

IBM Digital Analytics for Social Media



目次

IBM Digital Analytics Social 資料	1
概要	1
はじめに.....	2
システム要件.....	2
リソース	2
ウェルカム画面	3
アプリケーション・ヘッダー	3
サイド・ナビゲーション枠.....	4
ワークブック・ペイン.....	4
トップ・ライン・ソーシャル指標	4
「Facebook」レポート	5
Facebook 会話	5
トップ投稿者	6
「Twitter」レポート	7
Twitter 会話	7
トップ Twitter 用語 (Top Twitter Terms).....	8
トップ・ツイーター (Top Tweeters).....	8
「ソーシャル・サイト・リファラー」レポート	9
ソーシャル・コンバージョン	10
ソーシャル・イベント	11
ソーシャル関与	12
ソーシャル製品 (Social Products).....	12
ソーシャル・ジオス (Social Geos).....	13
ソーシャル・モバイル・デバイス (Social Mobile Devices).....	14
「ソーシャル・インプレッションの影響」レポート	14
ソーシャル・インプレッションの影響.....	15
ソーシャル・インプレッション・エンゲージメント (Social Impression Engagement).....	15
レポートのカスタマイズ	16
レポート・オプション.....	16
ツールバー	18
指標.....	19
凡例.....	19
グラフ.....	20
テーブル.....	21
管理	21
ユーザーの管理.....	21
ユーザーの作成.....	22
ユーザーの編集.....	23
ユーザーの削除.....	23
ビジネス・ユニットの管理.....	23

ビジネス・ユニットの作成.....	24
ビジネス・ユニットの編集.....	24
ビジネス・ユニットの削除.....	25
フィードの管理.....	26
Facebook フィードの作成.....	26
Twitter フィードの作成.....	27
フィードの編集.....	29
フィードの削除.....	29
その他の連絡先情報.....	29
サポート.....	31
商標.....	33
製品資料に関するご使用条件.....	33
プライバシー・ポリシーに関する考慮事項.....	33

IBM Digital Analytics Social 資料

IBM Digital Analytics Social 資料をご利用いただき、ありがとうございます。この資料には、IBM Digital Analytics Social の管理および使用方法が記載されています。

はじめに

製品概要

Digital Analytics for Social Media は、ソーシャル・メディアのキャンペーンおよび分析を集中管理するためのコンソールです。

レポートのカスタマイズ

Digital Analytics for Social Media レポートはいくつかのコンポーネントで構成されており、レポートのカスタマイズが可能です。

管理

Digital Analytics for Social Media では、収集を開始し、その後、レポート・データを保守するために必要ないくつかの管理操作があります。

製品についての特記事項

共通タスク

トップ・ライン・ソーシャル指標

「トップ・ライン・ソーシャル指標」レポートには、イベント指標およびアクティビティ指標のデータを示す「ソーシャル・リファラー」レポート全体のサマリーが表示されます。

「Facebook」レポート

「Facebook」レポートには、指定したビジネス・ユニットの Facebook フィードに関連した会話およびトップ投稿者が表示されます。

「Twitter」レポート

「Twitter」レポートには、ビジネス・ユニットの Twitter フィードに関連した会話、トップ用語、およびトップ・ツイーターが表示されます。

「ソーシャル・サイト・リファラー」レポート

「ソーシャル・サイト・リファラー」レポートでは、米国と全世界の両方のさまざまなソーシャル・サイトからお客様のメイン Web サイトを参照した訪問者に関する売上、イベント、エンゲージメント、販売プロダクト、およびその他の詳細がわかります。

「ソーシャル・インプレッションの影響」レポート

「ソーシャル・インプレッションの影響」レポートには、ビジネス・ユニットの影響指標および関与指標が表示されます。

概要

Digital Analytics for Social Media は、ソーシャル・メディアのキャンペーンおよび分析を集中管理するためのコンソールです。

Digital Analytics for Social Media によって以下を行うことができます。

- 任意のソーシャル・サイトからタグ付けされた任意の Web サイトを参照した訪問者のキー・パフォーマンス指標を識別する。
- 各ソーシャル・サイトからの訪問者によって表示および購入されたプロダクトなど、ソーシャル訪問者についての属性を把握する。
- 同一訪問または複数の訪問にわたって、お客様のビジネスにソーシャル・サイトが与えるインパクトを把握する。
- 広告およびコンテンツが与えるインプレッションの影響を測定する。
- 主要ビジネス用語に関連した Twitter および Facebook の投稿、ポスター、および最近人気のあるトピックを追跡する。

- 主要ビジネス用語を含む Twitter および Facebook 上の会話を追跡する。

はじめに

ソーシャル分析を表示するには、事前にいくつかの手順を実行して、アプリケーションをセットアップする必要があります。

Facebook カスタム・タブで発生し、訪問者にお客様の他の Web サイトを参照させる Facebook イベントを追跡するには、タグ付けされた Web サイトの 1 つにクリッカーを参照させるカスタム・タブの要素に、イベント・タグを追加します。

Facebook タブおよびアプリケーションをさらに詳しく追跡するために、インプレッション帰因ピクセルの使用を検討してください。クリックと同様にコンテンツ・インプレッションの影響を理解することは重要です。ソーシャル・メディアのユーザーは、ソーシャル・サイトに表示されるコンテンツ・インプレッションに影響される可能性があります。ユーザーは、ソーシャル・ネットワーキング・セッションの終わりで、操作または購入を完了するために別のサイトにナビゲートする外部リンクをクリックすることを嫌がる可能性があります。インプレッション帰因ピクセルを使用して、ソーシャル・コンテンツのインプレッションを追跡し、訪問者が表示したインプレッション全体に渡って、その後に訪問された Web サイトの帰因を把握できます。このピクセルは、Facebook タブおよびアプリケーション、シンジケートされたビデオ、およびソーシャルをターゲットとした表示広告などに置くことができます。ピクセルをサポートするその他のソーシャル・サイトおよび広告が明らかになることも十分考えられます。

Facebook および Twitter から API フィードを作成して、特定の用語を含んだ公開されたツイートや、特定の公開された Facebook ページに出現する Facebook 投稿を収集できます。これは公開情報であるため、アカウント資格情報は必要ありません。この情報を収集すると、最も人気がありリツイートされた投稿、収集された投稿の中で出現回数が最大の用語などの項目を識別できます。

開始するには、以下のようになります。

1. プロビジョニングを行うクライアント ID と帰因ウィンドウを指定します。
2. レポートするビジネス・ユニットを定義します。これは、選択されたクライアント ID とフィード全体にわたるカスタム・ロールアップです。
3. Facebook および Twitter のフィードを作成し、それらを該当するビジネス・ユニットに割り当てます。
4. ユーザーを適切なビジネス・ユニットに割り当てて、レポートのアクセスを開始できるようにします。
5. 処理が始まります。翌日、レポートが使用可能になります。

システム要件

すべての IBM® Digital Analytics ユーザーは、以下の環境を保有する必要があります。

- Flash v10 -- <http://get.adobe.com/flashplayer/>
- ブラウザー: Internet Explorer v7 から v9 および Firefox v2 から v4
- RAM: 1G 以上

リソース

アプリケーションについての学習速度を高めるには、以下のリソースを検索すると役立ちます。

- アプリケーションのウェルカム 画面にビデオの概説があります。
- 「IBM Digital Analytics Impression Attribution Guide」が、<https://support.coremetrics.com/> に用意されています。「**Impression Attribution**」を検索してください。
- IBM Digital Analytics for Social Media Best Practices (<http://www.coremetrics.com/resources/social-media-analytics.php>)
- Digital Analytics for Social Media White Papers (http://www.coremetrics.com/resources/white_papers.php)。

ウェルカム画面

初めて Digital Analytics for Social Media にログインしたときに、**ウェルカム画面**が表示されます。ここには、製品概要ビデオ、アプリケーションの使用を開始するのに役立つ情報、およびユーザー・ガイドやその他のリソースへのリンクがあります。

この画面は以下の2つのコンポーネントで構成されています。

- アプリケーション・ヘッダー
- サイド・ナビゲーション枠
- ワークブック・ペイン

The screenshot shows the IBM Coremetrics Social Analytics interface. At the top, there's a header with the IBM logo, 'Coremetrics Social Analytics™', and a user ID 'social_client_id'. Below the header is a navigation bar with 'Social Analytics' and a dropdown arrow. On the left, there's a 'Manage' sidebar with sections for 'Users' (Users List) and 'Business Units' (Feeds, Amy's Ice Cream). The main content area features a 'Welcome to Social Analytics' message, a 'Take the Product Tour' tile with a play button, a 'Continuous Optimization' tile with various analytics icons, a 'Get Started' tile with a 'Getting Started 1-2-3' section, and a 'Resources' tile with links to support center, social media page, white papers, webinars, conferences, and a blog. A 'Welcome' button is at the bottom left of the sidebar.

注: 今後ウェルカム画面に戻るには、サイド・ナビゲーション枠で「ウェルカム」をクリックします。

アプリケーション・ヘッダー

アプリケーション・ヘッダーは、インターフェースの最上部に沿って置かれています。

This close-up shows the application header with six numbered callouts: 1 points to the 'social_client_id' text; 2 points to the 'Social Analytics' dropdown menu; 3 points to the 'Help' icon; 4 points to the 'Feedback' icon; 5 points to the 'Support' icon; and 6 points to the 'Logout' icon.

アプリケーション・ヘッダーには、以下が含まれています。

1. **サイトの切り替え:** 他のクライアント ID にアクセスします (該当する場合)。リストには、ユーザー ID がアクセス可能なクライアント ID が表示されます。
2. **アプリケーションの切り替え:** アプリケーションの名前をクリックするか、「開く」をクリックして新規ウィンドウでアプリケーションを開くことによって、他の Digital Analytics アプリケーションにアクセスします。

3. **ヘルプ:** 「IBM Digital Analytics for Social Media ユーザー・ガイド」にアクセスします。
4. **フィードバック:** アプリケーションのフィードバックを E メールで技術サポートおよびプロダクト管理に送信します。
5. **サポート:** 追加のリソースについては、Digital Analytics サポート・センターを参照してください。
6. **ログアウト:** システムからログアウトします。

サイド・ナビゲーション枠

画面の左側にサイド・ナビゲーション枠があります。



サイド・ナビゲーション枠で、以下にアクセスできます。

- ユーザー、ビジネス・ユニット、およびフィードの管理オプション
- ビジネス・ユニットと、各ビジネス・ユニットに関連付けられたレポート
- ウェルカム画面

ワークブック・ペイン

ワークブック・ペインは、Digital Analytics for Social Media の主要コンポーネントです。

初回ログイン時に、製品ツアー、ユーザー・ガイドへのアクセス、およびその他のリソースを提供するウェルカム画面はワークブック・ペインにあります。

ワークブック・ペインでは、ユーザー、ビジネス・ユニット、およびフィードの管理、および各ビジネス・ユニットに関連したレポートの表示も行うことができます。

トップ・ライン・ソーシャル指標

「トップ・ライン・ソーシャル指標」レポートには、イベント指標およびアクティビティ指標のデータを示す「ソーシャル・リファラー」レポート全体のサマリーが表示されます。

このレポートで、「**期間 B**」にチェック・マークを付けると、期間と期間の比較を行うことができます。

Top Line Social Referral Metrics			
Period A 1/1/2011 - 12/31/2011		Period B 1/1/2010 - 12/31/2010	
▼ Table			
		Period A	Period B
▼	Event Metrics		
	Events	2,575,201	68,653
	Events / Session	0.45	3.59
	Event Points	148,774,545	4,073,515
	Event Points / Session	25.73	212.99
▼	Activity Metrics		
	Tracked Page Views	11,799,338	172,550
	Page Views / Session	2.04	9.02
	Sessions	5,781,650	19,125
	Sessions / Visitor	1.03	1.01
	Bounce Rate	87.04%	4.43%
	Average Session Length	00:41	00:44

「Facebook」レポート

「Facebook」レポートには、指定したビジネス・ユニットの Facebook フィードに関連した会話およびトップ投稿者が表示されます。

「Facebook」レポートには、以下が含まれています。

- Facebook 会話
- トップ投稿者

注：これらのレポートを表示するには、事前に Facebook フィードを作成する必要があります。Facebook フィードとは、具体的な、公開された Facebook ページの投稿およびコメントの集合です。

Facebook 会話

「Facebook 会話」レポートには、ビジネス・ユニット向けに収集された Facebook フィードが表示されます。

Facebook フィードを定義して、公開されている Facebook ページから Facebook 投稿およびコメントを収集できます。これらのページには、以下のものがあります。

- お客様のページ
- 競合他社のページ
- 利益団体のページ

投稿は、ビジネス・ユニットごとに集約されます。したがって、ビジネス・ユニットのセットアップの仕方によっては、これらのレポートは複数のブランドにわたって投稿を収集できます。

この情報を収集したら、フィード名、最新状況、投稿への Likes (いいね) の数、投稿へのコメント数、または使用されているデバイスに基づいて、このレポートをソートしたり、フィルターに掛けることができます。または、「**テーブル内を検索**」ボックスを使用し、即座にリストにフィルターを掛けて、ブランド、製品、宣伝用語などの具体的なワードを含む投稿のみに絞ることができます。

Facebook レポートは毎時間最新表示されるので、人気のあるソーシャル・メディア・トピックを特定して、会話を促進できます。この情報から、現在の会話、および Facebook ページで自身が開始した会話スレ

ッドへの返信を完全に掌握できます。🌐 をクリックして、このレポートに取り込まれた任意の投稿に返信できます。これにより、Facebook ページが新規ブラウザ・ウィンドウに開きます。

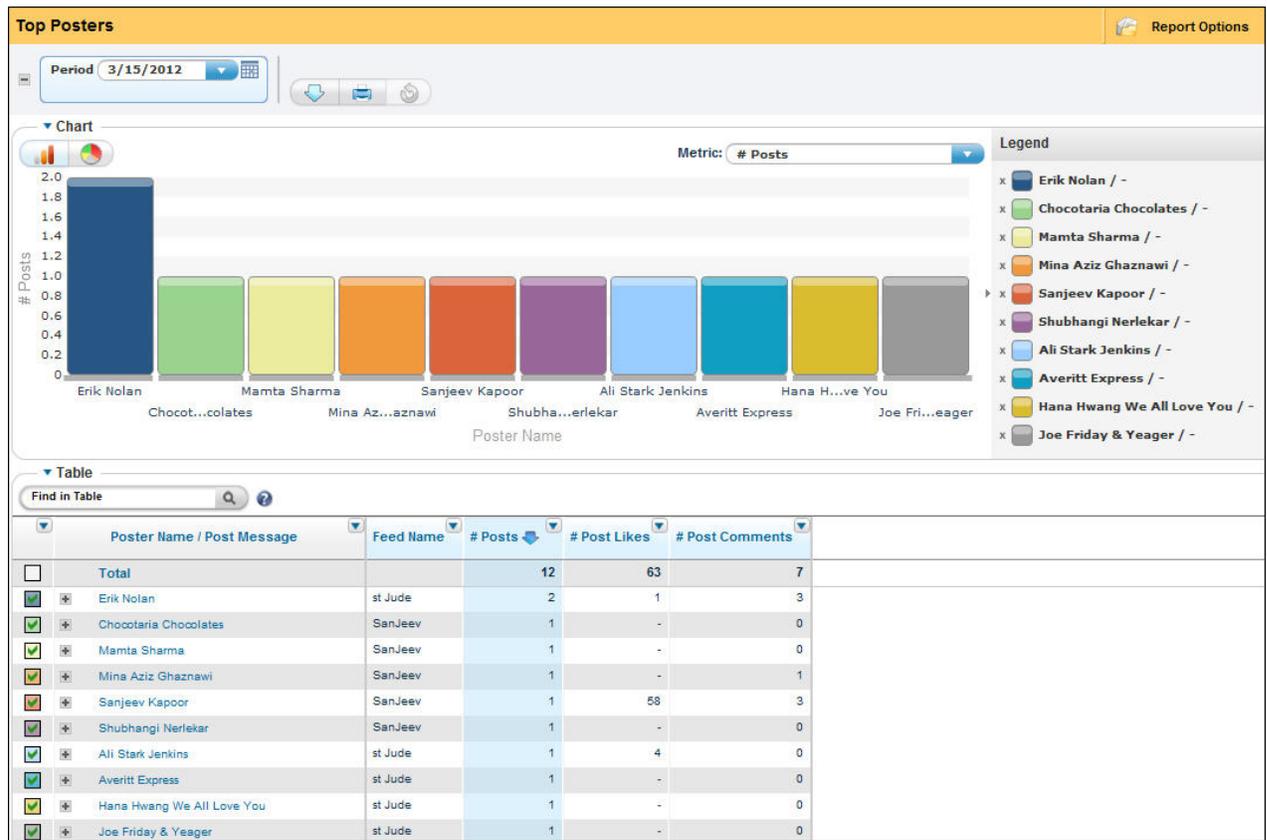
注: 投稿に返信するには、Facebook アカウントにログインする必要があります。

Facebook Conversations							Report Options
Period: 3/15/2012							
Table							
Find in Table							
	Post / Comment	Feed Name	Link Post	Link Name	Link Caption	Link Description	
<input type="checkbox"/>	Total						
<input checked="" type="checkbox"/>	The Varti Food Festival - New York on 5th April 2012	SanJeev	http://www.facebook.com/p...797.6090852088&type=1	The Varti Foo...val - New York			
<input checked="" type="checkbox"/>	I have been a bone marrow transplant nurse for... allowed to continue. Please stop this insanity.	st Jude					
<input checked="" type="checkbox"/>	Care to finally comment on the video of a coon... if this will have been a good business decision.	st Jude	http://youtu.be/Q5dj00XsLgY	Walker Pup Fir... "GRAPHIC"	www.y...e.com	7 Month old walker pup gets his first coon with a little help from daddy.	
<input checked="" type="checkbox"/>	a chocolate a day keeps bad moods away!!!	SanJeev					
<input checked="" type="checkbox"/>	hi sanjeev jee would be very kind from u if u ha... make a deliouse omelet would be very kind	SanJeev					
<input checked="" type="checkbox"/>	plz give me lunch box dishes idea for 3 yr. baby.	SanJeev					
<input checked="" type="checkbox"/>	the recipies shown by u always turn out well you make cooking very simple thanks	SanJeev					
<input checked="" type="checkbox"/>	Does St. Jude Hire CHA? I would LOVE to be...now more info. if available! Thanks so much. :D)	st Jude					
<input checked="" type="checkbox"/>	Listen in today on 94.7 The Country Giant dur...money for St. Jude Children's Research Hospital.	st Jude					
<input checked="" type="checkbox"/>	Please support Hana Hwang ♥ A page to make her feel extra special!	st Jude	http://www.facebook.com/thebeautifulHanaHwang	Hana Hwang We All Love You		I want this page to explain to Hana how amazing and wonderf... make her feel extra special Hana yo	
<input checked="" type="checkbox"/>	The writing on this "Wall" is clear. St. Jude's hap...rs in their closet... now people will know yours.	st Jude					
<input checked="" type="checkbox"/>	Want to win this? Who wouldn't?! Today is th...near with St. Jude Children's Research Hospital!	st Jude	http://www.facebook.com/p...28.1903959508&type=1				

トップ投稿者

「トップ投稿者」レポートには、Facebook フィードに関連したコメントを最も頻繁に投稿した Facebook ユーザーが表示されます。

各自のブランド、業界、または競合他社用の Facebook フィードを使用することで、各自のビジネスおよび業界のキーとなる影響力のある人を特定できます。この情報は、フォロワーと直接関与する場所または重点的に取り組むコンテンツを特定して、エンゲージメントと影響を最大化するために役立ちます。



「Twitter」 レポート

「Twitter」レポートには、ビジネス・ユニットの Twitter フィードに関連した会話、トップ用語、およびトップ・ツイーターが表示されます。

これらのレポートは、お客様のビジネス、製品、およびプロモーション、またはお客様の業界や競合会社の周辺で発生している議論、およびトップ・ツイーター、それらのツイートのトップ用語を追跡するために役立ちます。拡張検索演算子により、積極的または消極的な意見を含む投稿、特定の地域から送信された投稿、リンクを含む投稿などが抜粋されます。

20 から 30 分ごとに Twitter フィードが収集されて、レポートが最新表示されます。

「Twitter」レポートには、以下が含まれています。

- Twitter 会話
- トップ Twitter 用語 (Top Twitter Terms)
- トップ・ツイーター (Top Tweeters)

注: レポートを表示するには、事前に Twitter フィードを作成する必要があります。Twitter フィードとは、公開された Twitter 投稿の集合です。

Twitter 会話

「Twitter 会話」レポートには、ビジネス・ユニット向け Twitter フィードの出力が表示されます。

「Twitter 会話」レポートには、Twitter フィード定義でビジネス・ユニットが指定した用語および意見を含む、公開されたツイートがリストされます。このレポートの目的は、人々がツイートしている話題と広くリツイートされているツイートをほぼリアルタイムに追跡することです。ツイートのレポートを、特定の用語、ハッシュ・タグ用語、およびツイーターでさらにフィルターに掛けたり、任意の列でレポートを再ソートしたりすることができます。

 をクリックして、このレポートに取り込まれた任意のツイートにリツイートしたり返信したりすることができます。これにより、ツイーターのページが新規ブラウザ・ウィンドウに開きます。

注: ツイートにリツイートしたり返信したりするには、Twitter アカウントにログインしてください。

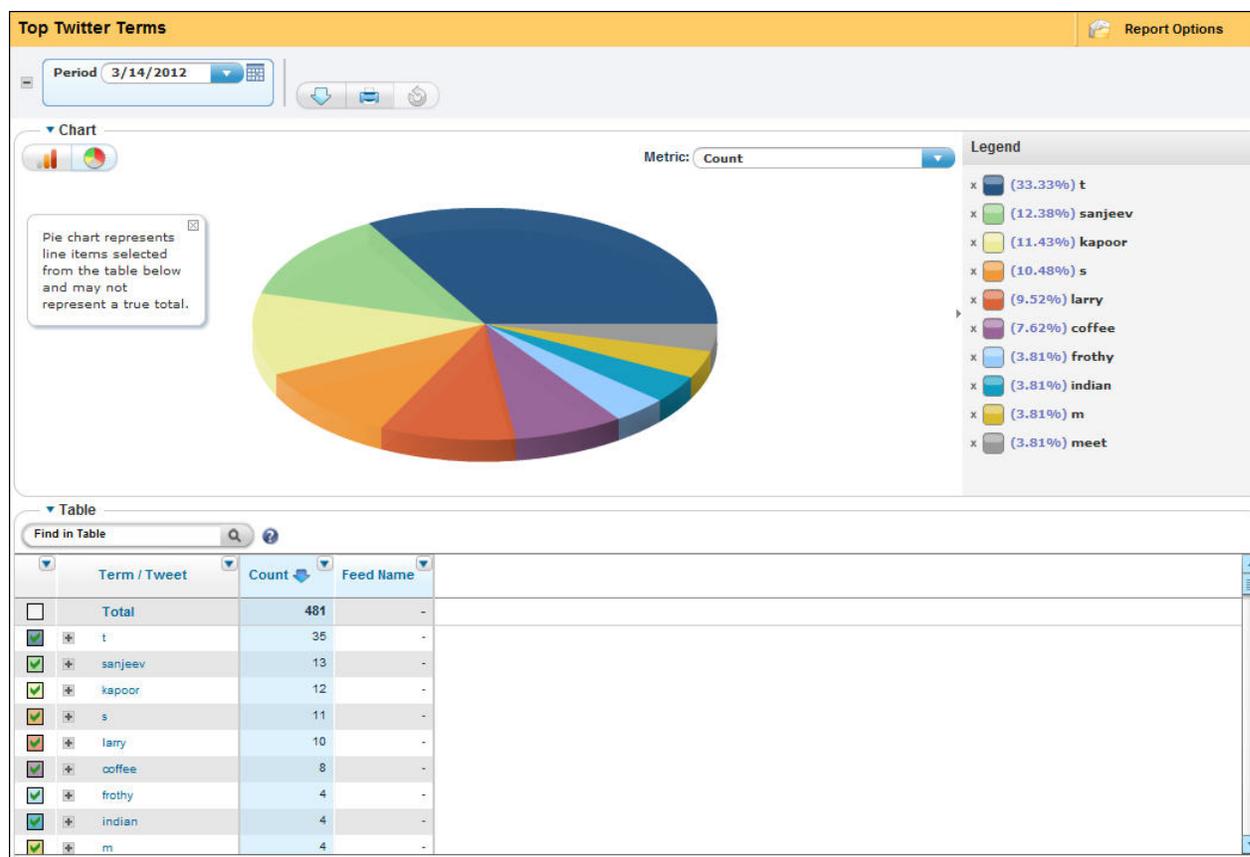
Twitter Conversations						Report Options
Period 3/14/2012						
Table						
Find in Table	Feed Name	Tweet	Tweeter Username	Tweet Date	# Re-tweets	
<input type="checkbox"/>	Total				8	
<input checked="" type="checkbox"/>	Adidas - TWI	कॉफी & गन्ना के रस - How does coffee remain frothy? Read more on Sanjeev Kapoor http://t.co/SjBvOkl	khanakhazana	03/14/2012 - 05:07:59 am	8	
<input checked="" type="checkbox"/>	LaryKingsTwitt	@kingsthings thanks Lary!	jack	03/14/2012 - 03:07:11 am	3	
<input checked="" type="checkbox"/>	LaryKingsTwitt	RT Spend ur energy on the solutions & not the problems! @kin...ez007 @kenblanchard @cyndiluvsgod @seet7 @amw1angel	poetidthoughts5	03/14/2012 - 05:03:35 am	2	
<input checked="" type="checkbox"/>	LaryKingsTwitt	@kingsthings #RTsomethingPositive @BOSS_EMagazine #1 ...e Gap bit Minority Youths and Education http://t.co/ZujjIOS1	RoyceClay1	03/14/2012 - 09:37:15 am	1	
<input checked="" type="checkbox"/>	Adidas - TWI	I am enjoying Sukhi Arbi ki Sabzi from Sanjeev Kapoor Ke Khazaane Se http://t.co/uFOWZ282	appsteam1	03/14/2012 - 01:29:56 am	0	
<input checked="" type="checkbox"/>	Adidas - TWI	I am enjoying Chicken Ghassi from Sanjeev Kapoor Ke Khazane Se http://t.co/uFOWZ282	appsteam1	03/14/2012 - 01:30:48 am	0	
<input checked="" type="checkbox"/>	Adidas - TWI	Meet Master Chef Sanjeev Kapoor @khanakhazana @TYCR... Food initiative on 30March at 4:00p.m. http://t.co/LCSLms6x	SangeetaSrileo	03/14/2012 - 04:53:45 am	0	
<input checked="" type="checkbox"/>	Adidas - TWI	कॉफी & गन्ना के रस - How does coffee remain frothy? Read mor...eev Kapoor http://t.co/mxRShzeN Via @khanakhazana #food	IndianHosp	03/14/2012 - 05:17:57 am	0	
<input checked="" type="checkbox"/>	Adidas - TWI	Sanjeev Kapoor's Khazana Chundo (Shredded Mango Pickl...e not already familiar with Sanjeev Ka... http://t.co/zzm0XzQz	Debrahmwb	03/14/2012 - 05:24:37 am	0	
<input checked="" type="checkbox"/>	Adidas - TWI	Khazana of Indian Recipes: This Book was first published in J...and six reprints were released in the s... http://t.co/LWBM6sPn	osqueruji	03/14/2012 - 08:13:40 am	0	
<input type="checkbox"/>	Adidas - TWI	Sanjeev Kapoor's Khazana Chatak Chilli Pickle - 300g: If you a...dy familiar with Sanjeev Kapoor, he is ... http://t.co/jQRKQLio	Georgeannzi	03/14/2012 - 10:19:44 am	0	
<input type="checkbox"/>	Adidas - TWI	Sanjeev Kapoor's Microwave Cooking Made Easy: Microwave ... used for reheating. This is not true. The... http://t.co/PCglnUj1	Donniemw	03/14/2012 - 03:31:04 pm	0	
<input type="checkbox"/>	LaryKingsTwitt	@kingsthings haha. Love when Celebs can make the paparazzi look like idiots. Know the facts @TMZ	cubanc	03/14/2012 - 12:24:38 am	0	
<input type="checkbox"/>	LaryKingsTwitt	@kingsthings @jack @KatieS please view and rate (Usher-Cl...oad+ringtone available @iTunes.follow @UsherRaymondIV :)	ShygirlRaymond	03/14/2012 - 03:06:51 am	0	
<input type="checkbox"/>	LaryKingsTwitt	@jack @kingsthings well done jack	shauvenkiaah	03/14/2012 - 03:21:40 am	0	
<input type="checkbox"/>	LaryKingsTwitt	@kingsthings http://t.co/Zg8meQxO Proud Indians walking ar...anyakumari to delhi to inspire #0corruptionday in this country	BhumiMujeeb	03/14/2012 - 04:00:28 am	0	
<input type="checkbox"/>	LaryKingsTwitt	@kingsthings OBAMA IS THE REINCARNATION OF LINCOLN AND AWARE OF THIS INFORMATION !	genghis555	03/14/2012 - 05:50:50 am	0	
<input type="checkbox"/>	LaryKingsTwitt	Happy Birthday @jack ! (8th year of Twitter) cc @kingsthings	guillaumgallet	03/14/2012 - 06:57:15 am	0	
<input type="checkbox"/>	LaryKingsTwitt	#koothings Letter to Pauline... http://t.co/3p3um0TA #iTunes...n no in Connoisseurs Genocide Awareness... http://t.co/d0PmE3	DRCCQA1	03/14/2012 - 08:25:01 am	0	

注: これらの投稿はビジネス・ユニット別に集約されるので、複数のブランドにわたって投稿がレポートに含まれる場合があります。必要以上に多くのフィードを作成することなく、マルチブランド企業に対して十分な数のフィードを使用可能にするために、フィードの最大数は 20 に設定されています。

トップ Twitter 用語 (Top Twitter Terms)

「トップ Twitter 用語」レポートには、指定された期間のビジネス・ユニット内のすべての Twitter フィードにわたるツイート集合の中で、最も出現した用語がリストされます。

重複ツイートおよびリツイートがある場合、オリジナルのツイートのみがそのツイート数とそれが収集されたフィードと共に表示されるように、レポートではそれらが削除されます。テーブルで + をクリックして「用語」を展開して、その用語を含むツイートを表示できます。



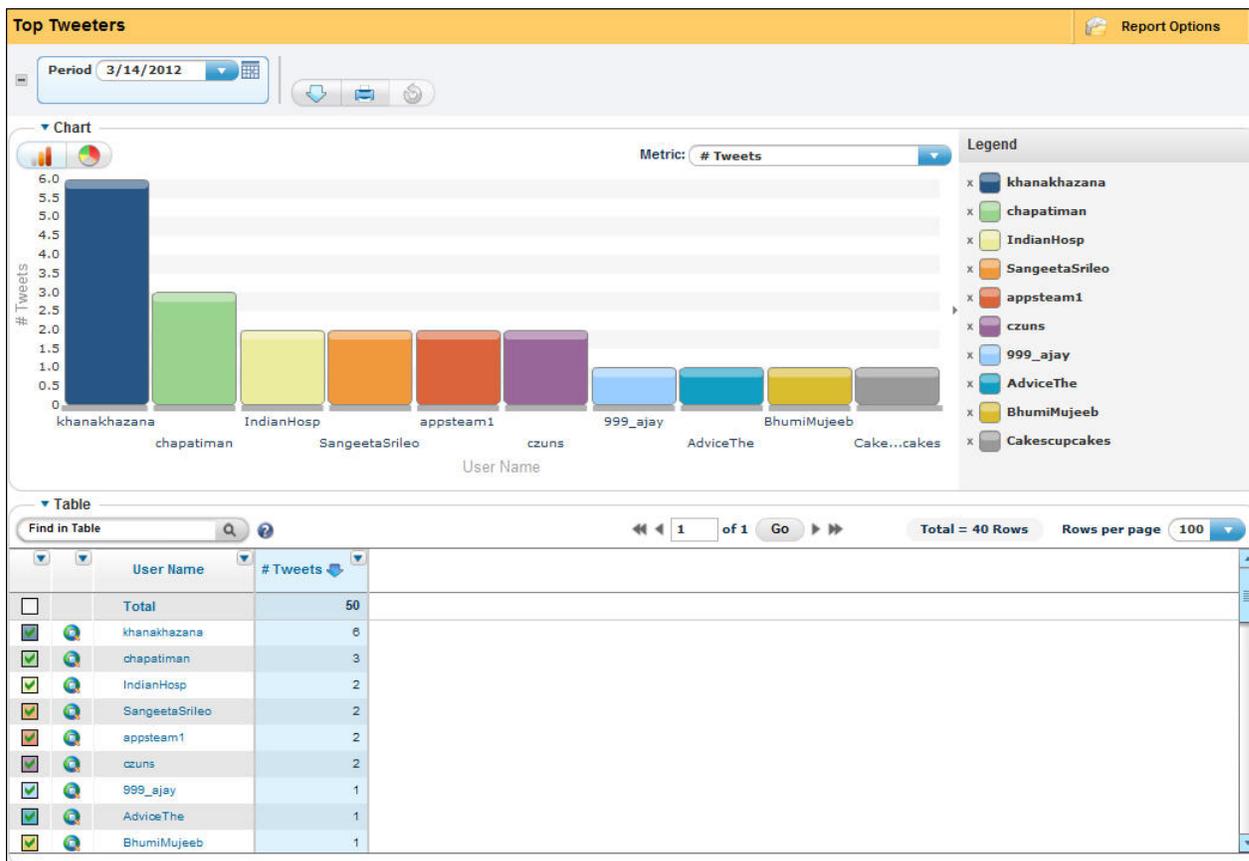
トップ・ツイーター (Top Tweeters)

「トップ・ツイーター」レポートには、ビジネス・ユニットの Twitter フィード全体で選択された期間内に最も頻繁に投稿したツイーターがリストされます。

このレポートを使用して、フォローするツイーターを特定したり、ファンおよびサポーターを参加させたり、個人に連絡して問題に対応したりします。

 をクリックすることで、このレポートに取り込まれている任意のツイーターのページにアクセスして、ツイーターの情報を表示したり、ツイーターをフォローしたり、ツイートに返信したりすることができます。これにより、ツイーターのページが新規ブラウザ・ウィンドウに開きます。

注: ツイーターをフォローしたりツイートに返信したりするには、Twitter アカウントにログインしてください。



「ソーシャル・サイト・リファラー」レポート

「ソーシャル・サイト・リファラー」レポートでは、米国と全世界の両方のさまざまなソーシャル・サイトからお客様のメイン Web サイトを参照した訪問者に関する売上、イベント、エンゲージメント、販売プロダクト、およびその他の詳細がわかります。

ソーシャル・サイトのリストには、以下が含まれます。

- Facebook
- MySpace
- Twitter
- LinkedIn
- YouTube
- WordPress
- Blogger
- Digg
- StumbleUpon
- Wikipedia
- Yahoo Answers
- Craigslist
- Yelp
- Shopstyle
- Orkut
- Studivz
- Meinvz
- Qzone
- Mixi
- Cyworld
- TripAdvisor
- Hyves
- Bebo
- Ning
- Meetup
- Flickr
- ehow
- Vimeo
- Reddit
- Tumblr
- foursquare
- Gowalla
- Kaboodle
- Buzzillions
- Epinions
- Yahoo メール
- 「レビュー」、「フォーラム」、「ブログ」、「コミュニティー」、および「掲示板」を含むリファラー・サブドメイン

各レポートの最上部にある「合計」行には、すべての参照元ドメインの合計が表示されます。

重要:

- 「ソーシャル・サイト・リファラー」レポートは、上記リスト内の1つのドメインからのリファラー訪問者として Digital Analytics が収集した訪問のみを反映します。レポート作成では、タグ付けされた Web サイトの1つに訪問者を送信したリンク・クリックの結果として訪れた訪問のみを収集します。お客様またはソーシャル・ユーザーがリンクを置いたかどうかは重要ではありません。ソーシャル・サイトでクリックしてタグ付けされたサイトを訪れたすべての訪問者が追跡されます。
- これらのレポートには MMC タグ付けは必要ありません。MMC コードを参照元 URL リンクに適用すると、その訪問者をそのマーケティング・プログラムに関連付けます。その訪問者はもはやリファラーとしては収集されなくなります。代わりに、Digital Analytics for Social Media 内ではなく、IBM Digital Analytics 内のマーケティング・プログラムとして収集されます。
- Digital Analytics は、ソーシャル・ドメインのリストを所有しています。現在のレポート定義では収集されない大量の訪問者を送ってくるソーシャル・サイトがある場合、Digital Analytics for Social Media アプリケーションのヘッダーにある Feedback リンクを使用して、これらのドメインを提案してください。Digital Analytics は、すべての提案を検討して返信します。

「ソーシャル・サイト・リファラー」レポートには、以下が含まれています。

- ソーシャル・コンバージョン
- ソーシャル・イベント
- ソーシャル関与
- ソーシャル製品 (Social Products)
- ソーシャル・ジオス (Social Geos)
- ソーシャル・モバイル・デバイス (Social Mobile Devices)

ソーシャル・コンバージョン

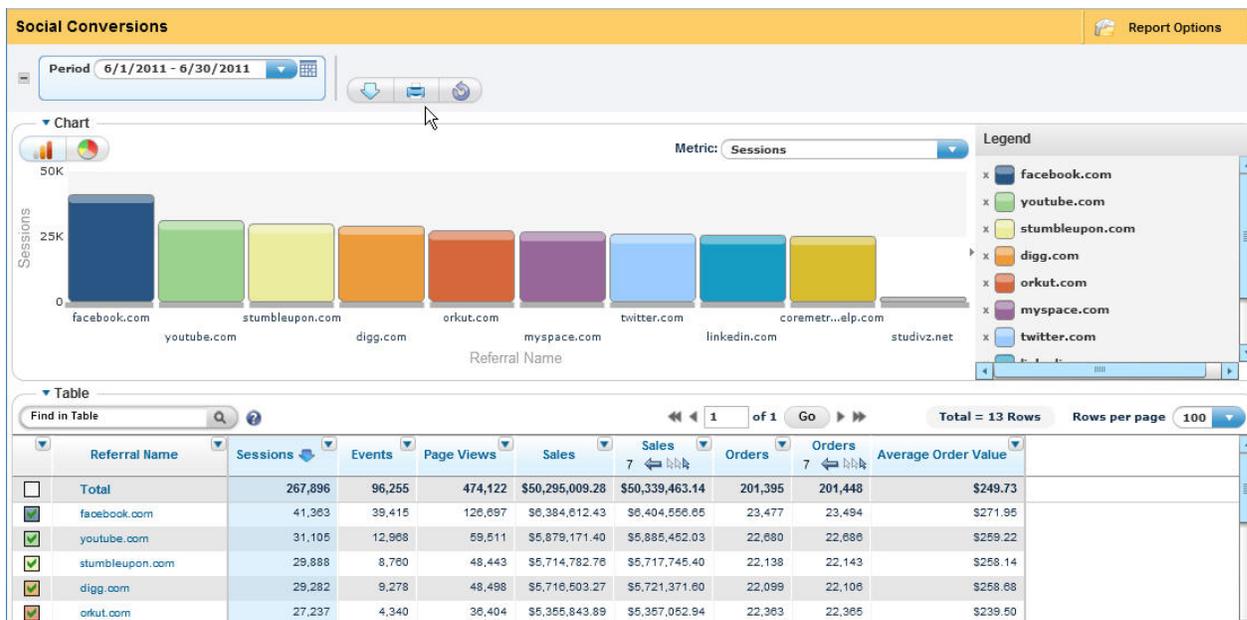
「ソーシャル・コンバージョン」レポートによって、トップ・ソーシャル・サイトのいずれかから、またはソーシャル・ページに表示されたドメインから、タグ付けされたサイトの1つをクリックして訪問した訪問者について、コンバージョン指標(イベント数、注文数、売上、注文金額の平均など)を表示できます。

同一訪問指標と、このレポート対象のビジネス・ユニットに関連付けられたクライアント ID にプロビジョニングされる 帰因売上ウィンドウを表示するように、このレポートを構成できます。

このレポートを使用して、全体としてお客様のビジネスに対してソーシャル・サイトが生み出しているビジネスの価値を識別することができます。また、訪問者、イベント、および売上のソースとして、どのようにソーシャル・サイトが互いにリンク付けし合っているか、さらに、どの分野にソーシャル・リソースを投資すべきかが分かります。タグ付けされた Web サイトの1つを訪問者に参照させるソーシャル・コンテンツを投稿する場合に、このレポートを使用して、そのソーシャル・サイトからの訪問者および売上の増加について評価できます。

また、同一訪問指標と 帰因指標との間の違いも評価できます。これは、リード・ソースとしてのソーシャル・リファラーの真の価値を示します。多くの購入訪問は数回の訪問にわたって、特に社会的影響のあるところで行われるため、たいていの場合、ユーザーは、サイトを離れてトランザクションを処理するためにソーシャル・セッションを中断することを嫌います。

同一訪問指標と帰因指標の両方について、選択された期間にページ・ビュー、イベント、または売上が発生しました。帰因ウィンドウは、どのチャネルがクレジットを受けるべきかを示します。コンバージョンが完了した訪問で、どのようにユーザーがサイトにナビゲートされたかは厳密には分かりません。しかし、訪問者をこのサイトに誘導したことのクレジットを割り当てられる、最後のクリック、最初のクリック、またはその一連のクリックについては分かります。



この例では、638 万ドル超の売上が、この期間で、Facebook からタグ付けされたサイトを直接クリックし、同一訪問でコンバージョンした訪問者から発生しました。しかし、640 万ドルの売上は、この期間で、自然検索クリックまたは MMC タグが付いたマーケティング・クリック (E メール・リンク、課金検索広告、表示広告、MMC タグ付け投稿など) ではなく、販売前の分かっている最後のクリックが、Facebook からのリファラー・クリックであったところで発生しました。帰因計算では、サイトへの直接ロードは帰因値ではありません。その値については、どれであろうと、最後にユーザーに影響を与えたチャネルに対してクレジットを付与するという前提があります。この場合、これらの訪問の多くが最初のリファラー訪問後の 7 日以内に行われています。

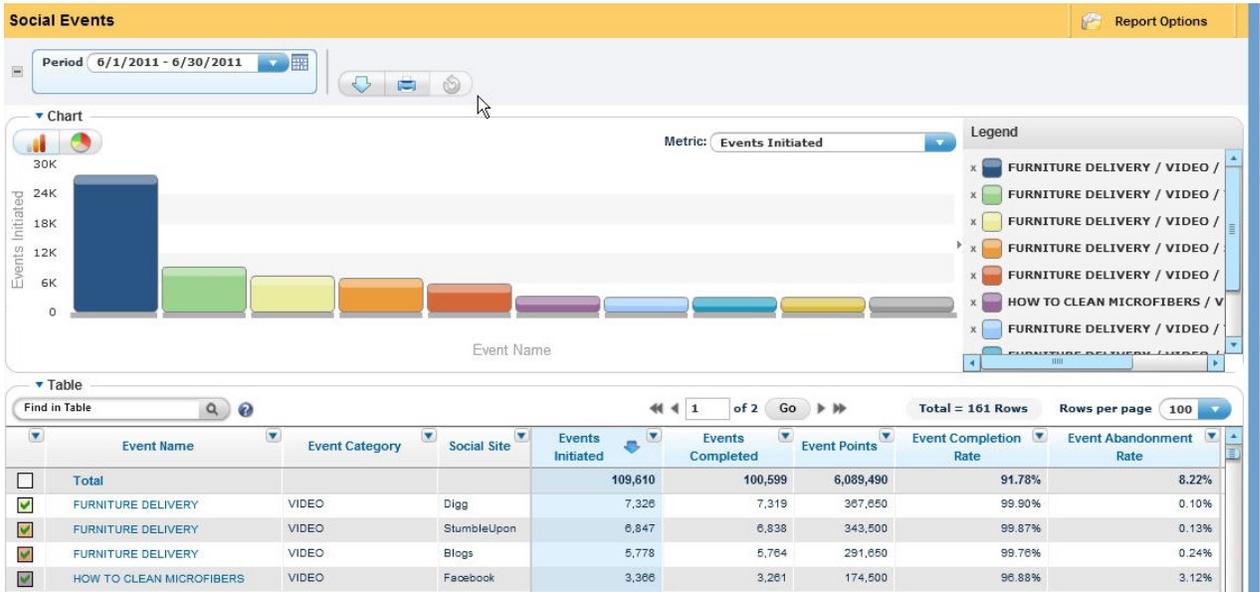
注:

- ビジネス・ユニットは、関連付けられているクライアント ID 全体で合計を計算します。特定のクライアント ID についての結果を知るには、そのクライアント ID が独自のビジネス・ユニットを持っていない必要があります。
- ビジネス・ユニットに関連付けられているクライアント ID のいずれかが帰因ウィンドウでプロビジョニングされていない場合、ビジネス・ユニットのそのフィールドは計算できず、そのレポート・フィールドにハイフン (-) が表示されます。
- 複数のクライアント ID 全体で確実に帰因データが計算されるようにするには、関連付けられているクライアント ID 全体で共有されている帰因ウィンドウを選択するか、あるいは関連付けられているクライアント ID すべてに選択された帰因ウィンドウを追加することを検討してください。新しい帰因ウィンドウのプロビジョニングの詳細については、営業担当員にお問い合わせください。

ソーシャル・イベント

「ソーシャル・イベント」レポートには、ソーシャル・サイトから参照した訪問者に関するイベント、イベント・ポイント、およびその他のイベント関連指標が表示されます。

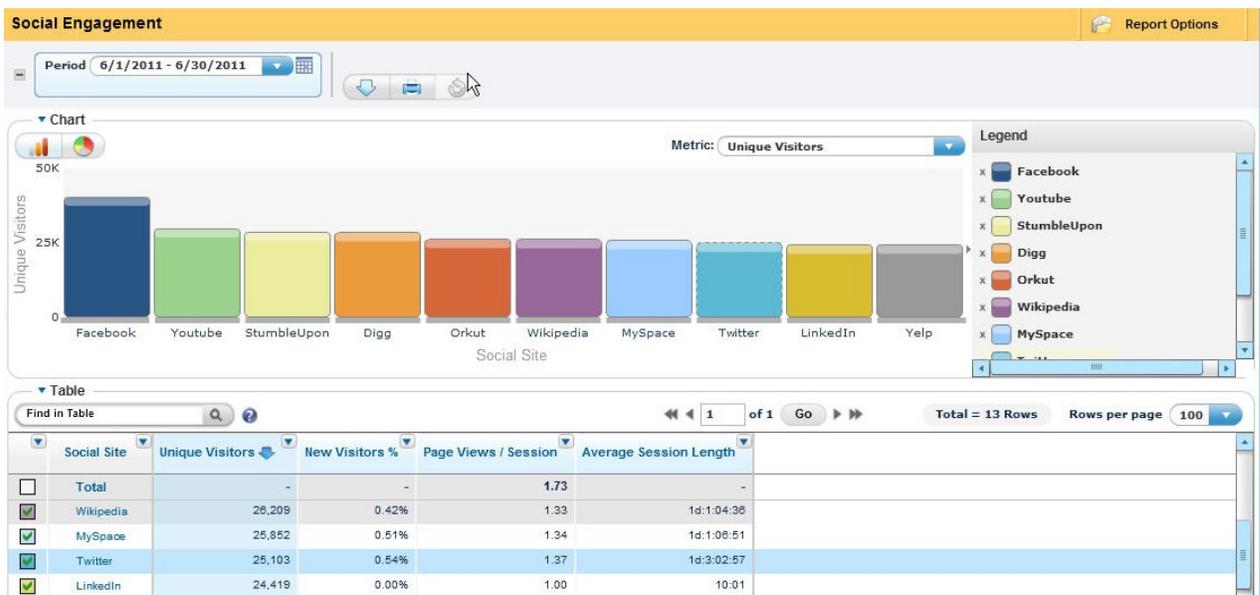
このレポートは、イベント・タグがカスタム Facebook タブに置かれ、これらのイベントによって訪問者がお客様の Web サイトの 1 つを参照する場合は、Facebook イベントを収集します。この場合、それは、イベント・クリックにより Facebook から訪れたリファラー訪問者です。



ソーシャル関与

「ソーシャル関与」レポートには、ソーシャル・サイトから参照した訪問者に関する関与指標が表示されます。

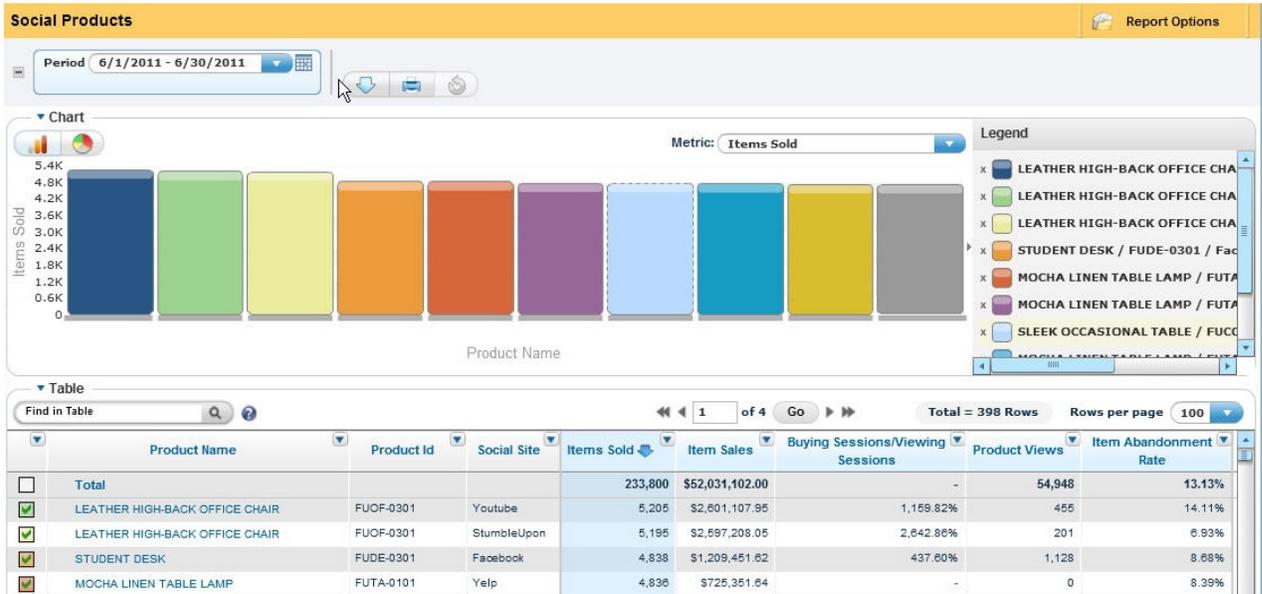
このレポートには、ユニーク訪問者数、新規訪問者の割合(%)、訪問あたりのページ・ビュー回数、および平均訪問時間が表示されます。



ソーシャル製品 (Social Products)

「ソーシャル製品」レポートには、各ソーシャル・サイトから参照した訪問者に販売されたプロダクトが表示されます。そのプロダクトへの興味を湧かせたソーシャル・コンテンツおよび会話の詳細が分かります。

ソーシャル・チャンネルがどのようにお客様のビジネスに影響を与えるかが分かるため、ソーシャル・コンテンツを置いて、そのコンテンツが意図したとおりのプロダクト・ビューと購入を引き起こすかどうかを追跡できます。

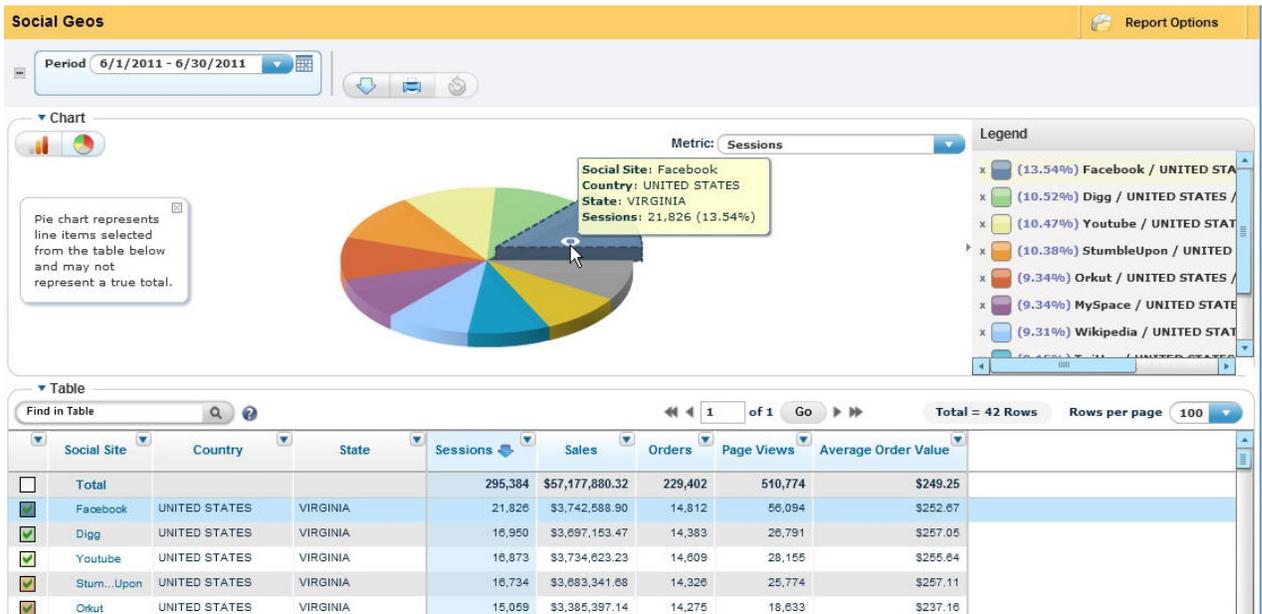


注：プロダクト売上を収集しないコンテンツ別パーティカルの顧客の場合、このレポートは使用できません。

ソーシャル・ジオス (Social Geos)

「ソーシャル・ジオス」レポートには、各ソーシャル・サイトから、訪問者数が最大の国または都道府県が表示されます。

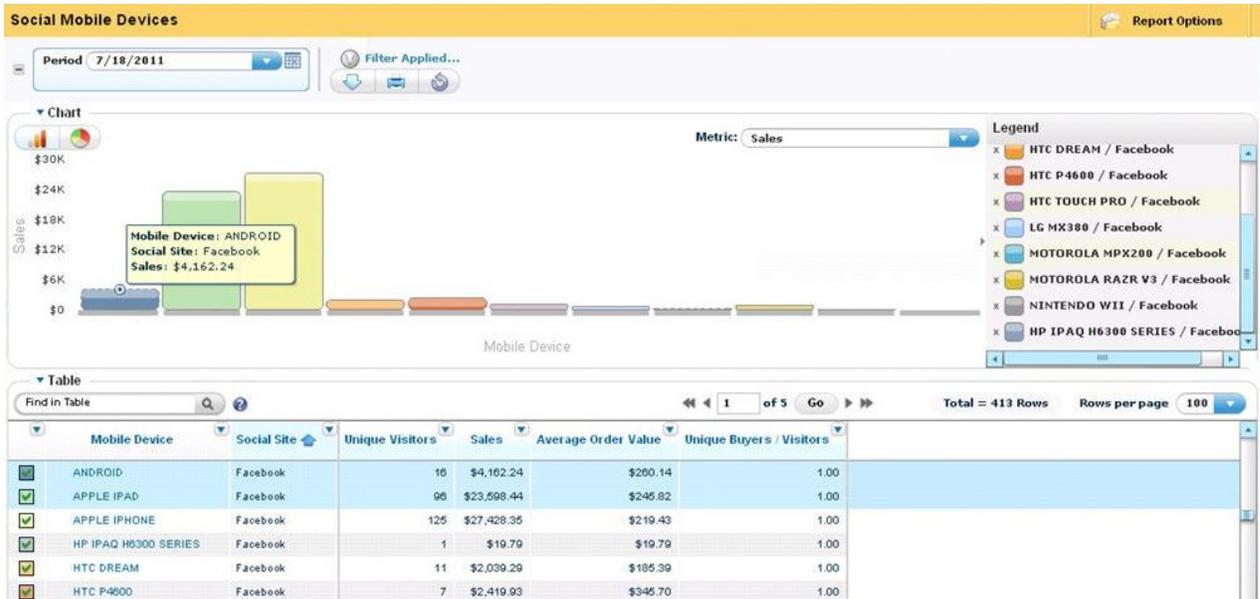
これらの各国および各都道府県に関連した訪問回数、売上、注文数、ページ・ビュー、および注文金額の平均も表示できます。「クイック・フィルター」を使用して、このレポートに即座にフィルターを掛けて絞り込み、結果を表にして、特定のソーシャル・サイトのトップ・ジオス、または特定のジオスのトップ・ソーシャル・サイトを表示できます。



ソーシャル・モバイル・デバイス (Social Mobile Devices)

「ソーシャル・モバイル・デバイス」レポートには、モバイル・デバイスからお客様のサイトにアクセスしたソーシャル・サイト訪問者数が表示されます。

このレポートは、ソーシャル・サイトへのモバイル・デバイスのトラフィックを取り込みます。また、ユニーク訪問者数、売上、注文金額の平均、および取り込まれた各種モバイル・デバイス・データにおける訪問者当たりのユニーク購入者数も取り込みます。



「ソーシャル・インプレッションの影響」レポート

「ソーシャル・インプレッションの影響」レポートには、ビジネス・ユニットの影響指標および関与指標が表示されます。

ソーシャル・メディアは、マーケティング戦略に多大な影響を及ぼす重要な部分になってきており、そのようなものとして追跡していく必要があります。残念ながら多くのソーシャル・メディア・ユーザーは、ソーシャル・セッションの間にソーシャル・サイトから離れてコンバージョンを完了させる 割り込みを嫌います。Facebook ページ、Facebook アプリケーション、ソーシャルをターゲットとした表示広告、バイラル CM、またはピクセルをサポートするその他のソーシャル・コンテンツなどの、ソーシャル・コンテンツの間接的な下流のビジネスへの影響を把握するために、IBM Digital Analytics Impression Attribution タグを適用できます。これらのキャンペーンを表示したり参加した訪問者が、最終的に、タグ付けされたサイトを訪問してイベントまたは購入を完了した場合、生成された価値は、どれも、それらの以前のインプレッション全体に帰因する可能性があります。

「ソーシャル・インプレッションの影響」レポートには、以下が含まれています。

- ソーシャル・インプレッションの影響
- ソーシャル・インプレッション・エンゲージメント (Social Impression Engagement)

Digital Analytics for Social Media で、ソーシャル・インプレッション帰因レポートを有効にするには、インプレッション帰因が有効になっている必要があります。インプレッション帰因が有効でない場合は、<http://support.coremetrics.com/> を参照して詳細情報を入手するか、Digital Analytics 営業担当員にお問い合わせください。ソーシャル・インプレッション帰因レポートが有効で、マーケティング戦略が関連付けられている場合、次のレポートに結果が表示され始めます。このレポートはさらに深く即時分析するために、IBM Digital Analytics Explore でも使用できます。

ソーシャル・インプレッションの影響

「ソーシャル・インプレッションの影響」レポートによって、Facebook タブ、Facebook アプリケーション、ソーシャルをターゲットとした表示広告、およびシンジケートされたビデオ、各コンテンツ・インプレッションにわたって帰因する可能性がある後続の訪問で発生した 下流の売上とイベントなど、インプレッション指向のコンテンツのインプレッション数とクリックスルー率 (CTR) を追跡できます。

このレポートを使用すると、最高の投資収益率を提供するソーシャル・チャンネルとクリエイティブを理解できます。

デフォルトでは、指標は、過去 90 日間のインプレッション全体に均一に帰因するとされます。指標は、インプレッションとクリックの両方にわたって帰因するようにはできません。

Social Impressions Impact							
Period 1/1/2011 - 12/31/2011							
Table							
Find in Table							
1 of 5 Go							
Total = 432 Rows Rows per page 100							
	Marketing Program	Impressions	Click-Through Rate	Sales (IMP/90Avg)	Page Views (IMP/90Avg)	Events (IMP/90Avg)	
<input type="checkbox"/>	Total	1,365,867	1.18%	\$0.00	36,106	6,706	
<input checked="" type="checkbox"/>	2009q4-offer > banner2 > ChiefMarketer > Whats-Next	2	0.00%	\$0.00	1	0	
<input checked="" type="checkbox"/>	2009q4-offer > banner2 > DIRECT > Whats-Next	1	200.00%	\$0.00	1	0	
<input checked="" type="checkbox"/>	2009q4-offer > banner2 > MCM > Whats-Next	1	200.00%	\$0.00	1	0	
<input checked="" type="checkbox"/>	2009q4-offer > banner2 > eMarketer-nl110609 > Whats-Next	6	0.00%	\$0.00	0	0	
<input checked="" type="checkbox"/>	2009q4-offer > banner3 > ChiefMarketer > Switch	1	200.00%	\$0.00	1	0	
<input checked="" type="checkbox"/>	2009q4-offer > banner3 > MCM > Switch	1	200.00%	\$0.00	1	0	
<input checked="" type="checkbox"/>	2009q4-offer > banner4 > ChiefMarketer > Back-Up-Plan	1	200.00%	\$0.00	1	0	
<input checked="" type="checkbox"/>	2009q4-offer > banner4 > MCM > Back-Up-Plan	1	200.00%	\$0.00	1	0	
<input checked="" type="checkbox"/>	2009q4-offer > banner4 > eMarketer-nl110409 > 1-8-Billion-Reasons	15	0.00%	\$0.00	0	0	
<input type="checkbox"/>	2009q4-offer > email1 > InternetRetailer-db102709 > 1-8-Billion-Reasons	1	0.00%	\$0.00	0	0	
<input type="checkbox"/>	2009q4-offer > email2 > ChiefMarketer-db102609 > Whats-Next	2	0.00%	\$0.00	0	0	
<input type="checkbox"/>	2009q4-offer > email3 > DIRECT-db102809 > Switch	4	0.00%	\$0.00	0	0	

ソーシャル・インプレッション・エンゲージメント (Social Impression Engagement)

「ソーシャル・インプレッションの関与」レポートには、ソーシャル・マーケティング投資によって以前に影響を受けた Web サイト訪問者の関与指標が表示されます。

このレポートを使用すると、ソーシャル・ユーザーに最も関与し、最大のユニーク閲覧者数を獲得したチャンネルとクリエイティブな手段を知ることができます。

Social Impressions Engagement							
Period 1/1/2011 - 12/31/2011							
Table							
Find in Table							
1 of 15 Go							
Total = 1416 Rows Rows per page 100							
	Marketing Program	Impressions	Click-Through Rate	Unique Impression Viewers	Average Session Length	Bounce Rate	
<input type="checkbox"/>	Total	35,217,728	0.36%	-	-	-	
<input checked="" type="checkbox"/>	2009Q4-OFFER > EMAIL > COREMETRICSLIST-DB102109 > BACK-UP-PLAN	1	0.00%	-	-	-	
<input checked="" type="checkbox"/>	2009Q4-OFFER > NEWSLETTER > WDFM-NL110209 > OFFER-ONLY	1	0.00%	1	-	-	
<input checked="" type="checkbox"/>	2009q4-offer > banner1 > DIRECT > 1-8-Billion-Reasons	1	200.00%	1	00:03	100.00%	
<input checked="" type="checkbox"/>	2009q4-offer > banner2 > DIRECT > Whats-Next	1	200.00%	1	00:03	100.00%	
<input checked="" type="checkbox"/>	2009q4-offer > banner2 > MCM > Whats-Next	1	200.00%	1	00:04	100.00%	
<input checked="" type="checkbox"/>	2009q4-offer > banner3 > ChiefMarketer > Switch	1	200.00%	1	00:04	100.00%	
<input checked="" type="checkbox"/>	2009q4-offer > banner3 > MCM > Switch	1	200.00%	1	00:03	100.00%	
<input checked="" type="checkbox"/>	2009q4-offer > banner4 > ChiefMarketer > Back-Up-Plan	1	200.00%	1	00:04	100.00%	
<input checked="" type="checkbox"/>	2009q4-offer > banner4 > MCM > Back-Up-Plan	1	200.00%	1	00:04	100.00%	
<input checked="" type="checkbox"/>	2009q4-offer > email > CoremetricsList-db102109 > Back-Up-Plan	1	0.00%	1	-	-	
<input type="checkbox"/>	2009q4-offer > email > DIRECT-db102809 > Back-Up-Plan	1	0.00%	1	-	-	
<input type="checkbox"/>	ZOMB01 > EMAIL > WDFM-DB072809 > GUIDE-TO-MULTICAMPAIGN-MEASUREMENT	1	0.00%	1	-	-	

次の表に、お客様のビジネスの業界別パーティカルに基づくデフォルトのレポート指標を示します。

小売	インプレッション数	CTR	売上(インプレッション数 90 平均)	ページ・ビュー(インプレッション数 90 平均)	イベント(インプレッション数 90 平均)
トラベル	インプレッション数	CTR	収益(インプレッション数 90 平均)	ページ・ビュー(インプレッション数 90 平均)	イベント(インプレッション数 90 平均)
金融サービス	インプレッション数	CTR	申込み数(インプレッション数 90 平均)	ページ・ビュー(インプレッション数 90 平均)	イベント(インプレッション数 90 平均)
コンテンツ	インプレッション数	CTR	イベント(インプレッション数 90 平均)	ページ・ビュー(インプレッション数 90 平均)	イベント・ポイント(インプレッション数 90 平均)
コンテンツ/コース	インプレッション数	CTR	売上(インプレッション数 90 平均)	ページ・ビュー(インプレッション数 90 平均)	イベント(インプレッション数 90 平均)

レポートのカスタマイズ

Digital Analytics for Social Media レポートはいくつかのコンポーネントで構成されており、レポートのカスタマイズが可能です。

これらのオプションを使用して、レポート内で使用する指標を決定できます。また、レポートのビューを変更する場合にもオプションを使用できます。

これらのコンポーネントには、以下のものがあります。

- レポート・オプション
- ツールバー
- 指標
- 凡例
- グラフ
- テーブル

レポート・オプション

「レポート・オプション」域は、カレンダー・オプション、指標、およびフィルターを適用するためのセントラル・ロケーションです。

カレンダー

「カレンダー」タブで、レポート・データの開始日と終了日を選択できます。現在の日付オプション、特定の日、または会計期間のいずれかから選択できます。「最近使用」日付オプションを使用すると、最近選択した日付範囲を簡単に選ぶことができます。

Report Options

Calendar Metrics Filters

Period: Fiscal Calendar

Selected Dates
 Start Date: 02/13/2012 End Date: 02/13/2012

Preset Dates: 2/13/2012

Recently Used

Day

Fiscal Week

Fiscal Month

Fiscal Quarter

Fiscal Year

2012 f.y.

January	July
February	August
March	September
April	October
May	November
June	December

Available Months: Jan 2000-Feb 2012

Apply Cancel

指標

「指標」タブで、使用可能な指標のリストからレポート内で使用する指標を選択できます。指標を追加するには、アイテムをドラッグするか、矢印を使用して、「使用可能な指標」リストと「選択した指標」リストの間でユーザーを移動します。

Report Options

Calendar Metrics Filters

Sort By

Event Metrics

Search

Create a Calculated Metric

Drag and drop a Metric from the list on the left to add it to the display.

Available Metrics		Selected Metrics	
Average Order Value	1	Sessions	Same Session
Average Order Value	7	Events	Same Session
Average Order Value	14	Page Views	Same Session
Average Order Value	30	Sales	Same Session
		Orders	Same Session
		Unique Buyers / Unique Visitors	Same Session
		Average Order Value	Same Session

Apply Cancel

このタブで、計算指標も作成できます。

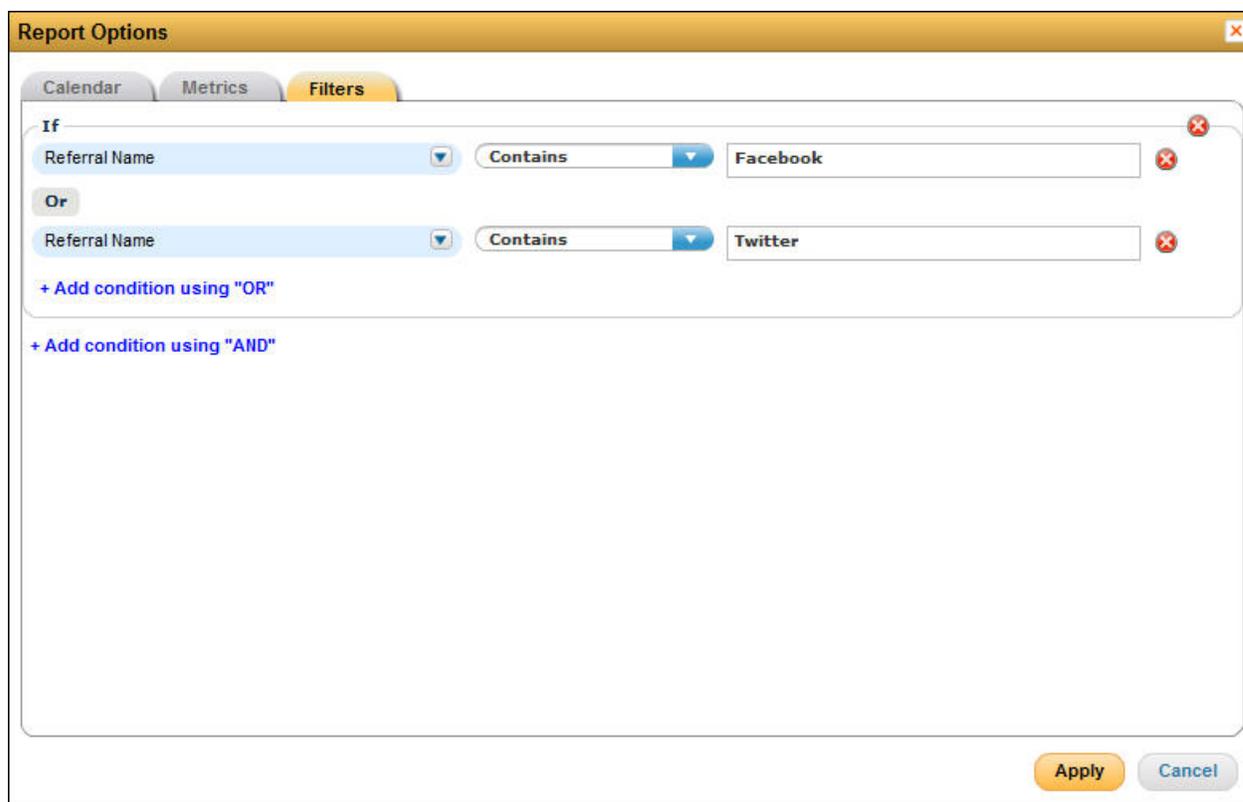
計算指標を作成するには、次のようにします。

1. ダイアログの先頭で、「**計算指標を作成**」をクリックします。
2. 「**指標名**」を入力します。
3. 「**フォーマット**」を選択します。
4. 使用可能な指標のリストから目的の指標 (複数の場合もある) を見つけ、「>」をクリックします。上部で演算子をクリックして、希望の式を作成します。
5. 「**保存**」をクリックします。

フィルター

「フィルター」タブで、指標をつなぎ合わせて「**And**」および「**Or**」の論理で区切られた条件にすることで、レポートに含めるデータの条件を設定できます。フィルターは、レポート・データ・セット全体を照会し、定義した条件に合ったデータのみを返します。

注: 指標の拡張リストを表示するには、「**ソート単位**」 カテゴリー・リストから「**すべての指標**」を選択してください。



ツールバー

レポートのツールバーには、カレンダー・セレクション、ダウンロード、印刷、およびリセットの各種オプションが含まれています。



ツールバーには、以下のものが含まれています。

1. 「**カレンダー・セレクション**」: レポートの期間を変更します。Digital Analytics for Social Media レポートは、90 日間の履歴データを保管するため、最大過去 90 日までの任意の期間を選択できます。
 2. 「**ダウンロード**」: 表示中の現行レポートを XLS、CSV、または PNG のファイルにダウンロードします。
 3. 「**印刷**」: 現行レポート・ビューを印刷します。
 4. 「**リセット**」: デフォルトのレポート・オプションにリセットします。
- をクリックしてツールバーを最小化し、表示可能な画面スペースを最大化することができます。

指標

レポート内の「指標」ドロップダウン・リストを使用して、表示するレポート指標を選択できます。

Digital Analytics for Social Media 内の多くのレポートでは、複数のレポート指標を表示できるようになっています。このドロップダウン・リストを使用して、表示する指標をレポート内から簡単に選択できます。使用可能な指標はレポートによって異なります。

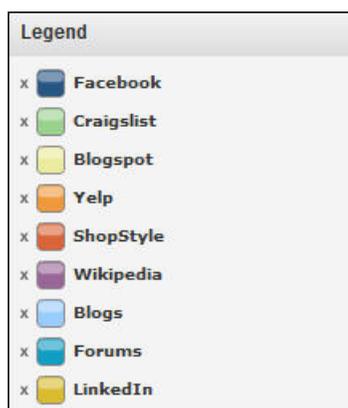


凡例

凡例は、グラフ・ビューに応じて、レポートの棒グラフでの各カラー・バーやレポートの円グラフの円スライスに対応したラベルや名前を示します。

凡例アイテムの上にカーソルを移動すると、リストされた各アイテムに固有のデータを表示できます。x をクリックして、関連のないアイテムを凡例から削除することもできます。これにより、凡例およびグラフからアイテムが削除されます。

凡例を最小化して、レポート・グラフを表示するための領域を拡大することができます。



グラフ

Digital Analytics for Social Media レポートのグラフ域では、さまざまなレポートのデータを見通すことができます。

ほとんどの Digital Analytics for Social Media レポート・データは、棒グラフおよび円グラフとして表示できます。デフォルトでは、棒グラフが表示されますが、2つのグラフ・タイプ間の切り替えは簡単に行うことができます。レポートに関連した異なるデータが表示されるように指標を変更することもできます。

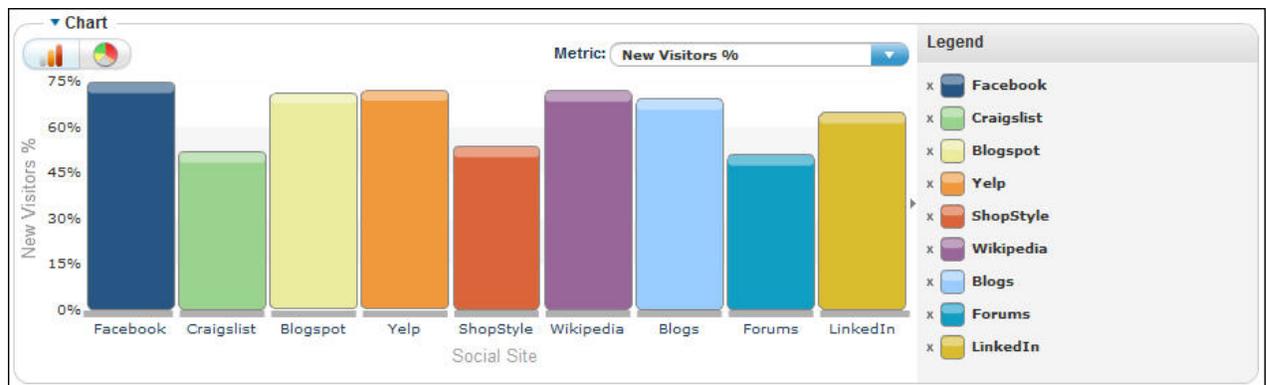
下のテーブルにリストされている各項目の横のチェック・ボックスをクリックしてグラフにその項目を含めたりそこから削除したりすることによって、グラフ内に示されているデータをカスタマイズできます。

グラフは、下のテーブル域を省略することによって、フルペインで表示することもできます。同様に、フルペインでテーブルを表示するためにグラフを省略することもできます。

棒グラフ

このグラフには、バー形式でレポート・データが横並びに表示されます。バーの上にカーソルを移動して、表示されている特定のバーごとにデータを表示できます。

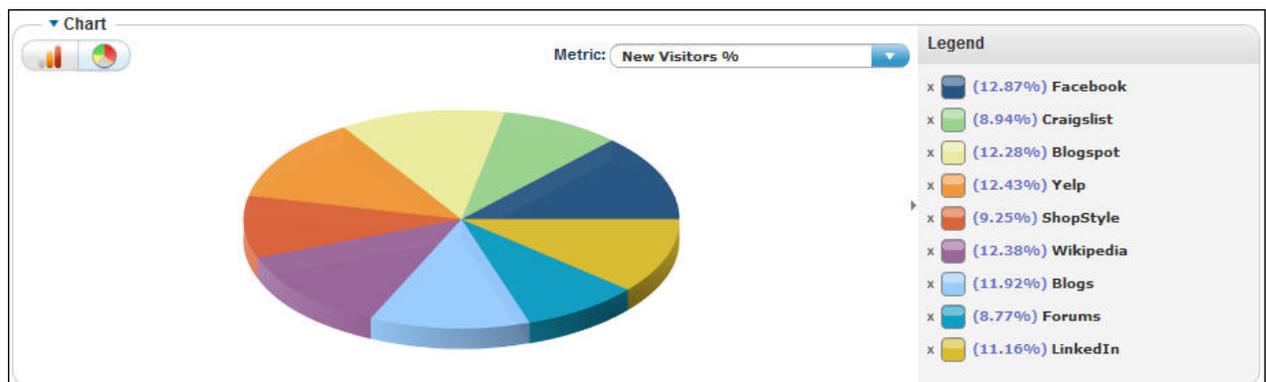
棒グラフ上の軸スケールを調整して、最大値および最小値を設定できます。最大値を設定するには、軸上の数字をクリックすると、その数値が最大値となります。最小値を設定するには、**Shift** キーを押しながら軸上で数字をクリックすると、その数値が最小値となります。軸スケールを元の状態にリセットするには、**Ctrl** キーを押しながら軸上の任意の場所をクリックします。



円グラフ

このグラフには、データ全体のパーセンテージとしてレポート・データが表示されます。円グラフ内の個別のデータを表す部分の上にカーソルを移動することによって、表示されている特定の個別の部分ごとにデータを表示できます。

注: 円グラフはテーブルから選択した行項目を表します。すべての行項目を選択しない限り、実際の合計は表しません。



テーブル

Digital Analytics for Social Media レポートのテーブル域には、さまざまなレポートのデータが表示されます。

検索機能を使用すると、テーブルに表示されるデータをフィルターに掛けて、興味のあるデータだけに焦点を合わせることができます。

各列ヘッダーをクリックして、テーブルの表示をカスタマイズすることもできます。これにより、テーブルのソートを調整できます。数値データを含む列ごとに、データを親グループの割合 (%) として表示できます。また、各テーブル内の先頭列を使用して、データ・テーブルのコピーや選択した行のコピーだけでなく、選択した行のみの表示、すべての行の選択解除、および先頭からの 5、10、または 20 行の選択も行うことができます。

テーブルは、上のグラフ域を省略することによって、フルペインで表示することもできます。同様に、フルペインでグラフを表示するためにテーブルを省略することもできます。



	Social Site	Unique Visitors	New Visitors %	Page Views / Session	Average Session Length
<input type="checkbox"/>	Total	-	-	3.73	-
<input checked="" type="checkbox"/>	Craigslist	32,408	51.96%	3.05	33d:13:54:23
<input checked="" type="checkbox"/>	Blogspot	16,311	71.37%	5.31	32d:8:41:50
<input checked="" type="checkbox"/>	Yelp	9,104	72.26%	4.67	25d:8:43:17
<input checked="" type="checkbox"/>	ShopStyle	7,135	53.76%	7.20	21d:10:32:40
<input checked="" type="checkbox"/>	Wikipedia	6,914	71.98%	5.18	20d:21:39:30
<input checked="" type="checkbox"/>	Blogs	3,702	69.29%	5.44	10d:21:12:17
<input checked="" type="checkbox"/>	Forums	3,577	50.99%	8.38	16d:21:42:42
<input checked="" type="checkbox"/>	LinkedIn	2,150	64.84%	2.12	2d:1:37:47
<input type="checkbox"/>	Wordpress	1,836	70.59%	5.26	4d:07:56
<input type="checkbox"/>	Communities	1,813	30.72%	5.31	7d:10:12:05
<input type="checkbox"/>	StumbleUpon	1,521	87.11%	1.93	17:51:57
<input type="checkbox"/>	Answer...shoo	1,388	81.20%	5.09	2d:23:28:10

管理

Digital Analytics for Social Media では、収集を開始し、その後、レポート・データを保守するために必要ないくつかの管理操作があります。

これらの管理操作には以下のものがあります。

- ユーザーの管理
- ビジネス・ユニットの管理
- フィードの管理

ユーザーの管理

Digital Analytics for Social Media にアクセスするには、ユーザー・ログインを持っている必要があります。

ユーザー・ロールおよび特権にはいくつかのレベルがあります。1 ユーザーに割り当てることができるロールは、1 つのみです。Digital Analytics for Social Media アプリケーション全体およびビジネス・ユニット全体で、そのロールが適用されます。次のリストでは、各ロールは、リストされた特権およびそれより低いレベルのリストされたすべての特権を保持します。

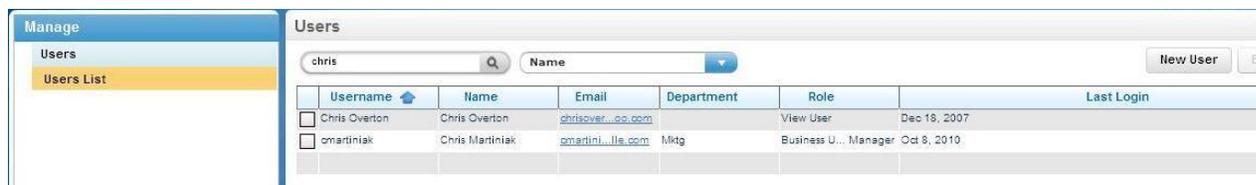
- **管理ユーザーは、次の操作を実行できます。**
 - ユーザーの作成

- ビジネス・ユニットの作成
- フィードの作成
- ビジネス・ユニットへのクライアント ID の関連付け
- ビジネス・ユニットへのユーザーの割り当て
- **ビジネス・ユニット・マネージャー・ユーザーは、次の操作を実行できます。**
 - 任意のビジネス・ユニットへの既存のフィードの関連付け
 - フィードの編集および削除
 - 新規フィードの作成、および任意の利用できるビジネス・ユニットへのそれらのフィードの関連付け
- **標準ユーザーは、次の操作を実行できます。**
 - フィードの作成
 - ユーザーが属するビジネス・ユニットのみへのフィードの関連付け
- **表示のみユーザーは、次の操作を実行できます。**
 - 割り当てられているビジネス・ユニットのレポートのみの表示
 - ユーザー・レコードのみが表示され、その後ユーザーの資格情報を編集可能な「ユーザー・リスト」レポートへのナビゲート

ユーザー・リスト

「ユーザー・リスト」を使用すると、管理者は、Digital Analytics for Social Media クライアントのユーザーを管理できます。このリストから、管理者はユーザーを作成または削除したり、既存のユーザー詳細（ユーザー・ログインとパスワード）、ロール（追加特権または編集特権）、ビジネス・ユニットの関連付けを編集することができます。

検索時に、「ユーザー・リスト」の上部にある「クイック・フィルター (Quick Filter)」ボックスを使用して、リストを即座に絞り込みます。



Username	Name	Email	Department	Role	Last Login
<input type="checkbox"/> Chris Overton	Chris Overton	chrisover...@...com		View User	Dec 18, 2007
<input type="checkbox"/> smartiniak	Chris Martiniak	smartini...@...com	Mktg	Business U... Manager	Oct 8, 2010

ユーザーの作成

新規ユーザーを作成して、組織のメンバーに Digital Analytics for Social Media へのアクセスを提供できます。

このタスクについて

ユーザーを作成するには、以下のようにします。

手順

1. サイド・ナビゲーション枠内の「管理」の下にある「ユーザー」で、「ユーザー・リスト」内の「新規ユーザー」をクリックします。
2. 「ユーザー名」、「パスワード」、および「ロール」など、ユーザーの詳細を追加します (特権の追加、編集、または作成)。
3. 「利用できるビジネス・ユニット」リストのアイテムを「選択したビジネス・ユニット」リストにドラッグして、ユーザーを1つ以上のビジネス・ユニットに関連付けます。
レポートにアクセスするには、ユーザーを少なくとも1つのビジネス・ユニットに割り当てる必要があります。したがって、少なくとも1つのビジネス・ユニットが作成されるまで、ユーザーの作成は許可されません。
4. ユーザー情報を入力した後、「作成」をクリックします。

次のタスク

「ユーザーの作成」プロセス中に、適切なビジネス・ユニットがまだ存在していないことがわかった場合は、「**ビジネス・ユニットをユーザーに関連付ける**」領域の「**新規ビジネス・ユニット**」をクリックして、新しいエンティティを作成してください。これで、それが「**利用できるビジネス・ユニット**」リストで利用可能になるので、「**選択したビジネス・ユニット**」にドラッグできます。

ユーザーの編集

基本ユーザー情報、ユーザー・ロール、または関連付けされたビジネス・ユニットを変更する必要がある場合は、既存のユーザーを編集できます。

このタスクについて

既存のユーザーを編集するには、以下のようになります。

手順

1. サイド・ナビゲーション枠内の「**管理**」の下にある「**ユーザー**」から、「**ユーザー・リスト**」内の編集するユーザーの横のチェック・ボックスをクリックします。
2. 「**編集**」をクリックします。
「**名前**」、「**ユーザー名**」、「**パスワード**」、「**ロール**」、およびビジネス・ユニットの関連付け(およびこれによってアクセスできるレポート)など、どのようなユーザー設定でも変更できます。
3. アクションを完了し、ユーザー・リストを最新表示するには、「**適用**」をクリックします。

ユーザーの削除

Digital Analytics for Social Media にアクセスしなくなった既存のユーザーを削除できます。

このタスクについて

既存のユーザーを削除するには、次のようになります。

手順

1. サイド・ナビゲーション枠内の「**管理**」の下にある「**ユーザー**」から、削除するユーザーのチェック・ボックスをクリックします。
2. 「**削除**」をクリックします。
ユーザーを削除するかどうかを確認するプロンプトが表示されます。
3. ダイアログの「**はい**」をクリックすると、ユーザー・リストが最新表示されます。

ビジネス・ユニットの管理

ビジネス・ユニットは、Digital Analytics for Social Media のフィードおよびレポートをモニターする構造として機能します。

ビジネス・ユニットは、Web サイトのクライアント ID、Facebook フィード、Twitter フィード、およびユーザーの集合です。選択したビジネス、部門、地域、または他の分離したいレポート・グループ全体のレポート・データをグループ化したりロールアップするための柔軟な構造として機能します。したがって、各種ビジネス・ユニットを作成して、ビジネスをワンセットのレポートにまとめるのではなく、ビジネスのさまざまな利益および側面について異なるフィードおよびレポートをモニターできます。

ビジネス・ユニットは、管理アクセス権限またはビジネス・ユニット・マネージャー・アクセス権限のあるユーザーによって定義されます。ビジネス・ユニットには、1つ以上のクライアント ID、フィード、およびユーザーが関連付けられている必要があります。レポート・アクセス権限の割り振り方によっては、各クライアント ID、フィード、およびユーザーを複数のビジネス・ユニットに関連付けることもできます。

「**ビジネス・ユニット**」画面は、左方のサイド・ナビゲーションで「**管理**」からアクセスできます。この画面から、既存のビジネス・ユニットを表示、編集、または削除したり、新しいビジネス・ユニットを作成できます。

既存のビジネス・ユニットの詳細を表示するには、リストからそれを選択し、画面の下部にその関連付けを表示します。ここでは、レポート作成データ元のクライアント ID (Web サイト)、このビジネス・ユニットの追跡対象の Facebook および Twitter のフィード、およびそのビジネス・ユニットのレポートへのアクセス権限を保持するユーザーが表示されます。

Business Unit Name	Created By	Created Date	Last Modified Date
<input type="checkbox"/> Coremetrics CM	amartiniak@coremetrics.com	Nov 4, 2010 9:02:44 PM	Jul 9, 2011 11:08:25 AM
<input type="checkbox"/> Furniture Demo Site	sakhtar@coremetrics.com	Oct 22, 2010 10:43:05 PM	Dec 21, 2010 3:42:56 PM
<input type="checkbox"/> Japan	KTAMURA@jp.ibm.com	Aug 5, 2011 7:00:00 AM	Aug 5, 2011 7:00:00 AM
<input type="checkbox"/> womens	smoolji@coremetrics.com	Aug 4, 2011 4:31:08 PM	Aug 4, 2011 4:31:08 PM

Client IDs: 90232642 - Coremetrics Demo Site

Feeds: Alfa Insurance Facebook, Analytics phrases, Coremetrics FB, IBM Watson FB

Users: Chris Campolo, o5_admin, Uma Jadhav, Koji Tamura, sarah, Camilio Valero, o1_admin, PM Demo, EMM

ビジネス・ユニットの作成

新規ビジネス・ユニットを作成して、選択したビジネス、部門、地域、または他の分離したいレポート・グループのフィードおよびレポート・データのモニターを開始することができます。

このタスクについて

ビジネス・ユニットを作成するには、以下のようにします。

手順

1. サイド・ナビゲーション枠内の「管理」の下にある「ビジネス・ユニット」で、「ビジネス・ユニット・リスト (Business Unit List)」内の「新規ビジネス・ユニット」をクリックします。
2. ビジネス・ユニットの新規名を入力し、「保存」をクリックします。
その名前が固有であるかどうかを検証されます。

タスクの結果

ビジネス・ユニットを作成すると、それが「ビジネス・ユニット・リスト (Business Unit List)」に追加され、そのビジネス・ユニットの編集ビューが使用可能になります。以後、このビジネス・ユニットに関連付けられたクライアント ID、フィード、およびユーザーを管理できます。

ビジネス・ユニットの編集

ビジネス・ユニットを編集して、ビジネス・ユニットにクライアント ID、フィード、またはユーザーを関連付けたり関連付けを解除したりすることができます。

このタスクについて

ビジネス・ユニットを編集するには、以下のようにします。

手順

1. サイド・ナビゲーション枠内の「管理」の下にある「ビジネス・ユニット」で、「ビジネス・ユニット・リスト (Business Unit List)」内の「ビジネス・ユニット」行をクリックして画面の下部を変更し、そのビジネス・ユニットの現在の関連付けを表示します。

2. ビジネス・ユニットに「クライアント ID」、「フィード」、または「ユーザー」を関連付けたり関連付けを解除したりするには、それらの各セクションから「管理」をクリックします。

クライアント ID の関連付けまたは関連付けの解除

このタスクについて

クライアント ID を関連付けたり関連付けを解除したりするには、以下のようにします。

手順

1. 「クライアント ID」パネルの「管理」をクリックします。
2. 「クライアント ID の管理」ダイアログで、アイテムをドラッグするか、矢印を使用して、「使用可能なクライアント ID」リストと「選択されたクライアント ID」リストの間でクライアント ID を移動します。
3. 終了したら、「保存」をクリックします。

フィードの関連付けまたは関連付けの解除

このタスクについて

フィードを関連付けたり関連付けを解除したりするには、以下のようにします。

手順

1. 「フィード」パネルの「管理」をクリックします。
2. 「フィードの管理 (Manage Feeds)」ダイアログで、アイテムをドラッグするか、矢印を使用して、「利用できるフィード (Available Feeds)」リストと「選択したフィード (Selected Feeds)」リストの間でフィードを移動します。
3. このダイアログからフィードを作成する場合は、「フィードを新規作成」をクリックします。
4. 終了したら、「保存」をクリックします。

ユーザーの関連付けまたは関連付けの解除

このタスクについて

ユーザーを関連付けたり関連付けを解除したりするには、以下のようにします。

手順

1. 「ユーザー」パネルの「管理」をクリックします。
2. 「ユーザーを管理」ダイアログで、アイテムをドラッグするか、矢印を使用して、「利用できるユーザー (Available Users)」リストと「選択したユーザー (Selected Users)」リストの間でユーザーを移動します。
3. このダイアログからユーザーを作成する場合は、「新規ユーザーの作成」をクリックします。
4. 終了したら、「保存」をクリックします。

ビジネス・ユニットの削除

フィードおよびレポート・データのモニターで不要となったビジネス・ユニットを削除できます。

このタスクについて

手順

1. サイド・ナビゲーション枠内の「管理」の下にある「ビジネス・ユニット」から、「ビジネス・ユニット・リスト (Business Unit List)」内の削除するビジネス・ユニットの横のチェック・ボックスを選択します。

2. 「削除」をクリックします。

フィードの管理

フィードとは、Twitter および Facebook での会話を追跡するために、ユーザーが作成した API フィードです。

標準以上のアクセス権限を保持するユーザーは、フィードをビジネス・ユニットに関連付けることで、フィードを作成し、ビジネス・ユニットのレポートによってフィードを追跡できます。

フィードは、1 時間に 1 回処理されます。フィードを収集した後、そのデータをソートしたりフィルターに掛けて、投稿およびコンテンツの人気、トップ投稿者、トップ用語、または期間中的人气傾向でさえ見通すことができます。

「フィード」は、サイド・ナビゲーション枠で「管理」からアクセスできます。この画面から、既存のフィードを表示、編集、または削除したり、新しいフィードを作成できます。

各フィードについての一般情報に加え、このセクションの「最終更新日」列には、最終フィード収集時刻も表示されます。

Feed Name	Type	Description	Created By	Creation Date	Last Modified
Alfa Insurance Facebook	f		dmliller@coremetrics.com	Jun 8, 2011 12:56:41 PM	Aug 8, 2011 6:03 AM
Analytics phrases	t	Posts contain any of the following:	omartinlak@coremetrics.com	Nov 4, 2010 9:05:59 PM	Aug 8, 2011 11:11 AM
Coremetrics FB	f		dmliller@coremetrics.com	Jun 8, 2011 4:22:14 PM	Aug 8, 2011 6:03 AM
CP, INC	f		ujadhav@coremetrics.com	Jun 8, 2011 3:18:02 PM	Aug 8, 2011 6:03 AM
FB - Japan demo	f	EMM Japan デモフィード	KTAMURA@jp.ibm.com	Aug 5, 2011 7:00:06 AM	Aug 8, 2011 6:03 AM
FB-KEA	f	See what products people are talking about on Ikea.	o1_admin	Jan 28, 2011 6:03:24 AM	Aug 8, 2011 6:03 AM
Furniture Interest Page	f		omartinlak@coremetrics.com	Nov 10, 2010 6:54:15 PM	Aug 8, 2011 6:03 AM

Facebook フィードの作成

Facebook レポート・データを表示するには、まず Facebook フィードを作成する必要があります。

手順

1. サイド・ナビゲーション枠内の「管理」の下にある「フィード」で、「フィード・リスト」内の「フィードを追加」をクリックして、「フィードの作成」ダイアログを開きます。
2. このダイアログで、「フィード名」と「説明」を入力し、「フィード・タイプ」に対して「Facebook」を選択します。
3. 追跡する Facebook ページを検索します。既存の Facebook ページの既に取り込まれた検索結果リストからページを選択します。その後、ページ名がテキスト・フィールドに表示されます。
4. 「利用できるビジネス・ユニット」リストのビジネス・ユニットを「選択したビジネス・ユニット」リストにドラッグ・アンド・ドロップして、ビジネス・ユニットをこのフィードに関連付けます。
5. 「保存」をクリックします。

例

Create Feed

Feed Details

Feed Name*

Description

Feed Type

Find Facebook Page

Facebook Page*

Associate Business Units to Feed

Drag and drop a Business Unit from the list on the left to associate it to this Feed.

New Business Unit

Available Business Units

- Brazil
- North America
- NA-Shoes
- NA-Phones
- Japan
- Ana's Business Unit
- NA-Search
- Rtesttwi
- Chris BU

Selected Business Units

Save Cancel

Twitter フィードの作成

Twitter レポート・データを表示するには、まず Twitter フィードを作成する必要があります。

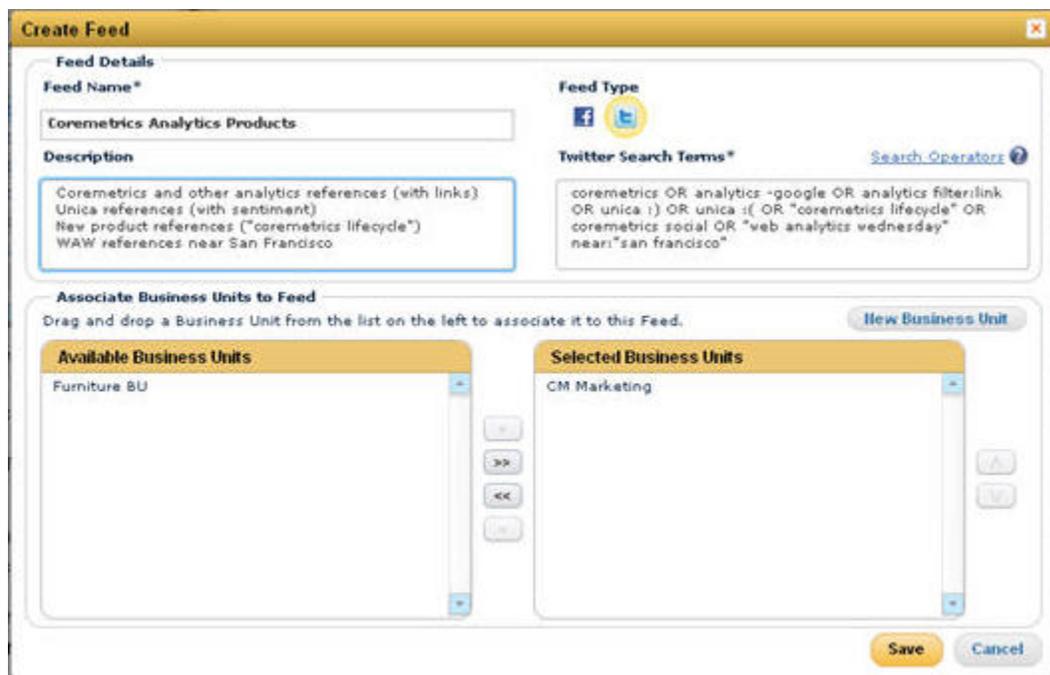
このタスクについて

Twitter フィードを作成するには、次のようにします。

手順

1. サイド・ナビゲーション枠内の「管理」の下にある「フィード」で、「フィード・リスト」内の「フィードを追加」をクリックして、「フィードの作成」ダイアログを開きます。
2. このダイアログで、「フィード名」と「説明」を入力し、「フィード・タイプ」に対して「**Twitter**」を選択します。
3. 追跡する Twitter 検索用語を入力します。
4. 「利用できるビジネス・ユニット」リストのビジネス・ユニットを「選択したビジネス・ユニット」リストにドラッグ・アンド・ドロップして、ビジネス・ユニットをこのフィードに関連付けます。
5. 「保存」をクリックします。

例



最大 30 個の検索用語を「**Twitter 検索用語**」ダイアログ・ボックスに追加して、特定のフィードで収集する投稿のタイプを指定することができます。Twitter 検索構文に必ず従ってください。検索構文は、それぞれの「用語」を「OR」で区切って、フィードがいずれかの用語を含んだすべての投稿を検索するようになります。下記の表では、さまざまな検索用語とフィードに追加された結果のツイートの例を示します。

用語	ツイートの検索...
twitter search	「twitter」と「search」の両方を含むツイート。これは、デフォルトの演算子です。
"happy hour"	「happy hour」と完全に一致する語句を含むツイート。
love OR hate	「love」または「hate」のいずれか(あるいは両方)を含むツイート。
beer -root	「beer」を含み、「root」を含まないツイート。
#haiku	ハッシュ・タグ「haiku」を含むツイート。
from:alexiskold	「alexiskold」という人から送信されたツイート。
to:techcrunch	「techcrunch」という人に送信したツイート。
@mashable	「mashable」という人に関連するツイート。
"happy hour" near:"san francisco"	「happy hour」と完全に一致する語句を含み、「san francisco」の近くで送信されたツイート。
near:NYC within:15mi	「NYC」の 15 マイル内で送信されたツイート。
superhero since:2010-10-18	「superhero」を含み、日付「2010-10-18」以降に送信されたツイート。
ftw until:2010-10-18	「ftw」を含み、日付「2010-10-18」までに送信されたツイート。
movie -scary :)	「movie」を含み、「scary」を含まず、積極的なツイート。

用語	ツイートの検索...
flight :(「flight」を含み、消極的なツイート。
traffic ?	「traffic」を含み、質問をしているツイート。
hilarious filter:links	「hilarious」を含み、URL にリンクしているツイート。
news source:twitterfeed	「news」を含み、TwitterFeed から入力されたツイート。

フィードの編集

レポートに取り込まれる Facebook および Twitter のデータを調整するためにフィードを編集できます。

手順

1. サイド・ナビゲーション枠内の「管理」の下にある「フィード」から、「フィード・リスト」内の編集するフィードの横のチェック・ボックスを選択します。
2. 「編集」をクリックします。
3. フィード詳細および関連付けされたビジネス・ユニットを調整します。
4. 「保存」をクリックします。

フィードの削除

Facebook および Twitter のレポート・データに含まれている、必要なくなった任意のフィードを削除できます。

手順

1. サイド・ナビゲーション枠内の「管理」の下にある「フィード」から、「フィード・リスト」内の削除するフィードの横のチェック・ボックスを選択します。
2. 「削除」をクリックします。
3. 削除を続行するか確認するためのプロンプトが表示されます。「はい」をクリックします。

その他の連絡先情報

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

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

また、お近くの IBM 営業所にご連絡いただくこともできます。

米国	
<p>IBM 1001 E Hillsdale Boulevard Foster City, CA 94402 フリー・ダイヤル: 1.866.493.2673</p>	<p>IBM Austin 11501 Burnet Road Building 905, Floor 2 Austin, TX 78758-3400 フリー・ダイヤル: 1.866.493.2673</p>

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

IBM にお客様のご意見をお寄せください

ご意見は以下の住所にお送りください。

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

以下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、<http://www.ibm.com/legal/copytrade.shtml> をご覧ください。

製品資料に関するご使用条件

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

適用される条件

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

個人的使用

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

商業的使用

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

権利

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

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

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

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

プライバシー・ポリシーに関する考慮事項

サービス・ソリューションとしてのソフトウェアも含めた IBM ソフトウェア製品（「ソフトウェア・オファリング」）では、製品の使用に関する情報の収集、エンド・ユーザーの使用感の向上、エンド・ユーザーとの対話またはその他の目的のために、Cookie はじめさまざまなテクノロジーを使用することがあります。Cookie とは Web サイトからお客様のブラウザーに送信できるデータで、お客様のコンピューターを識別す

るタグとしてそのコンピューターに保存されることがあります。多くの場合、これらの Cookie により個人情報が収集されることはありません。ご使用の「ソフトウェア・オフリング」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・オフリングは、展開される構成に応じて、セッション管理、お客様の利便性の向上、または利用の追跡または機能上の目的のために、それぞれのお客様のユーザー名、およびその他の個人情報を、セッションごとの Cookie および持続的な Cookie を使用して収集する場合があります。これらの Cookie は無効にできますが、その場合、これらを有効にした場合の機能を活用することはできません。

Cookie およびこれに類するテクノロジーによる個人情報の収集は、各国の適用法令等による制限を受けません。この「ソフトウェア・オフリング」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。

