构建更有意义的报告的一些内容属性。

页面浏览量属性

- 分割测试版本（例如，版本 A）
- 作者（例如，Smith）
- 页面类型（例如，文章）
- 页面值（例如，25）
- 发布日期（例如，2008 年 3 月 25 日）

站内搜索改进属性（作为页面属性进行传递）

- 按作者（例如，Smith）
- 按日期（例如，2008 年 3 月 25 日）
- 按目录（例如，电子产品）

元素属性

- 容器（例如，页面名称）
- 位置（例如，C1R1）
- 视频广告（例如，假日酒店放松身心套餐）
- 视频播放器（例如，Windows Media Player）
- 视频状态（例如，2）
- 视频时间戳记（例如，38）
- 视频长度（例如，145）

转化事件属性

- 前导类型（例如，高概率）

- 容器（例如，页面名称）
- 预订类型（例如，黄金时事通讯）
- 播客类型（例如，教育）

建议金融服务属性

以下是可帮助您构建更有意义的报告的一些金融服务属性。

页面浏览量属性

- 分割测试版本（例如，版本 A）
- 业务线（例如，信贷、抵押贷款、小企业）
- 页面类型（例如，文章、申请、市场营销）
- 页面值（例如，25）
- 发布日期（例如，2008 年 3 月 25 日）
- 主题（例如，买房、学生贷款）
- 语言（例如，西班牙语）

站内搜索改进属性（作为页面属性进行传递）

- 按产品（例如，信用卡、贷款或支票帐户）
- 按目录（例如，个人、小企业、商业）
- 结果有用性（例如，非常有用、无用）

申请（购物）属性

- 语言（例如，西班牙语）
- 分割测试版本（例如，版本 B）
- 产品（例如，房屋净值帐户、信用卡）
- 州（例如，德克萨斯州）
- 帐户类型（例如，联合）
- 年龄（例如，25）
- 国籍（例如，美国公民、永久居民）
- 婚姻状况（例如，单身）
- 积分分数[数字或目录]（例如，720 或 A）
- 收入（例如，低、中等、高）
- 就业状况（例如，无业）
- 所选现有产品（例如，支票、抵押贷款）
- 评级（例如，3.4 星）

转化事件属性

- 前导类型（例如，高概率、小企业贷款）
- 交谈（例如，抵押贷款或信用卡）
- 容器（例如，页面名称）
- 预订类型（例如，黄金时事通讯）
- 播客类型（例如，教育）

元素属性

- 容器（例如，页面名称）
- 位置（例如，C1R1）
- 视频广告（例如，假日酒店放松身心套餐）
- 视频播放器（例如，Windows Media Player）

- 视频状态 (例如, 2)
- 视频时间戳记 (例如, 38)
- 视频长度 (例如, 145)

已导入的申请 (购物) 属性:

- 交易渠道 (例如, 移动设备、网点)
- 交易接收方类型 (例如, 个人、小企业、机构)

建议零售属性

以下是可帮助您构建更有意义的报告的一些零售属性。

产品浏览量属性

- 用户评级 (例如, 3.4 星)
- 评论数 (例如, 14)
- 显示的交叉销售数 (例如, 3)
- 品牌 (例如, Reebok)

订单属性

- 促销代码 (例如, FRSHIP)
- 付款方式 (例如, AMEX)

站内搜索改进属性 (作为页面属性或者产品属性和购物属性进行传递)

- 按品牌 (例如, Panasonic)
- 按价格 (例如, \$0-\$49)
- 按目录 (例如, 电子产品)

购物属性

- 库存状态 (例如, 缺货)
- 颜色 (例如, 红色)
- 大小 (例如, XL)

元素属性

- 弹出框容器 (例如, 电子产品主页)
- 弹出框位置 (例如, C2,R3)
- 视频播放器 (例如, Windows Media Player)
- 视频状态 (例如, 2)
- 视频时间戳记 (例如, 38)
- 视频长度 (例如, 145)

转化事件属性

- 商店定位器存储标识 (例如, 314)
- 为后续商品保存 (例如, 5)

已导入的购物属性:

- 库存状态 (例如, 缺货)
- 已售商品成本 (例如, 12.99)

已导入的订单属性:

- 付款类型 (例如, 信用卡、现金、支票)
- 信用卡类型 (例如, Amex、Visa、MC)
- 存储标识 (例如, 1234)

建议旅行属性 - 航空

以下是可帮助您构建更有意义的报告的一些航空旅行属性。

预定（交易）属性

- 提前预定天数（预定日期和旅行日期之间的天数） - （例如， 15）
- 旅行日（例如， 周三|周六）
- 旅行时间（例如， 上午|下午）
- 机票等级（例如， Z|Y）
- 座位等级（例如， 头等|头等）
- 停靠站数（例如， 0）
- 成年人数量（例如， 2）
- 旅行儿童数（例如， 2）
- 旅行类型（例如， 往返旅行）
- 付款方式（例如， AMEX）
- 旅行时长（天数） - （例如， 5）
- 忠诚计划回馈（英里） - （例如， 25,000）
- 促销代码（例如， ENT29303）

产品浏览量属性

- 旅行距离（英里） - （例如， 2130）
- 航班号（例如， 895|1203）
- 飞机型号 - （例如， MD80|Boeing 770）
- 航班类型 - （例如， 国际）

转化事件属性

- 容器（例如， 页面名称）
- 预订类型（例如， 黄金时事通讯）
- 播客类型（例如， 教育）

元素属性

- 容器（例如， 页面名称）
- 位置（例如， C1R1）
- 视频广告（例如， 假日酒店放松身心套餐）
- 视频播放器（例如， Windows Media Player）
- 视频状态（例如， 2）
- 视频时间戳记（例如， 38）
- 视频长度（例如， 145）

已导入的预定属性：

- 多媒体终端标识（例如， 123）
- 旅行社标识（例如， 123）
- 呼叫中心代表（例如， 代表姓名、 123）

建议旅行属性 - 宾馆

以下是可帮助您构建更有意义的报告的一些宾馆旅行属性。

预定（交易）属性

- 品牌（例如， Crown Plaza）
- 提前预定天数（预定日期和停留日期之间的天数） - （例如， 3）

- 入住日 (例如, 周三)
- 离店日 (例如, 周五)
- 价格等级 (例如, Z)
- 成年人数量 (例如, 2)
- 儿童数 (例如, 1)
- 付款方式 (例如, AMEX)
- 停留持续时间 (夜数) - (例如, 2)
- 忠诚计划回馈 (点数) - (例如, 25,000)
- 促销代码 (例如, ENT29303)
- 房间类型 (例如, 标准间)
- 吸烟偏好 (例如, 禁止吸烟)

产品属性

- 品牌 (例如, 汉普顿酒店)
- 城市 (例如, 奥斯丁)
- 地区 (例如, 美国西南部)

转化事件属性

- 容器 (例如, 页面名称)
- 预订类型 (例如, 黄金时事通讯)
- 播客类型 (例如, 教育)

元素属性

- 容器 (例如, 页面名称)
- 位置 (例如, C1R1)
- 视频广告 (例如, 假日酒店放松身心套餐)
- 视频播放器 (例如, Windows Media Player)
- 视频状态 (例如, 2)
- 视频时间戳记 (例如, 38)
- 视频长度 (例如, 145)

已导入的预定 (交易) 属性:

- 旅行社标识 (例如, 123)
- 呼叫中心代表 (代表姓名、123)

建议旅行属性 - 租车

以下是可帮助您构建更有意义的报告的一些租车旅行属性。

预定 (交易) 属性

- 提前预定天数 (预定日期和租赁日期之间的天数) - (例如, 3)
- 取用日 (例如, 周三)
- 退还日 (例如, 周五)
- 租赁位置 (例如, SFO)
- 异地还车点 (例如, LAX)
- 汽车等级 (例如, 标准型)
- 付款方式 (例如, AMEX)
- 租赁持续时间 (天数) - (例如, 2)
- 忠诚计划回馈 (点数) - (例如, 25,000)

- 忠诚计划合作伙伴（例如，美国航空公司）
- 促销代码（例如，ENT29303）

产品属性

- 品牌（例如，Toyota）
- 型号（例如，Camry）

转化事件属性

- 容器（例如，页面名称）
- 预订类型（例如，黄金时事通讯）
- 播客类型（例如，教育）

元素属性

- 容器（例如，页面名称）
- 位置（例如，C1R1）
- 视频广告（例如，假日酒店放松身心套餐）
- 视频播放器（例如，Windows Media Player）
- 视频状态（例如，2）
- 视频时间戳记（例如，38）
- 视频长度（例如，145）

已导入的预定（交易）属性：

- 旅行社标识（例如，123）
- 呼叫中心代表（代表姓名、123）

附加联系信息

要获取有关产品改进的建议，请通过以下邮箱地址与 IBM 取得联系： cm_feedback@us.ibm.com

如果需要产品帮助，请访问 IBM 客户支持中心： <https://support.ibmcloud.com>

您还可以与所在区域的 IBM 办事处取得联系。

美国	
<p>IBM 1001 E Hillside Boulevard Foster City, CA 94402 免费电话：1.866.493.2673</p>	<p>IBM Austin 11501 Burnet Road Building 905, Floor 2 Austin, TX 78758-3400 免费电话：1.866.493.2673</p>
<p>IBM Dallas 750 W John Carpenter Freeway Irving, TX 75039 免费电话：1.866.493.2673</p>	
欧洲	

<p>IBM United Kingdom Limited 3 Furzeground Way Stockley Park Uxbridge Middlesex UB11 1EZ U.K. 电话: 020 8867 8003</p>	<p>IBM GmbH Beim Strohhause 17 D-20097 Hamburg Germany 电话: 0800-180-2597</p>
<p>IBM France 17 Avenue de l'Europe 92275 Bois Colombes Cedex France 电话: 0800 91 4912</p>	
<p>亚太</p>	
<p>IBM Hong Kong Limited Silvercord Tower 2 Room 907 30, Canton Road Tsim Sha Tsui Kowloon Hong Kong SAR, China 电话: +852 8201 0823 传真: +852 8201 0832</p>	<p>IBM Australia and New Zealand 60 Southgate Ave Southgate VIC 3006 AUSTRALIA (澳大利亚) 1800 69 CORE (新西兰) 0800 69 CORE</p>

IBM 欢迎您提出宝贵意见

您可以将自己的意见发送至以下地址。

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

您可通过使用以下某种方法，以电子方式将意见发送给我们：

免费电话

1+866-493-2673

支持中心：

<https://support.ibmcloud.com>

万维网：

www.ibm.com/marketing-solutions/

如果您希望收到回复，请确保提供自己的姓名、地址、电话号码或传真号码。请确保在您的意见或说明中包含以下信息：

- 本文档的标题
- 与您意见相关的页码或主题

当您将信息发送给 IBM 后，即授予 IBM 非专有权，IBM 可以采用自己认为合适的任何方式使用或分发此信息，而无须对您承担任何责任。

支持

支持中心

支持站点位于 <https://support.ibmcloud.com>, 或者可通过单击应用程序菜单栏中的“支持”链接来访问。

支持中心站点包含以下内容:

- **可搜索的知识库**, 用于回答问题并提供对基本文档 (例如, “实施指南”、“指标词汇表”、“用户指南”和“发行说明”等) 的即时访问。
- **培训工具**, 如基于 Web 的培训和归档的在线研讨会。
- **市场营销信息**, 包括案例研究、白皮书和即将举办的活动, 如客户峰会。
- 来自支持团队的**通知**。
- **问题跟踪**, 跟踪从凭单创建到问题解决的全过程, 完整地深入了解您查询的状态。
- **反馈**, 用于提供有关改进支持站点的建议。(有关应用程序的反馈请发送至 cm_feedback@us.ibm.com)。
- **交谈**, 可用于立即联系某个最佳实践代表。

声明

本信息是为在美国提供的产品和服务而编写的。

IBM 可能在其他国家或地区不提供本文档中讨论的产品、服务或功能特性。有关您所在区域当前可获得的产品和服务的信息, 请向您当地的 IBM 代表咨询。任何对 IBM 产品、程序或服务的引用并非意在明示或暗示只能使用 IBM 的产品、程序或服务。只要不侵犯 IBM 的知识产权, 任何同等功能的产品、程序或服务, 都可以代替 IBM 产品、程序或服务。但是, 评估和验证任何非 IBM 产品、程序或服务的操作, 由用户自行负责。

IBM 可能已拥有或正在申请与本文档内容有关的各项专利。提供本文档并未授予用户使用这些专利的任何许可。您可以用书面形式将许可查询寄往:

*IBM Director of Licensing
IBM Corporation
North Castle Drive, MD-NC119
Armonk, NY 10504-1785
United States of America*

有关双字节字符集 (DBCS) 信息的许可查询, 请与您所在国家或地区的 IBM 知识产权部门联系, 或用书面方式将查询寄往:

*Intellectual Property Licensing Legal and Intellectual Property Law
IBM Japan Ltd. 19-21,
Nihonbashi-Hakozakicho, Chuo-ku
Tokyo 103-8510, Japan*

本条款不适用英国或任何这样的条款与当地法律不一致的国家或地区: INTERNATIONAL BUSINESS MACHINES CORPORATION “按现状” 提供本出版物, 不附有任何种类的 (无论是明示的还是暗含的) 保证, 包括但不限于暗含的有关非侵权、适销和适用于某种特定用途的保证。某些国家或地区在某些交易中不允许免除明示或暗含的保证。因此本条款可能不适用于您。

本信息中可能包含技术方面不够准确的地方或印刷错误。此处的信息将定期更改; 这些更改将编入本资料的新版本中。IBM 可以随时对本出版物中描述的产品和/或程序进行改进和/或更改, 而不另行通知。

本信息中对非 IBM Web 站点的任何引用都只是为了方便起见才提供的，不以任何方式充当对那些 Web 站点的保证。那些 Web 站点中的资料不是 IBM 产品资料的一部分，使用那些 Web 站点带来的风险将由您自行承担。

IBM 可以按它认为适当的任何方式使用或分发您所提供的任何信息而无须对您承担任何责任。

本程序的被许可方如果要了解有关程序的信息以达到如下目的：(i) 允许在独立创建的程序和其他程序（包括本程序）之间进行信息交换，以及 (ii) 允许对已经交换的信息进行相互使用，请与下列地址联系：

IBM Director of Licensing IBM Corporation
North Castle Drive, MD-NC119
Armonk, NY 10504-1785 US

只要遵守适当的条件和条款，包括某些情形下的一定数量的付费，都可获得这方面的信息。

本文档中描述的许可程序及其所有可用的许可资料均由 IBM 依据 IBM 客户协议、IBM 国际程序许可协议或任何同等协议中的条款提供。

所引用性能数据和客户示例仅供参考。实际的性能结果可能会因特定的配置和运营条件而异。

涉及非 IBM 产品的信息可从这些产品的供应商、其出版说明或其他可公开获得的资料中获取。IBM 没有对这些产品进行测试，也无法确认其性能的精确性、兼容性或任何其他关于非 IBM 产品的声明。有关非 IBM 产品功能的问题应当向这些产品的供应商提出。

有关 IBM 未来方向或意向的声明可随时更改或收回，而不另行通知，它们仅仅表示了目标和意愿而已。

显示的所有 IBM 价格都是 IBM 的建议零售价，并且将随时更改而不另行通知。经销商的价格可能会有所不同。

本信息仅用于规划用途。在所描述的产品上市之前，此处的信息会有更改。

本信息包含在日常业务操作中使用的数据和报告的示例。为了尽可能全面地说明这些数据和报表，这些示例包括个人、公司、商标和产品的名称。所有这些名称都是虚构的，如与实际商业企业所使用的名称和地址有任何雷同，纯属巧合。

版权许可证：

本信息包含源语言形式的样本应用程序，用以阐明在不同操作平台上的编程技术。如果是为按照在编写样本程序的操作平台上的应用程序编程接口（API）进行应用程序的开发、使用、经销或分发为目的，您可以任何形式对这些样本程序进行复制、修改、分发，而无须向 IBM 付费。这些示例尚未在所有条件下经过全面测试。因此，IBM 不能担保或暗示这些程序的可靠性、可维护性或功能。这些实例程序“按现状”提供，不附有任何种类的保证。对于因使用样本程序所引起的任何损害，IBM 概不负责。

凡这些样本程序的每份拷贝或其任何部分或任何衍生产品，都必须包括如下版权声明：

此部分代码是根据 IBM 公司的样本程序衍生出来的。

© Copyright IBM Corp. 2017 . All rights reserved.

商标

IBM、IBM 徽标和 ibm.com 是 International Business Machines Corp.，在全球许多管辖区域的商标或注册商标。其他产品和服务名称可能是 IBM 或其他公司的商标。Web 站点 www.ibm.com/legal/copytrade.shtml 上的“Copyright and trademark information”部分提供了 IBM 商标的最新列表。

产品文档的条款和条件

根据下列条款和条件授予对这些出版物的使用许可权。

适用性

这些条款和条件是对 IBM Web 站点上一切使用条款的补充。

个人用途

您可以为了个人使用而非商业性使用复制这些出版物，但前提是保留所有专有权声明。未经 IBM 的明确许可，您不得分发、显示这些出版物或其中部分出版物，也不得制作其演绎作品。

商业用途

您仅可在贵公司内部复制、分发和显示这些出版物，但前提是保留所有专有权声明。未经 IBM 的明确许可，您不得制作这些出版物的演绎作品，也不得在贵公司外部复制、分发或显示这些出版物或其部分出版物。

权利

除非本许可权中明确授予，否则不得授予对这些出版物或其中包含的任何信息、数据、软件或其他知识产权的任何许可权、许可证或权利，无论明示的还是暗含的。

只要 IBM 认为这些出版物的使用会损害其利益或者 IBM 判定未正确遵守上述指示信息，IBM 将有权撤销本文授予的许可权。

除非完全遵守所有适用的法律和法规，否则您不能将此产品出口或再出口，这些法律和法规包括所有美国的出口法律和法规。

IBM 对这些出版物的内容不作任何保证。这些出版物“按现状”提供，不附有任何种类的（无论是明示的还是暗含的）保证，包括但不限于暗含的有关适销、非侵权和适用于某种特定用途的保证。

隐私策略注意事项

IBM 软件产品（包含软件即服务解决方案（“软件产品服务”））可能会使用 cookie 或其他技术来收集有关产品使用情况的信息，以便帮助改善最终用户体验，定制与最终用户的交互或用于其他目的。cookie 可能会从 Web 站点发送到您浏览器的一段数据，可能会作为标识您计算机的标记存储在您的计算机上。在许多情况下，这些 cookie 不会收集个人信息。如果您使用的软件产品服务允许通过 cookie 或类似技术收集个人信息，我们将告知您以下具体信息。

根据部署的配置，此软件产品服务可能会使用会话和持久 cookie，收集每个用户的用户名和其他个人信息，以便进行会话管理，提高用户易用性或其他使用情况跟踪或功能目的。可以禁用这些 cookie，但禁用后就无法使用它们所提供的功能。

各个管辖区域对通过 cookie 和类似技术收集个人信息有相关法律规定。如果为此软件产品服务部署的配置使您可以作为客户，通过 cookie 和其他技术从最终用户那里收集个人信息，那么您应当自行寻求任何适用于此类数据收集的法律意见，包括在适当的情况下提供通知和同意的要求。

IBM 要求客户 (1) 提供指向客户 Web 站点使用条款（例如，隐私策略）的明确无误的链接，使用条款中应包含指向 IBM 和客户的数据收集和使用实践的链接，(2) 告知将由 IBM 代表客户在访客的计算机上放置 cookie 和 clear gifs/web 信标，并随附此类技术目的的说明，(3) 在法律要求的范围内，由客户或 IBM 代表客户在 Web 站点访客的计算机上放置 cookie 和 clear gifs/web 信标之前，获得 Web 站点访客的同意

有关将各种技术（包括 cookie）用于这些目的的更多信息，请参阅位于 <http://www.ibm.com/privacy/details/us/en> 的 IBM Online Privacy Statement 中标题为“Cookies, Web Beacons and Other Technologies”的部分。

