

IBM Digital Analytics for Social Media



内容

IBM Digital Analytics Social 文档	1
概述	1
入门.....	1
系统要求.....	2
资源	2
欢迎屏幕	2
应用程序头.....	3
侧导航窗格.....	4
工作簿窗格.....	4
排名前列的社交度量	4
Facebook 报告	5
Facebook 对话	5
热门海报.....	6
Twitter 报告	6
Twitter 对话.....	7
热门 Twitter 词汇.....	7
热门 Tweeter.....	8
“社交站点推荐” 报告	9
社交转换.....	10
社交事件.....	11
社交参与度.....	12
社交产品.....	12
社交地理位置.....	13
社交移动设备	13
“社交印记影响” 报告	14
社交印记影响.....	14
社交印记参与度.....	15
定制报告	16
报告选项.....	16
工具栏.....	18
度量.....	18
图注.....	19
图表.....	19
表.....	20
管理	21
管理用户	21
创建用户	22
编辑用户	22
删除用户	23
管理业务单位.....	23

创建业务单位.....	24
编辑业务单位.....	24
删除业务单位.....	25
管理订阅源.....	25
创建 Facebook 订阅源.....	26
创建 Twitter 订阅源.....	26
编辑订阅源.....	28
删除订阅源.....	28
其他联系人信息.....	28
支持.....	30
商标.....	31
产品文档的条款和条件.....	31
隐私策略注意事项.....	32

IBM Digital Analytics Social 文档

欢迎使用 IBM Digital Analytics Social 文档，您可以在其中找到有关如何管理和使用 IBM Digital Analytics Social 的信息。

入门

[产品概述](#)

Digital Analytics for Social Media 是您的社交媒体竞销和分析的中央控制台。

[定制报告](#)

Digital Analytics for Social Media 报告包含多个允许报告定制的组件。

[管理](#)

Digital Analytics for Social Media 具有多个开始收集并维护报告数据所需的管理操作。

[产品法律声明](#)

常见任务

[排名前列的社交度量](#)

“排名前列的社交度量”报告可提供显示事件度量和活动度量数据的所有社交推荐报告的摘要。

[Facebook 报告](#)

Facebook 报告可显示与您的指定业务单位的 Facebook 订阅源相关的对话和热门海报。

[Twitter 报告](#)

Twitter 报告可显示与您的业务单位的 Twitter 订阅源相关的对话、热门词汇和热门 tweeter。

[社交站点推荐报告](#)

社交站点推荐报告使您了解有关从各种社交站点转到您的主 Web 站点的访问者（美国和国际）的销售、事件、参与、已销售的产品和其他详细信息。

[社交印记影响报告](#)

“社交印记影响”报告可显示针对您的业务单位的影响和参与度。

概述

Digital Analytics for Social Media 是您的社交媒体竞销和分析的中央控制台。

借助 Digital Analytics for Social Media，您可以：

- 识别访问者从任何社交站点至任何标记 Web 站点的关键业绩指标。
- 了解您社交访问者的属性，如访问者从各个社交站点查看和购买的产品。
- 了解社交站点对您的业务在相同会话或跨多个会话的影响。
- 度量广告和内容印记的效果。
- 跟踪 Twitter 和 Facebook 的帖子、海报以及与关键业务词汇有关的趋势主题。
- 跟踪 Twitter 和 Facebook 上的对话，包括关键的业务词汇。

入门

开始查看社交分析之前，必须执行一些步骤来设置应用程序。

要跟踪 Facebook 定制选项卡上发生并指引访问者至您的其他 Web 站点的 Facebook 事件，请将事件标记添加至定制选项卡的任意元素（指引单击者至您的某个标记 web 站点）。

有关 Facebook 选项卡和应用程序的更多颗粒跟踪，您应该考虑使用 Impression Attribution 像素。重要的是要了解内容印记以及单击的影响。社交媒体用户可能受到其在社交站点上查看的内容印记的影响。用户可能不愿意单击外部链接，结束其社交网络会话，以浏览到其他站点完成操作或采购活动。您可以使用 Impression Attribution 像素跟踪社交内容印记，并对访问者查看的所有印记间的任何后续 Web 站点访问提

供归属。可将该像素放置在如 Facebook 选项卡和应用程序、联合视频以及针对社交的显示广告等事物上。有可能出现其他社交站点和广告支持像素。

您可以通过 Facebook 和 Twitter 创建 API 订阅源以收集包含特定词汇的公开 Tweet，或在特定公开 Facebook 页面上出现的 Facebook 帖子。由于这是公共信息，因此无需任何帐户凭证。收集此信息时，您可以识别如最受欢迎以及已转发的帖子、收集的帖子中出现频率最高的词汇等事物。

要入门：

1. 指定要配置的客户标识和归属窗口。
2. 定义报告业务单位，它们是对所选客户标识和订阅源的定制汇集。
3. 创建 Facebook 和 Twitter 订阅源，并将它们分配给相应的业务单位。
4. 将用户分配给相应的业务单位，以便他们可以开始访问报告。
5. 开始处理。报告将于第二天可用。

系统要求

所有 IBM® Digital Analytics 用户均应使用：

- Flash V10 -- <http://get.adobe.com/flashplayer/>
- 浏览器：Internet Explorer V7 至 V9，Firefox V2 至 V4
- RAM：1G 以上

资源

为了帮助您掌握应用程序的最新信息，请查找以下资源：

- 视频概述可从应用程序欢迎屏幕获取。
- IBM Digital Analytics Impression Attribution Guide 可从 <https://support.coremetrics.com/> 获取 - 搜索 **Impression Attribution**。
- IBM Digital Analytics for Social Media Best Practices，位于 <http://www.coremetrics.com/resources/social-media-analytics.php>。
- Digital Analytics for Social Media White Papers，位于 http://www.coremetrics.com/resources/white_papers.php。

欢迎屏幕

首次登录 Digital Analytics for Social Media 时，会看到“**欢迎**”屏幕。在此处，您可以找到产品概述视频、可帮助您开始使用应用程序的信息以及指向用户指南和其他资源的链接。

该屏幕包含两个组成部分：

- 应用程序头
- 侧导航窗格
- 工作簿窗格



注：将来要返回至“欢迎”屏幕，请单击侧导航窗格上的**欢迎**。

应用程序头

应用程序头位于界面顶部。



应用程序头包括：

1. **站点切换**：访问您的其他客户标识（如果适用）。该列表会显示您的用户标识可访问的客户标识。
2. **应用程序切换**：通过单击应用程序名称或者通过单击**打开**在新窗口中打开应用程序来访问您的其他 Digital Analytics 应用程序。
3. **帮助**：访问 *IBM Digital Analytics for Social Media* 用户指南。
4. **反馈**：发送电子邮件至技术支持和产品管理，在其中包含对该应用程序的反馈。
5. **支持**：访问 Digital Analytics 支持中心以获取其他资源。
6. **注销**：注销系统。

侧导航窗格

侧导航窗格位于屏幕左侧。



您可从侧导航窗格访问：

- 用户、业务单位和订阅源的管理选项
- 业务单位和与每个业务单位关联的报告
- 欢迎屏幕

工作簿窗格

工作簿窗格是 Digital Analytics for Social Media 的主要组件。

首次登录时，您可在工作簿窗格中看到欢迎屏幕，其中提供了产品漫游、用户指南访问和其他资源。

您还可在工作簿窗格中管理用户、业务单位和订阅源，并查看与每个业务单位相关的报告。

排名前列的社交度量

“排名前列的社交度量”报告可提供显示事件度量和活动度量数据的所有社交推荐报告的摘要。

在此报告中，您可以选中**时间段 B** 以进行阶段间的比较。

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 报告

Facebook 报告可显示与您的指定业务单位的 Facebook 订阅源相关的对话和热门海报。

Facebook 报告包括：

- Facebook 对话
- 热门海报

注：您必须创建 Facebook 订阅源，随后才能查看这些报告。Facebook 订阅源是特定公开 Facebook 页面上的帖子和注释的集合。

Facebook 对话

“Facebook 对话”报告显示针对业务单位收集的 Facebook 订阅源。

您可以定义 Facebook 订阅源以收集来自任何公开的 Facebook 页面的 Facebook 帖子和注释。这些页面包括：

- 您的页面
- 您的竞争对手的页面
- 您的兴趣小组的页面

按业务单位对帖子进行汇集。因此，根据设置业务单位的方式，这些报告可以收集跨多个品牌的帖子。

收集该信息后，您可以按订阅源名称、时间、类似帖子、帖子注释或使用的设备，对报告进行排序和过滤。或者，您可以使用在**表格中查找**框以快速过滤列表，从而只包含特定单词（例如，品牌、产品或促销期限）的帖子。

Facebook 报告每小时刷新一次，以便您可以识别热门的社交媒体主题并推动对话。您可通过该信息在当前对话上保持主动地位，并对 Facebook 页面上启动的对话线程进行回复。您可以通过单击  来回复该报告中捕获的任何帖子。这样会在新的浏览器窗口中打开 Facebook 页面。

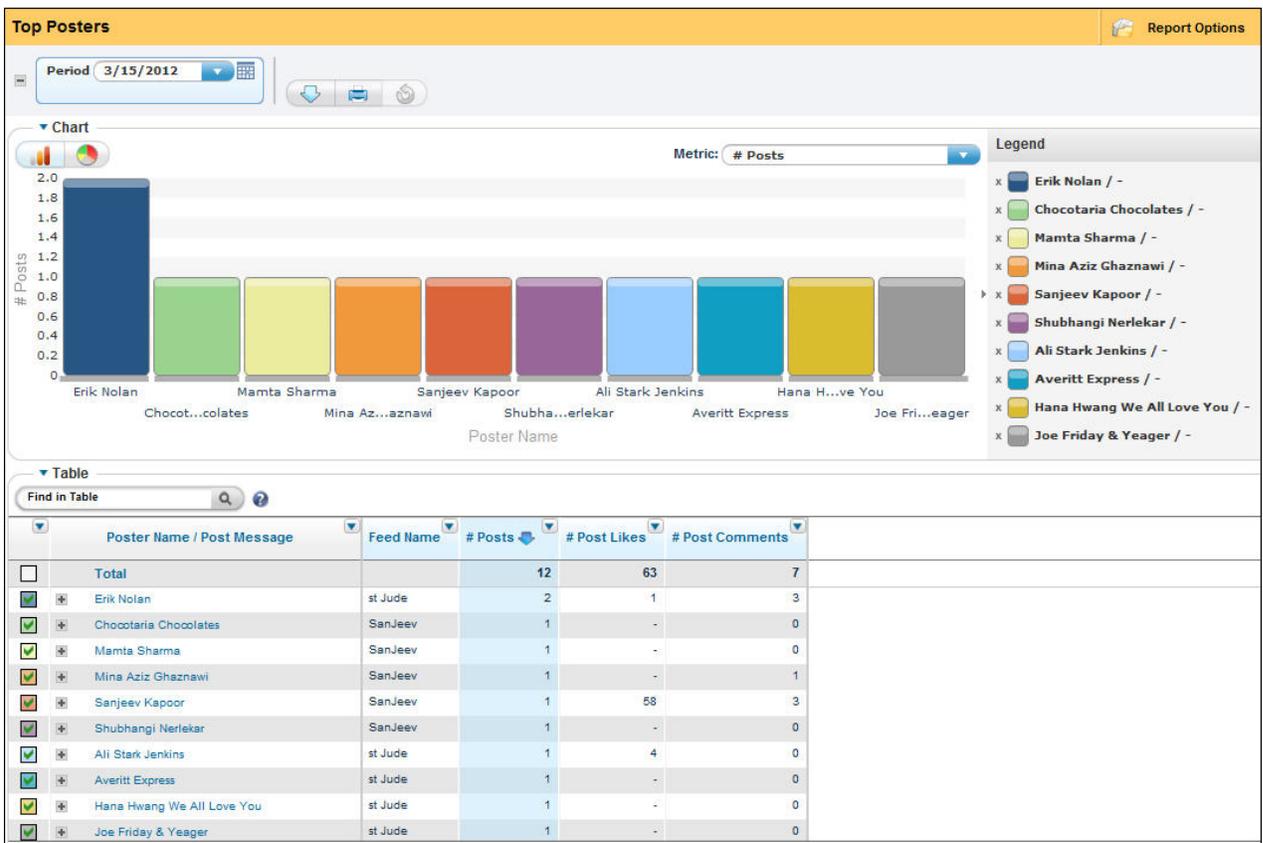
注：您必须登录自己的 Facebook 帐户才能回帖。

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 6th April 2012	SanJeev	http://www.facebook.com/...797.609086526884type=1	The Varti Foo...val - New York			
<input checked="" type="checkbox"/>	I have been a bone marrow transplant nurse for...s allowed to continue. Please stop this insanity!	st Jude					
<input checked="" type="checkbox"/>	Care to finally comment on the video of acoon...if this will have been a good business decision...	st Jude	http://youtu.be/Q5dj0R0xI-gY	Walker Pup Fir... "GRAPHIC"	www.y...s.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...o make a deliouse omelet would be very kind	SanJeev					
<input checked="" type="checkbox"/>	ptz 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 CHAY? 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 Judes has...s in their closet...now people will know yours.	st Jude					
<input checked="" type="checkbox"/>	Want to win this? Who wouldn't?! Today is th...noar with St. Jude Children's Research Hospital!	st Jude	http://www.facebook.com/p...28.19036959092&type=1				

热门海报

“热门海报”报告可显示哪些 Facebook 用户发布与您的 Facebook 订阅源相关的评论的频率最高。

通过使用针对您的品牌、行业或竞争对手的 Facebook 订阅源，您可以确定自己业务和行业的主要影响者。此信息对于识别直接与跟随者接触的领域或关注哪些内容以最大限度地参与并产生最大影响有用。



Twitter 报告

Twitter 报告可显示与您的业务单位的 Twitter 订阅源相关的对话、热门词汇和热门 tweeter。

这些报告对于跟踪有关您的业务、产品和促销或您的行业和竞争对手的讨论，以及谁是热门 tweeter 和这些 tweet 中哪些是热门词汇是有用的。高级搜索运算符可选取包含积极或消极观点、来自某些地理位置以及包含链接等的帖子。

收集 Twitter 订阅源后，每 20-30 分钟刷新一次报告。

Twitter 报告包括:

- Twitter 对话
- 热门 Twitter 词汇
- 热门 Tweeter

注: 您必须创建 Twitter 订阅源, 随后才能查看报告。Twitter 订阅源是公开 Twitter 帖子的集合。

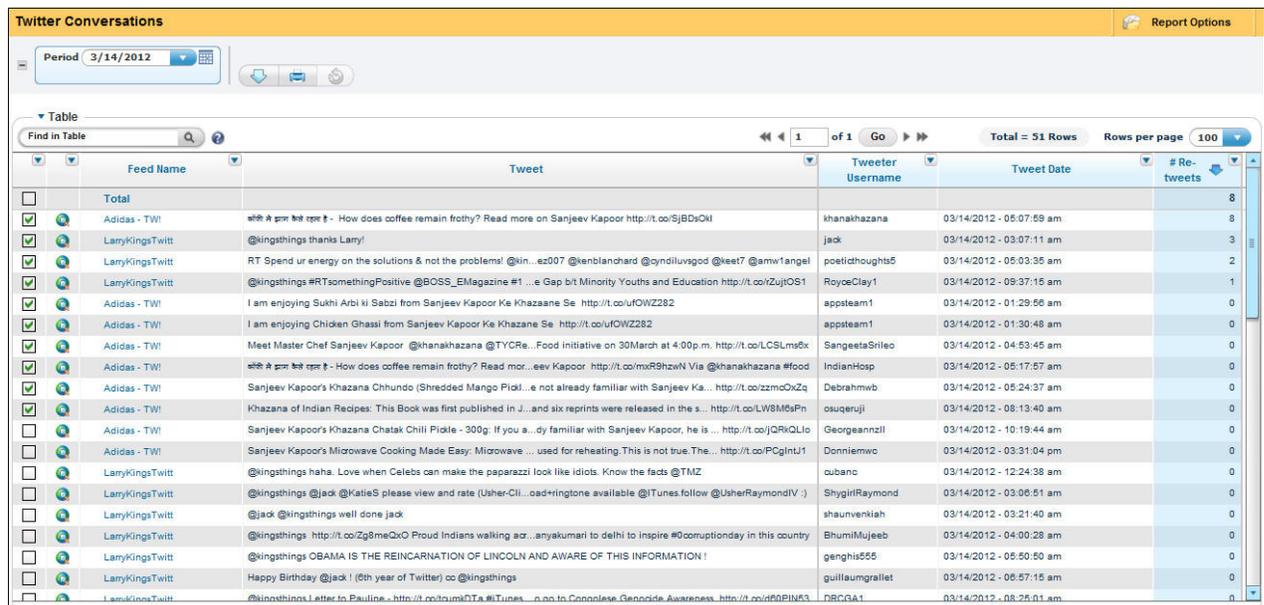
Twitter 对话

“Twitter 对话” 报告显示针对业务单位的 Twitter 订阅源的输出。

“Twitter 对话” 报告列出了包含您的业务单位在其 Twitter 订阅源定义中指定的词汇和观点的公开 tweet。此报告的目的在于近乎实时地跟踪人们正在 Twitter 上发布哪些信息以及哪些 tweet 正被转发至更广泛的读者。您可以进一步过滤有关特定词汇、# 标记和 tweeter 的 tweet 报告, 或按任意列对报告重新排序。

您可以通过单击  转发或者回复该报告中捕获的任何 tweet。这样会在新浏览器窗口中打开该 tweeter 的页面。

注: 您登录至自己的 Twitter 帐户以转发 tweet 或回复 tweet。



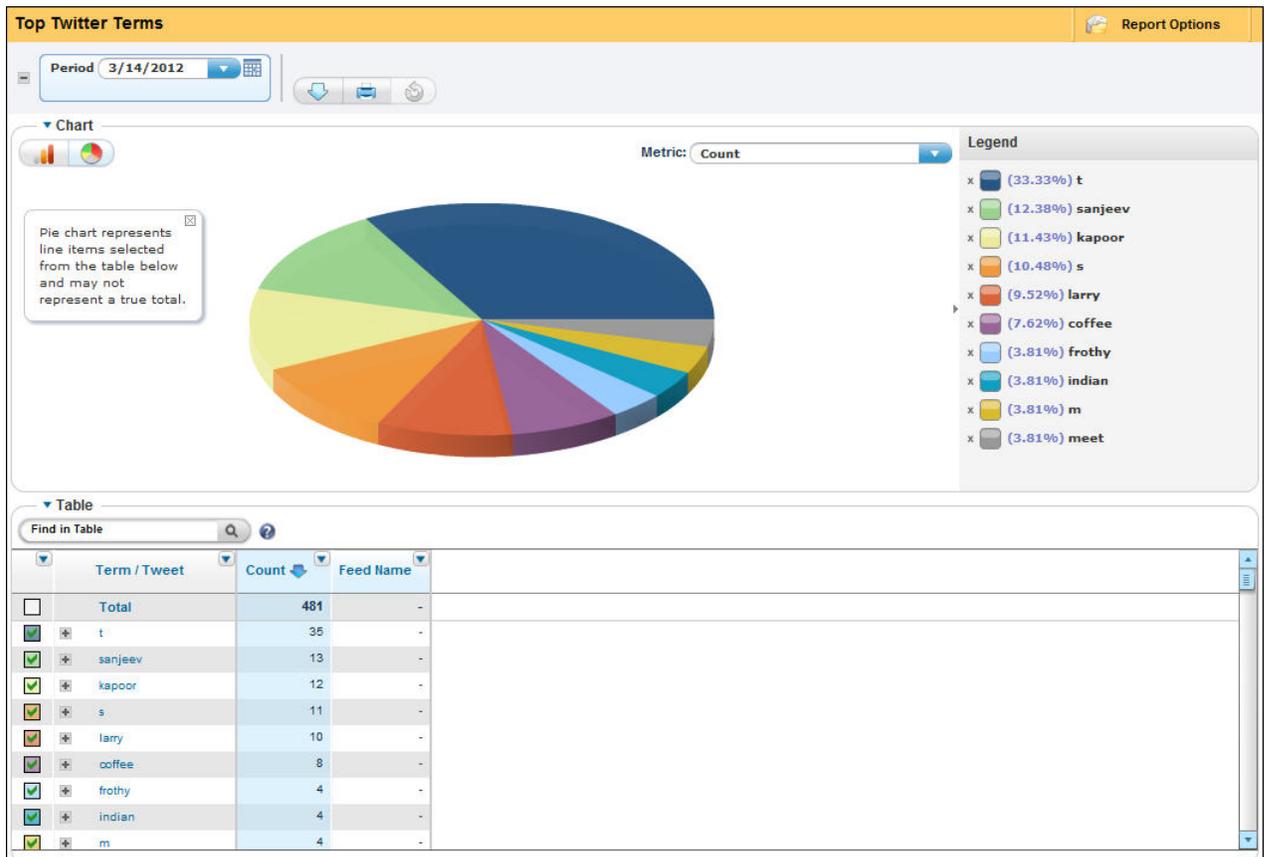
Feed Name	Tweet	Tweeter Username	Tweet Date	# Re-tweets
Total				8
Adidas - TW!	कॉफ़ी का स्वाद कैसा रहेगा? - How does coffee remain frothy? Read more on Sanjeev Kapoor http://t.co/SjBDyOkl	khanakhazana	03/14/2012 - 05:07:59 am	8
LaryKingsTwitt	@kingsthings thanks Lary!	jack	03/14/2012 - 03:07:11 am	3
LaryKingsTwitt	RT Spend ur energy on the solutions & not the problems! @kin...ez007 @kenblanchard @cyndilivsgod @keet7 @amw1angel	poetidthoughts5	03/14/2012 - 05:03:35 am	2
LaryKingsTwitt	@kingsthings #RTsomethingPositive @BOSS_EMagazine #1 ...e Gsp bit Minority Youths and Education http://t.co/1ZujIOS1	RoyceClay1	03/14/2012 - 09:37:15 am	1
Adidas - TW!	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
Adidas - TW!	I am enjoying Chidien Ghassi from Sanjeev Kapoor Ke Khazane Se http://t.co/uFOWZ282	appsteam1	03/14/2012 - 01:30:48 am	0
Adidas - TW!	Meet Master Chef Sanjeev Kapoor @khanakhazana @TYCR. Food initiative on 30March at 4:00p.m. http://t.co/LCSLm6x	SangeetaSnieo	03/14/2012 - 04:53:45 am	0
Adidas - TW!	कॉफ़ी का स्वाद कैसा रहेगा? - How does coffee remain frothy? Read mor...eev Kapoor http://t.co/mxR9hzwN Via @khanakhazana #food	IndianHosp	03/14/2012 - 05:17:57 am	0
Adidas - TW!	Sanjeev Kapoor's Khazana Chhundo (Shredded Mango Pickl...e not already familiar with Sanjeev Ka... http://t.co/zmoOxZq	Debrahmwb	03/14/2012 - 05:24:37 am	0
Adidas - TW!	Khazana of Indian Recipes: This Book was first published in J... and six reprints were released in the s... http://t.co/LW8M9Pn	osuguruji	03/14/2012 - 08:13:40 am	0
Adidas - TW!	Sanjeev Kapoor's Khazana Chatak Chilli Pickle - 300g: If you a...dy familiar with Sanjeev Kapoor, he is ... http://t.co/jQRKQllo	Georgeannzil	03/14/2012 - 10:19:44 am	0
Adidas - TW!	Sanjeev Kapoor's Microwave Cooking Made Easy: Microwave ... used for reheating. This is not true. The... http://t.co/PCgIntJ1	Donniemwo	03/14/2012 - 03:31:04 pm	0
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
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
LaryKingsTwitt	@jack @kingsthings well done jack	shaunvenkiah	03/14/2012 - 03:21:40 am	0
LaryKingsTwitt	@kingsthings http://t.co/Zg8meQxO Proud Indians walking ar... anyakumari to delhi to inspire #0corruptionday in this country	BhumiMujeeb	03/14/2012 - 04:00:29 am	0
LaryKingsTwitt	@kingsthings OBAMA IS THE REINCARNATION OF LINCOLN AND AWARE OF THIS INFORMATION !	genghis555	03/14/2012 - 05:50:50 am	0
LaryKingsTwitt	Happy Birthday @jack ! (8th year of Twitter) co @kingsthings	guillaumgrallet	03/14/2012 - 06:57:15 am	0
LaryKingsTwitt	@kingsthings Letter to Pauline - http://t.co/truimDTa @iTunes... n.co to Concoless Genocide Awareness http://t.co/d90PINE3	DRCA1	03/14/2012 - 08:25:01 am	0

注: 这些帖子按业务单位进行汇集, 因此报告可能包含多个品牌的帖子。最大订阅源数设置为 20 以确保足够的订阅源用于多品牌公司, 而无需创建太多不需要的订阅源。

热门 Twitter 词汇

热门 Twitter 词汇报告列出了在指定时间段内, 该业务单位中所有 Twitter 订阅源的 tweet 集合中出现的最常见词汇。

该报告会删除任何重复的 tweet 和转发的 tweet, 因此只会显示原始 tweet、该 tweet 的计数以及将其捕获的订阅源。您可以通过单击 + 展开表中的词汇, 以查看包含该词汇的 tweet。



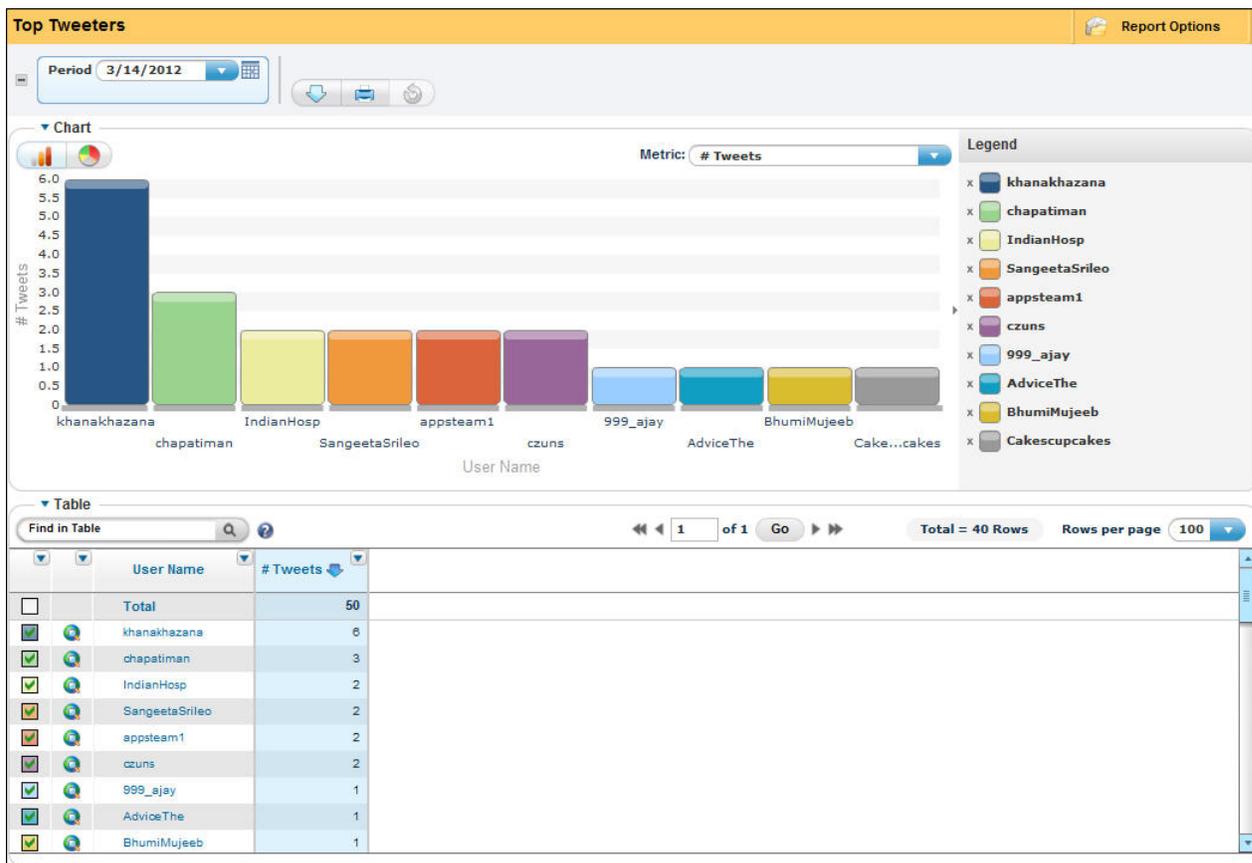
热门 Tweeter

热门 Tweeter 报告列出了所选时间段内您业务单位中所有 Twitter 订阅源的最常见 tweeter。

该报告可用于识别要追随的 tweeter、与粉丝和支持者接洽并联系个人以解决问题。

您可以通过单击  访问该报告中捕获的任何 tweeter 的页面，以查看该 tweeter 的信息、追随该 tweeter，或者回复 tweet。这样会在新浏览器窗口中打开该 tweeter 的页面。

注: 您登录至自己的 Twitter 帐户以追随该 tweeter 或者回复 tweet。



“社交站点推荐” 报告

社交站点推荐报告使您了解有关从各种社交站点转到您的主 Web 站点的访问者（美国和国际）的销售、事件、参与、已销售的产品和其他详细信息。

社交站点列表包含：

- 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
- YahooMail
- 包含“评论”、“论坛”、“博客”、“社区”和“论坛版块”的推荐子域

位于每份报告顶部的“总计”行显示来自各个推荐域的总计。

要点：

- 社交站点推荐报告只反映 Digital Analytics 从以上所列某个域捕获到的作为推荐访问者的访问。报告仅捕获链接单击所产生的访问，链接单击会将访问者发送至某个标记的 Web 站点。不管是您还是社交用户放置链接，都会跟踪从社交站点单击进入标记站点的所有访问者。
- 这些报告不需要任何 MMC 标记。如果您将 MMC 代码应用于推荐 URL 链接，那么会将该访问者与该市场营销计划相关联，不再作为推荐捕获。而会将其作为 IBM Digital Analytics（而非 Digital Analytics for Social Media）中的市场营销计划捕获。
- Digital Analytics 拥有社交域列表。如果社交站点发送大量不是由当前报告定义捕获的访问者，那么请使用 Digital Analytics for Social Media 应用程序标题中的“反馈”链接来对这些域提供建议。Digital Analytics 对所有建议进行评估并回复。

“社交站点推荐”报告包括：

- 社交转换
- 社交事件
- 社交参与度
- 社交产品
- 社交地理位置
- 社交移动设备

社交转换

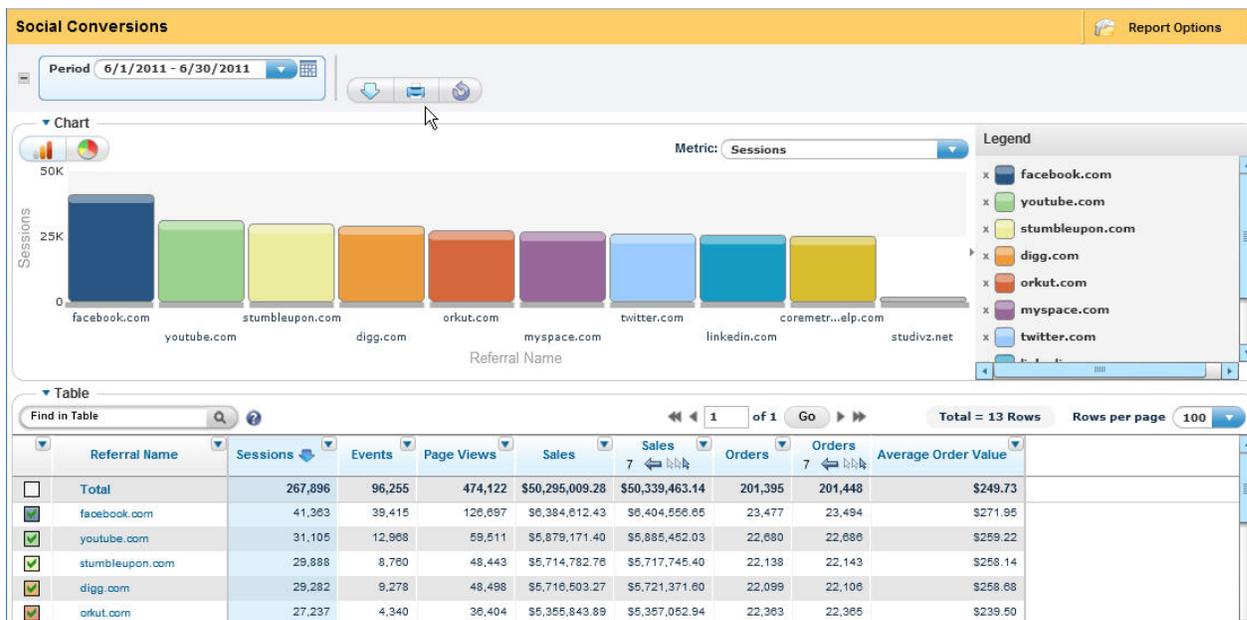
“社交转换”报告使您可查看访问者的转换度量（如，事件、订单、销售和平均订单值），这些访问者从任何排名靠前的社交站点或从似乎为社交页面的域单击进入您的某个标记站点。

您可以配置该报告以显示同一会话度量和为与该报告业务单位关联的客户标识提供的任何已归因的销售窗口。

您可以使用此报告以识别社交站点对您的业务总共创造了多少业务价值，社交站点如何根据访问者、事件和销售排名以及应在哪里考虑对社交资源投资。当您发布将访问者指引到某个标记 Web 站点的社交内容时，您可以使用此报告来评估访问者数的升降以及该社交站点的销售额。

您还可以对同一会话度量和归因度量之间的差别进行评估。这就告诉您作为线索源的社交推荐的正在价值。由于一些采购会话发生在多个会话中，特别是在涉及社交影响时，用户通常不希望中断社交会话，以离开站点和执行交易。

对于同一会话和归因度量，在所选时间段内发生页面浏览量、事件或销售。归属窗口告诉您哪个渠道应获取信任；我们并不知道用户如何浏览至完成转换的会话中的站点，但我们知道上次单击、首次单击或分配信任以使访问者进入站点的单击序列。



在本示例中，直接从 Facebook 单击进入标记站点和在同一会话中进行转换的访问者在该时间段内产生超过 638 万美元的销售额。但是，销售前的最后一次单击是从 Facebook 产生的推荐单击，而不是自然搜索单击或 MMC 标记的营销单击（电子邮件链接、付费搜索广告、显示广告、MMC 标记的帖子等），在此时间段内产生 640 万美元的销售额。在归属计算中，站点的直接装入不是归因值；假设情况是，针对最近影响用户的任何渠道，应认为该值为信任项。在这种情况下，大多数会话会在最初推荐后最多七天内发生。

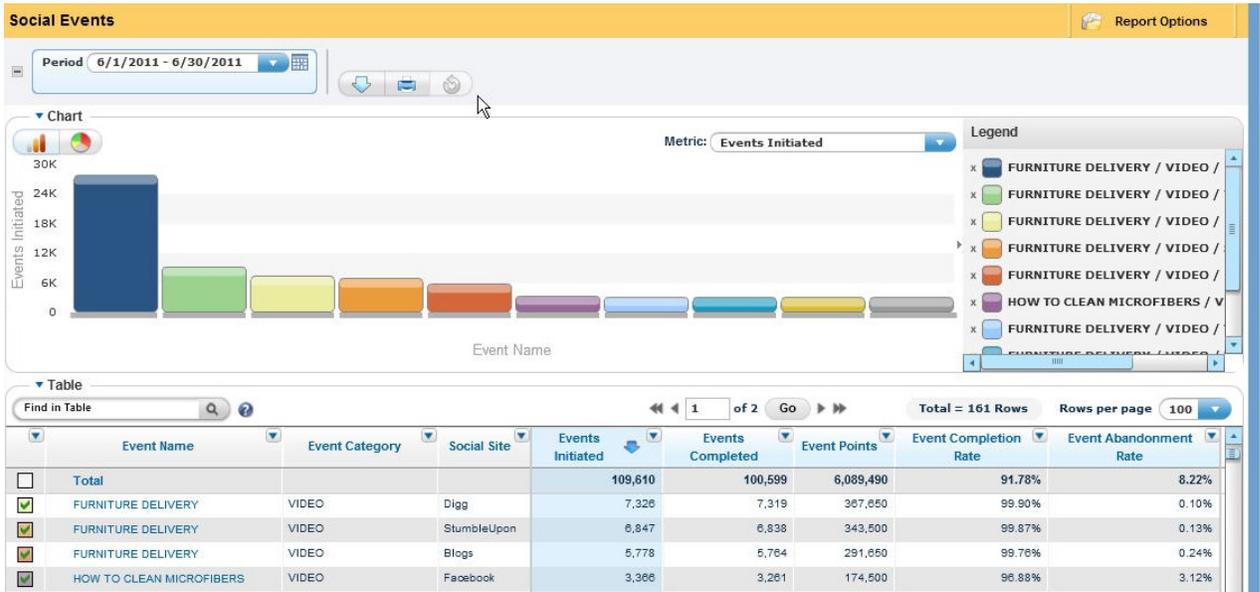
注：

- 业务单位计算所有关联客户标识的总数。要了解特定客户标识的结果，该客户标识必须具有其自己的业务单位。
- 如果没有为归属窗口提供与业务单位关联的任何客户标识，那么无法为业务单位计算该字段，并导致在该报告字段中出现连字符 (-)。
- 要确保计算多个客户标识的归因数据，请选择一个所有关联客户标识共享的归属窗口，或考虑将所选归属窗口添加到所有关联客户标识中。请联系您的销售代表以获取更多关于提供新归属窗口的信息。

社交事件

“社交事件”报告可显示社交站点推荐的访问者的事件、事件点和其他与事件相关的度量。

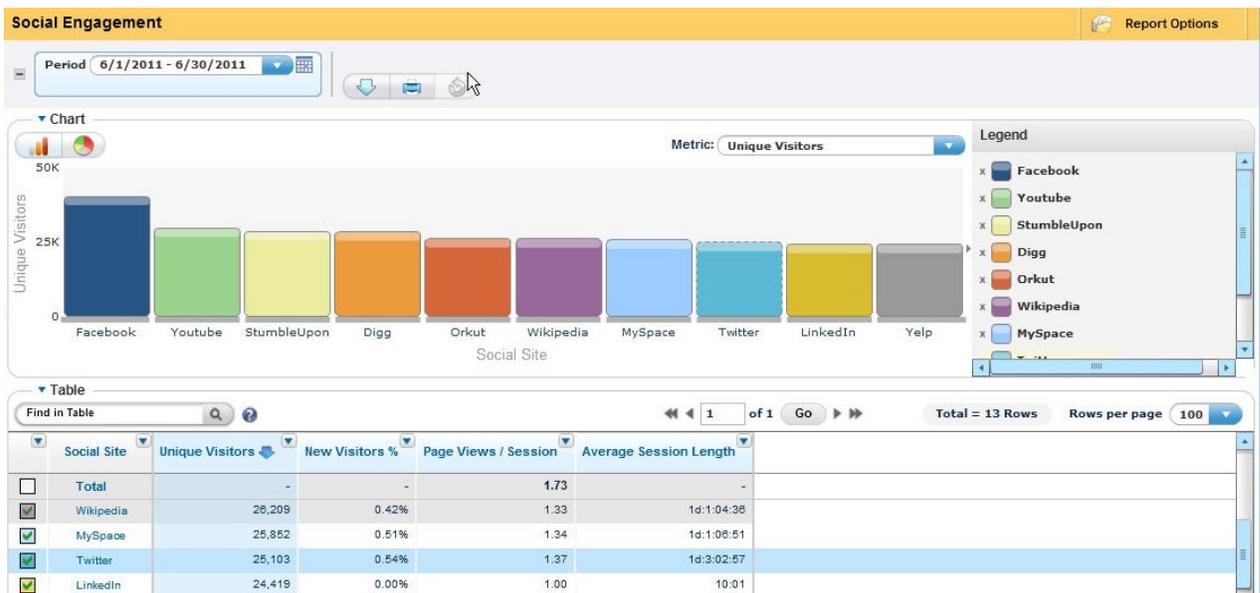
如果事件标记置于定制 Facebook 选项卡上，并且这些事件指引访问者进入您的某个 Web 站点，那么此报告可以捕获 Facebook 事件。在这种情况下，是通过事件单击来自 Facebook 的推荐访问者。



社交参与度

“社交参与度”报告可显示社交站点推荐的访问者的参与度。

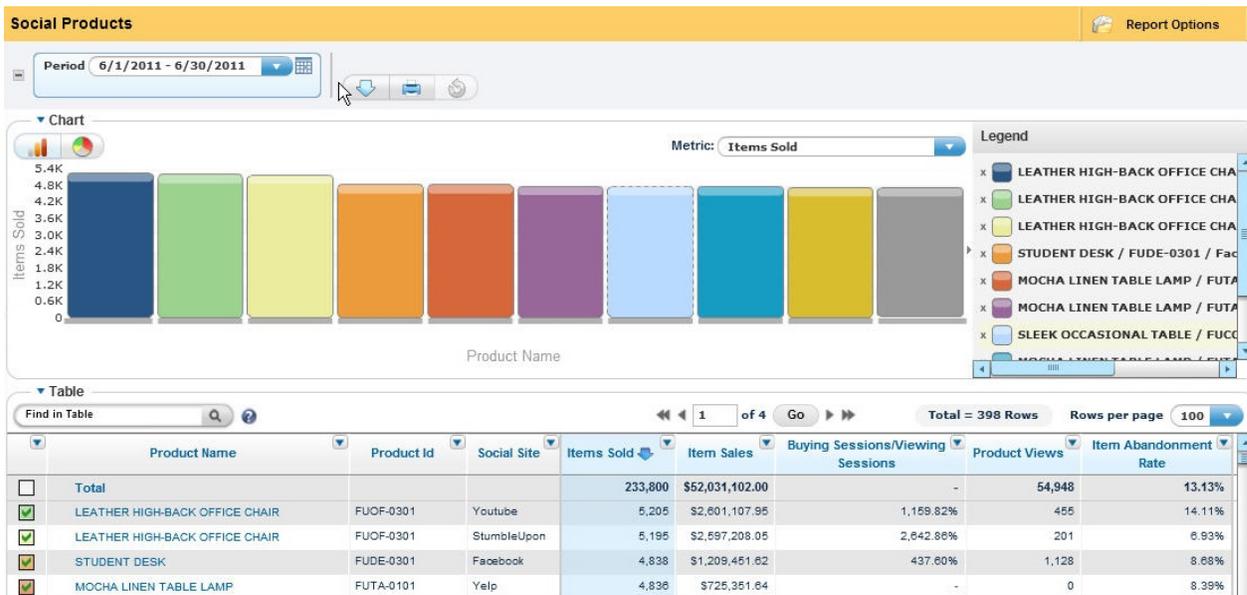
此报告可显示唯一访问者的数量、新访问者的百分比、每个会话的页面浏览量和平均会话长度。



社交产品

“社交产品”报告可显示销售给由各个社交站点推荐的访问者的产品，以更好地了解社交内容和对话在哪些方面创造特定产品利益。

在您了解有关社交渠道如何影响您的业务时，您可以放入社交内容并跟踪内容是否可导致按您的意愿查看和购买产品。

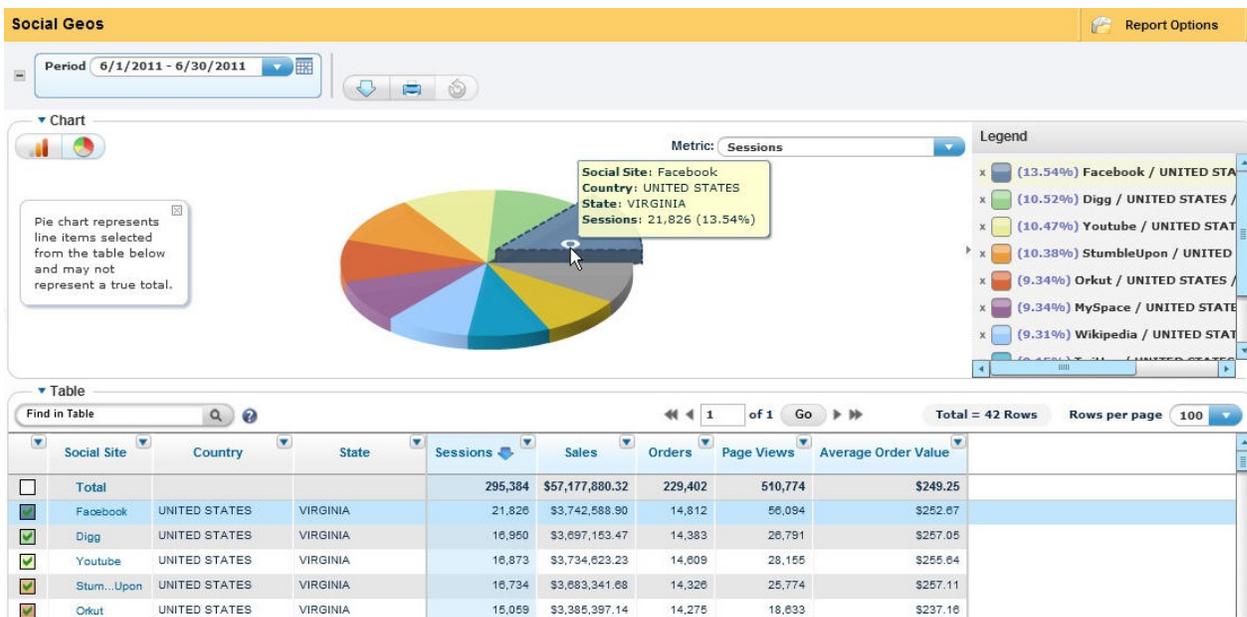


注: 对于未捕获产品销售的内容标杆中的客户, 此报告不可用。

社交地理位置

“社交地理位置”报告可显示各个社交站点上访问者最频繁的国家或地区。

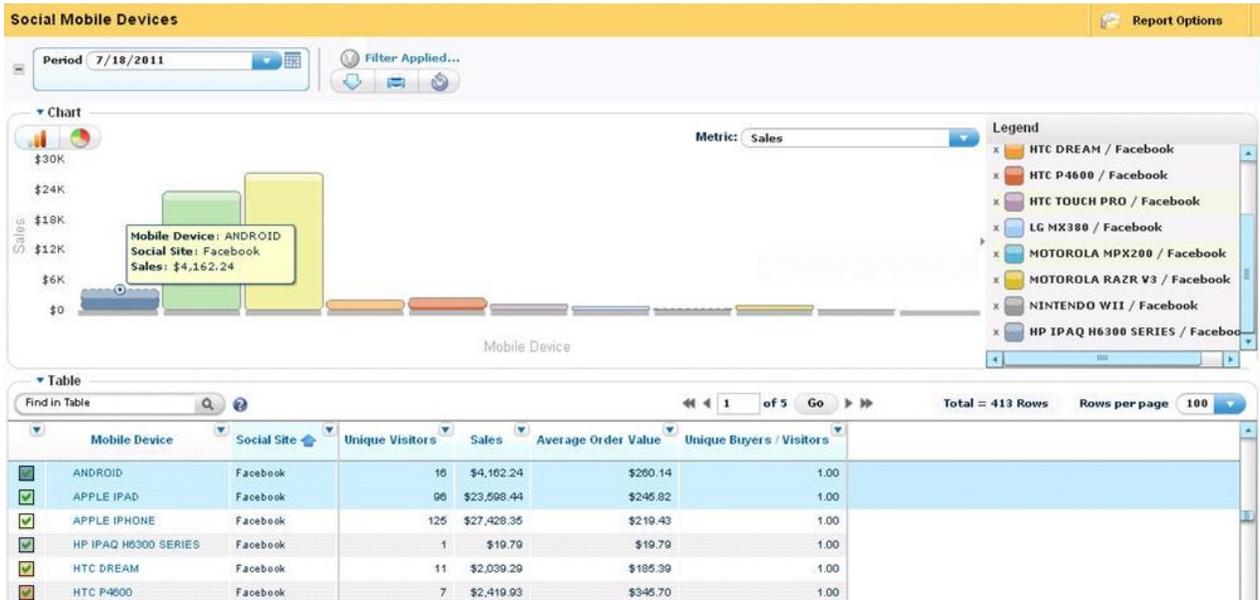
您还可查看与其中每个国家或地区相关联的会话、销售、订单、页面浏览量和平均订单值。您可以通过使用快速过滤器以缩小结果表的范围, 快速过滤此报告, 查看针对特定社交站点的排名靠前的地理位置或针对特定地理位置的排名靠前的社交站点。



社交移动设备

“社交移动设备”报告可显示通过移动设备访问您站点的社交站点访问者。

此报告可捕获到您的社交站点的移动设备流量。它还可针对各种捕获的移动设备数据捕获唯一访问者数、销售额、平均订单价值和唯一采购人员数/访问者。



“社交印记影响” 报告

“社交印记影响”报告可显示针对您的业务单位的影响和参与度。

社交媒体正成为大有影响的事物，在市场营销策略中占有重要地位，因此应予以跟踪。然而，一些社交媒体用户不希望在社交网站取消社交会话和完成转换期间被中断。为了了解社交内容的间接下游业务影响，例如，Facebook 页面、Facebook 应用程序、针对社交的显示广告、病毒视频或任何其他支持像素的社交内容，您可以应用 IBM Digital Analytics Impression Attribution 标记。如果已查看这些竞销或与这些竞销进行交互的访问者最终访问了标记的站点，并完成事件或购买，那么可以将创造的任何价值归因于所有这些之前的印记。

“社交印记影响”报告包括：

- 社交印记影响
- 社交印记参与度

要在 Digital Analytics for Social Media 中启用“社交印记归属”报告，必须启用 Impression Attribution。如果您未启用 Impression Attribution，那么请转至 <http://support.coremetrics.com/> 以获取更多信息，或与您的 Digital Analytics 销售代表联系。在启用“社交印记归属”报告并且正式提交市场营销策略后，以下报告将开始显示您的结果。还可以在 IBM Digital Analytics Explore 中使用此报告进行深入特别分析。

社交印记影响

“社交印记影响”报告允许您跟踪印记数和面向印记的内容的点击率，例如 Facebook 标签和应用程序、针对社交的显示广告、联合视频，以及随后可归因于每个内容印记的会话中所发生的下游销售和事件活动。

您可以使用此报告以了解提供最高投资收益率的社交渠道和创造性。

缺省情况下，度量均匀地归因于过去 90 天内的所有印记。度量不能同时归因于印记和单击。

Social Impressions Impact							Report Options
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 90 Avg)	Page Views (IMP 90 Avg)	Events (IMP 90 Avg)		
Total	1,365,867	1.18%	\$0.00	36,106	6,706		
2009q4-offer > banner2 > ChiefMarketer > Whats-Next	2	0.00%	\$0.00	1	0		
2009q4-offer > banner2 > DIRECT > Whats-Next	1	200.00%	\$0.00	1	0		
2009q4-offer > banner2 > MCM > Whats-Next	1	200.00%	\$0.00	1	0		
2009q4-offer > banner2 > eMarketer-nl110609 > Whats-Next	6	0.00%	\$0.00	0	0		
2009q4-offer > banner3 > ChiefMarketer > Switch	1	200.00%	\$0.00	1	0		
2009q4-offer > banner3 > MCM > Switch	1	200.00%	\$0.00	1	0		
2009q4-offer > banner4 > ChiefMarketer > Back-Up-Plan	1	200.00%	\$0.00	1	0		
2009q4-offer > banner4 > MCM > Back-Up-Plan	1	200.00%	\$0.00	1	0		
2009q4-offer > banner4 > eMarketer-nl110409 > 1-8-Billion-Reasons	15	0.00%	\$0.00	0	0		
2009q4-offer > email1 > InternetRetailer-db102709 > 1-8-Billion-Reasons	1	0.00%	\$0.00	0	0		
2009q4-offer > email2 > ChiefMarketer-db102809 > Whats-Next	2	0.00%	\$0.00	0	0		
2009q4-offer > email3 > DIRECT-db102809 > Switch	4	0.00%	\$0.00	0	0		

社交印记参与度

“社交印记参与度”报告显示之前受社交市场营销投资影响的Web 站点访问者的参与度。

您可以使用此报告以了解哪些渠道和创意对于社交用户最具吸引力，并联系最唯一的查看者。

Social Impressions Engagement							Report Options
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		
Total	35,217,728	0.36%	-	-	-		
2009Q4-OFFER > EMAIL > COREMETRICSLIST-DB102109 > BACK-UP-PLAN	1	0.00%	1	-	-		
2009Q4-OFFER > NEWSLETTER > WDFM-NL110209 > OFFER-ONLY	1	0.00%	1	-	-		
2009q4-offer > banner1 > DIRECT > 1-8-Billion-Reasons	1	200.00%	1	00:03	100.00%		
2009q4-offer > banner2 > DIRECT > Whats-Next	1	200.00%	1	00:03	100.00%		
2009q4-offer > banner2 > MCM > Whats-Next	1	200.00%	1	00:04	100.00%		
2009q4-offer > banner3 > ChiefMarketer > Switch	1	200.00%	1	00:04	100.00%		
2009q4-offer > banner3 > MCM > Switch	1	200.00%	1	00:03	100.00%		
2009q4-offer > banner4 > ChiefMarketer > Back-Up-Plan	1	200.00%	1	00:04	100.00%		
2009q4-offer > banner4 > MCM > Back-Up-Plan	1	200.00%	1	00:04	100.00%		
2009q4-offer > email > CoremetricsList-db102109 > Back-Up-Plan	1	0.00%	1	-	-		
2009q4-offer > email > DIRECT-db102809 > Back-Up-Plan	1	0.00%	1	-	-		
20MBO1 > EMAIL > WDFM-DB072809 > GUIDE-TO-MULTICAMPAIGN-MEASUREMENT	1	0.00%	1	-	-		

下表显示了基于垂直于您业务的行业的缺省报告度量。

零售	印记	点击率	销售 (IMP 90 平均)	页面浏览量 (IMP 90 平均)	事件 (IMP 90 平均)
旅游	印记	点击率	收入 (IMP 90 平均)	页面浏览量 (IMP 90 平均)	事件 (IMP 90 平均)
金融服务	印记	点击率	申请数 (IMP 90 平均)	页面浏览量 (IMP 90 平均)	事件 (IMP 90 平均)
内容	印记	点击率	事件 (IMP 90 平均)	页面浏览量 (IMP 90 平均)	事件点数 (IMP 90 平均)
内容/商务	印记	点击率	销售 (IMP 90 平均)	页面浏览量 (IMP 90 平均)	事件 (IMP 90 平均)

定制报告

Digital Analytics for Social Media 报告包含多个允许报告定制的组件。

这些选项允许您确定要包含在报告中的度量。这些选项还允许您更改报告的视图。

这些组件包括：

- 报告选项
- 工具栏
- 度量
- 图注
- 图表
- 表

报告选项

“报告选项”区域是应用报告日历选项、度量和过滤器的集中位置。

日历

您可从“日历”选项卡选择报告数据的开始和结束日期。您可从预置日期选项之一、特定日期或财政周期进行选择。**最近使用**日期选项可让您便捷地访问最近的日期范围选择。

Report Options

Calendar Metrics Filters

Period: Fiscal Calendar

Selected Dates

Start Date	End Date
02/13/2012	02/13/2012

Preset Dates 2/13/2012

Recently Used

Day 2012 f.y.

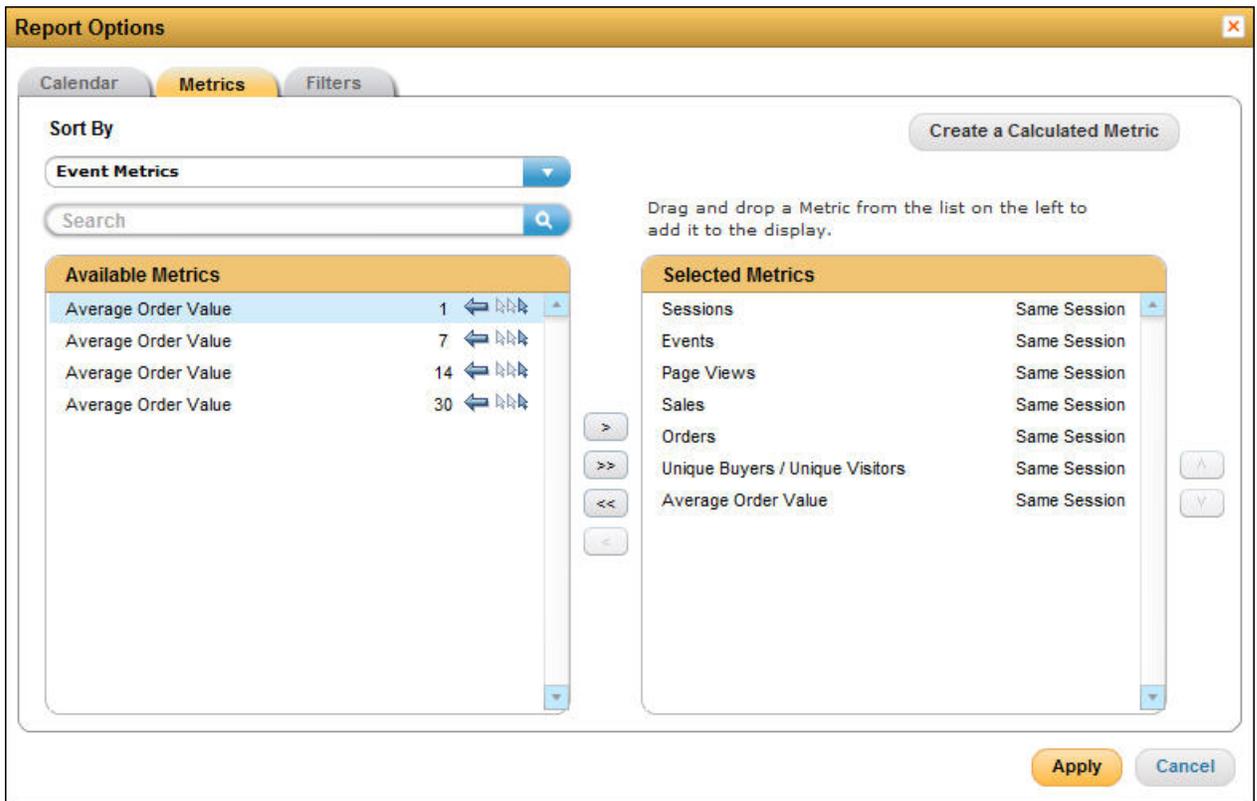
January	July
February	August
March	September
April	October
May	November
June	December

Available Months: Jan 2000-Feb 2012

Apply Cancel

度量

您可从“度量”选项卡中的可用度量列表选择要包含在报告中的度量。要添加度量，请在“可用度量”列表与“所选度量”列表之间拖动项或使用箭头移动用户。



您还可从该选项卡创建已计算的度量。

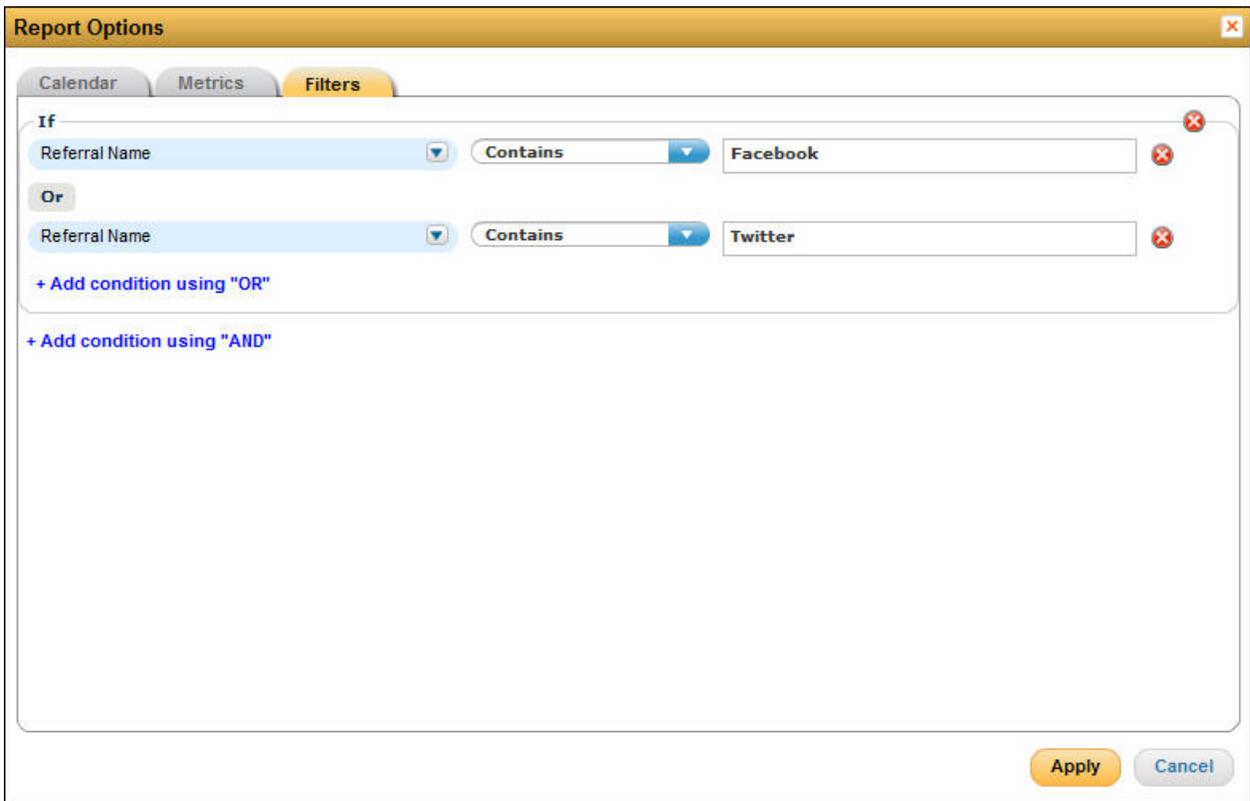
要创建已计算的度量：

1. 单击对话框顶部的**创建已计算的度量**。
2. 输入**度量名称**。
3. 选择**格式**。
4. 从可用度量列表中查找所需度量，然后单击 **>**。通过单击顶部的运算符来构建所期望的公式。
5. 单击**保存**。

过滤器

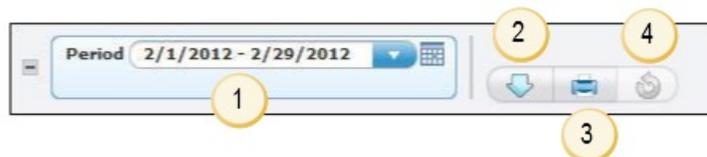
您可在“过滤器”选项卡中通过将度量和条件串在一起，并以 **And** 和 **Or** 逻辑分隔，来设置包含在报告中的数据条件。过滤器会查询整个报告数据集，并且仅返回匹配您定义的条件的数据。

注：要查看度量的扩展列表，请从**排序依据**类别列表中选择**所有度量**。



工具栏

报告工具栏包含日历选择、下载、打印和重置选项。



工具栏包括：

1. **日历选择**：更改报告的时间段。Digital Analytics for Social Media 报告可存储 90 天的历史数据，因此您可以选择前 90 天内的任何时间段。
2. **下载**：将您当前正在查看的报告下载为 XLS、CSV 或 PNG 文件。
3. **打印**：打印当前报告视图。
4. **重置**：重置缺省报告选项。

通过单击 - 可最小化工具栏，以使可视屏幕空间最大化。

度量

报告中的度量下拉列表允许您选择要查看的报告度量。

Digital Analytics for Social Media 中的许多报告具有多个可供查看的报告度量。该下拉列表允许您从报告内轻松选择要查看的度量。可用度量视报告而异。

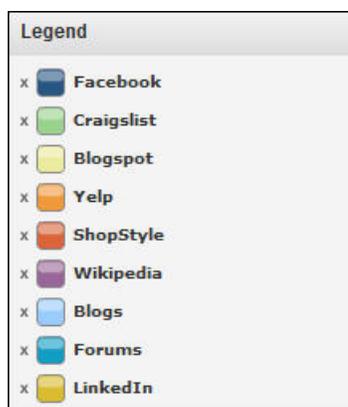


图注

根据您的图表视图，图注会显示对应于报告条形图上的每个彩色条形或者报告饼图上的每个扇区的标签或名称。

您可以通过将鼠标悬停在所列的每个图注项上来查看其特定数据。您还可以通过单击 **x** 从图注删除不相关的项。这样会从图注和图表中删除该项。

图注可最小化，以创建更大的区域用于查看报告图表。



图表

Digital Analytics for Social Media 报告的图表区提供了深入各种报告的数据的洞察。

大部分 Digital Analytics for Social Media 报告数据均可作为条形图和饼图查看。缺省情况下，会显示条形图，但是您可以十分方便地在两种类型的图表之间切换。您还可以更改度量以查看与报告相关的不同数据。

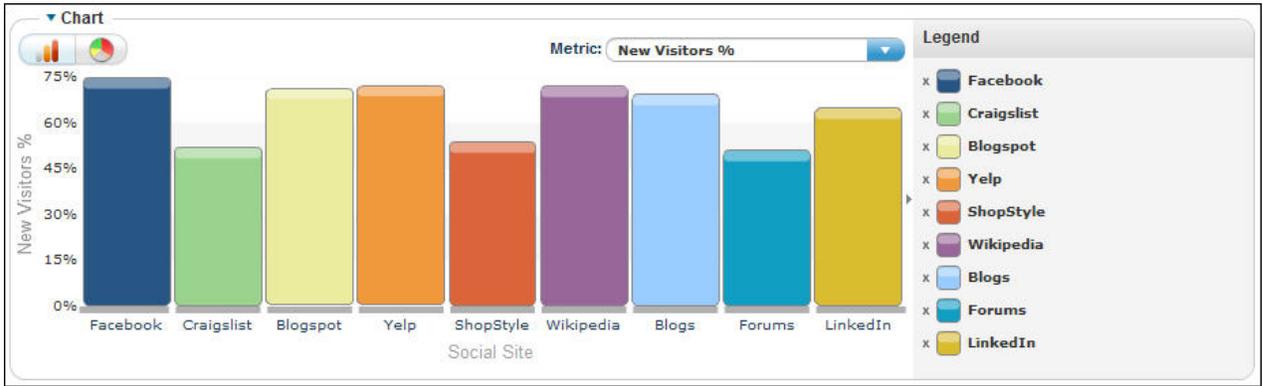
您可以通过单击下表中所示的每个项旁的复选框在该图表中包含或者除去该项，从而定制图表中显示的数据。

通过折叠下面的表区域，可在整个窗格中查看图表。类似地，可折叠图表以在整个窗格中查看表。

条形图

该图表以条形形式并排显示您的报告数据。您可以通过将鼠标悬停在每个特定条形上来查看其数据。

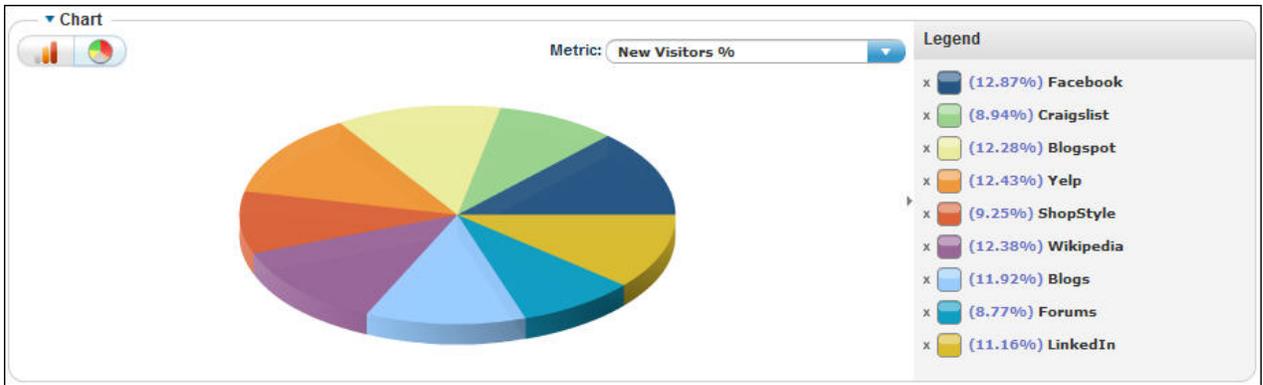
您可以调整条形图上的轴刻度来设置最大或最小值。要设置最大值，请单击轴上的数字以使该数字成为最大值。要设置最小值，请按住 **Shift** 键，并单击轴上的数字以使该数字成为最小值。要将轴刻度重置为原始状态，请按住 **Ctrl** 键并单击轴上的任何点。



饼图

该图表将您的报告数据作为总数据的百分比予以显示。您可以通过将鼠标悬停在每个特定扇区上来查看其数据。

注: 饼图表示从表中所选的行项, 不表示真实的总值, 除非选中所有行项。



表

Digital Analytics for Social Media 报告的表区域可显示各种报告的数据。

您可以使用搜索功能来过滤表中显示的数据, 以仅关注感兴趣的数据。

您还可以通过单击每个列标题来定制自己的表视图。这样允许您调整表的排序。对于包含数字数据的每个列, 您可以将数据显示为父组的百分比。此外, 每个表中的第一个列均允许您仅显示所选中、取消选中所有行、选择前 5、10 或 20 行以及复制数据表和复制所选中行。

还可通过折叠上面的图表区, 在整个窗格中查看表。类似地, 可折叠表以在整个窗格中查看图表。

Table						
Find in Table		1 of 1 Go			Total = 24 Rows	Rows per page 100
	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...ahoo	1,388	81.20%	5.09	2d:23:28:10	

管理

Digital Analytics for Social Media 具有多个开始收集并维护报告数据所需的管理操作。

这些管理操作包括：

- 管理用户
- 管理业务单位
- 管理订阅源

管理用户

要访问 Digital Analytics for Social Media，您必须具有用户登录。

用户角色和特权有多个级别。每个用户只能分配一个角色。该角色应用于整个 Digital Analytics for Social Media 应用程序和所有业务单位。在以下列表中，每个角色都具有所列的特权以及针对更低级别所列的所有特权。

- **管理员用户可以：**
 - 创建用户
 - 创建业务单位
 - 创建订阅源
 - 将客户标识与业务单位关联
 - 将用户分配给业务单位
- **业务单位管理员用户可以：**
 - 将现有订阅源关联到任何业务单位
 - 编辑或删除订阅源
 - 创建新的订阅源并将其与任何可用业务单位关联
- **标准用户可以：**
 - 创建订阅源
 - 将订阅源与其所属的业务单位关联
- **仅查看用户可以：**
 - 仅查看为其分配的业务单位的报告

- 浏览至“用户列表”报告，该报告仅显示其用户记录，然后可以对其用户凭证进行编辑。

用户列表

“用户列表”允许管理员管理 Digital Analytics for Social Media 客户的用户。在该列表中，管理员可以创建或删除用户，或者编辑现有用户详细信息（用户登录和密码）、他们的角色（添加或编辑特权）和业务单位关联。

搜索时使用“用户列表”顶部的快速过滤框可快速缩小列表范围。



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

创建用户

您可以创建新用户，为组织成员提供对 Digital Analytics for Social Media 的访问权。

关于此任务

要创建用户：

过程

1. 从位于侧导航窗格中的“管理”下的“用户”，单击“用户列表”中的**新建用户**。
2. 添加用户详细信息，包括**用户名、密码和角色**（添加、编辑和创建特权）。
3. 通过将**可用业务单位**列表中的项拖放到**所选业务单位**列表中，将用户与一个或多个业务单位关联。
必须至少将用户分配给一个业务单位，才能访问任何报告。因此，在至少创建一个业务单位之前，不允许创建用户。
4. 输入用户信息后，单击**创建**。

下一步做什么

如果在“创建用户”过程中，您发现还不存在合适的业务单元，请单击**将业务单位与用户关联**区域中的**新建业务单位**，以创建新实体。然后，它会出现在“可用业务单位”列表中，您可将其拖放到“所选业务单位”中。

编辑用户

如果要更改基本用户信息、用户角色或关联的业务单位，可以编辑现有用户。

关于此任务

要编辑现有用户：

过程

1. 从位于侧导航窗格中的“管理”下的“用户”，单击“用户列表”中要编辑的用户旁的复选框。
2. 单击**编辑**。
您可以更改任何用户设置，包括**姓名、用户名、密码、角色**和业务单位关联（以及用户可访问的报告）。
3. 单击**应用**以完成操作并刷新用户列表。

删除用户

您可以删除不再访问 Digital Analytics for Social Media 的现有用户。

关于此任务

要删除现有用户：

过程

1. 从位于侧导航窗格中的“管理”下的“用户”，单击要删除的用户的复选框。
2. 单击删除。
提示您确认是否要删除该用户。
3. 单击对话框中的**是**，这样会刷新用户列表。

管理业务单位

业务单位充当您可在其中监控 Digital Analytics for Social Media 订阅源和报告的结构。

业务单位是 Web 站点客户标识、Facebook 订阅源、Twitter 订阅源和用户的集合。业务单位可充当灵活的结构，用于对要隔离的所选业务、部门、地理位置或其他任何报告组的报告数据进行分组和大量积累。因此，您可以创建各种业务单位来监控各种您的业务感兴趣的订阅源和报告，而无需将其全部包含在一个报告集内。

业务单位由具有管理访问权或业务单位管理员访问权的用户定义。业务单位必须具有一个或多个与其关联的客户标识、订阅源和用户，每个客户标识、订阅源和用户也可以与多个业务单位关联，这取决于您希望如何分配报告访问。

“**业务单位**”屏幕可从左侧导航中的“管理”访问。在该屏幕上，您可以查看、编辑或删除现有业务单位或创建新的业务单位。

要查看现有业务单位的详细信息，请从列表中将其选中，然后在屏幕底部查看其关联。在那里，您会看到报告数据来自哪些客户标识（Web 站点）、该业务单位跟踪哪些 Facebook 和 Twitter 订阅源以及哪些用户有权访问该业务单位的报告。

Business Unit Name	Created By	Created Date	Last Modified Date
<input type="checkbox"/> Coremetrics CM	omartiniak@coremetrics.com	Nov 4, 2010 9:02:44 PM	Jul 8, 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

The interface also includes sections for Client IDs, Feeds, and Users, each with a Manage button. The Feeds section lists: Alfa Insurance Facebook, Analytics phrases, Coremetrics FB, and IBM Watson FB. The Users section lists: Chris Campolo, o5_admin, Uma Jadhav, Koji Tamura, sarah, Camilo Valero, o1_admin, PM Demo, and EMM.

创建业务单位

您可以创建新的业务单位，以开始监控所选业务、部门、地理区域或要分隔的其他报告组的订阅源和报告数据。

关于此任务

要创建业务单位：

过程

1. 从位于侧导航窗格中的“管理”下的“业务单位”，单击“业务单位列表”中的**新建业务单位**。
2. 输入业务单位的新名称，然后单击**保存**。
进行验证以确保名称是唯一的。

结果

创建业务单位后，会将其添加到“业务单位列表”中，随后，该业务单位的编辑视图即可用。然后，您可以管理与该业务单位关联的客户标识、订阅源和用户。

编辑业务单位

您可以编辑业务单位以关联或取消关联业务单位的客户标识、订阅源或用户。

关于此任务

要编辑业务单位：

过程

1. 从位于侧导航窗格中的“管理”下的“业务单位”，单击“业务单位列表”中的**业务单位行**，以将屏幕下部更改为显示业务单位的当前关联。
2. 要关联或取消关联业务单位的“客户标识”、“订阅源”或“用户”，请单击每个部分中的**管理**。

关联或取消关联客户标识

关于此任务

要关联或取消关联客户标识：

过程

1. 单击**客户标识**面板中的**管理**。
2. 在“管理客户标识”对话框中，在“可用客户标识”列表与“所选客户标识”列表之间拖动项或使用箭头移动客户标识。
3. 完成后，单击**保存**。

关联或取消关联订阅源

关于此任务

要关联或取消关联订阅源：

过程

1. 单击**订阅源**面板中的**管理**。
2. 在**管理订阅源**对话框中，在**可用订阅源**列表与**所选订阅源**列表之间拖动项或使用箭头移动订阅源。
3. 如果要从该对话框创建订阅源，请单击**创建新的订阅源**。
4. 完成后，单击**保存**。

关联或取消关联用户

关于此任务

要关联或取消关联用户：

过程

1. 单击用户面板中的**管理**。
2. 在**管理用户**对话框中，在**可用用户**列表与**所选用户**列表之间拖动项或使用箭头移动用户。
3. 如果要从该对话框创建用户，请单击**创建新的用户**。
4. 完成后，单击**保存**。

删除业务单位

您可以删除不再希望监控其订阅源和报告数据的业务单位。

关于此任务

过程

1. 从位于侧导航窗格中的“**管理**”下的“**业务单位**”，选择“**业务单位列表**”中要删除的业务单位旁的复选框。
2. 单击**删除**。

管理订阅源

订阅源是用户创建的 API 订阅源，用于跟踪 Twitter 和 Facebook 上的对话。

具有标准或标准以上访问特权的用户可以创建订阅源并通过其业务单位报告进行跟踪，前提是确保该订阅源与其业务单位关联。

每小时处理一次订阅源。收集订阅源之后，可以对数据进行排序和过滤，以了解帖子和内容的热门程度、热门海报、热门词汇或者甚至是以后的流行趋势。

“**订阅源**”可从侧导航窗格中的“**管理**”访问。在该屏幕上，您可以查看、编辑或删除现有订阅源或创建新的订阅源。

除了显示每个订阅源的常规信息外，该部分还在**上次刷新**列中显示上次订阅源收集时间。

The screenshot shows the 'Manage Feeds' interface. On the left is a 'Manage' sidebar with 'Users', 'Business Units', and 'Feeds' sections. The 'Feeds List' is selected. The main area shows a table of feeds with columns: Feed Name, Type, Description, Created By, Creation Date, and Last Modified. Below the table are 'Feed Details' for 'Coremetrics FB' and 'Associated Business Units'.

Feed Name	Type	Description	Created By	Creation Date	Last Modified
<input type="checkbox"/> Alfa Insurance Facebook	f		dmliller@coremetrics.com	Jun 8, 2011 12:55:41 PM	Aug 8, 2011 05:00:00
<input type="checkbox"/> Analytics phrases	t	Posts contain any of the following:	omartinlak@coremetrics.com	Nov 4, 2010 9:05:59 PM	Aug 8, 2011 11:00:00
<input type="checkbox"/> Coremetrics FB	f		dmliller@coremetrics.com	Jun 8, 2011 4:22:14 PM	Aug 8, 2011 05:00:00
<input type="checkbox"/> CP, INC	f		ujadhav@coremetrics.com	Jun 8, 2011 3:18:02 PM	Aug 8, 2011 05:00:00
<input type="checkbox"/> FB - Japan demo	f	EMM Japan 株式会社	KTAMURA@jp.ibm.com	Aug 5, 2011 7:00:06 AM	Aug 8, 2011 05:00:00
<input type="checkbox"/> FB-IKEA	f	See what products people are talking about on Ikea.	o1_admin	Jan 28, 2011 6:08:24 AM	Aug 8, 2011 05:00:00
<input type="checkbox"/> Furniture Interest Page	f		omartinlak@coremetrics.com	Nov 10, 2010 8:54:15 PM	Aug 8, 2011 05:00:00
<input type="checkbox"/> Furniture with Loc of	f		omartinlak@coremetrics.com	Nov 4, 2010 8:05:53 PM	Aug 8, 2011 05:00:00

Feed Details
Name: Coremetrics FB
Feed Type: f
Page: IBM Coremetrics
1,124 people like this.

Associated Business Units
Coremetrics CM

创建 Facebook 订阅源

要查看 Facebook 报告数据，必须首先创建 Facebook 订阅源。

过程

1. 从位于侧导航窗格中的“管理”下的“订阅源”，单击“订阅源列表”中的添加订阅源，以打开“创建订阅源”对话框。
2. 在对话框中，输入“订阅源名称”和“描述”，然后针对订阅源类型选择 **Facebook**。
3. 搜索要跟踪的 Facebook 页面。从填充的现有 Facebook 页面的搜索结果列表中选择一页。随后，该页面名称会显示在文本字段中。
4. 通过将业务单位从“可用业务单位”列表拖放至“所选业务单位”列表中，将业务单位与该订阅源关联。
5. 单击保存。

示例

The screenshot shows the 'Create Feed' dialog box. It has a yellow header with the title 'Create Feed' and a close button. The main content is divided into two sections. The top section, 'Feed Details', includes a 'Feed Name*' text field, a 'Description' text area, a 'Feed Type' section with radio buttons for Facebook and Twitter (Facebook is selected), and a 'Find Facebook Page' search bar with a magnifying glass icon. Below the search bar is a 'Facebook Page*' text field. The bottom section, 'Associate Business Units to Feed', contains the instruction 'Drag and drop a Business Unit from the list on the left to associate it to this Feed.' and a 'New Business Unit' button. It features two list boxes: 'Available Business Units' on the left and 'Selected Business Units' on the right. The 'Available Business Units' list includes: Brazil, North America, NA-Shoes, NA-Phones, Japan, Ana's Business Unit, NA-Search, Rtesttw1, and Chris BU. Between the lists are four arrow buttons: a right arrow (>), a double right arrow (>>), a double left arrow (<<), and a left arrow (<). At the bottom right of the dialog are 'Save' and 'Cancel' buttons.

创建 Twitter 订阅源

要查看 Twitter 报告数据，必须首先创建 Twitter 订阅源。

关于此任务

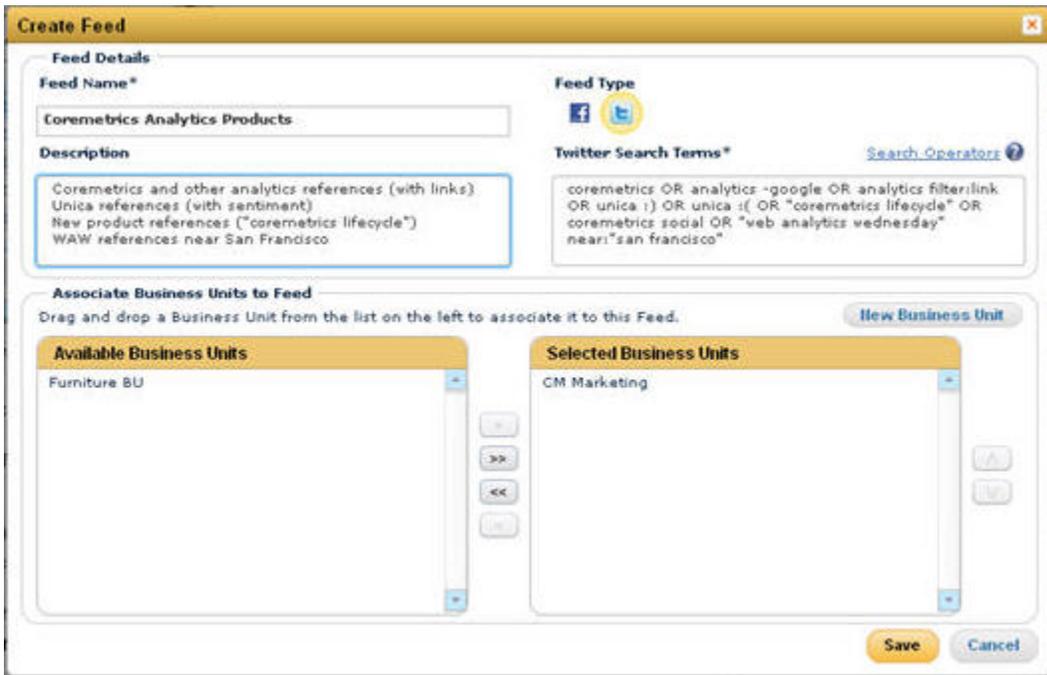
要创建 Twitter 订阅源：

过程

1. 从位于侧导航窗格中的“管理”下的“订阅源”，单击“订阅源列表”中的添加订阅源，以打开“创建订阅源”对话框。
2. 在对话框中，输入“订阅源名称”和“描述”，然后针对订阅源类型选择 **Twitter**。
3. 输入要跟踪的 twitter 搜索词汇。

4. 通过将业务单位从“可用业务单位”列表拖放至“所选业务单位”列表中，将业务单位与该订阅源关联。
5. 单击保存。

示例



您最多可将 30 条搜索词汇添加到“**Twitter 搜索词汇**”对话框中，以指定要针对给定订阅源收集的帖子类型。请确保遵循 Twitter 搜索语法，该语法要求您使用“OR”分隔各个“词汇”以便订阅源查找包含一个词汇或其他词汇的所有帖子。下表提供了各种搜索词汇及其添加到您的订阅源中的 tweet 的示例。

词汇	查找 tweets...
twitter search	包含“twitter”和“search”。这是缺省运算符。
"happy hour"	包含精确短语“happy hour”。
love OR hate	包含“love”和/或“hate”。
beer -root	包含“beer”但不包含“root”。
#haiku	包含# 标记“haiku”。
from:alexiskold	发件人“alexiskold”。
to:techcrunch	收件人“techcrunch”。
@mashable	引用人“mashable”。
"happy hour" near:"san francisco"	包含精确短语“happy hour”并在“san francisco”附近发送。
near:NYC within:15mi	在“NYC” 15 英里内发送。
superhero since:2010-10-18	包含“superhero”，并自日期“2010-10-18”起发送。
ftw until:2010-10-18	包含“ftw”，并在日期“2010-10-18”前发送。
movie -scary :)	包含“movie”，但不包含“scary”，并持积极态度。

词汇	查找 tweets...
flight :(包含“flight”并持消极态度。
traffic ?	包含“traffic”并提问。
hilarious filter:links	包含“hilarious”并链接至 URL。
news source:twitterfeed	包含“news”并通过 TwitterFeed 输入。

编辑订阅源

您可以编辑自己的订阅源以调整选入报告的 Facebook 和 Twitter 数据。

过程

1. 从位于侧导航窗格中的“管理”下的“订阅源”，选择“订阅源列表”中要编辑的订阅源旁的复选框。
2. 单击**编辑**。
3. 调整订阅源详细信息和关联的业务单位。
4. 单击**保存**。

删除订阅源

您可以删除不再希望包含在自己的 Facebook 和 Twitter 报告数据中的任何订阅源。

过程

1. 从位于侧导航窗格中的“管理”下的“订阅源”，选择“订阅源列表”中要删除的订阅源旁的复选框。
2. 单击**删除**。
3. 这样会显示提示，询问您是否要继续删除。单击**是**。

其他联系人信息

有关产品改进的建议，请通过 cm_feedback@us.ibm.com 联系 IBM

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

您还可以联系自己所在区域的 IBM 办事处。

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

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

IBM 欢迎您提出宝贵意见

您可以将自己的意见发送至以下地址。

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

您可通过使用以下某种方法，以电子方式将意见发送给我们：

免费电话

1+866-493-2673

支持中心：

<https://support.ibmcloud.com>

万维网：

www.ibm.com/marketing-solutions/

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

- 本文档的标题
- 与您意见相关的页码或主题

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

支持

支持中心

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

支持中心站点包含以下内容：

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

声明

本信息是为在美国提供的产品和服务而编写的。

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

本信息仅用于规划用途。在所描述的产品上市之前，此处的信息会有更改。

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

版权许可证：

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

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

此部分代码是根据 IBM 公司的样本程序衍生出来的。

© Copyright IBM Corp. 2017 . All rights reserved.

商标

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

产品文档的条款和条件

根据下列条款和条件授予对这些出版物的使用许可权。

适用性

这些条款和条件是对 IBM Web 站点上一切使用条款的补充。

个人用途

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

商业用途

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

权利

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

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

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

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

隐私策略注意事项

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

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

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

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

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

