



Sitecore OMS 1

Online Marketing Suite

クックブック

サイトコア アナリティクスの実践活用ガイド

目次

| | | |
|-----------|---|----|
| Chapter 1 | イントロダクション | 4 |
| Chapter 2 | アナリティクスの作成と設定 | 5 |
| 2.1 | コンテンツ プロファイリング | 6 |
| | プロフィール | 6 |
| | スコア | 6 |
| 2.1.1 | 前提条件 | 7 |
| 2.1.2 | プロフィールの作成 | 7 |
| 2.1.3 | プロフィール キーの作成 | 8 |
| 2.2 | ゴールの作成 | 11 |
| 2.3 | キャンペーンの作成 | 13 |
| 2.3.1 | キャンペーン イベントの作成 | 14 |
| 2.4 | テスト | 16 |
| 2.4.1 | 前提条件 | 16 |
| 2.4.2 | 多変数解析の作成 | 16 |
| 2.4.3 | 多変数テスト 変数の作成 | 17 |
| 2.4.4 | 多変数解析の設定 | 19 |
| | ページ エディターで多変数テストを設定する | 19 |
| 2.5 | パーソナライゼーション | 21 |
| 2.5.1 | 前提条件 | 21 |
| 2.5.2 | パーソナライゼーション ルールの作成 | 21 |
| | ルールの例 | 23 |
| 2.5.3 | パーソナライゼーション ルールを設定 | 25 |
| | ページ エディターでパーソナライゼーション ルールを設定する | 25 |
| | ルールのテスト | 26 |
| Chapter 3 | コンテンツ アイテムにアナリティクスの値を設定する | 28 |
| 3.1 | プロフィールとスコアに値を設定する | 29 |
| 3.1.1 | ページ エディターを使用してコンテンツ アイテムにプロフィール値を設定する | 29 |
| 3.1.2 | スコアを設定する | 30 |
| 3.1.3 | コンテンツ エディターを使用してコンテンツ アイテムにプロフィール値を設定する | 30 |
| 3.2 | ゴールをアイテムと関連付ける | 32 |
| 3.3 | キャンペーンをコンテンツ アイテムに関連付ける | 33 |
| | オンライン キャンペーン | 33 |
| | オフライン キャンペーン | 34 |
| 3.4 | イベントをアイテムに設定する | 36 |
| 3.5 | 失敗した場合のアクションをアイテムに設定する | 37 |
| 3.6 | アナリティクス ページの設定 | 38 |

| | | |
|-----------|--|----|
| Chapter 4 | アナリティクスのレポート | 39 |
| 4.1 | サイトコア アナリティクス レポートの実行 | 40 |
| | マーケティング..... | 41 |
| | セールス..... | 42 |
| | サイトの健全性..... | 42 |
| | 最近のアクティビティ..... | 43 |
| 4.2 | セッションの軌跡情報の表示 | 45 |
| 4.3 | サイトのビジターを分類する..... | 48 |
| 4.4 | レポートを購読する | 51 |
| 4.5 | CRM と連携する | 52 |
| 4.6 | レポート | 53 |
| 4.6.1 | 日付範囲を選択する | 53 |
| 4.6.2 | レポートを保存する..... | 54 |
| 4.6.3 | レポートを印刷する..... | 55 |
| 4.6.4 | レポートにフィルターをかける | 56 |
| 4.6.5 | レポートにフィルターをかけてサイト ビジターのセグメンテーションに役立てる..... | 58 |
| | 新規のフィルターを作成する..... | 58 |
| | フィルターにアイコンを割り当てる | 61 |
| | 新しいフィルターを確認する..... | 61 |

Chapter 1

イントロダクション

この Online Marketing Suite クックブックは サイトコア アナリティクスを使用するマーケターとコンテンツ作成者のためのガイドです。この文書では自社の Web サイトで サイトコア アナリティクスの設定と構成を行うために必要な作業について手順を追って説明します。

このクックブックではオフィスコアという Web サイトを例にとつて説明します。この Web サイトは Online Marketing Suite で利用可能な機能に焦点を当てて作成されています。

Online Marketing Suite クックブックとオフィスコア Web サイトは SDN (Sitecore Developer Network) の Sitecore 6 リファレンスのセクションからダウンロード可能です。

このクックブックには次の章があります：

- **Chapter 1 — イントロダクション**
この章ではこのクックブックの内容、目的、対象とする読者について説明します。
- **Chapter 2 — アナリティクスの作成と設定**
この章ではプロフィール、ゴール、キャンペーン、多変量テスト、パーソナライゼーションの作成方法について手順を追って説明します。ページ エディターを使用してこれらのアイテムを構成する方法についても説明します。
- **Chapter 3 — コンテンツ アイテムにアナリティクスの値を設定する**
この章ではコンテンツ アイテムにプロフィール値を設定する方法、ゴールとキャンペーンをコンテンツ アイテムと関連付ける方法、イベント、失敗した場合のアクション、設定の構成方法について手順を追って説明します。
- **Chapter 4 — アナリティクスのレポート**
この章では Sitecore のスタンダード レポートとフィルターの使用方法について説明します。

Chapter 2

アナリティクスの作成と設定

この章では Online Marketing Suite のマーケティング センターでアナリティクス アイテムの作成と設定を行う方法について手順を追って説明します。

この章には次のセクションがあります。

- コンテンツ プロファイリング
- ゴールの作成
- テスト
- パーソナライゼーション

2.1 コンテンツ プロファイリング

コンテンツ プロファイルを使用すると Web サイトのビジターの行動に関する理解を深めることが可能になります。

マーケッターはマーケティング センターを使用してコンテンツ プロファイルとプロフィール キーを作成し、コンテンツ作成者はコンテンツ エディターを使用して各 Web ページのコンテンツに値を割り当てます。

ビジターが Web サイトを訪れると、その都度プロフィール スコアが蓄積されます。プロフィールはビジターが参照するコンテンツに割り当てられた値にもとづき、セッションの軌跡情報として記録されます。

プロフィール

プロフィールとプロフィール キーの作成によって Web サイトのコンテンツを分類することが可能になります。ビジターがサイトを閲覧するとスコアが蓄積され、そのスコアによってビジターが興味をもつコンテンツの種類を分析することができます。

プロフィール スコアはセッションの軌跡情報で棒グラフとして表示されます。この情報はコンテンツ作成者がサイトで改善すべき点を把握するために役立ちます。この情報を活用してサイト ビジターをセグメント化し、パーソナライゼーションを行うことも可能です。

スコア

スコアによってビジターのレベルや Web サイトへの関心についての分析を行うことが可能です。たとえば、カタログのダウンロード ページなどのアイテムにリード (見込み顧客) としての高いスコアを割り当てることによって、そのページを参照したビジターは購買への高い関心を示したことになり、潜在顧客として照準を合わせることが可能となります。

この情報は営業部門にとって非常に有益な情報となります。たとえば、リードのスコアは将来の顧客としての販売機会の兆候を示します。

スコアの例には次のようなものがあります：

| スコア | 例 |
|-------------|--|
| リード (見込み顧客) | Web サイトで価格に関するページを高いリード スコアに設定します。 高いリード スコアを持つビジターを知ることによって、営業部門が潜在新規顧客に照準を合わせるために役立ちます。 |
| 投資家 | サイトで年次報告書を参照したビジターにスコアを設定します。このページを高い投資家スコアとすることによって、投資に関心を持つビジターを識別することができます。 |
| 高額消費者 | ビジターの購買総額の確認ページに高いスコアを設定することによって、高額消費者のビジターを識別することができます。 |

オフィスコアの Web サイトではこのコンセプトの例としてリード スコアを記録するように設定されています。ビジターがサイトをより深く閲覧すると、より高いリード スコアが蓄積されます。この規則にはいくつかの例外があります。たとえば、カタロ

グのダウンロードではより高いリード スコアが蓄積されます。サイトコア アナリティクスではリード レポートは [セールス] ノードの下に保存され、各ビジターのリード スコアはセッションの軌跡情報に表示されます。

2.1.1 前提条件

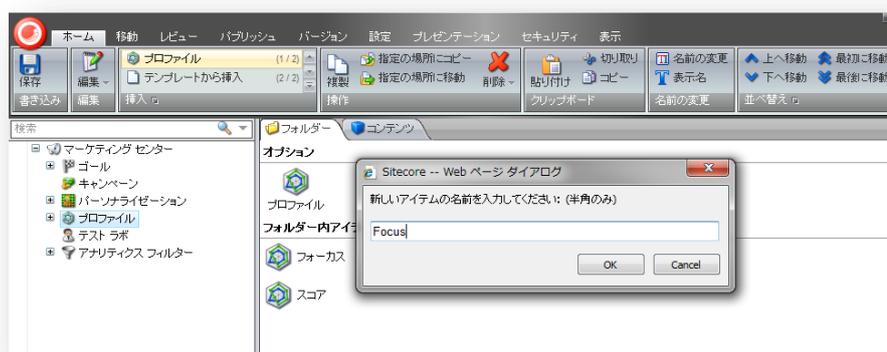
コンテンツ アイテムにプロフィール値を設定する前に、下記を作成することを検討してください:

- Web サイトのペルソナ。
- プロファイリングの戦略。
- スコア設定の戦略。

2.1.2 プロファイルの作成

新規のプロファイルを作成する手順:

1. Sitecore メニューをクリックし、次にマーケティング センターをクリックします。
2. マーケティング センター で [プロファイル] をクリックします。
3. [ホーム] タブの [挿入] グループで [プロファイル] をクリックして新規のプロファイル定義アイテムを作成します。



4. プロファイルに名前を付けます。たとえば、Focus とします。

5. プロファイル のアイテムに適切なフィールド値を入力します。



| フィールド | 値 |
|-------|--|
| 名前 | プロファイルの名前です。たとえば Focus などです。 |
| 種類 | <p>計算方法を下記から選択します:</p> <ul style="list-style-type: none"> 平均値 パーセンテージ 合計 <p>これによってプロファイル値を計算する方法を指定します。</p> |

- [ホーム] タブで [保存] をクリックします。
- [パブリッシュ] タブをクリックし、[パブリッシュ] グループで [パブリッシュ] を、次に [アイテムをパブリッシュ] をクリックし、新規のプロファイルをパブリッシュします。
- パブリッシュ ウィザードで [スマート パブリッシュ] を選択します。

2.1.3 プロファイル キーの作成

新規のプロファイル キーを作成する手順:

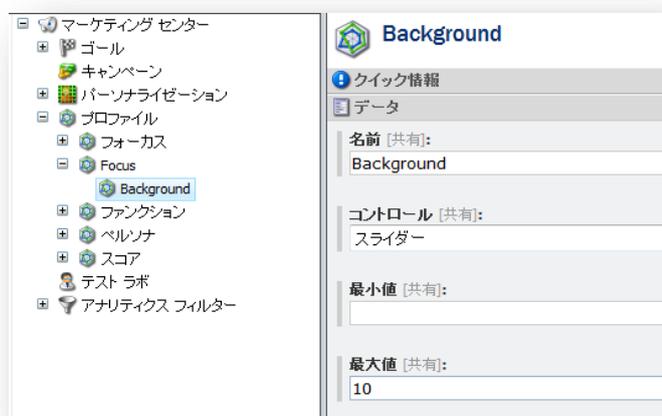
- マーケティング センター で、プロファイル (たとえば Focus など) を選択します。
- [挿入] グループで [プロファイル キー] をクリックして新規のプロファイル キー定義アイテムを作成します。

各プロファイルは任意の数のプロファイル キーを持つことが可能です。

3. プロファイル キーに名前を付けます。たとえば、Background とします。



4. Background アイテムでフィールド値を入力します。



| フィールド | 値 |
|--------|---|
| 名前 | プロファイル キーの名前です。たとえば Background などです。 |
| コントロール | [プロファイル] ダイアログ ボックスに表示されるコントロールの種類を選択します。 <ul style="list-style-type: none"> • チェックボックス • スライダー • スマイリー • スター • テキスト |
| 最小値 | 数値を入力します。たとえば 1 です。 空白にしておくことも可能です。 |
| 最大値 | 数値を入力します。たとえば 10 です。 |

5. コンテンツ エディター のリボンで [保存] をクリックします。
6. 新規のアイテムをパブリッシュします。パブリッシュ ウィザードで [スマート パブリッシュ] を選択します。

メモ

サイトコア アナリティクスのトレーニング Web サイトにはあらかじめ設定された 4 つのプロファイルがあります。各プロファイルはそれぞれのためのプロファイル キーを持っています。これらのプロファイル キーはサイトに応じて拡張または削除することが可能です。

任意の数のプロファイルとプロファイル キーを作成することが可能ですが、プロファイル定義アイテムの作成を始める前に、まずプロファイリングの戦略を策定するようにしてください。

2.2 ゴールの作成

ゴールとキャンペーンの作成によって Web サイトの成果を測定することが可能になります。

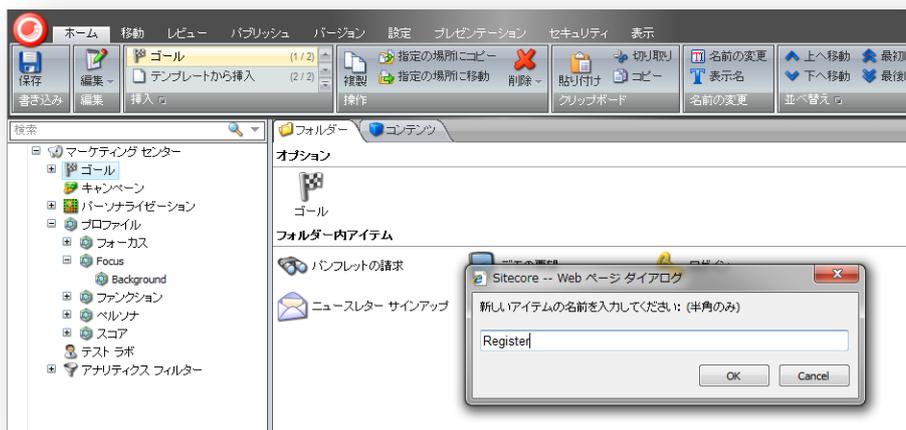
ゴールの例には次のようなものがあります：

- カタログのダウンロード
- 電子メール ニュースターへの登録
- オンライン デモへの申し込み

ゴールを作成するとそれぞれのゴールに対するコンバージョン レート (特定のゴールを達成したビジターの割合) を測定することが可能となります。ゴールとコンバージョンレートは Web サイトのパフォーマンス レポートに表示されます。

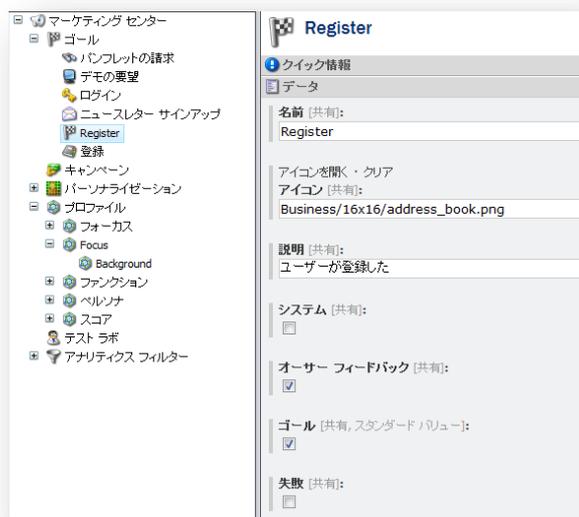
新規のゴールを作成する手順：

1. Sitecore メニューをクリックし、次にマーケティング センターをクリックします。
2. マーケティング センター で [ゴール] をクリックします。
3. [ホーム] タブの [挿入] グループで [ゴール] をクリックして新規のゴール定義アイテムを作成します。



4. ゴールに名前を付けます。たとえば、Register とします。

5. 新規のゴール定義アイテムで適切な値を入力します。



| フィールド | 値 |
|---------------------|---|
| 名前 | ゴールの名前を入力します。たとえば Register などです。 |
| アイコン | <p>ゴールのアイコンを選択します。 [アイコンを開く] をクリックし、[Open File] ダイアログ ボックスでアイコンを選択します。</p> <p>独自のアイコンをアップロードするには、[Open File] ダイアログ ボックスで [アップロード] をクリックします。</p> |
| 説明 | 適切な説明を入力します。たとえばユーザーによる登録などです。 |
| システム | <p>イベントをシステム イベントとして定義します。</p> <p>これはシステム管理者および高度なユーザーのための機能です。</p> |
| オーサー フィードバック | コンテンツ作成者にゴールに関するフィードバックを行うためにはこのチェックボックスをオンにします。 |
| ゴール | ゴールをコンテンツ エディターの [ゴール] ダイアログ ボックスに表示するためにはこのチェックボックスをオンにします。これによってゴールとコンテンツ アイテムを関連付けることができます。 |
| 失敗 | <p>イベントを失敗として定義します。</p> <p>これはシステム管理者および高度なユーザーのための機能です。</p> |

6. [保存] をクリックして新規のゴールを保存します。

7. 新規のゴール アイテムをパブリッシュします。パブリッシュ ウィザードで [スマート パブリッシュ] を選択します。

2.3 キャンペーン作成

キャンペーンとは人々を Web サイトへ誘導し意図した行動を促進するためのプロモーションまたは宣伝広告活動です。

サイトコア アナリティクスは 2 種類のキャンペーンをサポートします。

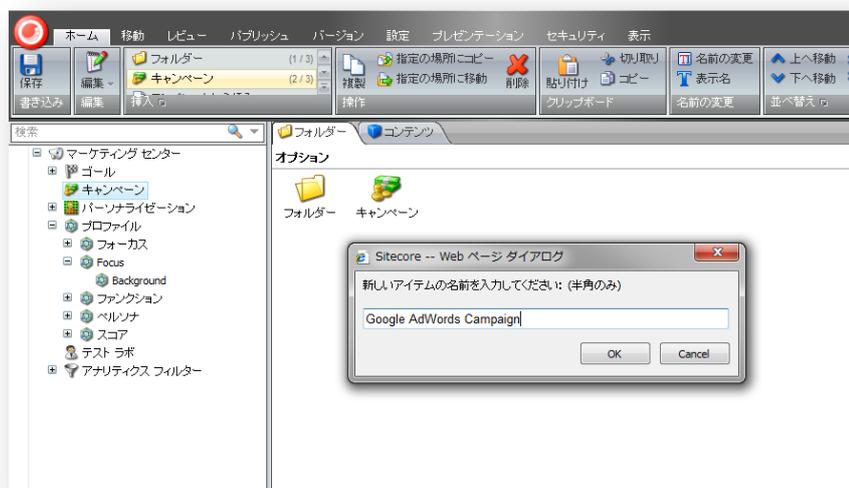
- オンライン キャンペーン
- オフライン キャンペーン

各種のレポートによって、キャンペーンごとの成果の度合を把握することができます。成果の低いキャンペーンは改善を図るか、または停止することによって ROI (Return on Investment、投資収益率) を向上させることができます。

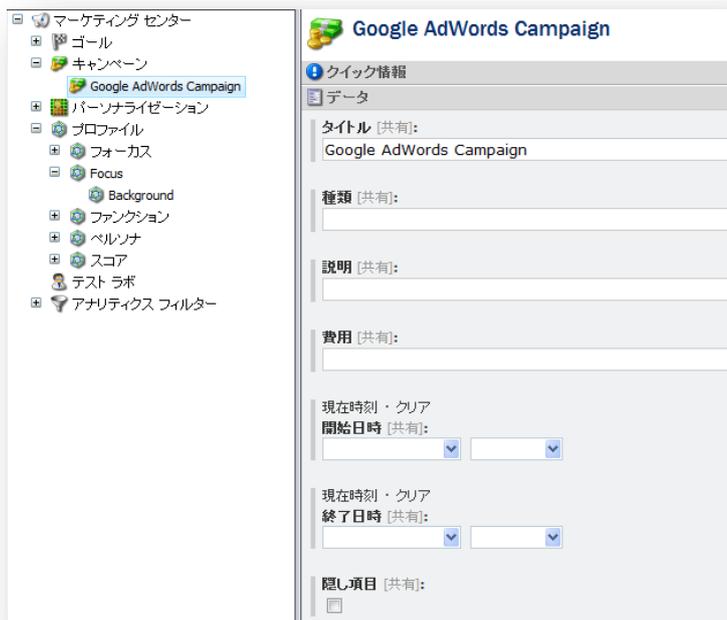
ゴールとキャンペーンはマーケティング センターで作成します。次にコンテンツ エディターでゴールとキャンペーンをコンテンツ アイテムに関連付けます。

キャンペーンを作成する手順:

1. マーケティング センター で [キャンペーン] をクリックし、[ホーム] タブの [挿入] グループで [キャンペーン] をクリックします。
2. 新規のキャンペーンに名前を付けます。たとえば、Google AdWords Campaigns とし、[OK] をクリックします。



3. 新規のキャンペーン アイテムで適切な値を入力します。



The screenshot shows the 'Google AdWords Campaign' configuration form. The left sidebar contains a tree view with the following items: マーケティング センター, ゴール, キャンペーン, Google AdWords Campaign (selected), パーソナライゼーション, プロファイル, フォーカス, Focus, Background, ファンクション, ペルソナ, スコア, テスト ラボ, アナリティクス フィルター. The main panel is titled 'Google AdWords Campaign' and contains the following fields:

- クイック情報** (Quick Info)
- データ** (Data)
- タイトル [共有]:** Google AdWords Campaign
- 種類 [共有]:** (Empty field)
- 説明 [共有]:** (Empty field)
- 費用 [共有]:** (Empty field)
- 開始日時 [共有]:** (Date and time pickers)
- 終了日時 [共有]:** (Date and time pickers)
- 隠し項目 [共有]:** (Checkbox)

| フィールド | 値 |
|-------|--|
| タイトル | キャンペーンのタイトル。 |
| 種類 | キャンペーンの種類: オンライン キャンペーンか、オフライン キャンペーンか。 |
| 説明 | キャンペーンの内容の説明。 |
| 費用 | キャンペーンの費用に関する情報。 たとえば、Google AdWords のキャンペーンでのクリック単価など。 |
| 開始日時 | キャンペーンの開始日時。 |
| 終了日時 | キャンペーンの終了日時。 |
| 隠し項目 | キャンペーンをレポートで非表示とするか否か。 たとえば、自動的に作成されたキャンペーンをキャンペーン レポート上で非表示とすることができます。 |

4. [保存] をクリックして新規のキャンペーンを保存します。
5. 新規のキャンペーン アイテムをパブリッシュします。パブリッシュ ウィザードで [スマート パブリッシュ] を選択します。

2.3.1 キャンペーン イベントの作成

キャンペーン イベントを作成する手順:

1. マーケティング センター でキャンペーン アイテムを選択し、[ホーム] タブの [挿入] グループで [キャンペーン イベント] をクリックします。
2. 新規のキャンペーン イベントに名前を付けます。たとえば、Award Winning Campaign とし、[OK] をクリックします。
3. 新規のアイテムで適切な値を入力します。



| フィールド | 値 |
|------------|--|
| 名前 | キャンペーンの名前。 |
| キャンペーン リンク | <p>このフィールドにはキャンペーンのクエリ文字列を含みます。</p> <p>たとえば: <code>sc_camp=7F967B85B627472AABE83F5F3DA51421</code> スポンサー サイトでこのクエリを Web サイトへのリンクに追加します。リンクにすでにクエリ文字列が含まれている場合には、このテキストの最初にアンパサンド (&) を付けます。リンクが既存のクエリ文字列を含んでいない場合には、このテキストの最初に疑問符 (?) を付けます。</p> <p>これによって、このキャンペーンから生成されたビジターがアナリティクス システムに正しく記録されます。</p> |

4. [保存] をクリックしてキャンペーン イベントを保存します。
5. 新規のキャンペーン イベント アイテムをパブリッシュします。パブリッシュ ウィザードで [スマート パブリッシュ] を選択します。

2.4 テスト

サイトコア アナリティクスを使って Web サイトのコンテンツの動的なテストを行い、どの Web コントロールの効果が最も高いかを把握することができます。

多変数テストを作成することで、どのテキストと画像の組み合わせが最も効果的かを測定することが可能です。これはゴールを設定してキャンペーンを最適化する戦略の一環として特に有効です。

実行するテストについて、サイトコア アナリティクスの多変数テスト レポートはあらかじめ設定された統計情報を提供します。これには各テストによるコンバージョンの数値情報が含まれます。

2.4.1 前提条件

多変数テストを作成する前に、下記を準備します：

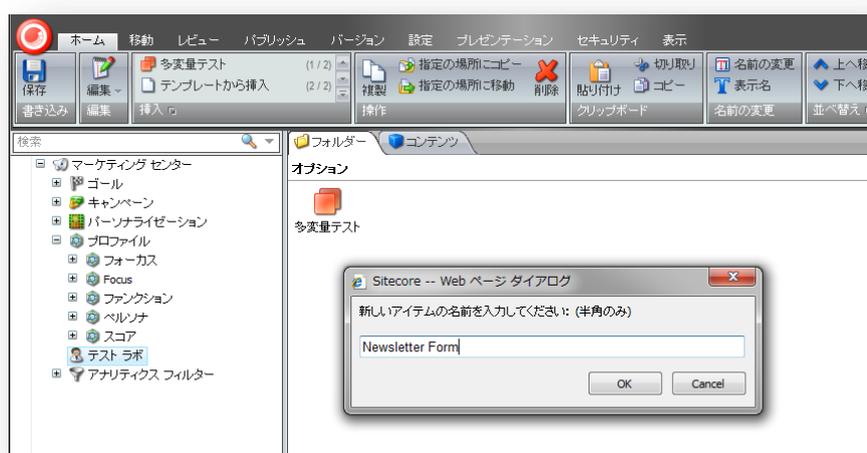
- テストの変数として使用する 2 つ以上のコンテンツ アイテム。
- テストのデータ ソースとして使用するコントロール。

2.4.2 多変数解析の作成

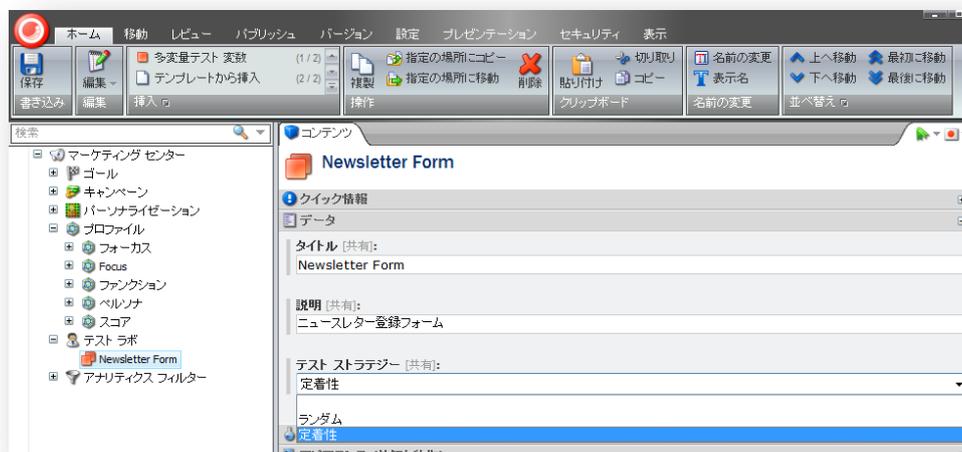
次の例ではニュースレターの申し込みに対して多変数テストを作成します。ここでは、Web サイトのビジターが電子メール ニュースレターに申し込むために、登録フォームに記入します。この多変数テストでは 3 種類の異なるテキストと画像の組み合わせを使用して、どれが最も効果的かを測定します。

多変数テストを作成する手順：

1. Sitecore メニューをクリックし、次にマーケティング センターをクリックします。
2. マーケティング センター で [テスト ラボ] をクリックします。



3. [ホーム] タブの [挿入] グループで [多変量テスト] をクリックして新規の多変量テスト定義アイテムを作成します。
4. このテストに Newsletter Form と名前を付けます。



5. 新規のテスト アイテムで適切なフィールド値を入力します。

| フィールド | 値 |
|------------|--|
| タイトル | テストのタイトル。たとえば、Newsletter Form などです。 |
| 説明 | テストの説明。 |
| テスト ストラテジー | テストのストラテジーを選択します。 <ul style="list-style-type: none"> ランダム: テストの変数は各ページ要求ごとに変化します。 定着性: テストの変数は各ビジター セッションごとに変化します。(推奨) |

6. [保存] をクリックして新規のテストを保存します。

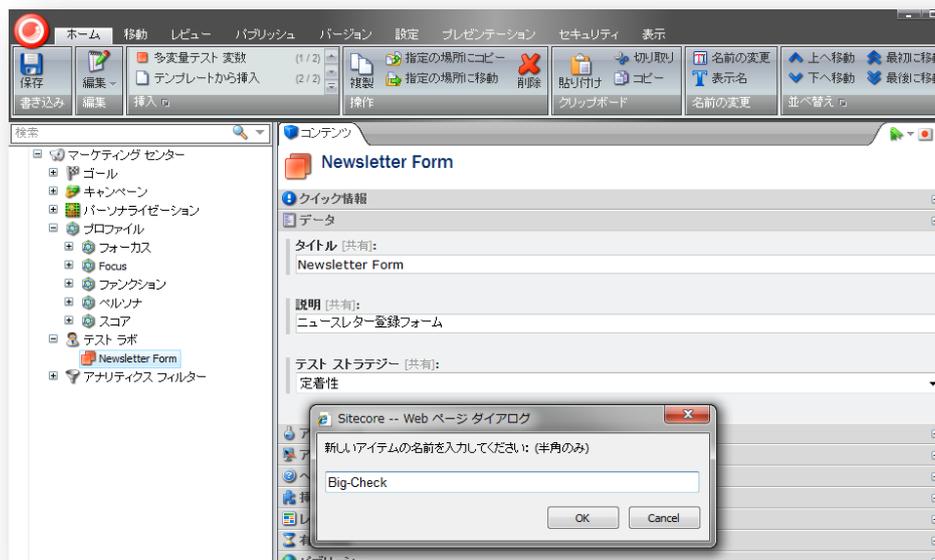
2.4.3 多変量テスト 変数の作成

多変量テストでは少なくとも 2 つのテスト変数が必要です。それぞれの変数がテストを行う Web コンテンツのアイテムを表します。これらのコンテンツ アイテムは既に作成されている必要があります。

Newsletter Form テストのために 3 つのテスト変数を作成します:

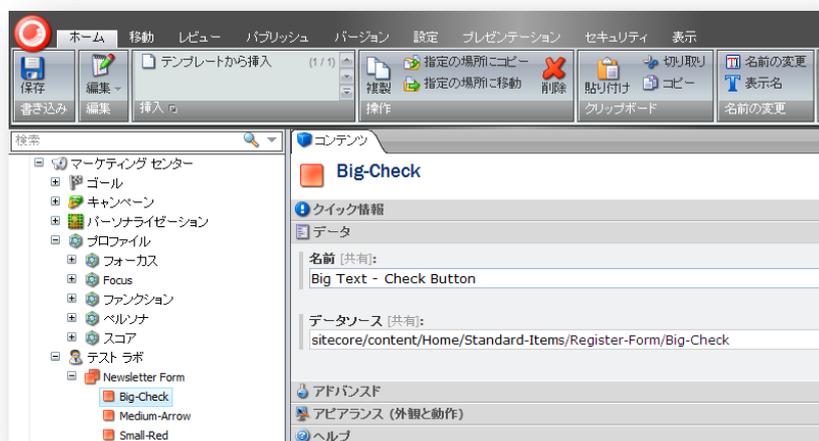
1. マーケティング センター で 先に作成した多変量テスト Newsletter Form を選択します。

2. [ホーム] タブの [挿入] グループで [多変量テスト 変数] をクリックして新規のテスト変数を作成します。



3. この例では次の 3 つの多変量テスト変数を作成します:

- Big-Check
- Medium-Arrow
- Small-Red



4. 各変数に次のフィールド値を入力します:

| フィールド | 値 |
|-------|--|
| 名前 | テスト変数に適切な名前を入力します。たとえば、Big-Check などです。 |

| フィールド | 値 |
|---------|---|
| データ ソース | このテスト変数のデータ ソースであるコンテンツ アイテムへのリンク。たとえば: sitecore/content/Home/Standard-Items/Register-Form/Big-Check |

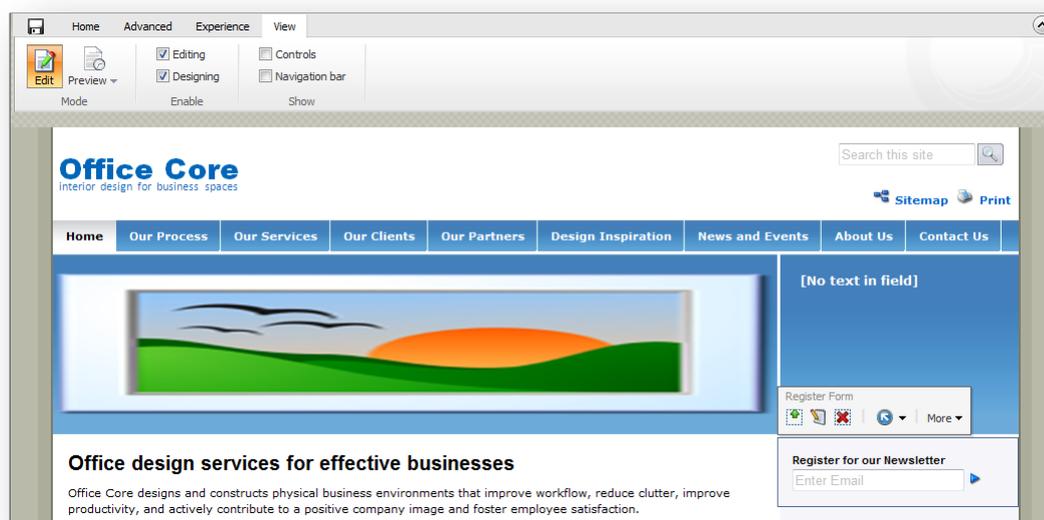
5. [保存] をクリックしてテスト変数を保存します。
6. この手順を各テスト変数に対して繰り返します。
テストを行うコンテンツ アイテムに対して各変数をリンクします。
7. 新規のテスト変数をパブリッシュします。パブリッシュ ウィザードで [スマート パブリッシュ] を選択します。

2.4.4 多変数解析の設定

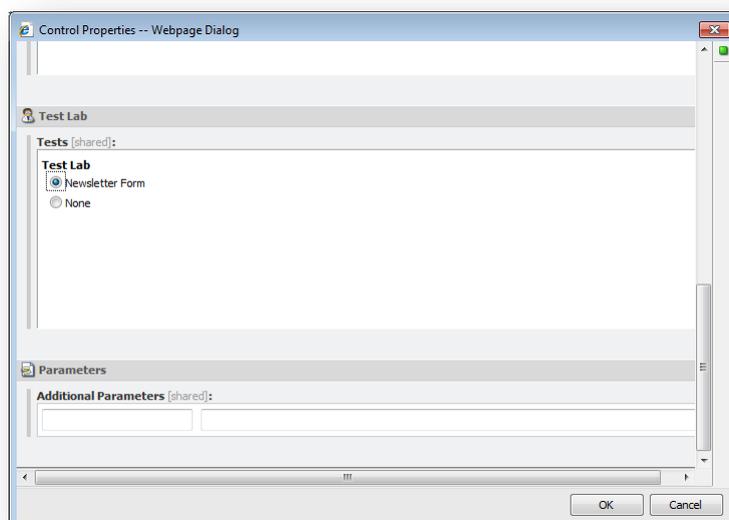
Web サイトで多変数テストを開始するには、テストを配置するページのレイアウト プロパティを編集する必要があります。これはページ エディターまたはコンテンツ エディターで行うことができます。

ページ エディターで多変数テストを設定する

1. Sitecore デスクトップから Sitecore を、次に [ページ エディター] をクリックします。
2. ページ エディターでテストを配置するページに移動します。この例では [ホーム] ページです。
3. リボンのトグル ボタン  をクリックしてリボンを表示します。
4. リボンで [表示] タブをクリックし、[機能] グループで [デザイン変更] のチェックボックスをオンにして ページ エディター のデザイン機能を有効化します。
5. [ホーム] ページで [Register for our Newsletter] アイテムを選択し、このアイテムのデザイン オプションを表示します。



6. プロパティ ボタン  をクリックしてこのコントロールの [コントロール プロパティ] ダイアログ ボックスを開きます。



7. [コントロール プロパティ] ウィンドウで [テスト] セクションまでスクロールし、[Newsletter Form] テストを選択します。
8. [OK] をクリックします。
9. ページ エディター で [保存] をクリックします。

これでビジターが Web サイトを訪れた際に、ホームページで登録フォーム コントロールが表示されます。同一のブラウザ セッションの間を通じて、同じ登録フォーム コントロールが表示されます。ビジターがブラウザ ウィンドウを閉じるとセッションは終了します。ビジターが再び新規のセッションを開始すると、別の種類の登録フォームが表示されます。

このように各変数をテストすることにより、どのコントロールが最も効果的かを測定することができます。

サイトコア アナリティクスは多変数テストを評価するための多変数テスト レポートを備えています。このレポートには次の情報が含まれます：

- 各テストのサマリー データ。
- テスト変数ごとのセッション来訪比率。
- テスト変数ごとのセッション来訪数。
- テスト変数ごとのセッション コンバージョン比率。
- テスト変数ごとのセッション コンバージョン数

2.5 パーソナライゼーション

パーソナライゼーションによって特定のサイト ビジターに対して照準を合わせたコンテンツを提供することが可能となります。セグメンテーションを行うことにより対象とするビジターを識別することが可能となった後に、パーソナライゼーションを実装することが適切です。

ビジターの閲覧行動や蓄積されたプロフィール値に基づいてコンテンツを表示したり非表示にしたりするルールを作成することが可能です。

コンテンツの表示/非表示を制御したり、Web コントロールの挙動を調整したり、多変量テストを実行することにより、Web サイトがユーザーに応じてリアルタイムに変化して反応することが可能となります。

2.5.1 前提条件

パーソナライゼーションのルールを作成する前に、次のコンポーネントが必要です：

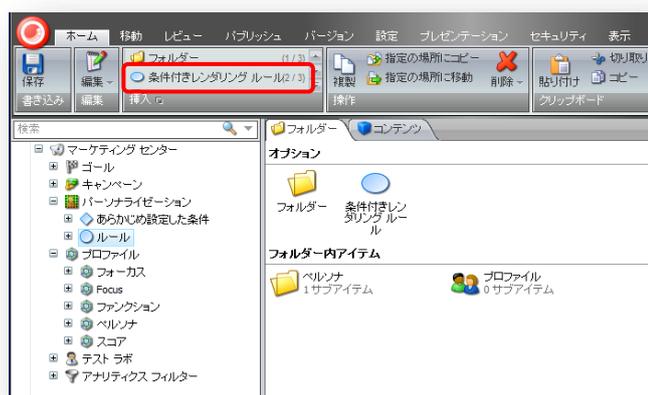
- 条件付きレンダリングのデータ ソースとして使用するコンテンツ アイテム。
- Web コントロール または レンダリング アイテム。

2.5.2 パーソナライゼーション ルールの作成

サイトコア アナリティクスでは別のユーザーに別のコンテンツを表示するルールを作成することが可能です。これは条件付きレンダリングと呼ばれます。条件付きレンダリング ルールはマーケティング センターで作成します。

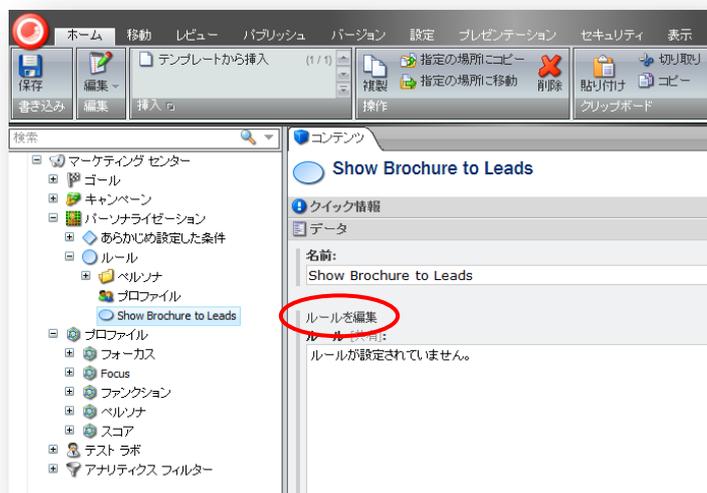
条件付きレンダリング ルールを作成する手順：

1. マーケティング センター を開きます。
2. コンテンツ ツリーで [パーソナライゼーション] をクリックし、次に [ルール] をクリックします。

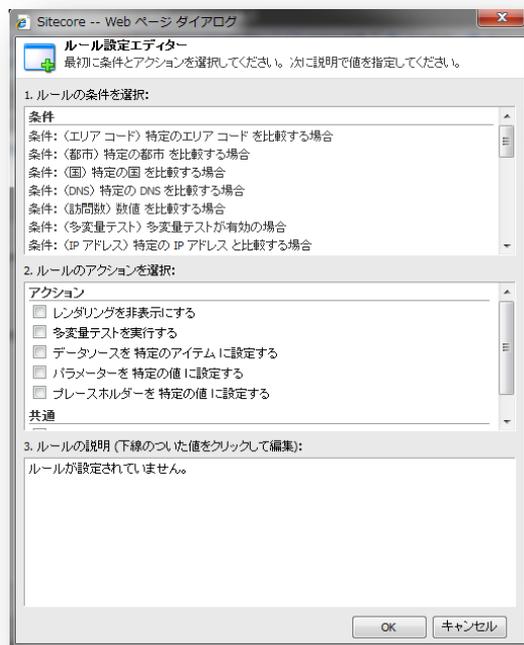


3. 新規のルールを作成するには、[ホーム] タブの [挿入] グループで [条件付きレンダリング ルール] をクリックします。

4. ルールに名前を付けます。たとえば、Show Brochure to Leads などです。[保存] をクリックします。
5. 新規のルールアイテムの [名前] フィールドでルールの名前を入力します。これはルールを設定する際に [パッケージ デザイナー] で表示される名前と同じものです。
6. [ルール] フィールドで [ルールを編集] をクリックします。



7. [ルール設定エディター] ダイアログ ボックスで条件とルールのアクションを選択します。



ルールの例

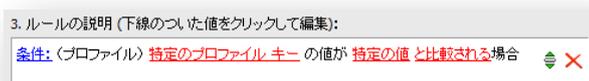
ここでは新規のサイト ビジターに対してオフィスコアのカatalogへのリンクを表示するタイミングを制御するルールの作成例を示します。

オフィスコアのサイトでは、ホームページ以外のすべてのページでCatalogのダウンロードのリンクが表示されます。このルールは、新規のビジターに対して、20 以上のリード スコアを獲得するまでの間は Our Services ページでCatalogへのリンクを表示しないようにします。

1. マーケティング センターで Hide for New Visitors という新規のルールを作成します。
2. [Hide for New Visitors] アイテムの [ルール] フィールドで [ルールを編集] をクリックして [ルール設定エディター] ダイアログ ボックスを開きます。
3. [ルール設定エディター] ダイアログ ボックスの [ルールの条件を選択] セクションで 次のルールまでスクロールします:

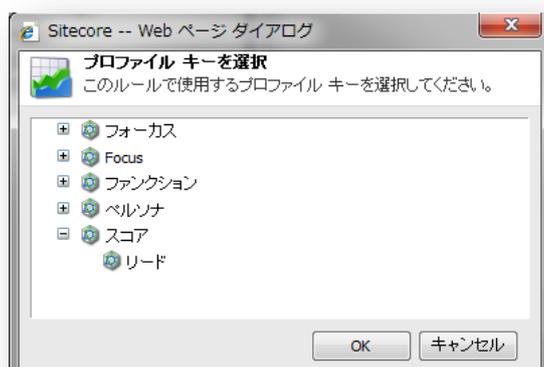
"条件: <プロフィール> 特定のプロフィール キーの値が特定の値と比較される場合"

このルールが [ルールの説明] セクションに表示されます。



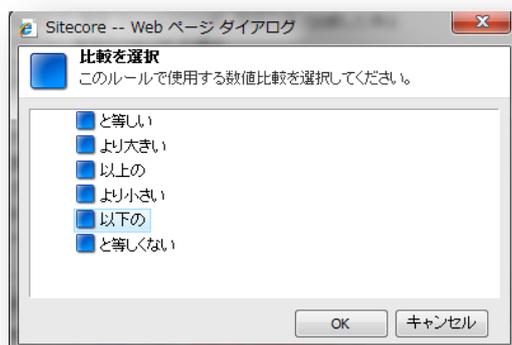
この条件の値を編集し、20 以上のリード スコアを獲得したビジターのみにCatalogのダウンロード リンクを表示するようにします。

4. [ルールの説明] セクションで [特定のプロフィール キー] をクリックすると [プロフィール キーを選択] ダイアログ ボックスが開きます。



5. [プロフィール キーを選択] ダイアログ ボックスで [スコア] を展開し、[リード] を選択します。
6. [ルール設定エディター] ダイアログ ボックスの [ルールの説明] セクションで [と比較される] をクリックしてこのルールで使用する比較を選択します。

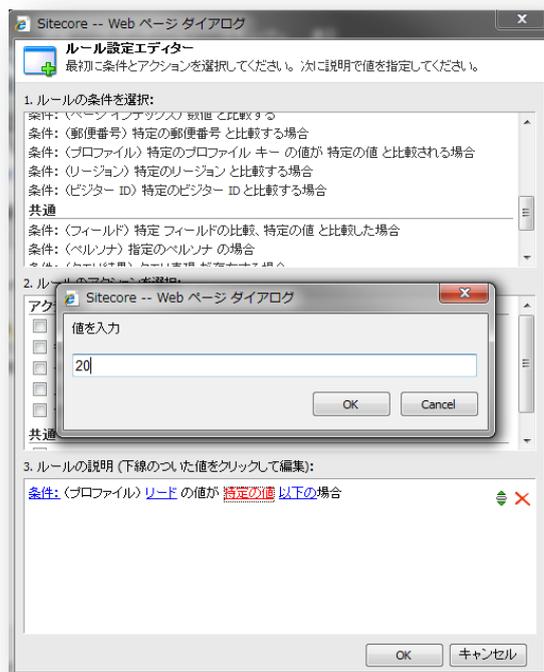
7. [比較を選択] ダイアログ ボックスで [以下の] を選択して [OK] をクリックします。



8. [ルール設定エディター] ダイアログ ボックスの [ルールの説明] セクションで [特定の値] をクリックして、数値を入力します。

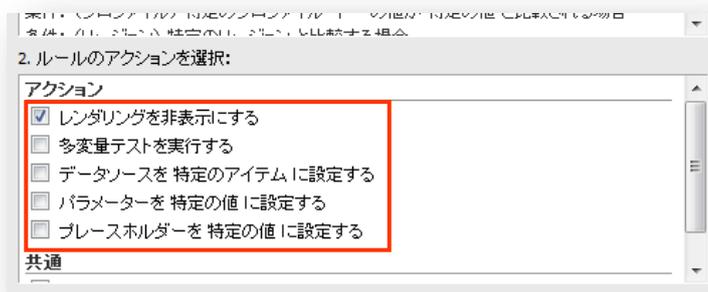
この例では [リード] プロファイル スコアが 20 より大きい場合に Our Services ページでカタログ ダウンロードリンクを表示します。

20 と入力して [OK] をクリックします。



9. [ルール設定エディター] ダイアログ ボックスの [ルールのアクションを選択] セクションで、あらかじめ設定されているアクションの 1 つを選択します。

この例では [レンダリングを非表示にする] を選択します。



10. [ルール設定エディター] で [OK] をクリックしてルールを保存します。
11. マーケティング センター で [保存] をクリックし、新規のルールをパブリッシュします。パブリッシュ ウィザードで [スマート パブリッシュ] を選択します。

2.5.3 パーソナライゼーション ルールの設定

Web サイトでパーソナライゼーション ルールを開始するには、パーソナライゼーションを行うページのレイアウト プロパティを編集する必要があります。これには 2 つの方法があります。

- コンテンツ エディター で [プレゼンテーション] タブと [レイアウト詳細] ダイアログ ボックスを使用する。
- ページ エディター で [デザイン変更] モードを使用する。

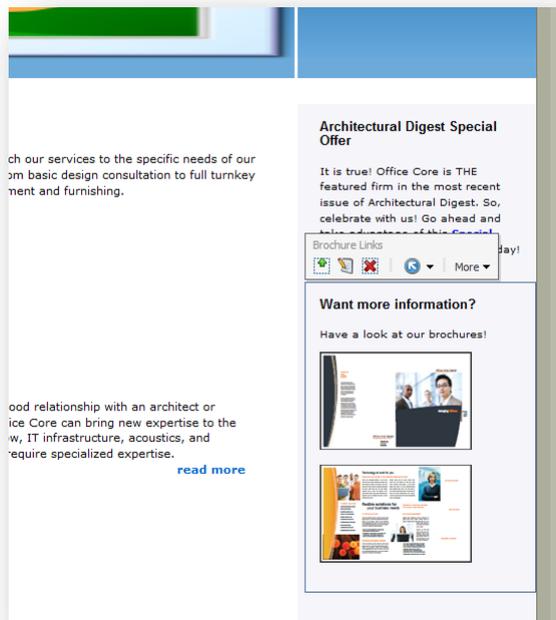
ページ エディターでパーソナライゼーション ルールを設定する

1. Sitecore デスクトップから Sitecore を、次に [ページ エディター] をクリックします。
2. ページ エディターで編集するページに移動します。

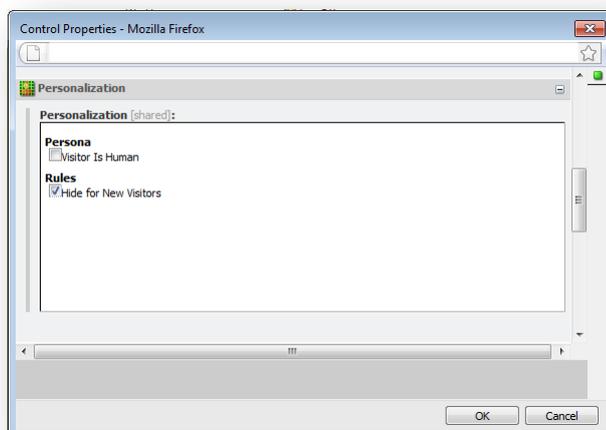
この例では Our Services ページを編集します。

3. リボンで [表示] タブをクリックし、[機能] グループで [デザイン変更] のチェックボックスをオンにして ページ エディターのデザイン機能を有効化します。

4. [Brochure Links] コントロールを選択し、[プロパティ] をクリックすると [コントロール プロパティ] ダイアログ ボックスが開きます。



5. [コントロール プロパティ] ウィンドウで [パーソナライゼーション] セクションまでスクロールします。



6. 先に作成したルール [Hide for New Visitors] を選択します。
7. [OK] をクリックし、[プロパティ] ウィンドウを閉じます。
8. ページ エディター で [保存] をクリックします。

ルールのテスト

ルールの実行をテストする手順:

1. 新規のブラウザ ウィンドウでオフィスコアの Web サイトを開きます。
2. Our Services ページに移動します。
右側の列にカタログのリンクが表示されないことを確認します。
3. しばらくサイトを閲覧し、それから Our Services ページに戻ります。
リード スコアを 20 以上獲得すると、カタログのリンクが右側の列に表示されるはずです。

Chapter 3

コンテンツ アイテムにアナリティクスの値を設定する

この章ではコンテンツ エディターまたはページ エディターを使用して、プロフィールの値とスコアをコンテンツ アイテムに設定する方法を説明します。サイトコア アナリティクス アイテムをコンテンツ アイテムに関連付ける方法についても説明します。

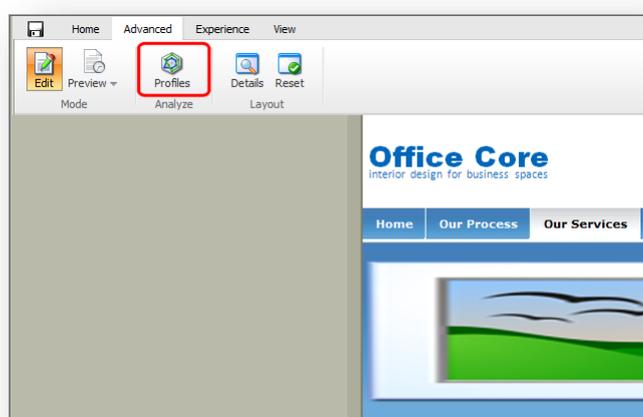
- プロファイルとスコアに値を設定する
- ゴールをアイテムと関連付ける
- キャンペーンをコンテンツ アイテムに関連付ける
- イベントをアイテムに設定する
- 失敗した場合のアクションをアイテムに設定する
- アナリティクス ページの設定

3.1 プロファイルとスコアに値を設定する

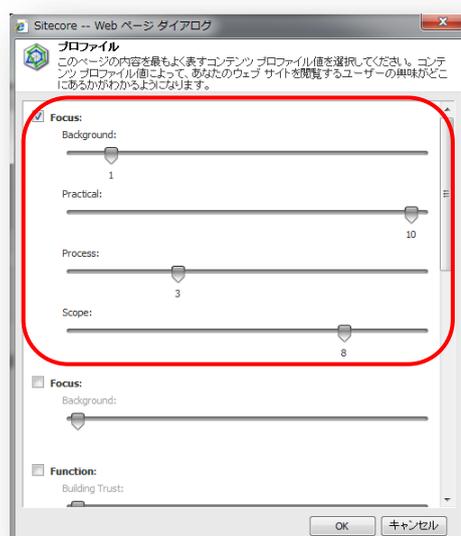
Web サイトのコンテンツ アイテムへの値の設定は、プロファイルとプロファイル キーの作成が完了した後に行います。プロファイル キーに値を設定するためにはコンテンツ エディターまたはページ エディターを使用します。

3.1.1 ページ エディターを使用してコンテンツ アイテムにプロファイル値を設定する

1. ページ エディターを開き、オフィスコアの Web サイトで Our Services のページに移動します。
2. ページ エディターの [高度な設定] タブの [解析] グループで [プロファイル] をクリックして [プロファイル] ダイアログ ボックスを開きます。



3. [プロファイル] ダイアログ ボックスで [Focus] チェックボックスをオンにし、スライダー コントロールを移動してプロファイル キーに値を設定します。



これで [Focus] プロファイルに値を設定することができました。

4. この手順を各プロファイル キーに対して繰り返します。

メモ

コンテンツ アイテムに適さない場合には、プロファイル キーの値を空白にしておくことも可能です。

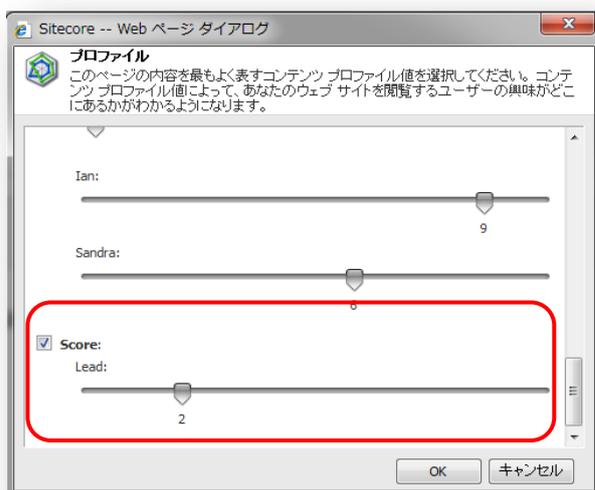
5. プロファイル キーへの値の設定の完了後、[OK] をクリックし、[プロファイル] ダイアログ ボックスを閉じて変更を保存します。

メモ

プロファイル キーを編集する前にその横のチェックボックスをオンにしない場合は、値は保存されません。

3.1.2 スコアを設定する

コンテンツ アイテムにプロファイル値を設定する場合と同様の方法で、[プロファイル] ダイアログ ボックスを使用してコンテンツ アイテムにスコアを設定することも可能です。



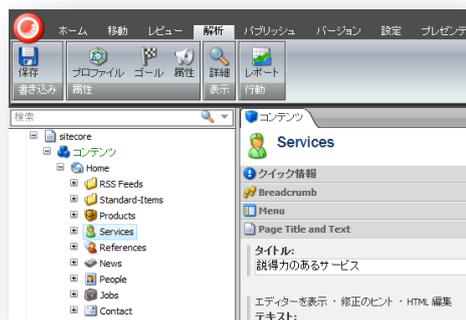
3.1.3 コンテンツ エディターを使用してコンテンツ アイテムにプロファイル値を設定する

コンテンツ エディターを使用してコンテンツ アイテムにプロファイル値を設定することも可能です。

コンテンツ エディターを使用してコンテンツ アイテムにプロファイル値を設定する方法:

1. コンテンツ エディターでコンテンツ ツリーを展開し、プロファイル値を設定するアイテムを検索します。

2. [解析] タブの [属性] グループで [プロフィール] をクリックして [プロフィール] ダイアログ ボックスを開きます。



3. [プロフィール] ダイアログ ボックスで、前のセクションで説明した手順を繰り返します。

3.2 ゴールをアイテムと関連付ける

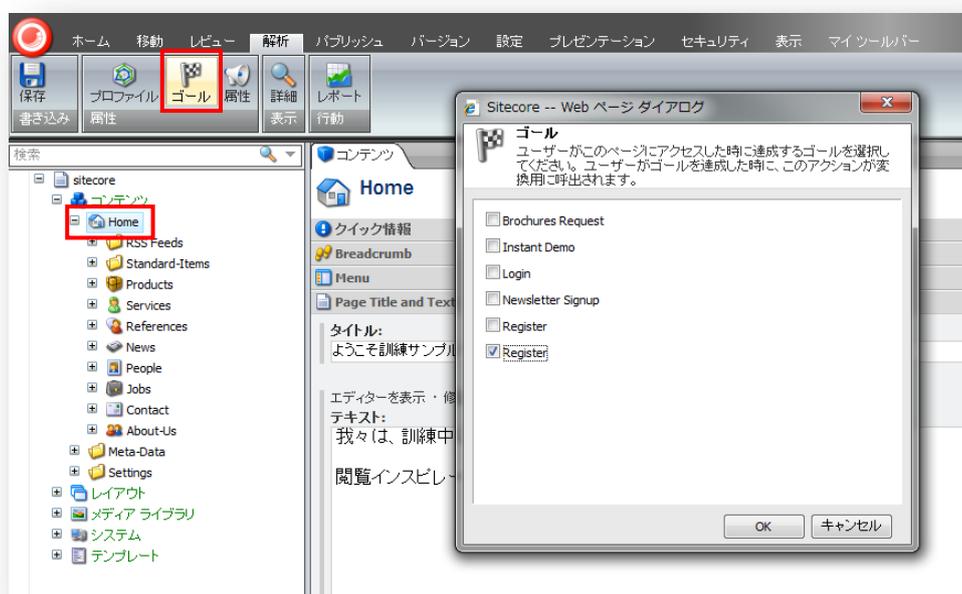
マーケティング センターでゴールを作成した後に、ゴールをコンテンツ アイテムに関連付ける必要があります。

ゴールに関連付けられたページにビジターが訪れると、サイトコア アナリティクスにはコンバージョンが記録されます。

この例では、Register ゴールを HOME アイテムに設定します。

ゴールをコンテンツ アイテムに関連付ける手順：

1. コンテンツ エディターを開きます。
2. HOME アイテムに移動します。
3. [解析] タブをクリックし、[属性] グループで [ゴール] をクリックします。



4. [ゴール] ダイアログ ボックスで [Register] ゴールを選択します。
5. [OK] をクリックして変更を保存します。

これで Register ゴールの HOME アイテムへの設定が完了しました。

3.3 キャンペーンをコンテンツ アイテムに関連付ける

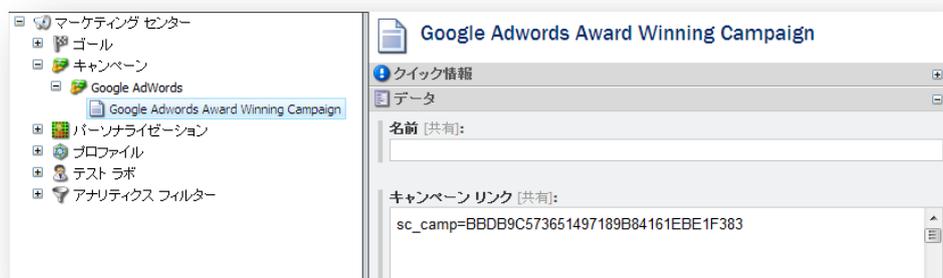
マーケティング センターでキャンペーンを作成した後に、サイトコア アナリティクスでキャンペーンを開始し、サイトのビジターがどのキャンペーンを訪れたのかをトラッキング可能にする必要があります。

オンライン キャンペーン

オンライン キャンペーンはキャンペーン定義アイテムとキャンペーン イベントから構成されます。オンライン キャンペーンをコンテンツ アイテムに関連付けるには、キャンペーンのクエリ文字列をスポンサード サイトにコピーし、場合によってはクエリ文字列を編集して Web サイトのページを指すようにする必要があります。

オンライン キャンペーンをコンテンツ アイテムに関連付ける手順:

1. マーケティング センターを開きます。
2. [キャンペーン] ノードを展開し、[Google AdWords Award Winning Campaign] をクリックします。



3. [キャンペーン リンク] フィールドでクエリ文字列をコピーします。
4. クエリ文字列をスポンサード サイトに貼り付けます。

この例では Google AdWords キャンペーンを使用しています。

5. キャンペーン クエリ文字列をスポンサード サイトに貼り付けます。



クエリ文字列をサイトの URL に追加する必要があります。この例では Web サイトの URL は:

`www.sitecore.net/default.aspx`

このキャンペーンのクエリ文字列は:

```
sc_camp=E0E6A1A02F5342F1BC30DABCC3670A20
```

クエリ文字列を挿入した後、疑問符 (?) を挿入して Path を完成させる必要があります。(疑問符は [キャンペーン リンク] フィールドには含まれていません)

```
www.sitecore.net/default.aspx?sc_camp=E0E6A1A02F5342F1BC30DABCC3670A20
```

6. デフォルトではキャンペーン クエリ文字列はホームページにリンクします。別のページをポイントするためには、クエリ文字列を編集する必要があります。

たとえば、 /default.aspx? を /Our-Services.aspx? に置換することが可能です。



ビジターがこのキャンペーンから Web サイトを訪れた場合、サイトコア アナリティクスのキャンペーン イベントが開始され、これは直近のセッション（人間）レポートに記録されます。

オフライン キャンペーン

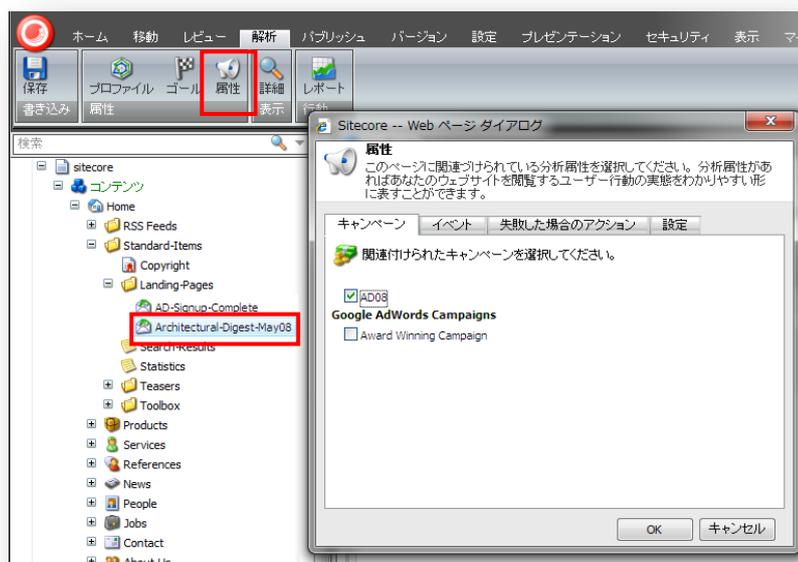
オフライン キャンペーンはキャンペーン定義アイテムとキャンペーン イベントと最初に訪れるページ（エイリアスを使用して到達します。ランディング ページとも呼ばれます）から構成されます。

オフライン キャンペーンを開始するためには、コンテンツ エディターを使用してキャンペーン イベントと最初に訪れるページを関連付けます。この例では AD08 キャンペーンを最初に訪れるページ Architectural-Digest-May-08 と関連付けます。

オフライン キャンペーンを最初に訪れるページに関連付ける手順:

1. コンテンツ エディターを開きます。
2. コンテンツ エディター のコンテンツ ツリーで [Standard-Items] フォルダーに移動します。[Landing-Pages] フォルダーを開き [Architectural-Digest-May08] コンテンツ アイテムを選択します。

3. [解析] タブの [属性] グループで [属性] をクリックして [属性] ダイアログ ボックスを開きます。



4. [属性] ダイアログ ボックスで [AD08] キャンペーンを選択します。
5. [OK] をクリックします。

ビジターがこのキャンペーンから Web サイトに訪れた場合、キャンペーン イベントが開始され、これはサイトコア アナリティクスの直近のセッション（人間） レポートに記録されます。

3.4 イベントをアイテムに設定する

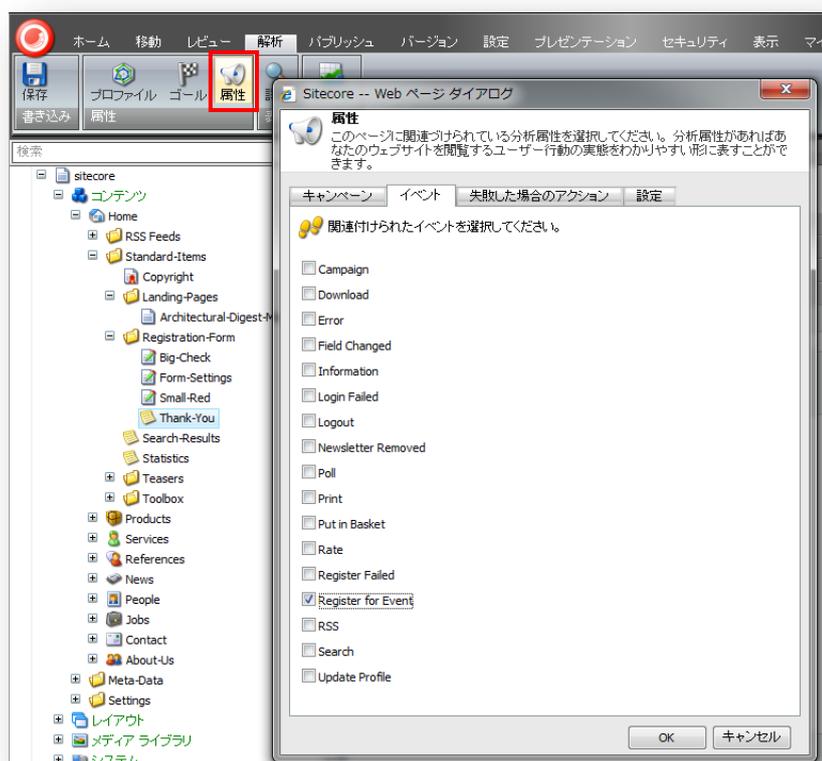
イベントは Web サイトのユーザーのトラッキングに使用されます。イベントはビジターによる Web サイトの閲覧行動の全体像を把握するために役立ちます。

ビジターが Web サイトで特定の目的を達成した場合、またはビジターがプロモーションやキャンペーンからサイトに訪れた場合に、ゴールとキャンペーン イベントが開始されます。これらのイベントはサイトコア アナリティクスによりトラッキングされ、キャンペーンとコンバージョンのトラッキング レポートに表示されます。

またその他のイベントをコンテンツ アイテムに関連付けることも可能です。ダウンロード、検索、登録、ログアウトなどのイベントをトラッキング可能です。Sitecore の管理者は必要に応じて追加のイベントを作成することができます。

イベントをコンテンツ アイテムに割り当てる手順:

1. [コンテンツ エディター] でコンテンツ ツリーを展開し、イベントを割り当てるコンテンツ アイテムに移動します。
2. [解析] タブの [属性] グループで [属性] をクリックして [属性] ダイアログ ボックスを開きます。
3. [属性] ダイアログ ボックスで [イベント] タブをクリックし、コンテンツ アイテムに割り当てるイベントを選択します。



4. [OK] をクリックして変更を保存し、[属性] ダイアログ ボックスを閉じます。

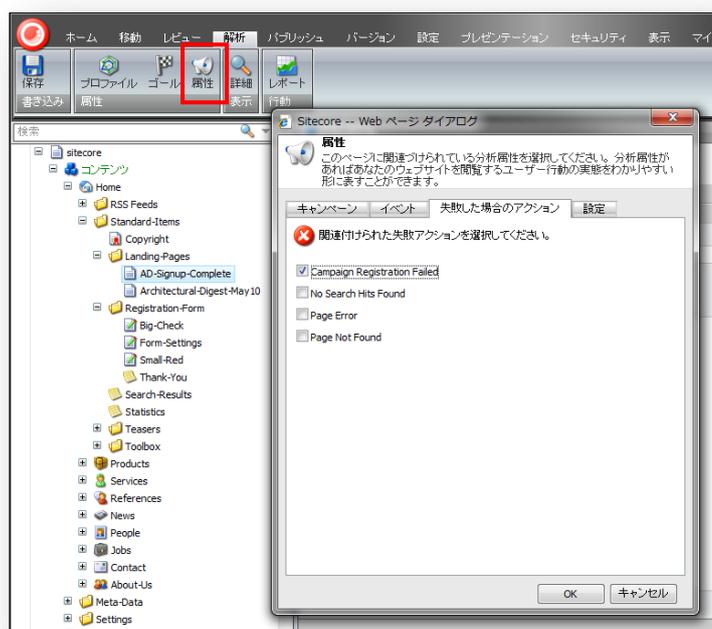
3.5 失敗した場合のアクションをアイテムに設定する

失敗した場合のアクションもアイテムに設定できるイベントの 1 つです。通常はページ エラーはプログラムによって記録されます。しかし失敗した場合のアクションを使用して、Web サイトで発生するページ エラーをサイトコア アナリティクスで記録することが可能です。

たとえば、エラーが発生した際にビジターに表示するエラー ページがある場合には、そのページにページ エラーなどの失敗した場合のアクションを関連付けることが可能です。このページがビジターに表示された場合、サイトコア アナリティクスにページ エラーが記録され、サイトで発生したこのようなすべてのページ エラーをトラッキングすることができます。

失敗した場合のアクションをコンテンツ アイテムに割り当てる手順：

1. [コンテンツ エディター] でコンテンツ ツリーを展開し、失敗した場合のアクションを割り当てるコンテンツ アイテムに移動します。
2. [解析] タブの [属性] グループで [属性] をクリックして [属性] ダイアログ ボックスを開きます。
3. [属性] ダイアログ ボックスで [失敗した場合のアクション] タブをクリックし、コンテンツ アイテムに割り当てるイベントを選択します。



4. [OK] をクリックして変更を保存し、[属性] ダイアログ ボックスを閉じます。

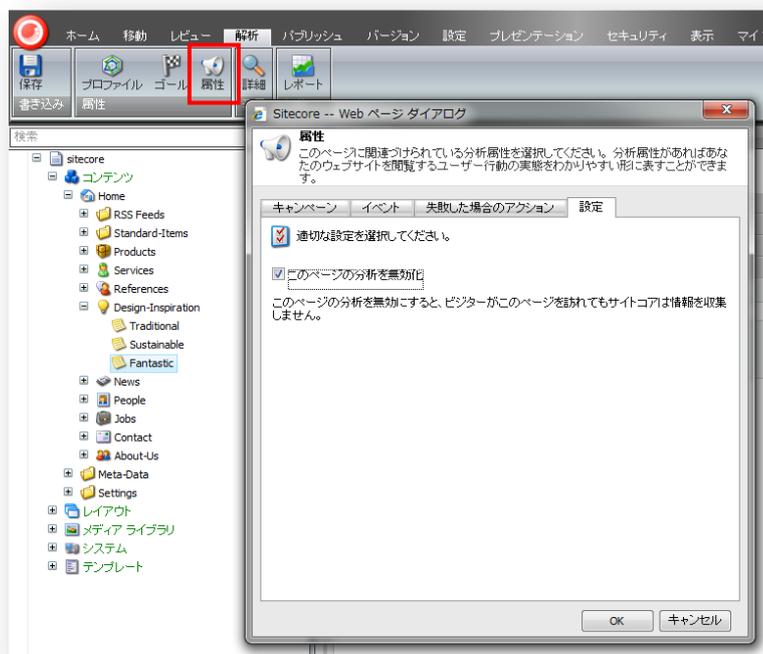
3.6 アナリティクス ページの設定

[設定] タブの [このページの分析を無効化] のチェックボックスをオンにすることによって、Web サイト上の任意のコンテンツ アイテムの分析を無効にすることが可能です。この設定を適用すると、そのページはサイトコア アナリティクスのビジター セッションの軌跡情報やその他のレポートで表示されません。

この機能は、たとえばビジターを自動的に他のページにリダイレクトするページがある場合などに有益です。そのようなページはレポートから除外するのがよいでしょう。

コンテンツ アイテムに設定を割り当てる手順:

1. [コンテンツ エディター] でコンテンツ ツリーを展開し、レポートから除外するコンテンツ アイテムに移動します。
2. [解析] タブの [属性] グループで [属性] をクリックして [属性] ダイアログ ボックスを開きます。
3. [属性] ダイアログ ボックスで [設定] タブをクリックし、[このページの分析を無効化] のチェックボックスをオンにしてコンテンツ アイテムに設定を割り当てます。



4. [OK] をクリックして変更を保存し、[属性] ダイアログ ボックスを閉じます。

Chapter 4

アナリティクスのレポート

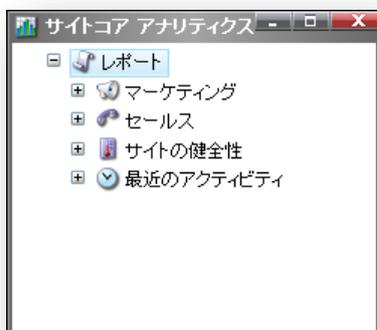
この章ではサイトコア アナリティクスのレポート システムを使用して、Online Marketing Suite が収集した統計情報を表示し、分析し、改良する方法について説明します。

この章では次の内容と手順を説明します：

- サイトコア アナリティクス レポートの実行
- セッションの軌跡情報の表示
- サイトのビジターを分類する
- レポートを購読する
- CRMと連携する
- レポート

4.1 サイトコア アナリティクス レポートの実行

サイトコア アナリティクスは直ちに活用可能な多くのスタンダード レポートを備えています。これらのレポートは次のグループのように分類できます:



マーケティング

キャンペーン、ゴール、サイト メトリクス、多変量テスト

セールス

リード レポートまたはその他のスコア情報

サイトの健全性

遅いページ、見つからない URL

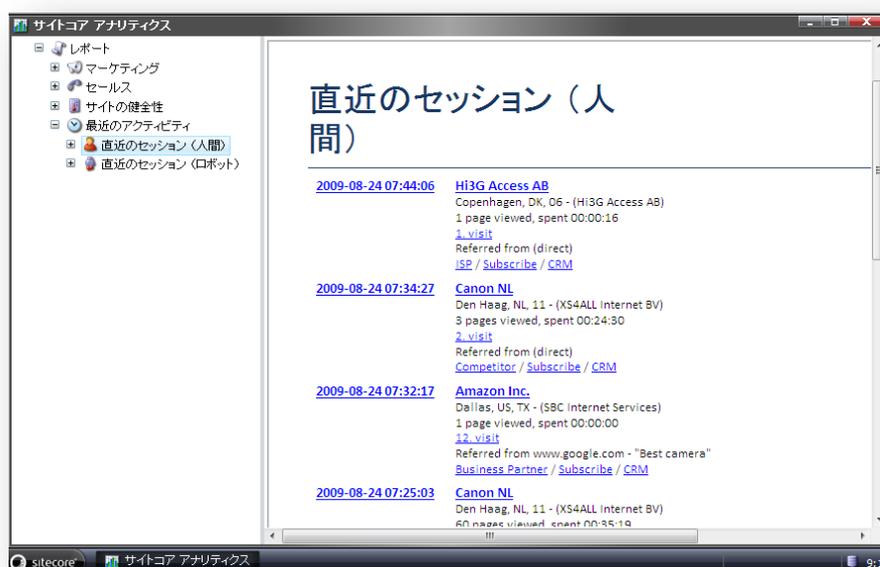
最近のアクティビティ

直近のセッション (人間)、直近のセッション (ロボット)

サイトコア アナリティクス レポートを開く手順:

1. Sitecore デスクトップから Sitecore ボタンをクリックし、次に [サイトコア アナリティクス] をクリックします。
2. サイトコア アナリティクス で展開したいノード、たとえば [最近のアクティビティ] をクリックし、次に [直近のセッション (人間)] レポートをクリックします。

レポートが サイトコア アナリティクス ウィンドウの右側のパネルに表示されます。



マーケティング

[マーケティング] ノードから参照可能なレポートを次の表にまとめます:

| マーケティング レポート | 説明 |
|----------------------|--|
| キャンペーン | すべてのキャンペーンを一覧表示します。 |
| キャンペーンの詳細 | すべてのキャンペーン定義アイテムとキャンペーン イベントを一覧表示します。 次の統計情報を表示します: <ul style="list-style-type: none"> • 訪問の数 • ゴールのコンバージョン レート • プロファイル スコア |
| キャンペーンの概要 | すべてのキャンペーン定義アイテムを一覧表示します。 次の統計情報を表示します: <ul style="list-style-type: none"> • 訪問の数 • ゴールのコンバージョン レート • プロファイル スコア |
| コンバージョンとプロフィールの追跡 | すべてのサイト ビジターによって達成したゴールの全体を表示します。 |
| トラッキング - はじめて訪れたビジター | 初回のサイト ビジターによって達成したゴールを表示します。 |
| トラッキング - 再度訪問したビジター | 再度訪問したサイト ビジターによって達成したゴールを表示します。 |
| ダウンロード | ダウンロードされたすべてのアイテムを一覧表示します。最も直近のものから順に表示します。 |
| メトリクス | Web サイトの総訪問数、総ページ ビュー、訪問あたりの平均ページ ビューを表示します。 訪問数とページ ビューの数はグラフでも表示されます。 |
| 新規ビジターのメトリクス | 新規ビジターに関して次のメトリクスを表示します: <ul style="list-style-type: none"> • 総訪問数。 • 総ページ ビュー。 • 訪問あたりの平均ページ ビュー。 訪問数とページ ビューの数はグラフでも表示されます。 |

| マーケティング レポート | 説明 |
|----------------------|---|
| 再訪問したビジターのメトリクス | 再訪問したビジターに関して次のメトリクスを表示します： <ul style="list-style-type: none"> 総訪問数。 総ページ ビュー。 訪問あたりの平均ページ ビュー。 訪問数とページ ビューの数はグラフでも表示されます。 |
| 多変量テスト | 多変量テストごとに次を表示します。 <ul style="list-style-type: none"> テスト変数ごとのセッション来訪比率。 テスト変数ごとのセッション来訪数。 テスト変数ごとのセッション コンバージョン比率。 テスト変数ごとのセッション コンバージョン数 |
| サイト検索 | Web サイトで実行されたすべての検索を一覧表示します。 |
| ビジターが閲覧した最終ページのランキング | ビジターが Web サイトで最後に閲覧したページのランキングを表示します。 |
| 検索エンジン キーワードのランキング | Google、Yahoo、Live Search などの検索エンジンで使用されて Web サイトへの訪問につながったキーワードのランキングを表示します。 |
| 最初に訪れるページのランキング | これはビジターの入り口です。Web サイトで最初に訪れたページのランキングを表示します。 |
| ビジターが訪れたページのランキング | Web サイトでビジターが訪れたページのランキングを表示します。 |
| 参照元サイトのランキング | ビジターの参照元の Web サイトのランキングを表示します。たとえば、ビジターが Google の検索でサイトを見つけた場合には参照元は Google.com です。 |

セールス

セールス部分の表示を構成して独自のレポートを表示することが可能です。たとえばリードのスコアを記録する場合、営業部門に対してリード レポートを表示することができます。

ここで競合他社を見出すことができる場合もあります。アナリストとプレスのレポートは競合他社レポートと同様の形式で構成されています。

サイト管理者がこの部分のレポートを構成することができます。

サイトの健全性

ここでは Web サイトで発生したエラーに関するレポートが表示されます。サイトの健全性のレポートは Web サイトや Web サーバーに関する潜在的な問題を発見し、さらに調査が必要な問題点を明らかにするために役立ちます。

[サイトの健全性] ノードを展開して利用可能なレポートを表示します。



| サイトの健全性レポート | 説明 |
|--------------|---|
| 一般的な失敗 | Web サイトで発生した一般的なエラーを表示します。たとえば、検索結果がヒットしなかった、ユーザー サブスクリプションのエラー、ログイン失敗、などです。 |
| 直近のエラー | Web サイトで直近に発生したエラーを表示します。たとえば、ビジターがログインに失敗した、ビジターの行った検索結果がヒットしなかった、などです。 |
| 見つからない URL | 見つからなかった URL を表示します。 URL が [Direct] と表示されている場合、ビジターがブラウザーにアドレスを間違えて入力したことを示します。これは最もよくあるエラーです。 |
| レポート エラーのページ | エラーが発生したすべてのページを表示します。 |
| 遅いページ | ロードに時間のかかったページを、最も遅いものから順に表示します。 |

最近のアクティビティ

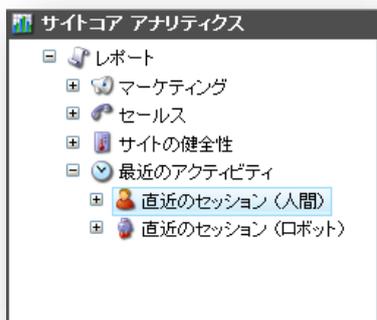
最近のアクティビティ レポートは Web サイトへの最近の訪問を表示します。

| 最近のアクティビティ レポート | 説明 |
|-----------------|--|
| 直近のセッション (人間) | 人間のビジターによる Web サイトへのセッション (アクティブ セッションを含みます) を、直近のものから順に表示します。 |
| 直近のセッション (会社) | ビジターが会社であると分類されたセッションを表示します。 |
| 直近のセッション (ISP) | ビジターが ISP であると分類されたセッションを表示します。 |
| 未定義のセッション | ビジターが認識されていないセッションを表示します。 |

| 最近のアクティビティ レポート | 説明 |
|----------------------|--|
| 直近のセッション (ロボット) | ロボットによるセッションを表示します。 たとえば Web ボットや有害なロボットなどです。 |
| ロボットと自動判別された直近のセッション | ロボットとして自動判別されたセッションを表示します。 |

4.2 セッションの軌跡情報の表示

直近のセッション (人間) レポートを開いて Web サイトへの訪問を一覧表示します。直近のものから順に表示されます。



個々のセッションのタイムスタンプをクリックするとセッション レポートが開き、セッションの詳細が表示されます。

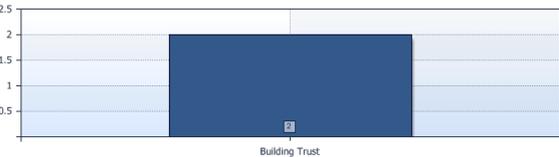
直近のセッション（人間）

- [2009-08-24 08:57:56](#) [Dell UK](#)
 London, GB, H9 - (MurphX Innovative Solutions)
 1 page viewed, spent 00:03:20
[2.visit](#)
 Referred from (direct) - "Best camera"
[Business Partner / Subscribe / CRM](#)
- [2009-08-24 08:57:36](#) [Dell UK](#)
 London, GB, H9 - (MurphX Innovative Solutions)
 12 pages viewed, spent 00:05:32
[4.visit](#)
 Referred from www.google.dk
[Business Partner / Subscribe / CRM](#)
- [2009-08-24 08:34:35](#) [PopPhoto](#)
 Milford, US, NH - (Comcast Cable)
 19 pages viewed, spent 00:02:43
[5.visit](#)
 Referred from (direct) - "Nicam"
[Press / Subscribe / CRM](#)
 Conversion: Login
- [2009-08-24 08:32:36](#) [PopPhoto](#)
 Milford, US, NH - (Comcast Cable)
 5 pages viewed, spent 00:01:35
[4.visit](#)
 Referred from (direct) - "Nicam"
[Press / Subscribe / CRM](#)
- [2009-08-24 08:25:30](#) [PopPhoto](#)
 Milford, US, NH - (Comcast Cable)
 19 pages viewed, spent 00:02:43
[5.visit](#)
 Referred from (direct) - "Nicam"
[Press / Subscribe / CRM](#)

セッション

Name: [PopPhoto](#) [Classify](#)
 Country: US [Subscribe](#)
 City: Milford [CRM](#)
 Region: NH
 ISP: Comcast Cable
 Referrer: (direct) - "Nicam"
 Date/time: 2009-08-24 08:34:35
 Visit no.: 5
 Page Count: 19
 Duration: 00:02:43

Function:



00:00:00 [/default.aspx](#)
Triggered campaign 1ec2a50e-b7cf-47fb-84e3-6d4f1eca776f [Event: Campaign]

00:00:09 [/en/Products/Find the Right Nicam.aspx](#)
Product Finder used [Event: Product Finder used]

00:00:29 [/en.aspx](#)
Username: "extranet\jld" [Goal: Login]

00:00:46 [/en/Community.aspx](#)

00:00:51 [/en/My_Nicam.aspx](#)

00:00:56 [/en/My_Nicam/My](#)

セッション レポートはサイトの訪問に関する詳細を表示します。

| セッション レポートの詳細 | 説明 |
|----------------|--|
| Name | ビジターの会社または組織。 |
| Country | ビジターの国 (IP アドレスから判別)。 |
| City | ビジターの市。 |
| Region | 地域名を示すコード。 |
| ISP | ISP (インターネット サービス プロバイダー) の名前。 |
| Referrer | 参照元。たとえば検索による場合、Google.com など。 |
| Date/time | 訪問の日時。 |
| Visit no. | 訪問を識別する連続番号。 |
| Page Count | サイトの訪問で表示されたページの数。 |
| Duration | 訪問で費やされた時間。 |
| Profile values | 各プロファイル キーに対するプロファイル スコアを棒グラフで示します。 |
| Session trail | 訪問で表示されたすべての Web ページそのハイパーリンク。各 URL は時間経過とともに表示されています。 |

ビジターの名前をクリックすると セッション レポートが開き、そのビジターによる Web サイトへの訪問が日付順に一覧表示されます。

直近のセッション（人間）

| | |
|-------------------------------------|---|
| 2009-08-24 08:57:56 | Dell UK London, GB, H9 - (MurphX Innovative Solutions) 1 page viewed, spent 00:03:20 2. visit Referred from (direct) - "Best camera" Business Partner / Subscribe / CRM |
| 2009-08-24 08:57:36 | Dell UK London, GB, H9 - (MurphX Innovative Solutions) 12 pages viewed, spent 00:05:32 1. visit Referred from www.google.dk Business Partner / Subscribe / CRM |
| 2009-08-24 08:34:35 | PopPhoto Stratham, US, NH - (Comcast Cable) 19 pages viewed, spent 00:02:48 5. visit Referred from (direct) - "Nicam" Press / Subscribe / CRM Conversion: Login |
| 2009-08-24 08:32:36 | PopPhoto Milford, US, NH - (Comcast Cable) 5 pages viewed, spent 00:01:35 4. visit Referred from (direct) - "Nicam" Press / Subscribe / CRM |
| 2009-08-24 08:25:30 | PopPhoto |

セッション

PopPhoto
Stratham, US, NH - (Comcast Cable)

[2009-aug-25 11:49:18](#)
29 pages viewed, spent 00:02:48
[2. visit](#)
Referred from (direct) - "D3X"
[Press / Subscribe / CRM](#)
Conversion: Product finder Select product
Conversion: Rate Page
Conversion: Login

PopPhoto
Milford, US, NH - (Comcast Cable)

[2009-aug-24 08:34:35](#)
19 pages viewed, spent 00:02:48
[5. visit](#)
Referred from (direct) - "Nicam"
[Press / Subscribe / CRM](#)
Conversion: Login

[2009-aug-24 08:32:36](#)
5 pages viewed, spent 00:01:35
[4. visit](#)
Referred from (direct) - "Nicam"
[Press / Subscribe / CRM](#)

[2009-aug-24 08:25:30](#)
29 pages viewed, spent 00:06:52
[3. visit](#)
Referred from (direct)
[Press / Subscribe / CRM](#)
Conversion: Register
Conversion: Subscribe community
Conversion: Upload photos

[2009-aug-24 08:22:31](#)
30 pages viewed, spent 00:02:38
[2. visit](#)

セッションの 1 つをクリックすると、セッション レポートが開き、そのセッションに関する詳細情報が表示されます。

4.3 サイトのビジターを分類する

サイトコア アナリティクスによって Web サイトのビジターを分類することが可能です。ビジターを自社内、競合他社、ロボット、などと分類することができます。これらの分類によって統計情報をフィルターすることで情報の質を向上させ、ひいてはビジターのセグメンテーションの精度の向上に役立ちます。

サイトの統計情報をより有効なものとするため、サイト ビジターの分類を早期に、また高い頻度で実行することを推奨します。ビジターの分類は組織に役立ち、営業部門を活性化し、コンテンツのパーソナライゼーションを容易にします。

サイト ビジターを分類する手順：

1. サイトコア アナリティクスを開きます。
2. [最近のアクティビティ] を展開し、[直近のセッション (人間)] レポートをクリックします。
3. 分類されていないビジター セッションを選択します。



4. [Classify] をクリックして、[ビジター分類] ダイアログ ボックスを開きます。



5. [ビジター分類] ダイアログ ボックスでスライダーを使用して適切な値を選択します。

オフィスコアの Web サイトでは次の値を定義しています：

| 属性 | 値の説明 |
|---|---|
| Business, IP Address, DNS, This Visitor | 値を下記から選択します： <ul style="list-style-type: none"> • 未定義 • ビジネス ビジター • ビジターの ISP • 既存のお客様 • アナリスト • プレス • サプライヤー • ビジネス パートナー • 競合他社 • 自社 • ボット - フィードリーダー • ボット - 検索エンジン • ボット - 未定義 • ボット - 自動検出 • ボット - 有害なボット |

| 属性 | 値の説明 |
|------------|--|
| User Agent | 値を下記から選択します: <ul style="list-style-type: none">• ボット - フィードリーダー• ボット - 検索エンジン• ボット - 未定義• ボット - 自動検出• ボット - 有害なボット |

6. [OK] をクリックして変更を保存します。

メモ

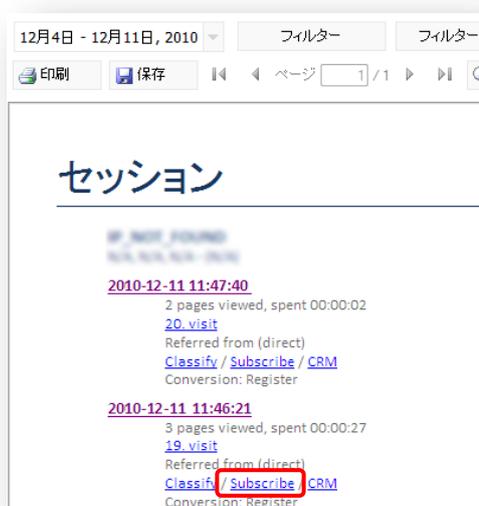
これらの属性と値は、ビジター分類のコンセプトを説明する目的のためにオフィスコアの Web サイトで使用されている例を示したものです。

4.4 レポートを購読する

関心のあるレポートを購読することが可能です。たとえば、特定のサイト ビジターに関するレポートを購読すると、そのビジターが Web サイトを再び訪問する都度レポートを購読することができます。

レポートを購読する手順:

1. サイトコア アナリティクスを開きます。
2. 購読したいレポートを開きます。
3. [Subscribe] をクリックします。



ユーザーの電子メール アドレスは Sitecore のユーザー情報の一部として保存されています。レポートを購読すると、次のメッセージが表示されます:



4.5 CRM と連携する

Sitecore のレポートを CRM システムと連携させることも可能です。

[CRM] をクリックすると、[CRM Integration Page - Not Implemented Yet] というメッセージが表示される場合があります。



このリンクの動作は Web サイトで CRM 連携をどのように実装するかに依存します。

CRM 連携に関する詳細は Web サイトの管理者に相談してください。

4.6 レポート

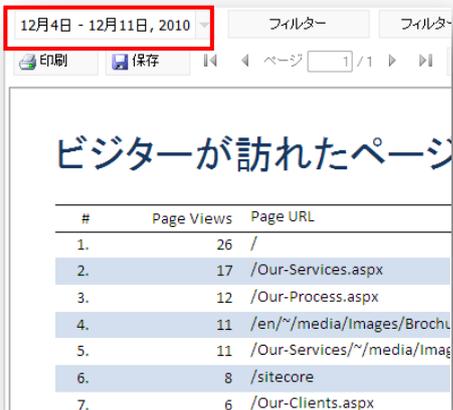
Sitecore のレポートをより利用しやすくするための各種の方法があります。

次のことを行うことが可能です：

- レポートの日付範囲を変更する。
- レポートを保存する。
- レポートでフィルターを使う。
- レポートを印刷する。

4.6.1 日付範囲を選択する

レポートを開くと、レポート ビューアーの最上部に表示するデータの日付範囲を指定するフィルターがあります。



The screenshot shows a report viewer interface. At the top, there is a date range filter set to "12月4日 - 12月11日, 2010". Below the filter are buttons for "印刷" (Print), "保存" (Save), and "ページ 1 / 1". The main content is a table titled "ビジターが訪れたページ" (Pages visited by visitors).

| # | Page Views | Page URL |
|----|------------|---------------------------|
| 1. | 26 | / |
| 2. | 17 | /Our-Services.aspx |
| 3. | 12 | /Our-Process.aspx |
| 4. | 11 | /en/~media/Images/BrochU |
| 5. | 11 | /Our-Services/~media/Imag |
| 6. | 8 | /sitecore |
| 7. | 6 | /Our-Clients.aspx |

レポートの日付範囲を変更する手順：

1. サイトコア アナリティクスでレポートを開きます。
2. レポートの最上部の日付をクリックすると日付範囲のフィルターが表示されます。



The screenshot shows the date range filter dialog box. It has a title bar with "12月4日 - 12月11日, 2010" and buttons for "フィルター" and "フィルターを保存". The "Date Range" section contains two date pickers: "2010/12/04" and "2010/12/11". There is an "適用" (Apply) button below the date pickers. At the bottom of the dialog, there are buttons for "印刷", "保存", "ページ 1 / 1", and a magnifying glass icon with "100%".

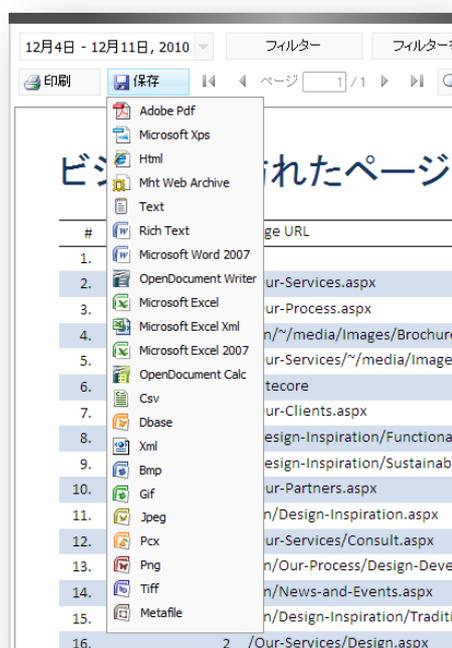
3. [Date Range] フィールドで開始日と終了日を日付フィールドに直接入力するか、またはカレンダー アイコンをクリックして日付を選択します。
4. [適用] をクリックしてレポートを更新して日付の選択を保存します。

4.6.2 レポートを保存する

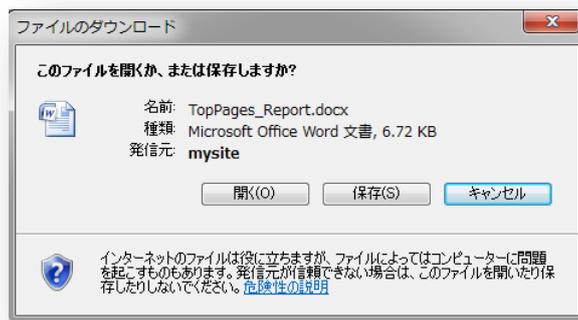
サイトコア アナリティクスではレポートを各種のフォーマットで保存することが可能です。たとえば ワード、PDF、XML、エクセル、テキストファイル、などです。非常に簡単にこれらのフォーマットでレポートを保存することができます。

レポートを保存する手順:

1. サイトコア アナリティクス を開きます。
2. レポートを開きます (たとえば、[ビジターが訪れたページのランキング] レポート)。
3. [保存] をクリックすると選択可能なフォーマットが表示されます。



4. フォーマットを選択します。たとえば Microsoft Word 2007 を選択します。



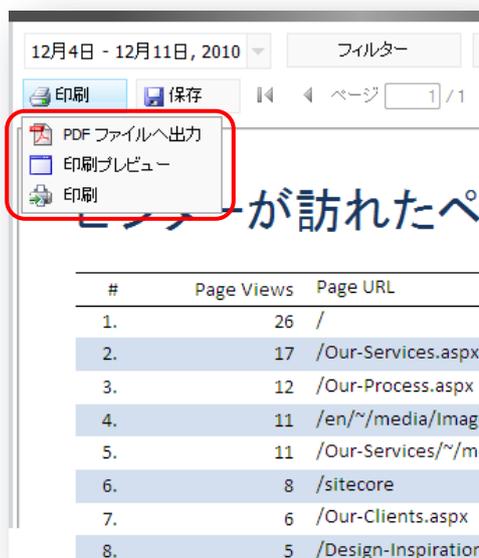
5. [開く] または [保存] をクリックします。
6. レポートを保存する場合には、ローカルのフォルダーに保存することができます。同様の手順で他のファイル フォーマットでレポートを保存することも可能です。

4.6.3 レポートを印刷する

Sitecore でレポートを表示し、それをレポート ビューアーから印刷することができます。

レポートを印刷する手順:

1. サイトコア アナリティクス でレポートを開きます (たとえば、[ビジターが訪れたページのランキング] レポート)。
2. [印刷] をクリックします。
3. 選択可能なオプションから 1 つを選択します。



| 印刷のオプション | 説明 |
|-------------|---|
| PDF ファイルへ出力 | レポートを Adobe Reader で PDF ファイルとしてプレビューするか、または PDF ファイルとして保存する。 |
| 印刷プレビュー | レポートを Internet Explorer の印刷フォーマットでプレビューする。レポートを印刷するには Internet Explorer のメニューから [ファイル] - [印刷] をクリックします。 |
| 印刷 | [印刷] のダイアログ ボックスを表示します。 |

4. [印刷] ダイアログ ボックスで [印刷] をクリックします。

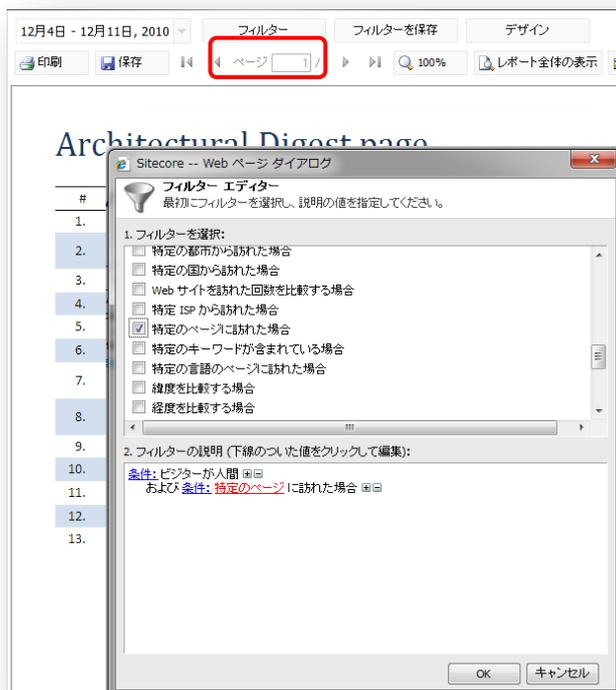
4.6.4 レポートにフィルターをかける

サイトコア アナリティクスではレポートにフィルターをかけて、レポートに含めるデータを変更することが可能です。

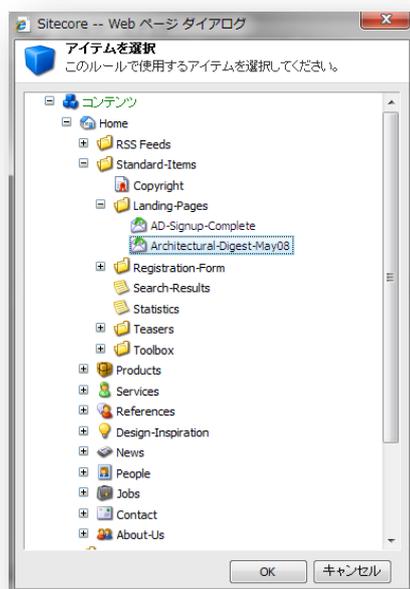
レポートにフィルターをかける手順:

1. サイトコア アナリティクスでレポートを開きます (たとえば、[ビジターが訪れたページのランキング] レポート)。この例では Web サイト上の特定のページに関する情報のみを表示するようにフィルターをかけます。
2. 既存のレポートを右クリックし、[複製] をクリックします。
3. 複製したレポートに適切な名前をつけます。たとえば、Architectural Digest Page とします。
4. 新しいレポートを開きます。

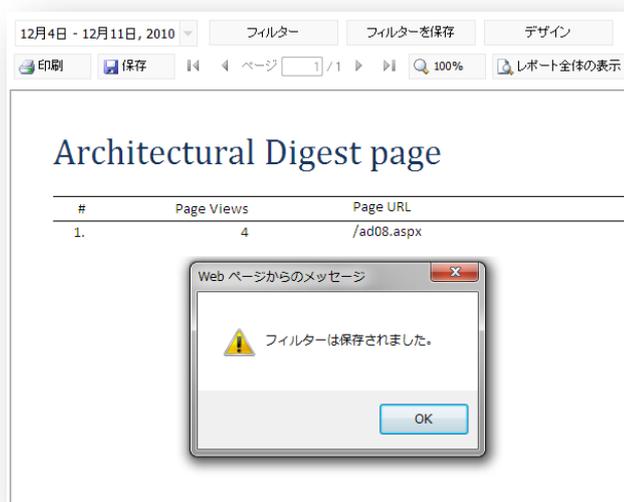
5. 新しいレポートで [フィルター] をクリックして [フィルター エディター] ダイアログ ボックスを開きます。



6. [フィルター エディター] ダイアログ ボックスの [フィルターを選択] セクションで [特定のページに訪れた場合] フィルターを選択します。
7. [フィルターの説明] セクションで [特定のページ] 変数をクリックして [アイテムを選択] ダイアログ ボックスを開きます。



8. [アイテムを選択] ダイアログ ボックスでフィルターで使用するページに移動します。
この例では Standard-Items/Landing-Pages/Architectural-Digest-May08 を使用します。
9. アイテムを選択し、[OK] をクリックして変更を保存します。
10. [フィルターを保存] をクリックして新しいフィルター条件を保存します。これでレポートはフィルターで指定した特定のページのみを表示します。



メモ

システム管理者は新しいフィルター条件を作成して、[フィルター エディター] で選択可能なフィルターを追加することができます。

4.6.5 レポートにフィルターをかけてサイト ビジターのセグメンテーションに役立てる

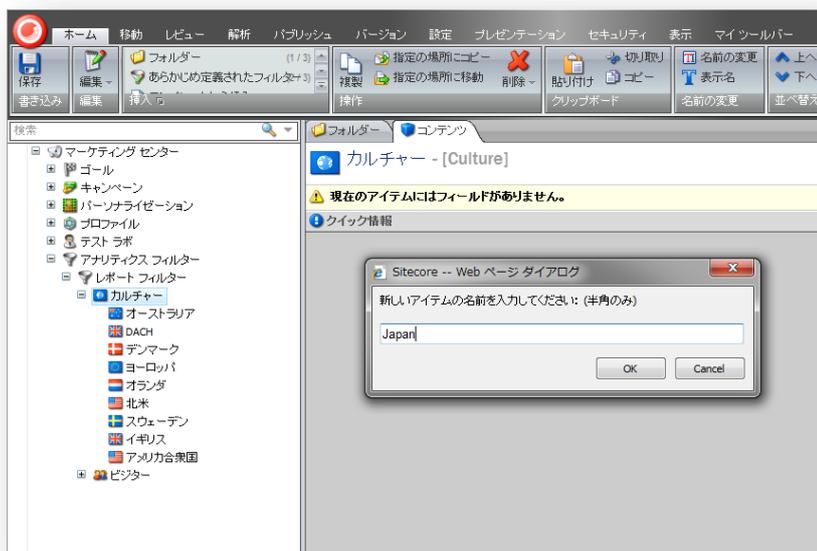
サイトコア アナリティクスではレポートに地域やプロフィールやその他の条件によるフィルターをかけて、サイト ビジターのセグメンテーションに役立てることが可能です。たとえば、特定の国 (たとえば日本) をセグメントとした新しいフィルターを作成することができます。

新規のフィルターを作成する

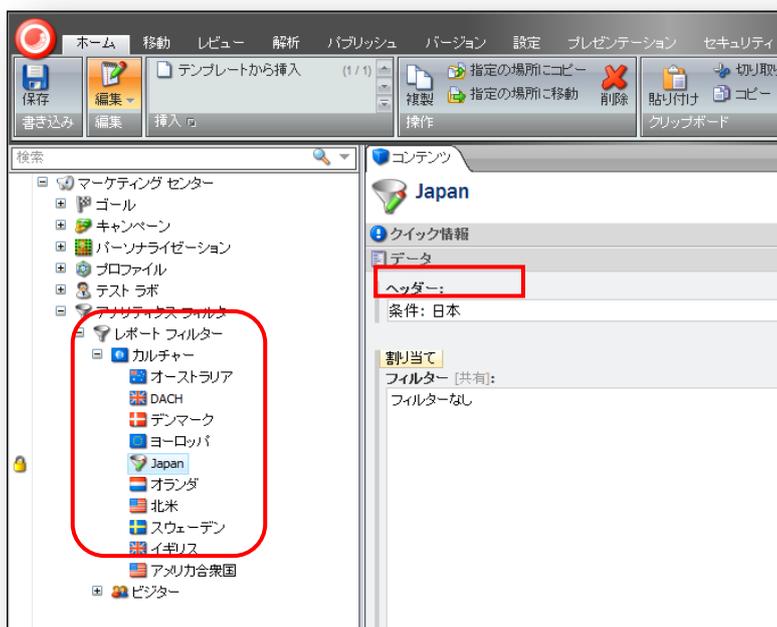
新規のフィルターを作成する手順:

1. マーケティング センターを開き、コンテンツ ツリーで アナリティクス フィルターレポート フィルター/カルチャー に移動します。

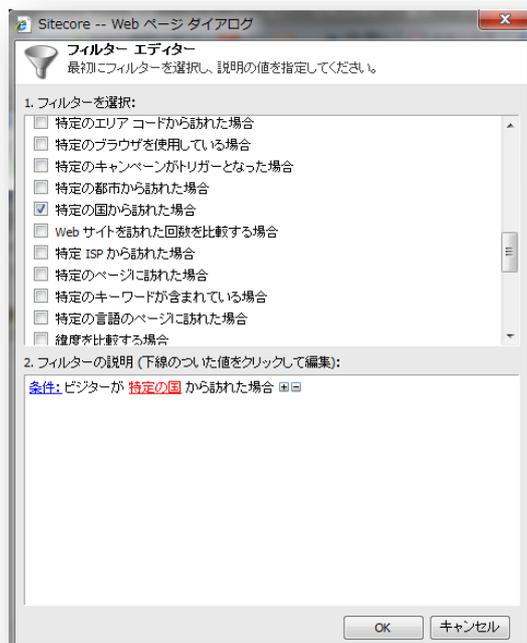
2. [挿入] グループで [あらかじめ定義されたフィルター] をクリックします。



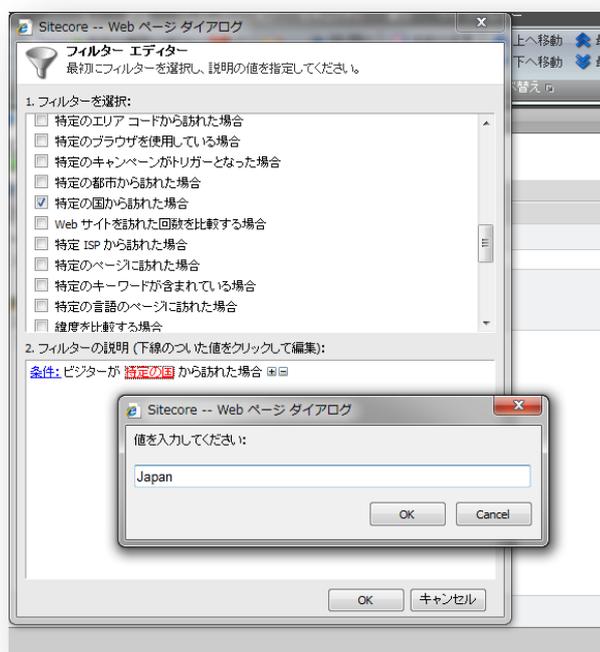
3. 新しいアイテムに Japan と名前を付けます。
4. 新しいアイテムの [ヘッダー] フィールドで条件: 日本と入力します。



5. [フィルター] フィールドで [割り当て] をクリックします。



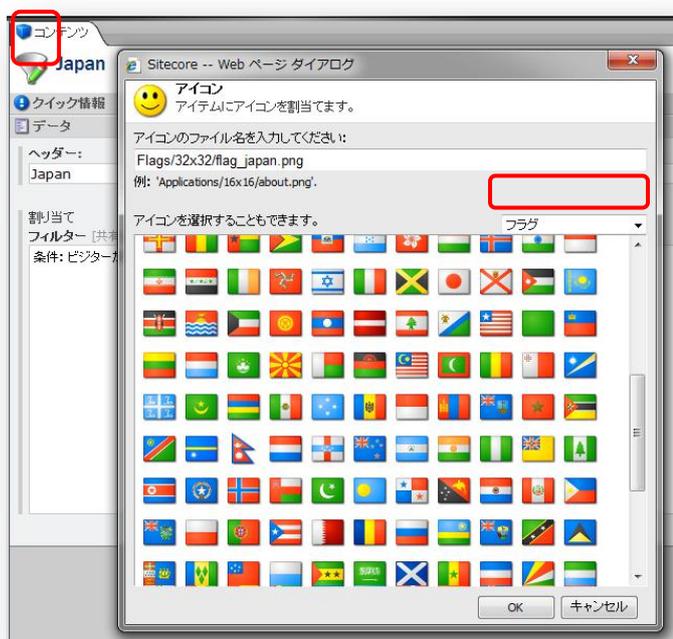
6. [フィルター エディター] ダイアログ ボックスで [特定の国から訪れた場合] フィルターを選択します。
7. [フィルターの説明] セクションで [特定の国] 変数をクリックします。
8. [値を入力してください] ダイアログ ボックスで Japan または JP(日本の国コード) と入力します。



9. [OK] をクリックして [フィルター エディター] を閉じて変更を保存します。

フィルターにアイコンを割り当てる

1. フィルターにアイコンを割り当てるには、フィルターアイテムを開きます。
2. コンテンツ アイテムでフィルター アイコンをクリックし [アイコン] ダイアログ ボックスを開きます。



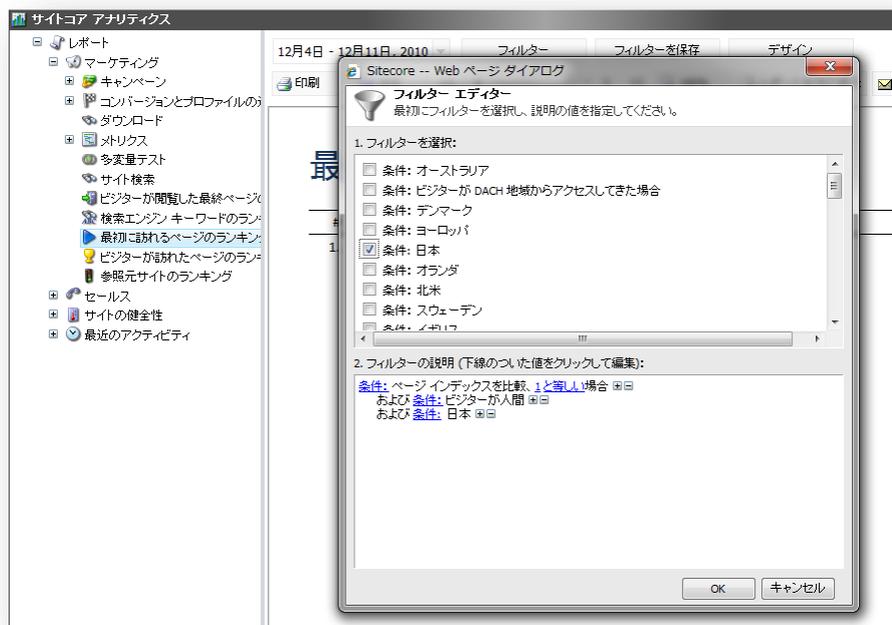
3. [アイコン] ダイアログ ボックスでドロップダウン ボックスを開き、[フラグ] を選択します。
4. 日本の国旗のアイコンを選択し、[OK] をクリックします。

新しいフィルターを確認する

作成された新しいフィルターを確認する手順:

1. Sitecore デスクトップから Sitecore ボタンをクリックし、次に [サイトコア アナリティクス] をクリックします。
2. サイトコア アナリティクスでレポートを開きます (たとえば、[最初に訪れるページのランキング])。
3. [フィルター] をクリックします。

[フィルター エディター] ダイアログ ボックスで条件: 日本 フィルターがリストに表示されていることを確認します。



4. [OK] をクリックして [フィルター エディター] ダイアログ ボックスを閉じます。