

Marketing Cloud Personalization Builder および Einstein レコメンデーション 実装ガイド

Salesforce, Spring '24



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 2000–2024 Salesforce, Inc. All rights reserved. Salesforce およびその他の名称や商標は、Salesforce, 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

概要	1
コレクトトラッキングコード	3
匿名の訪問者と既知の訪問者	4
Collect Tracking Code のインストール	5
Personalization Builder の Collect Tracking Code の構成	5
Collect Tracking Code を使用したストリーミングカタログの更新	6
コレクトトラッキングコードのユーザー情報と属性の設定	7
Do Not Track スクリプト	8
Set Contact Attribute Affinity	8
ユーザーアフィニティのタグシナリオ	9
ページビューのトラッキング	9
Track Items Viewed	9
Track Category Viewed	10
Track In-Site Search	10
カート内のアイテムのトラッキング	11
Clear Cart	12
Track Purchase Details	12
Track Conversion	12
AJAX リダイレクター呼び出し	13
Collect Tracking Code の実装の検証	14
カタログ	15
Einstein レコメンデーションのカタログフィールドの定義	16
予約済みの属性	20
属性の追加	21
製品レコード	21
コンテンツレコード	21
バナーレコード	22
カスタム属性の構成	22
カタログフィールドマッピングの作成	23
カタログのインポート	23
Einstein レコメンデーションステータスコンソール	26
実装エラーの修正	26
Einstein レコメンデーションデータエクステンション	27
Einstein レコメンデーションルールマネージャー	28
一般的なルールタイプ	28

ルールの構成	29
Einstein レコメンデーションシナリオ	31
シナリオ階層	36
ウォーターフォール予測	37
Einstein メールレコメンデーション	38
Einstein メールレコメンデーションの作成	39
Einstein メールレコメンデーションのコンテンツの作成	40
Einstein メールレコメンデーションのロジックの作成	41
Einstein メールレコメンデーションレイアウトの構成	41
Einstein メールレコメンデーションシナリオの構成	42
Einstein メールレコメンデーションコードの挿入	42
メールレコメンデーションハッシュ	43
Einstein Web レコメンデーション	44
Einstein Web レコメンデーションの作成	45
Web レコメンデーションの場所と種別の設定	46
Einstein Web レコメンデーションのコンテンツ領域の作成	46
Web レコメンデーションの表示形式の構成	46
Einstein Web レコメンデーションシナリオの構成	47
Einstein Web レコメンデーションのプレビューおよび挿入	48
コードの取得手順	48
使用事例	51

概要

Personalization Builder および Einstein レコメンデーション実装ガイドの目的は、Marketing Cloud エキスパートが大規模なグローバル実装を成功させるために使用している手順を紹介することです。

このガイドの概要

Einstein の Personalization Builder は、メールおよび Web の製品レコメンデーションおよびコンテンツレコメンデーションを通じて、次に最適な製品、コンテンツ、またはサービスを各個人に提供します。すべての顧客インタラクションがインサイトです。顧客がクリック、ダウンロード、参照、購入するたびに顧客のプリファレンスに関するデータが提供されます。Personalization Builder はユーザーの行動をアルゴリズムおよび独自のビジネスルールと組み合わせて、アフィニティのユーザープロファイルを作成します。このプロファイルを使用して、顧客ごとに最も関連性の高いコンテンツと製品をリアルタイムで決定します。

このガイドの対象者

このガイドの対象者は、Personalization Builder を実装する Marketing Cloud 管理者、パートナー、マーケターです。

開始する前に

Personalization Builder を購入してプロビジョニングする必要があります。詳細は、アカウントの担当者にお問い合わせください。Personalization Builder を正常に実装するには、各使用事例に合わせてコレクトとカタログを正しく実装する必要があります。Personalization Builder 実装の前提条件のリストを確認してください。

必要なサービス

Personalization Builder は保護サービス製品です。現在のところ、保護ステータスは行動トリガーのオーディエンスファイルの作成に限定されます。

概要

Personalization Builder は Marketing Cloud のアプリケーションの1つであり、Web レコメンデーションとメールレコメンデーションが含まれます。

このガイドで説明する Personalization Builder の主なコンポーネントは次のとおりです。

- **カタログ:** カタログには、日次フラットファイルアップロード、またはストリーミング更新と呼ばれる JavaScript スニペットを使用して Web サイトから取得されるデータのすべてのメタデータが保存されます。コレクトから取得されるすべてのコールは、カタログのレコードに一致する必要があります。

概要

- **コレクト**:コレクトとは、既知の購読者およびWebサイトでの不明な訪問者の行動を取得するために使用される 1 ピクセルの JavaScript スニペットです。各訪問者が閲覧した製品やコンテンツ、カートに追加した製品、購入した製品をトラッキングします。コレクトは ID レベルでデータを取得するため、カタログに関連付ける必要があります。
- **Personalization Builder データエクステンション**: Personalization Builder データエクステンションとは、ビュー、購入、プロフィール、製品、またはコンテンツ情報が含まれるアクション可能なデータエクステンションです。
- **Einstein Web レコメンデーション**: Einstein Web レコメンデーションにより、ユーザーの行動に基づいたパーソナライズされたレコメンデーションが得られます。レコメンデーションは API 経由で Web サイトおよびモバイルアプリケーションに表示されます。
- **Einstein メールレコメンデーション**: Einstein メールレコメンデーションはユーザーの行動および機械学習を使用して、画像とリンクのペアを使用してメールに追加されるレコメンデーションを生成します。
- **ステータスコンソール**: ステータスコンソールでは、コレクトトラッキングコードおよびカタログのインポートで一般的な実装エラーがないかどうかを確認します。

ALBERT EINSTEIN の権利は、ヘブライ大学の許可を受けた上で使用しています。Greenlight が排他的に代理人を務めています。

コレクトトラッキングコード

コレクトトラッキングコードはサイトのJavaScript スニペットで、既知の連絡先と不明な訪問者の行動に関するデータを取得します。このデータを使用して、予測およびパーソナライズされたレコメンデーションによって、複数のチャンネルで連絡先プロフィールを拡張し、カスタマイズジャーニーを最適化できます。また、製品およびコンテンツカタログの詳細をリアルタイムで更新することや、メールによって促進された収益をトラッキングすることもできます。

トラッキングコードがインストールされた Web サイトに訪問者がアクセスすると、一意の ID とセッション ID を含む Cookie がドロップされます。Cookie は ID をすべてのコレクト呼び出しに追加します。Cookie は、ユーザーが削除または消去されるまでユーザーをトラッキングします。

コレクトトラッキングコードのピクセルは不可視画像として識別され、スクリーンリーダーを使用する Web サイト訪問者のユーザーエクスペリエンスには影響しません。構成は製品と使用事例によって異なります。

コレクトトラッキングコードでは、連絡先レベルで選択する、次のような変数とイベントが監視されます。

- ブラウザーの種類
- ユーザーの場所
- セッションの時間と長さ
- ページの URL
- ページタイトル
- 参照元の URL

考慮事項

- アイテムに関連付けられるすべてのコレクト呼び出し(アイテム詳細のトラッキング、カートのトラッキング、購入のトラッキングなど)がカタログ内の値に一致する必要があります。アイテムがカタログで一致しないことは、実装に関する上位の問題の1つです。メールレコメンデーションまたは Web レコメンデーションアプリケーションの [ステータス] タブで、コレクトデータがカタログデータに一致するかどうかを把握できます。
- コレクト呼び出しでは、表示しているページに関するデータ以上のデータを渡すことはできません。また、呼び出し内の名前と値のペアを変更することもできません。item、unique_id、email などの値は固定ラベルです。固定ラベルをカスタムラベルに絶対に置き換えないでください。

匿名の訪問者と既知の訪問者

コレクトコードがインストールされた Web サイトに訪問者がアクセスすると、一意の ID とセッション ID と共に Cookie がドロップされます。Cookie がアクティブである限り、匿名ユーザーの行動をコレクトトラッキングします。ユーザーがメールアドレスなどの識別子によって既知になると、その識別子が匿名の ID に追加されます。プロフィールでも結合が行われ、すべての匿名データを既知のプロフィールに取り込みます。

Collect Tracking Code のインストール

Web サイトに Collect Tracking Code をインストールします。

Personalization Builder の Collect Tracking Code の構成

Personalization Builder で使用する Collect Tracking Code を構成します。

Collect Tracking Code を使用したストリーミングカタログの更新

カタログ内の1つまたは複数のアイテムにサーバーサイドストリーミング更新を設定するには、API キーまたはカタログインポートオプションを使用します。ストリーミング更新は、標準ファイルのアップロードプロセスの代わりに使用されます。

コレクトトラッキングコードのユーザー情報と属性の設定

連絡先プロファイルのユーザーの詳細や購読者の情報を管理するには、Marketing Cloud Engagement のコレクトトラッキングコード機能を使用します。

Do Not Track スクリプト

購読者がトラッキングをオプトアウトした場合、Do Not Track スクリプトコードを使用して、Web サイトの Collect Tracking Code を抑制します。Collect Tracking Code は、ユーザーアクティビティをトラッキングするかどうかの決定にブラウザの設定を使用しません。

Set Contact Attribute Affinity

Collect Tracking Code を使用して、連絡先属性に基づき、購読者のアフィニティモデルを作成します。

ページビューのトラッキング

trackPageview 呼び出しは最も一般的な呼び出しであり、製品またはコンテンツ/表示、カテゴリ/表示、検索/表示の3種類の情報をこの呼び出しで取得できます。アイテム、カテゴリ、および検索の名前と値のペア以外のデータを trackPageview 呼び出しに渡すことはできません。

Track Items Viewed

Collect Tracking Code を構成して、連絡先が Web サイトで表示したアイテムをトラッキングします。

Track Category Viewed

Collect Tracking Code を構成して、連絡先が Web サイトで表示した製品のカテゴリデータを保存します。

Track In-Site Search

Collect Tracking Code を構成して、連絡先が Web サイトで行った検索に関するデータを保存します。

カート内のアイテムのトラッキング

Collect Tracking Code を構成して、連絡先のカートに追加または削除されたアイテムをトラッキングします。

Track Purchase Details

Collect Tracking Code を構成して、連絡先が Web サイトから行った購入に関する詳細を保存します。

Collect Tracking Code の実装の検証

インストールステータスコンソールを表示して、Collect Tracking Code の実装が成功したことを確認します。

匿名の訪問者と既知の訪問者

コレクトコードがインストールされた Web サイトに訪問者がアクセスすると、一意の ID とセッション ID と共に Cookie がドロップされます。Cookie がアクティブである限り、匿名ユーザーの行動をコレクトトラッキングします。ユーザーがメールアドレスなどの識別子によって既知になると、その識別子が匿名の ID に追加されます。プロファイルでも結合が行われ、すべての匿名データを既知のプロファイルに取り込みます。

Einstein レコメンデーションで使用する連絡先 ID を選択します。この ID が変更されることはなく、現時点では更新できません。ベストプラクティスとしては、可能であれば Marketing Cloud 購読者キーを使用します。この ID はコレクト JavaScript スニペットを経由して Web サイトからも渡されるため、Web サイトのデータレイヤーか

ら使用できることを確認してください。ベストプラクティスとしては、この理由のために購読者キーの使用をお勧めします。


既知のユーザーが新しいデバイスを開くと、プロファイルで古い Cookie からのデータが新しい Cookie に結合され、すべての行動が保持されます。そのため、setUserInfo コールを経由したある時点でユーザーが既知になっている限り、匿名データに加えてクロスデバイスデータを1つのプロファイルに関連付けることができます。

現時点では、識別子を更新することはできないため、ユーザーがコンピューターを共有している場合、そのユーザーが既知になると2つのアカウント間で交互に切り替えられることになります。

Collect Tracking Code のインストール

Web サイトに Collect Tracking Code をインストールします。

Collect Tracking Code の構成を開始するには、アプリスイッチャーの Personalization Builder で、[メールレコメンデーション]または[Web レコメンデーション]を選択します。[コレクト]を選択し、手順を完了します。次に、サイトに Collect Tracking Code をインストールします。

 **メモ:** Collect Tracking Code のインストールと構成を完了するために、Web 開発者に相談することをお勧めします。

1. Web テンプレートの <head> または <body> 内に、Collect スクリプトをコピーして貼り付けます。これによって、Webサイトのすべてのページにコードが自動的にインストールされます。MIDをビジネスユニットのアカウント ID に置き換えます。


Collect Code スクリプト


```
<script type="text/javascript" src="https://MID.collect.igodigital.com/collect.js">
</script>
```

2. Web サイトの各ページの body タグ間に、Set Org ID スクリプトをコピーして貼り付けます。MID をビジネスユニットのアカウント ID に置き換えます。

Set Org ID スクリプト

```
<script type="text/javascript">
_etmc.push(["setOrgId", "MID"]);
_etmc.push(["trackPageView"]);
</script>
```

 **ヒント:** Personalization Builder 内のオプションと構成を使用して、予測レコメンデーション機能を変更します。Personalization Builder で変更した内容は、すぐに有効になります。

 **メモ:** 購読者が Web サイトでのトラッキングをオプトアウトできるようにするには、Set Org ID スクリプトを [Do Not Track スクリプト](#) (ページ 8) に置き換えます。

Personalization Builder の Collect Tracking Code の構成

Personalization Builder で使用する Collect Tracking Code を構成します。

1. Personalization Builder に移動し、[Web レコメンデーション] または [メールレコメンデーション] を選択します。
2. [管理者] にマウスを置き、ドロップダウンから [実装] を選択します。
3. カタログの同期方法として [ストリーミング更新] または [一括アップロード] を選択します。
 - ストリーミング更新の場合は、ドメイン名を入力し、カタログの種類を選択します。
 - 一括アップロードの場合は、手動によるカタログのアップロードと更新に必要な情報を入力します。
4. トラッキングする属性を選択し、トラッキング対象のすべての属性にコードをコピーして貼り付けます。

Collect Tracking Code を使用したストリーミングカタログの更新

カタログ内の1つまたは複数のアイテムにサーバーサイドストリーミング更新を設定するには、API キーまたはカタログインポートオプションを使用します。ストリーミング更新は、標準ファイルのアップロードプロセスの代わりに使用されます。

❗ 重要: クライアントサイド JavaScript を使用したストリーミング更新はサポートされていません。

推奨可能なアイテムのプールからアイテムを削除する場合は、API を使用してください。

- HTTP を介したサーバーサイドストリーミング更新サービスの要求は受け入れられません。ストリーミング更新サービスへの要求にはすべて、HTTPS を使用してください。
- URL クエリパラメーターとして送信された API キーは受け入れられません。代わりに API キーを要求のボディに移動してください。

これらの例では MID を、Collect Tracking Code で使用されるビジネスユニットのアカウント ID に置き換えます。

単一アイテムの更新

```
https://MID.collect.igodigital.com/c2/MID/update_item_secure.json
{
  "api_key": "a1234567-cccc-1234-a123-12345a123456",
  "payload": {
    "item": "INSERT_ITEM",
    "unique_id": "INSERT_UNIQUE_ITEM_ID",
    "item_type": "INSERT_ITEM_TYPE",
    "name": "INSERT_ITEM_NAME_OR_TITLE",
    "url": "INSERT_ITEM_URL",
    "INSERT_ATTRIBUTE_NAME": "INSERT_ATTRIBUTE_VALUE"
  }
}
```

複数のアイテムの更新

```
https://MID.collect.igodigital.com/c2/MID/update_item_secure.json
{
  "api_key": "a1234567-cccc-1234-a123-12345a123456",
  "payload": {
    "item": "INSERT_ITEM",
    "unique_id": "INSERT_UNIQUE_ITEM_ID",
    "name": "INSERT_ITEM_NAME_OR_TITLE",
    "url": "INSERT_ITEM_URL",
  }
}
```

```

    "item_type": "INSERT_ITEM_TYPE",
    "INSERT_ATTRIBUTE_NAME": "INSERT_ATTRIBUTE_VALUE"
  },
  {
    "item": "INSERT_ITEM",
    "unique_id": "INSERT_UNIQUE_ITEM_ID",
    "name": "INSERT_ITEM_NAME_OR_TITLE",
    "url": "INSERT_ITEM_URL",
    "item_type": "INSERT_ITEM_TYPE",
    "INSERT_ATTRIBUTE_NAME": "INSERT_ATTRIBUTE_VALUE"
  }
}

```

コレクトトラッキングコードのユーザー情報と属性の設定

連絡先プロフィールのユーザーの詳細や購読者の情報を管理するには、Marketing Cloud Engagement のコレクトトラッキングコード機能を使用します。

setUserInfo プッシュは連絡先 ID を渡します。選択した ID の種別にかかわらず、このフィールドのメールラベルを使用して、値を SetUserInfo スニペットに追加します。値を一度追加すると既知の識別子がコレクトトラッキングコードの Cookie に関連付けられるため、値をすべてのページに追加する必要はありません。

ヒント: 連絡先が Web サイト上でメールアドレスを入力するか、マーケティングメールをクリックすると購読者情報が保存されるように Collect Tracking Code を構成します。[Personalization Builder 連携](#)を使用するには、ユーザーのメールアドレスを使用する必要があります。プライバシー上の理由から、個人識別情報 (PII) の使用を避けるか、メールをハッシュ化することをお勧めします。

Set User Info

```

<script type="text/javascript">
  _etmc.push(["setOrgId", "MID"]);
  _etmc.push(["setUserInfo", {"email": "INSERT_EMAIL_OR_UNIQUE_ID"}]);
  _etmc.push(["trackPageView"]);
</script>

```

ヒント: ユーザーがログインするまたは既知になるすべての場所で、この呼び出しを追加します。一般的な場所には次のものがあります。

- ログインページまたはフォーム
- サインアップページまたはフォーム
- ニュースレターへのサインアップ

1. スクリプトをコピーして「INSERT_EMAIL_OR_UNIQUE_ID」を動的コードに置き換えてカスタマイズし、購読者 ID を取得します。購読者 ID は通常、そのユーザーに固有のメールアドレスまたは番号です。
2. 変更したスクリプトを、ページのヘッダーコードに追加します。

Do Not Track スクリプト

購読者がトラッキングをオプトアウトした場合、DoNotTrackスクリプトコードを使用して、WebサイトのCollect Tracking Codeを抑制します。Collect Tracking Codeは、ユーザーアクティビティをトラッキングするかどうかの決定にブラウザーの設定を使用しません。

このコードは、次を含むすべてのトラッキングアクティビティを抑制します。

- trackCart
- trackConversion
- trackEvent
- trackPageView
- trackRating

標準の Set Org ID スクリプトの代わりに、このコードを使用します。

```
<script type="text/javascript">
  _etmc.push(["setOrgId", "123456"]);
  _etmc.push(["doNotTrack"]);
  _etmc.push(["trackPageView"]);
</script>
```

APIを使用してプライバシー設定を管理する場合は、[Personalization Builder API 開発者ドキュメント](#)を参照してください。


Set Contact Attribute Affinity

Collect Tracking Code を使用して、連絡先属性に基づき、購読者のアフィニティモデルを作成します。

連絡先属性をタグ付けしたカタログフィールドに一致させて、その連絡先属性の値に対する購読者のアフィニティを増加させます。増加量は、購入から生じる場合よりも小さくなりますが、ビューから生じる場合よりも大きくなります。

```
<script type="text/javascript">
  _etmc.push(["setOrgId", "MID"]);
  _etmc.push(["setUserInfo", {"email": "INSERT_EMAIL_OR_UNIQUE_ID",
    "details": {
      "gender": "female"
    }
  }]);
  _etmc.push(["trackPageView"]);
</script>
```


1. スクリプトをコピーして、gender を一致させる連絡先属性に置き換えます。
2. 変更したスクリプトを、Webサイトの詳細ページのヘッダーコードに追加します。

 **例:** Lisaのマーケティング部長は、gender フィールド値がfemaleになっているカタログアイテムに対する、自分を女性だと認識する顧客のユーザーアフィニティを増加したいと考えています。Lisaはgender フィールド値がfemaleとなっているアイテムを永続的に促進するために、Set Contact Attribute Affinity コードを使用します。

ユーザーアフィニティのタグシナリオ

特定のカタログ属性を持つ人気アイテムが返されるようにタグシナリオを構成します。連絡先の上位アフィニティに一致する属性値を持つアイテムが返されるようにレコメンデーションエンジンを設定します。この機能は「大好きなブランド」や「好きな色のアイテム」といったレコメンデーションを強化できます。

1. 使用するカタログ属性を強調表示します。
2. 値として[ユーザーアフィニティと同じ]を選択します。

 **例:** Lisaのマーケティング部長は、gender フィールド値がfemaleになっているカタログアイテムに対する、自分を女性だと認識する顧客のユーザーアフィニティを増加したいと考えています。Lisaはgender フィールド値がfemaleとなっているアイテムを永続的に促進するために、Set Contact Attribute Affinity コードを使用します。

SetUserInfo 呼び出しには、サイトの連絡先に固有の顧客属性を含めることもできます。ラベルは任意の値にすることができ、渡されたとおりに連絡先プロフィールに取り込まれます。各ペアの値は、アクティブなユーザーのプロフィールにあるすべての値を上書きします。


アフィニティのシーディング機能を使用するには、ラベルがカタログ内のフィールドと一致し、渡された値がカタログ上の製品に割り当てられている必要があります。

顧客属性はエクスポートできず、現在、Marketing Cloud データエクステンションに渡されていません。この値の主な使用事例として、連絡先属性アフィニティをシーディングしたり、この値をルール内で使用してレコメンデーションに影響を与えたりすることがあります。たとえば、金融機関では、一部のユーザーのAgeGroupをMinorとして追加し、OfferType=CreditCard when AgeGroup = Minorのアイテムがレコメンデーションエンジンで推奨されないようにするルールを作成できます。

ページビューのトラッキング

trackPageview 呼び出しは最も一般的な呼び出しであり、製品またはコンテンツ/表示、カテゴリ/表示、検索/表示の3種類の情報をこの呼び出しで取得できます。アイテム、カテゴリ、および検索の名前と値のペア以外のデータを trackPageview 呼び出しに渡すことはできません。

```
<script type="text/javascript">
  _etmc.push(["setOrgId", "MID"]);
  _etmc.push(["trackPageView", { "item" : "INSERT_PRODUCT_CODE", "search" : "XXXXX" }]);
</script>
```

 **メモ:** IGO_VIEWS に検索フィールドを設定するには、search パラメーターをトラッキングコールに含めます。item パラメーターを使用して、IGO_VIEWS のレコードを作成します。

1. スクリプトをコピーして、INSERT_PRODUCT_CODE を、一致させる属性に置き換えます。
2. 変更したスクリプトを、詳細ページのヘッダーコードに貼り付けます。

Track Items Viewed

Collect Tracking Code を構成して、連絡先が Web サイトで表示したアイテムをトラッキングします。

アイテムの値は ProductCode または ContentID にマップされるフィールドに一致する必要があります。アイテムの ID がカタログのレコードに一致しない場合、そのアイテムでアフィニティは作成されません。アイテムがカタログのフィールドと一致しないのは、セットアップ中に起こるきわめて一般的なミスです。

```
<script type="text/javascript">
  _etmc.push(["setOrgId", "MID"]);
  _etmc.push(["trackPageView", { "item" : "INSERT_PRODUCT_CODE" }]);
</script>
```

メモ: Personalization Builder 実装にカタログファイルを含める場合は、送信された「INSERT_ITEM」の値を製品コードカタログフィールドに一致させます。

1. スクリプトをコピーして「INSERT_ITEM」を各アイテムの一意の識別子の動的コードに置き換えてカスタマイズします。
2. 変更したスクリプトを、詳細ページのヘッダーコードに貼り付けます。

Track Category Viewed

Collect Tracking Code を構成して、連絡先が Web サイトで表示した製品のカテゴリデータを保存します。

カテゴリページで trackpageview 呼び出しを使用して、訪問者が表示しているカテゴリを取得することもできます。この呼び出しはカテゴリの名前と値のペアを使用し、ラベルは予約されています。

カテゴリ名には柔軟性がありますが、一貫したデータの種別を使用することをお勧めします。ベストプラクティスとして、含める値をカタログのタグフィールドに一致させることをお勧めします。カテゴリからサブカテゴリ、ブランドに至るまで、すべての種別のページカテゴリで同じ構造を使用します。

一度に1つのカテゴリのみがコレクト呼び出しに追加されるため、表示するページに最も関連する用語を選択します。通常、これは最も具体的なカテゴリになります。通常、表示しているカテゴリページのブレッドクラムがメンズ>アパレル>シューズ>テニスシューズになっている場合、カテゴリは「テニスシューズ」であり、製品カタログの「テニスシューズ」カテゴリに結び付けられています。


ヒント: 一貫性がカテゴリ呼び出しでは重要になります。正常な実装にはキーは不要です。カテゴリ ID またはカテゴリ名がある場合、それらはカタログ内のタグ化された値に一致する必要があります。

```
<script type="text/javascript">
  _etmc.push(["setOrgId", "MID"]);
  _etmc.push(["trackPageView", { "category" : "INSERT_CATEGORY" }]);
</script>
```

1. コードをコピーして「INSERT_CATEGORY」を表示されたアイテムのカテゴリの動的コードに置き換えてカスタマイズします。
2. 変更したスクリプトを、カテゴリページのヘッダーコードに追加します。

Track In-Site Search

Collect Tracking Code を構成して、連絡先が Web サイトで行った検索に関するデータを保存します。

-  **メモ:** Track In-Site Search 呼び出しは正常な実装には不要であり、多くの場合、この呼び出しは、特定の使用事例で明示的に必要とされない限り実装されません。

```
<script type="text/javascript">
  _etmc.push(["setOrgId", "MID"]);
  _etmc.push(["trackPageView", { "search" : "INSERT_SEARCH_TERM" }]);
</script>
```

1. コードをコピーして「INSERT_SEARCH_TERM」を検索語を取得する動的コードに置き換えます。
2. 変更したスクリプトを、詳細ページのヘッダーコードに貼り付けます。

カート内のアイテムのトラッキング

Collect Tracking Code を構成して、連絡先のカートに追加または削除されたアイテムをトラッキングします。

訪問者がカートに商品を追加または削除した場合や、カート内の商品の数量を変更した場合など、ショッピングカートが変更された場合はいつでも `trackCart` を使用できます。

このコードは、連絡先のカート内のアイテムを最新情報(各アイテムの数量や単価など)で上書きします。カートに複数の製品が含まれる場合、各製品が取得されるたびにその製品を呼び出しに追加する必要があります。アクティブなカートは呼び出しに毎回追加する必要があります。この呼び出しは「放棄されたカート」トリガーにとって非常に重要です。このトリガーは、この呼び出しを使用して、どの製品を表示し、どの製品が放棄されたかを特定します。

呼び出しは、4つの名前と値のペアで構成されます (item、quantity、price、unique_id)。Item と unique_id は必須です。

- quantity は、特定のSKUに追加されたアイテムの数です。
- price は、カートにアイテムを追加した時点の価格です。
- どの呼び出しでも同様ですが、item は、カタログの ProductCode にマップされたフィールドに一致します。
- unique_id は、カタログのSKUIdにマップされたフィールドに一致します。このアイテムが一致すると、色やサイズなどすべての特定の属性を含め、カタログ内の正確なレコードが ProductCode だけでなくカートに確実に結び付けられます。

カートに製品が追加されたり、カートが更新されたりするたびに、`trackCart` を使用します。多くの場合、このアクティビティは、以下を含めサイト上のいくつかの場所で実行されます。

- 製品ページ
- カテゴリページ
- クイックカート
- カートページ
- 検索結果
- ランディングページ
- ホームページ

ベストプラクティスとして `trackCart` と共に `setUserId` を含めることをお勧めします。これにより、正しい連絡先IDがカートに常に結び付けられるようになります。 `setUserInfo` の設定は一度だけで済むため、こ

これは要件ではありません。ただし、すべてのカート呼び出しでこれを追加し、正しい連絡先IDをカートに結び付けるようにすることを強くお勧めします。

Track Cart スクリプト

```
<script type="text/javascript">
  _etmc.push(["setOrgId", "MID"]);
  _etmc.push(["trackCart", { "cart": [
    {"item": "INSERT_ITEM", "quantity": "INSERT_QUANTITY" , "price" : "INSERT_PRICE" ,
      "unique_id" : "INSERT_UNIQUE_ID" } ,
    {"item": "INSERT_ITEM", "quantity": "INSERT_QUANTITY" , "price" : "INSERT_PRICE" ,
      "unique_id" : "INSERT_UNIQUE_ID" }
  ]});
</script>
```


1. スクリプトをコピーしてカスタマイズします。
2. 変更したスクリプトを、詳細ページのヘッダーコードに追加します。

Clear Cart

このコードを使用して、連絡先がカートからすべてのアイテムを手動で削除したときに、連絡先のカートからすべてのアイテムがクリアされるようにします。

この呼び出しは、「放棄されたカート」トリガーを使用する実装には不可欠です。連絡先のカートからクリアされた商品に関して連絡先が不要な放棄カートメールを受け取るためです。

```
<script type="text/javascript">
  _etmc.push(["setOrgId", "MID"]);
  _etmc.push(["trackCart", { "clear_cart": true }]);
</script>
```

 **メモ:** trackConversion メソッドは、連絡先のカートを自動的にクリアします。

Track Purchase Details

Collect Tracking Code を構成して、連絡先が Web サイトから行った購入に関する詳細を保存します。

Marketing Cloud には、購入の詳細をトラッキングする方法が2つあります。最もよく使用されるのは、Collect Tracking Code を使用した Track Conversion です。または、AJAX リコネクタ呼び出しを使用して同じ情報をトラッキングします。

Track Conversion

```
<script type="text/javascript">
  _etmc.push(["setOrgId", "MID"]);
  _etmc.push(["trackConversion", { "cart": [
    {"item": "INSERT_ITEM", "quantity": "INSERT_QUANTITY" , "price" : "INSERT_PRICE" ,
      "unique_id" : "INSERT_UNIQUE_ID" } ,
    {"item": "INSERT_ITEM", "quantity": "INSERT_QUANTITY" , "price" : "INSERT_PRICE" ,
      "unique_id" : "INSERT_UNIQUE_ID" }},
  // OPTIONAL PARAMETERS
```



```

"order_number" : "INSERT_ORDER_NUMBER",
"discount" : "INSERT_DISCOUNT",
"shipping" : "INSERT_SHIPPING",
"details" : { "AttributeName" : "Value" }
// END OPTIONAL PARAMETERS
});
</script>

```

1. Track Conversion スクリプトをコピーして、トラッキング対象の属性を含めてカスタマイズします。
2. 変更したスクリプトを、詳細ページのヘッダーコードに貼り付けます。この方法では、Track Cart スクリプトと同じ構造が必要です。
3. 必要に応じて、次のような注文レベル情報を含めます。
 - 注文番号
 - 送料
 - 適用された割引
 - カスタム詳細

例: 例

Lisa がコンバージョントラッキングを次のように設定したとします。

```

_etmc.push(["trackConversion", { "cart": [ {"item" : "123", "quantity": "2" ,
"price" : "10.00" , "unique_id" : "123" } , {"item" : "234", "quantity": "1" ,
"price" : "5.00" , "unique_id" : "234" } ],
// OPTIONAL PARAMETERS
"order_number": "123456",
"discount": "2.00",
"shipping": "5.00"
// END OPTIONAL PARAMETERS
});

```

その結果、データエクステンションに次の値が保存されます。

```

SKU price quantity order_number
123 11.2 2 123456
234 5.6 1 123456

```

価格を計算するために使用された数式は、次のとおりです。

```
price + ((shipping - discount) * $ percentage of order/quantity)
```

SKU 123 は 25 ドル分の注文の 80% を占め、次のようになります。 $10 + ((5-2) * .8/2) = 10 + (3 * .4) = 11.20$

AJAX リダイレクター呼び出し

AJAX 呼び出しを使用して、確認画面に表示されない注文の詳細情報をトラッキングします。

 例:


```
<html><a href="http://ntoutfitters.com/product/4064100"
onclick="igoClickTracker('http://stac9.collect.igodigital.com/redirect/23yUuV8G/c1J1Z2kbiTsrTiCiITMDkzMQNiIsrTiOjUwDUsrB...')">Restore
75 Pack</a>
<script type="text/javascript">
function igoClickTracker(click_url) {
  var xmlhttp;
  if (window.XMLHttpRequest) {
    // code for IE7+, Firefox, Chrome, Opera, Safari
    xmlhttp = new XMLHttpRequest();
  } else {
    // code for IE6, IE5
    xmlhttp = new ActiveXObject("Microsoft.XMLHTTP");
  }

  xmlhttp.open("POST", click_url , true);
  xmlhttp.send();
}
</script>
```

Collect Tracking Code の実装の検証

インストールステータスコンソールを表示して、Collect Tracking Code の実装が成功したことを確認します。

インストールステータスコンソールにアクセスするには、Personalization Builder 内の [ステータス] タブをクリックします。このトラッキングシステムから得られる現在の統計は、サイトのパフォーマンスを最適化するために使用されます。


 **ヒント:** コードの検証を行う前に、同じブラウザでサイトにアクセスして製品を表示し、カートに追加し、購入してください。サイトにメール入力フィールドがある場合は、メールアドレスを入力します。

カタログを構成し、Collect Tracking Code を Web サイトに展開したら、すべての Personalization Builder 使用事例で Collect Tracking Code の適切なインストールが必要になります。

1. Web サイトを参照し、Collect Tracking Code をインストールしたページの各クラスに必ずアクセスします。たとえば、ホームページにアクセスし、製品の詳細ページに移動して、製品をカートに追加して購入します。
2. ログインし、Personalization Builder で [メールレコメンデーション] または [Web レコメンデーション] を選択します。
3. [ステータス] タブをクリックします。
4. ステータスコンソールでは、ページの各クラスの今日のトラフィックへのレンズが提供されます。ページの各種別のカウントが期待どおりに増加していることを確認します。
5. ステータスコンソールには、実装の一般的な問題と、その解決方法の詳細も表示されます。
6. 通知を購読すると、ページの特定のクラスがデータコレクションにより停止された場合、メールを受信します。ページで Collect Tracking Code が破損すると、通知によって警告されます。

カタログ

カタログには、Einstein レコメンデーションの作成に使用される属性があるすべてのフィールドが含まれます。Einstein レコメンデーションは、これらの属性に基づいてアセットをフィルターします。たとえば、製品の色やサイズ、または記事の著者と主題に基づいて、レコメンデーションプールのアセットを定義できます。

 **メモ:** Einstein レコメンデーションには最低限必要な属性数があり、これはアプリケーションや仕様によって異なります。

カタログ機能は Einstein レコメンデーション内で複数の目的で使用されます。カタログに追加するフィールドについての主な考慮事項を以下に示します。

- **コレクトのサポート:** コレクトを介して渡されるカタログデータは、製品コード (item) と SkuID (unique_id) を介してデータ内のカタログに結び付けられます。適切に機能するには、これらのフィールドがコレクトデータに一致する必要があります。
- **ユーザープロファイルの構築:** ユーザーデータを収集するときに、カタログはビューIDを取得し、タグ付きフィールドを使用してプロファイルを構築します。
- **レコメンデーションの生成のサポート:** カatalogのあらゆるデータを使用してレコメンデーションを構築できます。カタログは、レコメンデーションの作成に使用するメタデータへの唯一のアクセスです。
- **ロケールと言語のサポート:** ロケールまたは言語によって異なる属性がある場合、そのフィールドをカタログに追加します。
- **属性ベースのルールをサポート:** カatalogに含まれるデータはルールの生成をサポートする可能性があります。たとえば、男性用衣料のみを特定のレコメンデーションに表示する場合、「性別」のようなフィールドがこのルールをサポートする可能性があります。カタログに含まれないデータ型のルールを生成することはできません。

Marketing Cloud では、次の 3 種類のカタログを使用できます。

- **製品:** 購入できる製品
- **コンテンツ:** 記事、ブログ投稿、ビデオ、または表示可能なその他のタイプのコンテンツ
- **バナー:** ヒーローのグラフィック、行動喚起、オファーなどの画像ファイル

カタログの各種類に 1 つのファイルをインポートできます。

1

Einstein レコメンデーションのカタログフィールドの定義

カタログフィールドには、Marketing Cloud Einstein レコメンデーション用のカタログのアセット属性が保存されます。これらの属性は、必須および推奨カタログフィールドの両方です。カスタム属性を追加することもできます。カタログフィールド値は、1 バイト文字で 1024 文字または 2 バイト文字で 512 文字に制限されています。

¹ ALBERT EINSTEIN の権利は、ヘブライ大学の許可を受けた上で使用しています。Greenlight が排他的に代理人を務めています。

予約済みの属性

Einstein レコメンデーションで特定の用途向けに予約されている属性のリストを以下に示します。これらの属性を使用して他の値を保存することはできません。

属性の追加

Einstein レコメンデーションで属性を追加するには、デフォルトフィールドリストの最後にフィールドを作成します。

カスタム属性の構成

Einstein レコメンデーションで Einstein レコメンデーションで使用するカスタム属性を構成します。

カタログフィールドマッピングの作成

Einstein レコメンデーションでカタログフィールドマッピングを作成し、カタログ見出し名が必須のアプリケーションフィールド名にマップされるようにします。

カタログのインポート

Einstein レコメンデーションで使用するカタログをパイプ区切り値 (PDV) のフラットファイル形式としてインポートします。データの最初の行は列見出しである必要があり、各行にはハードスペースが含まれます。カタログのインポートファイルには、見出しに加えて少なくとも 2 行のカタログデータが含まれます。次の営業日の朝までにサイトの変更が反映されるように毎日カタログを更新することをお勧めします。代替スケジュールを設定できます。CSV カタログインポートオプションの使用時には、信頼性を高めるために画像サイズを 2MB 以下にする必要があります。

Einstein レコメンデーションのカタログフィールドの定義

カタログフィールドには、Marketing Cloud Einstein レコメンデーション用のカタログのアセット属性が保存されます。これらの属性は、必須および推奨カタログフィールドの両方です。カスタム属性を追加することもできます。カタログフィールド値は、1 バイト文字で 1024 文字または 2 バイト文字で 512 文字に制限されています。

カタログの要件

- カタログフィールドには Null 値を入力せずに空白のままにします。
- 行頭復帰、改行、HTML をテキストフィールドに含めることはできません。
- カタログのすべての文字は UTF-8 エンコードされているか、有効な HTML に変換されている必要があります (パイプやチルダの予約文字は除く)。
- 価格が \$0 のアイテムは推奨され、価格が \$0 で表示されます。
- 最終カタログファイルは自動化されて、一意の静的ファイル名で毎日アップロードされる必要があります。

製品カタログ

フィールド名	必須	属性の説明
SkulD	いいえ	顧客に固有の各製品の一意の識別子。この ID は、Web サイトの製品

フィールド名	必須	属性の説明
		SKU と一致していて、Collect Tracking Codeを介して渡す必要があります。
ProductCode	はい	関連する製品のグループを識別するために使用します。たとえば、1点の服飾品の場合、利用可能なサイズごとに一意の SkuID でカタログに複数回表示されます。それに対して、この服飾品のすべてのサイズのバリエーションが同じ ProductCode で送信されます。ProductCode 値にスペースまたは特殊文字を含めることはできません。
ProductName	はい	製品の詳細ページのタイトルで製品を識別するために使用します。
ProductType	はい	小売業者は製品カテゴリを利用できます。アプリケーションにより、製品種別が内部カタログシステムにマップされます。
ProductLink	はい	製品の詳細ページにアクセスするための URL。
ImageLink	いいえ	レコメンデーションに表示される製品の画像への URL。
RegularPrice	いいえ	製品の定価。セール価格を利用できる場合、この値は取り消し線のテキストでレコメンデーションに表示できます。
SalePrice	いいえ	製品のセール価格。製品がセールになっている場合に表示されます。
OnlineAvailability	はい	製品をレコメンデーションで使用できるかどうかを示します。このフィールドには、使用可能な場合の Y、使用不可の場合の N の 2 つの値のみを指定できます。このフィールドがフィールドで送信されていない場合、デフォルト値は Y です。N として送信されると、製品はレコメンデーションで返されません。

コンテンツカタログ

フィールド名	必須	属性の説明
ContentID	はい	顧客に固有の各コンテンツの一意の識別子。この ID は、Web サイトのコンテンツ ID と一致していて、Collect Tracking Code を介して渡します。
Title	いいえ	レコメンデーションに含まれるコンテンツのタイトル。
Link	はい	コンテンツの詳細ページにアクセスするための URL。
ImageLink	いいえ	レコメンデーションに表示される画像の URL。
Author	いいえ	レコメンデーションに影響を与えるため、またはレコメンデーション内に表示するために使用する特定のコンテンツの著者。
Category	いいえ	コンテンツカテゴリ。
Availability	はい	コンテンツをレコメンデーションで利用できるかどうかを示します。このフィールドには、使用可能な場合の Y、使用不可の場合の N の 2 つの値のみを指定できます。このフィールドがフィードで送信されていない場合、デフォルト値は Y です。N として送信されると、コンテンツはレコメンデーションで返されません。
Publication Date	いいえ	サイトへのパブリケーション日。YYYY-MM-DD のデータ形式を使用します。
Keywords	いいえ	コンテンツを説明するキーワード。

バナーカタログ

フィールド名	必須	属性の説明
BannerID	はい	顧客に固有の各バナーまたはオファ어의一意の識別子。このIDは、Web サイトのバナー ID と一致して、Collect Tracking Code を介して渡します。
GroupID	はい	関連するバナーのグループを識別するために使用します。たとえば、同じバナーを複数のサイズで使用できます。バナーの各サイズは、個別のBannerIDで送信する必要があり、一致するGroupIDと共にリンクされます。
Name	いいえ	容易な識別とコンテンツ管理のために使用します。
Category	いいえ	製品またはコンテンツカテゴリのために送信されるカテゴリ値に合わせて調整されるオファ어カテゴリ。
Link	はい	バナーまたはオファ어의詳細ページにアクセスするためのURL。
ImageLink	はい	レコメンデーションに表示されるバナーの画像へのURL。
LocationSize	はい	バナーの場所のサイズ。この値は、600x400などのサイズ値またはHeroHomeなどの名前値になります。
PPC	いいえ	重要業績評価指標の計算に使用するクリックあたりの価格。小数点以下2桁に丸め、通貨記号なしで送信されます。
Availability	はい	バナーをレコメンデーションで使用できるかどうかを示します。このフィールドには、使用可能な場合のY、使用不可の場合のNの2つの値のみを指定できます。このフィールドがフィードで送信されていない場合、デフォルト値はYです。Nとして送信されると、バナー

フィールド名	必須	属性の説明
		はレコメンデーションで返されません。
StartDate	いいえ	開始日前には、バナーがレコメンデーションプールから自動的に除外されます。YYYY-MM-DD の推奨日付形式を使用します。
EndDate	いいえ	終了日には、バナーがレコメンデーションプールから自動的に除外されます。YYYY-MM-DD の推奨日付形式を使用します。
Keywords	いいえ	バナーまたはオファーを説明するために使用します。

予約済みの属性

Einstein レコメンデーションで特定の用途向けに予約されている属性のリストを以下に示します。これらの属性を使用して他の値を保存することはできません。

属性名	予約済みの用途
ReleaseDate	レコメンデーションでアイテムを使用できる最初の日。このフィールドは新着のレコメンデーションで必須です。このフィールドの推奨形式は YYYY-MM-DD です。
Rating	アイテムに対して表示されるユーザー評価。このフィールドを使用して、評価ベースのレコメンデーションを作成します。
NumReviews	アイテムのレビュー数。このフィールドを使用して、顧客が話題にしているアイテムに基づいて、評価ベースのレコメンデーションを作成します。
Keywords	キーワードを使用して、属性を顧客の関心に一致させます。
Description	このフィールドには、レコメンデーションに含まれるアイテムの詳細な説明が含まれます。これはプレーンテキストである必要があります。
ProductFamily	このフィールドを使用して、複数の ProductCode をグループ化します。たとえば、ProductFamilyID に 5 色の特定のスタイルの Tシャツを含めることができます。こ

属性名	予約済みの用途
	の5つの色を5つの一意のProductCodeとして送信し、6のSkulDをそれぞれに設定できます。
Accessories	メーカーまたはコンテンツチームが定義したSKUIDまたはContentIDのリストです。これを使用してビジネスルールを作成します。たとえば、この製品がこのページでユーザーにすでに提供されている場合、この製品を詳細ページのレコメンデーションから除外できます。このリストでは、チルダ(~)形式を使用します。

属性の追加


Einsteinレコメンデーションで属性を追加するには、デフォルトフィールドリストの最後にフィールドを作成します。

属性は、製品やコンテンツの特性(色、ディメンション、ブランド名、件名、著者など)が含まれるデータフィールドです。

1. 列見出しの最後に属性名を入力します。スペースは含めないでください。
2. 属性値リストの最後で属性値を指定します。

属性に複数の値がある場合、チルダ(~)で区切ります。値は、1バイト文字で1024文字または2バイト文字で512文字に制限されています。

製品レコード

 例: SkuID|ProductCode|ProductName|ProductType|ProductLink|ImageLink|RegularPrice|SalePrice|OnlineAvailability|ProductCost|ProductFamilyID|ProductDescription|BrandName|Manufacturer|Color|Material|Rating|NumReviews|ReleaseDate| Keywords 12345|XCode12345|Brand X Product Whiz 9000|Electronics|http://www.companyx.com/product|http://www.companyx.com/product/image.jpg|99.99|Y|59.99|YCode12345|An amazing product.|Brand X|Company X|Blue~Red|Metal|4|25|2012-08-27|Technology~Music

現在、製品を削除するには、アップロードの前にカタログ内で製品の[オンライン可用性]属性を変更します。上記の例では、「59.99」の前の項目の「Y」を「N」に変更します。カタログファイルをアップロードすると、この「N」値により、製品は製品レコメンデーションに表示されなくなります。

コンテンツレコード

 例: ContentID|Title|Link|ImageLink|Author|Category|PublicationDate|Keywords|Availability 12345|Crock Pot Lasagna Soup|http://www.companyx.com/lasagna_soup|

http://www.companyx.com/soup/image.jpg||Recipes|2014-01-01| Italian~Soup~Slow
Cooker|Y

バナーレコード



例: BannerID|GroupID|Name|BannerType|Link|ImageLink|LocationSize|Category|PPC|
StartDate|EndDate|Keywords|Availability 12345|GRPABC|Free Shipping on 3+
Cookbooks|Shipping|
http://www.companyx.com/offer|http://www.companyx.com/offer/image.jpg|600x400|
Cookbooks~Slow Cooker|0.0025|2014-01-01|2014-03-31||Y

カスタム属性の構成

Einstein レコメンデーションで Einstein レコメンデーションで使用するカスタム属性を構成します。

マップされていないフィールドは自動的に Marketing Cloud によって使用され、レコメンデーションが作成されます。ストーリーミング更新の場合、Marketing Cloud がサイトからのデータの受信を開始すると、カスタム属性の構成が使用可能になります。

次の種別のフィールドタグを使用することを検討してください。

- カテゴリおよびサブカテゴリ -Mens (男性)、Womens (女性)、Kids (子供)、Coats (コート)、Shoes (靴)
- ブランド -Nike、Adidas、Under Armour
- 季節 -Fall (秋)、Spring (春)
- トピック -Politics (政治)、Sports (スポーツ)、Lifestyle (ライフスタイル)
- 関心事 -Hiking (ハイキング)、Golf (ゴルフ)、Cosmetics (化粧品)

次のタグは使用しないでください。

- バイナリ値 -Men (男性) または Women (女性) などのバイナリ値が適切な場合があります。最も影響力のある値のためにこのオプションを残しておくことをお勧めします。
- サイズや色などの SKU レベルの属性 - レコメンデーションエンジンは行動を製品コードレベルで集計します。このような SKU レベルの属性は結果を歪める可能性があります。

1. Einstein レコメンデーションで、[管理] の上にマウスポインターを置き、[実装] を選択します。
2. [カスタム属性] までスクロールします。
3. [カスタム属性の設定] をクリックします。
4. カタログに含まれるすべてのフィールドを選択します。
5. 保存します。



メモ: この構成が有効になっている場合、メールを受信します。

2

² ALBERT EINSTEIN の権利は、ヘブライ大学の許可を受けた上で使用しています。Greenlight が排他的に代理人を務めています。

カタログフィールドマッピングの作成

Einstein レコメンデーションでカタログフィールドマッピングを作成し、カタログ見出し名が必須のアプリケーションフィールド名にマップされるようにします。

1. [フィールドマッピング]をクリックするか、ギアアイコンをクリックして[マッピング]を選択します。
2. フィールドのマッピングが正確であるかどうかを確認します。
3. 変更するには、[独自の見出し]で選択ボックスを展開し、カタログ見出し名にリストされている選択を変更します。

フィールドごとに一意のカタログ見出しが必要です。見出しに重複があると、以前にマップされたフィールドの見出しが自動的に削除されます。


4. [追加フィールド]では、複数の値を使用できるかどうかを示します。
5. タグ付きフィールドを選択します。
6. パーソナライズで使用するフィールドを選択します。
7. カタログの日付フィールドに一致するデータ形式を選択します。
8. [保存]をクリックします。

 例:

Field		Sample Record	Customer side Collect Tracking Code (Incl. Stream Catalog Updates)	Personalization Builder (AWS) Predictive Web/Email	Data Extension (Marketing Cloud)			
					"IGO_PRODUCTS"	"IGO_PRODUCTATTRIBS"	"IGO_PURCHASES"	"IGO_VIEWS"
1	SkulD	s000001	unique_id	SkulD	sku (Max Length:256)	sku (Max Length:256)	sku (Max Length:256)	sku (Max Length:256)
2	ProductCode	sushi001	item	ProductCode				
3	ProductName	Sushi and Sashimi	name	ProductName	name (Max Length: 1000)			
4	uuid (ProductCode + MasterProduct#)	sushi001-1		uuid	Uuid (Max Length:256)	Uuid (Max Length:256)		
1	email	John.Smith@salesforce.com	email	email				
2	user_id	c46caffc-02cb-11e8-817d-22000c670052	Cookie:igodigitalc2	_id			user_id (Max Length:256)	user_id (Max Length:256)

カタログのインポート


Einstein レコメンデーションで使用するカタログをパイプ区切り値(PDV)のフラットファイル形式としてインポートします。データの最初の行は列見出しである必要があり、各行にはハードスペースが含まれます。カタログのインポートファイルには、見出しに加えて少なくとも2行のカタログデータが含まれます。次の営業日の朝までにサイトの変更が反映されるように毎日カタログを更新することをお勧めします。代替スケジュールを設定できます。CSV カタログインポートオプションの使用時には、信頼性を高めるために画像サイズを2MB以下にする必要があります。

 **メモ:** Marketing Cloud にインポートする前に異なるソースのデータをマージします。Marketing Cloud データサービスチームは、データの準備をサポートできます。詳細は、アカウントの担当者にお問い合わせください。

カタログのインポートには2つのオプションがあります。

- 日次フラットファイルアップロード。日次フラットファイルアップロードはFTPアカウントまたは公開されたWeb URLに追加され、毎日同じ時間にEinsteinレコメンデーションにインポートされます。すべての製品の完全アップロードと、日次差分ファイルがサポートされます。
- ストリーミング更新。ストリーミング更新オプションでは、別のサーバーサイドJavaScriptスニペットを介して製品とコンテンツが追加および更新されます。各呼び出しで送信されるすべてのデータをWebレイヤーで使用できる必要があります。

選択した方法に関係なく、渡されるデータは同じです。

 **ヒント:** ストリーミング更新とバッチアップロードを同時に使用する場合、相互の上書きを回避するために両方のソースに同じデータが含まれている必要があります。

必要なカタログフィールドのリストについては、「[PersonalizationBuilderのカタログフィールドの定義](#)」(ページ16)を参照してください。


多くの場合、製品レコメンデーションユーザーには生成済みの製品カタログがあるため、既存のカタログに対する日次インポートを再利用または作成します。カタログデータには製品、属性、ルール、および複数の言語が含まれているため、多くの場合でフラットファイルカタログがより適切な選択肢になります。特定の製品コードに多くのSkulDが含まれる場合、ストリーミング更新の呼び出しに各バリエーションのデータが含まれるため、さらに大きなペイロードになる可能性があります。すべてのデータを使用できる場合は、ストリーミング更新を製品レコメンデーションで使用できます。

コンテンツレコメンデーションのユーザーは、事前に作成されたコンテンツカタログを持っている可能性が低いため、多くの場合でストリーミング更新を選択します。WebサイトまたはCMSのデータレイヤーには、カタログに追加するコンテンツが含まれ、JavaScriptで容易に追加されます。




製品レコメンデーションを直接削除する機能はありません。現在、製品を削除するには、アップロードの前にカタログ内の属性を介して製品のオンライン可用性を変更します。カタログ内で製品の[オンライン可用性]を「N」に設定します。このアクションにより、製品はレコメンデーションに表示されなくなります。

毎日アップロードされるファイルには、2つの方法で名前を付けることができます。静的ファイル名またはワイルドカード。

- 静的ファイル名: 静的ファイル名が毎日アップロードされます。アップロードの開始前にこれをFTPで置き換えることをお勧めします。ファイルが変更されていない場合や、新しいファイルがアップロードされない場合、カタログインポートはスキップされます。静的ファイル名の例: product_catalog.csv
- ファイル名のワイルドカード: ファイル名の末尾にワイルドカード(*)を追加すると、新しいファイル名を毎日更新できます。ファイルの日付をファイルの末尾に追加し、アップロードUIへの追加時にアスタリスク(*)で置き換えます。

 **ヒント:** 「static_filename_YYYY_MM_DD.xxx」の命名形式をお勧めします(例: product_catalog_2018_01_01.csv)。ファイル名はproduct_catalog_*としてアップロードに追加されます。ファイル名は降順で並び替えられるため、適切に並び替えられるように年を最初に追加することをお勧めします。

1. [メールレコメンデーション]または[Webレコメンデーション]で、[管理]にマウスポインターを置き、[実装]を選択します。
2. カatalogの同期方法を選択します。
3. ストリーミング更新を使用するには、Webサイトのドメイン名を入力し、[登録]をクリックします。ストリーミング更新を使用しない場合は、次のステップはスキップして構いません。

4. カタログの種類を選択します。
5. カタログの形式を選択します。
6. カタログに名前を付けます。
7. 部分的なカタログかどうかを示します。
 -  **ヒント:** 複数のファイルをアップロードするには、名前の一部の代わりにワイルドカードとしてアスタリスクを使用します。たとえば、catalog_file_20130101.csv、catalog_file_20130102.csv、catalog_file_20130103.csv をインポートするには、catalog_file_*.csv と入力します。ファイルは降順にソートされ、上位の結果がインポートされます。ワイルドカードで日付を使用する場合は、YYYY_MM_DD 日付形式を使用して、インポートに最新のファイルが含まれるようにします。
8. インポートステータスの通知を受信したり、自動通知の頻度を指定したりするには、メールアドレスを入力します。
9. [新規ファイルをアップロード]をクリックします。
10. その他のカタログをインポートするには、これらのステップを繰り返します。
 -  **ヒント:** カタログのインポートは、完了前にキャンセルできます。
 -  **メモ:** 製品、コンテンツ、バナーカタログは1つだけインポートできます。インポートすると、以前にインポートした同じ種類のカタログは上書きされます。

Einstein レコメンデーションステータスコンソール

Marketing Cloud Einstein レコメンデーションステータスコンソールでは、コレクトトラッキングコードおよびカタログのインポートで一般的な実装エラーがないかどうかを確認します。エラーの発生場所と、問題の解決に役立つ詳細を参照します。

この機能を使用すると、キャンペーンおよびジャーニー向けの Einstein レコメンデーションおよび行動の最適なトリガーを強化するために必要なデータを Einstein レコメンデーションエンジンで確実に受け取ることができます。

多くのエラーやエラーの急増は、何かに変更されたことを示します。たとえば、新製品によりカタログのインポートが失敗しました。この変更によりビュー、カート、およびコンバージョン内でエラーが生成されます。これらが一致しないためです。解決すべき問題がある場合は、ステータス列にアラートが表示されます。説明列のリンクをクリックし、エラーを確認して、問題を修正するための手順を実行します。

ステータスコンソールには、CollectTrackingCodeの受信データが呼び出し種別ごとに表示されます。CollectTrackingCodeの種別についての詳細は、「[コレクトトラッキングコード](#)」(ページ 3)を参照してください。

現在、エラーを含む製品の数に 100 SKU に制限されます。数百ものエラーを含む重大な問題がある場合、新しいエラーがないかどうか複数回確認することをお勧めします。エラーの増加やトラフィックの低下が発生しても通知はありません。

 **ヒント:** 週または月ごとにエラー率を確認することをお勧めします。


実装エラーの修正

次の手順に従って、Einstein レコメンデーションのステータスコンソールから実装エラーを修正します。

実装エラーの修正

次の手順に従って、Einstein レコメンデーションのステータスコンソールから実装エラーを修正します。

アラートごとに次の手順を実行します。

 **メモ:** [解決済みとしてマーク] をクリックするだけでは、エラーは修正されません。エラーリンクから開かれるウィンドウ内の手順に従ってください。エラーが繰り返し発生する場合は、アラートがステータスコンソールに再度表示されます。

1. [詳細] 列でエラーリンクをクリックします。
2. [この手順を実行してエラーをトラブルシューティングする] をクリックします。
3. ポップアップウィンドウの手順を実行します。
4. [解決済みとしてマーク] をクリックします。
ステータスコンソールのアラートが [OK] に変わります。

Einstein レコメンデーションデータエクステンション

コレクトを使用して取得されたデータは Einstein レコメンデーションサーバーに保存され、デフォルトでは Marketing Cloud データエクステンションに追加されません。カタログとコレクトをインストールしたら、Einstein レコメンデーションから Marketing Cloud データエクステンションへのデータフローを有効にできます。

実装の種類に応じて、データを受信するデータエクステンションは異なります。プロフィール、ビュー、購入、製品、製品属性は製品カタログからデータを受信し、コンテンツ属性、コンテンツビュー、コンテンツはコンテンツカタログからデータを受信します。

現在のところ、放棄カートアイテムと放棄カートイベントにはデータがありません。これらのデータエクステンションは非アクティブであり、放棄カートトリガーがこのデータを Marketing Cloud データエクステンションに取り込むための唯一のオプションです。セッション終了は Discover レポートに使用され、デフォルトでは有効になっていません。

コレクトとカタログをセットアップしたら、ステータスコンソールから標準データエクステンションを有効にできます。

すべての [標準データエクステンション] フィールドとスキーマは [ここ](#) にあります。

Einstein レコメンデーションルールマネージャー


ルールマネージャーを使用して、メールおよび Web の Einstein レコメンデーションを調整します。

以下に対するルールを作成できます。

- すべての Web レコメンデーションおよびメールレコメンデーション。
- カタログ内の属性フィールドを検索できる特定の SKU。
- カタログのリリース日フィールドを使用する製品またはコンテンツのリリース日。
- 日付、数値(具体的には価格)、評価に対する「次の値より大きい」または「次の値未満」のルール

連絡先イベントは、ユーザーが次の指定された条件を満たす場合にのみルール内のアクションを実行する条件付きステートメントです。条件:過去の購入に選択された属性値が含まれる。過去ビューに選択された属性値が含まれる。前回の訪問日が過去 X 日よりも前または後である。

コンテンツ属性は、表示されているコンテンツが次の指定された条件を満たす場合にのみルール内のアクションを実行する条件付きステートメントです。条件:すべてのカタログ属性を使用できる。適切に機能するには、レコメンデーション呼び出し内でアイテムのSKU IDを参照している必要があります。属性では、大文字と小文字が区別されます。

 **メモ:** カタログのマスター製品でない SKU ID を使用すると、画像が正しく生成されません。画像生成はマスター製品にのみ適用されます。

[アクション]セクションはルールマネージャーの中心であり、ユーザーはこれを使用してビジネスロジックをレコメンデーションエンジンに追加できます。ルールマネージャーは条件に基づいてレコメンデーションを制限または除外します。また、特定の特性を呼び出し内で推奨する可能性を高めたり低めたりします。

3

一般的なルールタイプ


独自のアルゴリズムを作成するには、Einstein レコメンデーションのルールマネージャーツールでルールを使用します。

ルールの構成

Einstein レコメンデーションで Einstein レコメンデーションを絞り込むルールを構成します。

一般的なルールタイプ

独自のアルゴリズムを作成するには、Einstein レコメンデーションのルールマネージャーツールでルールを使用します。

 **ヒント:** ルールは、パフォーマンス上位のアルゴリズムをオーバーライドできるため、予測パフォーマンスに悪影響を与える可能性があります。これらは慎重に適用することをお勧めします。

³ ALBERT EINSTEIN の権利は、ヘブライ大学の許可を受けた上で使用しています。Greenlight が排他的に代理人を務めています。

範囲	ルール	構文
グローバルルール	ギフトカードを顧客に推奨しない。	ACTION Exclude where <GiftCard> <is> <Y>
	高く評価されたアイテムをユーザーに推奨する。	ACTION Emphasize Items with <Ratings> <Greater Than> <3>
ホームページルール	ホームページの最新アイテムを強調する。	ACTION Emphasize Items with <ReleaseDate> <Less Than> <30> Days Ago
カテゴリページルール	購読者が表示しているランディングページと同じカテゴリのアイテムのみを推奨する。	ACTION Include Items with <Category> <is> <Same as Reference Item>
詳細ページルール	購読者が表示しているアイテムと同じ性別のアイテムのみを推奨する。	ACTION Include <Gender> <is> <Same as Reference Item>
	購読者がセールアイテムを表示しているときにのみセールアイテムを推奨する。	ATTRIBUTE <isOnSale> <is> <False> ACTION Exclude <isOnSale> <is> <True>
	対象の年齢グループに基づいてアイテムを除外する。	ATTRIBUTE <AgeGroup> <is> <Child> ACTION Exclude <Inappropriate> <is> <True>
対象の年齢グループに基づいてアイテムを除外する。	詳細ページで競合ブランドを推奨しない。	ATTRIBUTE <Brand> <is> <Nike> ACTION Exclude <Brand> <is> <Adidas>
	表示されているアイテムと同じブランドのアイテムのみを推奨する。	ACTION Include <Brand> <is> <Same as Reference Item>

ルールの構成

Einstein レコメンデーションで Einstein レコメンデーションを絞り込むルールを構成します。

ALBERT EINSTEIN の権利は、ヘブライ大学の許可を受けた上で使用しています。Greenlight が排他的に代理人を務めています。

Einstein レコメンデーションシナリオ

以下のシナリオは、Marketing Cloud でメールまたは Web の Einstein レコメンデーションを作成するのに役立ちます。

 **ヒント:** カスタムロジックをシナリオに適用するには、ルールマネージャーを使用します。

参照アイテムのシナリオ

以下のシナリオでは、1つ以上の特定の参照アイテムが必要です。通常、このアイテムには、レコメンデーション呼び出しまたはメールの HTML コンテンツを介して SKU または CATEGORY パラメーターに渡される値が含まれます。

シナリオ	説明	カタログフィールドの要件	コレクトフィールドの要件
購入/購入	パラメーターに渡されたアイテムを購入した購読者または訪問者はこれらのアイテムも購入しています。	SKU ProductCode	trackConversion
購入/購入/組み合わせ	このカートのパラメーターに渡されたいずれかのアイテムを購入した購読者または訪問者はこれらのアイテムも購入しています。	SKU ProductCode	trackCart trackConversion
クリック/購入	パラメーターに渡されたアイテムをクリックした購読者または訪問者はこれらのアイテムも購入しています。	SKU ProductCode	trackPageView trackConversion
カテゴリ/購入	<i>category=</i> パラメーターに渡されたカテゴリ属性内のアイテムを見た購読者または訪問者はこれらのアイテムも購入しています。	SKU ProductCode	trackPageView trackConversion
カテゴリ/表示	<i>category=</i> パラメーターに渡されたカテゴリ属性	SKU	trackPageView

シナリオ	説明	カタログフィールドの要件	コレクトフィールドの要件
	内のアイテムを見た購読者および訪問者はこれらのアイテムも見ています。	ProductCode ContentID	
検索/購入	<i>search=</i> パラメーターに渡された検索語を使用した購読者または訪問者はこれらのアイテムを購入しています。	SKU ProductCode	trackPageView trackConversion
検索/表示	<i>search=</i> パラメーターに渡された検索語を使用した購読者または訪問者はこれらのアイテムを見ています。	SKU ProductCode ContentID	trackPageView
タグ	<i>category=</i> パラメーターに渡された属性を持つ、購入数、クリック数、または表示数に基づく最も人気のあるアイテム。渡された属性はないが、 <i>item</i> パラメーターが含まれている場合、システムは参照アイテムのタグ値をランダムに選択します。	SKU ProductCode ContentID Attribute	trackPageView
タグ/交差	購読者または訪問者が見たアイテムのパラメーター値の属性に一致する属性の共通集合を持つ最も人気のあるアイテム。	SKU ProductCode ContentID Attribute	trackPageView
タグ/最近	<i>category=</i> パラメーターに渡された属性を持つ新たに利用可能になったアイテム。渡された属性はないが、 <i>item</i> パラメーターが含まれている場合、システムは参照アイテムのタグ値をランダムに選択します。	SKU ProductCode ContentID Attribute リリース日	trackPageView

シナリオ	説明	カタログフィールドの要件	コレクトフィールドの要件
タグ/人気	<i>category</i> =パラメーターに渡された属性を持つ最も表示および購入されたアイテム。渡された属性がない場合、システムは参照アイテムのタグ値をランダムに選択します。1つ以上のコレクトフィールドを使用します。	SKU ProductCode ContentID Attribute	trackPageView trackCart trackConversion
タグ/高評価	<i>category</i> =パラメーターに渡された属性を持つ最も評価の高いアイテム。渡された属性がない場合、システムは参照アイテムのタグ値をランダムに選択します。	ContentID Attribute Rating	trackPageView
表示/購入	パラメーターに渡されたアイテムを見た購読者または訪問者はこれらのアイテムも購入しています。	SKU ProductCode	trackPageView trackConversion
表示/表示	パラメーターに渡されたアイテムを見た購読者または訪問者はこれらのアイテムも見ています。	SKU ProductCode ContentID	trackPageView
表示/表示/組み合わせ	このカートのパラメーターに渡されたいずれかのアイテムを見た購読者または訪問者はこれらのアイテムも見ています。	SKU ProductCode	trackPageView trackCart

ユーザーデータのシナリオ

以下のシナリオは、ユーザーの Predictive Intelligence プロファイルと個人のサイト動作に基づきます。

シナリオ	説明	カタログフィールドの要件	コレクトフィールドの要件
購入/購入/最終カート	カートに追加された最後のアイテムを購入した購読者または訪問者はこれらのアイテムも購入しています。	SKU ProductCode	trackCart trackConversion
購入/購入/最終購入	最後に購入したアイテムを購入した購読者または訪問者はこれらのアイテムも購入しています。	SKU ProductCode	trackConversion
お気に入り/タグ	アフィニティプロファイルに基づく購読者または訪問者の関心に一致する属性を持つ最も人気のあるアイテム。このレコメンデーションはユーザーの上位のアフィニティに基づきます。加重アフィニティグラフの1つの上位タグに一致する最も人気のあるアイテムを返します。	SKU ProductCode ContentID Attributes	trackPageView
最後に表示/組み合わせ	この購読者または訪問者が見た最後の7アイテムのいずれかを見た購読者または訪問者はこれらのアイテムも見ています。	SKU ProductCode ContentID	trackPageView
最近参照したデータ	購読者または訪問者が見た最後の7アイテムのいずれか。	SKU ProductCode ContentID	trackPageView
ユーザーアフィニティ	ユーザーの完全なアフィニティプロファイルに基づくレコメンデーション。期間中の購入数、クリック数、および表示数に基づいて連絡先プロファイルにリストされた上位5件のアフィニティに一致するアイテムを返し	SKU ProductCode ContentID Attributes	trackPageView

シナリオ	説明	カタログフィールドの要件	コレクトフィールドの要件
	ます。上位5件のアフィニティリストで複数の属性でタグ付けされたアイテムにプリファレンスが与えられます。		
表示/購入/最終カート	カート内のこのアイテムを見た購読者または訪問者はこれらのアイテムも購入しています。	SKU ProductCode	trackPageView trackCart trackConversion
表示/購入/最終購入	この購読者または訪問者が最後に購入したアイテムを見た購読者または訪問者はこれらのアイテムも購入しています。	SKU ProductCode	trackPageView trackConversion
表示/表示/最終カート	カート内のこのアイテムを見た購読者または訪問者はこれらのアイテムも見えています。	SKU ProductCode	trackPageView trackCart
表示/表示/最終カート購入	この購読者または訪問者が最後に購入したアイテムを見た購読者または訪問者はこれらのアイテムも見えています。	SKU ProductCode	trackPageView trackConversion

サイトデータのシナリオ

以下のシナリオは、集計されたサイト動作のコレクションに基づきます。ユーザーレベルでパーソナライズされた情報はありません。

シナリオ	説明	カタログフィールドの要件	コレクトフィールドの要件
新規リリース	この情報には、ReleaseDateパラメーターが過去14日以内に入っている、サイト全体の100件のアイテムが含まれます。値は新しい日付でソートされます。	SKU ProductCode ContentID ReleaseDate	trackPageView

シナリオ	説明	カタログフィールドの要件	コレクトフィールドの要件
上位/人気	表示および購入されたアイテムの組み合わせに基づく、サイト全体で最も人気のある製品。	SKU ProductCode ContentID Attribute	trackPageView trackCart trackConversion
上位/売上	生成された合計収益に関する売上最上位のアイテム。	SKU ProductCode	trackConversion
上位/販売	販売された単位に基づく、サイト全体の上位の販売製品。	SKU ProductCode	trackConversion
上位/表示数	サイト全体で最も表示されている最大100個のアイテム。	SKU ProductCode ContentID	trackPageView

4

シナリオ階層

シナリオとは、返される特定の種別のレコメンデーションです。デフォルトでは、シナリオは階層順に表示され、返されるすべてのレコメンデーションを埋める必要があります。たとえば、4つのレコメンデーションを表示するようディスプレイを設定しましたが、最初のシナリオでは3つのレコメンデーションしか生成されないとします。残りのレコメンデーションを埋めるため、システムは階層の次のシナリオに移動します。

ウォーターフォール予測

Einstein レコメンデーションでウォーターフォール予測を有効にしている場合、システムは最優先のシナリオから開始し、その後、最も低い優先度のシナリオまでリストを下に移動します。設定されたレコメンデーションの合計数に達するまで、システムは各ステップですべての利用可能な一致アイテムを返します。

シナリオ階層

シナリオとは、返される特定の種別のレコメンデーションです。デフォルトでは、シナリオは階層順に表示され、返されるすべてのレコメンデーションを埋める必要があります。たとえば、4つのレコメンデーションを表示するようディスプレイを設定しましたが、最初のシナリオでは3つのレコメンデーションしか生成されないとします。残りのレコメンデーションを埋めるため、システムは階層の次のシナリオに移動します。

⁴ ALBERT EINSTEIN の権利は、ヘブライ大学の許可を受けた上で使用しています。Greenlight が排他的に代理人を務めています。

どのシナリオでも十分なレコメンデーションが返されない場合、Einstein レコメンデーションはベストセラーまたは最上位のコンテンツに基づいてフィルタレコメンデーションを含めます。シナリオの順序は科学というより芸術ですが、一般的なルールを紹介します。

- 具体的なものから一般的なものへ、最も個人的で具体的なシナリオが最初、最も一般的なシナリオが最後になります。
- 購入 > カート > ビュー: 重要性和関心の度合いが最も高いものを検討します。
- タグシナリオ: 特定のシナリオ順を使用するには、タグシナリオを検討します。
- ユーザーアフィニティ: たとえば購読者の上位5件のアフィニティに基づいてレコメンデーションを生成するには、ユーザーアフィニティを追加します。ホームページや毎週のニュースレターなど、特定のコンテキストを持たないレコメンデーションシチュエーションは、上位のユーザーアフィニティシナリオの有力候補となります。カートまたは製品ページでは、製品の下、一般的なシナリオの上に表示されます。
- ビジネスは三者三様: 階層が異なれば成功する使用事例やビジネスの種類も異なるため、膨大な数のシナリオを用意しています。
- 常に最適化: Einstein レコメンデーションレポートはシナリオ別にセグメント化されて表示されるため、最もパフォーマンスの高いシナリオについてのインサイトが得られます。

ウォーターフォール予測

Einstein レコメンデーションでウォーターフォール予測を有効にしている場合、システムは最優先のシナリオから開始し、その後、最も低い優先度のシナリオまでリストを下に移動します。設定されたレコメンデーションの合計数に達するまで、システムは各ステップですべての利用可能な一致アイテムを返します。

- 👁 **例:** レコメンデーション数を4アイテムに設定しました。ただし、最優先のシナリオで返されたレコメンデーションは1つのみです。システムはリスト上の次のシナリオに順々に移動し、合計で4つのレコメンデーションアイテムが得られるまで、レコメンデーションを追加します。
- 📌 **メモ:** ウォーターフォール予測を有効にするように選択していない場合、システムは、設定されたレコメンデーションの合計数を提供する最初のアルゴリズムからのレコメンデーションのみを返しません。

Einstein メールレコメンデーション

Einstein メールレコメンデーションを使用して、顧客の行動を監視し、プリファレンスプロファイルを作成し、次に最適なコンテンツまたは製品を提供します。ビジネスルールに一致するようにレコメンデーションを調整することもできます。レコメンデーションのコンテンツは、Webサイトのレコメンデーションのプレースホルダーに表示されます。

メールレコメンデーションは、事前に構築された画像とリンクのペアとして配信され、ユーザーがメールにエンゲージしたときにアクティブ化されます。メールレコメンデーションはエンゲージメントレコメンデーションと呼ばれます。つまり、ロジックとシナリオは、ユーザーがレコメンデーションを表示する直前に処理されます。

レコメンデーション内の画像は、レコメンデーションの表示スタイルを設定するために使用する HTML テンプレートに基づきます。各製品レコメンデーションとコンテンツレコメンデーションは、画像をすぐに使用できるように事前に生成され保存されます。各製品レコメンデーションまたはコンテンツレコメンデーションの表示とロジックを事前に処理することで、購読者がメールにエンゲージしたときにパフォーマンスに影響を与えずに最新のレコメンデーションが配信されます。

メールテンプレートに含まれる必須の HTML を次に示します。これは 2 つのレコメンデーションを含むブロックを表しています。

```
<a href="https://MID.recs.igodigital.com/rr/v2/HASH/l/1/%%emailaddr%%">

</a>
<a href="https://MID.recs.igodigital.com/rr/v2/HASH/l/2/%%emailaddr%%">

</a>
```

この呼び出しで使用する画像を作成するための HTML を次に示します。

```
<div style="font-size:12px;color:black;width:150px; text-align:center;">

<p><b>%%ProductName%%</b></p>
%%[ if SalePrice &lt; RegularPrice then ]%%
<s>Regular Price: %%RegularPrice%%</s><br>
<span style="color:red;">Sale Price: %%SalePrice%%</span>
%%[ else ]%%
%%RegularPrice%%
%%[ endif ]%%
<p>%%Description%%</p>
</div>
```

メールレコメンデーション内のリンクにより呼び出される生成済みの画像の例を次に示します。リンクは、サイトのページにユーザーをリダイレクトし、クリックをトラッキングします。



Brown Boot

\$99.99

NTO Retail Brown Boot

各レコメンデーションは個々の画像です。そのため、呼び出し内で4つのレコメンデーションが必要な場合、HTMLに4つの画像とリンクベアが含まれます。レコメンデーションの表示はレコメンデーション全体で統一されます。そのため、エンゲージメントレコメンデーションでは、4つすべてのレコメンデーションで同じHTMLとAMPscriptが使用されます。メールレコメンデーションは画像として表示されるため、設計ではモバイルの応答性を考慮してください。

レコメンデーションをメッセージに適用する方法についての詳細は、「[Multipliers for Marketing Cloud \(Marketing Cloud の乗数\)](#)」を参照してください。

5

Einstein メールレコメンデーションの作成

次の手順に従って、Einstein メールレコメンデーションを作成します。

Einstein メールレコメンデーションの作成

次の手順に従って、Einstein メールレコメンデーションを作成します。

☑ メモ: 顧客プロファイルのプライバシーが次のいずれかに設定されている場合、構成したシナリオから汎用レコメンデーションが生成されます。

- トラッキングしない
- プロファイルしない
- 処理しない

たとえば、最上位シナリオとして[表示]を構成している場合、製品の詳細ページを表示している訪問者には、他の顧客にも表示されている製品のレコメンデーションが表示されます。

6

⁵ ALBERT EINSTEIN の権利は、ヘブライ大学の許可を受けた上で使用しています。Greenlight が排他的に代理人を務めています。


⁶ ALBERT EINSTEIN の権利は、ヘブライ大学の許可を受けた上で使用しています。Greenlight が排他的に代理人を務めています。

1. Einstein メールレコメンデーションのコンテンツの作成
レコメンデーションに含めるコンテンツを決定します。
2. Einstein メールレコメンデーションのロジックの作成
Einstein メールレコメンデーションを使用して、レコメンデーションのカスタムロジックを作成するか、リストから選択します。
3. Einstein メールレコメンデーションレイアウトの構成
レコメンデーションの表示方法に関するレイアウトを定義します。
4. Einstein メールレコメンデーションシナリオの構成
Einstein メールレコメンデーションで使用するレコメンデーションシナリオを選択します。
5. Einstein メールレコメンデーションコードの挿入
Einstein メールレコメンデーションコードをコピーしてメールに挿入します。
6. メールレコメンデーションハッシュ
ハッシュとは、メールレコメンデーションを生成するときに割り当てられたディスプレイにロジックを関連付ける一意の ID です。呼び出しとレポートで使用されます。メールハッシュは、メールテンプレートごとに個別のハッシュを生成する直観的なユーザーインターフェイスを使用してセットアップされています。メールレコメンデーションはアプリケーション、ロジック、ディスプレイ内の 2 つのセクションで構成されています。ディスプレイは複数のロジックモデルで再利用できます。各ロジックには 1 つのディスプレイしか含むことができません。つまり、メールハッシュ内のすべてのメールレコメンデーションは同じ HTML ディスプレイを持つ必要があります。

Einstein メールレコメンデーションのコンテンツの作成

レコメンデーションに含めるコンテンツを決定します。

1. カスタム表示を作成するには、[新規作成] をクリックします。標準表示を選択するには、画像の上にマウスを置いて [選択] または [編集] をクリックし、ステップ 3 に進みます。
2. カスタム表示の場合は、名前を入力して [作成] をクリックします。
3. 作成します。
4. 表示に追加する識別子を選択し、[追加] をクリックします。他の識別子を含めるには、このステップを繰り返します。
選択した内容のコードが表示されます。
5. [プレビュー] をクリックします。
視覚的なプレビューが表示されます。
6. 公開せずに表示を保存するには、[変更のステージング] をクリックします。または、[保存してパブリッシュ] をクリックします。

 **メモ:** メールでコンテンツを使用する前に、コンテンツを公開します。

7. [終了] をクリックします。

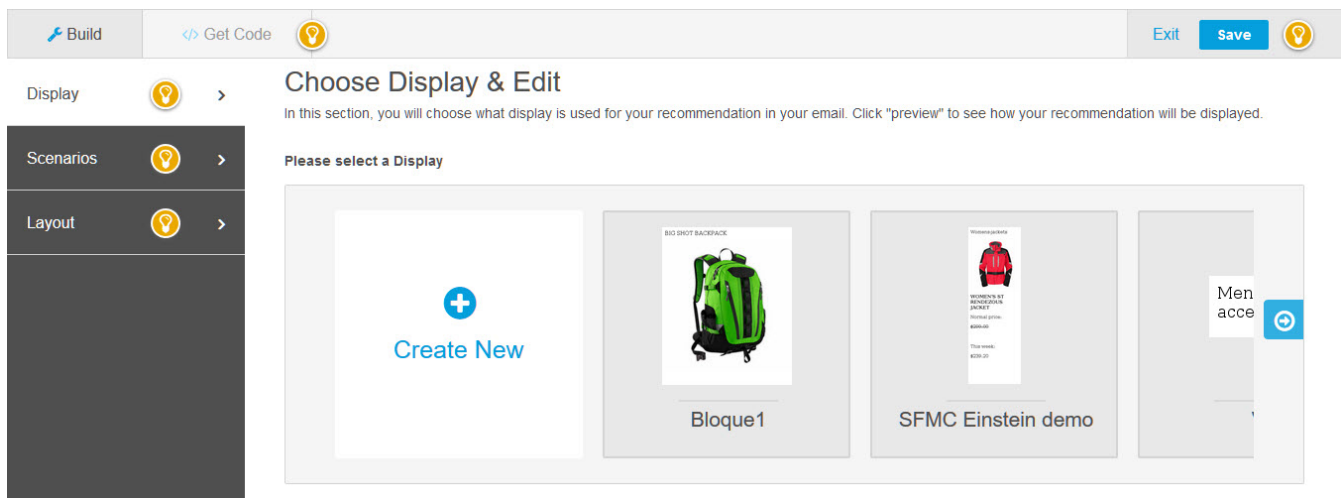
7

Einstein メールレコメンデーションのロジックの作成

Einstein メールレコメンデーションを使用して、レコメンデーションのカスタムロジックを作成するか、リストから選択します。

1. Einstein に移動して、[Einstein メールレコメンデーション]をクリックします。
2. 標準ロジックを使用するには、名前をクリックします。
3. または、[新しいロジックを作成]をクリックします。
 - a. カスタムロジックを作成するには、名前を入力します。
 - b. カタログを選択します。
 - c. [作成]をクリックします。

[表示] タブが表示されます。



Einstein メールレコメンデーションレイアウトの構成


レコメンデーションの表示方法に関するレイアウトを定義します。






1. [ロジック] タブをクリックし、[レイアウト] タブをクリックします。
2. レコメンデーションコンテンツの列および行の数を選択するには、グリッドにマウスポインターを置き、含める最後のセルをクリックします。
たとえば、2 行の列に表示するには、3X2 というラベルのセルをクリックします。
3. [プレビュー] をクリックします。
4. 必要に応じて選択内容を編集します。
5. [保存] をクリックします。

⁷ ALBERT EINSTEIN の権利は、ヘブライ大学の許可を受けた上で使用しています。Greenlight が排他的に代理人を務めています。

Einstein メールレコメンデーションシナリオの構成


Einstein メールレコメンデーションで使用するレコメンデーションシナリオを選択します。

- [シナリオ] タブをクリックします。
- リストからシナリオを選択し、[追加] をクリックします。
 -  **メモ:** 各シナリオの内容についての詳細は、「[Einstein レコメンデーションシナリオ](#)」を参照してください。

キャンバスにシナリオが表示されます。これは、すべてのレコメンデーション領域に適用されます。
- [全領域] をクリックし、ドロップダウンリストからレコメンデーション領域を選択します。
- シナリオを追加するには、ステップ 2～3 を繰り返します。
 -  **ヒント:** キャンバスからシナリオを削除するには、 をクリックします。
 -  **ヒント:** Einstein レコメンデーションからランキング上位のシナリオの予測が返されます。
- レコメンデーションをプレビューするには、[プレビュー] をクリックします。
- シナリオの優先度を並び替えるには、それらをドラッグして上から下の順序でキャンバスにドラッグします。
- ウォーターフォール予測を使用するには、[ウォーターフォールレコメンデーションを有効化] を選択します。
 -  **ヒント:** [ウォーターフォール予測](#)について確認してください。
- システム生成シナリオを除外するには、[システムシナリオを無効化] を選択します。
- [保存] をクリックします。
 -  **メモ:** デフォルトのシナリオ構成を復元するには、[既定のベストプラクティスに戻す] をクリックし、[保存] をクリックします。
- [終了] をクリックします。


Einstein メールレコメンデーションコードの挿入

Einstein メールレコメンデーションコードをコピーしてメールに挿入します。

-  **ヒント:** メールでのレコメンデーションの表示方法をカスタマイズするには、AMPscript を使用します。

⁸ ALBERT EINSTEIN の権利は、ヘブライ大学の許可を受けた上で使用しています。Greenlight が排他的に代理人を務めています。

⁹ ALBERT EINSTEIN の権利は、ヘブライ大学の許可を受けた上で使用しています。Greenlight が排他的に代理人を務めています。

1. [ロジック] タブをクリックし、使用するレコメンデーションをクリックします。
2. [コードを取得] タブをクリックします。
3.  **メモ:** EinsteinContactCode では、購読者を選択した後にのみ、プレビューにコンテンツが生成されます。
レコメンデーションをプレビューするには、[プレビュー] をクリックします。
4. コードをコピーします。
5. コードをメールの本文に貼り付けます。

10

メールレコメンデーションハッシュ

ハッシュとは、メールレコメンデーションを生成するときに割り当てられたディスプレイにロジックを関連付ける一意の ID です。呼び出しとレポートで使用されます。メールハッシュは、メールテンプレートごとに個別のハッシュを生成する直観的なユーザーインターフェイスを使用してセットアップされています。メールレコメンデーションはアプリケーション、ロジック、ディスプレイ内の2つのセクションで構成されています。ディスプレイは複数のロジックモデルで再利用できます。各ロジックには1つのディスプレイしか含むことができません。つまり、メールハッシュ内のすべてのメールレコメンデーションは同じ HTML ディスプレイを持つ必要があります。

メールハッシュのセットアップ

Einstein メールレコメンデーション用にメールハッシュを設定します。

メールハッシュのセットアップ

Einstein メールレコメンデーション用にメールハッシュを設定します。

1. [メールレコメンデーション] に移動します。
2. [新しいロジックを作成] をクリックします。
3. メールテンプレートの一意の名前を入力してください。
4. [カタログの種類] を選択します。
5. [作成] をクリックします。

¹⁰ ALBERT EINSTEIN の権利は、ヘブライ大学の許可を受けた上で使用しています。Greenlight が排他的に代理人を務めています。

Einstein Web レコメンデーション

Einstein Web レコメンデーションは Einstein の機能を使用して、行動を監視し、プリファレンスプロファイルを作成し、次に最適なパーソナライズされたコンテンツを各 Web サイト訪問者に提供します。アプリケーション内のシナリオを使用して、特定のビジネスルールに一致するようにレコメンデーションを調整します。Predictive Content は、Web サイトのレコメンデーションのプレースホルダーに表示されます。

Web レコメンデーションは、JSON 応答または HTML/JS の 2 つの方法で配信されます。Web チームが JSON を使用できない場合以外は、ベストプラクティスとして JSON 応答の配信方法をお勧めします。柔軟性が最も高い JSON の方法を使用すると、Web チームはあらゆる方法でレコメンデーションデータをスタイル設定し、使用できます。Web レコメンデーションおよび JSON 応答の特性のため、ユーザーは Web 環境内でレコメンデーションの解析とスタイル設定を行う必要があります。

Web レコメンデーションの応答の例を次に示します。

```
[
  {
    "name": "product_rec",
    "title": "People who bought MEN'S BASE CAMP SLIP-ON III also bought",
    "priority": 1,
    "items": [
      {
        "image_link": "https://s3-us-west-2.amazonaws.com/nto-products/products370/1816100.jpg",
        "link": "https://stack7.collect.igodigital.com/redirect/v3QkFoSklnRytleUp1SWpvaVFt0T",
        "sale_price": 120,
        "regular_price": 150
      },
      {
        "image_link": "https://s3-us-west-2.amazonaws.com/nto-products/products370/1803100.jpg",
        "link": "https://stack7.collect.igodigital.com/redirect/v3QkFoSklnRytleUp1SWpvaVFt0TFaM",
        "sale_price": 88,
        "regular_price": 110
      },
      {
        "image_link": "https://s3-us-west-2.amazonaws.com/nto-products/products370/1848100.jpg",
        "link": "https://stack7.collect.igodigital.com/redirect/v3QkFoSklnRytleUp1SWpvaVFt0TFaM",
        "sale_price": 44,
        "regular_price": 55
      },
      {
        "image_link": "https://s3-us-west-2.amazonaws.com/nto-products/products370/1115100.jpg",
        "link": "https://stack7.collect.igodigital.com/redirect/v3QkFoSklnRzLleUp1SWpvaVFt0TFaMmg",
        "sale_price": 239.2,
        "regular_price": 299
      }
    ]
  }
]
```

あらゆるカタログフィールドを Web レコメンデーション呼び出しに取り込むことができるため、カタログのセットアップ時にどのデータによりレコメンデーションが生成されるかを理解しておく必要があります。

ページの種別ごとに一意の Web レコメンデーション呼び出しが作成されます。ベストプラクティスとして、ホーム、製品、カテゴリ、カート、およびコンバージョンの各ページを含めることをお勧めします。ただし、UI でセットアップできるページの数に制限はありません。Einstein レコメンデーションはページテンプレートを使用します。そのため、製品ページは、製品ページ向けにパーソナライズしたレコメンデーションを構築するために使用するテンプレートになります。

ページテンプレートの種別ごとに異なるシナリオと異なるコンテキストを設定できます。たとえば、この追加のコンテキストに基づいて訪問者が表示している製品に基づいて、製品ページにレコメンデーションを含めることができます。ただし、ホームページのレコメンデーションは、詳細なコンテキストがないため、全体的なユーザーアフィニティに基づきます。

サービスエンゲージメントがある場合、[作業の状態]で、サービスが構成したページの数設定されます。ただし、必要に応じて追加できます。


11

Einstein Web レコメンデーションの作成

Marketing Cloud Einstein レコメンデーションを使用して、Web サイトに表示する製品またはコンテンツのレコメンデーションを作成します。Einstein レコメンデーションエンジンでは、製品カタログに3つ以上のアクティブな項目が必要です。


Einstein Web レコメンデーションの作成

Marketing Cloud Einstein レコメンデーションを使用して、Web サイトに表示する製品またはコンテンツのレコメンデーションを作成します。Einstein レコメンデーションエンジンでは、製品カタログに3つ以上のアクティブな項目が必要です。

 **メモ:** 顧客プロファイルのプライバシーフィールドが次のいずれかに設定されている場合、構成したシナリオから汎用レコメンデーションが生成されます。

- トラッキングしない
- プロファイルしない
- 処理しない

たとえば、最上位シナリオとして[表示]を構成します。製品の詳細ページを表示している顧客には、他の顧客も表示している製品のレコメンデーションが表示されます。

 **ヒント:** システムシナリオはデフォルトで有効になっており、構成されたシナリオで期待される数のレコメンデーションが生成されない場合にフィルターコンテンツを提供します。この機能を無効にするには、[システムシナリオを無効化]ボックスを選択します。

12

1. Web レコメンデーションの場所と種別の設定

サイトで Einstein Web レコメンデーションを表示する場所と、提供するレコメンデーションの種別を構成します。

2. Einstein Web レコメンデーションのコンテンツ領域の作成

Web レコメンデーションに含めるコンテンツを選択し、構成します。

3. Web レコメンデーションの表示形式の構成

Web サイトでのレコメンデーションの表示形式を設定します。

4. Einstein Web レコメンデーションシナリオの構成

Einstein Web レコメンデーションで使用するレコメンデーションシナリオを決定します。

¹¹ ALBERT EINSTEIN の権利は、ヘブライ大学の許可を受けた上で使用しています。Greenlight が排他的に代理人を務めています。

¹² ALBERT EINSTEIN の権利は、ヘブライ大学の許可を受けた上で使用しています。Greenlight が排他的に代理人を務めています。

5. Einstein Web レコメンデーションのプレビューおよび挿入

選択したページのコードに Einstein Web レコメンデーションコードを含めます。レコメンデーション呼び出し用の JavaScript と、レコメンデーションゾーンの HTML プレースホルダーの両方が提供されます。


6. コードの取得手順

Einstein レコメンデーションで作成した Einstein Web レコメンデーションコードを Web サイトに追加する方法について説明します。

Web レコメンデーションの場所と種別の設定

サイトで Einstein Web レコメンデーションを表示する場所と、提供するレコメンデーションの種別を構成します。

1. Einstein に移動して、[Einstein Web レコメンデーション]を選択します。
2. ページを作成するには、[新しいページを作成]をクリックして、ページに名前を付けます。既存のページを使用するには、リストからページを選択します。

 **メモ:** ページ名にスペースを含めることはできません。標準ページの名前は「ホーム」、「カート」、「製品」、「検索」、および「カテゴリ」です。既存のページと同じ名前を使用してページを作成しようとした場合、新しいページは作成されません。

3. リストからレコメンデーション種別を選択します。
4. [作成]をクリックします。


[ビルド] タブが開き、デフォルト名「igdrec_1」を持つレコメンデーション領域が表示されます。

Einstein Web レコメンデーションのコンテンツ領域の作成

Web レコメンデーションに含めるコンテンツを選択し、構成します。

1. 名前「igdrec_1」をクリックし、新しい名前を入力します。
2. ドロップダウンから [数値] または [範囲] を選択します。
3. 返すレコメンデーションの数を入力するか、範囲を選択します。

レコメンデーションをプレビューするには、[プレビュー]をクリックします。




 **ヒント:** レコメンデーションで十分なアイテムを使用できない場合は、[ウォーターフォールレコメンデーション]を選択しない限り、何も返されません。

4. このページにさらにレコメンデーション領域を追加するには、[別の領域を追加]をクリックして、ステップ1~4を繰り返します。
5. [保存]をクリックします。

[ビルド] タブが閉じて、Web パーソナライズダッシュボードに戻ります。新しいページが表示されています。


Web レコメンデーションの表示形式の構成





Web サイトでのレコメンデーションの表示形式を設定します。

- 修正するページを選択し、[出力] タブをクリックします。
 -  **メモ:** キャンバスには、ページで以前に選択された出力フィールドが表示されます。選択されていない場合、システムはカタログフィールドに基づいて推奨の出力フィールドを生成します。
- 出力プレビューの形式を選択します。
- 表示するフィールドをリストから選択し、[追加] をクリックします。
- 他のフィールドを追加するには、前のステップを繰り返します。
- 表示フィールドの順序を変更するには、フィールドをドラッグし、キャンバスの上から下の順序に並び替えます。
 -  **メモ:** フィールドを削除するには、 をクリックします。
[出力プレビュー] に出力コードが表示されます。
- このコードでどのように表示されるかを確認するには、[プレビュー] をクリックします。
キャンバスに戻るには、[閉じる] をクリックします。
- [保存] をクリックします。


Einstein Web レコメンデーションシナリオの構成

Einstein Web レコメンデーションで使用するレコメンデーションシナリオを決定します。

- 構成するレコメンデーションをクリックします。
- [シナリオ] タブをクリックします。
- シナリオを選択し、[追加] をクリックします。
 -  **メモ:** 各シナリオの内容についての詳細は、「[Einstein レコメンデーションシナリオ](#)」を参照してください。

キャンバスにシナリオが表示されます。これは、すべてのレコメンデーション領域に適用されるように自動的に設定されます。
- [全領域] をクリックして、特定のレコメンデーション領域を選択します。
- シナリオを追加するには、ステップ 3～4 を繰り返します。
 -  **ヒント:** キャンバスからシナリオを削除するには、 をクリックします。
 -  **ヒント:** Personalization Builder からランキング上位のシナリオの予測が返されます。
- シナリオの優先度を並び替えるには、それらをドラッグして上から下の順序でドラッグします。
- ウォーターフォール予測を使用するには、[ウォーターフォールレコメンデーションを有効化] を選択します。
 -  **ヒント:** [ウォーターフォール予測](#)について確認してください。
- システム生成シナリオを除外するには、[システムシナリオを無効化] を選択します。

9. [保存] をクリックします。

-  **メモ:** デフォルトのシナリオ構成を復元するには、[既定のベストプラクティスに戻す] をクリックし、[保存] をクリックします。

13

Einstein Web レコメンデーションのプレビューおよび挿入

選択したページのコードに Einstein Web レコメンデーションコードを含めます。レコメンデーション呼び出し用の JavaScript と、レコメンデーションゾーンの HTML プレースホルダーの両方が提供されます。

1. コードを挿入するには、[コードを取得] タブをクリックします。
2. コードをコピーします。


コードのカスタマイズ方法についての詳細は、「[コードの取得の詳細](#)」および「[呼び出しのカスタマイズ](#)」を参照してください。

3. コードを Web サイトのコードに挿入します。

14


コードの取得手順

Einstein レコメンデーションで作成した Einstein Web レコメンデーションコードを Web サイトに追加する方法について説明します。

-  **メモ:** このプロセスを完了するには、HTML と CSS の基本スキルが必要です。

1. Web レコメンデーションダッシュボードからページを選択します。
2. [コードを取得] タブをクリックします。
3. コードの各部分をコピーしてページコードに埋め込みます。

コードの埋め込み方法および呼び出しのカスタマイズ方法の詳細は、それぞれ「[Personalization Builder でのコードの取得の詳細](#)」および「[呼び出しのカスタマイズ](#)」を参照してください。

-  **ヒント:** コードが Web ページに適用されると、レコメンデーションが稼働します。レコメンデーションをライブサイトに追加する前にテスト環境でテストすることをお勧めします。

15

¹³ ALBERT EINSTEIN の権利は、ヘブライ大学の許可を受けた上で使用しています。Greenlight が排他的に代理人を務めています。

¹⁴ ALBERT EINSTEIN の権利は、ヘブライ大学の許可を受けた上で使用しています。Greenlight が排他的に代理人を務めています。

¹⁵ ALBERT EINSTEIN の権利は、ヘブライ大学の許可を受けた上で使用しています。Greenlight が排他的に代理人を務めています。

Einstein レコメンデーションでのコードの取得の詳細

ページで Einstein レコメンデーションを表示するために必要な JavaScript と HTML コードを見つめます。コードをコピーし、各コードのページコードに埋め込みます。

Einstein レコメンデーションでのコードの取得の詳細

ページで Einstein レコメンデーションを表示するために必要な JavaScript と HTML コードを見つめます。コードをコピーし、各コードのページコードに埋め込みます。

提供されている基本のレコメンデーション呼び出しをサイトに合わせてカスタマイズします。各ボックスの説明キーには、JavaScript ソース URL に渡すことができる追加の情報が表示されます。呼び出しのベース URL にある次のクライアントパラメーターを有効な値で置き換えます。

- <client>
- <pagename>

これらのクライアントパラメーターは実行時変数ではありません。? の後の変数は実行時に呼び出し内で提供されます。

一部のページには必須フィールドがあります。

ページ	必須フィールド
製品の詳細	ProductCode
カテゴリ	CategoryName
カート	カートの ProductCode のリスト
検索	検索語

例: ホームページ

レコメンデーション内の表示場所に div を配置します。この値をページ上の表示場所に正確に配置します。

```
<div id="igdrec_1"></div>。
```

次に、次のコードを含むスクリプトタグを配置します。

```
<script
src="http://<client_name>.recs.igodigital.com/a/v2/<client>/home/recommend.js"></script>
```

例: 製品の詳細ページ

レコメンデーション内の表示場所に div を配置します。この値をページ上の表示場所に正確に配置します。

```
<div id="igdrec_1"></div>。
```

次に、次のコードを含むスクリプトタグを配置します。

```
<script
src="http://<client_name>.recs.igodigital.com/a/v2/<client>/product/recommend.js?item=ProductCode"></script>..
```

ProductCodeは、表示されるアイテムであり、コレクトトラッキングコードの `item` 変数に渡される値と一致する必要があります。

例: カテゴリおよびサブカテゴリページ

レコメンデーションを表示する場所に `dev` を配置します。この値をページ上の表示場所に正確に配置します。

```
<div id="igdrec_1"></div>。
```

次に、次のコードを含むスクリプトタグを配置します。

```
<script  
src="http://<client_name>.recs.igodigital.com/a/v2/<client>/category/recommend.js?  
category=Category_name"></script>。
```

Category を、レコメンデーション呼び出しを実行する実際のカテゴリページ名で置き換えます。このコードは、製品カタログカテゴリに保存されたカテゴリと完全に一致する必要があります。

カテゴリ名にスペースまたは特殊文字が含まれる場合は、URLの値をエンコードする必要があります。たとえば、カテゴリが「*Category&Name*」の場合、URLパラメーターは `category=Category%20%26%20Name` になります。

例: ショッピングカートのレビューページ

レコメンデーションを表示する場所に `dev` を配置します。この値をページ上の表示場所に正確に配置します。

```
<div id="igdrec_1"></div>。
```

次のコードを含むスクリプトタグを `div` の後に配置します。

```
<script  
src="https://<client_name>.recs.igodigital.com/a/<client>/cart/recommend.js?cart=ProductCode".</script>。
```

ProductCodeの値を、パイプ区切りリストとして、コレクトトラッキングコードの `cart` 変数で送信される値に一致させます。

使用事例

Einstein レコメンデーションの一般的な使用事例のヒントを確認してください。

複数のレコメンデーション領域を異なるシナリオのページに追加する。

たとえば、製品ページに2つのレコメンデーション領域を追加できます。閲覧中の製品の横に、類似の製品またはアップセルに重点を置いたレコメンデーションの領域を1つ含めることをお勧めします。この領域には4つのレコメンデーションが必要です。最近閲覧した製品が表示されるもう1つのレコメンデーションの領域を製品の詳細の下に追加できます。この領域には、訪問者がサイトを訪問する頻度に応じて、2つから8つまでのレコメンデーションを含めることができます。

特定の言語またはロケールに基づいてレコメンデーションを表示する。

コンテンツ抽出フィールドおよびレコメンデーション呼び出し内でデータが正しく指定されている場合、Einstein レコメンデーションで多言語レコメンデーションが提供されます。詳細は、「[ローカライズされたレコメンデーション](#)」を参照してください。