

salesforce

Marketing Cloud Social Studio 実装ガイド

Salesforce, Spring '21



本書の英語版と翻訳版で相違がある場合は英語版を優先するものとします。

© Copyright 2000–2020 salesforce.com, inc. All rights reserved. Salesforce およびその他の名称や商標は、salesforce.com, inc. の登録商標です。本ドキュメントに記載されたその他の商標は、各社に所有権があります。

目次

Social Studio 実装ガイド	1
Social Studio の前提条件	1
Social Studio でサポートされるソーシャルネットワーク	2
Social Studio の設定	5
ユーザーロールの権限	5
ユーザー管理	11
ユーザーの追加	12
シングルサインオン	13
ID プロバイダー情報を使用した Social Studio の設定	13
Social Studio ユーザーの SSO の有効化	14
Salesforce アカウントの登録	14
センチメントモデルの管理	15
ソーシャルアカウント	17
ソーシャルアカウントの追加	17
Google マイビジネスレビューアカウントの追加	17
広告アカウントの登録	18
ワークスペース	18
ワークスペースの作成	19
ソーシャルアカウントの管理	20
Social Studio ワークスペースでのユーザーの管理	21
ワークスペース設定の管理	21
ワークスペースへの広告アカウントの関連付け	22
承認	22
承認ルールの作成	23
プロモーション承認ルールの作成	24
ソーシャルリスニングの監視	26
エンゲージ	26
エンゲージ列の追加または削除	27
エンゲージ列のフィルター	27
分析	28
ダッシュボード	28
ワークベンチ	30
トピックプロファイル	31
トピックプロファイルの作成	32
トピックプロファイルの編集	34
トピックプロファイルへの複数のキーワードのインポート	34
Social Studio でのキーワードグループの管理	35

目次

トピックプロファイルへのソースグループの追加	35
マクロ	35
エンゲージメントマクロを使用した Social Studio の受信投稿の分類および処理 ...	36
公開マクロの作成	37
必要な情報を収集するための Social Studio レポートの調整	38
分析レポート	38
Social Studio レポートを使用した投稿のコンテンツパフォーマンスの追跡	40
投稿レポート	41
リアルタイム投稿レポート	41
Social Studio モバイル	42

Social Studio 実装ガイド

Social Studio は、ソーシャルメディア投稿の管理、スケジュール、作成、監視を1か所で行うソリューションです。投稿は、ブランド、領域、複数のチームと個人ごとに、統一されたインターフェイスで整理できます。Social Studio では、強力な公開とエンゲージメントのプラットフォームがコンテンツマーケターに提供され、ソーシャルネットワークと期間ごとに包括的なコンテンツパフォーマンスも提供されます。単一のインターフェイスにより、完全にカスタマイズ可能な、チームベースのコラボレーションプラットフォームが提供され、チャンネルとコンテンツのパフォーマンスを分析できます。現在のトレンドを分析し、コンテンツの新しいアイデアを推奨してください。

Social Studio の前提条件

開始するには、Marketing Cloud Social Studio の前提条件を確認してください。

Social Studio を使用する前に、以下の情報があることを確認します。

- Social Studio で使用するソーシャルアカウントのアカウント情報。
- Social Studio テナントでシングルサインオンを有効にする場合、会社の IT 部門から取得した ID プロバイダー (IdP) 情報
- Social Studio のログイン情報が含まれる `noreply@salesforce.com` からのアクティベーションメール。
アクティベーションメールを受信しない場合は、スパムフォルダーを確認し、ドメインが許可リストに登録されていることを確認してください。
- アクティブな Social Studio アカウント。
- URL を短縮するための Bitly アカウント。
- アクティブな Marketing Cloud アカウント (Marketing Cloud 内から Social Studio を使用する場合)。
- Social Studio がグレード別ブラウザサポートに示されているブラウザと互換性があること。

Social Studio を使用する場合、次の点に留意してください。

- Social Studio では HTTPS が要求されます。HTTPS 以外のドメインでは使用できません。
- Clickjacking が有効になっています。
- Salesforce ドメインではフレーム化は許可されません。
- ログインはアクティビティに関係なく期限切れになり、クライアントごとに構成可能な期間を設定できます。デフォルトは有効期限なしです。
- スーパーユーザーは、ロックアウトするまでのログイン回数を設定できます。デフォルトは 100 回です。
- 無効なユーザーアカウントログインはセッションが変わっても自動的にカウントされます。
- 重複するユーザー名は使用できません。

- 管理者は、アカウントにサポート用のログインアクセスを付与できます。サポートログインは、24 時間後に自動的に有効期限が切れます。







関連トピック:

[外部動画リンク:Marketing Cloud への Social Studio 学習アカウントの接続](#)

Social Studio でサポートされるソーシャルネットワーク

Marketing Cloud Social Studio では、よく使用されているソーシャルネットワークがサポートされますが、例外もあります。たとえば、Instagram 個人アカウントへの投稿は Social Studio モバイルからのみ行うことができます。しかし、Instagram ビジネスアカウントがある場合、Social Studio Web から直接投稿できます。

次のソーシャルネットワークのアカウントから、コンテンツの公開、投稿のエンゲージ、投稿の分析ができます。ワークスペースでは次のソーシャルネットワークの種別を受け入れることができ、Einstein は投稿を分析できます。

ネットワーク	ワークスペース	公開	エンゲージ	分析	Einstein
Facebook	 Social Studio と Social Studio モバイルでは、Facebook の管理されたページはサポートされますが、個人のプロフィールページはサポートされません。 <small>4</small>				
Twitter					
LinkedIn	 Social Studio と Social Studio モバイルでは、LinkedIn 会社ページはサポートされますが、				

ネットワーク	ワークスペース	公開	エンゲージ	分析	Einstein
LinkedIn のグループや個人のプロフィールページはサポートされません。 1					
Google+		2019年3月7日の時点で Google は Google+ API を停止しました。そのため、Social Studio では Google+ コンテンツ用のすべての作成機能およびエンゲージ機能を削除しました。特にアクションは必要ありませんが、2019年3月7日を過ぎると、新しい Google+ コンテンツを公開したり、2019年3月7日より前の Google+ コンテンツに返信したりできなくなります。履歴のために、以前の Google+ コンテンツは引き続き Social Studio で表示されます。			
YouTube					
Google マイビジネス					
Instagram					
		Instagram 投稿は Social Studio デスクトップで作成します。Instagram での投稿の公開には、Instagram モバイルアプリケーションを使用します。それらの投稿は公開			

ネットワーク	ワークスペース	公開	エンゲージ	分析	Einstein
		のカレンダーに 表示されます。 2			
Instagram Business	✓	✓	✓	✓	✓
Pinterest	✓	✓		✓	
シナウェイボー	✓	✓		✓	
				シナウェイボー アカウントの幅 広いリスニング には、Premium Chinese Data ライ センスが必要で す。詳細は、営 業担当者にお問 い合わせくださ い。 3	

Social Studio の設定

Social Studio を設定する前に、実装を最大限活用できるようにいくつかの重要な情報を収集する必要があります。どのユーザーに Social Studio アクセスを提供し、そのユーザーがどのような権限を必要としているかをテナントレベルとワークスペースレベルの両方で考慮します。また、監視するソーシャルアカウントを考慮し、どのソーシャルアカウントがコンテンツの公開およびエンゲージを行うかを把握します。Social Studio 実装内で、どのトピックを監視し、関連するキーワードによるリスニング方法がどの場所で必要であるかを考慮します。必要なワークスペースおよびその目的と組織をリストします。ワークスペース構造のレイアウトがあれば、必要なユーザーとソーシャルアカウントを容易に決定できます。公開されたコンテンツをソーシャルアカウント間で分類するには、コンテンツを整理するために使用するラベルを考慮します。

このガイドの対象読者

このガイドは、Marketing Cloud および Salesforce 製品アーキテクト、マーケティングコンサルタント、および Social Studio を実装するソリューションアーキテクトを対象とします。

実装の前提条件

Social Studio を実装するには、Salesforce の Social Studio プラットフォームに対する有効なライセンスが必要です。この実装ドキュメントでは、Social Studio 内のさまざまな機能について説明しますが、ライセンスエディションによっては使用できない機能があります。ライセンスで使用できるエンタイトルメントについての詳細は、注文書を参照してください。

必須製品: Social Studio 基本エディションライセンス以上


サポートされる製品ノート: Service Cloud、Sales Cloud

Social Studio 管理者

Social Studio の管理者をスーパーユーザーまたは管理のみユーザーとして設定します。このスーパーユーザーは、顧客の Social Studio 環境を管理および維持する責任も負います。

Social Studio のユーザーロール権限

Social Studio のユーザーロールはさまざまな権限を持ちます。Social Studio では、ロールに関係なくすべてのユーザーが管理者画面にアクセスできます。アクセスできる管理者機能は、ロールの権限によって異なります。

-  **メモ:** ユーザーの権限がより低いレベルに変更された後にユーザーが作成したトピックプロファイル、ソーシャルアカウント、承認ルールは、引き続きアクセスできます。権限レベルの変更の例には、スーパーユーザーからフルユーザーへの変更やフルユーザーから基本ユーザーへの変更などがあります。

これらのアイコンは、ユーザーロールごとの組織の権限レベルを示します。

 = 付与された権限  = 条件付きの権限

権限	管理のみ	スーパーユーザー	フルユーザー	基本ユーザー
ワークスペース				
<ul style="list-style-type: none"> ワークスペースを追加する 				
<ul style="list-style-type: none"> ワークスペース設定を管理する 				
ワークスペースの設定を管理するには、フルユーザーまたは基本ユーザーで、ワークスペース管理者である必要があります。				
<ul style="list-style-type: none"> カレンダーやパフォーマンスなどのワークスペースコンテンツを表示する 				
フルユーザーと基本ユーザーが表示できるのは、アクセスできるワークスペースのワークスペースコンテンツ、カレンダー、パフォーマンスのみです。				
管理				
<ul style="list-style-type: none"> エンゲージメント分類種別の新規作成、既存のものの編集、削除(無効化)を行う 				
<ul style="list-style-type: none"> シングルサインオン用の Social Studio の設定を行う (ページ 13) 				
<ul style="list-style-type: none"> Salesforce アカウントを接続する 				
自分の Salesforce アカウントの表示、作成、管理はできますが、他のユーザーが作成したアカウントの表示と管				

権限	管理のみ	スーパーユーザー	フルユーザー	基本ユーザー
			理はできません。	
<ul style="list-style-type: none"> ユーザーの SSO を有効化する (ページ 14) 	✓	✓		
<ul style="list-style-type: none"> 多要素認証の有効化 (MFA) 	✓	✓		
<ul style="list-style-type: none"> テナントでソーシャルアカウントを登録する 	✓	✓	✓	
<ul style="list-style-type: none"> Google マイビジネスアカウントを登録する 	✓	✓		
Instagram ハッシュタグ				
<ul style="list-style-type: none"> ハッシュタグを作成 	✓	✓		
<ul style="list-style-type: none"> ハッシュタグを無効化 	✓	✓		
<ul style="list-style-type: none"> ハッシュタグを削除 	✓	✓		
<ul style="list-style-type: none"> ハッシュタグを編集 	✓	✓		
ユーザー管理				
<ul style="list-style-type: none"> ユーザーを追加する 	✓	✓		
<ul style="list-style-type: none"> MFA 設定の有効化と変更 		独自のユーザーアカウント	独自のユーザーアカウント	独自のユーザーアカウント

権限	管理のみ	スーパーユーザー	フルユーザー	基本ユーザー
<ul style="list-style-type: none"> ユーザーリストをエクスポートする 				
	<p> メモ: すべてのユーザーロールでユーザーリストの表示とエクスポートを行うことができます。エクスポートされたリストには、ユーザー名、表示名、メールアドレス、場所を含むタイムゾーン、ユーザーがメンバーになっているワークスペースの数が含まれます。</p>			
<ul style="list-style-type: none"> ユーザー設定を変更する 			自分の設定のみ	
センチメントモデル				
<ul style="list-style-type: none"> センチメントモデルを調整する 				
	<p>スーパーユーザーまたは管理者のみユーザーから権限を付与されている場合、センチメントモデルをフルユーザーおよび基本ユーザーと共有できます。</p>			
<ul style="list-style-type: none"> 基本ユーザーにセンチメントモデルへのアクセスを許可する 				
<ul style="list-style-type: none"> センチメントモデルを使用する 				
	<p>センチメントモデルを使用するには、スーパーユーザーがフルユーザーと基本ユーザーに権限を付与する必要があります。</p>			
マクロ				
<ul style="list-style-type: none"> マクロを作成または編集する 				
	<p>フルユーザーは、自分のマクロを作成および編集できます。</p>			
トピックプロファイル				
<ul style="list-style-type: none"> トピックプロファイルの作成と管理 				

権限	管理のみ	スーパーユーザー	フルユーザー	基本ユーザー
<ul style="list-style-type: none"> トピックプロファイルを表示する 	✔	✔	✔	✔
			<p>フルユーザーは、自分が作成したトピックプロファイル、および共有されているトピックプロファイルを表示できます。トピックプロファイルを共有するには、管理のみユーザーまたはスーパーユーザーがトピックプロファイルを Social Studio ワークスペースに追加する必要があります。</p>	<p>基本ユーザーは、Social Studio ワークスペースで共有されたトピックプロファイルのみを表示できます。トピックプロファイルを共有するには、管理のみユーザーまたはスーパーユーザーがトピックプロファイルを Social Studio ワークスペースに追加する必要があります。</p>
ソースグループ				
<ul style="list-style-type: none"> ソースグループを作成および管理する 	✔	✔	✔	
<ul style="list-style-type: none"> ソースグループを表示する 	✔	✔	✔	✔
			<p>作成したか共有されたソースグループにアクセスできます。トピックプロファイルを共有するには、管理のみユーザーまたはスーパーユーザーがトピックプロファイルを Social Studio ワークスペースに追加する必要があります。</p>	
分析ダッシュボード				

権限	管理のみ	スーパーユーザー	フルユーザー	基本ユーザー
<ul style="list-style-type: none"> 共有 				
		スーパーユーザーのみが自分が所有するダッシュボードを共有および更新できます。	ワークプレイス管理者、フルユーザー、または基本ユーザーの場合、所有するダッシュボードを共有、更新、または削除できます。	
<ul style="list-style-type: none"> 更新 				
		スーパーユーザーのみが自分が所有するダッシュボードを共有および更新できます。	ワークプレイス管理者、フルユーザー、または基本ユーザーの場合、所有するダッシュボードを共有、更新、または削除できます。	
<ul style="list-style-type: none"> 削除 				
			ワークプレイス管理者、フルユーザー、または基本ユーザーの場合、所有するダッシュボードを共有、更新、または削除できます。	
分析ワークベンチ				
<ul style="list-style-type: none"> 共有 				
			ワークプレイス管理者、フルユーザー、または基本ユーザーの場合、所有するワークベンチを共有、更新、または削除できます。	
	管理のみ	スーパーユーザー	フルユーザー	基本ユーザー

関連トピック:

[Social Studio のマクロ](#)

[Social Studio のトピックプロファイル](#)

Social Studio のユーザー管理

スーパーユーザーは、Marketing Cloud Social Studio でユーザーを管理できます。実行できるタスクは、ユーザーの追加、無効化、編集を行うこと、パスワードのリセットを促すこと、権限を付与すること、無効ユーザーを非表示にすることです。ユーザーの管理は管理ポータルで行うことができます。

どのユーザーロールでどのユーザー管理タスクを実行できるについては、次の表を参照してください。

タスク	説明	管理のみ	スーパーユーザー	フルユーザー	基本ユーザー
ユーザーを検索する	最低3文字を入力すると、一致するユーザーに自動的に結果が絞り込まれます。	✓	✓	✓	✓
ユーザーを追加する	ユーザーをテナントに追加し、ユーザーの詳細を指定します。 1	✓	✓	なし	なし
[私の設定]の変更	ログインしたユーザーの詳細を編集します。	なし	✓	✓	✓
私のパスワードを変更する	ログインしたユーザーのパスワードを変更します。	なし	✓	✓	✓
ユーザーを無効にする	テナントでユーザーアカウントを無効にします。 2	✓	✓	なし	なし
ユーザーの詳細を編集する	テナントのユーザーの詳細を編集します。	✓	✓	なし	なし
ユーザーリストをCSVとしてエクスポートする	ユーザーリストをCSVレポート				✓

タスク	説明	管理のみ	スーパーユーザー	フルユーザー	基本ユーザー
	<p>にエクスポートします。</p> <p> > [CSVとしてエクスポート]をクリックします。</p>				
パスワードの強制リセット	ユーザーが次回ログインするときに、パスワードをリセットすることを促します。			なし	なし
無効ユーザーを非表示にする	<p>ユーザーリストで無効ユーザーを非表示にします。</p> <p> > [無効なユーザーを非表示]をクリックします。</p>			なし	なし

- ユーザーは、ワークスペースメンバーとして追加する前に、テナントに存在する必要があります。(1)
- ユーザーは、次の理由により削除されません(2)。
 - 未スケジュールの投稿
 - ソーシャルアカウントの所有者
 - 投稿パフォーマンスメトリクスで考慮されている

関連トピック:

[Social Studio のユーザーロール権限](#)


Social Studio テナントへのユーザーの追加

ユーザーをテナント(組織と呼ばれることもある)に追加できます。新規ユーザーは、ワークスペースメンバーとして追加する前に Social Studio で追加します。ユーザーを追加するためのスーパーユーザー権限を持っていることを確認します。ない場合は、スーパーユーザーに連絡してアクセス権限を取得してください。

1. 管理設定にアクセスします。

2. [ユーザー] ブロックまたは [管理] > [ユーザー] メニューで [+ユーザーを追加] をクリックします。
3. 項目を入力します。

ユーザー名は他のユーザーに対して一意にしますが、姓と名を使用する必要はありません。ユーザーのメールアドレスにアポストロフィを含めることができます。例: sean.o'connor@ex.com。ユーザーが英語を使用しない場合は言語を変更します。言語の変更は、そのユーザーが次回ログインしたときに反映されます。

 **ヒント:** 正しいタイムスタンプで投稿がすぐに公開されるようにするには、コンテンツを作成する前にタイムゾーンを設定します。

4. [ユーザーロール] を選択します。
5. 基本ユーザーまたはフルユーザーにセンチメントモデルへのアクセス権を付与するには、チェックボックスをオンにします。
6. ユーザーを [有効] または [無効化] のいずれかに設定します。
7. ユーザーを 1 つ以上のワークスペースに追加するには、[ワークスペースに追加] をクリックします。
8. [追加] をクリックして [保存] をクリックします。

スーパーユーザーが指定したメールアドレスに、「Account Activation for Social Studio (Social Studio のアカウントのアクティベーション)」という件名で自動生成されたメールが送信されます。新規ユーザーが Social Studio へのリンクをクリックすると、アカウントが有効になります。

Social Studio のシングルサインオン (SSO) によるセキュリティとユーザー環境の改善

Marketing Cloud Social Studio のシングルサインオン (SSO) を使用してユーザーの環境と会社のセキュリティを向上します。管理者として SSO を有効にすると、他のユーザーが 1 つのログイン情報セットで Social Studio にアクセスできるようになります。Social Studio は、オープン標準の Security Assertion Markup Language (SAML) 2.0 をサポートします。これを使用して、ID プロバイダーは認証ログイン情報をサービスプロバイダーに渡すことができます。管理者ユーザーまたはスーパーユーザーのみが Social Studio で SSO を有効化できます。

SSO をユーザーが使用できるようにするには、Social Studio テナントに対して SSO を設定する必要があります。SSO の設定は各 Social Studio 組織で 1 回のみです。組織の ID プロバイダー (IdP) 情報を使用して SSO を設定し、各 Social Studio ユーザーに対して SSO を有効化します。

Social Studio のシングルサインオンに必要な ID プロバイダー証明書は、X.509 形式の有効なデジタル証明書である必要があります。Social Studio の SSO では、自己署名の証明書と証明書機関 (CA) の証明書がサポートされません。

ID プロバイダー情報を使用した Social Studio の設定

Social Studio テナントの 1 回限りの SSO 設定の一環として組織の ID プロバイダー (IdP) 情報を提供します。会社の IT 部門は IdP を事前に設定し、情報を使用できるようにしておく必要があります。各ユーザーの SSO を有効化する前に Social Studio で IdP 設定を適用します。


会社の IT 部門が ID プロバイダーを設定します。IT 部門は外部 IdP キー、IdP 証明書、およびエンティティ ID を提供します。スーパーユーザーまたは管理者ユーザーのみが Social Studio で SSO を有効化できます。

1. Social Studio の [管理] で、[シングルサインオン] をクリックします。
2. 組織の SSO 接続名を追加します。複数の接続がある場合は、わかりやすい名前前で接続を区別します。
3. 発行者を追加します。発行者は、ID プロバイダーのエンティティ ID と外部キーの組み合わせです。エンティティ ID や外部キーには「https://www.mycompany.com」や「mycompany」と指定できます。
4. 自分の IdP をアップロードするには、[ファイルをアップロード] をクリックします。この情報は会社の IT 部門が提供できます。証明書は X.509 形式で、信頼できる証明書機関による署名が必要です。中間 CA 証明書がある場合は、証明書チェーン全体をアップロードしてください。
5. サービスプロバイダーのエンティティ ID (https://socialstudio.radian6.com) を IdP に追加します。この場合、Social Studio がサービスプロバイダーのため、https://socialstudio.radian6.com を [エンティティ ID] 項目に追加する必要があります。ID プロバイダーは、URL を使用してサービスプロバイダーを識別します。
6. [変更を適用] をクリックします。
アサーションコンシューマーサービス (ACS) の URL は、Social Studio の [管理] でシングルサインオン設定を追加してから [変更を適用] をクリックすると、自動的に入力されます。認証要求が正常に確立されたら、ID プロバイダーの設定に ACS URL を追加して、Social Studio にリダイレクトされるようにします。

ID プロバイダーが開始した要求のバインドでは、Social Studio シングルサインオンは HTTP 投稿のみをサポートします。HTTP 投稿では、base64 エンコードコンテンツを使用して、HTML 形式で SAML プロトコルメッセージを送信できます。

Social Studio ユーザーの SSO の有効化

SSO に対応するように Social Studio を設定したら、テナントで SSO を必要とする各ユーザーが Social Studio へのログイン時に SSO を使用できるように設定します。スーパーユーザーと管理者ユーザーのみが Social Studio テナントユーザーの SSO を有効化できます。

1. Social Studio の [管理] で、[ユーザー] をクリックします。
2. SSO アクセスを必要とするユーザーを見つけて編集アイコンをクリックします: 
3. このユーザーの SSO を有効化するには、[SSO] を選択してアクティブにします。
4. ユーザーの一意の統合 ID を入力します。通常、一意の統合 ID にはメールアドレスまたは IdP からの数値が使用されます。

Social Studio はユーザーの SSO の状況を有効の状況に更新し、統合 ID が Social Studio のユーザー管理画面に表示されます。

Social Studio への Salesforce アカウントの登録

Marketing Cloud Social Studio の投稿の著者は、一致するレコードを Social Studio の連絡先コネクタ内に持つことができます。このレコードを表示できるようにするには、Salesforce アカウントを Social Studio に登録します。Salesforce アカウントを Social Studio にリンクしたら、連作先コネクタに投稿の著者の Salesforce 取引先責任者レコードが表示されます。レコードが存在する場合、投稿の著者の情報を表示したときにそのレコードが表示されます。顧客連絡先アクセスは Social Studio ユーザーのロールによって異なります。管理者、スーパーユーザー、およびフルユーザーは、Salesforce アカウントを Social Studio にリンクしたり、Salesforce アカウントをワークスペースに追加したりできます。

重要: Social Studio は、Salesforce の本番組織のみをサポートします。現時点では、Salesforce 政府組織と Sandbox 組織の ID はサポートしていません。

1. Social Studio の [管理] で、[Salesforce アカウント] をクリックします。
2. [+ 新規追加] をクリックします。
3. リストにアカウントを表示するには、アカウント設定の残りの手順を実行します。
4. 登録したアカウントをクリックします。アカウントに関する追加情報がインスペクタに表示されます。
5. ワークスペースを追加するには、[ワークスペースを編集] をクリックします。
6. 必要なワークスペースを選択し、[保存] をクリックします。
1 つの Salesforce アカウントのみをワークスペースにリンクできます。

Salesforce アカウントを Social Studio に接続してワークスペースに追加したら、ワークスペースユーザーは Salesforce レコードに関する情報を表示できます。メンバーは、Salesforce 内にソーシャル人格レコードを持つソーシャル著者に関連するレコードのみを表示できます。表示可能なデータの種別の例として、連絡先またはソーシャル著者の基本連絡先情報(名前、役職、業種、会社など)があります。また、関連ケース、取引先、リード、商談、他のソーシャル人格などもあります。

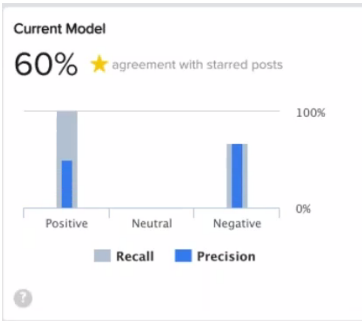
Social Studio でのセンチメントモデルの管理

Social Studio でセンチメントモデルを管理する場合、Marketing Cloud Social Studio で使用するセンチメントモデルのカスタマイズと調整を開始することができます。センチメントモデルでは、特定の言語を使用する受信投稿が調整されます。特定の言語には異なるコンテキストが使用される可能性があります。

メモ: センチメントモデルに表示される投稿は、投稿の公開日順ではなく、Social Studio が投稿を受信した日付順になります。最新の投稿 ID が最初に表示されます。

1. 現在のモデルをスター付き投稿の同意の割合 (%) と共に表示するには、[モデルを管理] をクリックします。また、棒グラフで、精度と回収率の計測値が肯定、どちらでもない、および否定の各分類で示されます。
 - センチメント精度には、センチメントモデルがどの程度正確にセンチメントを判断したかが表示されます。たとえば、センチメントモデルが 100 件の投稿を返し、15 件のみが一致した場合、精度は 85% です。
 - センチメント回収率には、センチメントモデルがどの程度正確にどちらでもない投稿をスコアリングしたかが表示されます。たとえば、(合計 100 件の投稿のうち) 60 件の投稿のセンチメントが肯定または否定のいずれかであるとします。このうちの 50 件が機械学習アルゴリズムにより肯定または否定として分類されました。アルゴリズムは 10 件の投稿を見逃して、どちらでもないとして誤ってラベル付けします。この回収率は 50/60 投稿または 83% です。


肯定、どちらでもない、および否定のセンチメントについて精度スコアと回収率スコアが計算されて表示されます




2. 追加するキーワードを入力します。
3. ドロップダウンから、追加したキーワードごとに小数点値 (0.5、0.2、0、-0.2、-0.5) を定義します。
4. [追加] をクリックします。
新しく追加したキーワードが既存のキーワードの上に灰色で表示されます。
5. 提案モデルと呼ばれる別のグラフでこの変更をプレビューし、テストするには、[変更のプレビュー]、[テスト] の順にクリックします。

提案モデルが起動し、既存のデータから 500 個のランダムな投稿が抽出されます。提案モデルは変更を適用し、グラフで表されます。提案された変更によって、既存のセンチメントモデルから提案された変更への変化が比較されます。

- 変更しても安全
- 変更しないように注意
- 改善が十分ではない

 **メモ:** 提案モデルでは、テナント内の既存のブロードリスニングデータからこれらの投稿が抽出されます。管理アカウントのみを使用する場合、このテストでは、テストするデータがないことが示されます。

6. 変更が、期待される結果をもたらさない場合、[キャンセル] をクリックして、キーワードまたは語句と小数点値を変更します。
7. [変更のプレビュー] を再度クリックし、新しい変更を参照します。
8. [変更を適用] をクリックします。

 **警告:** [変更を適用] をクリックすると、変更時点以降、変更がセンチメントモデルに永久に影響します。この変更は元に戻せません。

 **ヒント:** センチメントの同意が約 79% に達するようにしてください。

Social Studio のソーシャルアカウント

基本ユーザーを除くすべてのユーザーは、ソーシャルアカウントを Marketing Cloud Social Studio 組織に追加できます。管理のみユーザー、スーパーユーザー、フルユーザーはこれらのアカウントを1つ以上のワークスペースに追加できます。最初にソーシャルアカウントを Social Studio テナントに登録しないと、アカウントの再認証、削除、所有権の移行はできません。また、接続済みページのない Facebook アカウントを削除することもできません。

Social Studio テナントへのソーシャルアカウントの追加

新しいソーシャルアカウントを Marketing Cloud Social Studio テナントに追加するには、ソーシャルアカウントを SocialStudio テナントに接続します。ソーシャルアカウントがテナントに含まれていることを確認してからアカウントを1つ以上のワークスペースに追加します。追加できるソーシャルアカウント数は、Social Studio エディションによって決まります。テナントに追加するテナント数を増やしたい場合は、営業担当者にお問い合わせください。

 **メモ:** Instagram ビジネスアカウントの場合、同じ名前の個人アカウントとビジネスアカウントは1つのエンタイトルメントとしてカウントされます。Instagram ビジネスアカウントでは、ビジネスがアカウント名に関連付けられます。

1. ソーシャルアカウントを追加するには、SocialStudio の [管理] に移動して、[ソーシャルアカウントの管理] を選択します。
2. 新しいアカウントを登録するか、ソーシャルアカウントを SocialStudio テナントに接続するには、ネットワークを選択して個々の手順に従います。手順はソーシャルアカウントの種別によって異なります。

Social Studio への Google マイビジネスアカウントの追加

スーパーユーザーまたは管理のみユーザーの場合は、Google マイビジネスアカウントを SocialStudio に追加します。アカウントを追加する前に、Social Review Management - Integration with Google My Business アドオンを購入します。Google マイビジネスアカウントを取得するには、Google にサインアップしてビジネス情報を確認します。場所ページに応じた必要な数のエンタイトルメントの購入については、営業担当者にお問い合わせください。

1つのGoogle マイビジネスアカウントで最大8,000個の場所を登録できます。1つの場所ページは1つのレビューアカウントとみなされ、テナントのエンタイトルメント数にカウントされます。管理者ポータルを使用して、複数のワークスペースにアカウントを追加することもできます。1つの Social Studio テナントには、ソーシャルアカウントとレビューアカウントを合わせて最大8,000個のアカウントを登録できます。アカウントを現在の Social Studio テナントに登録する前に Google マイビジネスと、Social Studio 外部の場所ページを作成します。

1. Social Studio の [管理] の [ソーシャルアカウント] の下で [管理] を選択します。
2. [ソーシャルアカウントの管理] をクリックし、[Google マイビジネス] をクリックします。
3. Google の利用規約を受け入れるには、[確認] をクリックします。
4. Google のプロンプトで [はい] を選択すると、SocialStudio はこのアカウントからデータにアクセスできます。認証は Social Studio テナントごとの 1 回限りのプロンプトです。
5. ワークスペースごとに最大 500 個の場所ページを Google マイビジネスアカウントに関連付けます。特定の場所ページを検索するか、ドロップダウンメニューを使用して、すべてのページ、接続済みページ、また

は未接続ページを表示できます。エンゲージ列には最大 50 個のソーシャルアカウントが表示され、Google マイビジネスの場所ページは 1 つのアカウントとみなされます。

エンタイトルメントが与えられたページが最大数に達すると、エラーメッセージが表示されます。場所をさらに購入するには、営業担当者にお問い合わせください。

場所ページを追加する手順は、次のとおりです。

- a. ドロップダウンメニューを使用して、[すべて]、[接続済み]、[未接続] のいずれかのページを選択します。
- b. 別のドロップダウンを使用して、[国]、[都道府県]、[市区郡] のいずれかを選択します。それらの検索パラメーターと一致する場所ページがリストに表示されます。
- c. 表示されたページをすべて追加するには [すべて] をクリックし、個々のページを追加するには、ページごとにチェックボックスをクリックします。

6. [保存] をクリックします。

アカウントを登録したら、アカウントを 1 つ以上のワークスペースに追加します。

Social Studio への広告アカウントの登録

公開カレンダーですでに公開されている Facebook 投稿をプロモートするには、広告アカウントを Social Studio に登録します。スーパーユーザーとフルユーザーが Facebook 広告アカウントを登録できます。

1. [管理] で [広告アカウント] に移動します。
2. [+ 広告アカウントの管理] をクリックします。
3. [広告アカウントの追加または削除] で [アカウントの追加] をクリックします。
4. Facebook ブラウザーウィンドウで、Facebook 広告および関連する統計に Salesforce Marketing Cloud がアクセスすることを許可するには、[OK] をクリックします。
5. Social Studio で、使用可能な Facebook アカウントから選択して [保存] をクリックします。アカウントは、使用可能な広告アカウントのリストに表示されます。

Social Studio のワークスペース


ワークスペースは Social Studio の中心的なコンポーネントであり、顧客は独自のグループまたは「作業スペース」を設定できます。ワークスペースを使用して、ソーシャルアカウント、別々のビジネスユニット、地域別市場、外部エージェンシー、ソーシャルキャンペーンごとにコンテンツを整理してください。ワークスペース管理者は、その他の Social Studio ユーザーを追加することもできます。

Social Studio のワークスペースは次のような方法で使用できます。


- 個別ビジネスユニット
- 地域別市場
- 外部エージェンシー
- ソーシャルキャンペーン


ワークスペースは、コンテンツの計画、公開、エンゲージを行う、論理的で中心的な場所です。ユーザーが一連の共有リソース、ソーシャルアカウント、カレンダーを使用してコラボレーションするための領域でもあります。

多くのワークスペースで作業する場合は、5 個の最新ワークスペースが、ワークスペースセレクターの [最近のワークスペース] という見出しの下に表示されます。

 **メモ:** Social Studio にアクセスするコンピューターで Cookie を消去すると、最近のワークスペースのリストは表示されなくなります。

ワークスペース管理者にはスーパーユーザーロールを割り当てることができます。ワークスペース管理者はワークスペースを使用して、その他のワークスペースメンバーがそのビジネステナントに固有のソーシャル投稿で作業できるようにします。

 **メモ:** この機能を実行するには、管理者権限が必要です。ユーザーロールの権限の表により、権限レベルを確認してください。管理者でない場合は、組織のスーパーユーザーに問い合わせるアクセス権限を取得してください。

 **ヒント:** ワークスペースメンバーを追加して、コラボレーションしたり、ソーシャルアカウントを操作してコンテンツの投稿、スケジュール、承認ができるようにしたりしてください。メンバーは、投稿の監視やエンゲージもできます。

関連トピック:

[ワークスペースの作成](#)

[Social Studio ワークスペースでのソーシャルアカウントの管理](#)

[Social Studio ワークスペースでのユーザーの管理](#)

[Social Studio でのワークスペース設定の管理](#)


[Social Studio でエンゲージ](#)

[Social Studio のワークスペース](#)

ワークスペースの作成

適切なユーザーロール権限があれば、Social Studio でワークスペースを作成できます。この機能を実行するには、スーパーユーザーまたはフルユーザー権限が必要です。適切な権限がない場合は、組織のスーパーユーザーにお問い合わせください。基本ユーザーには、ワークスペースを作成する権限がないことを示すメッセージが表示されます。

1. [+新規作成] をクリックし、ワークスペースの名前を入力します。また、説明を追加したり、ワークスペースのAvatar画像をアップロードしたりできます。

 **メモ:** 画像のファイルサイズが 5 MB 未満であれば、任意の形式やサイズの画像またはグラフィックを使用できます。画像は自動的に 260×260 ピクセルにダウンサイズされ、ワークスペースを識別するために Social Studio 全体で使用されます。

2. ワークスペースに登録するソーシャルアカウントを選択して、ワークスペースメンバーがコンテンツを投稿するときに使用できるようにします。

3. 1つ以上のトピックプロファイルをワークスペースに追加します。トピックプロファイルは、SocialStudioで作成されたソーシャルメディア検索で、キーワードとフィルターで構成されます。トピックプロファイルにより、ソーシャルメディア投稿が Social Studio のエンゲージ列や分析ダッシュボードまたはワークベンチに収集されます。
4. 次の操作を実行できるように、すでに Social Studio に存在するユーザーをワークスペースに追加します。
 - ワークスペースのカレンダーを表示する
 - コンテンツを作成、表示、および公開する
 - エンゲージ列に受信投稿のあるエンゲージを表示する
 - 分析のダッシュボードでコンテンツのパフォーマンスを表示する
 - 分析ワークベンチでコンテンツパフォーマンスデータを分析する
5. [終了]をクリックします。
6. ワークスペースの設定を確認します。

関連トピック:

[Social Studio でのワークスペース設定の管理](#)


[Social Studio ワークスペースでのソーシャルアカウントの管理](#)

[Social Studio のトピックプロファイル](#)

Social Studio ワークスペースでのソーシャルアカウントの管理

Social Studio のワークスペース内でソーシャルアカウントを管理できます。スーパーユーザーまたはワークスペース管理者の場合、ソーシャルアカウントを1つ以上のワークスペースに追加できます。新しいソーシャルアカウントの接続、ソーシャルアカウントの再認証、ワークスペースからのソーシャルアカウントの削除もできます。また、ソーシャルアカウントのリストを検索したり、ソーシャルアカウントの所有者を別の Social Studio ユーザーに移行したりすることもできます。

テナントで許可されているソーシャルアカウント数は主に、購入した Social Studio エディションによって決まります。他にも質問がある場合は、アカウントの担当者にお問い合わせください。

ワークスペース設定にアクセスするには、 をクリックし、次のソーシャルアカウント管理タスクを実行します。

- ソーシャルアカウントのリストにアクセスする
- ソーシャルアカウントを1つのワークスペースに追加する
- ソーシャルアカウントを複数のワークスペースに追加する
- これらの種別の新しいソーシャルアカウントを接続する



ヒント: Social Studio でソーシャルアカウントを登録したユーザーが所有者として割り当てられます。Facebook のビジネスマネージャー機能を使用して、必要なページに対する管理者権限を持つ Facebook アカウントを使用します。管理者権限を持つアカウントを使用します。人が仕事またはチームを離れ、他の管理者が採用された場合、ソーシャルアカウントを容易に移行できます。

- ソーシャルアカウントを再認証する


- ワークスペースからソーシャルアカウントを削除する
- ソーシャルアカウントのリスト内を検索する
- ソーシャルアカウントの所有権を別の Social Studio ユーザーに移行する

関連トピック:

[Social Studio でサポートされるソーシャルネットワーク](#)

Social Studio ワークスペースでのユーザーの管理

Marketing Cloud Social Studio でユーザーの権限を追加、削除、変更できます。ワークスペースユーザーはコンテンツをソーシャルアカウントに寄稿でき、1つ以上のワークスペースのメンバーになることができます。


 **メモ:** この機能を実行するには、ワークスペース管理者権限が必要です。管理者でない場合は、ワークスペースの管理者に問い合わせアクセス権限を取得してください。

ワークスペース設定でワークスペースのメンバーにアクセスする手順は、次のとおりです。

1. ワークスペースのワークスペース設定を開きます。
 - 左のメニューで[ユーザー]をクリックします。
 - [ユーザーアカウント]の下で[ユーザーの管理]をクリックします。



該当のワークスペースのユーザーのリストがテーブル形式で表示されます。テーブルには次の情報が表示されます。

- ユーザーの名前
- ユーザーの写真
- ユーザーのメールアドレス
- ワークスペースでのユーザーのロール
- ログインしたユーザーがスーパーユーザーの場合、ユーザーのロールが括弧で囲まれる
- ワークスペース内でユーザーができることとできないことの概要。

 **メモ:** ログインしたユーザーがフルユーザーまたは基本ユーザーの場合、ワークスペースメンバーのユーザーロールは表示されません。

Social Studio でのワークスペース設定の管理

Marketing Cloud Social Studio のスーパーユーザーまたはワークスペース管理者の場合、ワークスペースの設定を変更できます。管理者でない場合は、ワークスペースの管理者に問い合わせアクセス権限を取得してください。ワークスペースを追加するかワークスペースの設定を変更するときは、権限レベルに基づいてタスクを実行できます。

ワークスペース設定にアクセスするには、ワークスペーススタイルで  をクリックするか、ワークスペースを選択して  をクリックします。

ワークスペース設定の管理では次のタスクを使用します。

- ワークスペースの基本情報(名前、説明、画像など)の変更
- [投稿の承認ルール](#)
- [投稿のカスタム Bitly URL 短縮](#)
- [エンゲージタブのテンプレート](#)
- [同時に複数の投稿へのエンゲージマクロの適用](#)
- [テナントからワークスペースを削除します。ワークスペースメンバーまたはそのワークスペース内のソーシャルアカウントへの待機中の投稿は、ワークスペースが削除されると失敗します。](#)
- [ユーザーが作成したダッシュボードのワークスペースメンバー間での共有](#)
- [スーパーユーザーまたはワークスペース所有者であれば、所有権を別のユーザーに譲渡可能](#)

関連トピック:

[Social Studio のワークスペース](#)

[Social Studio ワークスペースでのユーザーの管理](#)

Social Studio ワークスペースへの広告アカウントの関連付け

公開カレンダーですでに公開されている Facebook 投稿をプロモートするには、登録済みの広告アカウントを Social Studio のワークスペースに関連付けます。

1. [管理] で [広告アカウント] に移動します。
2. [+ 広告アカウントの管理] をクリックし、[広告アカウント] をクリックします。
3. 手順に従って、アカウントに Social Studio がアクセスすることを認証します。
4. 新しいアカウントを選択すると、タイトルが [広告アカウント] の下に表示されます。[保存] をクリックします。
5. 広告アカウントのリストから新しいアカウントを選択します。
6. [広告アカウント情報] インスペクターで [ワークスペース] タブをクリックします。
7. 1つ以上のワークスペースを追加するには、[ワークスペースを編集] をクリックします。
8. 1つ以上のワークスペースを選択し、[適用] をクリックします。これで、ワークスペースに関連付けられた Facebook アカウントで広告アカウントを使用できます。

承認


SocialStudioの承認には、公開前に確認して承認または却下するワークフローがあります。承認の使用は、個人に表示されることなくコンテンツを公開から取り除くために役立ちます。

投稿の承認または却下フロー

Social Studio では、承認または却下は基本的に次のフローで動作します。

1. カスタム条件または条件セットが満たされたときに実行する承認ルールが作成および設定されます。

2. 投稿が作成され、著者がその公開を申請します。
3. その投稿が承認ルールの条件に一致すると、承認ルールの実行がトリガーされます。
4. 承認ルールには、別のユーザーが承認者となり、投稿を公開する前に承認する必要がある条件が含まれます。
5. 承認者に承認が必要な投稿があることを示すメールが送信され、承認者の Social Studio のタスクに未承認通知が表示されます。
6. 承認者が投稿を確認し、投稿を承認するか、却下のコメントを追加するオプションを使用して却下します。
7. 著者に投稿が却下されたことを示すメールが送信され、著者の Social Studio のタスクにもその通知が表示されます。
 - a. 投稿が承認された場合、投稿が公開されます。
 - b. 承認者が投稿を却下した場合、著者は投稿を変更して再度承認申請するか、投稿をキャンセルできます。

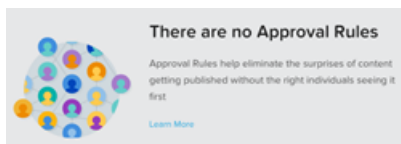
 **メモ:** この例は単純な承認フローですが、プロセスはより複雑な場合もあります。承認ルールにより、必要に応じて簡素化することも複雑化することもできます。

Social Studio での承認ルールの作成


Marketing Cloud Social Studio のワークスペース管理者またはスーパーユーザーの場合、新しい公開承認ルールを作成できます。組織のコンテンツ公開のワークフロー要件に合わせて、承認ルールを設定します。承認レベルを必要な数だけ設定することもできます。


承認ルールがありません

ワークスペースに承認ルールが含まれない場合、詳細の確認を促すメッセージが表示されます。




新しい公開ルールの作成

1. [ワークスペース設定] の [公開ルール] に移動します。
2. [新規] をクリックします。
3. ルールの名前を入力します。
 -  **ヒント:** わかりやすい名前にし、ルールの簡潔な概要を含めます。多数の承認ルールを作成した場合、名前でルールの目的がわかります。
4. ルールをトリガーするには、条件を指定します。

- a. 最初の条件の場合、ラベル1のブロックの [条件種別を選択] メニューから選択します。
 - b. ルールをトリガーする別の条件を追加してパラメーターを指定するには、[条件を追加] をクリックします。
 -  **メモ:** 承認ルールには少なくとも1つの条件を含める必要があります。
 - c. すべての承認ルール要件が満たされるまで、条件を追加し続けます。
5. 条件に適用できる高度なロジックを表示するには、[高度なロジック] をクリックします。
高度なロジックを使用して、条件が実行される方法をカスタマイズできます。たとえば、「1 or (2 and 3)」を使用すると、条件2と3の両方が満たされるか、条件1のみが満たされたときに承認ルールがトリガーされます。条件1が満たされた場合、条件2と3は考慮されません。
 6. 高度なロジックのパラメーターを入力するボックスを表示するには、[編集] をクリックします。
 7. ルールをデフォルトにするには、[デフォルトに設定] をクリックします。
 8. ルールの承認者を指定します。
 - a. 最初の承認者ブロックで、[承認者を選択してください] ドロップダウンをクリックします。
 - b. リスト内をスクロールして適切な承認者を選択します。
 - c. ルールに別の承認者が必要な場合、[承認者を追加] をクリックします。
 - d. 同じ手順で承認者を追加します。
 - e. 承認で満たされる必要がある条件の承認者を追加し続けます。
 9. 承認者に適用できる高度なロジックを表示するには、[高度なロジック] をクリックします。
高度なロジックを使用して、誰が承認するかをカスタマイズします。たとえば 1 AND 2 は、承認者1および承認者2が承認する必要があることを意味します。
 10. 高度なロジックのパラメーターを入力できるボックスを表示するには、[編集] をクリックします。
 11. ルールをデフォルトにするには、[デフォルトに設定] をクリックします。
 12. [保存] をクリックします。ワークスペースの承認ルールのリストにその承認ルールが表示されます。複数の承認ルールがある場合、一番下に表示されます。

Social Studio でのプロモーション承認ルールの作成

プロモート対象Facebook投稿のプロモーション承認ルールを追加できます。特定の条件および承認者に応じて異なるルールを作成します。

1. Social Studio の [管理] で [承認ルール] を選択し、ワークスペース設定で [プロモーションルール] を選択します。
2. [新規] を作成し、新しいルールに名前を付けます。
 -  **ヒント:** わかりやすい名前にし、ルールの簡潔な概要を含めます。多数の承認ルールを作成した場合、名前でルールの目的がわかります。
3. ルールをトリガーするには、条件を指定します。

- a. 最初の条件 (必須) で、送信者、広告アカウント、ソーシャルアカウント、またはラベルのどの項目をルールでチェックするかを選択します。
 - b. 条件を一致させるか一致させないかを選択し、特定のエントリーを入力します。
 - c. 別の条件を追加するには、この手順を繰り返します。
4. このルールで投稿を承認する Social Studio ユーザーを定義します。
 5. 最初の承認者項目でこのルールでの承認者を定義し、名前を入力します。承認者を追加する必要がある場合、その名前の先頭を入力し、一致した名前を選択します。
 6. 高度なロジックを使用して、ルールの動作をさらにカスタマイズすることもできます。
 7. [保存] をクリックします。

Social Studio ソーシャルリスニングの監視

Social Studio のソーシャルリスニング機能を活用するには、以下のトピックに従ってください。

Social Studio でエンゲージ

Marketing Cloud Social Studio のエンゲージ部分を使用して、ソーシャルアカウントに投稿されたコンテンツやトピックプロファイルから収集されたコンテンツを監視します。表示される投稿は、公開を使用して公開されたコンテンツからの投稿、または定義済みのトピックプロファイルからの投稿です。

エンゲージを使用すると、他の人々が何に返信/コメントしているのか、他のソーシャルネットワークメンバーと何を共有しているのかを確認できます。エンゲージの投稿は、返答したり、他のエンゲージメントアクション用にマークしたり、フォローアップするためにチームの他のメンバーに割り当てたりできます。


エンゲージでは、1つ以上の列を含めることができるタブが使用されます。列には、1つ以上のソーシャルアカウントまたはトピックプロファイルを含めることができます。ソーシャルアカウントおよびトピックプロファイルは、複数の列に存在することができ、同じタブ内に含めることができます。複数のソーシャルアカウントの特定のフィルター条件で、独自のタブ内の独自の列を設定できます。タブには、フィルターオプションの異なる同じアカウントを含めることができます。

最大30個のタブを設定できます。タブタイトルをクリックしてドラッグし、タブの順序を変更できます。

タブに含めることができる列数に制限はありません。タブでは、列の追加、名前変更、削除、再配列、フィルターを行うことができます。

SocialStudioでは、エンゲージのどこで前回の作業を行ったのかが記録されているため、そのワークスペースを再度開くと、公開ではなくエンゲージに移動します。

エンゲージでは、リアルタイムコラボレーションが使用されているため、他の誰が同じ投稿を表示およびエンゲージしているのかを確認して、投稿のエンゲージメントの重複を回避できます。

 **メモ:** 次の場合と同じ画像または動画形式が適用されます。

- 公開で投稿を作成するときの画像または動画の追加
- エンゲージ列での投稿の表示
- 分析ダッシュボードのフィードカードでの画像または動画付きの投稿の表示

提案やコメントについては、Social Studio アプリケーションの [フィードバック] をクリックします。このリンクは Social Studio のテクニカルサポートの要求ではありません。Social Studio の使用方法については、[ヘルプリソース](#)を参照してください。関連するヘルプページを見つけるには、ページアシストアイコンを使用します。ユーザープロファイルを表示するには、アバター写真を使用します。通知を確認するには、ベルアイコンを使用します。

関連トピック:

[Social Studio でサポートされるソーシャルネットワーク](#)

[Social Studio のトピックプロファイル](#)


Social Studio でのエンゲージ列の追加または削除

必要な投稿情報がデフォルトで表示されない場合は、Marketing Cloud Social Studio のエンゲージに列を追加してください。列を使用すると、ソーシャルアカウントとトピックプロファイルアクティビティを並べて表示できます。列は必要なだけ追加でき、1つの列には複数のソーシャルアカウントまたはトピックプロファイルを表示できます。ただし、列にはソーシャルアカウントまたはトピックプロファイルを表示できますが、両方は表示できません。また、列では Google+ や Pinterest アカウントはサポートされません。

2019年3月7日の時点で Google は Google+ API を停止しました。そのため、Social Studio では Google+ コンテンツ用のすべての作成機能およびエンゲージ機能を削除しました。特にアクションは必要ありませんが、2019年3月7日を過ぎると、新しい Google+ コンテンツを公開したり、2019年3月7日より前の Google+ コンテンツに返信したりできなくなります。履歴のために、以前の Google+ コンテンツは引き続き Social Studio で表示されます。

ワークスペースには、ワークスペース管理者が追加したトピックプロファイルのみが表示されます。列でトピックプロファイルを使用するには、先にワークスペース管理者がトピックプロファイルをワークスペースに追加する必要があります。追加するトピックプロファイルが表示されない場合は、ワークスペース管理者にお問い合わせください。


1. エンゲージで、右にスクロールして [列を追加] をクリックします。

 **メモ:** 複数の列がある場合、[列を追加] はすべての列の右に表示されます。列がない場合、デフォルトのタブには [列を追加] ボタンのみが表示されます。

2. ソーシャルアカウント、Google マイビジネスの場所グループ、またはトピックプロファイルを追加するには、[ソーシャルアカウント]、[トピックプロファイル] を選択します。ソーシャルアカウント、トピックプロファイル、場所グループを同じ列に含めることはできません。


- リストから1つ以上を選択して [適用] をクリックします。

選択したソーシャルアカウントまたはトピックプロファイルが入った新しい列が表示されます。

3. 列を削除するには、 をクリックし、[列を削除] をクリックします。列を削除しても、投稿でのインタラクションは削除されません。それらはすでに個々の投稿の一部となっています。

Social Studio でのエンゲージ列のフィルター

エンゲージ列の投稿をフィルターして、特定の種別の投稿を表示できます。

1. エンゲージで、フィルターするエンゲージ列の  をクリックします。

2. [フィルター] をクリックします。

3. 1つ以上のフィルターオプションを適用します。

 **メモ:**

- Twitter アカウントまたはトピックプロファイルでは、[引用ツイート] でフィルターできません。
- Facebook 列をコメントでフィルターするには、[コメントメンション] を選択します。列を Facebook の @メンションでのみフィルターするには、[メンション] を選択します。

4. [適用] をクリックします。

Social Studio の分析を使用したソーシャル投稿エンゲージメントおよびメトリクスの追跡

Marketing Cloud Social Studio の分析を使用して、所有ソーシャルアカウントのディスカッションと幅広いカンバセーションを監視できます。発言内容、ソーシャルディスカッションの全体的な雰囲気、トピックとトレンドのパフォーマンスを把握します。ダッシュボードには、ソーシャルアカウントでの投稿のエンゲージメントと、トピックプロファイルから収集された情報の概要が表示されます。ワークベンチを使用すると、より詳しくカスタマイズ可能なソーシャルアカウントとトピックプロファイルデータのビューが表示されます。

トピックプロファイルワークベンチでは、人工知能画像分析に Einstein Vision を使用できます。Einstein Vision は、事前構築された画像分類子を使用します。ソーシャルリスニング概要ダッシュボードまたはワークベンチデータセットを作成する前に、トピックプロファイルをワークスペースに割り当てます。

ユーザーロールに関係なくすべてのユーザーが分析機能にアクセスできます。スーパーユーザーでない場合、共有されたダッシュボードとワークベンチを表示できます。独自のダッシュボードまたはワークベンチデータセットを作成した場合、それらをワークスペース内で共有できます。

Social Studio テナント内にアップロードされたデジタルアセットは、そのテナント内のすべての認証済みユーザーがワークスペース共有または意図されたリンク共有に基づいて使用できます。Social Studio の意図された機能を使用すると、ユーザーはテナント内のワークスペース全体でアセットを共有できますが、そのアセットにはテナントをまたがってアクセスできません。画像の URL をコピーして現在の Social Studio ワークスペース以外の他のユーザーと共有できます。別の Social Studio テナント内でこの URL にアクセスした場合、そのリンクは無効になります。

ダッシュボードとワークベンチの URL をコピーして、そのワークスペースに含まれない他のユーザーと共有できます。このユーザーとして Social Studio テナントのユーザーが考えられます。

関連トピック:


[Social Studio のトピックプロファイルを使用した投稿の追跡](#)

[Social Studio のトピックプロファイル](#)

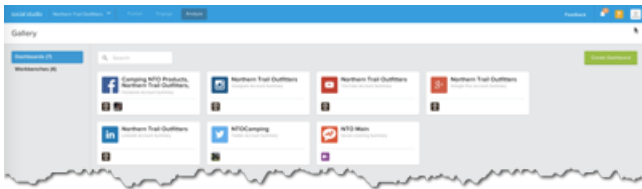
Social Studio でのダッシュボードの分析

ブランド、ソーシャルアカウント、競合、その他のソーシャルデータを監視するには、Marketing Cloud Social Studio の分析ダッシュボードを使用します。ダッシュボードには、ソーシャルアカウントとトピックプロファイルアクティビティの経時的な主要因の概要が表示されます。投稿、トピック、センチメントのトレンド、新しいキーワードのパフォーマンスを確認します。

ダッシュボードの期間を選択します。ダッシュボードは、前日、または過去 7、14、30、60、90 日を対象とすることができます。日付範囲は最大 93 日までカスタマイズできます。ダッシュボードを PDF として印刷したり、メールで共有したりします。

 **メモ:** 各ワークスペースメンバーが独自のダッシュボードを作成します。そのダッシュボードはデフォルトではそのメンバーにしか表示されません。ダッシュボード所有者は、ワークスペースの他のメンバーとダッシュボードを共有できます。ダッシュボードを作成する前に、ソーシャルアカウントとトピックプロファイルをワークスペースに含めます。

ギャラリーには、そのワークスペースで作成されたダッシュボードのリストがダッシュボード種別およびダッシュボードで要約されているアカウントと共に表示されます。



メモ: 空白のダッシュボードテンプレートを使用するダッシュボードには、最大 30 個のカードを含めることができます。

関連トピック:

[Social Studio でのダッシュボードの作成](#)

[Social Studio のトピックプロファイルを使用した投稿の追跡](#)


[Social Studio でのトピックプロファイルの編集](#)

[Social Studio のユーザーロール権限](#)

Social Studio でのダッシュボードの作成

Marketing Cloud Social Studio で、ソーシャルアカウントの概要、トピックプロファイル、またはエンゲージメントの概要データのダッシュボードを作成します。特定のワークスペースメンバーが作成したダッシュボードは、その所有者がダッシュボードを共有しない限り、同じワークスペースの他のメンバーには表示されません。各ワークスペースメンバーが独自のダッシュボードを作成します。

1. [ダッシュボードを作成] をクリックします。
2. ダッシュボードの種別を決定します。
 - a. 1つ以上のソーシャルアカウントの概要を表示するには、[ソーシャルアカウント概要] を使用します。
 - 1つ以上の Facebook、Twitter、LinkedIn、Google+、Instagram、YouTube、または Pinterest アカウントを選択します。シナウェイボーアカウントはサポートされていません。
 - 複数のアカウントをダッシュボードに追加していてすべてのソーシャルアカウントが表示されない場合は、[検索] を使用します。結果を絞り込むには、名前の一部を入力して結果を選択します。
 - ダッシュボードあたり最大 50 件の所有アカウントを使用します。ソーシャルネットワークから 30 日間の履歴データのみを要求できます。LinkedIn では過去 20 日間または過去 50 投稿が表示されます。
 - b. トピックプロファイルのダッシュボードを表示するには、[ソーシャルリスニングの概要] を使用します。
 - [トピックプロファイルを新規作成] を選択するか、トピックプロファイルを選択します。
 - 複数のトピックプロファイルが使用可能でそのすべてが表示されない場合は、[検索] を使用します。結果を絞り込むには、名前的一部分を入力して結果を選択します。

- 各ダッシュボードで使用できるトピックプロファイルは1つのみです。複数のトピックプロファイルを使用するには、各トピックプロファイルを使用する個別のダッシュボードを作成します。
- c. FacebookまたはTwitterアカウントからのエンゲージメントの概要を表示するには、[エンゲージメントの概要]を使用します。
 - カードのエンゲージメントデータを取得するアカウントを選択します。
- d. 最初から始めて空白のダッシュボードを作成するには、[空白のダッシュボードテンプレート]を使用します。
 - 空白のダッシュボードには、トピックプロファイルか複数のソーシャルアカウントを含めることができますが、その両方を含めることはできません。
 - カードのデータを取得する場所を選択するには、アカウント種別を選択します。
 - アカウント種別がソーシャルリスニングで、アカウントが選択されていない場合、 をクリックしてトピックプロファイルを選択するか、トピックプロファイルを作成します。

3. 最大30個のカードを空白のキャンバスにドラッグします。

分析ワークベンチ

MarketingCloudSocialStudioの分析ワークベンチを使用して、ブランドに関するカンパセーションを把握します。ワークベンチでは、カンパセーションの急増に対応し、これまでのカンパセーションを表示できます。Social Studioのエンゲージと同じワークフローを使用します。ワークベンチでは、カスタム作成および整理されたデータセットや情報カードを保持できます。データセットは、トピックプロファイルとソーシャルアカウント(Twitter、Facebook、LinkedIn、YouTube、Instagram、Google+など)に基づくことができます。

複数のセグメンテーション種別を組み合わせ、データを分析できます。

- 著者のラベル
- 国
- キーワードグループ
- 言語
- メディアタイプ
- 投稿のラベル
- シェア・オブ・ボイス
- センチメント

収集されるデータ期間を1、7、または30日に設定するか、3～93日のカスタム範囲を使用できます。

データセットは、一度に同じ種別の1件のトピックプロファイルまたは最大50件のソーシャルアカウントのデータのみを使用できます各データセットには、1つ以上のトピックプロファイルまたはソーシャルアカウントを含めることができ、ワークベンチに個別の項目として表示されます。データセットにトピックプロファイルとソーシャルアカウントを混在させることはできません。別の調査をしたり、同じデータを異なる方法で表示したりする場合、異なるカードを使用して、同じトピックプロファイルまたは同じソーシャルアカウントで別のデータセットを作成します。データを横並びで比較し、トレンド、テーマ、新しいリレーションを確認できます。

異なるソーシャルアカウントデータセット (Facebook アカウントと Twitter アカウントなど) は、同じデータセットで組み合わせることはできません。

ワークベンチデータセットを表示し、次の操作を実行できます。

- ワークベンチの名前を確認する。
- データセットがソーシャルアカウント用かトピックプロファイル用かを一目で確認する。ワークベンチには、同じデータの異なるセットを比較して対比させるため、複数のトピックプロファイルおよびソーシャルアカウントデータセットを含めることができます。
- データセットを追加するには、[+ 新規データセットの追加] をクリックします。
- ワークベンチの設定を管理する。
- 主要なデータセットカードを表示する。

ワークベンチギャラリーには、分析のワークスペースで作成されたワークベンチが表示されます。ワークベンチはその作成者にのみ表示され、他の Social Studio ユーザーには表示されません。

ワークベンチギャラリーから、次のアクションを実行できます。

- ワークスペースのダッシュボード数とワークベンチ数を確認する。
- 一度に表示可能な数以上のワークベンチがある場合、[検索] を使用してワークベンチを検索する。
- [ワークベンチを作成] を使用してワークベンチを作成する。
- ワークベンチに 1 つ以上のデータセットがあるかどうかを確認する。

Social Studio の分析でのワークベンチの作成

データセットを作成するには、最初にデータセットを保持する Marketing Cloud Social Studio の分析ワークベンチを作成します。

1. Social Studio の分析にアクセスします。
2. [ワークベンチ] をクリックします。
3. [ワークベンチを作成] をクリックします。
空のワークベンチが表示されます。新規ワークベンチのタイトルを変更するには、タイトルをクリックします。
4. データセットを追加します。

Social Studio のトピックプロファイル

トピックプロファイルは、Marketing Cloud Social Studio で作成されるソーシャルメディア検索ツールです。Social Studio でトピックプロファイルが作成されるかインポートされると、一致するソーシャルメディアの投稿がエンゲージ列に表示されます。自分のソーシャルメディアアカウントからワークフロー管理とエンゲージメントを実施します。トピックプロファイルの結果をカスタマイズするには、重要なキーワードとフィルターを指定します。


- ☑ **メモ:** ワークスペースにトピックプロファイルをインポートするには、ワークスペース管理者権限が必要です。管理者でない場合は、組織のワークスペース管理者に問い合わせることでアクセス権限を取得してください。


スーパーユーザーの場合、組織のすべてのトピックプロファイルを管理できます。その他のユーザーは、特定のワークスペースで共有しているトピックプロファイルのみを表示して管理できます。

ワークスペース設定を使用して、既存のトピックプロファイルをワークスペースにインポートできます。トピックプロファイルを Social Studio で作成する場合、デフォルトは非公開であり、基本ユーザーのみがそのトピックプロファイルを表示できるようになります。基本ユーザーは、トピックプロファイルが使用されている同じワークスペースのメンバーである必要があります。トピックプロファイルの変更は、Radian6 分析ダッシュボード内でトピックプロファイルの所有者が行うか、Social Studio 内で行うことができます。

トピックプロファイルは、管理設定または分析モジュール内でも作成できます。

トピックプロファイルに追加されているキーワードは、エンゲージのトピックプロファイル列の投稿で強調表示されます。この列では、310 文字か 10% のいずれか大きい方まで、投稿をさらに表示できます。

 **メモ:** Social Studio のトピックプロファイルには、[キーワードを含める]、[かつ、キーワードを含める]などのキーワードも含めて、合計 1000 個のキーワードを含めることができます。合計 1000 個のキーワード制限には、[キーワードに一致するコンテンツを含める]と[キーワードを除外する]も含まれます。[キーワードを含める]領域に「リンゴとナシ」というような組み合わせキーワードを入力した場合、キーワード数は1ではなくて2になります。除外キーワードは、キーワードグループごとに60にすることができます。この制限を超えると、キーワードを追加できなくなります。

 **メモ:** 絵文字が含まれるキーワードは使用しないでください。そのようなキーワードはトピックプロファイルに保存できません。絵文字はキーワードでサポートされていません。

例: # 

メディアタイプによるトピックプロファイルの絞り込みは、エンゲージ列の場合と同じです。

関連トピック:

[ナレッジ記事: Social Studio のトピックプロファイルの追加または削除](#)

Social Studio のトピックプロファイルを使用した投稿の追跡


重要だと判断したソーシャル情報を追跡、調査、分析するには、Marketing Cloud Social Studio でトピックプロファイルを作成できます。自分のユーザー権限に応じて、エンゲージ列、分析ソーシャルリスニングダッシュボード、またはワークベンチデータセットでトピックプロファイルを使用できます。また、ソーシャルメディアハンドルをフォローするようにトピックプロファイルを設定することもできます。

1. 次のうち最も便利な場所からトピックプロファイルを作成してください。

- 設定—[トピックプロファイル]をクリックしてから [+ 新規追加] をクリックします。
- 分析ソーシャルリスニングダッシュボード—[分析] で [ダッシュボード] をクリックして、ダッシュボードを開きます。オプション矢印をクリックして、[ソースを一括編集] を選択します。トピックプロファイルを選択するには、[トピックプロファイルを新規作成] をクリックします。
- 分析ワークベンチのソーシャルリスニングデータセット—[分析] で [ワークベンチ] をクリックします。ワークベンチに入るか、またはワークベンチを作成します。ソーシャルリスニングデータセットのソースを追加または編集する場合は、[新規データセットの追加] > [トピックプロファイル] をクリックして、[トピックプロファイルを新規作成] をクリックします。


トピックプロファイルは、Social Studio 内の現在位置を含めて、いくつかの場所から作成できます。

2. トピックプロファイルに名前を付けます。

 **ヒント:** トピックプロファイルの名前は、タイトルをクリックすればいつでも変更できます。

3. トピックプロファイルの種別を選択します。

4. 1つ以上のキーワードを追加します。

5. トピックプロファイル名を変更するには、 をクリックします。

6. キーワードグループを追加するには、[キーワードグループを作成] をクリックします。

フィルター、メディアタイプ、ソースグループのみでトピックプロファイルを作成するには、[戻る] をクリックして [キーワードとフィルター] タブに移動します。ソースグループ項目で、特定のソーシャルネットワークハンドルを追加します。

キーワードグループでは、キーワードに一致しない特定のハンドルのすべてのメンションがキャプチャされます。

7. トピックフィルターをさらにカスタマイズして言語、メディアタイプ、または地域でフィルターできます。

- a. トピックプロファイルが検索する言語を指定するには、[言語] をクリックして1つ以上の言語を選択します。または、[すべて選択] をクリックします。

- b. トピックプロファイルに含めるメディアタイプを指定するには、[メディアタイプ] をクリックして1つ以上のメディアタイプを選択します。または、[すべて選択] をクリックします。

- c. トピックプロファイルで識別される地域を指定するには、[地域] をクリックして1つ以上の地域を選択します。または、[すべて選択] をクリックします。

- d. 選択内容を保存して [トピックプロファイルを作成] インспекターに戻り、[保存] をクリックします。

8. テナントまたはエージェンシーをテストしている場合は、[情報] タブで [トピックプロファイルを有効化] を選択します。

- a. PO 番号を入力します。

PO 番号を入力するのは、Social Studio を使用しているソーシャルマーケティングまたは広告代理店のみです。他のユーザーは、PO に何を入力しても構いません。トピックプロファイルを有効化するには、何らかのテキストを入力します。

- b. [トピックプロファイルを保存] をクリックします。リストに新しいトピックプロファイルが表示されません。

各フィルターオプションを選択すると、トピックプロファイルの選択内容に基づいて月間推定ツイート量 (EMV) が再計算されます。フィルターオプションが多いと、EMV が大きくなります。


9. トピックプロファイルを作成したら、必要なワークスペースと共有します。

Social Studio でのトピックプロファイルの編集


Marketing Cloud Social Studio でトピックプロファイルを編集する手順は、次のとおりです。トピックプロファイルを分析ダッシュボードまたはワークベンチに追加した後も、トピックプロファイルを編集できます。トピックプロファイルで Instagram を指定すると、トピックプロファイルでは Instagram ビジネスの投稿からの情報のみが収集されます。

トピックプロファイルのユーザーロール権限があることを確認してください。

1. アバターをクリックし、[管理] を選択します。
2. [トピックプロファイル] パネルで [トピックプロファイル] または [管理] をクリックします。
3. [トピックプロファイルを編集] インспекターを開くには、トピックプロファイルをクリックします。

 **ヒント:** トピックプロファイルの名前を変更するには、タイトルをクリックします。

4. トピックプロファイルを編集します。
 - 言語、メディアタイプ、地域でフィルターする。
 - キーワードグループを追加、削除、編集する。

 **メモ:** トピックプロファイルを完了するには、キーワードをキーワードグループに追加します。

 - ソースグループを追加、削除、編集する。
5. [トピックプロファイルを保存] をクリックします。


関連トピック:


[Social Studio のユーザーロール権限](#)

Social Studio のトピックプロファイルへの複数のキーワードのインポート


複数のキーワードを1つずつ追加するのではなく、Marketing Cloud Social Studio トピックプロファイルに追加することができます。コンマ区切り値 (CSV) ファイルにキーワードを追加し、ファイルをインポートします。別のトピックプロファイルからキーワードグループをインポートすることもできます。

既存のキーワードに一致する新しいキーワードをインポートすると、インポートしたキーワードで既存のキーワードが上書きされます。ファイルをアップロードする前に、トピックプロファイルの現在のキーワードグループのコピーを保存します。

 **メモ:** キーワードのアップロードを完了するには、トピックプロファイルが有効であり、トピックプロファイルに1つ以上のキーワードがある必要があります。

1. アバターをクリックし、[管理] を選択します。
2. [トピックプロファイル] を選択します。
3. キーワードを追加するトピックプロファイルをクリックして、[トピックプロファイルを編集] インспекターで  をクリックします。

4. [キーワードグループをインポート]をクリックします。

 **メモ:** トピックプロファイルにキーワードグループがない場合、このファイルにはヘッダー行のみが含まれます。

- a. トピックプロファイルにすでにキーワードがあり、キーワードのコピーをダウンロードするには、現在のキーワードグループをクリックします。キーワードがCSVファイルとしてダウンロードされます。キーワードグループをエクスポートしたら、CSVファイルのヘッダーを変更しないでください。変更すると、インポートが機能しなくなります。
- b. キーワードグループを追加、削除、更新します。各キーワードグループには、合計1,000件までのキーワードと最大60件の除外キーワードを含めることができます。
- c. [ファイルをアップロード]をクリックし、ファイルを参照して、[開く]をクリックします。

5. [インポート]をクリックします。

Social Studio でのキーワードグループの管理

Marketing Cloud Social Studio でキーワードファイルを作成して、キーワードをトピックプロファイルにインポートしたり、トピックプロファイルからキーワードをエクスポートして共有したりします。キーワードのCSVファイルは、特定の形式に従います。既存のトピックプロファイルからキーワードグループをエクスポートして、新しいキーワードを追加するためのテンプレートとして使用することもできます。

トピックプロファイルへのソースグループの追加


すべてのコンテンツ、またはキーワードに一致するコンテンツを含めるには、SocialStudioのトピックプロファイルにソースグループを追加します。どちらのコンテンツも Facebook ページソースと直感的に連携します。

1. ソースグループのページからすべての投稿を収集するには、[すべてのコンテンツを含める]を選択します。
2. トピックプロファイルのキーワードを含むページから投稿を含めるには、[キーワードに一致するコンテンツ]を使用します。
3. ソースグループが「キーワードに一致するコンテンツ」ソースグループとしてトピックプロファイルに関連付けられていることを確認してください。この関連付けでは、ページからすべての投稿が取得されるのではなく、キーワードに一致する投稿のみが継続して取得されます。

Social Studio のマクロ

作成する投稿に公開アクションを一貫して適用するためのマクロを Marketing Cloud Social Studio で作成します。マクロはエンゲージ列に入ってくる投稿のワークフロー処理にも役立ちます。

マクロでは、よく使用するアクションに関する手順を構成し、それを複数の投稿に同時に適用できます。

 **ヒント:** マクロを使用すると、時間が節約されるほか、より統一された方法でチームが投稿に関与できます。

Social Studio を使用して、2種類のマクロを作成します。

- **エンゲージメントマクロ:** 1つのマクロボタンを選択して、さまざまなアクションを複数の投稿に同時に適用します。たとえば、エンゲージメントマクロを使用して次の操作を行います。
 - 投稿を1つ以上のワークスペースに追加する。
 - 同じ [状況]、[優先度]、[割り当て]、[センチメント]、[分類]、[投稿のラベル] オプションを投稿に適用する。
 - 同じメモおよび著者のラベルを適用する。
 - 同じオプションに一致する投稿をエンゲージ列に表示しない。
 - 指定した Salesforce 組織に投稿を送信する。
- **公開マクロ:** 一貫したワークフローを使用して、公開カレンダーからの投稿を処理します。投稿の作成時に自動的に適用できます。公開マクロは [ワークスペース設定] セクションで作成できます。たとえば、公開マクロを使用して次の操作を行います。
 - マクロを新規投稿に適用する。
 - 複数のソーシャルアカウントを毎回選択することなく新規投稿に適用する。
 - 💡 **ヒント:** 一貫性を確保するには、同じラベルを投稿に適用します。
 - 同じ [Facebook のゲーティング] および [フィードターゲティング] オプションを新規投稿に適用する。
 - 同じ [LinkedIn ターゲティング] オプションを新規投稿に適用する。
 - アクセスを追跡するには、同じ DMP パラメーターを新規投稿の URL に適用して一貫性を確保します。
- 🔒 **メモ:** 公開マクロは1つのワークスペースにのみ存在し、別のワークスペースと共有できません。任意のロールのスーパーユーザーおよびワークスペース管理者がマクロを作成できます。マクロの所有権を別の所有者に移行することはできません。ユーザーが無効になっている場合、スーパーユーザーまたは管理者がそのマクロを変更できます。

エンゲージメントマクロを使用した Social Studio の受信投稿の分類および処理

Social Studio のエンゲージメントマクロでは、Marketing Cloud Social Studio の受信投稿から Salesforce 組織のケースやリードを作成できます。このマクロを使用して受信投稿を分類して処理し、Salesforce 組織に送信できます。エンゲージメントマクロをスレッド内の他の投稿に割り当てすることもできます。


1. エンゲージメントマクロは Social Studio の異なる領域から作成できます。
 - エンゲージの投稿を調べるエンゲージメントマクロが必要な場合、エンゲージの投稿の投稿インスペクターの [マクロ] タブで [+ 新規作成] をクリックします。
 - 必要なエンゲージメントマクロを事前に把握している場合、Social Studio の管理設定の [エンゲージメントマクロ] ブロックで [+ 新規追加] をクリックします。
2. マクロの名前を付けます。
 - 💡 **ヒント:** マクロの目的を名前として使用します。

3. マクロの説明を追加します。
4. [+ ワークスペースに追加] をクリックしてワークスペースを選択します。
 - 💡 **ヒント:** ワークスペース名を入力し、ワークスペースの名前をクリックして選択することもできます。
5. [追加] をクリックします。
6. 必要に応じて、これらのマクロの [オプション] を設定します。
 - 💡 **ヒント:** 自動的にユーザーを受信投稿に割り当てるには、Social Studio Automate でルールを作成します。データソースとしてターゲットソーシャルアカウントを指定し、頻度を [Realtime(リアルタイム)] に設定します。割り当てルールアクションを追加して、ルールを完了します。組織で投稿を処理するユーザーを指定します。
7. マクロを保存します。次に、終了するか、別のマクロを作成します。


Social Studio での公開マクロの作成

Marketing Cloud Social Studio ワークスペースで公開マクロを作成します。

1. ワークスペース設定にアクセスします。
2. [+ 新規追加] をクリックします。
3. 一意のマクロ名を入力します。
 - 💡 **ヒント:** マクロ名にはワークスペース名を含めます。同じ名前を持つマクロは、それらが異なるワークスペース内にある場合も、Social Studio では重複とみなされます。
4. マクロの説明を入力します。
5. [+ 属性を追加] をクリックします。
6. 属性を個別に選択するか、選択可能なチェックボックスを選択してすべて追加します。
 - a. 公開用ラベルを1つ以上追加します。
 - ラベルが新規の場合、ラベルの後に「新規追加」と表示されます。
 - 選択するには、Enter キーを押します。
 - b. ソーシャルアカウントを1つ以上追加します。
 - ワークスペースにすべてのアカウントを追加するには、[すべてのアカウントを追加] をクリックします。
 - c. LinkedIn ターゲティングのオプションを追加します。
 - d. Web 分析プロファイルを追加します。
 - e. YouTube のカテゴリ、タグ、およびプレイリストを使用します。
 - 📌 **メモ:** YouTube プレイリストを公開マクロに追加する前に、YouTube アカウントを選択します。
 - f. Facebook のニュースフィードターゲティングオプションを設定します。

 **メモ:** 投稿が Facebook 用でない場合、これらの属性は無視されます。また、Social Studio モバイル iOS で投稿にマクロを適用した場合、マクロ内の属性は投稿に適用されません。

g. Facebook の制限対象オーディエンスオプションを設定します。

 **メモ:** 投稿が Facebook 用でない場合、これらの属性は無視されます。また、Social Studio モバイル iOS で投稿にマクロを適用した場合、マクロ内の属性は投稿に適用されません。

7. [追加] をクリックして [保存] をクリックします。

必要な情報を収集するための Social Studio レポートの調整

Social Studio では、さまざまなパラメーターに基づいてレポートを生成できます。パラメーターには、Social Studio 組織のソーシャルアカウント別、ワークスペース別、またはすべてのワークスペースのコンテンツパフォーマンスを含めることができます。また、ソーシャルアカウントまたはトピックプロファイルの投稿レポートを作成したり、指定した日付範囲でデータを取得するようにメトリクスをカスタマイズしたりできます。投稿レポートは、スケジュールに従って、指定期間に対して、または指定した頻度で実行できます。指定した日付と時刻にレポートを提供するように Social Studio を設定することもできます。

メモ: EU 著作権指令

EU 著作権指令の第 15 条により、Marketing Cloud Social 製品は、メインストリームニュース、アグリゲーター、および YouTube 以外の動画コンテンツの投稿を削除する必要があります。EU 著作権指令は、著者、アーティスト、発行者に、各自のオンライン作品の使用に対してより公正な報酬を与えるように考案されたものです。この指令は、著作権の対象となる作品の保護も目的としています。

当初、EU 著作権指令はこれらのメディアタイプのすべての投稿を対象としていました。Social API は、ソーシャルアプリケーションが、EU 加盟国からの投稿だけでなく、すべての投稿からデータを取得することを制限するように変更されます。Salesforce でのコンテンツの保存とキーワードによる検索は今後も可能です。対象となるメディアタイプの投稿は、Social Studio では「このコンテンツは使用できません」と表示されます。著者の情報、投稿タイトル、そして元の投稿へのリンクは引き続き表示されます。

広範なリスニングデータについては、投稿のアバター、タイトル、元のコンテンツへのリンクのみが表示されます。対象となるメディアタイプは、メインストリームニュース、アグリゲーター、そして YouTube 以外に投稿された動画です。テストエリアには、「このコンテンツは使用できません」と表示されます。

分析レポート

Marketing Cloud Social Studio の分析では、ダッシュボードとワークベンチを使用できるだけでなく、ダッシュボードや投稿に関するレポートを作成できます。Social Studio では、レポートの共有または印刷に PDF 形式を使用します。


Social Studio での分析ダッシュボードレポートの作成

ダッシュボードレポートは、Marketing Cloud Social Studio で作成したり、現在のワークスペースダッシュボードに基づいて作成したりできます。フィルターとレポートメトリクスを設定して、レポートをカスタマイズできます。

ダッシュボードレポートを作成する前に、分析でワークスペースのダッシュボードが作成されていることを確認します。レポートを作成すると、ダッシュボードに設定されたフィルターは自動的にレポートに継承されます。

レポートの収集日数を指定し、新しいレポートの生成頻度を設定します。Social Studio では、Social Studio の外部で共有される PDF ファイルとしてダッシュボードレポートが保存されます。


1. [分析]に移動します。
2. [レポート]をクリックします。
3. [レポートを作成]をクリックします。
4. [ダッシュボードレポート]を選択します。
5. 1つ以上のソーシャルアカウントダッシュボードを選択します。
6. 同じオプションを使用するダッシュボードごとに個別のレポートを作成したり、ワークスペースのすべてのダッシュボードを同じレポートに含めたりします。
7. レポートのフィルターを選択します。これらのフィルターは、エンゲージ列で使用するフィルターと同じです。

 **メモ:** フィルターやその他のオプションを選択すると、ダッシュボードレポートのプレビューセクションにカードのリストが表示されます。フィルターの編集時に変更は表示されません。適用されたフィルターは、ベースダッシュボードではなくレポートに影響します。ダッシュボードは、レポートを開始するときに使用されるテンプレートです。

8. レポートに含める投稿の期間として、周期的な範囲、または特定のリアルタイム日付を選択します。この時間は今日の日付を基準とする相対的な時間です。
 - 相対: 今日、昨日、今週、先週、今月、先月、今月および先月、当四半期、前四半期
 - リアルタイム: 1 日前、過去 7 日間、過去 14 日間、過去 30 日間、過去 60 日間、過去 90 日間
9. 各ダッシュボードカードを PDF レポートに表示される順序にドラッグします。
10. レポートに表示される個々のカードを編集する手順は、次のとおりです。
 - a. [レポートページ]ウィンドウでカードをクリックします。
 - b. [フィードを編集]で、次の操作を実行できます。
 - [データセット]で、レポートに表示されるソーシャルアカウントを選択する。
 - [フィルター]で、個々のフィルターを選択する。
 - [レポートからページを削除]をクリックしてレポートからページを削除する。
 - c. 閉じるには、[X]をクリックします。
11. レポートスケジュールを変更するには、現在のスケジュールオプションをクリックします。
 - a. [レポートスケジュール]で、頻度を次のいずれかのに変更します。
 - 生成しない
 - 1 回のみ
 - 毎日 - ポップアップカレンダーを使用して、レポート生成の開始日と終了日を設定します。[希望配信時刻]を指定するには、時間、分、午前または午後を設定します。

- 毎週-[日]ドロップダウンを使用して1つ以上の平日を指定します。ポップアップカレンダーを使用して、レポート生成の開始日と終了日を設定します。[希望配信時刻]を指定するには、時間、分、午前または午後を設定します。
- 毎月-月次レポートの実行方法を指定するには、[実行基準]で日付または曜日を選択します。ポップアップカレンダーを使用して、レポート生成の開始日と終了日を設定します。[希望配信時刻]を指定するには、時間、分、午前または午後を設定します。

レポートの終了日が168日を超えることはできません。これ以降の日付はグレー表示されます。

 **メモ:** レポートが自動的に生成され、共有で指定したメンバーに届きます。

選択したスケジュールが[スケジュール]に表示されます。


b. [変更を保存]をクリックします。


12. 完了したら、[完了]をクリックします。

スケジュールが設定されると、状況が「有効」に変更されます。作成されたレポートのリストが表示され、選択できるようになります。

13. レポートの結果を表示するには、[結果を表示]をクリックします。

14. レポートの削除または実行を行うことができます。

a. レポートを削除するには、 をクリックしてから [削除] をクリックします。

b. レポートを今すぐ実行するには、 をクリックしてから [今すぐ実行] をクリックします。

Social Studio レポートを使用した投稿のコンテンツパフォーマンスの追跡

Marketing Cloud Social Studio のコンテンツパフォーマンスレポートを使用して、コンテンツパフォーマンスを追跡、分析、測定できます。ワークスペースやソーシャルネットワークごとにパフォーマンスレポートを実行することで、これまでにコンテンツが設定されたマイルストーンや目標を達成しているかどうかを確認できます。

Social Studio では、投稿の時間に応じて、いいね!数、コメント数、共有数などのメトリクスが収集されます。

次の期間内に投稿された場合...	Social Studio がデータを取得する間隔は...
0 - 24 時間	15 分ごと
1 - 3 日	1 時間ごと
4 - 7 日	6 時間ごと
8 - 14 日	12 時間ごと
15 - 30 日	毎日
31 日以上	週単位

Social Studio の投稿レポート

Social Studio のレポート機能を使用すると、レポートの作成とスケジュールを数分で行うことができます。1つ以上のソーシャルアカウントおよびトピックプロファイルの投稿レポートを作成できます。レポートを作成したら、レポートの送信頻度 (毎日または毎月) をスケジュールで設定できます。

コンテンツ投稿レポートでは、レポートメトリクスをカスタマイズして、自分にとって重要な情報を含めることができます。頻度を設定し、レポートの生成を自動化して、必要に応じてレポートを毎日から毎月の頻度で受信します。高度なフィルターおよび相対的な期間を使用して、自分にとって重要な投稿のみを含めます。このレポートには、選択したソーシャルアカウントに対して指定した期間に公開された投稿とそのメトリクス、およびワークフローが含まれます。コンテンツ投稿レポートは、デスクトップ上で PDF または CSV ファイル形式で使用できます。コンマ区切り値形式を使用して、さらにフィルターしたり並び替えたりします。Social Studio で表示されるようなグラフィカルな形式で投稿レポートを共有するには、PDF 形式を使用します。

Social Studio のリアルタイム投稿レポート

投稿を受信したときに投稿のレポートを表示するには、Marketing Cloud Social Studio のレポートを使用します。投稿レポートはトピックプロファイルごとに作成できます。どこからでも PDF レポートを使用してブランドのメンションを確認できます。高度なフィルターを使用すれば、関連する投稿のみを含めることもできます。レポートには、前回のレポート以降の投稿のみが含まれます。レポートの頻度は 10 分、30 分、1 時間、または 3 時間ごとのいずれかに設定できます。

Social Studio モバイル

iOS デバイスや Android スマートフォンで顧客に近づくには、Marketing Cloud Social Studio モバイルを使用します。どこにいてもデスクに座っているかのように同じ Social Studio 機能を使用できます。iOS App Store または Google Play から無料でアプリケーションをダウンロードします。

最新の Social Studio 機能を取得していることを確認するには、Marketing Cloud Salesforce ヘルプで Marketing Cloud リリースコミュニケーションにサインアップします。[趣味・関心] で Marketing Cloud を指定します。

「Marketing Release Communications (Marketing リリースコミュニケーション)」の手順に従ってください。