

IBM LIVEMail の資料

IBM

目次

IBM LIVEMail の資料	1
LIVEMail の概要	2
LIVEMail の機能と利点.....	3
システム要件.....	3
LIVEMail 入門.....	3
LIVEMail ライセンスの機能方法.....	4
ユーザー・アカウントの構成.....	4
LIVEMail へのアクセス.....	4
LIVEMail の Digital Analytics プロダクトとの統合.....	4
LIVEMail のよくある質問	5
LIVEMail のデータ・フィードの構成	6
認定 E メール・サービス・プロバイダーのデータ・フィードの構成.....	7
ベスト・プラクティス・キャンペーン・フィードの構成.....	8
旅行参照者およびプロダクト参照者のキャンペーン・フィードの構成.....	9
放棄者キャンペーン・フィードの構成.....	10
購入後キャンペーン・フィードの構成.....	11
休止中の顧客のためのキャンペーン・フィードの構成.....	13
カスタム・フィードの定義.....	14
アクティビティ・レコード・フィードの定義.....	14
顧客レコード・フィードの定義.....	16
LIVEMail の管理	18
LIVEMail 設定の管理.....	18
データ・エクスポートの管理.....	19
SFTP ターゲットの管理.....	19
LIVEMail レポートを使用した E メール・キャンペーンの分析	21
Digital Analytics アプリケーションのセグメントの再ターゲット化	23
その他の連絡先情報	28
サポート	29
商標.....	31
製品資料に関するご使用条件.....	31
プライバシー・ポリシーに関する考慮事項.....	32

IBM LIVEMail の資料

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

はじめに

[2 ページの『LIVEMail の概要』](#)

IBM LIVEMail は、ターゲットを絞った E メール・キャンペーンの作成と実行を容易にする高精度 E メール・マーケティング・アプリケーションであり、開封率、クリックスルー率、およびコンバージョン率を向上させ、さらに E メール・チャンネルの顧客エンゲージメントと満足度の全体レベルも改善します。

[3 ページの『LIVEMail の機能と利点』](#)

LIVEMail は、ターゲット顧客セグメントとこれに対応するサイト・アクティビティを提供し、E メール・メッセージング機能に含める最も関連度が高い会話とオファーの定義を支援します。

[4 ページの『LIVEMail の Digital Analytics プロダクトとの統合』](#)

IBM Digital Recommendations および IBM AdTarget に加え、IBM LIVEMail は Digital Analytics マーケティング最適化ソリューション・スイートの一部です。LIVEMail は、業界大手の E メール・サービス・プロバイダー・パートナーにより実施される E メール・キャンペーンと、企業内 E メール・フルフィルメント・システムで実施される E メール・キャンペーンを最適化します。

[3 ページの『システム要件』](#)

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

[4 ページの『LIVEMail ライセンスの機能方法』](#)

LIVEMail ライセンスの機能方法を理解することは、LIVEMail の使用を開始する上で重要な要素です。LIVEMail のユーザー・アカウントを構成しようとする前に、ご使用の環境でどのようにライセンスが機能するかを把握するようにしてください。

[4 ページの『ユーザー・アカウントの構成』](#)

ユーザーが LIVEMail にアクセスしてこれを使用できるようにするには、LIVEMail 用にユーザー・グループを構成する必要があります。

[4 ページの『LIVEMail へのアクセス』](#)

IBM LIVEMail には、直接アクセスすることも、別の Digital Analytics アプリケーションからアクセスすることもできます。

[5 ページの『LIVEMail のよくある質問』](#)

構成タスク

[7 ページの『認定 E メール・サービス・プロバイダーのデータ・フィードの構成』](#)

LIVEMail を IBM Digital Analytics 認定 E メール・サービス・プロバイダーと統合されるよう構成し、E メール・キャンペーンの配信と効率を改善することができます。

[9 ページの『旅行参照者およびプロダクト参照者のキャンペーン・フィードの構成』](#)

旅行参照者およびプロダクト参照者のキャンペーン・フィードには、事前定義されたクロス訪問セグメンテーション・ロジックが含まれていますが、コンテキスト・フィルター処理を適用してエクスポートの出力を調整することも可能です。

[10 ページの『放棄者キャンペーン・フィードの構成』](#)

放棄者ベスト・プラクティス・キャンペーン・フィードの目的は、サイトで基本的なコンバージョン・プロセスを放棄したサイト訪問者情報と、その訪問者をサイトに呼び戻してコンバージョン・プロセスを完了させるためのターゲットを絞った E メール・コンテンツとオファーで構成される、日次 LIVEMail エクスポートの定義を支援することです。放棄者プログラムには、事前定義されたクロス訪問セグメンテーション・ロジックが含まれていますが、コンテキスト・フィルター処理を適用して LIVEMail エクスポートの出力を調整することも可能です。

[11 ページの『購入後キャンペーン・フィードの構成』](#)

購入後ベスト・プラクティス・キャンペーン・フィードを構成し、E メール・マーケティング活動の成功の最適化を支援することができます。購入後プログラムには、事前定義されたクロス訪問セグメンテーショ

ン・ロジックが含まれていますが、コンテキスト・フィルター処理を適用してエクスポートの出力を調整することも可能です。

13 ページの『休止中の顧客のためのキャンペーン・フィードの構成』

LIVEmail 休止中の顧客のためのベスト・プラクティス・キャンペーン・フィードは、特にサイトに最近アクセスしていない登録済みの顧客や訪問者とのコミュニケーションを維持するためのメカニズムを提供します。Eメール・キャンペーンは、しばらくサイトにアクセスしていない訪問者を Web サイトに呼び戻す、コスト効率が非常に高い方法です。

14 ページの『アクティビティ・レコード・フィードの定義』

LIVEmail アクティビティ・レコード・フィードは、毎日処理されるエクスポートを配信します。このエクスポートは、多数の訪問者サイト・アクティビティを含めるように構成できます。

16 ページの『顧客レコード・フィードの定義』

LIVEmail 顧客レコード・フィードは、日次処理または週次処理されるエクスポートを配信します。このエクスポートは、任意の数の訪問者サイト・アクティビティ、顧客属性、および訪問属性を含めるように構成できます。

管理タスク

18 ページの『LIVEmail 設定の管理』

カスタム LIVEmail エクスポートの作成プロセス中にセグメントを管理するだけでなく、LIVEmail の「管理」 > 「セグメント」画面からセグメントを作成、編集、または削除することもできます。

19 ページの『データ・エクスポートの管理』

LIVEmail の「フィード管理」ページを使用して、データ・エクスポートをモニターします。

19 ページの『SFTP ターゲットの管理』

LIVEmail の「SFTP 管理」ページを使用して、エクスポート SFTP ターゲットを作成し、インポート SFTP ターゲットを指定できます。エクスポート SFTP ターゲットは、LIVEmail エクスポートの送信先とする場所を指定し、インポート SFTP ターゲットは、Eメール・サービス・プロバイダーからの指標を LIVEmail レポートに追加する場合に使用できます。

その他の一般的なタスク

21 ページの『LIVEmail レポートを使用した Eメール・キャンペーンの分析』

LIVEmail レポートを使用して、Eメール・キャンペーンのパフォーマンスを分析することができます。LIVEmail レポートにより、Digital Analytics が計測するサイト内パフォーマンス指標に合わせて、Eメール・サービス・プロバイダーから直接提供されるプログラム効果指標を確認できます。

23 ページの『Digital Analytics アプリケーションのセグメントの再ターゲット化』

Digital Analytics マーケティング最適化スイートにおけるアプリケーションの統合により、Digital Analytics Explore のレポートから直接 LIVEmail セグメントを簡単に定義できます。

LIVEmail の概要

IBM LIVEmail は、ターゲットを絞った Eメール・キャンペーンの作成と実行を容易にする高精度 Eメール・マーケティング・アプリケーションであり、開封率、クリックスルー率、およびコンバージョン率を向上させ、さらに Eメール・チャネルの顧客エンゲージメントと満足度の全体レベルも改善します。

LIVEmail は、詳細な Web 解析行動データに基づいて、関連性の高いメッセージおよびオファーを配信できるように支援します。これにより、Web サイト訪問者および顧客に対して、適切な Eメール・コミュニケーションおよびオファーが適切なタイミングで提供されます。

また、LIVEmail は Digital Analytics 認定 Eメール・サービス・プロバイダーと統合されるため、Eメール・キャンペーンの配信と効率を改善できます。

LIVEmail は、サイト参照者、放棄者、コンバーター、または休止訪問者をターゲットとするような Eメール・ベスト・プラクティス・キャンペーン、詳細なセグメンテーションとフィルタリング、構成可能な Eメール・トリガー・スケジュール、キャンペーン・パフォーマンスを追跡するためのネイティブ・レポート、およびサード・パーティーからのデータ・インポートの機能を、すべて 1つのアプリケーション内で提供します。

LIVEmail の機能と利点

LIVEmail は、ターゲット顧客セグメントとこれに対応するサイト・アクティビティを提供し、Eメール・メッセージング機能に含める最も関連度が高い会話とオファーの定義を支援します。

LIVEmail は、次の機能と利点を提供します。

Eメール・ベスト・プラクティス・キャンペーン

LIVEmail は、Eメール・イニシアチブの実行を短期間で開始できるように、新規のベスト・プラクティス・キャンペーン定義を提供します。サイト参照者、放棄者、コンバーター、または休止中の顧客をターゲットとして、関連性の高いメッセージを簡単に配信できるため、コンバージョン、エンゲージメント、およびデマンドを増大させることができます。

詳細なセグメンテーション

LIVEmail のセグメンテーション機能には、カスタム Eメール・リマーケティング・セグメントを定義するためのオプションが用意されています。また、LIVEmail 内で作成される Eメール・セグメントに対してアクティビティ属性フィルターを適用できるため、ターゲットをより高い精度で絞り込むことができます。

ネイティブ・レポート

Eメール・マーケッターは、Digital Analytics で使用可能な業界最高水準の帰因分析機能を使用して Eメール・チャンネル・パフォーマンスを追跡できるほか、LIVEmail 内に備わっている柔軟なレポート・インターフェースから直接、Eメール・キャンペーンの有効性を素早く把握できます。

Eメール・サービス・プロバイダー・インポート

パートナーによって取得された受信トレイ成功指標 (Eメール開封率、クリックスルー率、直帰数など) を、Digital Analytics によって報告されたキャンペーン・オンサイト KPI (コンバージョン率、売上、完了イベント数など) と合わせてインポートおよび表示して、キャンペーン全体の成功を評価します。これは、Eメール・マーケティング・イニシアチブを 360 度のあらゆる視点から見た真の姿を表しています。

柔軟なエクスポート・フォーマット

組織のニーズまたは提携している Eメール・サービス・プロバイダーのニーズに基づいて、訪問者プロフィール・ベースのデータ・エクスポートまたは訪問者アクティビティ・レコード・エクスポートを作成します。

統合の拡張

広範囲にわたる IBM 認定 Eメール・サービス・プロバイダーのコミュニティを活用して、各社の高度なキャンペーン・セットアップ・ツールや配信ツールを使用して、Eメールの関連性を容易に高めることができます。

システム要件

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

以下のシステム要件を維持してください。

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

LIVEmail 入門

LIVEmail の使用を開始するには、まずこの製品のライセンスを取得し、アプリケーションへのアクセスを必要とするユーザー・グループのための LIVEmail 権限を構成する必要があります。この権限の構成が完了すると、ユーザーは LIVEmail にアクセスして使用できるようになります。

LIVEmail ライセンスの機能方法

LIVEmail ライセンスの機能方法を理解することは、LIVEmail の使用を開始する上で重要な要素です。LIVEmail のユーザー・アカウントを構成しようとする前に、ご使用の環境でどのようにライセンスが機能するのかを把握するようにしてください。

LIVEmail は、アプリケーションのライセンスの入手を望んでいるすべての Digital Analytics のお客様にご利用いただけます。LIVEmail をご利用のお客様は、このアプリケーションを使用するために、現行 IBM 認定 E メール・サービス・プロバイダー・パートナーと連携する必要はありません。ターゲット訪問者アクティビティ・エクスポートは、指定される任意の有効な SFTP ターゲットに配信できます。エクスポートする LIVEmail データ・フィードの特性について、常にサード・パーティーの受信者とコミュニケーションをとる必要があります。これにより、サード・パーティーはデータ・フィードを適切に受信し、それをシステム内に正しく取り込むことができます。

組織が Digital Analytics と LIVEmail ライセンス契約を交わすと、ライセンス契約に記載されているクライアント ID に対し、Digital Analytics Provisioning Services により LIVEmail が使用可能になります。

デフォルトでは、LIVEmail アプリケーションは管理者ユーザー・グループに属しているユーザー・アカウントに対してのみ使用可能になります。その他のグループのユーザー・アカウントから LIVEmail にアクセスする必要がある場合は、それらのユーザー・グループに対してアプリケーションを使用可能に設定できます。

ユーザー・アカウントの構成

ユーザーが LIVEmail にアクセスしてこれを使用できるようにするには、LIVEmail 用にユーザー・グループを構成する必要があります。

このタスクについて

ユーザー・グループで LIVEmail を使用可能にするには、組織の管理者が、該当する ClientID の Digital Analytics にログインし、以下の手順を実行する必要があります。

手順

1. メニュー・バーの「**アドミン**」にナビゲートします。
2. 左側のナビゲーション・パネルの「**グループを管理**」をクリックします。
3. 編集するユーザー・グループの名前をクリックするか、新規ユーザー・グループを作成します。
4. 「許可オプション」リストで「**LIVEmail 3**」チェック・ボックスを選択し、選択されたユーザー・グループのすべてのユーザーに対してアプリケーションを使用可能にします。

LIVEmail へのアクセス

IBM LIVEmail には、直接アクセスすることも、別の Digital Analytics アプリケーションからアクセスすることもできます。

ご使用のアカウントで IBM LIVEmail が有効になっている場合は、以下の 2 つの方法でそれにアクセスできます。

- IBM Digital Analytics アプリケーションに既にログインしている場合は、ヘッダー・ナビゲーション・メニューにある「**LIVEmail**」をクリックします。アプリケーションが開いて、認証が自動的に行われます。
- アカウントのセットアップ時に組織に提供された URL にアクセスします。「**ログイン**」ページで、クライアント ID、ユーザー名、およびパスワードを入力し、「**ログイン**」をクリックします。

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

LIVEmail の Digital Analytics プロダクトとの統合

IBM Digital Recommendations および IBM AdTarget に加え、IBM LIVEmail は Digital Analytics マーケティング最適化ソリューション・スイートの一部です。LIVEmail は、業界大手の E メール・サービス・プロバイダー・パートナーにより実施される E メール・キャンペーンと、企業内 E メール・フルフィルメント・システムで実施される E メール・キャンペーンを最適化します。

LIVEmail は以下の方法で他の Digital Analytics 製品と統合されます。

- IBM Digital Analytics Explore のセグメントを使用して、LIVEmail のデータ・フィードの再ターゲットを定義できます。
- IBM Digital Recommendations は、LIVEmail に定義されたターゲット訪問者/顧客セグメントに基づいて E メール・キャンペーンの動的な提案を行います。
- Digital Analytics のカテゴリ定義ファイル (CDF) およびプロダクト名マッピング・ファイルを LIVEmail エクスポート・ジョブに追加できます。

LIVEmail のよくある質問

Q: 「パートナー」 ページにリストされている LIVEmail の IBM 認定パートナーの 1 つを利用する必要がありますか? 現在利用しているパートナーが LIVEmail ユーザー・インターフェースに表示されない場合は、どうすればよいですか?

A: LIVEmail の IBM 認定パートナーを利用すると、パートナーが標準 LIVEmail エクスポートを容易に受信して処理できるようにすることができます。認定には、パートナーが弊社の標準ファイル・エクスポート・フォーマットの 1 つを使用して LIVEmail 訪問者アクティビティ、訪問者属性、および訪問属性を正常に受信できるかどうかのテストが含まれます。LIVEmail は訪問者の行動を細分化したデータを含むデータ・エクスポートを生成するため、送信された LIVEmail データは、どの ESP またはサード・パーティー・システムでも受信し、利用することができます。しかし、非認定 ESP は、追加のデータ・ストレージまたはカスタマイズの料金を課金することがあります。パートナーがお客様のためにターゲットを絞った E メール・キャンペーンを実施する上で、どのようなタイプのデータを受信する必要があるかについては、パートナーと必ず相談してください。また、お客様がパートナーに送信する LIVEmail ファイルのフォーマットを伝えてください。

現在利用しているパートナーが IBM 認定パートナーでない場合は、Digital Analytics サポートまでお問い合わせください。弊社のビジネス開発チームから ESP に連絡して、LIVEmail の IBM 認定プログラムへの参加を勧めることができます。

Q: 現在、IBM 認定パートナーになっているのはどの ESP ですか?

A: すべての LIVEmail 認定パートナーが、サイド・ナビゲーション枠の「統合」 > 「ESP パートナー」セクションに表示されます。組織の現行の ESP パートナーが LIVEmail に認定されていない場合は、Digital Analytics サポートまでお問い合わせください。弊社のビジネス開発チームがその組織と共に認定取得を推進します。

Q: サービス契約の一部として、どのようなタイプの LIVEmail のテクニカル/ベスト・プラクティス・サポートが提供されますか?

A: 1 つ以上の Digital Analytics クライアント ID に対して LIVEmail アプリケーションが提供されてから 48 時間以内に、専門のアプリケーション・スペシャリストがお客様の組織のメンバーにご連絡します。アプリケーション・スペシャリストは、使用可能化プロセスのすべての側面に関して高度な訓練を受けた専門家であり、Digital Analytics の高精度マーケティング・アプリケーションに関連する技術面、戦略面、およびベスト・プラクティスの考慮事項について詳細な知識を得るためには不可欠です。

LIVEmail に基づく E メール・プログラムのビジネス要件の確定、ターゲットを絞ったサイト・タグ監査、LIVEmail エクスポートの設定についてのビジネス・ユーザー・トレーニング・セッション(1 回)、および ESP 統合セットアップ・フェーズ中の技術支援に関して、ベスト・プラクティス支援(参照資料を含む)が提供されます。

Q: セットアップできる LIVEmail エクスポートの数はいくつですか?

A: デフォルトでは、ある特定の時点において、1 つのユーザーが最大 10 個の繰り返し LIVEmail エクスポートをアクティブにできます。これより多くのフィードにアクセスする必要がある場合は、Digital Analytics アカウント・チームまでお問い合わせください。

Q: 独自に開発されたか自社で管理されている E メール/データベース・ツールを使用しています。Digital Analytics では、自社の IT/DB マーケティング・チームが LIVEmail データ・フィードの内部化のプロセスについて検討するために役立つ技術資料を提供していますか?

A: はい、提供しています。サポート・サイトで「LIVEmail のデータ仕様」を検索すると、LIVEmail アプリケーションの詳細な技術仕様を入手できます。

Q: 通常は ESP が保有する追加のセグメンテーション/ビジネス・ロジック (頻度の上限設定、オプトイン状況検査、複数イベント・ロジックなど) を LIVEmail アプリケーション内で適用できますか?

A: いいえ。現在、LIVEmail は、基本設定センター情報、複数イベント/頻度の上限設定、またはオプトイン/オプトアウト状況に基づいたセグメンテーションまたはビジネス・ロジックをサポートしません。これらの付加価値ビジネス要件については、ESP パートナーと相談してください。

Q: 独自に設定したプロダクトやページなどの属性を、セグメンテーションの目的で LIVEmail 内で使用できますか?

A: はい。お客様の組織がタグまたはデータ・インポート・ファイルを使用して送信するすべての属性データは、LIVEmail 内でターゲット訪問者セグメントを作成するために使用できます。独自の属性データを LIVEmail ユーザー・インターフェース内に表示するには、属性データの別名を作成する必要があります。これらに注意してください。

Q: LIVEmail がサポートするカスタム E メール受信トレイ指標を使用して、E メール・サービス・プロバイダーから任意のデータをインポートできますか?

A: いいえ。インポートされるすべての非標準データ・フィールド (E メール受信トレイ指標 1-15 など) は、数値データ値を含む必要があります。それらのフィールドで文字列データのインポートを試みた場合、インポート・ジョブは失敗します。

Q: Digital Analytics が (データ解析期間としての) 1 日を終了し、次の日を開始する時点はいつですか?

A: セッションは午前 0 時に切断されます。そのため、あるユーザーが 9 月 28 日の 23:50 にプロダクトをカートに入れ、9 月 29 日の 00:03 に購入した場合、このイベントは 9 月 28 日のフィードに放棄としてリストされます。

Q: Digital Analytics が「操作/アクティビティの時刻」を識別するときに参照するのはどのタイム・ゾーンですか?

A: すべてのデータ収集およびアクティビティのタイム・スタンプは、お客様がアカウントの設定時に定義したタイム・ゾーンに基づいています。サイト訪問者のタイム・ゾーンが考慮されることはありません。

Q: "cm_lm" パラメーターの機能は何ですか?

A: お客様のサイト・ページに埋め込まれた標準 cmdatatagutils.js ライブラリーには、インバウンド・リンクに引数 cm_lm= が含まれる場合に登録タグを自動生成するハンドラーがあります。等号 (=) の後に渡される値は、そのタグの「**カスタマー ID**」および「**E メール・アドレス**」パラメーターの両方として構文解析されます。この関数は、LIVEmail 統合の必須関数ではありません。この関数は、Digital Analytics を新規に導入したお客様の登録テーブルに十分な数の E メール・アドレスがない場合に対処するために作成されています。この方法により、データベース内の Cookie から E メール・アドレスへの関連付けの量を簡単に「増大させる」ことができます。

Q: "cm_lm" URL パラメーターはどのように実装しますか?

A: cm_lm= は、インバウンド E メール・リンクへの通常の URL クエリ文字列パラメーターとして付加できます。等号の後の値は、E メール受信者の E メール・アドレスである必要があります。お客様は、ESP または E メール・ツール・サポート・チームと協力して、ソフトウェアが受信者の E メール・アドレスをリンクに埋め込むために使用している変数またはメール・マージ・トークンを特定する必要があります。例えば、cm_lm=%email_address% です。cm_lm は小文字で指定する必要があります。URL エンコードは使用できません。お客様は、E メールを完全な E メール・リストに送信する前に、関数をテストする必要があります。Digital Analytics TagBar ユーティリティーを使用して、このパラメーターが付加されているインバウンド・リンクが登録タグを作成していること、および「**カスタマー ID**」フィールドと「**E メール・アドレス**」フィールドに cm_lm 引数の値が取り込まれていることを確認する必要があります。

LIVEmail のデータ・フィードの構成

LIVEmail を構成することで、認定 LIVEmail データ・フィードを IBM パートナーに送信したり、非認定パートナー向けまたは企業内システム向けのベスト・プラクティス・キャンペーン・フィードを作成したり、完全にカスタムのデータ・エクスポートを定義したりできます。ユーザーが行う構成の選択により、サイト訪問者データを共有する組織と、E メール・マーケティングの目的で共有するデータの種類を管理できます。

認定 E メール・サービス・プロバイダーのデータ・フィードの構成

LIVEmail を IBM Digital Analytics 認定 E メール・サービス・プロバイダーと統合されるよう構成し、E メール・キャンペーンの配信と効率を改善することができます。

始める前に

お客様が LIVEmail エクスポートをセットアップするときに、E メール・サービス・プロバイダー・パートナーの要件に準拠しなければならない場合があります。そのため、エクスポート名と SFTP ターゲットの設定については、パートナーに必ず問い合わせてください。

注: LIVEmail でのデータ・シンジケーションの有効化は、選択したパートナーによる承認または承諾に基づくものであり、連携する各パートナーと契約関係を確立する必要があります。実施する LIVEmail のキャンペーンについてパートナーとの間で契約が成立しており、パートナーがお客様からのデータ・シンジケーション・アクティベーション要求を待っていることを確認してください。

このタスクについて

現在有効な IBM 認定を取得しているすべての E メール・サービス・プロバイダー組織が、LIVEmail の「パートナー」セクションで選択可能なオプションとして表示されます。E メール・サービス・プロバイダー組織が LIVEmail の認定パートナーになるには、LIVEmail データ・フィードをアプリケーション内に受け入れて内部化することにより、Digital Analytics と統合される反復可能なソリューションを準備する必要があります。「パートナー」セットアップ・ページには、パートナーが認定を取得した LIVEmail エクスポートの種類のみが表示されます。以下のステップを実行して、パートナーの LIVEmail フィードをセットアップしてください。

手順

1. サイド・ナビゲーション枠の「統合」セクションで、ご利用の IBM 認定パートナーを選択し、メイン枠にドラッグします。

お客様の組織の E メール・サービス・プロバイダーを選択すると、LIVEmail 画面でそのパートナーの事前定義された LIVEmail データ・エクスポートが更新されます。アクティビティ・フィールドを含むパートナーのデフォルト・ファイル・スキーマが、「選択したフィールド」フレーム内に表示されます。

The screenshot displays the Silverpop Partner Integration configuration interface. It includes an 'Export Name' text input, an 'FTP Target' section with a 'Create' button and a dropdown menu currently set to 'DEFAULT_EXPORT', and an 'E-mail Notification List' text input. A right-hand panel titled 'Selected Fields' shows 'Email Address' and 'Page(s) Browsed' selected from a list of available fields. Below this panel, there are checkboxes for 'Include Product Name Mapping' and 'Include Category Definition File'. The interface concludes with 'Submit' and 'Cancel' buttons.

2. パートナー統合の詳細を指定します。
以下に示す情報を指定します。

- **エクスポート名:** エクスポート・ファイルの名前
- **SFTP ターゲット:** LIVEmail フィードの送信先となる宛先ターゲット

注: 使用する SFTP ターゲットがドロップダウン・ボックスにリストされていない場合は、「作成」ボタンを使用して指定できます。

- **Eメール通知リスト:** LIVEmail フィードの処理と配信が成功または失敗したときに通知を受け取る個人のEメール・アドレスのリストのみです。
- **パートナー構成:** LIVEmail では、認定パートナー・エクスポート構成をロック解除および編集できます。

注: デフォルトではパートナー・エクスポートはロックされ、エクスポートに対して選択されたデータ・フィールドは、構成ユーザー・インターフェースの右側で灰色表示されます(使用不可になります)。LIVEmail は、パートナー・エクスポート・ファイル・フォーマットを明示的にロックして、Digital Analytics との認定統合の内部でパートナーが受け取ることを予期するデータの要件に準拠したフィードを、お客様が確実に作成できるようにします。LIVEmail では、幅広い訪問者アクティビティ情報を使用してさまざまなファイル・フォーマットでデータ・エクスポート・フィードを作成できるため、お客様はこのアプリケーションを使用して、選択したパートナーが容易に内部化できるフィードを確実に作成できます。

認定パートナー・エクスポート構成をロック解除および編集するには、以下の手順を実行します。

- a. ご利用の IBM 認定 E メール・サービス・プロバイダー・パートナーに問い合わせ、そのパートナーが標準外の IBM エクスポート・ファイルを受け入れることを確認してください。

注: ほとんどの IBM 認定 E メール・サービス・プロバイダー・パートナーは、標準外の LIVEmail エクスポート・ファイルを受け入れますが、そのような事例では追加のカスタマイズ料金を課金する権利を留保しています。

- b. ロック (🔒) アイコンをクリックします。
- c. パートナー・エクスポート構成をロック解除した後、以下のアイテムを「使用可能なフィールド」セクションから「選択したフィールド」セクションへドラッグ・アンド・ドロップすることで、アイテムの追加または削除を行えます。

– LIVEmail 仕様の訪問者アクティビティ・フィールド

注: すべての使用可能な訪問者アクティビティ・フィールドは、カテゴリ別にグループ化されているため、簡単に特定および追加できます。

- デフォルトでパートナー・エクスポートに付属している補助ファイル
- ファイル仕様のデータ・フィールド

注: 1 つの LIVEmail エクスポート内に最大 15 個の異なる訪問者アクティビティ・フィールドを含めることができます。

3. LIVEmail エクスポートをアクティブにします。

LIVEmail エクスポートの構成が終了したら、「**サブミット**」をクリックして、翌日から開始される日次処理のためにデータ・フィードをスケジュールします。

新規に作成した LIVEmail フィードは「統合」メニューの下部に表示され、フィードの上にマウスオーバーするとその現在の状況を確認できます。

ベスト・プラクティス・キャンペーン・フィードの構成

LIVEmail は 4 つのベスト・プラクティス・リマーケティング・フィードを提供します。これにより、Digital Analytics から直接キャンペーン・ロジックを実行できます。LIVEmail の IBM 認定パートナーと連携していない場合、またはパートナー/企業内ツールに、長期にわたって訪問者サイト・アクティビティ・データを保管するための堅牢な機能がない場合や、そのようなインポート済みデータにクロス訪問の訪問者ロジックを適用できない場合、これらのフィードを使用できます。

旅行参照者およびプロダクト参照者のキャンペーン・フィードの構成

旅行参照者およびプロダクト参照者のキャンペーン・フィードには、事前定義されたクロス訪問セグメンテーション・ロジックが含まれていますが、コンテキスト・フィルター処理を適用してエクスポートの出力を調整することも可能です。

このタスクについて

ブラウザ・ベースの E メール・プログラムは、受信者へのメッセージおよびオファーを調整したいマーケティングによって実装されます。これを行うには、マーケティングは個々の参照における振る舞いを監視し、過去のサイト訪問におけるプロダクトおよびコンテンツとの親和性に基づいて、受信者へのメッセージおよびオファーを調整します。

参照キャンペーンはさまざまな形式をとることができますが、その根本的な目標は、各個人が共感できる印象的で関連性の高いコンテンツの提供を通じて、サイト参照者がサイトを再び訪問し、コンバージョン・イベントを完了するように働きかけることです。

手順

1. 旅行参照者プログラム・アイコンまたはプロダクト参照者プログラム・アイコンを「ベスト・プラクティス・キャンペーン」セクションから LIVEmail のメイン枠にドラッグ・アンド・ドロップします。
2. 「キャンペーン・ウィンドウ」タブで、赤か緑の丸をドラッグして、参照アクティビティのトリガー・イベントの遅延と、対応するコンバージョン・アクティビティの抑制イベント・ウィンドウを指定します。

コンバージョン・アクティビティの一例として、小売バーティカルで購入アクティビティやカート・アクティビティが挙げられます。

注: 参照ベスト・プラクティス・キャンペーンのフィードは毎日エクスポートされます。これにより、E メール・プログラムの最新のターゲットを常に維持できます。

例えば、トリガー・イベントの遅延と抑制イベント・ウィンドウを両方とも 5 日に設定するとします。



この構成では、エクスポート・フィードが毎朝コンパイルされる際に、LIVEmail は、5 日前にプロダクト詳細ページを参照したものの、それ以降コンバージョン・イベントを完了するために再びサイトを訪問していないすべてのサイト訪問者を検索します。訪問者の Cookie が E メール・アドレスを含む登録プロフィールにマップされている場合、その訪問者はその日のエクスポートに組み込まれます。

トリガー遅延ウィンドウと抑制イベント・ウィンドウは、最大過去 30 日まで設定できます。各オプションに対して選択する時間枠は、提供する予定である参照ベース・キャンペーンの特性に応じて異なります。例えば、E メール・コミュニケーションが多くなりすぎるのを避け、Web 行動マーケティング業務に伴いがちなマイナスの印象を軽減するために、顧客に初めて接触する時点では各オプションの時間間隔を長くすることをお勧めします。

3. フィルターを適用するには、ドロップダウン・メニューからサポートされている条件の種類を 1 つ選択して「条件を追加」をクリックし、フィルター・ロジック条件を入力します。

組織に該当する参照の種類に基づいてエクスポート・ターゲット・リストをフィルタリングすることができます。

例えば、小売業のお客様の場合、特定のプロダクト・カテゴリーからの参照者のみをターゲットにしたい場合があります。

注: LIVEmail のフィルターは、Digital Analytics Explore でレポート・フィルターを適用する場合と同様に機能します。指定したフィルター・ロジックは、指定した条件に適合する訪問者を除外するためではなく、組み込むために使用されます。

4. LIVEmail ベスト・プラクティス・キャンペーン・エクスポートの記述に役立つその他の必要な情報を指定するには、「名前とその他の詳細」をクリックし、フィード情報を指定します。

注: Microsoft Excel で LIVEmail エクスポート・ファイルを確認する場合は、Excel では、括弧子によって識別されるファイルの種類に基づいてフォーマットが想定される点に注意してください。例えば、.CSV ファイルでは フィールド区切り文字としてコンマが使用されているものと想定されます。

5. 「サブミット」をクリックし、LIVEmail フィードの 日次処理をアクティブにします。ベスト・プラクティス・キャンペーンをサブミットすると、新規に作成した LIVEmail フィードが Digital Analytics フッターと共にメイン枠に表示されます。

タスクの結果

エクスポートの最初のインスタンスは、日次処理をアクティブにした日の翌日に送信されます。

次のタスク

フィードはいつでも編集できます。フィードを編集するには、そのフィードをダブルクリックします。

放棄者キャンペーン・フィードの構成

放棄者ベスト・プラクティス・キャンペーン・フィードの目的は、サイトで基本的なコンバージョン・プロセスを放棄したサイト訪問者情報と、その訪問者をサイトに呼び戻してコンバージョン・プロセスを完了させるためのターゲットを絞った E メール・コンテンツとオファーで構成される、日次 LIVEmail エクスポートの定義を支援することです。放棄者プログラムには、事前定義されたクロス訪問セグメンテーション・ロジックが含まれていますが、コンテキスト・フィルター処理を適用して LIVEmail エクスポートの出力を調整することも可能です。

このタスクについて

最も基本的な E メール・キャンペーンの 1 つは、主要なサイト内コンバージョン・アクティビティ (クレジット・カード申込み、プロダクトの注文、またはホテル宿泊予約など) を完了できなかった訪問者を特定するキャンペーンです。放棄者プログラムを適切に実施することで、大幅な増分収益が実現し、顧客エクスペリエンスが改善されます。

手順

1. カート放棄プログラム・アイコンを「ベスト・プラクティス・キャンペーン」セクションから LIVEmail のメイン枠にドラッグ・アンド・ドロップします。
2. 「キャンペーン・ウィンドウ」タブで、赤か緑の丸をドラッグして、放棄アクティビティのトリガー・イベントの遅延と、対応するコンバージョン・アクティビティの抑制イベント・ウィンドウを指定します。

コンバージョン・アクティビティの一例として、小売バーティカルでのカート放棄に対する購入イベントが挙げられます。

注: 放棄者ベスト・プラクティス・キャンペーンのフィードは毎日エクスポートされます。これにより、E メール・プログラムの最新のターゲットを常に維持できます。

例えば、トリガー・イベントの遅延と抑制イベント・ウィンドウを両方とも 2 日に設定するとします。



この構成では、エクスポート・フィードが毎朝コンパイルされる時点で、LIVEmail は、2 日前にトランザクションを放棄したまま、それを完了するために再びサイトを訪問していない、すべてのサイト訪問者を検索します。訪問者の Cookie が E メール・アドレスを含む登録プロファイルにマップされている場合、その訪問者はその日のエクスポートに組み込まれます。トリガー遅延ウィンドウと抑制イベント・ウィンドウは、最大過去 30 日まで設定できます。各オプションに対して選択する時間枠は、提供する予定である放棄コミュニケーションの特性に応じて異なります。例えば、インセンティブなしの未完了コンバージョンに関する通知メッセージを送信する場合、業界ベスト・プラクティスでは、短い時間枠 (1 から 2 日) を使用することが推奨されます。コンバージョンのために自ら戻ってくる可能性が高いサイト訪問者に対し、コンバージョン・インセンティブを提供するのは次善策であるため、コンバージョン・アクティビティを完了するためにサイトに戻るよう訪問者に対してインセンティブを提供する場合、通常より長い、最大 1 週間の遅延を使用してください。

3. フィルターを適用するには、ドロップダウン・メニューからサポートされている条件の種類を 1 つ選択して「条件を追加」をクリックし、フィルター・ロジック条件を入力します。

組織に該当するコンバージョン放棄の種類に基づいてエクスポート・ターゲット・リストをフィルタリングすることができます。

例えば、小売業のお客様の場合、特定のプロダクト・セット、プロダクト・カテゴリー、またはプロダクト属性のプロダクトを購入しなかったサイト放棄者のみをターゲットにすることがあります。

4. LIVEmail ベスト・プラクティス・キャンペーン・エクスポートの記述に役立つその他の必要な情報を指定するには、「名前とその他の詳細」をクリックし、フィード情報を指定します。

注: Microsoft Excel で LIVEmail エクスポート・ファイルを確認する場合は、Excel では、拡張子によって識別されるファイルの種類に基づいてフォーマットが想定される点に注意してください。例えば、.CSV ファイルではフィールド区切り文字としてコンマが使用されているものと想定されます。

5. 「サブミット」をクリックし、LIVEmail フィードの 日次処理をアクティブにします。ベスト・プラクティス・キャンペーンをサブミットすると、新規に作成した LIVEmail フィードが Digital Analytics フッターと共にメイン枠に表示されます。

タスクの結果

エクスポートの最初のインスタンスは、日次処理をアクティブにした日の翌日に送信されます。

次のタスク

フィードはいつでも編集できます。フィードを編集するには、そのフィードをダブルクリックします。

購入後キャンペーン・フィードの構成

購入後ベスト・プラクティス・キャンペーン・フィードを構成し、E メール・マーケティング活動の成功の最適化を支援することができます。購入後プログラムには、事前定義されたクロス訪問セグメンテーション・ロジックが含まれていますが、コンテキスト・フィルター処理を適用してエクスポートの出力を調整することも可能です。

このタスクについて

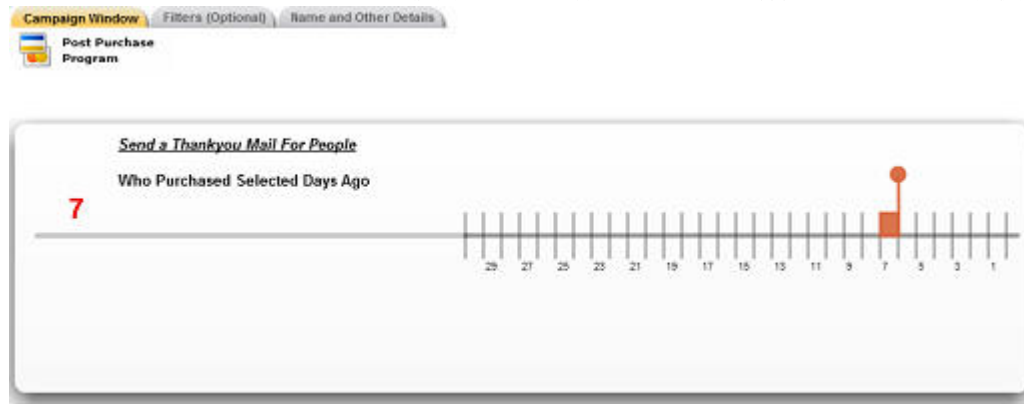
ほとんどのサイトには、直近の購入について顧客に感謝するための自動化 E メール・プログラムがセットアップされていますが、コンバージョン完了後プログラムもより複雑になってきています。例えば、ユー

ユーザー作成コンテンツ (訪問者コンバージョンを喚起するランクやレビューなど) の量が爆発的に増加し、コンバージョン完了アクティビティ後の長い遅延に伴って行われるベスト・プラクティス E メール・コミュニケーションが促進されてきました。顧客とのコミュニケーションを通じてプロダクト・レビューを依頼することは、ソーシャル・マーケティングまたは口コミを利用したマーケティングの戦略として非常に重要です。しかし、そのような依頼を顧客に配信するタイミングに関する基準は、サイトごとに大きく異なる場合があります。顧客からレビューを募集したり、顧客にアップセルまたはクロスセル推奨を提供したりする前に、顧客が注文したプロダクトを受け取り、使用を体験できるように、十分な期間を空ける必要があります。

手順

1. コンバージョン後のベスト・プラクティス・キャンペーン・アイコンを「ベスト・プラクティス・キャンペーン」セクションから LIVEmail のメイン枠にドラッグ・アンド・ドロップします。
2. 「キャンペーン・ウィンドウ」タブで、赤か緑の丸をドラッグして、コンバージョン後アクティビティのトリガー・イベントの遅延を指定します。

組織のビジネス・ニーズに応じて、最大過去 30 日間のイベント・トリガーを指定できます。ここでも、感謝を表す E メール・コミュニケーションまたは追加プロダクトのクロスセル (あるいはその両方) のためにこのベスト・プラクティス・キャンペーンを使用している場合は、イベント・トリガーの遅延を短くすることをお勧めします。レビューの募集のために購入後プログラムを使用している場合は、トリガーの遅延を長くしたほうが有利です。これにより、顧客は購入したアイテムの使用体験に十分な時間をかけることができるため、十分に検討した上で有益なユーザー作成コンテンツを提供できます。



この構成では、エクスポート・フィードが毎朝コンパイルされる時点で、LIVEmail は、7 日前にコンバージョンしたすべてのサイト訪問者を検索します。訪問者の Cookie が E メール・アドレスを含む登録プロフィールにマップされている場合、その訪問者はその日のエクスポートに組み込まれます。

3. 現在のイニシアチブに適用できるコンバージョン・アクティビティの種類に基づいてエクスポート・ターゲット・リストをフィルタリングすることができます。
例えば、サイト上でカテゴリーを選択するようプロダクトのランク付けとレビューを実装した場合、フィルター・オプションを使用すると、「レビューを書く」E メール・キャンペーンの指定されたカテゴリーからアイテムを購入した顧客のみを選択できます。
4. LIVEmail ベスト・プラクティス・キャンペーン・エクスポートの記述に役立つその他の必要な情報を指定するには、「名前とその他の詳細」をクリックし、フィード情報を指定します。
注: Microsoft Excel で LIVEmail エクスポート・ファイルを確認する場合は、Excel では、拡張子によって識別されるファイルの種類に基づいてフォーマットが想定される点に注意してください。例えば、.CSV ファイルではフィールド区切り文字としてコンマが使用されているものと想定されます。
5. 「サブミット」をクリックし、LIVEmail フィードの 日次処理をアクティブにします。
ベスト・プラクティス・キャンペーンをサブミットすると、新規に作成した LIVEmail フィードが Digital Analytics フッターと共にメイン枠に表示されます。

タスクの結果

エクスポートの最初のインスタンスは、日次処理をアクティブにした日の翌日に送信されます。

次のタスク

フィードはいつでも編集できます。フィードを編集するには、そのフィードをダブルクリックします。

休止中の顧客のためのキャンペーン・フィードの構成

LIVEmail 休止中の顧客のためのベスト・プラクティス・キャンペーン・フィードは、特にサイトに最近アクセスしていない登録済みの顧客や訪問者とのコミュニケーションを維持するためのメカニズムを提供します。Eメール・キャンペーンは、しばらくサイトにアクセスしていない訪問者を Web サイトに呼び戻す、コスト効率が非常に高い方法です。

このタスクについて

休止中の顧客のためのプログラムには、事前定義されたクロス訪問セグメンテーション・ロジックが含まれていますが、コンテキスト・フィルター処理を適用してエクスポートの出力を調整することも可能です。休止中の顧客とのコミュニケーションを復活させるために選択するトリガー・イベントの種類はさまざまです。LIVEmail は、お客様が休止中の顧客とコミュニケーションを取るためのさまざまな方法を提供します。

手順

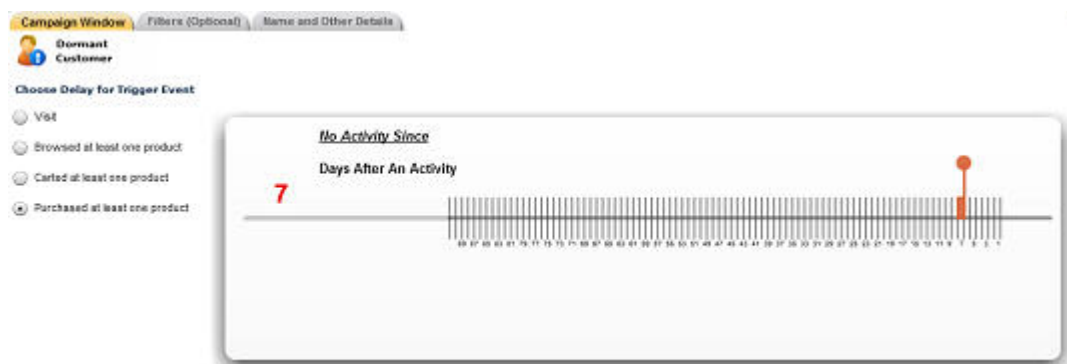
1. 休止中の顧客のためのベスト・プラクティス・キャンペーン・アイコンを「ベスト・プラクティス・キャンペーン」セクションから LIVEmail のメイン枠にドラッグ・アンド・ドロップします。
2. 「キャンペーン・ウィンドウ」タブで、赤か緑の丸をドラッグして、ターゲットとする休止中の顧客の種類を指定します。

過去の指定日数において、サイトにアクセスしていないユーザー、サイトでプロダクトを参照していないユーザー、またはサイトから購入していないユーザーをターゲットにできます。

- a) 使用する休止のイベント定義に対応するラジオ・ボタンをクリックして、イベント定義を選択します。
- b) 休止中の顧客と定義するために過去のどの時点まで遡るかを指定します。

このベスト・プラクティス・キャンペーンでは、最大過去 90 日間に特定のサイト・アクティビティを実行したが、それ以降サイトを訪問していない顧客をターゲットにできます。

注：顧客をサイトに呼び戻すための、最適なトリガー遅延設定は個別に異なります。



3. 適用した休止の定義に基づいてエクスポート・ターゲット・リストをフィルタリングできます。

注：「訪問」を休止定義として選択した場合、「フィルター」タブは、この種類のトリガー・イベントには適用できないため使用不可になります。

4. LIVEmail ベスト・プラクティス・キャンペーン・エクスポートの記述に役立つその他の必要な情報を指定するには、「名前とその他の詳細」をクリックし、フィード情報を指定します。

注：Microsoft Excel で LIVEmail エクスポート・ファイルを確認する場合は、Excel では、拡張子によって識別されるファイルの種類に基づいてフォーマットが想定される点に注意してください。例えば、.CSV ファイルではフィールド区切り文字としてコンマが使用されているものと想定されます。

5. 「サブミット」をクリックし、LIVEmail フィードの 日次処理をアクティブにします。

ベスト・プラクティス・キャンペーンをサブミットすると、新規に作成した LIVEmail フィードが Digital Analytics フッターと共にメイン枠に表示されます。

タスクの結果

エクスポートの最初のインスタンスは、日次処理をアクティブにした日の翌日に送信されます。

次のタスク

フィードはいつでも編集できます。フィードを編集するには、そのフィードをダブルクリックします。

カスタム・フィードの定義

事前定義された認定 E メール・サービス・プロバイダー・パートナー・フィードおよび ベスト・プラクティス・キャンペーン・フィードの他に、LIVEmail では、再マーケティング・キャンペーン強化のために使用する訪問者アクティビティのデータ・エクスポート用に、完全なカスタム・エクスポート・フォーマットを定義できます。

このタスクについて

LIVEmail では 2 種類のカスタム・フォーマットがサポートされています。

- アクティビティ・レコード・フィード
- 顧客レコード・フィード

アクティビティ・レコード・フィードの定義

LIVEmail アクティビティ・レコード・フィードは、毎日処理されるエクスポートを配信します。このエクスポートは、多数の訪問者サイト・アクティビティを含めるように構成できます。

このタスクについて

以下のサイト・アクティビティをアクティビティ・レコード・フィードに含めることができます。

- 参照されたプロダクト
- 購入されたプロダクト
- 放棄されたプロダクト
- カート内プロダクト
- サイト内検索
- ページ・ビュー
- コンバージョン・イベント開始
- コンバージョン・イベント完了

LIVEmail アクティビティ・レコード・フィードは、エクスポート内の各行が、ユニーク訪問者/アクティビティの組み合わせに対応するように調整されます。例えば、LIVEmail アクティビティ・レコード・フィードに「ページ・ビュー」アクティビティが組み込まれるように構成されている場合に、訪問者がサイト上の 5 ページを表示すると、エクスポート・ファイルには、訪問者が表示したページに対応する 5 つの行が含まれます。サイト・アクティビティの他にも関連情報が含まれます。

エクスポート・キー

アクティビティ・レコード・フィードでサポートされる 4 つのキーの列のうち 1 つを選択します。エクスポートでは、エクスポート・ファイルに含めるキー列として、E メール ID、Cookie ID、Cookie ID | 訪問 ID、または登録 ID を使用できます。

アクティビティの種類

エクスポートのすべての行に含まれるアクティビティの種類を示す数値 ID です。

0

参照されたプロダクト

- 1 購入されたプロダクト
- 2 放棄されたプロダクト
- 3 カート内プロダクト
- 4 サイト内検索
- 5 ページ・ビュー
- 6 コンバージョン・イベント開始
- 7 コンバージョン・イベント完了

カテゴリ ID

特定のアクティビティが属するカテゴリの ID。例えばページ・ビュー・レコードには、表示された各ページが属するカテゴリの ID が示されます。

プロダクト ID

計測対象のアクティビティに関連する個々のアイテムの ID。プロダクト ID は、入力されたサイト内検索用語、コンバージョン・イベント開始などです。

アクティビティ時刻

アクティビティが行われた訪問を訪問者が開始した時刻

アクティビティの金額

プロダクトまたはコンバージョン・イベントに関連する場合、アクティビティの金額には、カート内プロダクトや購入されたプロダクトの価格、イベント・ポイントなどが含まれます。

LIVEmail セグメントの作成時に、条件を 1 つ選択するか、または複数の条件をまとめて追加することができます。

手順

1. アクティビティ・レコード・フィードを作成するには、以下のステップを実行します。
 - a) 「アクティビティ・レコード・フィード」アイコンを LIVEmail の「統合」フレームにドラッグ・アンド・ドロップします。
 - b) 「構成」ウィンドウの「アクティビティ」タブで、エクスポートに使用するキーと、LIVEmail エクスポートに含める特定のアクティビティの種類を選択します。

注: エクスポートに含めることができるアクティビティの数に制限はありません。

重要: 実施する予定にしている、ターゲットを絞った E メール・キャンペーンの対象となるサイト訪問者のサブセットに対してのみ、アクティビティ・レコード・フィードを構成します。訪問者セグメント定義をフィードに適用するかどうかはオプションですが、適用すると非常に強力な機能が得られます。

2. オプション: ベース LIVEmail 顧客レコード・フィード・ファイルの他に、2 つの補助ファイルを追加できます。追加するには、「フィールド」ページ下部の該当するチェック・ボックスを選択します。プロダクト名マッピング・ファイルとカテゴリ定義ファイルは、エクスポートのプロダクトまたはページ ID レベルのフィールドのみをエクスポートする場合に、適切なカテゴリ情報を指定したかどうかを確認する際に役立ちます。
3. LIVEmail で使用する新規セグメントを作成するには、以下の手順を実行します。
 - a) 「セグメント」タブに移動して「新規」をクリックします。

注: LIVEmail のセグメントは、基本的に単一訪問です。定義されたすべてのセグメント条件は、訪問者によって、条件判定の対象である単一サイト訪問の中で満たされる必要があります。セグメントへ含めるための条件をすべて満たしていても、個々の訪問者がデータ分析期間中に、E メール送信

時点までこれらの訪問者を抑制する条件となるイベントを完了しなかったという保証にはなりません。

4. セグメントを構成するには、次のステップを実行します。

- 新規セグメントを割り当てる既存のカテゴリを選択するか、または新規カテゴリを作成します。
- セグメントの名前を指定します。
- 条件を選択し、選択した条件を組み合わせるセグメントを定義します。

次の例では、利用率の高い Google 課金検索者のセグメントを作成しました。セグメント条件は、マーケティング・プログラムは「Google」、ビューは少なくとも 5 ページ、訪問期間は少なくとも 500 秒の訪問者の訪問で構成されています。

顧客レコード・フィードの定義

LIVEmail 顧客レコード・フィードは、日次処理または週次処理されるエクスポートを配信します。このエクスポートは、任意の数の訪問者サイト・アクティビティ、顧客属性、および訪問属性を含めるように構成できます。

このタスクについて

LIVEmail 顧客レコード・フィードは、エクスポートの各行に、エクスポート時間フレームにおけるユニーク訪問者の構成データがすべて含まれるように調整されています。訪問者によって行われたアクティビティごとに固有の行を作成する代わりに、そのユニーク訪問者に関連する行の 1 つのフィールドに、同じ種類の複数アクティビティが連結されます。1 つのフィールド内の複数アクティビティ値は、フィールド内区切り文字を使用して区切られます。

顧客レコード・フィードを作成するには、以下の手順を実行します。

手順

1. 「顧客レコード・フィールド」アイコンを LIVEmail の「統合」フレームにドラッグ・アンド・ドロップします。
2. 「フィールド」タブで、エクスポートに使用するキーと、含める特定データ・フィールドの両方を選択します。

顧客レコード・フィールドのサポートされる 4 つのキー列のうち 1 つを選択することができます。エクスポートのファイル・キー列として、E メール ID、Cookie ID、Cookie ID | 訪問 ID、または登録 ID を使用できます。

3. エクスポート・ファイルに含める各サイト訪問者のデータ・フィールドを選択します。
使用可能なデータ・フィールドはすべて、以下のカテゴリーにより分類されます。
 - コンテンツ (例: ページ、イベント、リアル・エステート、またはサイト・プロモーションの関連フィールド)
 - マーチャンダイジングおよびプロダクト (例: プロダクト・ビュー、ショップ、または注文の関連フィールド)
 - 登録 (例: 登録情報に関連する性別フィールドまたは所得フィールド)
 - トップ・ライン (例: 合計イベント・ポイント、注文アイテム数などのサマリー指標)
 - テクニカル・プロパティ (例: ブラウザーの種類、言語、接続速度などの訪問者のシステム情報)
 - 地域 (例: 登録以外のイベントのロケーション情報)
 - マーケティング (例: マーケティング・プログラム、宛先 URL、参照元 URL)

注: 使用可能なカテゴリーのセットは、組織が割り当てられた業界別バーティカル分析に依存します。

4. エクスポートにフィールドを含めるには、そのフィールドを「使用可能なフィールド」リストから「選択したフィールド」リストにドラッグします。

重要: 1 つの顧客レコード・フィールドには最大 15 の異なるデータ・フィールドを含めることができます。

5. 以前に選択したフィールドを削除するには、そのフィールドを「選択したフィールド」リストから「使用可能なフィールド」リストにドラッグして戻します。

あるいは、どちらかのリスト内のフィールドをダブルクリックすることによってフィールドの選択および削除をすることもできます。

6. オプション: ベース LIVEmail 顧客レコード・フィールド・ファイルの他に、2 つの補助ファイルを追加できます。追加するには、「フィールド」ページ下部の該当するチェック・ボックスを選択します。

プロダクト名マッピング・ファイルとカテゴリー定義ファイルは、エクスポートのプロダクトまたはページ ID レベルのフィールドのみをエクスポートする場合に、適切なカテゴリー情報を指定したかどうかを確認する際に役立ちます。

7. オプション: セグメンテーション・ロジックをエクスポート・ファイルに適用できます。

- LIVEmail で使用する新規セグメントを作成するには、「セグメント」タブに移動して「新規」をクリックします。
- LIVEmail でセグメントを以前に作成している場合は、「カテゴリー」ドロップダウン・メニューの各種セグメント・カテゴリーを選択して、既存のセグメント間をナビゲートできます。選択されたカテゴリーに含まれるすべてのセグメントは「使用可能なセグメント」フレームに表示されます。これらのセグメントを選択するには、「選択したセグメント」フレームにドラッグ・アンド・ドロップします。

8. また、このタブでは既存のセグメントを編集または削除することもできます。編集または削除するには、「使用可能なセグメント」フレームからセグメントを選択し、該当するボタンをクリックします。削除または変更しようとしている既存のセグメントが、組織の現行 LIVEmail エクスポートの 1 つに適用されているものである場合は、警告が出されます。

9. 「名前とその他の詳細」をクリックし、LIVEmail ベスト・プラクティス・キャンペーン・エクスポートを記述するその他の必要な情報を指定します。

Microsoft Excel で LIVEmail エクスポート・ファイルを確認する場合は、Excel では、拡張子によって示されるファイルの種類に基づいてフォーマットが想定される点に注意してください。例えば、.CSV ファイルではフィールド区切り文字としてコンマが使用されているものと想定されます。

10. 必要な構成情報をすべて入力したら、「サブミット」をクリックし、LIVEmail フィードの日次処理をアクティブにします。

エクスポートの最初のインスタンスは、日次処理をアクティブにした日の翌日に送信されます。サブミット後、「Digital Analytics との統合 (Integrate with Digital Analytics)」フッターに、新規に作成した LIVEmail フィード文書が表示されます。フィードはいつでも編集できます。フィードを編集するには、そのフィードをダブルクリックします。

LIVEmail の管理

LIVEmail を使用して、データ・エクスポートをモニターしたり、LIVEmail セグメントおよび LIVEmail のネイティブ・レポート内で作成した注釈を管理することができます。

このタスクについて

LIVEmail の「管理」メニューでは、データ・エクスポートの現在の状態のレビュー、Eメール・マーケティング活動に使用するために LIVEmail に定義されているすべてのセグメントのレビュー、およびエクスポート用の新規ターゲット宛先のセットアップを行うことができます。

LIVEmail 設定の管理

カスタム LIVEmail エクスポートの作成プロセス中にセグメントを管理するだけでなく、LIVEmail の「管理」>「セグメント」画面からセグメントを作成、編集、または削除することもできます。

手順

1. 「管理」>「セグメント」にナビゲートします。
2. セグメントを新規作成するには、「新規セグメントを作成」をクリックします。

注: 新規セグメントは、新しいフィードの構成時または既存のフィードの編集時に既存の LIVEmail エクスポートを選択しない限り、そのエクスポートに適用されません。

Segment Name:	Created By	Date Created	Last Update Date	Action
All Visitors to the World site	Kate Heintz	2010-06-10 15:20:16	2010-06-10 15:20:16	
World Abandoners	Kate Heintz	2010-06-15 12:20:36	2010-06-15 12:20:36	
World Converters	Kate Heintz	2010-06-15 11:54:11	2010-06-15 11:54:11	
World Element Click	Kate Heintz	2010-05-20 11:23:07	2010-05-20 11:23:07	

- 既存のセグメントを編集または削除するには、目的のセグメントを選択し、「編集」または「削除」をクリックします。

注：LIVEmail エクスポートに現在適用されている既存のセグメントを編集または削除しようとする、定義の変更に伴いこれらのフィードの出力に影響が及ぶことから、警告が出されます。

次のタスク

セグメントを追加または編集した後、任意の列見出しをクリックするとセグメントをソートできます。

データ・エクスポートの管理

LIVEmail の「フィード管理」ページを使用して、データ・エクスポートをモニターします。

このタスクについて

「フィード管理」ページには、すべての現在の LIVEmail データ・エクスポートに関連する情報を表示するテーブルがあります。

手順

- 「フィード管理」ページを使用して、エクスポートの状態を識別し、最終実行状況を確認し、エクスポートを編集することができます。
- 1つのフィールドを基準にしてテーブルをソートするには、列ヘッダーをクリックします。

SFTP ターゲットの管理

LIVEmail の「SFTP 管理」ページを使用して、エクスポート SFTP ターゲットを作成し、インポート SFTP ターゲットを指定できます。エクスポート SFTP ターゲットは、LIVEmail エクスポートの送信先とする場所を指定し、インポート SFTP ターゲットは、E メール・サービス・プロバイダーからの指標を LIVEmail レポートに追加する場合に使用できます。

このタスクについて

インポート SFTP ターゲットの指定は、エクスポート・ターゲットの作成に似ていますが、前者には E メール受信トレイ指標インポートの構成に関連する追加機能が含まれています。E メール受信トレイ指標インポートは、LIVEmail レポートに組み込むために、オプションとして Digital Analytics に送信できます。

手順

エクスポート SFTP ターゲットを作成するか、インポート SFTP ターゲットを作成するかによって、以下のいずれかの手順を実行してください。

- エクスポート SFTP ターゲットを作成するには、以下の手順に従ってください。
 - 「SFTP 管理」ページから、SFTP ターゲットについて以下の有効な構成情報を指定します。

SFTP ターゲット名 (必須)

ターゲットの分かりやすい名前。この名前は、LIVEmail エクスポートを作成するときに選択可能な名前として表示されます。

SFTP サーバー・アドレス (SFTP Server address) (必須)

SFTP サーバーの IP アドレスまたは URL アドレス。

ディレクトリー名 (オプション)

Digital Analytics が接続し、エクスポート・ファイルを書き込む SFTP ターゲット上のディレクトリー。このフィールドが空白である場合は、SFTP ターゲットのデフォルト・ディレクトリーが使用されます。

SFTP ポート (必須)

SFTP ターゲットのポート番号。

ユーザー (必須)

SFTP サーバーに対する認証に使用されるユーザー・アカウントの名前。

パスワード (必須)

SFTP サーバーに対する認証に使用されるユーザー・アカウントに対応するパスワード。

E メール (オプション)

指定した SFTP ターゲットに送信される LIVEmail エクスポートについての通知を受信するすべてのユーザーの E メール・アドレスのリスト。

- b) SFTP サーバーのすべての必要な構成データを入力した後で、ページの下部にある「**SFTP をテスト**」をクリックします。

この操作を実行すると、指定した情報がすべて正確かどうか、および Digital Analytics が LIVEmail エクスポートをターゲットに正常に書き込めるかどうかを確認できます。
 - c) 「**サブミット**」をクリックして、SFTP ターゲットを保存し、すべての LIVEmail エクスポートでできるようにパブリッシュします。
- インポート SFTP ターゲットを指定するには、以下の手順に従ってください。
 - a) 「**SFTP 管理**」ページから、すべての必須フィールドに有効なターゲット情報を指定します。

SFTP ターゲット名 (必須)

ターゲットの分かりやすい名前。この名前は、LIVEmail エクスポートを作成するときを選択可能な名前として表示されます。

SFTP サーバー・アドレス (SFTP Server address) (必須)

SFTP サーバーの IP アドレスまたは URL アドレス。

ディレクトリー名 (オプション)

Digital Analytics が接続し、エクスポート・ファイルを書き込む SFTP ターゲット上のディレクトリー。このフィールドが空白である場合は、SFTP ターゲットのデフォルト・ディレクトリーが使用されます。

SFTP ポート (必須)

SFTP ターゲットのポート番号。

ユーザー (必須)

SFTP サーバーに対する認証に使用されるユーザー・アカウントの名前。

パスワード (必須)

SFTP サーバーに対する認証に使用されるユーザー・アカウントに対応するパスワード。

E メール (オプション)

指定した SFTP ターゲットに送信される LIVEmail エクスポートについての通知を受信するすべてのユーザーの E メール・アドレスのリスト。

- b) E メール・サービス・プロバイダーからキャンペーン指標 (送信済み E メール、開封済み E メール、E メール・バウンス数など) をインポートする予定がある場合は、「**インポート SFTP ターゲットの作成**」ページ内でインポート・ファイルを構成できます。

これを行うには、E メール・サービス・プロバイダー・システムからインポートする指標を、左側のテーブルにあるサポートされる指標のリストから、右側のテーブルにドラッグします。

すべての LIVEmail インポート・ファイルの最初の 3 つのフィールドは、以下のとおりです。

日付 ID (yyyymmdd)

インポートされた指標が関連するアクティビティの日付。

キャンペーン・インスタンス ID

ESP 受信トレイ指標を適用できる E メール・キャンペーン。

キャンペーン・インスタンス名

キャンペーン・インスタンスの分かりやすい名前。

以下の標準 ESP 受信トレイ指標のインポートがサポートされます。

- 送信済み E メール
- 配信済み E メール
- 開封済み E メール
- E メール・クリック数
- E メール・ソフト・バウンス数
- E メール・ハード・バウンス数
- E メール・バウンス総数
- 登録取り消し E メール
- 転送済み E メール
- 登録済み E メール
- 抑制済み E メール
- E メール苦情数
- E メール・ブロック数
- E メール制限
- E メール他の返信
- E メール・アドレスの変更
- E メール受信トレイ指標 1... 15 - ESP が提供する可能性がある最大 15 個のその他の各種受信トレイ指標。

注: サポートされる指標を必要に応じていくつでも選択してインポートできますが、それらの指標は、ESP 指標インポート・ファイル内で指定する列と完全に一致する順序で構成する必要があります。E メール受信トレイ指標 1-15 の値は、数値である必要があります。これらのカスタム・フィールドで文字列値を渡した場合、インポートは失敗します。

タスクの結果

SFTP ターゲットを作成および保存すると、その SFTP ターゲットは、LIVEmail フィードを作成するときに選択可能なターゲットの 1 つとして表示されます。

LIVEmail レポートを使用した E メール・キャンペーンの分析

LIVEmail レポートを使用して、E メール・キャンペーンのパフォーマンスを分析することができます。LIVEmail レポートにより、Digital Analytics が計測するサイト内パフォーマンス指標に合わせて、E メール・サービス・プロバイダーから直接提供されるプログラム効果指標を確認できます。

このタスクについて

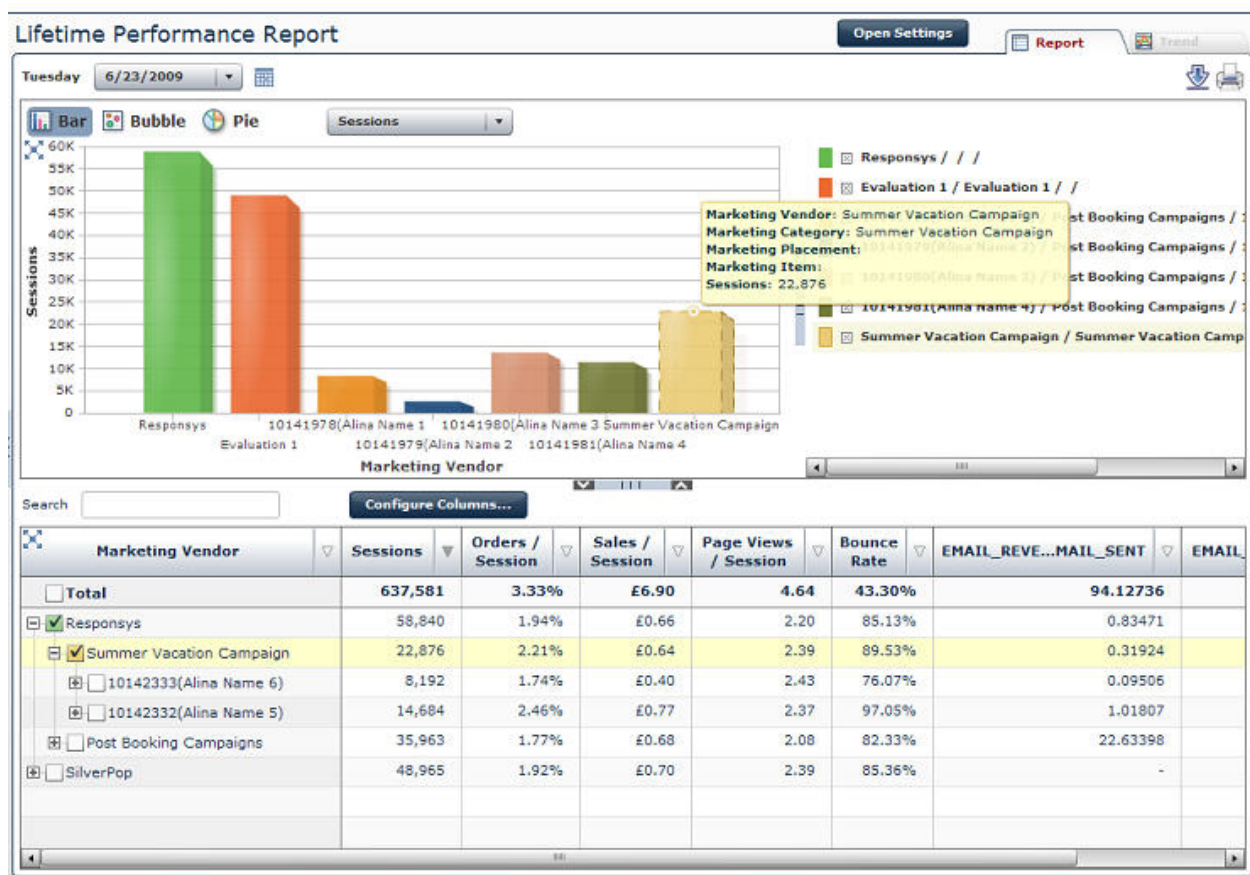
LIVEmail の「レポート」メニューのキャンペーン・レポートでは、お客様が開始し、そして現在 Digital Analytics Marketing Management Center のパラメーターを使用して計測している E メール・プログラムのパフォーマンスを E メール・マーケッターが計測できます。LIVEmail パフォーマンス・レポートには、プログラムのサマリー・レベルの指標 (受信トレイおよびサイト内の両方の指標) が示されます。このレポートから、Digital Analytics の業界最高水準のマーケティング帰因ソリューションを使用してさらに詳しい分析が推奨される領域がわかります。Digital Analytics の「マーケティング・プログラム」レポートではクリック帰因解析パフォーマンスを詳細に分析できます。また、E メール・マーケティング・キャンペーンに関連するアドホック・レポートを Digital Analytics Explore で作成できます。

手順

さまざまなキャンペーンのパフォーマンスを素早く把握するには、LIVEmailの「レポート」メニューから以下のレポートの1つを確認します。

- **パフォーマンス・レポート:** パフォーマンス・レポートでは、Eメール・キャンペーンの1日におけるパフォーマンスを確認することができます。パフォーマンス・レポートは、マーケティング・ベンダー、カテゴリー、プレースメント、およびアイテム (Eメール・キャンペーン・リンクのMMCコード) が主な表示列として事前構成されたフラットなリスト・レポートです。Eメール・サービス・プロバイダーおよび Digital Analytics サイト・タグの両方からの多数のキー指標 (配信済み Eメール、Eメール・バウンス率、クリック数、売上、注文数、訪問者数、コンバージョン率など) が解析に含まれます。
- **キャンペーン・ズーム・レポート:** キャンペーン・ズーム・レポートには、プロダクト、コンバージョン・イベントに対するキャンペーンの効果を示すビューと、訪問者の地域を示すビューが表示されます。キャンペーン・ズーム・レポートは、3つのリレーショナル・ズーム・レポートが適用されたフラットなリスト・レポートです。1番目のリレーショナル・ズームは、指定されたキャンペーン・コードに関連付けられているプロダクト売上を中心にしています。2番目のリレーショナル・ズームは、指定されたキャンペーン・コードに関連付けられているイベントに関する詳細情報を表示します。3番目のズームは、Eメール・キャンペーンの市町村、都道府県、および国の分析を表示します。
- **ライフタイム・パフォーマンス・レポート:** ライフタイム・パフォーマンス・レポートでは、キャンペーン・インスタンスが開始された日から分析の対象とする時点までのキャンペーンの有効性をすべて確認できます。ライフタイム・パフォーマンス・レポートでは、日次レベルで細分化されたデータが提供されるので、キャンペーンがアクティブだった期間の任意の日を選択して解析できます。レポートは、キャンペーンに割り当てられた VCPI (MMC ベンダー、カテゴリー、プレースメント、およびアイテム) コードによって階層的に編成されます。

日付範囲の選択、トレンド・グラフの表示、レポートの注釈などのすべての標準レポート機能は、3つのLIVEmailレポート・タイプのすべてで提供されています。また、キャンペーンの指標値をパートナーからインポートした場合は、パフォーマンス・レポートで使用するためにそれらの値が提供されます。



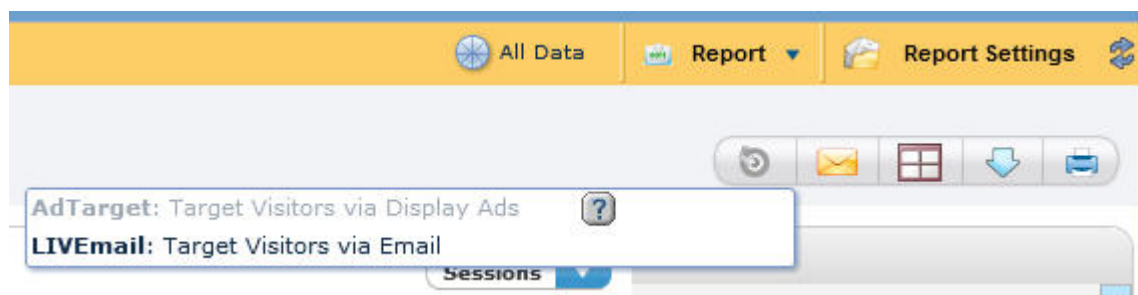
注：詳細なクリック帰因解析機能およびキャンペーン全体パフォーマンス解析機能は、Digital Analytics 標準サービス内で提供されます。詳細なクリック帰因解析にマーケティング・プログラム・レポートを使用すると、Eメール・チャンネル全体の貢献および各Eメール・キャンペーンの相対的なパフォーマンスについての理解を深めることができます。カスタム・データ探索機能およびレポート作成機能は、Digital Analytics Explore Explore ソリューションのライセンス 交付を受けたお客様に、そのソリューション内で提供されます。インポートされたEメール・サービス・プロバイダー指標は、LIVEmail で提供されるレポート内でのみ使用可能です。

Digital Analytics アプリケーションのセグメントの再ターゲット化

Digital Analytics マーケティング最適化スイートにおけるアプリケーションの統合により、Digital Analytics Explore のレポートから直接 LIVEmail セグメントを簡単に定義できます。

このタスクについて

お客様の組織が、LIVEmail の他に Digital Analytics Explore のライセンスをお持ちの場合は、その他のアプリケーション操作の横に「訪問者をターゲット」アイコンが表示されます。



Digital Analytics アプリケーションから LIVEmail にセグメントを再ターゲット化するには、以下の手順を実行します。

手順

1. Digital Analytics Explore のレポートでは、レポート内の行を1つ以上選択して、その行に関連付けられている訪問者総数を再ターゲット化できます。行を選択するには、その行の左側のチェック・ボックスをクリックします。
2. レポートの行を選択した後、「訪問者をターゲット」をクリックして「**LIVEmail: Eメールで訪問者をターゲット**」を選択します。
訪問者総数を再ターゲット化することを選択すると、実質的に LIVEmail 訪問者セグメントを定義することになります。
3. ターゲット・セグメント条件のサマリーと共に表示されるダイアログ・ボックスで、目的とする再ターゲット・セグメントを明確にできます。
4. 目的とする再ターゲット・セグメントを選択したら、「**続行**」をクリックします。
セグメント定義が LIVEmail に渡され、「**セグメント定義**」画面が表示されます。この画面には条件のサマリーが表示され、新規セグメントの名前を指定するよう求められます。この画面では、条件を編集するか、または条件を追加することができます。
 - セグメントを保存し、後で適用するには、「**セグメントを保存**」をクリックします。
 - フィールドまたはシンジケートに追加できる場合は、LIVEmail で「**保存してフィールドに追加**」をクリックします。
5. この新規オーディエンス・セグメントを追加する Eメール・サービス・プロバイダー・パートナー構成を選択します。
6. セグメンテーションを構成するには、次の情報を参考にしてください。

Digital Analytics Explore では、幅広いセグメンテーション・オプションとデータ・フィールドがサポートされています。ユーザーが使用できるのは、Digital Analytics Explore と LIVEmail の共通のセグメンテーション・オプションのみです。選択した条件が LIVEmail でサポートされているセグメント条件に適用されない場合は、その旨通知されます。LIVEmail に渡されるセグメント定義はすべて本質的に「同一訪問」でなければなりません。特定の条件定義を LIVEmail に渡すことができるかどうかを以下の表に示します。「はい」は渡すことができることを示し、「いいえ」は現時点では渡すことができないことを示します。名前が示されている場合は、多少異なる名前で渡されることを示し、「**操作の種類を明確化 (Action Type Clarify)**」は、ユーザーに対してフィールドの使用方法を指定するように促すことを示します(例えば、購入したプロダクト、放棄されたプロダクト、表示されたプロダクト、カート内プロダクトなど)。

Digital Analytics Explore のフィールド	LIVEmail のフィールド
登録	
登録 ID	はい
E メール・アドレス	はい
登録者	はい
購入者	いいえ
新規/リピート訪問者	はい
性別	はい
年齢	はい
学歴	はい
所得水準	はい
登録属性	はい
登録されている国	はい
登録されている都道府県	はい
登録されている市区町村	はい
登録されている郵便番号	はい
トップ・ライン	
売上	はい
注文数	はい
プロダクト・ビュー	はい
カート内アイテム数	はい
注文アイテム数	はい
放棄アイテム数	はい
ページ・ビュー	はい
サイト内検索	はい
イベント数	はい
イベント・ポイント	はい
エレメント・ビュー	はい
訪問時間	はい
マーケティング	

Digital Analytics Explore のフィールド	LIVEmail のフィールド
マーケティング・チャンネル	はい
マーケティング・プログラム	はい
マーケティング・ベンダー	はい
マーケティング・カテゴリー	はい
マーケティング・プレースメント	はい
マーケティング・アイテム	はい
マーケティング属性	はい
自然検索エンジン	はい
自然検索用語	はい
参照元サイト	はい
参照元 URL	はい
宛先 URL	はい
マーチャンダイジング/プロダクト	
注文 ID	はい
プロダクト・ビュー属性	はい
ショップ属性	はい
注文属性	はい
表示プロダクト・カテゴリー - 完全	はい
表示プロダクト・カテゴリー - トップ	はい
表示プロダクト・カテゴリー - ボトム	はい
表示プロダクト名	はい
表示プロダクト ID	はい
カート内プロダクト・カテゴリー - 全体	はい
カート内プロダクト・カテゴリー - トップ	はい
カート内プロダクト・カテゴリー - ボトム	はい
カート内プロダクト名	はい
カート内プロダクト ID	はい
放棄プロダクト・カテゴリー - 全体	はい
放棄プロダクト・カテゴリー - トップ	はい
放棄プロダクト・カテゴリー - ボトム	はい
放棄プロダクト名	はい
放棄プロダクト ID	はい
購入プロダクト・カテゴリー - 全体	はい
購入プロダクト・カテゴリー - トップ	はい
購入プロダクト・カテゴリー - ボトム	はい

Digital Analytics Explore のフィールド	LIVEmail のフィールド
購入プロダクト名	はい
購入プロダクト ID	はい
プロダクト・カテゴリ - 全体	[操作の種類を明確化]
プロダクト・カテゴリ - トップ	[操作の種類を明確化]
プロダクト・カテゴリ - ボトム	[操作の種類を明確化]
プロダクト ID	[操作の種類を明確化]
プロダクト名	[操作の種類を明確化]
{レガシー} 放棄プロダクト・カテゴリ ID	はい
{レガシー} カート内プロダクト・カテゴリ ID	はい
{レガシー} 購入プロダクト・カテゴリ ID	はい
コンテンツ	
コンテンツ・カテゴリ - 全体	参照コンテンツ・カテゴリ - 全体
コンテンツ・カテゴリ - ボトム	参照コンテンツ・カテゴリ - ボトム
コンテンツ・カテゴリ - トップ	参照コンテンツ・カテゴリ - トップ
参照コンテンツ・カテゴリ - 全体	はい
参照コンテンツ・カテゴリ - ボトム	はい
参照コンテンツ・カテゴリ - トップ	はい
エレメント・カテゴリ	表示エレメント・カテゴリ
エレメント名	表示エレメント
表示エレメント・カテゴリ	表示エレメント・カテゴリ
表示エレメント	表示エレメント
開始イベント	はい
完了イベント	はい
イベント・カテゴリ	[操作の種類を明確化]
開始イベント・カテゴリ	はい
完了イベント・カテゴリ	はい
イベント名	[操作の種類を明確化]
サイト内検索用語	サイト内検索用語
サイト内検索用語	サイト内検索用語
ページ	参照ページ
参照ページ	参照ページ
ページ参照元 URL	いいえ
ページ URL	参照 URL
参照 URL	参照 URL
リアル・エステート - 完全	リアル・エステート - 完全

Digital Analytics Explore のフィールド	LIVEmail のフィールド
リアル・エステート - リンク	いいえ
リアル・エステート - ページ	いいえ
リアル・エステート - ページ領域	いいえ
リアル・エステート - バージョン	いいえ
サイト・プロモーション - 完全	はい
サイト・プロモーション - リンク	いいえ
サイト・プロモーション - ページ	いいえ
サイト・プロモーション - プロモーション	いいえ
サイト・プロモーション - プロモーションの種類	いいえ
エントリー・ページ	はい
ページ属性	はい
イベント属性	はい
エレメント属性	はい
地域	
国	はい
都道府県	はい
都市	はい
DMA	はい
第 2 レベルのドメイン	はい
テクニカル・プロパティ	
ブラウザの種類	はい
画面の色	はい
接続速度	はい
接続の種類	はい
JavaScript バージョン	はい
言語	はい
モバイル・デバイス	はい
モバイル・ネットワーク	はい
オペレーティング・システム	はい
画面解像度	はい
タイム・ゾーン	はい

{レガシー} 放棄プロダクト・カテゴリー ID

「放棄プロダクト・カテゴリー ID - ボトム」の複製であるレガシー・フィールド

{レガシー} カート内プロダクト・カテゴリー ID

「カート内プロダクト・カテゴリー ID - ボトム」の複製であるレガシー・フィールド

{レガシー} 購入プロダクト・カテゴリー ID

「購入プロダクト・カテゴリー ID - ボトム」の複製であるレガシー・フィールド

その他の連絡先情報

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

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

また、お近くの IBM 営業所にご連絡いただくこともできます。

米国	
IBM 1001 E Hillsdale Boulevard Foster City, CA 94402 フリー・ダイヤル: 1.866.493.2673	IBM Austin 11501 Burnet Road Building 905, Floor 2 Austin, TX 78758-3400 フリー・ダイヤル: 1.866.493.2673
IBM Dallas 750 W John Carpenter Freeway Irving, TX 75039 フリー・ダイヤル: 1.866.493.2673	
ヨーロッパ	
IBM United Kingdom Limited 3 Furzeground Way Stockley Park Uxbridge Middlesex UB11 1EZ U.K. 電話: 020 8867 8003	IBM GmbH Beim Strohhause 17 D-20097 Hamburg Germany 電話: 0800-180-2597
IBM France 17 Avenue de l'Europe 92275 Bois Colombes Cedex France 電話: 0800 91 4912	
アジア太平洋	

<p>IBM Hong Kong Limited Silvercord Tower 2 Room 907 30, Canton Road Tsim Sha Tsui Kowloon Hong Kong SAR, China 電話: +852 8201 0823 FAX: +852 8201 0832</p>	<p>IBM Australia and New Zealand 60 Southgate Ave Southgate VIC 3006 Australia (オーストラリア) 1800 69 CORE (ニュージーランド) 0800 69 CORE</p>
---	---

IBM お客様のご意見をお寄せください

ご意見は以下の住所にお送りください。

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

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

フリー・ダイヤル
1+866-493-2673

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

World Wide Web:
www.ibm.com/marketing-solutions/

ご意見またはコメントには以下の情報を必ず記載してください。

- 本書のタイトル
- ご意見に関連するページ番号またはトピック

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

サポート

サポート・センター

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

サポート・センターのサイトには、以下が含まれています。

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

- **チャット:** IBM のベスト・プラクティス担当者がすぐに対応します。

特記事項

本書は米国 IBM が提供する製品およびサービスについて作成したものです。

本書に記載の製品、サービス、または機能が日本においては提供されていない場合があります。日本で利用可能な製品、サービス、および機能については、日本 IBM の営業担当員にお尋ねください。本書で IBM 製品、プログラム、またはサービスに言及していても、その IBM 製品、プログラム、またはサービスのみが使用可能であることを意味するものではありません。これらに代えて、IBM の知的所有権を侵害することのない、機能的に同等の製品、プログラム、またはサービスを使用することができます。ただし、IBM 以外の製品とプログラムの操作またはサービスの評価および検証は、お客様の責任で行っていただきます。

IBM は、本書に記載されている内容に関して特許権 (特許出願中のものを含む) を保有している場合があります。本書の提供は、お客様にこれらの特許権について実施権を許諾することを意味するものではありません。実施権についてのお問い合わせは、書面にて下記宛先にお送りください。

〒 103-8510

東京都中央区日本橋箱崎町 19 番 21 号

日本アイ・ビー・エム株式会社

法務・知的財産

知的財産権ライセンス 渉外

以下の保証は、国または地域の法律に沿わない場合は、適用されません。 IBM およびその直接または間接の子会社は、本書を特定物として現存するままの状態を提供し、商品性の保証、特定目的適合性の保証および法律上の瑕疵担保責任を含むすべての明示もしくは黙示の保証責任を負わないものとします。国または地域によっては、法律の強行規定により、保証責任の制限が禁じられる場合、強行規定の制限を受けるものとします。

この情報には、技術的に不適切な記述や誤植を含む場合があります。本書は定期的に見直され、必要な変更は本書の次版に組み込まれます。IBM は予告なしに、随時、この文書に記載されている製品またはプログラムに対して、改良または変更を行うことがあります。

本書において IBM 以外の Web サイトに言及している場合がありますが、便宜のため記載しただけであり、決してそれらの Web サイトを推奨するものではありません。それらの Web サイトにある資料は、この IBM 製品の資料の一部ではありません。それらの Web サイトは、お客様の責任でご使用ください。

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

本プログラムのライセンス保持者で、(i) 独自に作成したプログラムとその他のプログラム (本プログラムを含む) との間での情報交換、および (ii) 交換された情報の相互利用を可能にすることを目的として、本プログラムに関する情報を必要とする方は、下記に連絡してください。

IBM Director of Licensing IBM Corporation

North Castle Drive, MD-NC119

Armonk, NY 10504-1785 US

本プログラムに関する上記の情報は、適切な使用条件の下で使用することができますが、有償の場合もあります。

本書で説明されているライセンス・プログラムまたはその他のライセンス資料は、IBM 所定のプログラム契約の契約条項、IBM プログラムのご使用条件、またはそれと同等の条項に基づいて、IBM より提供されます。

記載されている性能データとお客様事例は、例として示す目的でのみ提供されています。実際の結果は特定の構成や稼働条件によって異なります。

IBM 以外の製品に関する情報は、その製品の供給者、出版物、もしくはその他の公に利用可能なソースから入手したものです。IBM は、それらの製品のテストは行っておりません。したがって、他社製品に関する

る実行性、互換性、またはその他の要求については確認できません。IBM 以外の製品の性能に関する質問は、それらの製品の供給者をお願いします。

IBM の将来の方向または意向に関する記述については、予告なしに変更または撤回される場合があります、単に目標を示しているものです。

表示されている IBM の価格は IBM が小売り価格として提示しているもので、現行価格であり、通知なしに変更されるものです。卸価格は、異なる場合があります。

本書はプランニング目的としてのみ記述されています。記述内容は製品が使用可能になる前に変更になる場合があります。

本書には、日常の業務処理で用いられるデータや報告書の例が含まれています。より具体性を与えるために、それらの例には、個人、企業、ブランド、あるいは製品などの名前が含まれている場合があります。これらの名称はすべて架空のものであり、名称や住所が類似する企業が実在しているとしても、それは偶然にすぎません。

著作権使用許諾:

本書には、様々なオペレーティング・プラットフォームでのプログラミング手法を例示するサンプル・アプリケーション・プログラムがソース言語で掲載されています。お客様は、サンプル・プログラムが書かれているオペレーティング・プラットフォームのアプリケーション・プログラミング・インターフェースに準拠したアプリケーション・プログラムの開発、使用、販売、配布を目的として、いかなる形式においても、IBM に対価を支払うことなくこれを複製し、改変し、配布することができます。このサンプル・プログラムは、あらゆる条件下における完全なテストを経ていません。従って IBM は、これらのサンプル・プログラムについて信頼性、利便性もしくは機能性があることをほのめかしたり、保証することはできません。これらのサンプル・プログラムは特定物として現存するままの状態を提供されるものであり、いかなる保証も提供されません。IBM は、お客様の当該サンプル・プログラムの使用から生ずるいかなる損害に対しても一切の責任を負いません。

それぞれの複製物、サンプル・プログラムのいかなる部分、またはすべての派生的創作物にも、次のように、著作権表示を入れていただく必要があります。

このコードの一部は、IBM Corp. のサンプル・プログラムから取られています。

© Copyright IBM Corp. 2017 . All rights reserved.

商標

IBM、IBM ロゴ、および ibm.com は、世界の多くの国で登録された International Business Machines Corporation の商標です。他の製品名およびサービス名等は、それぞれ IBM または各社の商標である場合があります。現時点での IBM の商標リストについては、www.ibm.com/legal/copytrade.shtml をご覧ください。

製品資料に関するご使用条件

これらの資料は、以下のご使用条件に同意していただける場合に限りご使用いただけます。

適用される条件

IBM Web サイトの「ご利用条件」に加えて、以下のご使用条件が適用されます。

個人使用

これらの資料は、すべての著作権表示その他の所有権表示をしていただくことを条件に、非商業的な個人による使用目的に限り複製することができます。ただし、IBM の明示的な承諾をえずに、これらの資料またはその一部について、二次的著作物を作成したり、配布 (頒布、送信を含む) または表示 (上映を含む) することはできません。

商業的使用

これらの資料は、すべての著作権表示その他の所有権表示をしていただくことを条件に、お客様の企業内に限り、複製、配布、および表示することができます。ただし、IBMの明示的な承諾をえずにこれらの資料の二次的著作物を作成したり、お客様の企業外で資料またはその一部を複製、配布、または表示することはできません。

権利

ここで明示的に許可されているもの以外に、資料や資料内に含まれる情報、データ、ソフトウェア、またはその他の知的所有権に対するいかなる許可、ライセンス、または権利を明示的にも黙示的にも付与するものではありません。

資料の使用がIBMの利益を損なうと判断された場合や、上記の条件が適切に守られていないと判断された場合、IBMはいつでも自らの判断により、ここで与えた許可を撤回できるものとさせていただきます。

お客様がこの情報をダウンロード、輸出、または再輸出する際には、米国のすべての輸出入関連法規を含む、すべての関連法規を遵守するものとします。

IBMは、これらの資料の内容についていかなる保証もしません。これらの資料は、特定物として現存するままの状態を提供され、商品性の保証、特定目的適合性の保証および法律上の瑕疵担保責任を含むすべての明示もしくは黙示の保証責任なしで提供されます。

プライバシー・ポリシーに関する考慮事項

サービス・ソリューションとしてのソフトウェアも含めたIBMソフトウェア製品(「ソフトウェア・オファリング」)では、製品の使用に関する情報の収集、エンド・ユーザーの使用感の向上、エンド・ユーザーとの対話またはその他の目的のために、Cookieはじめさまざまなテクノロジーを使用することがあります。CookieとはWebサイトからお客様のブラウザーに送信できるデータで、お客様のコンピューターを識別するタグとしてそのコンピューターに保存されることがあります。多くの場合、これらのCookieにより個人情報が収集されることはありません。ご使用の「ソフトウェア・オファリング」が、これらのCookieおよびそれに類するテクノロジーを通じてお客様による個人情報の収集を可能にする場合、以下の具体的事項をご確認ください。

このソフトウェア・オファリングは、展開される構成に応じて、セッション管理、お客様の利便性の向上、または利用の追跡または機能上の目的のために、それぞれのお客様のユーザー名、およびその他の個人情報を、セッションごとのCookieおよび持続的なCookieを使用して収集する場合があります。これらのCookieは無効にできますが、その場合、これらを有効にした場合の機能を活用することはできません。

Cookieおよびこれに類するテクノロジーによる個人情報の収集は、各国の適用法令等による制限を受けます。この「ソフトウェア・オファリング」がCookieおよびさまざまなテクノロジーを使用してエンド・ユーザーから個人情報を収集する機能を提供する場合、お客様は、個人情報を収集するにあたって適用される法律、ガイドライン等を遵守する必要があります。これには、エンド・ユーザーへの通知や同意取得の要求も含まれますがそれらには限られません。

お客様は、IBMの使用にあたり、(1) IBMおよびお客様のデータ収集と使用に関する方針へのリンクを含む、お客様のWebサイト利用条件(例えば、プライバシー・ポリシー)への明確なリンクを提供すること、(2) IBMがお客様に代わり閲覧者のコンピューターに、CookieおよびクリアGIFまたはWebビーコンを配置することを通知すること、ならびにこれらのテクノロジーの目的について説明すること、および(3) 法律で求められる範囲において、お客様またはIBMがWebサイトへの閲覧者の装置にCookieおよびクリアGIFまたはWebビーコンを配置する前に、閲覧者から合意を取り付けること、とします。

このような目的でのCookieを含む様々なテクノロジーの使用の詳細については、IBMの『IBMオンラインでのプライバシー・ステートメント』(<http://www.ibm.com/privacy/details/jp/ja/>)の『クッキー、ウェブ・ビーコン、その他のテクノロジー』を参照してください。

