

版本 10 版次 1
2017 年 10 月 13 日

IBM Campaign 使用手冊

The IBM logo is centered on the page. It consists of the letters 'IBM' in a bold, black, sans-serif font. Each letter is composed of horizontal stripes, with the 'I' having three stripes, the 'B' having six stripes, and the 'M' having three stripes.

附註

使用此資訊及其支援的產品之前，請先閱讀第 229 頁的『注意事項』中的資訊。

目錄

第 1 章 IBM Campaign 概觀	1
IBM Campaign 概念	1
使用 IBM Campaign 的必要條件	3
IBM Campaign 入門	3
您的使用者名稱和密碼	4
您的角色和權限	4
Campaign 中的安全層次	4
登入 IBM Marketing Software	4
設定起始頁	5
IBM Campaign 與其他 IBM 產品整合	6
第 2 章 建立並管理行銷活動	7
建立行銷活動的準備工作	7
存取行銷活動	8
建立行銷活動	8
編輯行銷活動	9
在資料夾中組織行銷活動	10
列印行銷活動	10
刪除行銷活動	10
如何使用控制群組來測量行銷活動結果	11
將控制單元與目標單元建立關聯	12
第 3 章 設計流程圖	13
建立流程圖	13
編輯流程圖	14
範例：聯絡流程圖與回應流程圖	15
流程圖工作區概觀	16
流程圖設計考量	19
流程圖程序概觀	19
程序的類型	20
Campaign 程序清單	21
將程序新增到流程圖	23
在流程圖中連接程序	24
變更連接線的外觀	25
刪除兩個程序之間的連線	26
對齊程序框	26
調整流程圖佈置	27
標註流程圖	27
確定程序的狀態	29
在流程圖內複製程序	30
在流程圖之間複製程序	30
在流程圖中移動程序	31
從流程圖中刪除程序	31
程序的資料來源	32
在程序輸出中跳過重複的 ID	32
預覽使用者資料中的欄位值	33
重新整理側寫計數	34
限制側寫輸入	35
不容許進行側寫	35
變更側寫客群的上限數量	36
按 meta 類型側寫欄位值	36
將側寫種類插入查詢	36
列印側寫資料	37
匯出側寫資料	37
使用公式協助程式來建立查詢	37
建立原始 SQL 查詢	39
使用原始 SQL 查詢的準則	40
Hive 查詢語言相符性	40
指定預處理或後處理 SQL 陳述式	41
在原始 SQL 查詢中使用 TempTable 和 OutputTempTable 記號	42
在原始 SQL 查詢中參照擷取表格	43
在 Campaign 程序中如何對查詢求值	43
名單選取程序	44
選取聯絡人清單	44
確定行銷活動中的 IBM Digital Analytics 目標客群	48
「資料合併」程序	50
合併和抑制聯絡	50
「資料分群」程序	51
分群考量事項	52
依欄位對資料進行分群	53
使用查詢對資料進行分群	54
資料分群程序：客群標籤	56
資料分群程序：擷取標籤	58
資料分群程序：一般標籤	58
資料分群程序：新建客群和編輯客群控制項	59
資料抽樣程序	59
將聯絡人劃分為範例群組	59
關於範例大小計算機	61
「資料層級轉換」程序	63
目標客戶類型	64
家庭關係	64
何時切換目標客戶類型	64
範例：「資料層級轉換」程序	65
範例：過濾記錄	65
切換及過濾目標客戶類型	66
擷取程序	73
範例：擷取交易資料	73
從 eMessage 登入網頁擷取資料時的必要條件	74
從單元、表格或策略客群擷取資料	74
從 eMessage 登入網頁擷取資料	77
擷取標籤參照	78
資料保存程序	79
製作資料 Snapshot 以匯出至表格或檔案	79
資料排程程序	81
IBM Campaign 排程程序與 IBM Marketing Software 排程器之間的差異	82
入埠和出埠觸發程式	82
在執行中流程圖中排程程序	83
資料方塊建置程序	85
建立屬性的多維資料方塊	85

「客群建置」程序	86
建立客群以在多個行銷活動中廣域使用	87
將策略客群與行銷活動建立關聯	88
郵件名單產出程序	89
配置郵件名單產出或電訪名單產出程序	89
電訪名單產出程序	94
「活動追蹤」程序	94
追蹤聯絡歷程	95
回應設定程序	97
更新回應歷程	97

第 4 章 管理流程圖 101

驗證流程圖	101
測試及執行流程圖	101
進程序、分支或流程圖的測試執行	102
進行流程圖的正式作業執行	102
進程序或分支的正式作業執行	104
暫停或暫停流程圖執行	104
繼續執行已停止的流程圖執行	104
繼續執行已暫停的流程圖執行	105
對執行時期錯誤進行疑難排解	105
使用流程圖日誌檔	105
流程圖日誌檔結構	106
搜尋流程圖及流程圖相關物件	107
複製流程圖	108
檢閱流程圖	108
在唯讀模式下檢視流程圖	109
並列檢視兩個流程圖	109
列印流程圖	110
刪除流程圖	110

第 5 章 行銷方案管理 113

行銷方案屬性	113
行銷方案版本	114
行銷方案範本	114
對待項	115
建立行銷方案	115
編輯行銷方案	117
將行銷方案指派給流程圖中的單元	118
將相關行銷方案與行銷活動建立關聯	119
行銷方案的相關產品	119
貼上產品 ID 以將相關產品匯入至行銷方案	120
使用編輯查詢來建立或編輯行銷方案的相關產品	121
複製行銷方案	122
從行銷方案頁面複製行銷方案	122
從行銷方案摘要頁面複製行銷方案	122
將行銷方案分組	123
使用屬性來分組行銷方案	123
將行銷方案分組為不同的資料夾	123
移動行銷方案或行銷方案清單	123
撤銷行銷方案或行銷方案清單	124
刪除行銷方案或行銷方案清單	124
搜尋行銷方案	125
使用進階搜尋來搜尋行銷方案	125
分析行銷方案	126
行銷方案清單	126

安全和行銷方案清單	127
建立靜態行銷方案清單	127
建立智慧型行銷方案清單	128
編輯行銷方案清單	129
如何撤銷行銷方案清單	129
將行銷方案清單指派給單元	129
整合的 Marketing Operations-Campaign 系統中的行銷方案管理	130
在 Campaign 行銷方案中使用 Marketing Operations 資產的簡介	130
在 Campaign 行銷方案中使用 Marketing Operations 資產	131
eMessage 行銷方案與 IBM Campaign 的整合概觀	133
檢視和編輯已鏈結至 Campaign 行銷方案的 eMessage 資產	134

第 6 章 目標單元管理 135

產生流程圖中的單元	135
限制輸出單元的大小	136
從輸出單元取得輸入的程序	136
根據輸入單元大小來限制輸出單元大小	136
從表格取得輸入的程序	137
套用測試執行輸出單元大小限制	138
變更記錄選項的隨機種子	138
單元名稱及代碼	139
範例：單元重新命名實務	140
變更單元名稱	141
重設單元名稱	142
變更單元代碼	143
關於複製和貼上單元名稱及代碼	143
目標單元試算表	144
管理目標單元試算表	145
將流程圖單元鏈結至 TCS	151

第 7 章 聯絡歷程 155

聯絡歷程及目標客戶類型概觀	155
如何更新聯絡歷程表	156
對待項歷程 (UA_Treatment)	156
基本聯絡歷程 (UA_ContactHistory)	157
詳細聯絡歷程 (UA_DtlContactHist)	159
行銷方案歷程	159
透過執行正式作業執行更新聯絡歷程	159
「執行歷程選項」實務	159
指定用於聯絡記載的資料庫表格	160
指定用於聯絡記載的輸出檔	160
停用寫入至聯絡歷程	161
清除聯絡歷程及回應歷程	162

第 8 章 行銷活動回應追蹤 165

如何追蹤對行銷活動的回應	165
使用多個回應追蹤流程圖	167
使用多組件行銷方案代碼進行回應追蹤	168
回應追蹤的日期範圍	169
用於控制的回應追蹤	169
個人化行銷方案的回應追蹤	169
回應類型	170

回應種類	170	執行策略客群	198
直接回應	170	組織策略客群	198
推斷的回應	172	關於廣域抑制和廣域抑制客群	201
歸屬方法	173	套用廣域抑制	201
最佳符合	173	停用流程圖的廣域抑制	201
部分符合	173	關於維度階層	202
多重符合	174	範例：維度階層	202
第 9 章 儲存物件	175	建立維度階層	203
衍生欄位	175	更新維度階層	204
衍生欄位的命名限制	175	載入儲存的維度階層	204
建立衍生欄位	176	關於資料方塊	205
從現有衍生欄位建立衍生欄位	176	第 11 章 IBM Campaign 報告概觀	207
根據巨集建立衍生欄位	177	在流程圖開發期間使用流程圖單元報告	207
讓衍生欄位保留持續性	177	「單元清單」報告：顯示流程圖中所有單元的相關	
儲存衍生欄位	179	資訊	208
使用和管理儲存的衍生欄位	180	「單元變數側寫」報告：對單元的一個性質進行側	
使用者變數	180	寫	208
建立使用者變數	181	「單元變數交叉表」報告：同時對某個單元的兩個	
自訂巨集	182	性質進行側寫	209
建立自訂巨集	182	「單元內容」報告：顯示單元內容	210
使用自訂巨集的準則	184	「單元瀑布圖」報告：在下游程序中分析單元瀑布	
組織和編輯自訂巨集	185	圖	211
範本	186	列印或匯出流程圖單元報告	212
複製範本到範本庫	186	使用報告來分析行銷活動和行銷方案	213
貼上範本庫中的範本	187	IBM Campaign 報告清單	214
組織和編輯範本	187	IBM Campaign 的效能報告	216
儲存的表格型錄	187	Campaign 的 IBM Cognos 報告 Portlet	218
存取儲存的表格型錄	188	Campaign 清單 Portlet	219
編輯表格型錄	188	透過電子郵件傳送報告	219
刪除表格型錄	188	重新執行報告	219
第 10 章 階段作業流程圖	191	第 12 章 IBM Campaign 物件名稱中的	
建立階段作業	191	特殊字元	221
將流程圖新增至階段作業	192	不支援的特殊字元	221
編輯階段作業流程圖	192	沒有命名限制的物件	221
在資料夾中組織階段作業	193	具有特定命名限制的物件	222
移動階段作業	193	第 13 章 包裝流程圖檔案以進行疑難排	
檢視階段作業	194	解	223
編輯階段作業	194	用於包裝流程圖資料的選項	224
刪除階段作業	194	在聯絡 IBM 技術支援中心之前	227
關於策略客群	194	注意事項	229
建立策略客群的必要條件	195	商標	230
改善策略客群的效能	195	隱私權條款和使用條款考量	231
建立策略客群	196		
檢視策略客群	197		
編輯策略客群的摘要詳細資料	197		
編輯策略客群的來源流程圖	197		

第 1 章 IBM Campaign 概觀

IBM® Campaign 是一個 Web 型解決方案，可讓您設計、執行和分析直效市場行銷活動。

通常，行銷專員透過下列方式來使用 Campaign：

- 管理者執行起始及進行中的作業，例如調整配置設定、對映資料庫表格以及定義自訂屬性和行銷方案範本。
- 使用者建立並執行直效市場行銷活動。

如果要處理市場行銷活動，您可以透過為目標客戶定義行銷方案來開始。然後，建置一個流程圖，該流程圖提供行銷活動邏輯的視覺化表示法。建置流程圖過程中會涉及到將行銷方案與目標客戶建立關聯。

如果要設計行銷活動，您可以使用多個來源中的資料，其中包括關聯式資料庫及純文字檔。例如，您可以選取某個資料庫中的聯絡人資料，將其與純文字檔中的客戶資料合併，然後暫停資料與對其進行分群及取樣。為了存取和操作資料，IBM Campaign 支援使用原始 SQL、巨集和函數。不過，您不需要知曉 SQL 即可使用 Campaign。

建置流程圖並將行銷方案指派給各個客群之後，您可以執行該流程圖以產生聯絡人清單。如果要控制市場行銷活動的計時，您可以排定不同的行銷活動在各個時間執行。

在行銷活動期間，將儲存聯絡歷程及回應歷程。Campaign 使用此歷程來追蹤和分析行銷活動結果，因此您可以逐步改進行銷活動。

IBM Campaign 由後端伺服器、Web 應用程式伺服器以及由 IBM Marketing Platform 提供的安全、鑑別和授權組成。

註：IBM Marketing Platform 為 Campaign 及其他應用程式提供了一般存取點、使用者介面以及與安全和配置相關的功能。

IBM Campaign 概念

有數個基本概念可協助您瞭解如何使用 IBM Campaign 來建立和管理市場行銷活動。

行銷活動

每一個市場行銷活動都由商業目標、特定於市場行銷計劃的公司定義提案及行銷活動處於有效狀態的日期範圍來定義。例如，您可以建立保留行銷活動，以向可能會因為損耗而流失的客戶提供行銷方案。

流程圖

每一個市場行銷活動都由一個以上流程圖組成。例如，市場行銷活動可能包含兩個流程圖，一個用於向所選客戶提供行銷方案，另一個用於追蹤對這些行銷方案的回應以進行報告和分析。

每一個流程圖都使用一個以上資料來源。資料來源包含客戶、潛在客戶或產品的相關資訊，以用於市場行銷活動中。例如，流程圖可以從一個資料庫中拉出聯絡人名稱和地址，並從另一個來源拉出退出資訊。

流程圖對行銷資料執行一系列動作。若要定義這些動作，您可以使用稱為程序的建置區塊，您可以連接並配置這些程序。這些程序構成流程圖。

若要實作行銷活動，可以執行流程圖。您可以手動執行每一個流程圖、透過排程器執行或者回應某個已定義觸發程式而執行。

Interact 的授權使用者可以使用 IBM Campaign 來執行取決於某個事件是否發生的即時互動式流程圖。如需互動式流程圖的相關資訊，請參閱《Interact 使用手冊》。

程序

每一個流程圖都由已配置或已連接的程序或程序框構成，以在行銷活動或階段作業中執行特定的作業。例如，「名單選取」程序可以選取要將其作為目標的客戶，「資料合併」程序可以結合兩個不同的目標客戶群組。

您可以配置並連接每一個流程圖中的程序以實現特定的市場行銷目標。例如，流程圖可以由一些程序組成，這些程序為直接郵寄行銷活動選取合格的接收者，向接收者指派各種行銷方案，然後產生郵寄清單。另一個流程圖可以追蹤行銷活動的回應端，以便您可以計算投資回報率。

階段作業

階段作業提供一種方法來建立持續性的廣域資料構件以在所有行銷活動中使用。每個階段作業都至少包含一個流程圖。執行階段作業流程圖可讓階段作業（資料構件）的輸出在廣域範圍內可供所有行銷活動使用。

階段作業流程圖的一種典型用法是用來建立策略客群，策略客群是可在多個行銷活動中使用的客群。例如，您可以建立加入或退出的策略客群，然後在各種市場行銷活動中使用那些客群。

行銷方案

行銷方案代表單一行銷訊息，可以使用各種方式遞送此訊息。行銷方案可重複使用：

- 在不同行銷活動中
- 在不同時間點中
- 針對流程圖中不同人員（單元）群組
- 作為不同版本（透過改變行銷方案的參數型屬性）

您可以使用其中一個聯絡程序（例如「郵件名單產出」或「電訪名單產出」）將行銷方案指派給流程圖中的目標單元。您可以透過擷取接收行銷方案及回應行銷方案之客戶的相關資料來追蹤行銷活動結果。

單元

單元是資料庫中的 ID（例如客戶或潛在客戶 ID）清單。您可以透過配置並執行流程圖中的資料操作程序來建立單元。例如，「名單選取」程序可以產生由 25 到 34 歲之間的男性組成的輸出單元。

輸出單元可以用作同一流程圖中其他程序的輸入。例如，兩個「名單選取」程序可以從不同的資料來源中選取客戶。然後，下游的「資料合併」程序可以結合結果。

已獲指派行銷方案的單元稱為目標單元。目標單元是由目標客戶類型定義的一組相似個體（例如，個別客戶或家庭帳戶）。

例如，可以為高價值客戶、偏好網上購物的客戶、準時支付的帳戶、傾向於接收電子郵件通訊的客戶或忠實回頭客建立單元。可以使用不同方式來處理建立的每一個單元，從而透過不同通路接收不同的行銷方案或通訊。

包含有資格接收行銷方案但為了分析而從行銷方案接收者中排除之 ID 的單元稱為控制單元。在 IBM Campaign 中，控制一律是暫置控制。

使用 IBM Campaign 的必要條件

在開始使用 IBM Campaign 之前，請先確認您的環境符合下列需求。

- 如需改良的使用者體驗，請使用至少 21" 螢幕。
- 如需改良的使用者體驗，請將螢幕解析度設為 1600 x 900。較低的解析度可以導致部分資訊不適當地顯示。如果使用較低的解析度，請將瀏覽器視窗最大化以查看更多內容。
- 滑鼠最適合在使用者介面中進行導覽。
- 請勿使用瀏覽器控制項進行導覽。例如，避免使用「後退」和「前進」按鈕。相反，請使用使用者介面中的控制項。
- 如果在用戶端機器上安裝了蹦現封鎖程式（廣告封鎖程式）軟體，則 IBM Campaign 可能不正常運作。如果要得到最佳結果，請在執行 IBM Campaign 時停用蹦現封鎖程式軟體。
- 請確保技術環境符合系統需求及受支援平台的下限。*
- 必須使用正確的瀏覽器和版本。*
- 升級或套用任何修正套件之後，請清除瀏覽器快取。更新應用程式之後，只需要執行一次此動作。
- 如果將 Internet Explorer (IE) 與 IBM Campaign 或任何使用 Campaign 流程圖（eMessage、Contact Optimization、Interact、Distributed Marketing）的模組搭配使用：如果要登入多次以檢視並列資訊，請開啟 IE 並登入 IBM Marketing Software。然後，在 IE 功能表列中選取檔案 > 新建階段作業。在新的 IE 瀏覽器視窗中，以相同或不同使用者身分登入 IBM Marketing Software。

重要：請勿使用任何其他方法來開啟多個階段作業。例如，請勿開啟新標籤；請勿從開始功能表或桌面圖示開啟另一個瀏覽器階段作業；請勿使用 IE 中的檔案 > 新建視窗。這些方法可以毀損應用程式中顯示的資訊。

*如需透過星號指示之項目的詳細資料，請參閱《IBM Marketing Software 建議的軟體環境及系統需求下限》。

IBM Campaign 入門

在 Campaign 中可以完成有意義的工作之前，需要執行一些起始配置。必須對映資料庫表格，可能需要建立資料物件（例如，客群、維度或資料方塊），並且必須計劃和設計個別行銷活動。

通常，這些作業是在 IBM 顧問的協助下完成。完成起始工作之後，您可以自己設計和執行其他行銷活動，也可以依需要改進、展開和建置起始行銷活動。

如需起始及進行中配置和管理的相關資訊，請參閱《Campaign 安裝手冊》和《Campaign 管理手冊》。

您的使用者名稱和密碼

如果要存取 Campaign，您必須具有已在 Marketing Platform 中為您建立的使用者名稱與密碼組合，並且已獲授權來存取 Campaign。

如果您沒有有效的使用者名稱及密碼，請與系統管理者聯絡。

您的角色和權限

您在 Campaign 中的使用者名稱與一個以上的角色（例如，「檢閱人員」、「設計人員」和「管理人員」）相關聯。管理者定義貴組織專屬的角色。您的角色決定您可以在 Campaign 中執行的功能。貴組織實作的物件層次安全決定您是否可以對特定的物件執行那些功能。如果您需要存取物件或執行作業但您的權限不容許您這樣做，請與系統管理者聯絡。

Campaign 中的安全層次

在 Campaign 中，安全設定控制您存取功能的能力和您可以處理的物件。

Campaign 中的安全在兩個層次上工作。

- **功能** - 根據您所屬的角色來決定您可以對物件類型執行的動作。貴組織在實作時定義這些角色。每一個角色都有一組與其相關聯的權限，這些權限決定屬於該角色之使用者可以執行的動作。例如，如果您是已指派有「管理者」角色的使用者，則您可能擁有權對映和刪除系統表。如果您是已指派有「檢閱人員」角色的使用者，則您可能無權對映和刪除系統表。
- **物件** - 定義您可以對其執行所容許動作的物件類型。換句話說，即使您屬於有一般權限來編輯行銷活動的某個角色，也可以設定 Campaign 的物件層次安全，讓您無法存取位於特定資料夾中的行銷活動。例如，如果您屬於「部門 A」，則不論您的功能角色為何，都可以禁止您存取屬於「部門 B」之資料夾的內容。

登入 IBM Marketing Software

使用此程序來登入到 IBM Marketing Software。

開始之前

需要下列各項。

- 內部網路（網路）連線，用於存取 IBM Marketing Software 伺服器。
- 您的電腦上安裝了受支援的瀏覽器。
- 用於登入 IBM Marketing Software 的使用者名稱和密碼。
- 用於存取網路中 IBM Marketing Software 的 URL。

URL 如下：

`http://host.domain.com:port/unica`

其中

host 是安裝了 Marketing Platform 的機器。

domain.com 是主機所在的網域。

port 是 Marketing Platform 應用程式伺服器接聽所在的埠號。

註：下列程序假設您使用具有 Marketing Platform 的 Admin 存取權的帳戶登入。

程序

使用瀏覽器存取 IBM Marketing Software URL。

- 如果 IBM Marketing Software 配置為與 Windows Active Directory 或 Web 存取控制平台整合，並且您已登入該系統，則您將會看到預設儀表板頁面。這表示您已登入。
- 如果您看到登入畫面，請使用預設管理者認證來登入。在單分割區環境中，請使用 `asm_admin`，並使用 `password` 作為密碼。在多分割區環境中，請使用 `platform_admin`，並使用 `password` 作為密碼。

將會顯示要求您變更密碼的提示。您可以輸入現有的密碼，但為了提高安全性，您應該選擇新的密碼。

- 如果 IBM Marketing Software 配置為使用 SSL，則您第一次登錄時，系統可能會提示您接受數位安全憑證。請按一下是以接受該憑證。

如果順利登入，則 IBM Marketing Software 會顯示預設的儀表板頁面。

結果

借助指派給 Marketing Platform 管理者帳戶的預設許可權，您可以使用設定功能表下面列示的選項來管理使用者帳戶和安全。要對 IBM Marketing Software 儀表板執行最高層次的管理作業，您必須以 **platform_admin** 身分登入。

設定起始頁

起始頁是在您登入 IBM Marketing Software 時顯示的頁面。預設起始頁是預設儀表板，但您可以輕鬆指定另一起始頁。

如果您不希望在首次登入 IBM Marketing Software 時顯示儀表板頁面，則可以選取其中一個已安裝的 IBM 產品的頁面作為起始頁。

要將您正在檢視的頁面設定為起始頁，請選取設定 > 將現行頁面設定為首頁。可供選取為起始頁的頁面由每個 IBM Marketing Software 產品以及您在 IBM Marketing Software 中具有的許可權確定。

在您正在檢視的任何頁面上，如果啟用了將現行頁面設定為首頁選項，則可以將該頁面設定為起始頁。

IBM Campaign 與其他 IBM 產品整合

IBM Campaign 可以選擇性地與許多其他 IBM 產品整合。

如需整合指示，請參閱每個應用程式隨附的說明文件以及下面提及的任何文件。

表 1. 將 Campaign 與其他 IBM 產品整合

作業	說明文件
與 IBM Engage 整合	IBM Campaign and Engage Integration Guide for IBM Marketing Cloud
與 IBM Journey Designer 整合	http://www.ibm.com/support/knowledgecenter/SSER4E/JourneyDesigner/kc_welcome_journeydesigner.dita?lang=en
與 IBM Digital Analytics 整合	《IBM Campaign 管理手冊》：如何配置整合 《IBM Campaign 使用手冊》：將行銷活動中的 IBM Digital Analytics 客群設為目標
與 IBM Marketing Operations 整合	IBM Marketing Operations 與 IBM Campaign 整合手冊
與 IBM Opportunity Detect 整合	《IBM Campaign 管理手冊》：如何配置整合 《IBM Opportunity Detect 管理手冊》和《IBM Opportunity Detect 使用手冊》：如何管理和使用產品
與 IBM eMessage 整合	《IBM Campaign 安裝與升級手冊》：如何在本端環境中安裝及準備 eMessage 元件。 《IBM eMessage 啟動及管理手冊》：如何連接至管理的傳訊資源。 《IBM Campaign 管理手冊》：如何配置行銷方案整合。
與 IBM SPSS® Modeler Advantage Enterprise Marketing Management Edition 整合	IBM Campaign 與 IBM SPSS Modeler Advantage Enterprise Marketing Management Edition 整合手冊
與 IBM WeatherFX 整合。	可以將 WeatherFX 與 IBM Campaign 整合，以便將天氣事件取回到您的市場行銷活動。Campaign 第 9 版及第 10 版使用者可以使用 UBX Toolkit 與 WeatherFX 整合。如需相關資訊，請參閱 https://www.ibm.com/support/knowledgecenter/SSWU4L/Integrations/imc_Integrations/Weather_FX_for_IBM_Marketing_Cloud.html 。
註：可能有其他可用的整合未列在此表格中。請參閱適用於 IBM Campaign 的產品工具及公用程式。另請參閱 IBM 解決方案工程專案。	

第 2 章 建立並管理行銷活動

您在 IBM Campaign 中執行的首要作業之一是建立市場行銷活動以確定目標。每一個行銷活動都由其商業目標、提案及有效日期範圍進行定義。行銷活動一律至少由一個流程圖組成，您可以在流程圖中選取收件者和指派行銷方案。您可以對市場行銷活動進行建立、檢視、編輯、刪除及執行類似作業。

註：如果 Campaign 已經與 Marketing Operations 整合，請使用 Marketing Operations 中的行銷活動專案來使用行銷活動。如果您的整合系統配置為存取舊式行銷活動，則可以選擇 **Campaign > 行銷活動** 並按一下 **行銷活動專案** 資料夾來開啟舊式行銷活動。舊式行銷活動是啟用整合之前在 IBM Campaign 中建立的行銷活動。

使用行銷活動需要適當的許可權。如需許可權的相關資訊，請參閱《Campaign 管理手冊》。

建立行銷活動的準備工作

在開始使用 IBM Campaign 來建立市場行銷活動之前，需要先完成一些重要的起始作業。其中一些起始作業（例如建立行銷方案範本）通常由管理者完成。

其中一個最重要的起始作業是讓客戶及產品的相關資訊可供 Campaign 使用。如果要存取使用者資料，Campaign 需要知曉要使用您資料來源中的哪些表格或檔案。如果要讓您的資料可供在 Campaign 中使用，必須將貴公司的資料庫表格及檔案對映到 Campaign 中。管理者通常執行這個步驟。管理者還會建立行銷方案範本、策略客群及其他資料物件，以供在市場行銷活動中使用。如需相關資訊，請參閱《Campaign 管理手冊》。

建立起始物件並對映表格之後，您可以開始建立市場行銷活動。

通常，第一步是在紙上或在 IBM Marketing Operations 中設計行銷活動，以便您可以決定工作流程。確認行銷活動目標，決定要提供的行銷方案，要包括或排除的客戶以及是否使用控制群組。完成此起始設計之後，您可以使用 Campaign 來建立市場行銷活動以達成您的目標。

每一個市場行銷活動都由一個以上的流程圖構成。每一個流程圖都會對客戶資料執行一連串的動作。流程圖由交互連接的程序框組成，您可以配置這些程序框以執行行銷活動所需的實際資料選取、操作及回應追蹤。每一個程序框都執行特定的動作，例如選取客戶、對客戶進行分群、合併資料或者產生郵件名單或電訪名單。透過在流程圖中配置和連接程序框，您可以決定行銷活動的邏輯。

行銷方案是在流程圖外部進行建立，並在您於流程圖中配置聯絡程序框（例如，「郵件名單產出」或「電訪名單產出」）時予以指派。行銷方案還可以在目標單元試算表 (TCS) 上予以指派，該目標單元試算表提供了客群與行銷方案的視覺化矩陣。

您將使用 Campaign 來定義行銷方案。然後，您將建立在其中選取要聯絡之客戶或潛在客戶的流程圖，將行銷方案指派給您選取的客戶或潛在客戶，並產生聯絡人清單。當客戶回應時，您可以使用獨立的流程圖來追蹤行銷活動結果。

如需針對保留行銷活動設計之兩個流程圖（使用多個通路來遞送行銷方案）的範例，請參閱第 15 頁的『範例：聯絡流程圖與回應流程圖』。

存取行銷活動

在 IBM Campaign 中存取行銷活動以根據容許的許可權來檢視或編輯行銷活動。

程序

1. 選擇 **Campaign > 行銷活動** 以開啟「所有行銷活動」頁面。
2. 執行下列其中一個動作：
 - 若為獨立式 **Campaign** 環境：「所有行銷活動」頁面會列出您至少具有讀取權的所有行銷活動及行銷活動資料夾。按一下任何行銷活動的名稱，以開啟該行銷活動。
 - 若為整合 **Marketing Operations-Campaign** 環境：請按一下行銷活動專案資料夾的鏈結以存取在 Marketing Operations 中建立的行銷活動專案。透過 Marketing Operations 建立的行銷活動一律可以透過行銷活動專案進行存取，除非它們是舊式行銷活動。

可用的專案視 Marketing Operations 中設定的預設專案視圖而定。如果需要，您可以將此視圖配置成顯示所有行銷活動專案。

註：無法刪除、移動或複製行銷活動專案資料夾。

- 若為整合 **Marketing Operations-Campaign** 環境且已啟用對舊式行銷活動的存取：「所有行銷活動」頁面會顯示在整合環境之前建立的舊式行銷活動。按一下任何舊式行銷活動的名稱，以開啟該行銷活動。您還可以使用行銷活動專案資料夾鏈結來存取透過 Marketing Operations 建立的行銷活動。

下一步

- 如需行銷活動專案的相關資訊，請參閱《IBM Marketing Operations 和 IBM Campaign 整合手冊》。
- 如需專案視圖的相關資訊，請參閱《IBM Marketing Operations 使用手冊》。
- 如需配置 Campaign 以啟用舊式行銷活動存取的相關資訊，請參閱升級說明文件。

建立行銷活動

遵循下列指示以在 IBM Campaign 中建立市場行銷活動。

關於這項作業

每一個行銷活動都具有商業目標、特定於市場行銷計劃的公司定義提案，以及行銷活動處於有效狀態的日期範圍。

註：如果 Campaign 與 Marketing Operations 整合，則可以從作業 > 專案功能表建立行銷活動。如需相關資訊，請參閱 Marketing Operations 說明文件。

程序

1. 選取行銷活動 > 行銷活動。

「所有行銷活動」頁面會顯示現行分割區中的資料夾或行銷活動。

2. 按一下**新增行銷活動** 。
3. 完成「新建行銷活動」頁面上的**行銷活動摘要**欄位。選擇**說明 > 關於此頁面的說明**以查看每一個欄位的說明。
4. 執行下列其中一個動作：
 - 按一下**儲存並完成**以儲存並關閉行銷活動。如果您要在建立及新增流程圖之前執行其他起始步驟，請使用此方法。例如，您可以在建立及新增流程圖之前，建立行銷方案及策略客群並將它們與行銷活動相關聯。
 - 按一下**儲存並新增流程圖**以立即開始建立行銷活動的流程圖。

下一步

下一步通常是將流程圖新增至行銷活動。

編輯行銷活動

具有適當許可權的使用者可以使用「行銷活動摘要」頁面來編輯行銷活動的詳細資料，以及存取其流程圖、報告及目標單元試算表。此外，如果您具有適當的許可權，則您可以執行諸如向行銷活動新增流程圖、客群或行銷方案等動作。

程序

1. 選擇**行銷活動 > 行銷活動**。
2. 在所有行銷活動頁面上，找到您計劃編輯的行銷活動。它可能列出在頁面上或可能位於資料夾中。
3. 當您看到您要編輯的行銷活動時，請執行下列其中一個動作：
 - 按一下**行銷活動名稱**以在檢視模式下開啟行銷活動。您會看到「摘要」標籤、「目標單元」標籤、「分析」標籤及已新增至行銷活動之任何流程圖標籤。按一下工具列中的**編輯**  以使資訊可編輯。
 - 按一下**行銷活動旁的編輯標籤圖示** ，並從功能表（編輯摘要、編輯目標單元、分析或流程圖）中選取選項，以在編輯模式下開啟標籤。
4. 您可以執行的動作視您選取的標籤（摘要、目標單元、分析或流程圖）而定。使用工具列選項來執行想要的動作。
5. 以下是您在編輯行銷活動時，可以對每一個標籤執行的部分作業：
 - **摘要標籤**：按一下**新增/移除客群**以將策略客群與行銷活動相關聯。按一下**新增/移除行銷方案**以將行銷方案與行銷活動相關聯。按一下**執行**以執行流程圖。按一下**新增流程圖**  以建立此行銷活動的流程圖。您還可以刪除行銷活動，將行銷活動移動至另一個資料夾，或列印行銷活動摘要。
 - **目標單元標籤**：使用此標籤來處理目標單元試算表。您可以**取得單元狀態**、**匯出目標單元**或**匯入目標單元**。請參閱第 135 頁的第 6 章，『目標單元管理』。
 - **分析標籤**：使用此標籤來存取此行銷活動的報告。請參閱第 207 頁的第 11 章，『IBM Campaign 報告概觀』。
 - **流程圖標籤**：若要存取作為此行銷活動一部分的流程圖，請按一下**流程圖標籤**。

如需詳細資訊，請選擇**說明 > 關於此頁面的說明**。

在資料夾中組織行銷活動

資料夾提供了一種組織行銷活動的方式。您可以建立資料夾，並將行銷活動從一個資料夾移至另一個資料夾。

關於這項作業

請遵循下面的步驟以在資料夾中組織行銷活動。請注意，資料夾名稱具有字元限制。請參閱第 221 頁的第 12 章, 『IBM Campaign 物件名稱中的特殊字元』。

程序

1. 選擇 **Campaign > 行銷活動**。
2. 使用「所有行銷活動」頁面來執行下列任何作業。

選項	敘述
新增資料夾	按一下 新建資料夾  。如果要建立子資料夾，請選取資料夾，然後按一下 新建資料夾 。
編輯資料夾名稱或說明	選取資料夾，然後按一下 重新命名資料夾  。
移動資料夾	勾選一個資料夾，然後按一下 重新命名我的行銷活動資料夾  ，並選取目的地資料夾。
移動行銷活動	按一下一個以上行銷活動以進行選取，這樣會在每一個項目的左側顯示勾號。您可以使用 按住 Shift 鍵的同時按一下滑鼠左鍵 或 按住 Ctrl 鍵的同時按一下滑鼠左鍵 來選取多個行銷活動。然後按一下 移動  ，並選取目的地資料夾。
刪除空資料夾	勾選您要刪除之任何資料夾旁的方框，按一下 刪除  ，然後確認刪除。

列印行銷活動

您可以使用列印圖示，來列印行銷活動中的任何頁面。

程序

1. 選擇**行銷活動 > 行銷活動**。
2. 選取您要列印的行銷活動，或選取您要列印的標籤。
3. 按一下**列印** 。

刪除行銷活動

刪除某個行銷活動時，會刪除該行銷活動及所有流程圖檔案。

關於這項作業

如果要保留行銷活動的一些部分以進行重複使用，請先將它們另存為儲存物件（範本），然後再刪除行銷活動。如果刪除某個具有相關聯絡或回應歷程記錄的行銷活動，則會刪除所有對應的聯絡及回應歷程記錄。

重要：如果要保留相關聯絡及回應歷程，請勿刪除行銷活動。

程序

1. 選擇**行銷活動 > 行銷活動**，然後找到您要刪除的行銷活動。
2. 選取您要刪除之行銷活動旁邊的勾選框。
3. 按一下刪除 。

重要：如果試圖刪除某個具有聯絡或回應歷程記錄的行銷活動，則警告訊息會指示將刪除所有對應的聯絡及回應歷程記錄。如果要保留對應的聯絡及回應歷程，請按一下取消。

4. 按一下**確定**，以永久刪除該行銷活動。

結果

即會刪除選定的行銷活動。

註：您還可以在檢視行銷活動時按一下刪除來刪除行銷活動。

如何使用控制群組來測量行銷活動結果

您可以從市場行銷活動中有目的地排除潛在客戶或客戶的隨機範例，以確保他們不接收行銷方案。在行銷活動執行之後，您可以將控制群組的活動與接收到行銷方案的人員進行比較，以判定行銷活動的有效性。

控制項是在單元層次處套用。包含因分析所需而有目的地排除之 ID 的單元稱為控制單元。將行銷方案指派給單元時，在流程圖的聯絡程序中或者在目標單元試算表 (TCS) 中，您可以選擇性地為每一個目標單元指定一個控制單元。

在 Campaign 中，控制項一律是暫置控制單元。換句話說，他們不與行銷方案聯絡，即使他們有資格獲得行銷方案，亦是如此。屬於控制單元的聯絡人不會指派有任何行銷方案，並且不會包括在聯絡程序輸出清單中。暫置（「非聯絡人」）不接收通訊，但卻會針對目標群組進行測量，以用於比較。

Campaign 提供了下列用來處理控制群組的方法：

- 如果要建立控制群組，請使用「資料抽樣」程序。「資料抽樣」程序提供了數個用來排除 ID 的選項（「隨機」、「所有其他 X」、「循序部分」）。
- 如果要從行銷方案中排除控制群組，請在流程圖中配置「郵件名單產出」程序或「電訪名單產出」程序。當您配置程序以將行銷方案指派給單元時，您可以選擇性地從聯絡人中排除控制群組。
- 如果使用目標單元試算表 (TCS)，則您可以使用「控制單元」和「控制單元代碼」直欄來識別控制單元。無法向指定為控制項的單元指派行銷方案。

- 在正式作業模式下執行流程圖時，將移入聯絡歷程表。聯絡歷程會識別控制單元的成員以及阻止的行銷方案（未傳送至控制項）。此資訊容許對目標與控制單元進行分析和比較，以用於提升和 ROI 計算。
- 在流程圖中使用「回應設定」程序可同步追蹤控制群組回應與行銷方案回應。
- 「行銷活動效能」及「行銷方案效能」報告會在來自接收到行銷方案之作用中目標單元的回應中，指示提升或差異。

當您計劃行銷方案時，請考量是否要將暫置控制群組用於已指派有該行銷方案的單元。控制群組是用於測量行銷活動有效性的強大分析工具。

將控制單元與目標單元建立關聯

單一控制單元可以用作多個目標單元的控制項。不過，每一個目標單元都只能具有單個控制單元，其中該控制單元由其 cellID 定義。

在多個聯絡程序中使用單個控制單元時，您必須在每一個聯絡程序中使用相同的方式，來配置目標單元的控制單元關係。

第 3 章 設計流程圖

IBM Campaign 流程圖用來定義行銷活動邏輯。每一個行銷活動都至少由一個流程圖組成。流程圖會對儲存在客戶資料庫或純文字檔內的資料執行一連串動作。

註：如果要使用流程圖，則您必須具有適當許可權（由管理者指派）。

建立流程圖

請遵循下列指示以將流程圖新增至市場行銷活動。流程圖決定行銷活動邏輯。

關於這項作業

每一個市場行銷活動都至少由一個流程圖組成。典型的行銷活動有一個用於選取要接收行銷方案之客戶或潛在客戶的流程圖，及一個用於追蹤回應的個別流程圖。

例如，聯絡人流程圖可能會選取要透過電話或電子郵件來聯絡的一組客戶。同一個行銷活動中的另一個流程圖會追蹤對這些行銷方案的回應。建立行銷方案之後，您可使用回應流程圖來記錄並分析回應。在分析和改進結果時，您可新增多個流程圖至行銷活動。更複雜的行銷活動可以包含許多個流程圖，以管理多個行銷方案串流。

每一個流程圖都由程序構成。您可以配置並隨後連接程序，以執行資料操作，建立聯絡人清單並記錄行銷活動的聯絡及回應追蹤。透過在流程圖中連接一系列程序，然後執行該流程圖，您可以定義和實作行銷活動。

例如，流程圖可能包括「名單選取」程序，該程序已連接至「資料分群」程序（已連接至「電訪名單產出」程序）。可以配置「名單選取」程序以從資料庫中選取居住在東北部地區的所有客戶。「資料分群」程序可以將那些客戶分為各個值層級（例如，「金」、「銀」和「銅」）。「電訪名單產出」程序指派行銷方案，為電話行銷活動產生聯絡人清單，並在聯絡歷程中記錄結果。

下列程序提供快速概觀，說明如何建立新流程圖，及將其新增至行銷活動或階段作業。（此外，您也可以複製現有的流程圖。您也可使用範本庫，將已配置的程序從一個流程圖複製到另一個流程圖。）

註：如果要建立互動式流程圖，請參閱 IBM Interact 說明文件以取得相關資訊。

程序

1. 開啟行銷活動或階段作業。
2. 按一下新增流程圖 。

即會開啟「流程圖內容」頁面。

3. 輸入流程圖名稱（必要項目）及說明（選用項目）。對於流程圖類型，除非您是 Interact 的授權使用者，否則標準批次流程圖是唯一的選項。如果您已安裝授權版本的 Interact，則可選取互動式流程圖。

註：流程圖名稱具有特定的字元限制。請參閱第 221 頁的『不支援的特殊字元』。

4. 按一下儲存並編輯流程圖。

即會開啟流程圖視窗。您可看到程序選用區（位於左側）、工具列（位於頂端）和空白的流程圖工作區。

5. 透過將某個程序框從選用區拖曳到工作區，來向流程圖新增程序。

通常，流程圖以一個以上的「名單選取」或「資料層級轉換」程序開始，以定義要處理的客戶或其他市場實體。

6. 按兩下工作區中的程序，或以滑鼠右鍵按一下程序並選擇程序配置。然後，使用配置對話框來指定程序如何運作。
7. 連接已配置的程序，以判定行銷活動的工作流程。
8. 當您工作時，可頻繁使用儲存並繼續 。
9. 完成後，請開啟儲存選項功能表，並選擇儲存並結束 。

編輯流程圖

開啟流程圖進行編輯，以對其進行變更。例如，您可新增或移除程序、重新配置現有程序，或變更流程圖名稱及說明。

程序

1. 選擇行銷活動 > 行銷活動。

註：如果您的流程圖在階段作業中，請調整這些指示，即，選擇行銷活動 > 階段作業以從階段作業中開啟流程圖。

2. 在「所有行銷活動」頁面上，找到包含您想要開啟之流程圖的行銷活動。該行銷活動可能在頁面上列出，也可能在某個資料夾中。如果您找不到該行銷活動，請使用搜尋流程圖鏈結來搜尋。
3. 找到包含流程圖的行銷活動之後，請按一下行銷活動旁邊的編輯標籤圖示 ，並從功能表中按一下流程圖名稱。

如果嘗試編輯某個人已經在編輯的流程圖，則 Campaign 會警告您另一個使用者已開啟該流程圖。

重要：如果您繼續開啟流程圖，則另一個使用者的變更將立即並永久地遺失。為了防止遺失工作，必須先與另一個使用者聯絡，然後再繼續開啟流程圖。

4. 對該流程圖進行變更，就像您是在建立流程圖一樣。例如，按兩下程序以重新配置它，或從選用區拖曳新程序至工作區。
5. 若要變更流程圖名稱、說明或類型，請按一下工具列中的內容圖示 。

註：流程圖名稱具有特定的字元限制。請參閱第 221 頁的『不支援的特殊字元』。

註：請避免重新命名使用排程器的流程圖，因為排定的作業依賴於流程圖名稱。如需相關資訊，請參閱《IBM Marketing Platform 管理手冊》。

6. 當您工作時，可按一下儲存並繼續 。完成後，請開啟儲存選項功能表，並選擇儲存並結束 。

範例：聯絡流程圖與回應流程圖

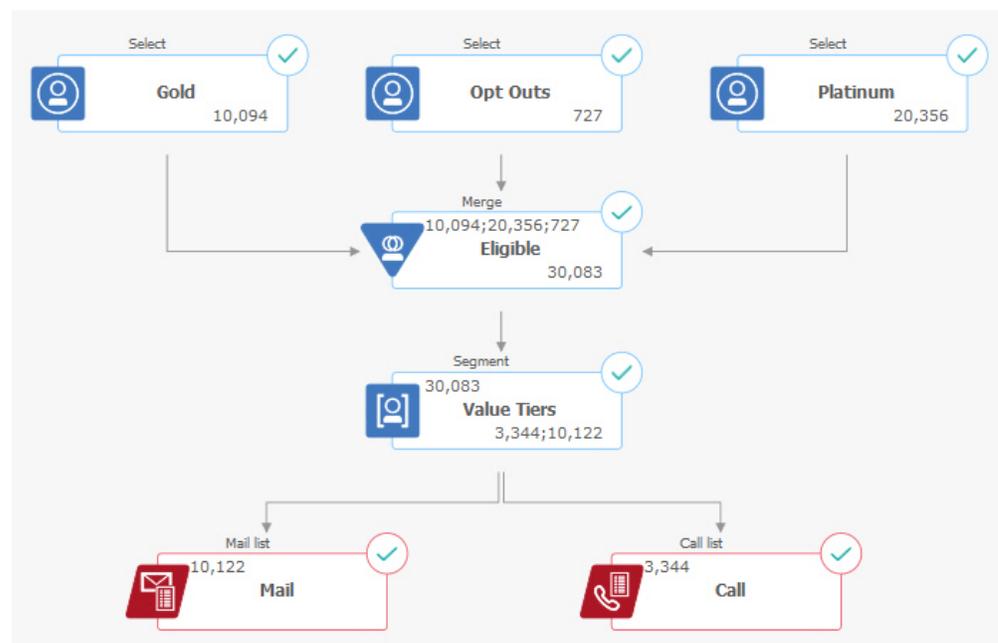
此範例會顯示兩個針對某市場行銷活動設計的流程圖，該市場行銷活動使用多個通路，將行銷方案遞送至可能會因為損耗而流失的客戶。

此行銷活動包含兩個流程圖：

- 聯絡人流程圖產生要向其傳送行銷方案的客戶清單，針對每一個客群使用不同的通路。
- 回應流程圖用來追蹤行銷方案的回應，並讓回應資料可用於產生報告和分析。

聯絡人流程圖

此範例顯示一個簡式流程圖，其用於聯絡客戶以進行市場行銷活動。



在此流程圖的第一個層次中，「名單選取」程序會選取「黃金」和「鉑金」客群中的客戶，及拒絕了行銷通訊的客戶。

在第二個層次中，「資料合併」程序結合了「黃金」和「鉑金」客戶，並排除了已拒絕的客戶。結果是所有合格客戶。

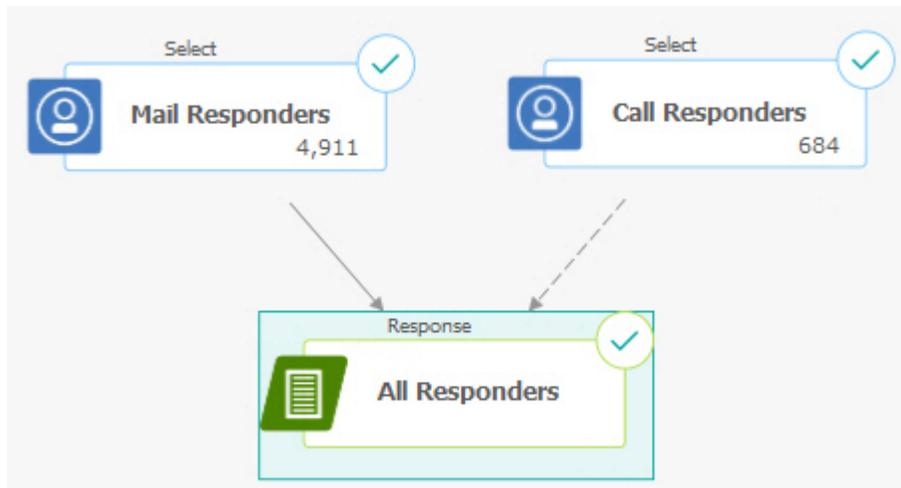
在第三個層次中，「資料分群」程序會根據合格客戶的評分，將其劃分為不同的價值層級。

最後，將每一個客戶指派給一個清單。高價值客戶會輸出至電訪名單，以便採用透過電話提供行銷方案的方式與他們聯絡。剩餘的客戶會輸出至郵件名單；他們將接收到直接郵寄行銷方案。

回應流程圖

此行銷活動中的第二個流程圖，會追蹤行銷方案的回應。回應資訊在 Campaign 應用程式外部進行編譯。例如，客戶服務中心可能會將回應記錄在資料庫或純文字檔中。讓回應資訊可用於 Campaign 時，您的回應流程圖可以隨後查詢資料。

下列範例顯示回應追蹤流程圖。「名單選取」程序框會查詢「郵件回應者」及「呼叫回應者」。「回應設定」程序框評估哪些回應被視為有效，以及如何將它們記入回到行銷活動或行銷方案。當您執行流程圖時，「回應設定」程序的輸出會寫入至數個回應歷程系統表格中，可以在其中存取資料以使用 Campaign 效能及利潤報告進行分析。

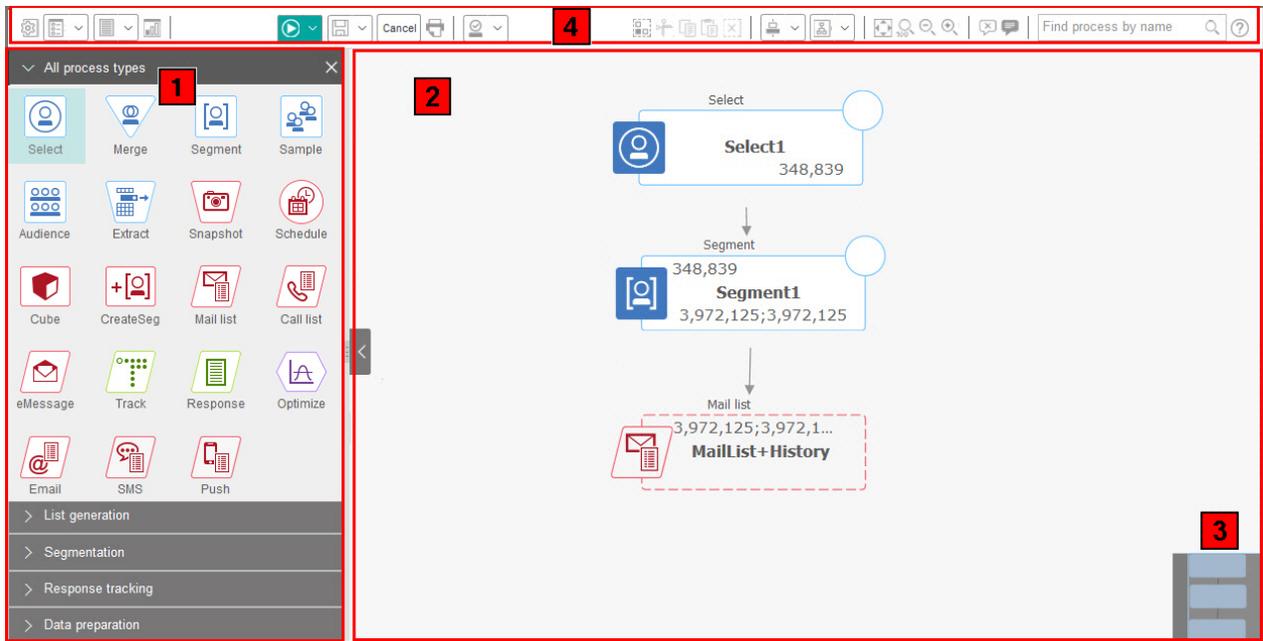


流程圖工作區概觀

使用流程圖工作區，可設計流程圖以用於市場行銷活動。

一次只能開啟一個流程圖。如果您試圖在已經開啟一個流程圖時開啟另一個流程圖，系統會提示您儲存變更。若要同時開啟兩個流程圖，請參閱第 109 頁的『並列檢視兩個流程圖』。

如果開啟流程圖是為了進行檢視而非編輯，則工具列會包含較小的功能集，而程序選用區不會顯示。按一下鉛筆圖示 ，來開啟流程圖進行編輯。下圖顯示已開啟一個流程圖進行編輯。



流程圖工作區由下列元素組成。

表 2. 流程圖視窗元素

元素	說明
1 選用區 (僅適用於「編輯」模式)	位於視窗左側的選用區包含您用來建置流程圖的程序。選用區僅在「編輯」模式下可見。將程序從選用區拖曳到工作區，然後在工作區中配置並連接程序。 依預設，將顯示所有程序類型。按一下種類 (清單產生、客群、回應追蹤和資料準備)，可檢視程序子集。 若要調整選用區大小，請拖曳選用區邊緣以使其放寬或收窄。若要隱藏或顯示選用區，請按一下隱藏選用區 (灰色箭頭) 或顯示選用區。
2 主要工作區	在「檢視」模式下，您可檢視但不可修改程序框，並可執行有限的一組作業。在「編輯」模式下，您可配置並連接程序，以確定流程圖的工作流程及行為。以滑鼠右鍵按一下任何程序框以開啟選項功能表。 若要配置程序：按兩下該程序，或以滑鼠右鍵按一下該程序並選擇程序配置。 若要連接程序：請將游標停留在程序框上方直到顯示四個箭頭，然後將連線箭頭拖曳至另一個程序框。
3 平移區域	使用平移區域，可強調顯示您要查看的流程圖部分。當畫面上無法同時容納所有程序框時，工作區的此直觀呈現很有用。
4 流程圖工具列	使用工具列中的按鈕及功能表，可執行下表中所述的動作。將游標停留在每一個項目上方，可查看該項目所執行的動作。若要開啟功能表，請按一下其下箭頭  。工具列圖示及可用的選項相依於您的許可權，及流程圖是處於「檢視」還是「編輯」模式。

流程圖工具列包含下列圖示及功能表選項。

表 3. 流程圖工具列圖示

流程圖工具列圖示	
在「檢視」模式下，按一下鉛筆圖示  ，可開啟流程圖進行編輯。	
使用執行功能表  ，可執行流程圖的測試執行及正式作業執行，或驗證流程圖。此外，您還可暫停、繼續或停止執行。	
在「檢視」模式下，使用排程功能表  可檢視或排定依已定義間隔的程序執行。如需詳細資料，請參閱《IBM Marketing Platform 管理手冊》。	
在「檢視」模式下，按一下刪除可永久刪除流程圖（如果您確定再不需要此流程圖）。然後，確認或取消。	
在「檢視」模式下，如果您想要在此行銷活動中建立新流程圖，請按一下新增流程圖  。	
在「檢視」模式下，按一下複製  可複製流程圖。系統會要求您指定目的地行銷活動。	
在「檢視」模式下，按一下搜尋流程圖，可在所有行銷活動中的所有流程圖中搜尋任何物件（程序框、使用者資料庫、行銷方案、配置詳細資料，等等）。	
按一下內容圖示  ，可變更流程圖名稱或說明。	
使用選項功能表  ，可處理自訂巨集、儲存的衍生欄位、儲存的觸發程式、儲存的範本、儲存的表格型錄、使用者變數、使用者授權清單，及比對與鏈結目標單元。	
使用日誌選項功能表  ，可檢視流程圖日誌、設定記載選項、啟用或停用記載、清除日誌檔，或變更路徑。	
按一下報告圖示  ，可開啟「單元特定的報告」對話框。	
使用儲存選項功能表  ，可儲存並繼續，或儲存並結束流程圖設計器。	
按一下取消並捨棄變更  ，可關閉流程圖而不儲存變更。	
按下列印此項目  ，可列印流程圖的視覺化描述。將會併入流程圖中的所有程序框，而不論是否已選取它們。	
管理者可使用管理功能表  ，來對個別流程圖執行動作。如需詳細資料，請參閱《Campaign 管理手冊》。	
使用「全選」、「剪下」、「複製」、「貼上」和「刪除」圖示  ，可先選取程序框，然後對選取的程序框執行動作。透過按住 Ctrl 再按一下，可新增程序框至選取項目或從選取項目中移除程序框。	
使用對齊功能表  ，可將選取的程序框對齊。若要選取待對齊的程序框，請拖曳建立選取框以包圍程序框，或透過按住 Ctrl 再按一下來新增或移除程序框。	
使用佈置功能表  ，可重新定位流程圖中的所有程序。	
按一下適合內容  ，可調整流程圖的大小以適合工作區。	
使用縮放  圖示，可重設縮放、縮小或放大。	

表 3. 流程圖工具列圖示 (繼續)

流程圖工具列圖示
使用隱藏所有註釋或顯示所有註釋  ，可隱藏或顯示所有已新增至流程圖的註釋。（若要新增、刪除、顯示或隱藏個別註釋，請在「編輯」模式下以滑鼠右鍵按一下程序框。）
使用依名稱尋找程序欄位，可透過輸入名稱的任意部分來搜尋程序框。
按一下說明圖示  ，可取得一系列說明如何處理流程圖的主題。

流程圖設計考量

建立流程圖時，請注意下列考量。

- **避免循環相依關係。**請注意，不要在程序之間建立循環相依關係。請考量下列循環相依關係範例：(a) 流程圖包含一個「名單選取」程序，該程序的輸出向「客群建置」程序提供輸入。(b)「客群建置」程序產生策略客群作為自己的輸出。(c) 您將該客群用作「名單選取」程序的輸入。當您嘗試執行程序時，這種狀況會導致發生錯誤。
- **套用廣域抑制。**如果貴組織使用廣域抑制功能，則可能會自動從目標單元及行銷活動的使用中排除特定的 ID 集。流程圖日誌檔指示是否套用廣域抑制。

流程圖程序概觀

程序框是 IBM Campaign 流程圖的構成要素。當開啟流程圖以進行編輯時，所有可用的程序都位於工作區左側的選用區中。

若要建立流程圖，請將程序框從選用區拖曳到工作區。然後，配置每個程序框以執行特定作業（例如，選取客戶作為郵件的收件者）。透過將連接器線從一個框拖曳到另一個框，您可以在邏輯流程中的工作區內連接程序以決定事件的順序。

例如，您可以配置「名單選取」程序以識別高價值潛在客戶，配置另一個「名單選取」程序以識別中等價值潛在客戶，然後使用「資料合併」程序來組合這兩個清單。您可以將「電訪名單產出」程序作為結束，以指派行銷方案並產生要透過電話聯絡的客戶清單。

當您執行測試或正式作業執行時，每一個程序都會對客戶資料執行動作，並將結果從一個程序傳遞到下一個程序。程序的類型以及您配置程序的方式將決定程序執行時發生的狀況。

在遇到不同的流程圖實務時，您可以移動並刪除程序框。若要確認流程圖可以順利進行，可以在建置流程圖時測試執行每一個程序。在工作期間，應經常儲存流程圖。

存在多種類型的程序，每一種程序都執行一項特定功能。有些程序旨在供您在實作行銷活動時使用。例如，您可以使用「電訪名單產出」程序來指派行銷方案並產生電訪名單。在部署行銷活動之後，使用其他程序。例如，當您看到回應行銷方案的人之後，可以使用「活動追蹤」程序來更新聯絡歷程。

通常，每個程序都會將一個以上單元作為輸入、轉換資料並產生一個以上單元作為輸出。（單元是識別行銷訊息接收者的 ID（例如，客戶、潛在客戶或回應者）清單。）以下是一個簡單例子，說明可以如何設定流程圖：

1. 配置「名單選取」程序以從資料庫或純文字檔中選取年齡在 25 - 34 歲之間的所有高價值客戶。將此「名單選取」程序稱為 "Gold"。「名單選取」程序的輸出是一個單元 (ID 清單)，其將用作後續程序的輸入。
2. 配置另一個「名單選取」程序以年齡在 25 - 34 歲之間的所有中等價值客戶。將此程序稱為 "Silver"。
3. 將這兩個「名單選取」程序 (「黃金」和「白銀」客戶) 連接至「資料合併」程序，以將他們結合到單一清單。您還可以使用「資料合併」程序，從 ID 清單中移除拒絕項。
4. 將「資料合併」程序連接至「郵件名單產出」程序。「資料合併」程序的輸出是一份不拒收行銷傳播的年齡在 25-34 歲之間的所有高價值及中等價值客戶的 ID 清單。
5. 配置「郵件名單產出」程序時，可以指派預先定義的行銷方案並產生聯絡人清單。例如，您可為「白銀」客戶指派 10% 折扣，為「黃金」客戶指派 20% 折扣。
6. 在配置每一個程序時都要測試執行這些程序，以確認它可以產生預期結果，並經常儲存流程圖。

程序的類型

Campaign 程序按功能劃分為三種類型，在流程圖程序選用區中，按顏色對其進行區分。

- 資料操作程序 - 藍色
- 執行程序 - 紅色
- 最佳化程序 - 綠色、橙色或紫色

註：IBM Interact, IBM Contact Optimization、IBM eMessage、IBM SPSS Modeler Advantage Enterprise Marketing Management Edition 及 IBM Engage 均提供其他程序以在行銷活動流程圖中使用。如需這些程序的相關資訊，請參閱這些產品的相應文件。

資料操作程序

使用資料操作程序從資料來源中選取聯絡人 ID，然後操作這些 ID 以建立有意義的群組或目標客戶。

您可以透過使用資料操作程序來完成的作業範例如下。

- 您可以選取符合您所定義條件的潛在聯絡人 (例如，位於特定收入範圍內的回頭客)。
- 您可以合併清單以包括或排除聯絡人。
- 您可以將客戶細分為有意義的群組 (例如，按語言或性別進行細分)。
- 您可以設定測試或控制群組。
- 您可以變更行銷活動的目標客戶 (例如，從「家庭」變更為「個人」)。
- 您可以擷取資料集以進行其他處理，從而提高效能。

下列資料操作程序可用：

- 第 44 頁的『名單選取程序』
- 第 50 頁的『「資料合併」程序』
- 第 51 頁的『「資料分群」程序』

- 第 59 頁的『資料抽樣程序』
- 第 63 頁的『「資料層級轉換」程序』
- 第 73 頁的『擷取程序』

執行程序

建置流程圖以選取所需的目標客戶之後，您需要使用執行程序以可用方式來輸出結果。執行程序控制流程圖的執行並起始實際客戶聯絡。

執行程序控制已完成的行銷活動的實際執行，這包括管理和輸出聯絡人清單、處理目標客戶、追蹤回應和聯絡人、記載資料以及排程行銷活動或階段作業的執行。

執行程序包括：

- 第 79 頁的『資料保存程序』
- 第 81 頁的『資料排程程序』
- 第 85 頁的『資料方塊建置程序』
- 第 86 頁的『「客群建置」程序』
- 第 89 頁的『郵件名單產出程序』（也稱為聯絡程序）
- 第 94 頁的『電訪名單產出程序』（也稱為聯絡程序）
- 電子郵件、SMS、推送（請參閱《適用於 IBM Marketing Cloud 的 IBM Campaign 和 Engage 整合手冊》）

最佳化程序

使用最佳化程序可以協助確定行銷活動的有效性並隨著時間的推移而優化市場行銷活動。

「追蹤」和「回應設定」程序可協助您追蹤已聯絡了哪些人以及哪些人做出了回應。透過這種方式，您可以評估對行銷活動的回應並隨著時間的推移而對其進行修改。

「模型建置」程序自動建立回應模型，該模型可用於預測回應者和非回應者。

「評分」程序根據資料模型對聯絡人進行評分，以對每一個客戶進行購買或對行銷方案做出回應的可能性進行評級。精確地進行評分可以識別行銷活動的最佳客戶或潛在客戶。透過這種方式，您可以確定最有效的行銷活動、行銷方案和通路。

如需相關資訊，請參閱下列主題：

- 第 94 頁的『「活動追蹤」程序』
- 第 97 頁的『回應設定程序』
- 「SPSS 模型」及「SPSS 評分」程序需要 IBM SPSS Modeler Advantage Enterprise Marketing Management Edition。如需相關資訊，請參閱《IBM Campaign 與 IBM SPSS Modeler Advantage Enterprise Marketing Management Edition 整合手冊》。

Campaign 程序清單

配置和連接流程圖中的程序以達成行銷活動目標。每一個程序執行特定的作業，例如對客戶執行選取、合併或客群作業。

註：IBM Engage, Interact、Contact Optimization、eMessage 及 IBM SPSS Modeler Advantage Enterprise Marketing Management Edition 均提供其他程序以在流程圖中使用。如需相關資訊，請參閱那些產品的說明文件。

表 4. 批次流程圖中的 Campaign 程序清單

程序	概觀主題：	指示：
	第 44 頁的『名單選取程序』	第 44 頁的『選取聯絡人清單』
	第 50 頁的『「資料合併」程序』	第 50 頁的『合併和抑制聯絡』
	第 51 頁的『「資料分群」程序』	第 53 頁的『依欄位對資料進行分群』 第 54 頁的『使用查詢對資料進行分群』
	第 59 頁的『資料抽樣程序』	第 59 頁的『將聯絡人劃分為範例群組』
	第 63 頁的『「資料層級轉換」程序』	第 66 頁的『切換及過濾目標客戶類型』
	第 73 頁的『擷取程序』	第 74 頁的『從單元、表格或策略客群擷取資料』 第 77 頁的『從 eMessage 登入網頁擷取資料』 如果要從最佳化清單擷取資料，請參閱《IBM Contact Optimization 使用手冊》。
	第 79 頁的『資料保存程序』	第 79 頁的『製作資料 Snapshot 以匯出至表格或檔案』
	第 81 頁的『資料排程程序』	第 83 頁的『在執行中流程圖中排程程序』
	第 85 頁的『資料方塊建置程序』	第 85 頁的『建立屬性的多維資料方塊』
	第 86 頁的『「客群建置」程序』	第 87 頁的『建立客群以在多個行銷活動中廣域使用』
	第 89 頁的『郵件名單產出程序』	第 89 頁的『配置郵件名單產出或電訪名單產出程序』
	第 94 頁的『電訪名單產出程序』	第 89 頁的『配置郵件名單產出或電訪名單產出程序』
	第 94 頁的『「活動追蹤」程序』	第 95 頁的『追蹤聯絡歷程』

表 4. 批次流程圖中的 Campaign 程序清單 (繼續)

程序	概觀主題：	指示：
	第 97 頁的『回應設定程序』	第 97 頁的『更新回應歷程』
	eMessage 程序定義 eMessage 郵寄的收件者清單。	需要 IBM eMessage。請參閱《eMessage 使用手冊》。
	「互動清單」程序確定 Interact 執行時期伺服器呈現給客戶的行銷方案。	需要 IBM Interact。請參閱《Interact 使用手冊》。
	「最佳化」程序會將行銷活動與 Contact Optimization 階段作業相關聯。	需要 IBM Contact Optimization。請參閱《Contact Optimization 使用手冊》。
	「SPSS 模型」程序產生預測模型，以根據過去的行為來預測可能的回應者。	需要 IBM SPSS Modeler Advantage Enterprise Marketing Management Edition。請參閱《IBM Campaign 和 IBM SPSS Modeler Advantage Enterprise Marketing Management Edition 整合手冊》。
	「SPSS 評分」程序對客戶回應行銷方案的可能性進行評級，以確定行銷活動的最佳潛在客戶。	需要 IBM SPSS Modeler Advantage Enterprise Marketing Management Edition。請參閱《IBM Campaign 和 IBM SPSS Modeler Advantage Enterprise Marketing Management Edition 整合手冊》。
	電子郵件程序會從 IBM Marketing Cloud 傳送個人化電子郵件通訊 (包括行銷方案)。	需要 IBM Engage。請參閱《適用於 IBM Marketing Cloud 的 IBM Campaign 和 Engage 整合手冊》。
	SMS 程序會從 IBM Marketing Cloud 傳送 SMS 文字訊息。	需要 IBM Engage。請參閱《適用於 IBM Marketing Cloud 的 IBM Campaign 和 Engage 整合手冊》。
	推送程序會從 IBM Marketing Cloud 傳送行動式推送通知。	需要 IBM Engage。請參閱《適用於 IBM Marketing Cloud 的 IBM Campaign 和 Engage 整合手冊》。

將程序新增到流程圖

您可以透過將程序框從選用板拖曳到工作區將程序新增到流程圖。

關於這項作業

此程序說明如何透過將程序從選用區拖曳到流程圖來新增程序。新增程序的其他方式是複製現有程序 (按一下滑鼠右鍵，複製，然後貼上)，或從範本庫貼上範本。範本包含一個以上已配置的程序和連線。

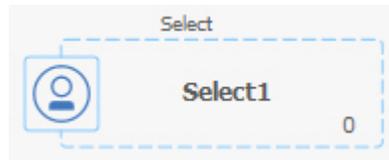
程序

1. 開啟流程圖以進行編輯：選取行銷活動 > 行銷活動，尋找行銷活動，按一下行銷活動旁的編輯標籤圖示 ，然後從清單中選取流程圖。流程圖視窗將開啟，並且選用板會出現在工作區左側。

註：如果您沒看到程序選用區，則表示流程圖不是處於編輯模式：按一下流程圖工具列中的鉛筆圖示 。

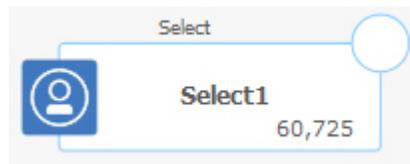
2. 將程序框從選用板拖曳到流程圖中。

新增的程序框在您對其進行配置之前是透明的並帶有橫線邊框。



通常，下一步是配置該程序。若要開啟配置對話框，請在工作區中按兩下該程序或用滑鼠右鍵按一下程序並選擇程序配置。

進行配置後的程序框具有非透明的背景和邊框。圓形狀態圖示為空白，以指示該程序尚未執行。



3. 頻繁地按一下儲存並繼續  以儲存變更。

下一步

開發流程圖時，請以邏輯位置來放置後續每一個框（例如從左到右或從上到下），並連接這些框以指示資料流。一些程序需要來自來源程序的輸入，您必須先連接這些程序，然後才能對其進行配置。

例如，配置「名單選取」程序以選取特定收入範圍內的家庭，然後將該程序連接到「資料層級轉換」或「資料合併」程序。最後，您測試執行該程序或分支。

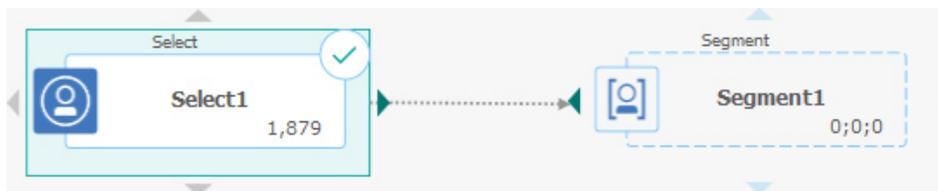
如需關於配置、連接和執行程序的資訊，請參閱其他可用主題。

在流程圖中連接程序

在流程圖中連接程序，以指定資料流的方向以及執行程序的順序。在工作區中移動程序時，會保留程序之間的任何現有連線。在流程圖中移動程序不會影響資料流程。只有新增或刪除連線才會影響資料流。

程序

1. 開啟行銷活動流程圖以進行編輯。
2. 將游標移到程序框上，直到框周圍出現四個箭頭。
3. 將其中一個箭頭從來源程序拖曳到目的地程序。



當四個箭頭出現在目的地程序上時，請釋放滑鼠按鈕以完成連線。

結果

程序現已連接完成。箭頭指出已連接程序之間的資料流方向。



來源程序將在目的地程序之前執行。然後，來源程序的輸出資料可用作目的地程序的輸入。例如，「名單選取」程序會產生輸出，該輸出隨後可用作「資料分群」程序的輸入。

連線是實線還是點虛線取決於程序框關係。當目的地程序接收來自來源程序的資料時，連線是實線。當目的地程序依賴於來源程序，但不接收來自來源程序的資料時，連線是點虛線。點虛線指出目的地程序在來源程序完成之前無法成功執行。這樣，您可以確定在時間上依賴於彼此的時間程序。

相關工作:

『變更連線的外觀』

第 26 頁的『刪除兩個程序之間的連線』

變更連線的外觀

有多個選項用於控制流程圖中程序框之間連線的外觀。

關於這項作業

您可以指定連線是彎折線（傾斜）還是直線（僅直角）。另外，您還可以控制連線是顯示在程序框前面還是背後。

註：連線是實線還是點虛線取決於程序框關係。當目的地程序接收來自來源程序的資料時，連線是實線。當目的地程序依賴於來源程序，但不接收來自來源程序的資料時，連線是點虛線。點虛線指出目的地程序在來源程序完成之前無法成功執行。這樣，您可以確定在時間上依賴於彼此的時間程序。

程序

1. 開啟流程圖以進行編輯。
2. 在流程圖工作區中按一下滑鼠右鍵，以開啟快速功能表。

3. 若要在彎折線（傾斜）與直線（僅直角）之間切換，請選擇檢視，然後勾選或清除彎折連線。
4. 若要使連線顯示在程序框背後，請選擇檢視，並清除重疊連線。

相關工作:

第 24 頁的『在流程圖中連接程序』

刪除兩個程序之間的連線

如果希望兩個程序不再連接，或者如果想要變更它們之間的資料流方向，則您可以刪除該連線。

程序

1. 開啟流程圖以進行編輯。
2. 執行下列其中一個動作：
 - 用滑鼠右鍵按一下連線並從快速功能表中選取刪除。
 - 按一下您要刪除的連線，然後按 **Del** 或 **Ctrl+X**，或使用剪下圖示 。
3. 確認刪除。

相關工作:

第 24 頁的『在流程圖中連接程序』

對齊程序框

您可對齊程序框，以改進流程圖的外觀。

程序

1. 開啟流程圖以進行編輯。
2. 拖曳建立一個選取框，並使其至少包圍兩個程序。若要新增程序至選取項目，或從選取項目中移除程序，請按住 **Ctrl**，再按一下。
3. 開啟工具列中的對齊功能表 ，並使用下列其中一個選項：
 - 若要讓方框依橫列對齊：選擇靠上對齊、靠下對齊或置中對齊（依橫列）。
 - 若要讓方框依直欄對齊：選擇靠左對齊、靠右對齊或置中對齊（依直欄）。

如果您選擇了不正確的對齊方式，請從佈置功能表中選取一個選項，以還原佈置。在許多情況下，階層式佈置會修正重疊程序框。您還可以選取個別程序框，並將其拖曳到新位置。

4. 若要將所有程序框都重新定位為水平或垂直佈置，請開啟對齊功能表，並選擇**水平/垂直**。或者，以滑鼠右鍵按一下流程圖工作區，並選擇檢視 > **水平/垂直**。在使用此選項之前，您不必先選取程序框。它會影響流程圖中的所有程序框。

如果這個選項導致連線重疊，請以滑鼠右鍵按一下工作區，並選取檢視 > **有角度的連線**兩次，以重新繪製連線。

若要讓連接線顯示在程序框背後，請以滑鼠右鍵按一下工作區，選取檢視，並清除重疊連線。

調整流程圖佈置

當您編輯流程圖時，可使用佈置功能表在單一指令中重新定位所有程序框，以改善流程圖的外觀。這是一項視覺化變更，它不影響資料流。程序之間連接線的方向決定資料流程。

程序

1. 開啟流程圖以進行編輯。

2. 開啟佈置功能表  並選取選項：

- **樹狀結構**：以樹狀結構格式來組織程序框。當每一個程序框都有單一輸入時，這很有用。
- **組織圖表**：組織簡式流程圖，並對具有來自頂端之單一輸入的流程圖有效。
- **圓形**：以放射狀樣式排列程序框。對導致一個輸出的單一連線型流程圖，這很有用。
- **階層式**：以水平或垂直層次組織程序框，以便大部分鏈結都統一向相同方向流動。這種佈置通常提供最簡單且在視覺上最直接明確的選項。

3. 若要控制連接線是顯示在程序框前面還是背後，請以滑鼠右鍵按一下工作區，開啟檢視功能表，並勾選或清除重疊連線。

標註流程圖

您可以標註程序框，以與流程圖的其他使用者進行交流，及闡明各個程序的意圖和功能。註釋將顯示為黃色記事貼。

關於這項作業

使用註釋可以在開發流程圖期間，在團隊成員之間提出和回答問題，或者交流實作詳細資料。例如，分析員可以新增註釋以說明程序的選取邏輯，銷售管理員可以使用註釋來要求變更。

註釋可以對程序配置對話框中「一般」標籤上的「附註」欄位所提供的浮動資訊進行補充。例如，「附註」欄位可能說明選取準則，但可以新增註釋以提出問題。

流程圖中的每個流程框最多可以有一項註釋。帶有註釋的程序框將顯示小註釋圖示。在註釋處於隱藏狀態時，此圖示可以協助您識別哪些程序帶有註釋。

程序

1. 開啟流程圖以進行編輯。

2. 以滑鼠右鍵按一下程序框，並選擇註釋 > 新增註釋。

3. 輸入您要傳達的資訊。 即會將一個小註釋圖示新增至該程序框，以便您能夠知道已對該程序新增註釋，即使這些註釋處於隱藏狀態也是如此。

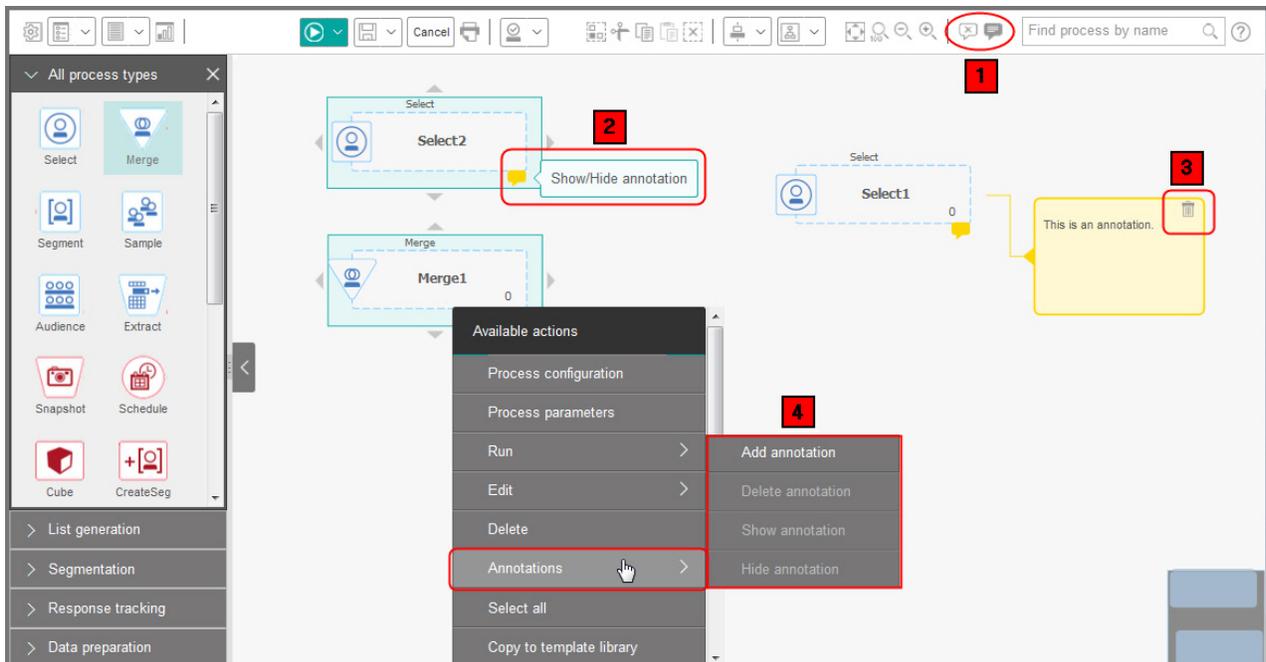
4. 儲存流程圖。如果您沒有儲存流程圖，則不會儲存註釋。將會保留各項註釋的顯示/隱藏狀態，並會移除所有空白註釋。

下表說明如何處理註釋。

動作	詳細資料
新增註釋	在流程圖「編輯」模式下，以滑鼠右鍵按一下程序框，並選擇註釋 > 新增註釋。最多可以使用 1024 個字元。每個程序框都只能具有一項註釋。直到您儲存流程圖後才會儲存這些註釋。
編輯註釋	在流程圖「編輯」模式下，顯示註釋。按一下註釋並進行變更。註釋可以由任何有權編輯流程圖的人員予以編輯。
刪除註釋	在流程圖「編輯」模式下使用下列任一種方法： <ul style="list-style-type: none"> 以滑鼠右鍵按一下程序框，並選擇註釋 > 刪除註釋。 顯示註釋之後，按一下該註釋上的刪除註釋圖示 ，然後確認刪除。 註釋可以由任何有權編輯流程圖的人員予以刪除。刪除程序框時，即會自動刪除相應的註釋。
顯示或隱藏所有註釋	在「檢視」或「編輯」模式下，按一下流程圖工具列中的顯示所有註釋  或隱藏所有註釋  。如果您處於「編輯」模式，則儲存流程圖時將保留狀態。
顯示或隱藏特定註釋	在流程圖「編輯」模式下，以滑鼠右鍵按一下程序框，並使用「註釋」功能表來顯示註釋或隱藏註釋。儲存流程圖時將保留狀態。
移動註釋	註釋一律顯示在相關聯程序框的右側。如果您移動程序框，則也會移動註釋。在「檢視」或「編輯」模式下，可以將註釋拖曳至新位置，但結束流程圖之後將不會儲存該位置。
複製註釋	在下列狀況下，將複製註釋：a.) 您剪下/複製/貼上帶有註釋的程序框。b.) 您將程序框儲存到範本並貼上該範本。c. 您複製流程圖。對於方法 c，將保留註釋的原始顯示狀態。
選取註釋或調整註釋大小	無法選取註釋或者調整其大小，縮放操作也不會對其產生影響。
儲存註釋	必須儲存流程圖，否則將不會保留註釋。
列印註釋	列印流程圖時，也會列印所有可見的註釋。顯示您要列印的所有註釋。將僅列印工作區中的可見註釋。位於畫面區域之外的註釋不可列印。

範例

下列影像顯示註釋功能表和圖示。



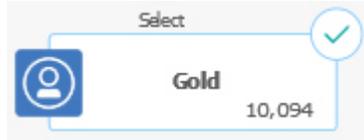
項目	說明
1	使用工具列圖示，可在流程圖中顯示所有註釋  或隱藏所有註釋  。
2	程序框上的註釋圖示  指出哪些程序帶有註釋。按一下該圖示，可顯示或隱藏個別註釋。
3	按一下刪除註釋圖示  ，可刪除個別註釋。
4	以滑鼠右鍵按一下程序框，並使用「註釋」功能表來新增、刪除、顯示或隱藏註釋。

確定程序的狀態

流程圖中的每個程序框都會顯示一個圖示以指示其狀態。

	程序未啟動（尚未執行）
	程序執行中
	程序執行完成
	警告
	錯誤
	已暫停
	「資料排程」程序已準備好起始任何後續程序。（在流程圖執行之後，此圖示僅顯示在「資料排程」程序上。）

下面顯示了一個帶有「程序執行完成」圖示的程序框。



在流程圖內複製程序

建置行銷活動流程圖時，複製已配置的程序可以節省時間。您可以在工作區中的其他位置貼上該程序。

程序

1. 在行銷活動內，開啟流程圖以進行編輯。
2. 在工作區中，按一下要複製的程序。

註：要選取多個程序，您可以按住 **Ctrl** 鍵的同時按一下這些程序，拖曳環繞這些程序的選取框，也可以透過 **Ctrl+A** 選取流程圖中的所有程序。

3. 按一下複製圖示 。

您還可以從功能表中選取複製或者按 **Ctrl+C**。

4. 按一下貼上圖示 。

您還可以從功能表中選取貼上或者按 **Ctrl+V**。

該程序的副本將顯示在工作區中。

5. 按一下所複製的程序，並將其拖曳到期望的位置。

在流程圖之間複製程序

使用範本庫將配置的程序從一個流程圖複製到另一個流程圖。範本包含一個以上已配置的程序和連線。當您設計複雜的流程圖時，複製已配置的程序框可以節省時間。

關於這項作業

由於某些限制，無法使用兩個個別的瀏覽器視窗將已配置的程序從一個流程圖複製到另一個流程圖。請改用下列程序。

程序

將已配置的程序從一個流程圖複製到另一個流程圖的最佳方法是使用範本庫：

1. 開啟流程圖以進行編輯。
2. 在流程圖中選取程序。您可以透過按住 **Ctrl** 鍵的同時按一下滑鼠左鍵或拖曳環繞這些程序的選取框，也可以透過 **Ctrl+A** 來選取流程圖中的所有程序。
3. 以滑鼠右鍵按一下任何選定程序框，並選取複製到範本庫。
4. 當出現提示時，請輸入名稱和附註以協助您稍後識別該範本。
5. 現在，您可以透過從右鍵功能表中選擇從範本庫貼上或透過使用選項 > 儲存的範本，將程序框貼上到任何其他流程圖中。
6. 作為使用範本庫的替代方案，您可以執行下列步驟：

- a. 選取一個以上程序。
- b. 使用複製圖示 、**Ctrl+C** 或右鍵功能表來複製程序。
- c. 關閉該流程圖。
- d. 以編輯方式開啟另一個流程圖。
- e. 透過按一下貼上圖示 、使用 **Ctrl+V** 或右鍵功能表來貼上程序。

在流程圖中移動程序

您可以透過將程序拖曳到工作區中的另一個位置，在流程圖中移動任何程序。移動程序不會影響工作流程；只影響流程圖的視覺化外觀。

關於這項作業

您可能想移動程序，以便您可以更清楚地看到程序框和連線。一般而言，最好避免讓程序彼此重疊，因為這樣會導致很難看完整體流程。如果您的流程圖很大，含有很多程序，則您可以移動程序，然後使用縮放功能來查看全部程序。

程序在流程圖工作區中的位置不影響的邏輯資料流。程序之間的連線決定資料流。

遵循下面的步驟在流程圖中移動程序框。

程序

1. 開啟流程圖以進行編輯。
2. 在流程圖工作區中，將程序拖曳到新位置。

該程序的現有流入和流出連線將保持不變，並且會為新位置重新繪製。

3. 按一下儲存。

從流程圖中刪除程序

設計和建置流程圖時，如果您確定不再需要某些程序，則可以將其刪除。如果刪除具有註釋的程序，則也會刪除該註釋。

開始之前

此程序假設您已開啟一個流程圖以進行編輯。

程序

1. 在流程圖工作區中，在要刪除的程序上按一下滑鼠右鍵，然後從功能表中選取刪除。

透過按住 **Ctrl** 鍵，可以同時選取多個程序。

2. 按一下**確定**，以確認刪除。

結果

此時將從工作區中移除所選程序，並且刪除所有與這些程序相關的連線。並且，還將刪除所有與這些程序相關的註釋。

程序的資料來源

在流程圖中配置大部分程序時，必須指定該程序將對其執行動作之資料的來源。程序的資料來源可以是一個以上送入單元、客群、檔案或表格。例如，「名單選取」程序的資料來源可能是貴組織用於儲存客戶資訊（例如「姓名」、「位址」、「年齡」及「收入」）的資料庫表格。

可用的表格視管理者所對映的資料來源而定。（對照表是使外部客戶表格在 IBM Campaign 中可存取的程序。只有管理者已對映的表格才可供進行選取。）

如果已對映多個表格，則您可以選取多個表格作為程序的輸入。例如，「名單選取」程序可以從貴公司的 "A" 資料庫和 "B" 資料庫接收輸入。您選取的表格必須具有相同的目標客戶類型（例如「家庭」或「客戶」）。

通常，使用一個程序的輸出作為後續程序的輸入。例如，您可能會將「名單選取」程序連接至「資料分群」程序。配置「資料分群」程序時，「名單選取」程序的輸出將用作「資料分群」程序的輸入。

如果選取了多個單元作為輸入，則所有單元必須具有相同的目標客戶類型。例如，如果兩個「名單選取」程序向同一個「資料合併」程序提供輸入，則這兩個「名單選取」程序必須具有相同的目標客戶類型。例如，您不能混合「家庭」和「客戶」。

要指定一個程序的資料來源，請在流程圖中配置該程序。在大部分情況下，您可以使用程序配置對話框的第一個標籤上的輸入欄位。輸入欄位會顯示目前在表格型錄中對映的所有基本表及其目標客戶類型。輸入欄位還指示所有已連接的程序（上游程序）。

如果存在送入單元（例如，如果「名單選取」程序已連接至「資料分群」程序），則將只顯示與該單元具有相同目標客戶類型的表格。

如需如何選取資料來源的相關資訊，請參閱有關配置每一個程序的指示。

在程序輸出中跳過重複的 ID

「擷取」程序、「電訪名單產出」程序、「郵件名單產出」程序和「資料保存」程序容許您指定如何處理程序輸出中重複的 ID。預設情況是容許輸出中出現重複的 ID。

關於這項作業

遵循以下步驟從輸出中排除具有重複 ID 的記錄。

註：由於應用程式必須先下載所有資料才能刪除重複資料，因此這項功能可能會影響效能。最佳做法是確保資料不包含重複項。您可以使用 ETL 程序來移除重複項，或使用目標客戶索引鍵來選擇直欄以使它是唯一的。

程序

1. 在程序的配置視窗中，按一下**更多**。

這時，將顯示「進階設定」視窗。

- a. 選取**跳過 ID 重複的記錄**，並指定用於決定返回重複 ID 時保留哪條記錄的條件。例如，選取 **MaxOf** 和 **Household_Income**，以僅匯出家庭收入最高的 ID。

註：此選項只移除同一輸入欄位內的重複項。如果相同 ID 顯示在多個欄位中，則您的資料仍可能包含重複的 ID。要移除所有重複 ID，必須在「擷取」程序上游使用「資料合併」或「資料分群」程序來清除重複 ID 或者建立互斥客群。

2. 按一下**確定**以關閉「進階設定」視窗。

重複 ID 設定將顯示在配置視窗中。

註：在「郵件名單產出」或「電訪名單產出」程序框中，**跳過 ID 重複**的記錄選項僅與該程序所建立的實現表格相關，與寫入聯絡歷程的記錄無關。聯絡歷程表僅處理唯一 ID。流程圖設計人員必須先確保結果集包含正確的記錄，然後再存取聯絡歷程表。在「郵件名單產出」程序框或「電訪名單產出」程序框之前使用「擷取」程序來清除結果集中的重複記錄，以確保將正確的記錄寫入實現表格和聯絡歷程。

預覽使用者資料中的欄位值

在流程圖中配置程序時，您可以使用側寫功能來預覽欄位值。此功能使您能夠查看使用者資料中各個欄位內的實際值。對於對映資料來源中的任何欄位，都可以進行側寫。另外，還可以對衍生欄位進行側寫。

開始之前

您必須擁有相應許可權才可以對欄位進行側寫。如果您對此功能的存取權有疑問，請詢問系統管理者。另請注意，管理者可以阻止對欄位進行側寫。如果嘗試對也是目標客戶的欄位進行側寫，則您會看到警告，這是因為對目標客戶進行側寫有可能返回許多記錄，並可能影響效能。

關於這項作業

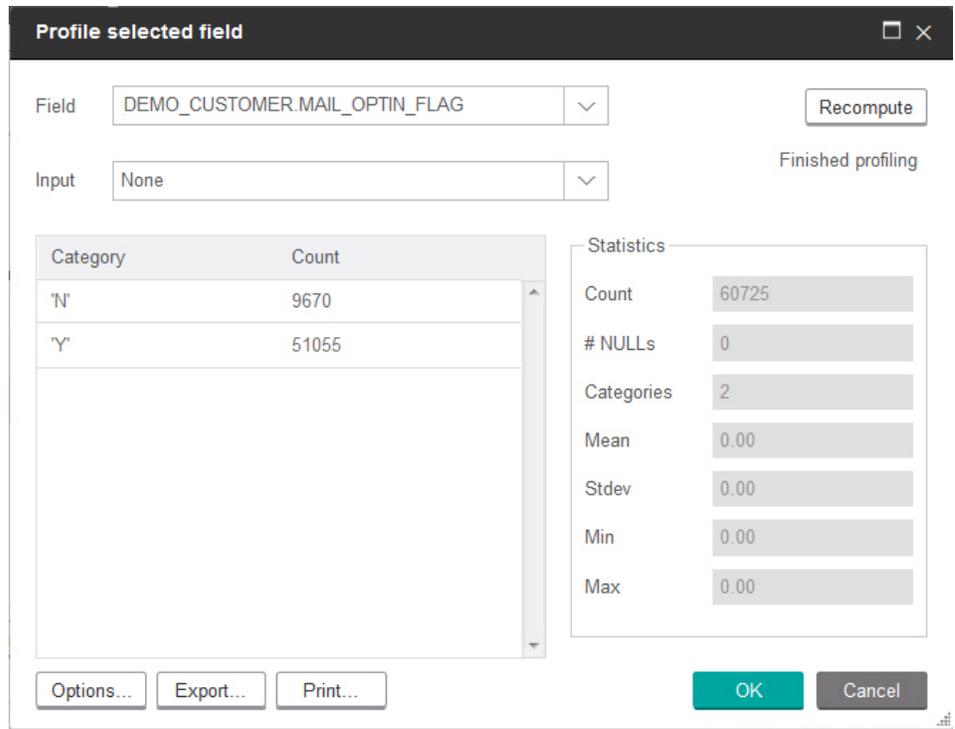
對欄位進行側寫時，您可以檢視並選取要用於現行作業的值，例如為「名單選取」程序建置查詢。

除了列出值以外，側寫功能還指示每一個值在所選欄位中的出現頻率。您可以使用此資訊來確保以預期聯絡人為目標。除非預先計算計數，否則僅將現行單元中的記錄包括在計數中。

程序

1. 開啟流程圖以進行編輯並開始配置程序。
2. 在包含側寫按鈕之程序（例如「名單選取」、「擷取」或「資料分群」程序）的配置對話框中，選取要進行側寫的欄位。
3. 按一下**側寫**。Campaign 將對所選欄位中的資料進行側寫。進行側寫時會同時更新種類和頻率計算欄位。

請等待側寫完成，再使用結果，以確保處理所有種類並且計數完成。



結果

側寫完成後，「對所選欄位進行側寫」對話框會顯示下列資訊：

- 所選欄位的值清單（顯示在種類直欄中），以及具有該值的 ID 的相應計數。Campaign 按種類對值進行組織，從而將它們分組以建立大小大致相同的客群。要顯示的種類（值的非重複容器）的預設上限數量為 25。您可以變更上限類別數。
- 統計資料窗格會顯示 ID 總計數以及有關該欄位資料的其他詳細資料，其中包括：
 - 找到的 NULL 值數量。
 - 該欄位的類別或值的總數。
 - 資料的統計值，其中包括平均值、標準差、下限值和上限值。

註：對於 ASCII 欄位，不會提供平均值、標準差、下限值和上限值。對文字欄位進行側寫時，這些值全部顯示為零。

重新整理側寫計數

發生可能會變更結果的事件時，請重新整理側寫計數。例如，將新值新增到欄位或更新資料庫表格時，您可以重新整理該計數。

程序

請遵循這些步驟以重新整理某個欄位的側寫結果。

1. 開啟任何提供了「側寫」選項的程序配置對話框。
2. 選取欄位，然後按一下側寫。
3. 在「對所選欄位進行側寫」對話框中，按一下重新計算。

註：第一次對維度表格中的欄位進行側寫時，Campaign 將返回符合該維度表格中的此欄位的計數。您按一下重新計算以重新整理側寫結果時，Campaign 將返回由於與鏈結到該維度表格的基本表進行結合而得到的計數。如果您希望在不結合基本表格的情況下對維度表格欄位進行側寫，請將該維度表格對映為基本表。

限制側寫輸入

當 Campaign 對欄位進行側寫時，它只建立您正在執行側寫之程序的輸入中可用的這些客群。

例如，如果限制「資料分群」程序的輸入，然後基於受限輸入對欄位進行側寫，則側寫只會顯示受限輸入中的可用客群。

請考量以下範例：

1. 您配置了一個執行查詢的「名單選取」程序，該查詢僅返回 354 條記錄。
2. 使用該「名單選取」程序作為「資料分群」程序的輸入。
3. 在「資料分群程序配置」對話框中，使用側寫功能來查看各個欄位中可用的值。
4. 您在「對所選欄位進行側寫」對話框的輸入清單中進行的選取會確定將進行側寫的記錄數。如果您選擇無，則 Campaign 將對所有記錄進行側寫。如果您選擇送入的「選取」框作為輸入，則 Campaign 將僅對該程序所選取的記錄進行側寫。如果「名單選取」程序查詢僅產生了 354 條記錄，則 Campaign 將僅對這些記錄進行側寫。

註：

- 對於「擷取」程序，您必須選取與「擷取」表格關聯的輸入單元才能對擷取的欄位進行側寫，這是因為擷取的欄位附加到入埠單元。僅對於單個輸入單元，您才能選擇無。對於多個輸入單元，您必須選取與「擷取」表格關聯的輸入單元。
- 在名單選取程序配置視窗的右畫面中，即使您在值欄位中選取多個條件值，網格內也將只顯示一個值。這是因為您必須按兩下滑鼠按鍵才能完成該動作，並且按兩下滑鼠按鍵這一動作一次只對單個值有效。因此，網格中將不顯示多個值。

不容許進行側寫

即時側寫使您能夠檢視和使用所選欄位的性質。但是在處理大型資料庫時，這會影響效能。因此，Campaign 容許停用此選項。

停用即時側寫之後，您按一下側寫時，會在「對所選欄位進行側寫」對話框底部顯示一則訊息，指出不容許進行即時側寫。

如果不容許進行側寫，且該欄位未配置為預先計算，則「對所選欄位進行側寫」對話框將指出沒有可用的資料，不會顯示計數或種類，且所有統計資料計數均為零。

如果為欄位提供了預先計算的值，則執行側寫時，將顯示這些值，而不會顯示即時值。「對所選欄位進行側寫」對話框指出資料來源「已匯入」，且會顯示前次計算值的日期及時間。

如需不容許進行即時側寫的相關資訊，請參閱《IBM Campaign 管理手冊》。

變更側寫客群的上限數量

在流程圖程序框中對欄位進行側寫時，IBM Campaign 將自動建立最多 25 個客群。您可以對現行流程圖階段作業變更這個值。

關於這項作業

使用程序配置對話框中的側寫選項時，您可以指定預覽欄位值時要產生之客群的上限數量。現行流程圖中的所有程序框都將使用新值。但是，該值僅適用於現行流程圖和階段作業。當您開啟另一個流程圖或者關閉並隨後重新開啟同一流程圖時，該值將回復為預設值 25。

程序

1. 開啟任何提供了「側寫」選項的程序配置對話框。
2. 選取一個欄位進行側寫，然後按一下側寫。
3. 在「對所選欄位進行側寫」對話框中，按一下選項。
4. 在「側寫選項」對話框中的客群數欄位中，輸入新值以指出您希望將欄位值分組到其中的客群數上限。

結果

這時，將使用新值重新計算側寫。如果欄位中相異值的數量超出容許的上限客群數，則側寫會將各個值分組為大小相等的客群，以避免超出上限客群數。

按 meta 類型側寫欄位值

按 meta 類型側寫會影響在程序配置對話框中側寫欄位時資料的排序方式。您可以對資料類型（例如日期、金錢和其他數值資料）進行排序。

程序

1. 開啟任何提供了「側寫」選項的程序配置對話框。
2. 選取要側寫的欄位，或者按一下側寫。
3. 在「對所選欄位進行側寫」對話框中，按一下選項。

依預設，「側寫選項」對話框會開啟，依預設已啟用按 meta 類型側寫，因此表示日期、金錢、電話號碼和類似資料類型的欄位值可正確排序和分組。例如，日期以日期的方式排序，而不是以數值的方式排序。如果停用此選項，則值會以 ASCII 文字的方式進行排序。

下面的範例顯示此設定如何影響日期欄位。Meta 類型側寫可辨識資料類型為「日期」並相應地對日期進行排序。

已啟用「按 meta 類型側寫」

(依日期排序)
25-DEC-2014
20-FEB-2015
20-MAR-2015

已停用「按 meta 類型側寫」

(依數字順序排序)
20-FEB-2015
20-MAR-2015
25-DEC-2014

將側寫種類插入查詢

在程序配置對話框中建置查詢表示式時，您可以將欄位值插入查詢表示式中。

程序

1. 在配置程序時，選取欄位，然後按一下側寫按鈕。

即會開啟「對所選欄位進行側寫」對話框。等待對話框中移入資料。

2. 側寫完成後，在「對所選欄位進行側寫」對話框中按兩下種類，以將該值插入查詢文字框中的現行游標位置。

註：如果您沒有看到所要的值，則可能是由於將多個值一起分組到一個側寫客群中。如果您將側寫客群數目上限設定為大於種類數（在「對所選欄位進行側寫」對話框中報告）的數字，則會將每個欄位值列為個別種類。這樣就可以存取所有的現有種類。

列印側寫資料

對欄位進行側寫之後，可以列印側寫資料。

程序

1. 從「對所選欄位進行側寫」對話框中，按一下列印。
2. 使用產生的對話框來指定列印選項。

匯出側寫資料

對欄位進行側寫之後，可以將側寫資料匯出到以逗點區隔的值 (CSV) 文字檔。

程序

1. 在流程圖中配置程序時，對某個欄位進行側寫。
2. 在「對所選欄位進行側寫」對話框中，按一下匯出。

註：僅當側寫完成後，匯出按鈕才可用。

即會開啟「匯出報告資料」對話框。

3. 在檔名欄位中輸入檔名，或者接受預設值。請不要指定路徑或副檔名。建立該檔案時，將使用副檔名 .csv。
4. （選用）如果要在檔案中包括直欄標頭以識別每個欄位，請選取包括直欄標籤。
5. 按一下匯出。如果此按鈕處於停用狀態，則您必須先輸入檔名。
6. 使用產生的對話框來開啟或儲存 .csv 檔案。
7. 如果儲存該檔案，則系統會提示您輸入位置。您還可以在那時變更檔名。

下一步

可以在任何文字編輯器中開啟 CSV 檔案。如果在 Microsoft Excel 中開啟該檔案，則 Excel 設定確定如何顯示資料。例如，Excel 可能會將範圍值（例如，"1-5"）解釋為日期（1 月 5 日）。

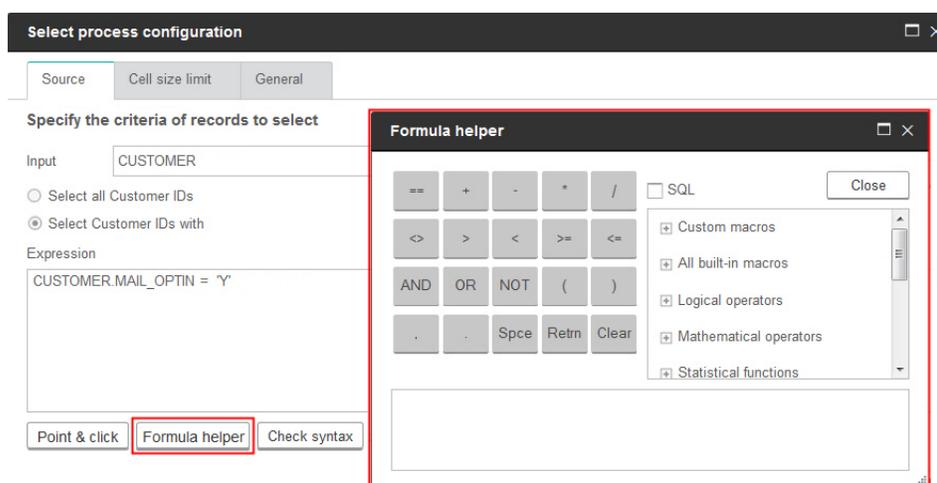
使用公式協助程式來建立查詢

在「名單選取」、「資料分群」或「擷取」程序中建立查詢以選取 ID 時，您可以使用公式協助程式來協助建置查詢。可以從程序配置對話框中使用公式協助程式。公式協助程式包含一組用於插入常用運算子的按鈕，以及巨集、運算子和函數的清單。

程序

1. 首先，配置要使用查詢的程序（例如，「資料分群」程序、「名單選取」程序或「擷取」程序）。
2. 存取該程序的查詢選項：
 - 對於「名單選取」程序，請選擇選取具有以下項目的 **<audience> ID**。
 - 對於「資料分群」程序，請選擇依查詢進行分群，然後建立客群或按兩下某個客群以對其進行編輯。在產生的對話框中，選擇選取具有以下項目的 **ID**。
 - 對於「擷取」程序，請選擇選取以下記錄。
3. 按一下文字建置器按鈕，以從預設的查詢方法進行切換。按鈕標籤會變更為指向並按一下。
4. 按一下公式協助程式按鈕。

即會開啟「公式協助程式」對話框。它包含一組用於插入常用運算子的按鈕，以及巨集、運算子和函數的清單。



5. (選用) 若要將清單限制為僅 SQL 運算子和函數，請勾選 **SQL**。
6. 當透過從可用欄位清單中選取欄位來建置查詢時，請使用公式協助程式視窗來協定定義查詢：
 - a. 展開巨集、運算子或函數的清單，以找到要使用的項目。選取某個項目，以查看說明和語法範例。按兩下某個項目，以將其新增到查詢文字框。

註：對於自訂巨集，說明和語法已由撰寫該巨集的人員建立。

 - b. 使用公式協助程式按鈕來新增運算子和標點符號。清除按鈕充當倒退（擦除）鍵。
 - c. 您也可以直接編輯該查詢。但是，可以透過從提供的清單中選取項目（例如，欄位名稱和表格名稱）來避免語法錯誤。
 - d. 按一下關閉。
7. 請注意，如果您的查詢包括與 Campaign 產生的欄位同名的表格欄位，則必須對欄位名稱進行限定。請使用下列語法：`<table_name>.<field_name>`。
8. 使用程序配置對話框中的檢查語法來偵測任何錯誤。檢查語法不會對資料庫伺服器增加任何負載。
9. (選用) 使用測試查詢來查看查詢傳回的 ID 數。

在測試查詢時，將顯示進度列。如果您要取消測試，請關閉進度視窗。測試完成時，Campaign 將指出該查詢所傳回的列數。

重要：廣域抑制和單元大小限制不會套用於測試查詢計數中。測試查詢可能還傳回非正規資料。若要取得精確的結果計數，請測試執行程序。

建立原始 SQL 查詢

在流程圖中配置「名單選取」、「資料分群」或「擷取」程序時，您可以使用查詢來識別資料庫或純文字檔中的聯絡人。「名單選取」、「資料分群」及「擷取」程序會提供查詢建置器來協助您建構查詢。此外，有經驗的 SQL 使用者可以撰寫自己的 SQL 查詢，也可以從其他應用程式中複製並貼上 SQL 查詢。撰寫原始 SQL 是進階作業；使用者負責確保語法和查詢結果正確。

程序

1. 開始配置「名單選取」、「資料分群」或「擷取」程序。
2. 對於「名單選取」程序：
 - a. 選擇選取具有以下項目的 **<audience> ID**。
 - b. 表示式方框下面的按鈕必須顯示指向並按一下。如果未顯示，請按一下文字建置器按鈕以使標籤變更為指向並按一下。
 - c. 按一下進階。
 - d. 在「進階設定」對話框中，勾選將原始 SQL 用於記錄選取。此選項使您能夠在指定選取準則時在文字建置器中使用原始 SQL。如果未選取此選項，則只能使用 IBM Marketing Software 表示式和自訂巨集。
 - e. 使用資料庫清單來選取要查詢的資料來源。從目標客戶類型清單中選取目標客戶。
 - f. 如果要在名單選取程序之前或之後執行 SQL 指令，則可以在預處理或後處理區域中指定原始 SQL。請參閱第 41 頁的『指定預處理或後處理 SQL 陳述式』。
 - g. 按一下確定以關閉「進階設定」對話框。
 - h. 在表示式區域中輸入原始 SQL。可以使用公式協助程式來協助建構 SQL。在公式協助程式中勾選 SQL，以將運算子和函數的清單限制為特定於 SQL 的選項。
3. 對於「資料分群」程序：
 - a. 在「客群」標籤上，選擇依查詢進行分群。
 - b. 按一下新建客群以建立客群，或在清單中選取現有客群並按一下編輯。
 - c. 在「新建客群」或「編輯客群」對話框中，選擇選取具有以下項目的 **<audience> ID**，按一下文字建置器，然後按一下進階。
 - d. 在「進階設定」對話框中，勾選使用原始 SQL，選取資料庫，然後按一下確定。
 - e. 在表示式區域中輸入原始 SQL。選擇性地使用公式協助程式來協助建構 SQL。在公式協助程式中勾選 SQL，以將運算子和函數的清單限制為特定於 SQL 的選項。
4. 對於「擷取」程序：
 - a. 選擇選取具有以下項目的 **<audience> ID**。

- b. 表示式方框下面的按鈕必須顯示**指向並按一下**。如果未顯示，請按一下**文字建置器**按鈕以使標籤變更為**指向並按一下**。
 - c. 在表示式區域中輸入原始 SQL。可以使用**公式協助程式**來協助建構 SQL。在公式協助程式中勾選 **SQL**，以將運算子和函數的清單限制為特定於 SQL 的選項。
5. 請注意，如果您的查詢包括與 Campaign 產生的欄位同名的表格欄位，則必須對欄位名稱進行限定。請使用下列語法： <table_name>.<field_name>。

使用原始 SQL 查詢的準則

撰寫原始 SQL 是一項進階作業；使用者負責正確的語法和查詢結果。

註：IBM Campaign 中使用者表格的**使用原始 SQL** 許可權決定可以使用原始 SQL 的人員。強烈建議管理者將使用原始 SQL 的能力限制為在組織內具備適當 ACL 專用權的使用者。如需重要資訊，請閱讀《IBM Campaign 管理手冊》中有關管理許可權的資訊。

使用原始 SQL 在程序配置中建構查詢時，請遵循下列準則：

- SQL 查詢必須僅傳回基本表格上的索引鍵所定義的唯一 ID 清單。
- SQL 查詢必須使用下列語法：

```
SELECT DISTINCT(<key1> [<key2>,...]) FROM <table> WHERE <condition> ORDERBY <unique_id>
```

此查詢指示資料庫執行排序和刪除重複資料。如果您省略 DISTINCT 或 ORDERBY 子句，則 Campaign 會在應用程式伺服器上對資料執行排序和刪除重複資料作業，所以您仍然會接收到正確的結果，但是效能會慢一些。

- 如果已啟用資料庫內最佳化，並且「名單選取」程序具有輸入單元，則必須使用 <TempTable> 記號才能取得正確的目標客戶 ID 清單。
- 若要顯著提高大型表格的效能，請使用 <TempTable> 記號，即使在不使用資料庫內最佳化時也是如此。
- 如果資料庫容許傳遞多個指令，請遵循下列規則輸入所需數目的有效 SQL 指令：
 - 使用適當的定界字元區隔指令
 - 最後一個指令必須是 select 指令。
 - 此 select 指令必須選取定義目標客戶類型所需的所有相關欄位，並且要採用定義目標客戶類型的順序選取這些欄位。
 - 不使用其他 select 陳述式
- 資料過濾器不套用至原始 SQL 查詢或使用原始 SQL 的自訂巨集。若要瞭解資料過濾器，請參閱《IBM Marketing Platform 管理手冊》。

Hive 查詢語言相符性

當 IBM Campaign 與 Hive 型海量資料來源整合時，下列準則適用。

Apache Hive 具有自己的查詢語言，稱為 HiveQL（或 HQL）。雖然基於 SQL，但 HiveQL 不嚴格遵循完整的 SQL-92 標準。HiveQL 提供的延伸不在 SQL 中（包括多表格插入項目和建立表格作為選項），但只提供索引的基本支援。此外，HiveQL 不支援交易和具體化視圖，僅支援受限子查詢。

因此，將 Hive 型海量資料來源與 Campaign 搭配使用時，下列準則適用：

- SQL 必須符合 HiveQL。
- 如果要撰寫原始 SQL 查詢以在 IBM Campaign 中使用，請確認這些查詢在 Hive 上工作。
- 不支援將多個 SQL 陳述式用於原始 SQL 查詢。
- 如果要在 IBM Campaign 程序框、自訂巨集或衍生欄位中使用原始 SQL 進行前置及後置處理，則可能需要修改 Hive 的現有查詢。

指定預處理或後處理 SQL 陳述式

如果您正在使用「名單選取」或「擷取」程序，則可以選擇性地包括要在該程序之前或之後執行的原始 SQL 陳述式。

關於這項作業

可以將 SQL 程序包括為程序執行的一部分，這對於 ETL、例行資料集區更新、效能調整和安全性很有用。您可以指定預處理或後處理 SQL：

- **預處理**：請輸入要在查詢執行之前處理的原始 SQL。
- **後處理**：請輸入要在查詢執行之後處理的原始 SQL。

例如，可以使用預處理和後處理 SQL 陳述式來執行以下動作：

- 在資料庫中執行儲存程序
- 建立、刪除和重新建立表格和索引
- 對其他使用者或群組授權或變更特權
- 組織多步資料庫指令
- 執行複雜資料庫常式，而不必使用外部 Script 來連接到資料庫

註：如需重要資訊，請參閱第 40 頁的『使用原始 SQL 查詢的準則』。

程序

1. 首先，配置「名單選取」或「擷取」程序。

您可以選取所有記錄，也可以使用查詢來選取特定 ID。對於「名單選取」程序，無論查詢類型如何（標準查詢或將原始 SQL 用於記錄選取），都可以套用預處理或後處理。

2. 按一下**進階**按鈕。

此時將顯示「進階設定」視窗。

3. 在**預處理**區域中按兩下，然後輸入要在該程序之前執行的原始 SQL 陳述式。
4. 在**資料庫**單元中按一下，然後選取要對其執行此陳述式的資料庫。

資料庫清單將顯示所有的可用資料庫（在 Marketing Platform 中的「配置」頁面上為其配置了資料來源種類的資料庫）。如果您的資料庫未顯示在該清單中，請與 Campaign 系統管理者聯絡。必須先輸入 SQL 陳述式，然後才能選取資料庫。

系統將以 SQL 陳述式的顯示順序對其進行處理。

5. 執行同一程序，以輸入任何要在該程序之後執行的**後處理** SQL 陳述式。

系統將以 SQL 陳述式的顯示順序對其進行處理。

註：如需有關「進階設定」對話框中的將原始 SQL 用於記錄選取選項的資訊，請參閱第 39 頁的『建立原始 SQL 查詢』。

在原始 SQL 查詢中使用 TempTable 和 OutputTempTable 記號

處理或傳遞資料時，暫存表格為中間結果提供了工作區。作業完成時，將自動捨棄暫存表格。

- 為了實現最佳效能，請在原始 SQL 查詢中使用 <TempTable> 記號，在查詢大型表格時更應該如此。
- 如果正在使用資料庫內最佳化，並且在具有輸入單元的「名單選取」程序中指定了原始 SQL 查詢，則必須使用 <TempTable> 記號來確保行為正確。請參閱下面的內容以獲得完整的說明。
- 如果正在使用資料庫內最佳化，還請使用 <OutputTempTable> 記號來阻止不必要地將目標客戶 ID 從資料庫複製到 Campaign 伺服器。

在具有輸入單元的「名單選取」程序中使用原始 SQL 查詢時，處理行為取決於是否正在使用資料庫內最佳化。（資料庫內最佳化透過使用資料庫內最佳化配置設定進行廣域控制。透過管理功能表中的在流程圖執行期間使用資料庫內最佳化選項，可以針對個別流程圖控制資料庫內最佳化。）

- 當資料庫內最佳化處於關閉狀態時：原始 SQL 查詢所產生的 ID 清單將自動與來自送入單元的 ID 清單進行比對。所產生的 ID 清單應該是該單元的子集。
- 當資料庫內最佳化處於打開狀態時：Campaign 假設從「名單選取」程序中產生的 ID 清單是最終清單。Campaign 不會將此清單與任何送入單元的 ID 清單進行比對。因此，為中間「名單選取」程序（具有輸入單元的「名單選取」程序）撰寫的原始 SQL 查詢必須使用 <TempTable> 記號，以便正確地根據送入單元進行結合。透過根據輸入單元進行結合，可以確保結果正確，並且將會阻止對不在輸入單元中的目標客戶 ID 進行額外處理，從而提高效能。

《IBM Campaign 管理手冊》對資料庫內最佳化進行了說明。

範例：使用 TempTable 和 OutputTempTable 記號

此範例顯示如何在原始 SQL 查詢中使用 TempTable 和 OutputTempTable 記號。

假設您擁有 Select1 程序，它選取屬於「黃金」客戶（例如 `Indiv.AcctType = 'Gold'`）的 10,000 個客戶。然後，您使用原始 SQL 查詢將 Select1 連接至另一個「名單選取」程序 ("Select2")：

```
Select p.CustID from Indiv p, <TempTable> where p.CustID = <TempTable>.CustID  
group by p.CustID having sum(p.PurchAmt) > 500
```

此範例選取購買總金額超過 \$500 且在輸入單元中的客戶（換言之，具有「黃金」帳戶類型的客戶）。

相比之下，原始 SQL 查詢省略了 <TempTable> 記號並結合：

```
Select p.CustID from Purchases p group by p.CustID having sum(p.PurchAmt) >  
500
```

首先在「購買」表格（可能含有數百萬個客戶）中計算所有客戶的購買總金額，然後選取購買總金額超過 \$500 的所有客戶，不論他們是否為「黃金」客戶。

因此，為了取得最佳效能，即使停用了資料庫內最佳化，也請在有輸入單元時，使用 <TempTable> 記號來撰寫原始 SQL 查詢。

為了簡單起見，此範例不使用 <OutputTempTable> 記號，但是為了保持資料庫內最佳化並防止將目標客戶 ID 從資料庫擷取回 Campaign 伺服器，必須在原始 SQL 查詢中包括 <OutputTempTable> 記號。例如：

```
Create table <OutputTempTable> as Select p.CustID from Purchases p, <TempTable>
where p.CustID = <TempTable>.CustID group by p.CustID having sum(p.PurchAmt)
> 500
```

在原始 SQL 查詢中參照擷取表格

您可以使用 <Extract> 記號透過原始 SQL 來參照下游程序中的「擷取」表格。使用此記號可以指定資料子集以供後續處理，這樣可以改善處理大型表格時的效能。

下列範例查詢「擷取」表格，以選取其帳戶餘額超過 \$1,000 的所有客戶的客戶 ID。

```
Select p.CUSTOMERID from USER_TABLE p, <Extract> where p.CUSTOMERID =
<Extract>.CUSTOMERID group by p.CUSTOMERID having sum(p.BALANCE) > 1000
```

對於包含多個「擷取」程序的流程圖，<Extract> 記號一律指的是最新的可用「擷取」表格。

註：在合併後，<Extract> 記號不一定有效。請測試執行流程圖，以確定該標記是否如預期工作。

在 Campaign 程序中如何對查詢求值

Campaign 程序中的查詢使用數學規則從左到右進行求值。

例如，下列陳述式：

```
[UserVar.1] < PDF < [UserVar.2]
```

求值為：

```
([UserVar.1] < PDF) < [UserVar.2]
```

也就是說，陳述式的第一個部分 **([UserVar.1] < PDF)** 會求值為 true 或 false (1 或 0)，結果會傳遞給第二個陳述式：

```
[1 | 0] < [UserVar.2]
```

要使此範例求值為大於 [UserVar.1] 並小於 [UserVar.2] 的 PDF，您需要構造下列查詢：

```
[UserVar.1] < PDF AND PDF < [UserVar.2]
```

此陳述式等效於下列陳述式：

```
([UserVar.1] < PDF) AND (PDF < [UserVar.2])
```

名單選取程序

使用「名單選取」程序可從行銷資料中選取您打算聯絡的 ID（例如客戶、帳戶或家庭）。

「名單選取」程序是 Campaign 中最常使用的其中一個程序。許多流程圖都以一個以上「名單選取」程序開始。「名單選取」程序會輸出包含 ID（例如，客戶 ID）清單的單元，該單元可由其他程序修改和精簡。

過濾對映使用者表格

您可以對顯示在「名單選取程序配置」視窗之「可用欄位」區段中的對映使用者表格進行過濾。這些表格會依表格名稱來過濾。

若要依表格名稱來過濾對映使用者表格，請完成下列步驟：

1. 開啟流程圖以進行編輯（在流程圖工具列中按一下編輯 ）。
2. 按兩下流程圖中的「名單選取」程序框，以開啟「名單選取程序配置」視窗。
3. 按一下可用欄位旁邊的「過濾器」圖示 。
4. 輸入用於過濾表格的文字，然後按一下套用。

在過濾文字中，不能使用除底線之外的任何特殊字元。搜尋沒有大小寫區分。

已過濾的表格清單隨即顯示。「過濾器」圖示會變更為深綠色。

5. 若要清除過濾器，請按一下「過濾器」圖示 ，然後在「過濾器」視窗中按一下清除。

您按一下清除或關閉「名單選取程序配置」視窗之後，該過濾器就不再適用。

選取聯絡人清單

配置「名單選取」程序以從行銷資料中選取聯絡人。

關於這項作業

若要選取聯絡人，您可以指定客群或表格中的所有 ID，也可以使用查詢來僅尋找您想要的聯絡人。然後，可以將一個以上「名單選取」程序用作另一程序的輸入。例如，您可以選取所有「黃金」客戶，然後建立「白銀」客戶的另一個選項。接著，您可以使用「資料合併」程序來建立合格聯絡人的單一清單。

程序

1. 開啟流程圖以進行編輯（在流程圖工具列中按一下編輯 ）。
2. 將「名單選取」程序  從選用區拖曳至流程圖。
3. 按兩下流程圖中的「名單選取」程序框。

即會開啟「名單選取程序配置」對話框，並依預設開啟來源標籤。

4. 在來源標籤上，使用輸入清單來選取客群或表格作為資料來源。若要選取多個表格，請按一下輸入欄位旁的省略符號按鈕 ，然後勾選您要使用的表格。

註：如果 IBM Digital Analytics 與 Campaign 整合，則您可以選取 **IBM Digital Analytics** 客群作為輸入。

5. 如果您想要併入您選取為輸入來源的客群或表格中的所有列，請選擇選取所有 **<audience> ID**（單字 **<audience>** 指出針對所選取輸入資料來源而指定的目標客戶類型，例如「客戶」。）
6. 如果您偏好使用所選取資料來源中的 ID 子集，請選擇選取具有以下項的 **<audience> ID**，以便您可以針對想要的記錄執行查詢。

「表示式」方框會顯示含標籤欄位名稱、運算子、值和及/或的直欄。

當按鈕顯示文字建置器時，您可以透過在含標籤欄位名稱、運算子、值和及/或的直欄中移入資料來建置表示式。

當按鈕顯示點按時，您可以檢視或編輯原始 SQL，以及可以使用公式協助程式從清單中挑選巨集、運算子及字串函數。

使用任一方法（文字建置器/點按），您均可以從可用欄位清單中選取欄位，包括 IBM Campaign 產生的欄位及衍生欄位。

7. 建構查詢以判定選取哪些記錄：
 - a. 若要指定要查詢的欄位，請按一下欄位名稱單元。應該會出現可用欄位清單。如果清單未出現，請再次按一下欄位名稱單元。在可用欄位清單中，展開欄位，直到您看到所需的名稱。按兩下可用欄位或強調顯示可用欄位並按一下使用來選取可用欄位。

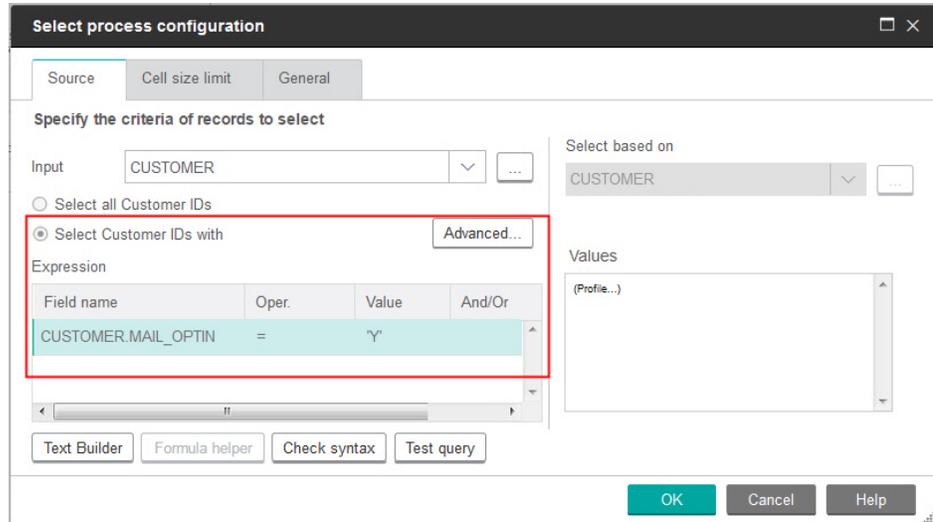
註：決定要使用的欄位時，您可以強調顯示可用欄位，並按一下側寫來查看該欄位中的值清單。然後使用對所選欄位進行側寫對話框來檢查欄位值。如需相關資訊，請參閱第 33 頁的『預覽使用者資料中的欄位值』。

註：顯示可用欄位清單時，如果您想要建立或選取用於查詢的變數，則可以使用衍生欄位按鈕。如需相關資訊，請參閱第 175 頁的『衍生欄位』。

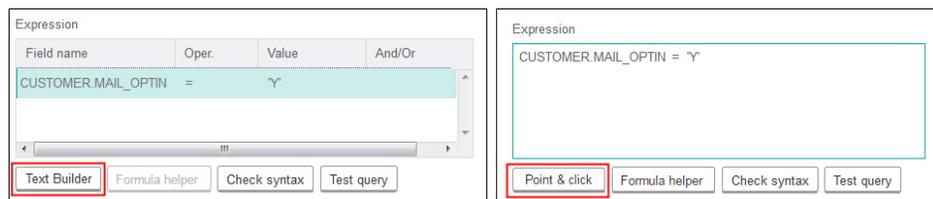
- b. 按一下運算子單元，然後在運算子清單（=、<、>、<=、>=、<>、In、Not in、Between）中按兩下比較運算子。
- c. 在值單元中按一下，然後按兩下某個值。如果未出現任何值，請在「值」清單中按兩下（側寫...），以開啟「對所選欄位進行側寫」對話框，以便您可以從值清單中進行選取。也可以在值單元中按兩下滑鼠按鍵來直接編輯值。

註：如果您沒有看到預期清單（可用欄位、運算子、值、針對選取的表示式），請嘗試在表示式區域的某個單元上按一下或按兩下滑鼠按鍵。

您現在具有包含欄位名稱、運算子及值的表示式。



8. 按一下檢查語法以確認查詢語法是否有效。檢查語法不會對資料庫伺服器增加任何負載。
9. 若要新增和結合多個表示式，請遵循下面的準則：
 - a. 若要新增另一個表示式，請按一下 **And/Or** 單元，然後在值清單中按兩下 **AND** 或 **OR** 以指出如何結合表示式。
 - b. 建置包含欄位名稱、運算子和值的下一個表示式。
 - c. 若要新增括弧以控制求值順序，請在任何列中按兩下「欄位名稱」以顯示針對選取的表示式清單。在表示式清單中，按兩下新增 () 以新增一組括弧，按兩下移除 () 以移除一組括弧，或按兩下清除所有 () 以移除所選表示式中的所有括弧。括弧可讓您在定義複式查詢時將表示式分組。例如，(AcctType = 'Gold' AND Rank = 'A') OR NewCust = 'Yes' 與 AcctType = 'Gold' AND (Rank = 'A' OR NewCust = 'Yes') 不同。
 - d. 若要重新排序所選表示式，請按兩下上移或下移。
 - e. 若要在選取的表示式下方新增空白列，請按兩下插入。
 - f. 若要刪除選取的表示式，請按兩下刪除。
10. 可以選擇性地按一下文字建置器按鈕，以便其標籤變更為點按。當按鈕顯示點按時，您可以檢視或編輯原始 SQL。您也可以使用公式協助程式從清單中挑選巨集、運算子及字串函數。



註：如果查詢包含與 Campaign 產生的欄位同名的表格欄位，則必須限定欄位名稱。請使用下列語法： <table_name>.<field_name>。

如需相關資訊，請參閱第 39 頁的『建立原始 SQL 查詢』。另請參閱第 37 頁的『使用公式協助程式來建立查詢』。

11. 按一下**點按**按鈕以變更回原始查詢模式。按鈕標籤會變更回**文字建置器**。
12. (選用) 使用**測試查詢**來查看查詢傳回的 ID 數。

在測試查詢時，將顯示進度列。如果您要取消測試，請關閉進度視窗。測試完成時，Campaign 將指出該查詢所傳回的列數。

重要：廣域抑制和單元大小限制不會套用於測試查詢計數中。測試查詢可能還傳回非正規資料。若要取得精確的結果計數，請測試執行程序。

13. 繼續配置程序 (如下所述)，或按一下**確定**以關閉程序配置對話框並儲存查詢表示式。
14. 選擇性地使用**單元大小限制**標籤來限制程序在正式作業或測試執行期間所產生的 ID 數目。請參閱第 136 頁的『限制輸出單元的大小』。

如果已選取**隨機種子**，則在大部分情況下，您可以接受預設種子。隨機種子代表 IBM Campaign 用於隨機選取 ID 的起始點。

註：除非「名單選取」程序的輸入有所變更，否則同一組隨機記錄將用於此程序的每一次後續執行。這在您打算將結果用於建模用途時至關重要，原因是必須在同一組記錄中對不同建模演算法進行比較以確定每個模型的有效性。如果您不打算將結果用於建模，可以讓「名單選取」程序在每次執行時選取一組不同的隨機記錄。為此，請使用隨機種子值零 (0)。值為 0 時，可以確保程序每次執行時都將選取一組不同的隨機記錄。

15. 使用一般標籤來設定下列選項。
 - a. **程序名稱：**指派敘述性名稱，例如 Select_Gold_Customers。程序名稱用作流程圖上的框標籤。它也用在各種對話框及報告中以識別程序。
 - b. **輸出單元名稱：**這個名稱依預設與程序名稱相符。它用在各種對話框及報告中以識別輸出單元 (程序擷取的一組 ID)。
 - c. (選用) **鏈結至目標單元：**如果組織在目標單元試算表中預先定義目標單元，請執行這個步驟。若要將預先定義目標單元與流程圖程序輸出相關聯，請按一下**鏈結至目標單元**，然後從試算表中選取目標單元。**輸出單元名稱**及**單元代碼**繼承自目標單元試算表，並且這兩個欄位值都以斜體顯示以指出存在鏈結關係。
 - d. **單元代碼：**單元代碼具有由系統管理者決定的標準格式，並且在產生時是唯一的。除非您瞭解變更單元代碼的影響，否則請不要變更單元代碼。依預設，在程序中建立之單元的名稱與程序名稱相符。儲存對輸出單元名稱的變更時，如果已選取**自動產生**，則會重新產生單元代碼。如果您不想變更單元代碼，請取消勾選**自動產生**。請參閱第 139 頁的『單元名稱及代碼』。
 - e. **附註：**使用附註欄位來說明程序的用途或結果。一般做法是參照選取準則或其他重要資訊。當您將游標移至流程圖中的程序框上方時，會顯示此欄位的內容。
16. 按一下**確定**以儲存並關閉配置。

「名單選取」程序現在已配置。您可以測試程序執行，以驗證它是否傳回您預期的結果。

確定行銷活動中的 IBM Digital Analytics 目標客群

IBM Digital Analytics 可以讓使用者根據造訪及檢視層次準則來定義客群。在 IBM Campaign 中配置「名單選取」程序時，您可以使用這些客群作為資料來源。

開始之前

若要在 IBM Campaign 中使用從 IBM Digital Analytics 匯出的客群，則這兩個產品必須已整合。《IBM Campaign 管理手冊》對如何配置整合進行了說明。

關於這項作業

如果您已使用 Digital Analytics 來使客群可供 IBM Campaign 使用，則您可以在行銷活動流程圖中將這些客群設為目標。

同時使用 eMessage 及點按後分析工具的 Campaign 使用者還可以使用 IBM Digital Analytics 客群。選用的點按後分析工具會追蹤客戶從點按瀏覽電子郵件或主控登入網頁並隨後導覽網站（在同一次造訪或階段作業內），到瀏覽或購買的行為。Campaign 設計人員可以使用分析來判定如何建立延續行銷活動。

註：IBM eMessage 需要獨立的整合步驟。請參閱隨 eMessage 提供的說明文件。

程序

1. 按兩下 Campaign 流程圖中的「名單選取」程序以開啟「名單選取程序配置」對話框。

如果「名單選取」程序包含之前定義的 IBM Digital Analytics 客群，則來源標籤上的輸入框會顯示現有客群名稱。

2. 開啟輸入清單並按一下 **Digital Analytics 客群**。

即會開啟 **IBM Digital Analytics 客群選取** 對話框。

3. 選取用戶端 ID，以查看該 IBM Digital Analytics 用戶端的已發佈客群清單。

註：選取客群清單僅顯示為所選用戶端 ID 建立的客群。若要查看已發佈客群，請選取其他用戶端 ID。

4. 在選取客群清單中，選擇要使用的客群：

- 選取客群清單會指出建立客群所在的應用程式、客群類型及其開始和結束日期，如 IBM Digital Analytics 中所定義。
- 說明可協助您確定客群的用途。如果您需要某個客群的更多相關資訊，請按兩下該客群以查看客群說明和其他資訊。
- 每個客群旁的開始日期和結束日期都會指出 IBM Digital Analytics 定義的用於尋找比對客群準則之訪客的日期範圍。例如，一個客群可能尋找在 2012 年 1 月 12 日到 2012 年 4 月 12 日之間至少造訪特定網站三次的每個人，而另一個客群則尋找來自其他日期範圍的訪客。無法在這裡變更 IBM Digital Analytics 定義的日期範圍。但是，您可以使用對話框底端的客群範圍日期控制項來定義屬於 IBM Digital Analytics 中所定義範圍內的日期範圍。

5. 使用對話框底端的客群範圍日期和行事曆控制項來指定您希望取得所選客群的資料的日期範圍。如果您是修改（而不是建立）「名單選取」程序，則會顯示現有客群範圍。

- 您指定的範圍必須在為 IBM Digital Analytics 中客群所定義的開始日期和結束日期內（顯示於清單中的每個客群旁）。
- 除了考量開始和結束日期之外，Campaign 還會考量日期限制（如果有的話）。日期限制在 IBM Digital Analytics 中定義，但不出現在客群選取對話框中。日期限制會限制針對客群拉出資料的天數，以確保在匯出大型資料集時 IBM Digital Analytics 不會超載。

例如，假設某個客群定義於 IBM Digital Analytics 中，其時間跨度為三個月（開始和結束日期），且日期限制為 7 天。您在 Campaign 中定義的日期範圍同時考慮了這兩個限制。如果您指定 3 個月時間長度之外的日期範圍，則將無法儲存您的客群定義。類似地，如果您指定超過 7 天的日期範圍，也將無法儲存您的客群定義。

- 您可以指定絕對或相對日期，前提是這些日期在 IBM Digital Analytics 定義的日期範圍和日期限制內。
- 如果您指定絕對「開始日期」，則還必須提供「結束日期」。例如，如果 IBM Digital Analytics 定義的客群定義了 3 個月的時間長度，則您的行銷活動可以將在該時間長度內的某日、某月或某週收集其資訊的訪客視為目標客戶。
- 相對日期範例：
 - 如果 IBM Digital Analytics 定義的客群時間跨度為三個月，則您可以指定相對日期（例如昨天或過去 7 天）以繼續尋找最近訪客。行銷活動將順利執行，直至到達 IBM Digital Analytics 定義的結束日期。
 - 如果您指定本月，則必須提供直到前一天為止的整月資料才能使用此相對日期。例如，如果今天是 3 月 28 日，則必須為所選客群提供從 3 月 1 日到 3 月 27 日的資料。
 - 如果您指定上一個月，則必須提供前一整月的資料。範例 1：如果 IBM Digital Analytics 定義的客群的開始日期為 3 月 1 日，結束日期為 3 月 31 日，則從 4 月 1 日開始直到 4 月 30 日（包括當日）都可以使用「上一個月」（來取得 3 月的資料）。範例 2：如果 IBM Digital Analytics 定義的客群的開始日期為 3 月 1 日，結束日期為 3 月 30 日，則無法使用「上一個月」，因為沒有一整月的資料。範例 3：如果 IBM Digital Analytics 定義的客群的開始日期為 3 月 2 日，結束日期為 3 月 31 日，則無法使用「上一個月」，因為沒有一整月的資料。在這些情況下，將顯示一則訊息，指出「上一個月」不在客群日期範圍內。必須改為使用絕對日期。

6. 按一下**確定**，以回到「名單選取程序配置」對話框。

結果

「名單選取」程序在執行時，它會從 IBM Digital Analytics 抽出指定日期範圍和日期限制內容群的資料。用於流程圖的對映表會告知 Campaign 如何將 IBM Digital Analytics ID 轉換為 Campaign 目標客戶 ID。然後，這些目標客戶 ID 可以用於下游程序中。如需它如何運作的相關技術資訊，請參閱《Campaign 管理手冊》。

在極少數情況下，執行流程圖時，所選客群的 IBM Digital Analytics ID 數可能不符合在 Campaign 中找到的目標客戶 ID 數。例如，可能有 100 個 IBM Digital Analytics 索引鍵，但 Campaign 中只有 95 個相符 ID。Campaign 會向您提醒此狀況，但仍會繼續執行流程圖。會將一則訊息寫入該流程圖的日誌檔，要求您驗證對映的轉換表是否包含更新的記錄。管理者可以透過根據公司政策（重新）比對線上和離線索

引鍵並將最新資料重新移入轉換表來解決此狀況。您必須在更新對映的轉換表之後重新執行流程圖。

「資料合併」程序

使用「資料合併」程序來指定要包括和結合的輸入單元以及要排除（暫停）的輸入單元。

這樣，您可以從流程圖內的後續程序中包括或排除單元。例如，使用「資料合併」程序來暫停那些已要求不接收任何行銷資料的「拒絕」客戶。

合併和抑制聯絡

「資料合併」程序接受來自多個單元的輸入並產生一個結合的輸出單元。合併單元時，您可以選擇包括或排除內容。

程序

1. 開啟行銷活動，然後按一下流程圖標籤。
2. 在流程圖視窗中按一下編輯圖示 。
3. 至少配置兩個您要合併其输出的程序。例如，配置兩個「名單選取」程序。



4. 將「資料合併」程序  從選用區拖曳至流程圖。
5. 將箭頭從上游程序（例如，「名單選取」程序）拖曳至「資料合併」程序以連接方框。您必須從上游程序連接至「資料合併」程序。重複這些步驟以將任何其他上游程序連接至「資料合併」程序。箭頭指出所連接程序之間的資料流方向

註：向「資料合併」程序提供輸入的所有單元都必須具有相同的目標客戶類型。例如，多個「名單選取」程序必須使用「家庭」目標客戶。

6. 按兩下流程圖中的「資料合併」程序。

即會開啟程序配置對話框，並依預設開啟「方法」標籤。連接至「資料合併」程序之程序中的單元會列出在輸入清單中。

7. 如果要從合併的输出中排除 ID，請在輸入清單中選取單元並將它新增至要排除的記錄清單。例如，使用此選項來排除「拒絕項目」。
8. 如果要在合併的输出中併入 ID，請在輸入清單中選取單元並將它新增至要併入的記錄清單。您新增至此清單之單元中的 ID 將結合到一個唯一 ID 清單中。
9. 指定如何合併來自要併入的記錄清單中輸入單元內的清單：
 - **併入時合併/清除**：這個選項會產生至少存在於一個輸入單元中的唯一 ID 清單。僅包括一次重複 ID。此方法使用邏輯 "OR" 或 "ANY"。例如：如果客戶 A 在 **Gold.out** 單元或 **Platinum.out** 單元中，則包括該客戶。
 - **併入時比對 (AND)**：僅併入存在於所有輸入單元中的那些 ID。此方法使用邏輯 "AND" 或 "ALL"。例如：僅當客戶 A 同時存在於 **Gold.out** 單元及 **LoyaltyProgram.out** 單元中時，才包括該客戶。當您要包括符合多個準則的客戶時，此選項很有用。如果某個 ID 並未存在於所有「資料合併」程序輸入單元中，則不會包括該 ID。

10. 選擇性地使用單元大小限制標籤來限制程序在正式作業或測試執行期間所產生的 ID 數目。請參閱第 136 頁的『限制輸出單元的大小』。

如果已選取隨機種子，則在大部分情況下，您可以接受預設種子。隨機種子代表 IBM Campaign 用於隨機選取 ID 的起始點。

註：除非「資料合併」程序的輸入有所變更，否則同一組隨機記錄將用於此程序的每一次後續執行。這在您打算將結果用於建模用途時至關重要，原因是必須在同一組記錄中對不同建模演算法進行比較以確定每個模型的有效性。如果您不打算將結果用於建模，可以讓「資料合併」程序在每次執行時選取一組不同的隨機記錄。為此，請使用隨機種子值零 (0)。值為 0 時，可以確保程序每次執行時都將選取一組不同的隨機記錄。

11. 使用一般標籤來設定下列選項。
 - a. **程序名稱**：指派敘述性名稱。程序名稱用作流程圖上的框標籤。它也用在各種對話框及報告中以識別程序。
 - b. **輸出單元名稱**：這個名稱依預設與程序名稱相符。它用在各種對話框及報告中以識別輸出單元（程序擷取的一組 ID）。
 - c. **（選用）鏈結至目標單元**：如果組織在目標單元試算表中預先定義目標單元，請執行這個步驟。若要將預先定義目標單元與流程圖程序輸出相關聯，請按一下鏈結至目標單元，然後從試算表中選取目標單元。**輸出單元名稱及單元代碼**繼承自目標單元試算表，並且這兩個欄位值都以斜體顯示以指出存在鏈結關係。
 - d. **單元代碼**：單元代碼具有由系統管理者決定的標準格式，並且在產生時是唯一的。除非您瞭解變更單元代碼的影響，否則請不要變更單元代碼。依預設，在程序中建立之單元的名稱與程序名稱相符。儲存對輸出單元名稱的變更時，如果已選取**自動產生**，則會重新產生單元代碼。如果您不想變更單元代碼，請取消勾選**自動產生**。請參閱第 139 頁的『單元名稱及代碼』。
 - e. **附註**：使用附註欄位來說明程序的用途或結果。例如，指出您要併入或排除的記錄。當您將游標移至流程圖中的程序框上方時，會顯示此欄位的內容。
12. 按一下**確定**以儲存並關閉配置。

結果

程序現在已配置。您可以測試程序執行，以驗證它是否傳回您預期的結果。

「資料分群」程序

使用「資料分群」程序將資料劃分為特定的群組或客群。將「資料分群」程序連接至聯絡程序（例如「電訪名單產出」或「郵件名單產出」），以將對待項或行銷方案指派給客群。

例如，您可以根據客戶先前的購買歷程，將他們劃分為高價值、中等價值和低價值客群。將客群輸入到聯絡程序中時，每一個客群都可以接收到不同的行銷方案。您可以建立的客群數目沒有限制。

您可以透過兩種方式來對資料進行分群：使用欄位中的特定值，或使用查詢來過濾欄位中的資料。除了資料庫表格欄位外，您可以使用衍生欄位來對資料進行分群。這樣，您可以執行自訂分組，以根據自己的需要來對客戶進行分群。

註：由「資料分群」程序建立的客群不在流程圖或階段作業之間持續保存。如果要建立「永久」客群（亦稱為「策略客群」），管理者可以使用「客群建置」程序。

分群考量事項

在行銷活動流程圖中配置「資料分群」程序時，請考量下列選項和準則。

選擇分群方法

在行銷活動流程圖中配置「資料分群」程序時，您可以依欄位或依查詢進行分群。

在某些情況下，依欄位或依查詢進行分群時可能會得到相同的結果。例如，假定資料庫中的 AcctType 欄位將客戶帳戶劃分為「標準」、「偏好」和「首要」層次。依 AcctType 欄位進行分群將為這些帳戶類型建立 3 個客群。

使用查詢時，您可以得到相同的結果，但建立客群將需要寫入 3 個獨立的查詢。根據您要分群的資料來判定最有效的方法。

將客群變為互斥

您可以指定客群是互斥的，這表示保證將每一個符合條件的記錄都只放置在一個客群內。將客群指派給行銷方案時，每一個客戶將只接收到一個行銷方案。

根據您定義的優先順序，會將記錄放置在它們滿足其準則的第一個客群內。例如，如果某個客戶符合客群 1 和 3，並且客群 1 的優先順序高於客群 3，則該客戶將只出現在客群 1 中。

限制客群大小

配置「資料分群」程序時，每個客群的預設記錄數目大小是「無限制」。例如，如果要執行行銷活動流程圖或程序的測試執行，則可能需要限制所建立客群的大小。

您可以將客群大小限制為任意正整數。限制客群大小時，將隨機選擇符合條件的記錄。

除非程序的輸入有所變更，否則同一組隨機記錄將用於此程序的每一次後續執行。如果要將「客群」結果用於建模，則這很重要，因為必須在相同的記錄集內比較不同的建模演算法，來判定每一種模型的有效性。

如果您不打算將結果用於建模，可以讓「資料分群」程序在每次執行時選取一組不同的隨機記錄。如果要這樣做，請在用來向「資料分群」程序提供輸入的上游程序中，使用「隨機種子」值 0。值為 0 時，可以確保程序每次執行時都將選取一組不同的隨機記錄。

選取來源單元

在行銷活動流程圖中配置「資料分群」程序時，必須在相同的目標客戶類型處定義所有選定的單元。如果選定了多個來源單元，則將對每一個來源單元執行相同的分群作業。

將客群用作另一個「資料分群」程序的輸入

可以將客群用作行銷活動流程圖中另一個「資料分群」程序的輸入單元。例如，您可以先依年齡範圍進行分群，然後依偏好的通路進一步分群。

針對這個範例，假定您要將客戶劃分為多個年齡範圍的客群。資料庫包含欄位 AgeRange，該欄位將 6 個年齡範圍中的一個（例如 26-30）指派給每一個客戶。依 AgeRange 欄位進行分群以建立 6 個客群。

然後，您可以將這 6 個客群用作另一個「資料分群」程序（用來依另一個欄位或查詢進一步對客戶進行分群）的輸入。例如，假定資料庫包含名為 PreferredChannel 的欄位，該欄位指定每一個客戶的偏好聯絡通路：直接郵寄、電話行銷、傳真或電子郵件。先將 6 個年齡範圍客群用作輸入，然後您可以建立第二個「資料分群」程序，來依 PreferredChannel 欄位進行分群。6 個年齡範圍客群中的每一個都進一步劃分為 4 個偏好的通路客群，以產生總計 24 個輸出客群。

依欄位對資料進行分群

您可以使用「資料分群」程序，根據欄位值將資料分到各個客群中。依資料庫表格中的某個欄位對資料進行分群時，該欄位中的每一個不同值都會建立一個獨立的客群。

開始之前

第 52 頁的『分群考量事項』

關於這項作業

當欄位中的值對應於您要建立的客群時，依欄位對資料進行分群是最有用的方法。例如，假設您想要指派不同的行銷方案給四個不同區域中的客戶。您的客戶資料庫包含欄位區域，它指出每一個客戶所屬的區域。依區域欄位分群會建立四個區域客群。

程序

1. 開啟流程圖以進行編輯。



2. 將「資料分群」程序 從選用區拖曳至流程圖。

3. 至少連接一個已配置程序（例如，「名單選取」程序）作為「資料分群」程序的輸入。

4. 按兩下流程圖中的「資料分群」程序，以開啟「資料分群程序配置」對話框。

連接至「資料分群」程序之程序中的單元會出現在輸入清單中。

5. 在客群標籤上，開啟輸入清單並選取「資料分群」程序的輸入。如果要選取多個單元，請使用輸入清單旁邊的省略符號按鈕 (...).

6. 選取依欄位進行分群，然後使用下拉清單來選取您要用來建立客群的欄位。例如，若要依區域分群，請選取區段欄位。

即會開啟「對所選欄位進行側寫」對話框，且 IBM Campaign 會立即開始檢查欄位值。透過對欄位值進行側寫，Campaign 可以判定要建立哪些客群。

如需此對話框的相關資訊，請參閱第 33 頁的『預覽使用者資料中的欄位值』。

7. 等待側寫完成，以確保適當地建立所有客群。然後按一下**確定**以關閉「對所選欄位進行側寫」對話框。

客群數目欄位及客群名稱清單將根據針對**依欄位進行分群**所選取之欄位的側寫結果進行更新。例如，如果依具有兩個不同值 "A" 和 "B" 的欄位 "Status" 進行分群，則將建立兩個客群："Status_A" 和 "Status_B"。

8. 您可以選擇性地編輯客群名稱、調整大小上限、建立互斥客群，或者建立擷取表格。如需您可以設定的選項的相關資訊，請參閱下列主題：
 - 第 56 頁的『資料分群程序：客群標籤』
 - 第 58 頁的『資料分群程序：擷取標籤』
 - 第 58 頁的『資料分群程序：一般標籤』
9. 按一下**確定**，以儲存選擇並關閉「資料分群程序配置」對話框。

程序現在已配置。您可以測試該程序，以驗證該程序是否傳回您預期的結果。

使用查詢對資料進行分群

您可以使用「資料分群」程序，根據您所建立查詢的結果對資料進行分群。

開始之前

第 52 頁的『分群考量事項』

關於這項作業

當需要過濾欄位中的資料以建立所需客群時，依查詢進行分群是最有用的方法。例如，假定您要根據客戶去年的購買歷程，將他們劃分為高價值（超過 \$500）、中等價值（\$250-\$500）和低價值（低於 \$250）客群。客戶資料庫中的 PurchaseHistory 欄位儲存每一個客戶的總計購買金額（美元）。透過選取 PurchaseHistory 欄位中其值符合客群準則的記錄，使用獨立的查詢來建立每一個客群。

註：您還可以使用原始 SQL 對資料進行分群。

程序

1. 開啟流程圖以進行編輯。



2. 將「資料分群」程序從選用區拖曳至流程圖。
3. 至少連接一個已配置程序（例如，「名單選取」程序）作為「資料分群」程序的輸入。
4. 按兩下流程圖中的「資料分群」程序，以開啟「資料分群程序配置」對話框。

連接至「資料分群」程序之程序中的單元會出現在輸入清單中。

5. 在**客群標籤**上，開啟輸入清單並選取「資料分群」程序的輸入。如果要選取多個單元，請使用輸入清單旁邊的省略符號按鈕 (...).
6. 選取**依查詢進行分群**。
7. 判定您要建立的客群數目，並在**客群數目**欄位中輸入該數目。
8. 現在您將針對每一個客群建構查詢：選取第一個客群，然後按一下**編輯**以開啟「編輯客群」對話框。

註：如需每一個可用控制項的相關參照資訊，請參閱第 59 頁的『資料分群程序：新建客群和編輯客群控制項』。

9. 如果您想要併入您選取為輸入來源的客群或表格中的所有 ID，請選擇選取所有 **<audience> ID**（單字 **<audience>** 指出針對所選取輸入資料來源而指定的目標客戶類型，例如「客戶」。）
10. 如果您偏好使用所選取資料來源中的 ID 子集，請選擇選取具有以下項的 **<audience> ID**，以便您可以針對想要的記錄執行查詢。

「表示式」方框會顯示含標籤欄位名稱、運算子、值和及/或的直欄。

當按鈕顯示文字建置器時，您可以透過在含標籤欄位名稱、運算子、值和及/或的直欄中移入資料來建置表示式。

當按鈕顯示點按時，您可以檢視或編輯原始 SQL，以及可以使用公式協助程式從清單中挑選巨集、運算子及字串函數。

使用任一方法（文字建置器/點按），您均可以從可用欄位清單中選取欄位，包括 IBM Campaign 產生的欄位及衍生欄位。

11. 建構查詢以判定將使用哪些記錄來建立客群：

- a. 若要指定要查詢的欄位，請按一下欄位名稱單元。應該會出現可用欄位清單。如果清單未出現，請再次按一下欄位名稱單元。在可用欄位清單中，展開欄位，直到您看到所需的名稱。按兩下可用欄位或強調顯示可用欄位並按一下使用來選取可用欄位。

註：決定要使用的欄位時，您可以強調顯示可用欄位，並按一下側寫來查看該欄位中的值清單。然後使用對所選欄位進行側寫對話框來檢查欄位值。如需相關資訊，請參閱第 33 頁的『預覽使用者資料中的欄位值』。

註：顯示可用欄位清單時，如果您想要建立或使用衍生欄位，則可以使用衍生欄位按鈕。如需相關資訊，請參閱第 175 頁的『衍生欄位』。

- b. 按一下運算子單元，然後在運算子清單（=、<、>、<=、>=、<>、In、Not in、Between）中按兩下比較運算子。
- c. 在值單元中按一下，然後按兩下某個值。如果未出現任何值，請在「值」清單中按兩下（側寫...），以開啟「對所選欄位進行側寫」對話框，以便您可以從值清單中進行選取。也可以在值單元中按兩下滑鼠按鍵來直接編輯值。

註：如果您沒有看到預期清單（可用欄位、運算子、值、針對選取的表示式），請嘗試在表示式區域的某個單元上按一下或按兩下滑鼠按鍵。

您現在具有包含欄位名稱、運算子及值的表示式。

The screenshot shows a query builder interface. At the top, there are two radio buttons: "Select all Customer IDs" (unselected) and "Select Customer IDs with" (selected). To the right of the second option is an "Advanced..." button. Below this is a section labeled "Expression" containing a table with four columns: "Field name", "Oper.", "Value", and "And/Or". The table has one row with the following content: "DEMO_CUSTOMER.MAIL_OPTIN_FLAG", "=", "Y", and an upward-pointing arrow. The entire interface is enclosed in a red rectangular border.

Field name	Oper.	Value	And/Or
DEMO_CUSTOMER.MAIL_OPTIN_FLAG	=	Y	▲

12. 按一下**檢查語法**以確認查詢語法是否有效。檢查語法不會對資料庫伺服器增加任何負載。
13. 若要新增和結合多個表示式，請遵循下面的準則：
 - a. 若要新增另一個表示式，請按一下 **And/Or** 單元，然後在值清單中按兩下 **AND** 或 **OR** 以指出如何結合表示式。
 - b. 建置包含欄位名稱、運算子和值的下一個表示式。
 - c. 若要新增括弧以控制求值順序，請在任何列中按兩下「欄位名稱」以顯示針對選取的表示式清單。在表示式清單中，按兩下**新增 ()**以新增一組括弧，按兩下**移除 ()**以移除一組括弧，或按兩下**清除所有 ()**以移除所選表示式中的所有括弧。括弧可讓您在定義複式查詢時將表示式分組。例如，(AcctType = 'Gold' AND Rank = 'A') OR NewCust = 'Yes' 與 AcctType = 'Gold' AND (Rank = 'A' OR NewCust = 'Yes') 不同。
 - d. 若要重新排序所選表示式，請按兩下**上移**或**下移**。
 - e. 若要在選取的表示式下方新增空白列，請按兩下**插入**。
 - f. 若要刪除選取的表示式，請按兩下**刪除**。
14. 可以選擇性地按一下**文字建置器**按鈕，以便其標籤變更為**點按**。當按鈕顯示**點按**時，您可以檢視或編輯原始 SQL。您也可以使用**公式協助程式**從清單中挑選巨集、運算子及字串函數。

註：如果查詢包含與 Campaign 產生的欄位同名的表格欄位，則必須限定欄位名稱。請使用下列語法： <table_name>.<field_name>。

15. 按一下**點按**按鈕以變更回原始查詢模式。按鈕標籤會變更回**文字建置器**。
16. (選用) 使用**測試查詢**來查看查詢傳回的 ID 數。

在測試查詢時，將顯示進度列。如果您要取消測試，請關閉進度視窗。測試完成時，Campaign 將指出該查詢所傳回的列數。

重要：廣域抑制和單元大小限制不會套用於測試查詢計數中。測試查詢可能還傳回非正規資料。若要取得精確的結果計數，請測試執行程序。

17. 按一下**確定**以儲存此客群的查詢，並關閉「編輯客群」對話框。
18. 在「資料分群程序配置」對話框中，編輯剩餘客群以為其定義查詢。
19. 使用「客群」、「擷取」及「一般」標籤上的控制項來繼續配置「資料分群」程序。如需相關資訊，請參閱下列主題：
 - 『資料分群程序：客群標籤』
 - 第 58 頁的『資料分群程序：擷取標籤』
 - 第 58 頁的『資料分群程序：一般標籤』
20. 按一下**確定**，以儲存選擇並關閉「資料分群程序配置」對話框。

程序現在已配置。您可以測試該程序，以驗證該程序是否傳回您預期的結果。

資料分群程序：客群標籤

使用「資料分群程序配置」對話框的「客群」標籤可指示如何將送入的資料劃分為不同的群組或客群。

下表說明資料分群程序配置對話框的「客群」標籤上的控制項。

表 5. 「客群」標籤

控制項	說明
輸入	指定「資料分群」程序的輸入。該下拉清單包含已連接至「資料分群」程序之任何程序中的所有輸出單元。如果要選取多個輸入，請選取 多個單元 。
依欄位進行分群	指定某個欄位以用於對資料進行分群。將使用選定欄位中存在的值對資料進行分群。該欄位中的每一個不同值都將建立一個獨立客群。例如，包含值 A、B、C 的欄位將產生三個客群。
側寫	開啟「對所選欄位進行側寫」對話框，其會計算選定欄位中記錄的值以及分佈。僅當依欄位進行分群時才可用。如果要在最初選取欄位之後隨時重新側寫該欄位，請按一下側寫。
衍生欄位...	僅當依欄位進行分群時才可用。開啟 建立衍生欄位 對話框，以便您可以建立新欄位。
依查詢進行分群	根據您建立的查詢對資料進行分群。
客群數目	<p>僅當依查詢進行分群時才處於作用中。指出要建立的客群數目。依預設，將建立 3 個客群，預設名稱分別為 "Segment1"、"Segment2" 和 "Segment3"。客群數目欄位不容許您輸入大於 1000 的值，因為 1000 是可在流程圖中建立的客群數目上限。</p> <p>依欄位進行分群時：將根據選定欄位的側寫結果來更新客群數目欄位。客群數目取決於在欄位中偵測到的值。</p>
互斥客群	指定客群是否是互斥的（亦即，保證每一個符合條件的記錄只屬於一個客群）。
建立擷取表格	<p>此控制項會指定客群是否應該為每一個輸出單元建立擷取表格。選取此選項會確保 Campaign 可以向後續程序提供必要的資訊，以保持追蹤客群內的重複目標客戶。</p> <p>選取這個勾選框會啟用「擷取」標籤上的選項。</p> <p>如果已選取互斥客群，則會停用這個勾選框。</p>
客群名稱	<p>依名稱列出所有客群。依預設，將建立 3 個客群，預設名稱分別為 "Segment1"、"Segment2" 和 "Segment3"。</p> <p>依欄位進行分群時：將根據選定欄位的側寫結果來更新客群名稱。例如，如果要在名為 "Acct_Status" 的欄位（具有兩個相異值 "A" 和 "B"）上分群，則將建立兩個客群，分別名為 "Acct_Status_A" 和 "Acct_Status_B"。</p>
大小上限	每一個客群中所接受的記錄數目上限。
大小	符合客群準則的記錄數目。在執行程序之前，這個數目預設為輸出單元中的記錄總數。
查詢	僅當依查詢進行分群時，才會顯示客群清單中的查詢直欄。它指出用來建立客群的查詢準則。如果要變更查詢準則，請按兩下客群名稱或選取客群，然後按一下 編輯 。
上移 1 位和下移 1 位箭頭	將所選客群在清單中上移或下移。客群以其列出順序進行處理。
新建客群	僅當依查詢進行分群時才處於作用中。開啟 新建客群 對話框，以便您可以透過指定查詢來建立新客群。
編輯	此按鈕會開啟所選取客群的 編輯客群 視窗。依欄位進行分群時，您可以變更客群名稱或大小上限。依查詢進行分群時，您可以變更名稱、大小和查詢表示式。
移除	移除選定的客群。移除客群時， 客群數目 欄位會自動更新。如果只有一個客群可用，則將停用 移除 按鈕，以避免刪除唯一客群。

表 5. 「客群」標籤 (繼續)

控制項	說明
請勿對空白客群執行後續程序	防止對空白客群執行下游程序。

資料分群程序：擷取標籤

使用「資料分群程序配置」對話框的「擷取」標籤來選取要擷取的欄位。如此一來，您容許將「資料分群」程序中的輸出作為流程圖中「郵件名單產出」或「電訪名單產出」程序的輸入進行存取。

下表說明「擷取」標籤上的欄位、按鈕和控制項。僅當您在「客群」標籤上選取了建立擷取表格時，「擷取」標籤上的控制項才處於作用中。

表 6. 擷取標籤

欄位	說明
目標資料來源	將在其中寫入此程序輸出的位置。Campaign 伺服器及您所連接的任何其他資料來源都可以從目標資料來源下拉清單中取得。
候選欄位	根據輸入資料來源而可供擷取的欄位清單，其中包括欄位名稱及資料類型。 如果輸入來源是 eMessage 中的登入網頁，則每一個欄位名稱都是登入網頁的屬性。如果屬性包含特殊字元或空格，則會將其轉換為有效的欄位名稱。所有登入網頁屬性的資料類型都會作為文字列出。 註：綱目物件名稱限制為 30 個字元。將屬性名稱限制為 30 個或更少的字元，可以為擷取的輸出產生有效的直欄名稱。
要擷取的欄位	您選取從候選欄位清單中擷取的欄位。「輸出名稱」預設為要擷取的欄位直欄中的欄位名稱。 如果變更「輸出」名稱，則可以使用字母和數字的任意組合。請勿使用空格、連字號 (-)、句點 (.)、斜線 (/ 或 \) 或任何特殊字元。
側寫	開啟「對所選欄位進行側寫」對話框，其會計算選定欄位中記錄的值以及分佈。僅當在候選欄位清單中選取某個欄位名稱時，此欄位才處於作用中。
衍生欄位...	開啟「建立衍生欄位」對話框。
更多...	開啟「進階設定」對話框，其中包括用於跳過重複記錄及指定 Campaign 如何識別重複項的選項。

資料分群程序：一般標籤

使用「資料分群程序配置」對話框的「一般」標籤來修改程序名稱、輸出單元名稱或單元代碼。您也可以輸入附註來說明「資料分群」程序的用途。當您將游標移至流程圖中的程序框上方時，會顯示附註。

如需相關資訊，請參閱下列主題：

- 第 141 頁的『變更單元名稱』
- 第 142 頁的『重設單元名稱』
- 第 143 頁的『複製和貼上網格中的所有單元』
- 第 143 頁的『變更單元代碼』

資料分群程序：新建客群和編輯客群控制項

下表說明「新建客群」和「編輯客群」對話框上的控制項。您可以在配置「資料分群」程序時存取這些對話框。

註：僅當您依查詢進行分群時，才可以存取「新建客群」對話框。依欄位進行分群時，只有名稱和大小上限欄位在「編輯客群」對話框中可用。

表 7. 新建客群和編輯客群對話框控制項

控制項	說明
名稱	客群的名稱。
大小上限	客群中所接受的記錄數目上限。
選取依據	指定查詢所基於的資料來源。
選取所有資料來源類型	將資料來源中的所有 ID 都包括在輸入下拉清單中。
選取資料來源類型的方式	提供對用於建立查詢之函數的存取，以根據您定義的準則只選取特定的 ID。
進階...	開啟「進階設定」對話框，其提供下列選項： <ul style="list-style-type: none">• 使用原始 SQL：使用原始 SQL 查詢來對資料進行分群。• 使用來自輸入單元的查詢範圍：僅當此「資料分群」程序的來源單元使用查詢時才可用。選取該勾選框可將來源單元中的查詢與現行選取準則相結合（使用 "AND"）。
衍生欄位...	開啟「建立衍生欄位」對話框。
查詢文字框及按鈕	如需使用查詢文字框及相關欄位和按鈕的相關資訊，請參閱《IBM Campaign 管理手冊》中的「在程序中建立查詢」。

資料抽樣程序

使用「資料抽樣」程序將聯絡人劃分為多個群組。取樣的標準使用是建立目標和控制群組，您可以使用它們來測量市場行銷活動的有效性。

將聯絡人劃分為範例群組

若要建立目標和控制群組，請使用「資料抽樣」程序。有數個取樣方法：隨機會建立在統計上有效的控制群組或測試集。所有其他 X 會將所有其他記錄配置到範例群組。循序部分會將若干記錄配置到後續範例。

程序

1. 開啟流程圖以進行編輯。



2. 將「資料抽樣」程序  從選用區拖曳至流程圖。
3. 至少連接一個已配置程序（例如，「名單選取」程序）作為「資料抽樣」程序框的輸入。
4. 按兩下流程圖中的「資料抽樣」程序。
5. 使用範例標籤上的輸入清單來選取您要進行取樣的單元。該清單包含來自已連接到「資料抽樣」程序的任何程序的所有輸出單元。如果有多個單元提供輸入，您可以選擇性地選取多個單元選項。如果選取了多個來源單元，則將對每一個來源單元執行相同的取樣作業。

註：所有選取的單元必須定義於同一目標客戶類型（例如「家庭」或「客戶」）。

6. 使用**範例/輸出單元數目**欄位來指定要為每個輸入單元建立的範例數。依預設，將為每個輸入單元建立三個範例，預設名稱為 Sample1、Sample2 和 Sample3。
7. 若要變更預設範例名稱，請在**輸出名稱**直欄中按兩下範例，然後鍵入新名稱。可以使用字母、數字和空格的任意組合。請勿使用句點 (.) 或斜線 (/ 或 \)。

重要：如果變更範例名稱，您必須更新使用此範例作為輸入單元的所有後續程序。變更範例名稱可能會取消配置後續的已連接程序。一般來說，您應該先編輯範例名稱，然後再連接後續程序。

8. 使用下列其中一種方法來定義範例大小：
 - 依百分比劃分記錄：選取**依百分比指定大小**，然後按兩下**大小**欄位以指出要用於每個範例的記錄百分比。如果您要限制範例大小，請使用**大小上限**欄位。預設值是**無限制**。針對**輸出名稱**直欄中列出的每個範例重複這些步驟，或使用**所有剩餘項**勾選框將所有剩餘記錄指派給該範例。您只能針對一個輸出單元選取**所有剩餘項**。
 - 指定每個範例大小的記錄數：選取**依記錄數指定大小**，然後按兩下**大小上限**欄位以指定要配置給第一個範例群組的記錄數目上限。針對列出的下一個範例指定**大小上限**，或使用**所有剩餘項**勾選框將所有剩餘記錄指派給該範例。您只能針對一個輸出單元選取**所有剩餘項**。

選用項目：按一下**範例大小計算機**，然後使用該計算機來判定最佳範例大小。（請參閱第 61 頁的『關於範例大小計算機』。）然後在計算機中複製**範例大小下限**欄位的值，按一下**完成**以關閉計算機，並在**依記錄數指定大小**的**大小上限**欄位中貼上值。

9. 確保**輸出名稱**清單中的每一個範例都已定義大小或已勾選**所有剩餘項**。
10. 在**取樣方法**區段中，指定如何建置範例：
 - **隨機取樣**：請利用這個選項來建立統計上有效控制群組或測試集。此選項使用亂數產生器根據指定的種子值來隨機地將記錄指派給範例群組。種子值在後面的步驟中說明。
 - **所有其他 X**：這個選項會將第一個記錄放入第一個範例，將第二個記錄放入第二個範例，直至達到指定的範例數。此程序會重複執行，直至已將所有記錄配置到範例群組。若要使用此選項，您必須指定**排序方式**選項以判定如何將記錄排序到群組。**排序方式**選項稍後在下列步驟中說明。
 - **循序部分**：這個選項會將前 N 個記錄配置到第一個範例，將下一組記錄配置到第二個範例，以此類推。根據某些排序欄位（例如，累加採購或模型評分）的最大十分位（或某個其他大小）建立群組時，此選項很有用。若要使用此選項，您必須指定**排序方式**選項以判定如何將記錄排序到群組。**排序方式**選項稍後在下列步驟中說明。
11. 如果已選取**隨機取樣**，則在大部分情況下，您可以接受預設種子。**種子**代表 IBM Campaign 用於隨機選取 ID 的起始點。

若要產生新的種子值，請按一下**挑選**，或者在**種子**欄位中輸入值。下面是您何時可能需要使用新種子值的範例：

- 您在相同序列中具有完全相同的記錄數，如果您使用相同種子值，則每次都會將記錄建立到相同的範例中。

- 隨機取樣會產生不想要的結果（例如，所有男性都將配置到一個群組，而所有女性則配置到另一個群組）。

註：除非「資料抽樣」程序的輸入有所變更，否則同一組隨機記錄將用於此程序的每次後續執行。這在您打算將結果用於建模用途時至關重要，原因是必須在同一組記錄中對不同建模演算法進行比較以確定每個模型的有效性。如果您不打算將結果用於建模，可以讓「資料抽樣」程序在每次執行時選取一組不同的隨機記錄。為此，請使用隨機種子值零 (0)。值為 0 時，可以確保程序每次執行時都將選取一組不同的隨機記錄。

12. 如果已選取**所有其他 X** 或**循序部分**，您必須指定排序以判定記錄將如何配置到範例群組：
 - a. 從下拉清單中選取**排序方式**欄位，或透過按一下**衍生欄位**來使用衍生欄位。
 - b. 選取**遞增**以按遞增順序（從低到高）對數值欄位進行排序並按字母順序對字母欄位進行排序。如果選擇**遞減**，排序將相反。
13. 如下所示使用**一般標籤**：
 - a. **程序名稱**：指派敘述性名稱。程序名稱用作流程圖上的框標籤。它也用在對話框及報告中以識別程序。
 - b. **輸出單元名稱**：依預設，輸出單元名稱由程序名稱後接範例名稱及數字組成。這些名稱用於對話框與報告中。您可以按兩下輸出單元名稱，在欄位中鍵入名稱來變更名稱。或者按一下**複製**按鈕來開啟會顯示所有現有輸出單元名稱的文字框。手動複製名稱，然後按一下**確定**。隨後按一下**貼上**按鈕，將它們貼入文字框中，而您可以在其中編輯名稱。然後按一下「**確定**」以將編輯後的輸出單元名稱複製到欄位。如果您要回復為預設輸出單元名稱，您可以使用**重設單元名稱**按鈕。
 - c. **單元代碼**：單元代碼具有由系統管理者決定的標準格式，並且在產生時是唯一的。除非您瞭解變更單元代碼的影響，否則請不要變更單元代碼。依預設，在程序中建立之單元的名稱與程序名稱相符。儲存對輸出單元名稱的變更時，如果已選取**自動產生單元代碼**，則會重新產生單元代碼。如果您不想變更單元代碼，請取消勾選**自動產生單元代碼**。請參閱第 139 頁的『單元名稱及代碼』。
 - d. **附註**：使用**附註**欄位來說明程序的用途或結果。當您將游標移至流程圖中的程序框上方時，會顯示此欄位的內容。
14. 按一下**確定**。

結果

程序已配置且已在流程圖中啟用。您可以測試程序執行，以驗證它是否傳回您預期的結果。

關於範例大小計算機

Campaign 提供了範例大小計算機，以在評估行銷活動結果時協助您判定範例大小的統計意義。

有兩種方式用來指定您要的精確度層次。您可以輸入誤差範圍並計算所需的範例大小下限，也可以輸入範例大小下限並計算將產生的誤差範圍。以 95% 信任層次來報告結果。

判定適當的範例大小

範例大小計算機會根據要將您考量的哪些內容作為可接受的誤差範圍，來判定範例中要包括的聯絡人數目下限。以 95% 信任層次來報告結果。

關於這項作業

當您的目標是要根據範例來推斷人員群組時，判定適當的範例大小很重要。一般而言，範例大小越大，產生的誤差範圍越小。使用範例大小計算機來計算特定誤差範圍所需的範例大小，或判定不同範例大小的誤差範圍。

程序

1. 在「資料抽樣程序配置」對話框的範例標籤上，按一下範例大小計算機。

即會開啟「範例大小計算機」。

2. 針對**回應率預估**，輸入預期來自市場行銷活動的回應率下限及上限的最佳猜測。

這兩個值必須是介於 0% 和 100% 之間的百分比。預期的回應率越低，範例大小必須越大才能達到相同層次的已測量回應率精確度。

3. 如果您不是在使用預測模型，請選取**沒有模型**作為建模預估。
4. 如果您是在使用預測模型，請選取**模型效能**，然後輸入**累計增益**及**檔案深度**的百分比。

如果要取得這些值，請執行下列動作：

- a. 在 IBM SPSS Modeler Advantage Enterprise Marketing Management Edition 中開啟「評估」報告，並開啟「測試」分割區。
- b. 選取**增益**標籤，並將資訊顯示為**表格**。
- c. 使用表格第一個直欄（「客群」）中的值作為**檔案深度**，以指出您計劃聯絡的客戶百分比。
- d. 使用表格最後一個直欄（「累計增益」）中的對應值作為**累計增益**。

計算機會根據預期回應率及建模效能，使用此資訊來判定您需要使用的範例數目。

5. 使用下列任一方法：
 - 若要根據您願意接受的誤差範圍判定範例大小下限：請在**誤差範圍 (+ 或 -)**欄位中輸入 0% 到 100% 的值，以指出針對此範例您願意接受的誤差範圍百分比。然後按一下**計算範例大小**。**範例大小下限**欄位指出將符合所指定誤差範圍的最小範例。誤差範圍百分比越小，需要的範例大小就越大。相反地，誤差範圍越大，需要的範例大小就越小。例如，誤差範圍是 3%，則需要的範例大小就大於誤差範圍 10% 所容許的範例大小。
 - 若要判定將從特定範例大小中產生的誤差範圍：請在**範例大小下限**欄位中輸入值以指出您計劃使用的範例大小，然後按一下**計算誤差範圍**。根據結果，您可以決定是增加還是減小範例大小。範例大小越大，產生的誤差範圍就越小。如果產生的誤差範圍太大，請使用更大的範例大小。
6. 判定最佳範例大小之後，請執行下列動作：
 - a. 複製**範例大小下限**欄位中的值。
 - b. 按一下**完成**以關閉計算機。
 - c. 確認已選取**依記錄數指定大小**。

- d. 將值貼上至「資料抽樣」程序框中的大小上限欄位。

「資料層級轉換」程序

目標客戶類型定義您要處理的目標實體，例如帳戶、客戶、家庭、產品或業務部門。在流程圖中使用「資料層級轉換」程序可以在目標客戶類型之間切換或依目標客戶類型過濾掉 ID。

目標客戶類型由管理者在表格對映處理程序期間定義。在流程圖中使用「資料層級轉換」程序時，您可以指定您想要在行銷活動中用作目標的目標客戶類型。例如，您可以配置「資料層級轉換」程序以：

- 根據某個商業規則（例如，最年長的男性或帳戶餘額最高的人員）為每個家庭選取一個客戶；
- 選取屬於一組特定客戶的所有帳戶；
- 選取屬於一組特定客戶且餘額為負數的所有帳戶；
- 選取其中有個體持有支票帳戶的所有家庭；
- 選取在指定時間範圍內有三次以上採購行為的客戶。

「資料層級轉換」程序可以從任何已定義表格中選取，因此您可以使用它來作為流程圖中的最上層程序以在一開始選取資料。

若要使用「資料層級轉換」程序，您必須使用為其定義了多個目標客戶類型的表格。在單一表格內定義的這些層次會提供從一個層次轉換至另一個層次的關係。

- 一個索引鍵定義為表格的「主要」或「預設」索引鍵。（此索引鍵代表對此資料來源使用最頻繁的目標客戶。）與表格相關聯的預設層次在表格對映處理程序期間指定。如需對映表格的相關資訊，請參閱《Campaign 管理手冊》。
- 其他索引鍵是可用於切換目標客戶類型的「替代」索引鍵。

切換目標客戶類型之後，Campaign 僅顯示那些其預設索引鍵定義於相同目標客戶類型的表格。如果您定期在不同的目標客戶類型工作，您可能需要在 Campaign 內多次對映同一表格，且每次都使用不同的主要/預設索引鍵。

限制目標客戶規模

配置「資料層級轉換」程序時，每個目標客戶的預設記錄數目是「無限制」。比方說，如果要執行行銷活動流程圖或程序的測試執行，則可能需要限制目標客戶規模。

您可以將目標客戶規模限制為任意正整數。限制目標客戶規模後，將隨機選擇符合條件的記錄。

除非「資料層級轉換」程序的輸入有所變更，否則同一組隨機記錄將用於此程序的每一次後續執行。這在您打算將結果用於建模用途時至關重要，原因是必須在同一組記錄中對不同建模演算法進行比較以確定每個模型的有效性。如果您不打算將結果用於建模，可以讓「資料層級轉換」程序在每次執行時選取一組不同的隨機記錄。為此，請使用隨機種子值零 (0)。值為 0 時，可以確保程序每次執行時都將選取一組不同的隨機記錄。

目標客戶類型

目標客戶類型由 IBM Campaign 管理者進行定義，以代表行銷活動的不同可能目標（例如帳戶、客戶、家庭、產品或業務部門）。

目標客戶類型通常（但不一定）按照階層架構的方式進行組織。以下是階層式目標客戶類型的部分範例，一般在客戶行銷資料庫中找到這些類型：

- 家庭 > 客戶 > 帳戶
- 公司 > 部門 > 客戶 > 產品

貴組織可以定義和使用無限制數目的目標客戶類型。如果是使用多個目標客戶類型（例如，客戶和家庭），則瞭解如何使用「資料層級轉換」程序來最佳地達成商業目標很重要。

目標客戶類型由管理者進行建立和維護。從一個目標客戶類型移至另一個目標客戶類型需要您使用的所有目標客戶類型在相同的表格內都定義了索引鍵。這提供了「查閱」機制，以從一個層次切換至另一個層次。

目標客戶類型是廣域的，並且附加至每一個對映的基本表格。因此，載入流程圖時，會一同載入該流程圖內的目標客戶類型以及表格對映。

如果您有權在 IBM Campaign 中對映表格，則您可以將新表格對映至一個以上的現有目標客戶類型，但無法建立新的目標客戶類型。只有具有適當權限的使用者（通常是系統管理者）才可以建立目標客戶類型。

在「資料層級轉換」程序中，您將指定輸入目標客戶類型及輸出目標客戶類型。輸入及輸出目標客戶類型可以相同（例如「客戶」），也可以不同（例如「客戶」和「家庭」）。使用「資料層級轉換」程序可停留在相同的目標客戶類型內，也可以切換目標客戶類型。

家庭關係

家庭關係是一個通稱，表示透過使用另一個目標客戶類型進行範圍設定來減少現行目標客戶類型中的成員數目。

家庭關係的其中一個最常見範例是識別每一個家庭內要作為目標的單個成員。您可以根據如下行銷商業規則，每個家庭選取一個成員：

- 所有帳戶中擁有最大金額值的成員；
- 在特定產品種類中的購買次數最多的成員；
- 具有最高佔有權的成員；或
- 家庭內年滿 18 歲的最年輕男性。

您可以使用「資料層級轉換」程序來變更目標客戶類型並根據使用者指定的準則來過濾 ID。

何時切換目標客戶類型

部分複雜的行銷活動需要在不同的目標客戶類型處進行處理，以達到最終目標實體清單。這可以涉及到下列動作：在一個目標客戶類型處開始，執行部分計算並採用這個輸出，然後移至另一個目標客戶類型並執行其他計算。

例如，您可能要在不同的層次處支援複式抑制。因此，在客戶與帳戶之間存在一對多或多對多關係的資料模型中，行銷分析師可能要建置用來執行下列動作的行銷活動：

- 刪除客戶的滿足特定準則的所有帳戶（例如，刪除任何違約帳戶）；
- 刪除滿足特定準則的特定帳戶（例如，刪除所有低收益帳戶）。

在此範例中，行銷活動可能在客戶層次處開始，執行客戶層次抑制（抑制違約帳戶），切換至帳戶層次，套用帳戶層次抑制（抑制低收益帳戶），然後切換回客戶層次以取得最終聯絡資訊。

範例：「資料層級轉換」程序

這個範例顯示如何在流程圖中配置「資料層級轉換」程序。

下圖顯示已配置的「資料層級轉換」程序。

The screenshot shows the 'Audience process configuration' window with the following settings:

- Source:** Cell size limit
- Specify selection criteria and result audience level:**
 - Input:** DEMO (Audience Level: Customer)
 - Choose audience:** Customer in DEMO
 - Select:** One Customer entry per... (HouseHold)
 - Based on:** MaxOf (CREDIT_LIMIT)
- Buttons:** Filter...

該程序配置為選擇家庭中具有最高貸款限額的客戶：

- 選取的輸入目標客戶類型是**客戶**；這是 DEMO 表格的預設目標客戶類型。「目標客戶類型」顯示在輸入欄位的右側。
- 輸出目標客戶類型是相同的：**客戶**，如在 DEMO 表格中所定義。DEMO 表格定義了兩種其他目標客戶類型：分支和家庭。
- 該程序根據欄位 CREDIT_LIMIT 的上限，配置為選擇**每個家庭一個客戶項目**。

範例：過濾記錄

這個範例解說如何在流程圖的「資料層級轉換」程序中使用過濾。

當您配置「資料層級轉換」程序以根據計數或統計函數（**MaxOf**、**MedianOf** 或 **MinOf**）來選取 ID，或者選取任何一個時，過濾按鈕將變成可用。當您按一下過濾時，即會出現「指定選取準則」對話框，它會容許您輸入查詢表示式，以指定在基於計算中將使用的記錄。

註：在執行基於計算之前，會先套用過濾準則，以容許您移除記錄時進行考量。

例如，您可能要限制執行作業的日期範圍。如果要只使用去年的採購交易，則您可以輸入過濾查詢表示式，例如：

```
CURRENT_JULIAN() - DATE(PURCH_DATE) <= 365
```

然後，如果要計算用來選擇金額欄位總計的基於計算，則只計算去年內交易金額的總和。

切換及過濾目標客戶類型

配置「資料層級轉換」程序以在目標客戶類型之間切換或依特定目標客戶類型過濾掉 ID。

開始之前

若要使用「資料層級轉換」程序，您必須使用為其定義了多個目標客戶類型的表格。

關於這項作業

「資料層級轉換」程序配置」對話框中可用的選項視您可以做出的各種選擇而定：

- 輸入及輸出目標客戶類型相同還是不同
- 目標客戶類型值是否已在這些表格中正規化
- 是否已為選取的表格定義多個目標客戶類型

出於此原因，下面所說明的選項並非全都可用於所有輸入及輸出表格的配對選取。

程序

1. 開啟流程圖以進行編輯。



2. 將「資料層級轉換」程序  從選用區拖曳至流程圖。

「資料層級轉換」程序可以從任何已定義表格中選取，因此您可以使用它來作為流程圖中的最上層程序以在一開始選取資料。您也可以使用「名單選取」或「資料合併」之類的程序來提供「資料層級轉換」程序的輸入。

3. 按兩下流程圖中的「資料層級轉換」程序。

即會開啟「資料層級轉換」程序配置」對話框，並依預設開啟「來源」標籤。

4. 在「來源」標籤上，開啟輸入清單，然後選取程序的資料來源。您可以從提供「資料層級轉換」程序輸入的任何程序中，選取「客群」、「表格」或輸出單元。

所選輸入的目標客戶類型會顯示在輸入欄位的旁邊。如果沒有輸入，則目標客戶類型會顯示為未選取。

提示：請注意，選取選項指出輸入目標客戶類型。例如，如果目標客戶類型是「客戶」，則可以選取每個客戶一個項目。如果目標客戶類型是「家庭」，則可以選取每個家庭一個項目。

5. 從選擇目標客戶清單中選取輸出目標客戶類型。

註：如果您未看到預期的目標客戶類型，您可以嘗試重新對映表格。

選取選項現在可同時反映輸入和輸出目標客戶類型。

例如，如果輸入為「家庭」，輸出為「客戶」，則**選取**選項會含有下列標籤：**所有客戶項目、部分客戶項目、每個家庭一個客戶項目**。

6. 使用**選取**和**過濾**選項來指定如何選取記錄。可用的選項視您是選取「所有 ID」（在此情況下不容許過濾）、切換類型還是停留在相同類型而定。如需如何根據您是否切換目標客戶類型來進行選取及過濾的詳細資料，請參閱：
 - 『使用相同輸入及輸出目標客戶類型時可用的選項』
 - 第 71 頁的『使用不同輸入及輸出目標客戶類型時可用的選項』
7. 選擇性地使用**單元大小限制**標籤來限制程序在正式作業或測試執行期間所產生的 ID 數目。請參閱第 136 頁的『限制輸出單元的大小』。
8. 使用**一般**標籤來設定下列選項。
 - a. **程序名稱**：指派敘述性名稱以在流程圖及各種對話框和報告中識別程序。
 - b. **輸出單元名稱**：這個名稱依預設與程序名稱相符。它用在各種對話框及報告中以識別輸出單元（程序擷取的一組 ID）。
 - c. **（選用）鏈結至目標單元**：如果組織在目標單元試算表中預先定義目標單元，請執行這個步驟。若要將預先定義目標單元與流程圖程序輸出相關聯，請按一下**鏈結至目標單元**，然後從試算表中選取目標單元。**輸出單元名稱及單元代碼**繼承自目標單元試算表，並且這兩個欄位值都以斜體顯示以指出存在鏈結關係。
 - d. **單元代碼**：單元代碼具有由系統管理者決定的標準格式，並且在產生時是唯一的。除非您瞭解變更單元代碼的影響，否則請不要變更單元代碼。依預設，在程序中建立之單元的名稱與程序名稱相符。儲存對輸出單元名稱的變更時，如果已選取**自動產生**，則會重新產生單元代碼。如果您不想變更單元代碼，請取消勾選**自動產生**。請參閱第 139 頁的『單元名稱及代碼』。
 - e. **附註**：使用附註欄位來說明程序的用途或結果，例如，聯絡每個家庭的一個個體。當您將游標移至流程圖中的程序框上方時，會顯示此欄位的內容。
9. 按一下**確定**以儲存並關閉配置。

程序現在已配置。您可以測試程序執行以驗證它是否傳回您預期的結果。

使用相同輸入及輸出目標客戶類型時可用的選項

當流程圖的「資料層級轉換」程序中的輸入及輸出目標客戶類型相同時，您可以使用下列選項來識別目標客戶。

視針對輸入及輸出（**選擇目標客戶**）選取之目標客戶類型的關係而定，**選取**選項會有所不同。會停用沒有意義的選項。

註：所選取目標客戶類型的名稱在**選取**選項標籤中使用。例如，如果輸入目標客戶類型為「客戶」，則**每項一個項目**選項會顯示為**每項一個客戶項目**。

選取選項包括：

每項一個	輸入/輸出目標客戶類型的一個成員（由另一個目標客戶類型限定範圍）。 例如：每個家庭一個客戶。 請參閱第 68 頁的『選取每個 <不同目標客戶> 一個 <輸入/輸出目標客戶> 項目』。
------	---

每項多個	<p>輸入/輸出目標客戶類型的部分成員（由另一個目標客戶類型限定範圍）。</p> <p>例如：一個家庭中高於平均採購量的所有客戶。</p> <p>請參閱第 69 頁的『選取每個 <不同目標客戶> 多個 <目標客戶> 記錄』。</p>
適用於每一個	<p>如果所選目標客戶類型的成員數滿足某個條件，則選取成員。</p> <p>例如：帳戶數 > 1，或採購量 > 3。</p> <p>請參閱第 69 頁的『選取該目標客戶類型處每一個項目的項目』。</p>

選取每個 <不同目標客戶> 一個 <輸入/輸出目標客戶> 項目：

如果輸入及輸出目標客戶類型相同，但使用不同的目標客戶類型來設定輸出的範圍，請選擇這個選項。

關於這項作業

一個範例是選取每一個家庭中具有最久帳戶的一個客戶。（輸入目標客戶類型是客戶，輸出目標客戶類型是客戶，由「家庭」類型設定範圍，並使用 MinOf (BaseInfo.AcctStartDt) 進行選取。）指定商業規則，以指出如何選取單一實體（例如，某個欄位的下限、上限或中間值）或選擇任何一個（在此情況下，任何欄位選項均不可用）。

程序

1. 在「資料層級轉換」程序中，為輸入選取一個輸入來源。
2. 針對輸出目標客戶選擇相同目標客戶類型。

相關的選取選項會變為可用。

3. 選取每項一個項目選項。
4. 從清單中選取目標客戶類型。

所有已定義的替代目標客戶類型（輸入目標客戶以外的類型）都會出現在清單中。

5. 從基於清單中選擇一個值：
 - 任何一個將不需要挑選基於值
 - **MaxOf** 傳回選定欄位的上限值
 - **MedianOf** 傳回選定欄位的中間值
 - **MinOf** 傳回選定欄位的下限值

其中每一個功能都從輸入目標客戶類型只傳回一個成員。如果在上限、下限或中間值處連結了多個項目，則將傳回遇到的第一個項目。

6. 如果已選取任何一個以外的其他基於準則，請選取將對其執行函數的欄位。此清單包含在選擇目標客戶欄位中選取之表格中的所有欄位，以及任何已對映維度表格中的所有欄位。透過按一下 "+" 符號來展開表格。已建立的衍生欄位會列出在底端。

例如，若要從每個家庭中選取帳戶餘額最高的帳戶持有者，請針對**基於**準則選取 **MaxOf** 並從表格欄位清單中選取 Acct_Balance。

您還可以透過按一下**衍生欄位**來建立或選取衍生欄位。

7. (選用) 如果選取了要基於的計數，則**過濾**按鈕將變為可用。

使用**過濾**功能來減少將可用於**基於**計算的 ID 數目。例如，您可能要根據客戶最近 6 個月的平均帳戶餘額來選取客戶，但在這樣做之前，您要先濾除其帳戶處於非作用中狀態的所有客戶。

如果要在執行**基於**計算之前過濾記錄，請按一下**過濾**。即會出現「指定選取準則」對話框。您可以輸入查詢表示式來指定將在**基於**計算中使用的記錄。在執行**基於**計算之前，會先套用過濾準則，以容許您移除記錄時進行考量。

提示：您可以在「指定選取準則」對話框中建立查詢表示式，就如您針對「名單選取」程序所做的一樣。如需指示，請參閱第 44 頁的『選取聯絡人清單』主題。

8. 按一下**確定**，以儲存查詢並關閉「指定選取準則」對話框。
9. 透過完成剩餘標籤上的欄位來繼續配置「資料層級轉換」程序。

選取每個 <不同目標客戶> 多個 <目標客戶> 記錄：

這個選項指示每個目標客戶有多個項目。

關於這項作業

在此情況下，輸入及輸出目標客戶類型相同，但使用不同的目標客戶類型來設定輸出的範圍。例如，選取每一個家庭中購買金額超過 \$100 的所有客戶（輸入目標客戶類型是客戶，輸出目標客戶類型是客戶，由「家庭」類型設定範圍，並使用 Maximum Purchase Value>\$100。）

除了建立查詢之外，**基於**準則還支援關鍵字，以容許執行 GROUPBY 巨集函數的對等功能項目。

程序

1. 為「輸入」選取一個輸入來源，並為「資料層級轉換」程序中的輸出目標客戶選取相同的目標客戶類型。相關的「選取」選項會變為可用。
2. 選取**每...多個項目**選項。選定的選項旁邊會出現一個清單。
3. 從清單中選取目標客戶類型。所有已定義的替代目標客戶類型（輸入目標客戶以外的類型）都會出現在清單中。
4. 按一下**基於**欄位以輸入查詢。即會開啟「指定選取準則」對話框。
5. 輸入或建置一個有效的查詢表示式，然後按一下**確定**，以儲存該表示式並關閉「指定選取準則」對話框。

提示：您可以在「指定選取準則」對話框中建立查詢表示式，就如您針對「名單選取」程序所做的一樣。如需指示，請參閱第 44 頁的『選取聯絡人清單』主題。

6. 透過完成剩餘標籤上的欄位來繼續配置該程序。

選取該目標客戶類型處每一個項目的項目：

這個選項指示多個目標客戶類型中有多重選項。

關於這項作業

如果選定目標客戶類型處的成員數目滿足某個條件（例如，帳戶數目 > 1 或購買次數 > 3），請選取這個選項。

註：僅當未正規化輸入目標客戶類型（亦即，記錄 ID 在選定的「選擇層次」表格中不是唯一的），並且輸入及輸出層次相同時，這個選項才可用。如果尚未對輸出目標客戶表格定義任何替代鍵，則這是唯一可用的選項。

程序

1. 為輸入選取一個輸入來源，並為「資料層級轉換」程序中的輸出目標客戶選取相同的目標客戶類型。

相關的選取選項會變為可用。

2. 選取針對每項選項。

註：僅當未正規化輸入目標客戶類型（亦即，記錄 ID 在選定的「選擇層次」表格中不是唯一的）時，這個選項才可用。

選定的選項旁邊會出現一個清單。

3. 選擇基於選項。

如果為選擇目標客戶（即輸出目標客戶）選取的表格未正規化，則結果中可能會有重複項。若要避免重複，請指定基於方法以供 Campaign 在選取記錄時使用。例如，如果結果可能包含同一家庭中的多個個體，則您可以使用基於，根據您在此功能中配置的準則來從該家庭中僅選取一個個體。

您必須選取其中一個基於方法：

- **計數**：此選項可讓您選取 <Input Audience Level> ID，其中 <Input Audience Level> ID 的出現次數滿足指定的條件。如果要在不同的關係（<、<=、>、>=、=）之間切換，請反覆地按一下運算子按鈕，直到顯示所需的關係為止。

當您選取計數時，過濾按鈕會變成可用。選擇性地使用過濾功能來減少將可用於基於計算的 ID 數目。例如，您可能要根據客戶最近 6 個月的平均帳戶餘額來選取客戶 ID，但在這樣做之前，您要先濾除其帳戶處於非作用中狀態的所有客戶。當您按一下過濾時，會開啟「指定選取準則」對話框。您可以輸入查詢表示式來指定將在基於計算中使用的記錄。在執行基於計算之前，會先套用過濾準則，以容許您移除記錄時進行考量。

- **條件**：按一下條件右側的文字框。即會出現「指定選取準則」對話框。輸入或建置一個有效的查詢表示式，然後按一下**確定**，以儲存該表示式並關閉「指定選取準則」對話框。

提示：您可以在「指定選取準則」對話框中建立查詢表示式，就如您針對「名單選取」程序所做的一樣。如需指示，請參閱第 44 頁的『選取聯絡人清單』主題。

4. 透過完成剩餘標籤上的欄位來繼續配置該程序。

使用不同輸入及輸出目標客戶類型時可用的選項

當流程圖的「資料層級轉換」程序中的輸入及輸出目標客戶類型不同時，您可以使用下列選項來識別目標客戶。

註：所選取目標客戶類型的名稱在**選取**選項標籤中使用。例如，如果輸入目標客戶類型為「客戶」，則**每項一個項目**選項會顯示為**每項一個客戶項目**。在下列區段中，選項文字的動態變更部分會在適當時以 <Input/Output Audience> 指出。

選取選項包括：

全部	選取輸入目標客戶類型的所有成員（由另一個目標客戶類型限定範圍）。例如：每個家庭的所有客戶。 請參閱『選取所有 <輸出目標客戶類型> 項目』。
部分	選取輸出目標客戶類型的部分成員，只保留那些滿足指定條件的 ID。例如：一個家庭內年滿 18 歲以上的所有客戶。 請參閱『選取一些<不同的輸出目標客戶類型>項目』
每項一個	僅為每個輸入目標客戶記錄選取一個輸出目標客戶記錄。例如：每個家庭一個客戶。 請參閱第 72 頁的『每個 <不同的輸入目標客戶> 選取一個 <輸出目標客戶>』。

選取所有 <輸出目標客戶類型> 項目：

選取這個選項無需執行任何過濾就能切換至輸出目標客戶類型。例如，您可以選取家庭中的所有客戶或屬於某個客戶的所有帳戶。

關於這項作業

這個選項會建立一個輸出單元，該輸出單元具有與輸入 ID 相關聯的所有輸出目標客戶類型項目。它會切換目標客戶類型，而不會套用任何選取或過濾準則。

如果從某個主要目標客戶類型變更為另一個目標客戶類型，則在下游程序中，您將不再能夠使用衍生欄位。

程序

1. 為輸入選取一個輸入來源，並為選擇目標客戶選取一個不同的輸出目標客戶。

選取選項會變為可用。

2. 選取全部 < 輸出目標客戶類型 > 項目。
3. 按一下確定。

選取一些<不同的輸出目標客戶類型>項目：

選取這個選項以從輸入目標客戶類型切換至不同的輸出目標客戶類型，僅保留滿足指定條件的那些 ID。例如，您可以選取某個家庭內年滿 18 歲的所有客戶，也可以選取某個客戶餘額為正數的所有帳戶。

程序

1. 為輸入選取一個輸入來源，並為選擇目標客戶選取一個不同的輸出目標客戶。

選取選項會變為可用。

2. 按一下以選取部分 < 輸出目標客戶類型 > 項目。

基於欄位將變為可用。

3. 按一下基於欄位以輸入查詢。

即會出現「指定選取準則」視窗。基於準則容許您輸入查詢表示式，以限制選定的輸出目標客戶類型項目。

4. 輸入或建置一個有效的查詢表示式，然後按一下**確定**，以儲存該查詢並關閉「指定選取準則」視窗。
5. 按一下**確定**以關閉「資料層級轉換」程序配置」對話框，從而儲存您的輸入。

每個 <不同的輸入目標客戶> 選取一個 <輸出目標客戶>：

選取這個選項以為每一個輸入目標客戶記錄只選擇一個輸出目標客戶記錄（例如，每個客戶選擇一個電子郵件位址）。

關於這項作業

必須指定商業規則，以指出應該如何選取單一實體（例如，某個欄位的下限、上限或中間值）或選擇任何一個（在此情況下，任何欄位選項均不可用）。

僅當未正規化輸入目標客戶類型（亦即，記錄 ID 在選定的選擇層次表格中不是唯一的）時，這個選項才可用。

除了建立查詢之外，基於準則還支援關鍵字，以容許執行 GROUPBY 巨集函數的對等功能項目。

程序

1. 為輸入選取一個輸入來源，並為「資料層級轉換」程序選取一個輸出目標客戶。

選取選項會變為可用。

2. 選取每個 <輸入目標客戶類型> 一個 <輸出目標客戶類型>。

3. 從基於下拉清單中選取一個值。

（當您選取任何一個時，使用右側下拉清單進行的欄位選擇會變為非作用中。如果這是您的選擇，請跳到步驟 5。）

4. 在與基於功能相關的下一個下拉清單中選取一個欄位：

- a. 按一下基於文字框。

即會出現「選取欄位」視窗。即會顯示在選擇目標客戶下拉清單中選取之表格中的所有欄位，其中包括任何已對映的維度表格。

您可以透過按一下 "+" 符號來展開表格。已建立的衍生欄位會列出在底端。

- b. 選取欄位，然後按一下**確定**。
- c. （選用）透過按一下**衍生欄位**來建立衍生欄位。

5. (選用) 如果要在執行基於計算之前過濾記錄，請使用過濾。
6. 按一下確定。

擷取程序

使用「擷取」程序來從一個表格中選取欄位，並將這些欄位寫出到另一個表格中以進行後續處理。「擷取」程序旨在將大量資料削減到可管理的大小以用於後續作業，從而顯著改善效能。

「擷取」程序可以從單元、單一表格、策略客群、最佳化清單（僅限 Contact Optimization）或 eMessage 登入網頁（僅限 eMessage）獲取輸入。如果您選取策略客群作為輸入，則必須將其連接至表格，才能擷取欄位。

如果您以串聯方式使用數個「擷取」程序，則只會寫出最後一個「擷取」程序中的欄位。

如果您以平行方式（在相同流程圖中的不同分支內）使用數個「擷取」程序，則它們的行為與持續性衍生欄位相同：

- 擷取的欄位會連接至入埠單元
- 會先計算擷取的欄位，然後再在該程序中執行查詢
- 可以在後續程序中使用多個擷取的欄位
- 將擷取的欄位傳送至聯絡程序時：
 - 如果未為單元定義擷取的欄位，則其值為 NULL
 - 如果單一 ID 位於多個單元中，則會為每個單元輸出一列
- 將擷取的欄位傳送至「資料分群」或「決策」程序時，擷取的欄位必須存在於所有選取的輸入單元中，才能在依查詢進行分群時使用。

擷取的表格

資料會在 Campaign 伺服器上擷取為二進位檔或擷取為具有 **UAC_EX** 字首的表格。

在流程圖執行結束時，不會刪除擷取表格。擷取表格會持續保存，以便使用者可以繼續存取它來執行對其欄位進行側寫等作業。

僅當刪除擷取表格的關聯擷取程序、流程圖、行銷活動或階段作業時，才會刪除擷取表格。

註：若要節省空間，系統管理者可以定期刪除具有 **UAC_EX** 字首的表格。但是，如果移除這些表格，您必須先重新執行受影響的「擷取」程序，然後再在目前遺漏的表格中重新執行流程圖或側寫欄位。否則，Campaign 會產生「找不到表格」錯誤。

範例：擷取交易資料

這個範例解說如何使用「擷取」程序來取得採購交易的相關資料。

假定您設計了一個行銷活動，用於根據所有非違約客戶（大約是您客戶基礎的 90%）最近 3 個月的採購交易來執行選取或計算，從而產生 4 Gb 資料。

例如，即使 IBM Campaign 為這些客戶建立了暫存表格，將其結合回採購交易表格也將取出 4 Gb 列的大約 90% 以上（並捨棄除最近 3 個月之外的所有交易），以執行 GROUPBY 巨集。

相反，您可以配置一個「擷取」程序（位於採購交易層次）以取出最近 3 個月內的所有交易，將它們放置在資料庫中的某個表格內，然後對其執行多個 GROUPBY 巨集及其他計算（例如最小值/最大值和平均值）。

從 eMessage 登入網頁擷取資料時的必要條件

必須先符合數個必要條件，然後才能配置「擷取」程序，以接受來自 eMessage 登入網頁的輸入。

- eMessage 必須已安裝、處於執行狀態並已啟用。
- 必須適當地配置 eMessage 登入網頁。
- 必須執行郵寄，並且必須接收到來自郵寄收件者的回應。

如需 eMessage 登入網頁的相關資訊，請參閱《eMessage 使用手冊》。

從單元、表格或策略客群擷取資料

此程序說明如何使用「擷取」程序來從輸入單元（例如「名單選取」程序）或從單一表格或策略客群取得資料。如此一來，您可以將大量資料削減到可管理的大小以用於後續作業，從而顯著改善效能。

開始之前

請參閱第 73 頁的『擷取程序』。

程序

1. 開啟流程圖以進行編輯（在流程圖工具列中按一下編輯 ）。

2. 將「擷取」程序  從選用區拖曳至流程圖。

3. 選擇性地將已配置程序（例如，「名單選取」程序）作為輸入連接至「擷取」程序。

4. 按兩下流程圖中的「擷取」程序。

即會開啟「擷取程序配置」對話框，並依預設開啟「來源」標籤。

5. 在來源標籤上，使用輸入清單來選取輸入單元、表格或策略客群。選取依據清單指出您的選擇。如果您選取了策略客群，則您必須從選取依據清單中選取表格，來將客群連接至表格。

6. 指定要選取的記錄。如果您想要併入輸入資料來源中的所有記錄，請選擇選取所有記錄。

7. 如果您偏好使用所選取資料來源中的 ID 子集，請選擇選取具有以下項的所有記錄，以便您可以針對想要擷取的記錄執行查詢。

「表示式」方框會顯示含標籤欄位名稱、運算子、值和及/或的直欄。

當按鈕顯示文字建置器時，您可以透過在含標籤欄位名稱、運算子、值和及/或的直欄中移入資料來建置表示式。

當按鈕顯示點按時，您可以檢視或編輯原始 SQL，以及可以使用公式協助程式從清單中挑選巨集、運算子及字串函數。

使用任一方法（文字建置器或點按），您均可以從可用欄位清單中選取欄位，包括 IBM Campaign 產生的欄位及衍生欄位。

8. 建構查詢以判定選取哪些記錄：

- a. 若要指定要查詢的欄位，請按一下欄位名稱單元。應該會出現可用欄位清單。如果清單未出現，請再次按一下欄位名稱單元。在可用欄位清單中，展開欄位，直到您看到所需的名稱。按兩下可用欄位或強調顯示可用欄位並按一下使用來選取可用欄位。

註：決定要使用的欄位時，您可以強調顯示可用欄位，並按一下側寫來查看該欄位中的值清單。然後使用對所選欄位進行側寫對話框來檢查欄位值。如需相關資訊，請參閱第 33 頁的『預覽使用者資料中的欄位值』。

註：顯示可用欄位清單時，如果您想要建立或選取用於查詢的變數，則可以使用衍生欄位按鈕。如需相關資訊，請參閱第 175 頁的『衍生欄位』。

- b. 按一下運算子單元，然後在運算子清單（=、<、>、<=、>=、<>、In、Not in、Between）中按兩下比較運算子。
- c. 在值單元中按一下，然後按兩下某個值。如果未出現任何值，請在「值」清單中按兩下（側寫...），以開啟「對所選欄位進行側寫」對話框，以便您可以從值清單中進行選取。也可以在值單元中按兩下滑鼠按鍵來直接編輯值。

註：如果您沒有看到預期清單（可用欄位、運算子、值、針對選取的表示式），請嘗試在表示式區域的某個單元上按一下或按兩下滑鼠按鍵。

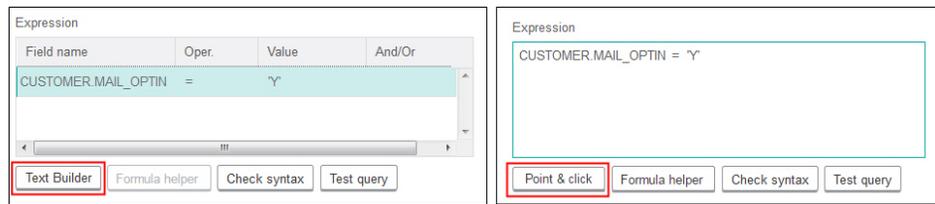
您現在具有包含欄位名稱、運算子及值的表示式。

9. 按一下檢查語法以確認查詢語法是否有效。檢查語法不會對資料庫伺服器增加任何負載。
10. 若要新增和結合多個表示式，請遵循下面的準則：

- a. 若要新增另一個表示式，請按一下 **And/Or** 單元，然後在值清單中按兩下 **AND** 或 **OR** 以指出如何結合表示式。
- b. 建置包含欄位名稱、運算子和值的下一個表示式。
- c. 若要新增括弧以控制求值順序，請在任何列中按兩下「欄位名稱」以顯示針對選取的表示式清單。在表示式清單中，按兩下新增 () 以新增一組括弧，按兩下移除 () 以移除一組括弧，或按兩下清除所有 () 以移除所選表示式中的所有括弧。括弧可讓您在定義複式查詢時將表示式分組。例如，(AcctType = 'Gold' AND Rank = 'A') OR NewCust = 'Yes' 與 AcctType = 'Gold' AND (Rank = 'A' OR NewCust = 'Yes') 不同。
- d. 若要重新排序所選表示式，請按兩下上移或下移。
- e. 若要在選取的表示式下方新增空白列，請按兩下插入。
- f. 若要刪除選取的表示式，請按兩下刪除。

11. 可以選擇性地按一下文字建置器按鈕，以便其標籤變更為點按。當按鈕顯示點按時，您可以檢視或編輯原始 SQL。您也可以使用公式協助程式從清單中挑選巨集、

運算子及字串函數。



註：如果查詢包含與 Campaign 產生的欄位同名的表格欄位，則必須限定欄位名稱。請使用下列語法： <table_name>.<field_name>。

如需相關資訊，請參閱第 39 頁的『建立原始 SQL 查詢』。另請參閱第 37 頁的『使用公式協助程式來建立查詢』。

12. 按一下點按按鈕以變更回原始查詢模式。按鈕標籤會變更回文字建置器。
13. (選用) 使用測試查詢來查看查詢傳回的 ID 數。

在測試查詢時，將顯示進度列。如果您要取消測試，請關閉進度視窗。測試完成時，Campaign 將指出該查詢所傳回的列數。

重要：廣域抑制和單元大小限制不會套用於測試查詢計數中。測試查詢可能還傳回非正規資料。若要取得精確的結果計數，請測試執行程序。

14. 繼續配置程序 (如下所述)，或按一下確定以關閉程序配置對話框並儲存查詢表示式。
15. 選擇性地使用單元大小限制標籤來限制程序在正式作業或測試執行期間所產生的 ID 數目。請參閱第 136 頁的『限制輸出單元的大小』。

如果已選取隨機種子，則在大部分情況下，您可以接受預設種子。隨機種子代表 IBM Campaign 用於隨機選取 ID 的起始點。

註：除非「擷取」程序的輸入有所變更，否則同一組隨機記錄將用於此程序的每一次後續執行。這在您打算將結果用於建模用途時至關重要，原因是必須在同一組記錄中對不同建模演算法進行比較以確定每個模型的有效性。如果您不打算將結果用於建模，可以讓「擷取」程序在每次執行時選取一組不同的隨機記錄。為此，請使用隨機種子值零 (0)。值為 0 時，可以確保程序每次執行時都將選取一組不同的隨機記錄。

16. 在擷取標籤上，使用目標資料來源欄位來選取輸出位置：
 - 若要以二進位格式儲存資料，請選取 **IBM Campaign Server**。
 - 若要在使用 UAC_EX 字首來唯一命名的表格中儲存資料，請選取可用的資料庫。

然後從候選欄位清單中選取欄位，並將它們新增至要擷取的欄位清單。使用控制項來移除欄位或對其進行重新排序。如需使用「擷取」標籤的相關資訊，請參閱第 78 頁的『擷取標籤參照』。

17. 選擇性地使用維度標籤來將現有維度表格新增至擷取表格並指定要連接的索引鍵欄位。擷取表格會變成所選維度表格的基本表格且可用於下游程序中。

註：如果您要將資料擷取到 **IBM Campaign 伺服器**，則維度標籤不適用。

18. 選取一般標籤來設定下列選項。

- a. **程序名稱**：指派敘述性名稱。程序名稱用作流程圖上的框標籤。它也用在各種對話框及報告中以識別程序。
- b. **輸出單元名稱**：這個名稱依預設與程序名稱相符。它用在各種對話框及報告中以識別輸出單元（程序擷取的一組 ID）。
- c. （選用）**鏈結至目標單元**：如果組織在目標單元試算表 (TCS) 中預先定義目標單元，請執行這個步驟。若要將預先定義目標單元與流程圖程序輸出相關聯，請按一下**鏈結至目標單元**，然後從試算表中選取目標單元。**輸出單元名稱及單元代碼**繼承自 TCS，並且這兩個欄位值都以斜體顯示以指出存在鏈結關係。如需相關資訊，請閱讀關於如何使用目標單元試算表的資訊。
- d. **單元代碼**：單元代碼具有由系統管理者決定的標準格式，並且在產生時是唯一的。除非您瞭解變更單元代碼的影響，否則請不要變更單元代碼。依預設，在程序中建立之單元的名稱與程序名稱相符。儲存對輸出單元名稱的變更時，如果已選取**自動產生**，則會重新產生單元代碼。如果您不想變更單元代碼，請取消勾選**自動產生**。請參閱第 143 頁的『變更單元代碼』。
- e. **附註**：使用附註欄位來說明程序的用途或結果。一般做法是參照選取準則或其他重要資訊。當您在檢視或編輯模式中將游標移至流程圖中的程序框上方時，會顯示此欄位的內容。

19. 按一下**確定**以儲存並關閉配置。

結果

程序現在已配置。您可以測試程序執行，以驗證它是否傳回您預期的結果。

從 eMessage 登入網頁擷取資料

您可以在流程圖中使用「擷取」程序來從 eMessage 登入網頁擷取資料。「擷取」程序會從一個表格中選取欄位，並將這些欄位寫出至另一個表格以進行後續處理。

開始之前

請確保您的 IBM 環境符合需求，然後再嘗試擷取 eMessage 登入網頁資料。如需相關資訊，請參閱第 74 頁的『從 eMessage 登入網頁擷取資料時的必要條件』。

程序

1. 在編輯模式下的流程圖中，按兩下流程圖工作區中的「擷取」程序。

即會出現程序配置對話框。

2. 在來源標籤上，選取 **eMessage 登入網頁**。
3. 在蹦現視窗中，選取 eMessage 登入網頁作為輸入。

註：您只能選取一個 eMessage 登入網頁作為「擷取」程序的輸入。若要從多個登入網頁擷取資料，請配置多個「擷取」程序。

4. 如果登入網頁有多個可用的目標客戶類型，請從下拉清單選取適當的目標客戶類型。如果只有一個可用的目標客戶類型，則會自動選取它。
5. 按一下**確定**。
6. 在擷取標籤上，使用目標資料來源欄位來選取輸出位置：
 - 若要以二進位格式儲存資料，請選取 **IBM Campaign Server**。
 - 若要在使用 UAC_EX 字首來唯一命名的表格中儲存資料，請選取可用的資料庫。

然後從候選欄位清單中選取欄位，並將它們新增至要擷取的欄位清單。使用控制項來移除欄位或對其進行重新排序。如需使用「擷取」標籤的相關資訊，請參閱『擷取標籤參照』。

7. 執行下列任一項選用作業：

- 將衍生欄位新增至候選欄位清單。請參閱第 175 頁的『衍生欄位』
- 指定從輸出中排除重複 ID。請參閱第 32 頁的『在程序輸出中跳過重複的 ID』。
- 限制輸出單元的大小（即，限制程序產生的 ID 數）。請參閱第 136 頁的『限制輸出單元的大小』。
- 使用一般標籤來修改程序名稱、輸出單元名稱或單元代碼，鏈結至目標單元，或輸入程序的相關附註。

如需鏈結至目標單元的相關資訊，請參閱第 151 頁的『將流程圖單元鏈結至目標單元試算表中定義的目標行銷方案』。

註：側寫無法用於 eMessage 登入網頁屬性。

8. 按一下確定。

結果

程序已配置。您可以測試該程序，以驗證該程序是否傳回您預期的結果。

註：在擷取程序期間，Campaign 會在字首為 UCC_LPV 的系統表格資料庫中建立中間視圖。此內部視圖保留在資料庫中，直到刪除程序框為止。如果您移除該視圖，您必須先重新配置其對應的「擷取」程序，然後再重新執行此程序或流程圖；否則，Campaign 會產生「遺漏表格」錯誤。

擷取標籤參照

在流程圖中配置「擷取」程序時，請使用「擷取」標籤上的欄位。

表 8. 擷取標籤上的欄位

欄位	說明
目標資料來源	將在其中寫入此程序輸出的位置。IBM Campaign 伺服器及您所連接的任何其他資料來源都可以從目標資料來源下拉清單中取得。
候選欄位	<p>根據輸入資料來源而可供擷取的欄位清單，其中包括欄位名稱及資料類型。若要查看欄位清單，您可能需要按一下項目旁邊的箭頭以展開項目。</p> <p>如果輸入來源是 eMessage 中的登入網頁，則每一個欄位名稱都是登入網頁的屬性。如果屬性包含特殊字元或空格，則會將其轉換為有效的欄位名稱。所有登入網頁屬性的資料類型都會作為文字列出。</p> <p>註：網目物件名稱限制為 30 個字元。將屬性名稱限制為 30 個或更少的字元，可以為擷取的輸出產生有效的直欄名稱。</p>

表 8. 擷取標籤上的欄位 (繼續)

欄位	說明
要擷取的欄位	您選擇從「候選欄位」清單中擷取的欄位。 輸出名稱預設為要擷取的欄位直欄中的欄位名稱。 如果變更「輸出」名稱，則可以使用字母和數字的任意組合。請勿使用空格、連字號 (-)、句點 (.)、斜線 (/ 或 \) 或任何特殊字元。
側寫...	按一下側寫以預覽所選候選欄位中的值清單。側寫無法用於 eMessage 登入網頁屬性。
衍生欄位...	按一下衍生欄位... 以在候選欄位清單中建立變數。衍生欄位是不存在於資料來源中的變數，並可根據一個以上現有欄位，甚至跨不同的資料來源而建立。
更多...	按一下 更多... 以開啟「進階設定」對話框。此對話框包括用於從輸出中排除重複 ID 並指定 Campaign 如何識別重複項的選項。

資料保存程序

使用「資料保存」程序來擷取要匯出至表格或檔案的資料。

如果要確保不匯出重複列，請將資料保存配置中的**跳過 ID 重複的記錄**設定為是。或者，您可以先使用「擷取」程序，然後對結果建立資料保存。

如果要將行銷方案與清單建立關聯或追蹤行銷方案，請將資料保存用作「郵件名單產出」或「電訪名單產出」程序的輸入。配置「郵件名單產出」或「電訪名單產出」程序時，請將必要資料匯出至替代位置（某個檔案或表格）。

製作資料 Snapshot 以匯出至表格或檔案

使用「資料保存」程序來擷取資料以匯出至表格或檔案。選取要擷取的值的來源，並定義這些值的輸出表格或檔案。

程序

1. 開啟流程圖以進行編輯。



2. 將「資料保存」程序 從選用區拖曳至流程圖。
3. 連接一個以上已配置程序以提供「資料保存」程序的輸入。

註：您選取作為輸入的所有單元都必須具有相同的目標客戶類型。

4. 按兩下流程圖工作區中的「資料保存」程序。

即會開啟「資料保存程序配置」對話框，並依預設開啟 Snapshot 標籤。

5. 使用 Snapshot 標籤來指定如何擷取資料。
 - a. 使用輸入清單來指定要用作 Snapshot 資料來源的單元。

註：如果未將「資料保存」程序連接到提供輸出單元的程序，則輸入清單中沒有可供選取的單元。此外，僅當輸入程序產生多個單元時，多個單元選項才可供使用。

b. 使用匯出至清單來選取 Snapshot 輸出的表格或檔案。

註：您可以透過執行「資料保存」程序並將輸出匯出至您可以檢閱的暫存檔來測試「資料保存」程序。

- 您可以從清單中選取現有表格
 - 如果您要使用的表格不在清單中，或如果要輸出至未對映的表格，請選取**資料庫表格**。使用「指定資料庫表格」對話框以指定表格及資料庫名稱。您在這裡指定的表格名稱中支援使用者變數。
 - 您可以選取檔案來開啟「指定輸出檔」對話框，從而讓您可以定義如何輸出至含資料字典的純文字檔、基於現有資料字典的純文字檔或定界檔案。
 - 如果要建立新使用者表格，請從匯出至清單中選取**新對映表格**。如需對映表格的相關指示，請參閱《IBM Campaign 管理手冊》。
 - 如果您想要匯出至具有 UAC_EX 字首的擷取表格，請選擇 **[擷取表格]**。擷取表格會持續保存，以便使用者可以繼續存取它來執行對其欄位進行側寫等作業。
- c. 選取選項來指定如何處理輸出檔案或表格的更新：
- **附加到現有資料**。將新資訊新增至表格或檔案的末尾。如果您對定界檔案選取此選項，則不會將標籤匯出為第一列。這是適用於資料庫表格的最佳做法。
 - **取代所有記錄**。從表格或檔案中移除所有現有資料並將其取代為新資訊。
 - **更新記錄**。僅在您匯出至表格時才可用。將使用該程序的現行執行所產生的值來更新對 Snapshot 指定的所有欄位。
 - **建立新的檔案**。僅在您匯出至檔案時才可用。如果您匯出至檔案，則依預設會選取此選項。每當您執执行程序時，都會建立新檔案並將底線及數字附加到檔名 (file_1、file_2 等等)。
6. 若要指定要對哪些欄位擷取 Snapshot，請使用控制項將**候選欄位**清單中的選定欄位移動至**要擷取 Snapshot**的欄位清單。您可以使用按住 **Ctrl** 鍵的同時按一下滑鼠左鍵來選取多個欄位，或使用按住 **Shift** 鍵的同時按一下滑鼠左鍵來選取欄位範圍。

註：若要檢視欄位中的值，請在**候選欄位**清單中選取欄位並按一下側寫。

- 如果已選取表格作為 Snapshot 目的地，則該表格中的欄位會出現在**候選欄位**清單中。您可以透過按一下**比對**  按鈕來自動尋找相符欄位。與表格欄位名稱完全相符的欄位將自動新增至**要擷取 Snapshot**的欄位清單。如果有多個相符欄位，則將採用第一個相符項。您可以使用**移除 <<** 或**新增 >>** 來手動修改配對。
- 若要包括產生欄位，請在**候選欄位**清單中展開 IBM Campaign 產生的欄位清單，選取一個欄位，然後使用控制項將欄位移至**要擷取 Snapshot**的欄位清單。
- 若要使用衍生欄位，請按一下**衍生欄位**按鈕。
- 您可以透過選取欄位並按一下**上移一位**或**下移一位**以在清單中上移或下移欄位，來對**要擷取 Snapshot**的欄位進行重新排序。

7. 若要跳過 ID 重複的記錄或指定記錄的輸出順序，請按一下**更多**以開啟**進階設定對話框**。
 - a. 如果要移除相同輸入單元內的重複 ID，請選取**跳過 ID 重複的記錄**。然後選擇準則，以確定發現重複 ID 時要保留哪個記錄。例如，選取 `MaxOf` 及 `Household_Income` 以指定當發現重複 ID 時，Campaign 僅匯出家庭收入最高的 ID。

註：此選項僅移除同一輸入單元內的重複項。如果同一 ID 顯示在多個輸入單元中，則您的 Snapshot 資料仍可能包含重複 ID。若要移除所有重複 ID，請使用「資料保存」程序的「資料合併」或「資料分群」上游程序來清除重複 ID 或者建立互斥客群。
 - b. 若要對 Snapshot 輸出進行排序，請選取**排序方式**勾選框，然後選取作為排序依據的欄位以及排序順序。例如，選取**姓氏及遞增**以依姓氏的遞增順序對 ID 進行排序。
 - c. 按一下**確定**。
8. 使用**一般標籤**來設定下列選項：
 - **程序名稱：**指派敘述性名稱。程序名稱用作流程圖上的框標籤。它也用在各種對話框及報告中以識別程序。
 - **附註：**使用附註欄位來說明程序的用途或結果。當您將游標移至流程圖中的程序框上方時，會顯示此欄位的內容。
9. 按一下**確定**以儲存並關閉配置。

結果

程序現在已配置。您可以測試程序執行，以驗證它是否傳回您預期的結果。

資料排程程序

使用「資料排程」程序以起始某個程序、一系列程序或整個流程圖。僅當流程圖在執行中時，「資料排程」程序才運作。

「資料排程」程序在定義的時間段內處於作用中。在該時間期間，指定的事件可能會發生，從而導致後續的已連接程序開始執行。「資料排程」程序的最常見用途是控制整個流程圖的計時。

註：一個流程圖可以包括多個「資料排程」程序框，前提是這些程序框位於獨立分支中。但是，如果一個程序在通向同一程序的不同上代分支中具有多個「排程」上代，則可能會發生錯誤。

您可以配置「資料排程」程序來定義排程期間總計，方法是設定自程序開始執行以來的時間限制（以天、小時和分鐘為單位）。

- 您可以將程序排定為以多種方式執行，其中包括重複執行、由觸發程式觸發及依行事曆執行。
- 您可以結合多個排程選項。例如，您可以將程序排定為在每週一上午 9:00 執行，以及每當由特定事件（例如，造訪網站）觸發時執行。
- 您可以將批次程序排定為在深夜（舉例而言）執行，如此一來就不會干擾白天的工作。

不會限制您在排定流程圖時可以同步使用的選項數目，只要這些選項不會產生衝突即可。（例如，您不能將流程圖同時排定為「僅執行一次」及「每週一執行」。）

一般來說，程序僅在其所有輸入都已順利執行時才會執行，亦即，當所有連接至現行程序的程序都已執行時，即使相依關係只是暫時的也如此。但是，當一個分支內存在多個排程輸入時，程序將在其任何一個輸入完成時執行（其輸入之間的關係為 "OR" 而非 "AND"）。

已啟用追蹤的聯絡程序包含固有的排程。在流程圖中間使用「資料排程」程序是一項進階功能。請確保您取得想要的行為及正確的結果。

註：如果流程圖中的「資料排程」程序指示流程圖在前一個執行完成之前執行，則 Campaign 會保留要求直至前一個執行完成為止。以此方式只能保留一個執行。在某些情況下，這可能意味著流程圖的執行次數可能達不到您的預期。

例如，如果流程圖執行需耗費兩個小時，而您的「資料排程」程序想要嘗試觸發間隔僅為 10 分鐘的三個執行，Campaign 將啟動第一個執行。當「資料排程」程序試圖啟動第二個執行時，Campaign 會將該執行要求排入佇列中。當「資料排程」程序試圖啟動第三個執行時，Campaign 將會忽略該執行要求。當第一個執行完成時，Campaign 將啟動第二個執行。第三個執行將永不會啟動。

IBM Campaign 排程程序與 IBM Marketing Software 排程器之間的差異

從 Marketing Platform 8.0 版開始，「IBM Marketing Software 排程器」預期要取代「Campaign 排程」程序，以用來排定整個流程圖的執行。「IBM Marketing Software 排程器」的效率更高，因為在流程圖未實際執行時，它不耗用任何伺服器系統資源。

「IBM Marketing Software 排程器」會啟動流程圖（即使該流程圖未處於執行狀態），而流程圖中的「Campaign 排程」程序則只在該流程圖處於執行狀態時才工作。

已保留「Campaign 排程」程序以與較早版本相容，並用於不由「IBM Marketing Software 排程器」進行處理的其他使用案例。例如，您可能要使用「Campaign 排程」程序來傳送 Campaign 觸發程式或延遲執行相依程序。

請勿使用「IBM Marketing Software 排程器」來排定將「Campaign 排程」程序用作啟動流程圖執行之最上層程序的流程圖。通常，只需要其中一個。不過，如果「資料排程」程序出現在由「IBM Marketing Software 排程器」啟動的流程圖中，則它會依照配置起作用；必須先符合「IBM Marketing Software 排程器」及「資料排程」程序所需的條件，然後後續程序才能執行。

與「IBM Marketing Software 排程器」不同的是，「Campaign 排程」程序可以傳送外部觸發程式，以呼叫指令行 Script。「IBM Marketing Software 排程器」只能將觸發程式傳送至自己的排程。

入埠和出埠觸發程式

您可以將「資料排程」程序配置成由事件觸發並在完成時觸發事件。使用選項 > 儲存的觸發程式來定義觸發程式，然後透過在流程圖中配置「資料排程」程序來呼叫觸發程式。

註：為了提高效率，請使用「IBM Marketing Software 排程器」將觸發程式傳送至 Campaign。如果要進一步瞭解「排程器」，請參閱《Marketing Platform 管理手冊》。

入埠觸發程式：用於啟動「資料排程」程序的事件

入埠觸發程式是一個外部事件，用來設定流程圖或行銷活動入埠動作。觸發程式可以是您定義的任何事件。範例包括按一下網站鏈結、接收電子郵件訊息、電話行銷人員的回應指示器、資料庫上傳的完成或任何其他已定義事件。

如果要指定用來啟動「資料排程」程序的入埠觸發程式，請配置「資料排程」程序並從排定以執行清單中選取自訂執行，然後使用按觸發程式執行選項。

按觸發程式執行選項使用 `unica_actrg`（隨附於 Campaign 安裝）來執行。如果要瞭解按觸發程式執行在後台的工作方式，最好查看以下範例：『範例：按觸發程式執行』。

出埠觸發程式：由「資料排程」程序啟動的事件

出埠觸發程式執行指令行，該指令行可以是批次檔或 Script。每次「資料排程」程序啟動每次執行之後傳送觸發程式欄位中的觸發程式名稱時，Campaign 都可以執行一個以上的觸發程式。如果指定多個觸發程式名稱，則必須以逗點區隔。

這個功能容許您將出埠觸發程式傳送至執行檔。該檔案的完整路徑及名稱必須在「儲存的觸發程式定義」對話框中進行定義。每次啟動「資料排程」程序時，Campaign 都會執行指定的執行檔。

將觸發程式與其他排程選項搭配使用

可以將觸發程式與任何其他排程選項搭配使用，也可以單獨使用觸發程式。例如，組合使用時，您可以設定一個流程圖在每週一上午 9:00 執行，以及在每次某個人按一下網際網路橫幅廣告時執行。

例如，如果根據網站上的點按次數將流程圖排定為按觸發程式執行，並且也指定了每一次執行前的延遲期，則流程圖在事件（Web 點按）發生且延遲期到期之後才開始。

範例：按觸發程式執行

線上零售商具有在觸發程式上執行的交叉銷售行銷活動，以便當客戶進行購買時，它會觸發交叉銷售行銷方案。

具體而言，當客戶進行購買時：

- 網站會執行 `unica_actrg` 執行檔，以傳遞行銷活動代碼及觸發程式名稱 (`web_purchase`)。
- Campaign 服務監聽器檢查行銷活動是否處於作用中狀態以及觸發程式名稱是否存在，然後執行「資料排程」程序，並將觸發行銷活動流程圖。

如需觸發程式的更多相關詳細資料，請參閱《Campaign 管理手冊》。

在執行中流程圖中排程程序

在執行中的流程圖中配置「資料排程」程序以起始程序。僅當流程圖在執行中時，「資料排程」程序才運作。

程序

1. 開啟流程圖以進行編輯。



2. 將「資料排程」程序從選用區拖曳至流程圖。
3. 按兩下流程圖中的「資料排程」程序框。

即會開啟「資料排程程序配置」對話框，並依預設開啟「排程」標籤。

4. 在「排程」標籤上，指定排程條件：
 - a. 透過在天、小時及分鐘欄位中輸入適當的值來指定排程期間總計的值。排程期間總計是「資料排程」程序將保持作用中的時間總計。依預設，排程期間總計是 30 天。
 - b. 從排定以執行下拉清單中選取執行頻率，以確切指定「資料排程」程序將何時啟動後續的連接程序。
 - 如果選取**僅執行一次**，則流程圖將只執行一次，而無論已新增哪些其他排程選項。如果選取任何其他值，則排程選項會連接為 OR 陳述式；滿足任何選項時，「資料排程」程序將啟動與之連接的任何程序。
 - 滿足的第一個選項將開始「排程」執行。如果排定以執行是已啟用的唯一選項並且設定為**僅執行一次**，則程序將立即執行（除非已啟用延遲或使用者授權）。
 - **小時和分鐘**欄位可讓您指定您希望執行排程的時間。時間輸入格式基於 24 小時制（也稱為「軍用時間」）。換言之，9 時 30 分是上午 9:30 而 22 時 45 分是下午 10:45。因為時間基於 24 小時制，所以無需指明上午或下午。
5. 如果從排定以執行清單中選取自訂執行，則您可以使用下列其中一個或全部兩個選項來指定排程何時執行：
 - 選擇**按時間執行**，然後指定程序執行的日期和時間。多個項目之間必須以逗點區隔。按一下行事曆以從行事曆選取日期和時間。
 - 如果您希望排程由事件觸發，請選擇**按觸發程式執行**。

必須使用選項 > 儲存的觸發程式來定義指定的觸發程式。輸入可以啟動此「資料排程」程序的每個觸發程式的名稱。以逗點區隔多個觸發程式。觸發程式名稱可以包含除了逗點之外的任何字元。觸發程式名稱不必是唯一的。您可以在多個行銷活動或流程圖中使用同一觸發程式，以及同時啟動它們。

如需相關資訊，請參閱第 82 頁的『入埠和出埠觸發程式』。

6. 如果想要指定延遲或需要授權，請使用下列其中一個或全部兩個選項。
 - 如果選擇在**每次執行之前等待使用者授權**，則每當滿足任何其他排程條件時，都會出現使用者授權提示，並且「資料排程」程序將不會啟動，除非提供了特定授權。此選項優先於任何其他排程指示器；除非提供授權，否則該程序將不會啟動。

註：當流程圖在連接了用戶端的情況下執行時，使用者授權只能透過用戶端進行。如果沒有連接用戶端，則具有行銷活動讀寫專用權的任何使用者都可以對其授權以繼續執行。

- 如果選擇**每次執行之前的延遲期間**，請使用天、小時及分鐘欄位，來指定在滿足排程條件之後執行程序之前要等待的時間量。此延遲適用於指定的所有其他

排程選項。例如，如果將「資料排程」程序配置為在星期一早上九點延遲一小時執行，則後續程序將在早上十點開始執行。

7. (選用) 指定在排程執行完成之後要傳送的觸發程式。

如果選取在每次執行之後傳送觸發程式，則每當「資料排程」程序啟動時，Campaign 都會執行一個以上觸發程式。出埠觸發程式會執行指令行，其可以為批次檔或 Script 檔。必須使用選項 > 儲存的觸發程式來定義任何指定的觸發程式。如果指定多個觸發程式名稱，則必須以逗點區隔。

8. (選用) 按一下一般標籤以指派名稱及敘述性附註。

名稱將顯示在流程圖中的程序框上。當您將游標移至流程圖中的程序框上方時，會顯示附註。

9. 按一下確定。

結果

此程序已配置完成，並在流程圖中顯示為已啟用。您可以測試該程序，以驗證該程序是否傳回您預期的結果。

資料方塊建置程序

管理者使用「資料方塊建置」程序來容許使用者深入探查多個來源中的資料。資料方塊由基於策略客群的維度組成。

「資料方塊建置」程序適用於技術使用者或 IBM 顧問。最佳做法是在應用程式的階段作業區域中建立所有廣域建構（例如資料方塊及策略客群）。

使用者可以選取一個以上已定義客群，建立資料方塊，然後深入探查資料以選取目標客戶。然後可以將目標客戶轉換至適當的程序（例如「名單選取」程序），以併入流程圖中。

建立屬性的多維資料方塊

配置「資料方塊建置」程序以建立屬性的多維資料方塊。在階段作業區域中建立的任何資料方塊在廣域範圍內都將可用。

開始之前

在您可以使用「資料方塊建置」程序建立資料方塊之前，您必須先建立一個策略客群或維度階層。

程序

1. 開啟階段作業流程圖以進行編輯。



2. 將「資料方塊建置」程序從選用區拖曳至流程圖。
3. 按兩下流程圖中的「資料方塊建置」程序。

即會開啟「資料方塊建置程序配置」對話框，並依預設開啟「來源」標籤。

4. 在來源標籤上，使用輸入客群清單來選取一個以上客群作為資料方塊的輸入。

重要：如果選取多個來源客群，請確保這些來源客群都具有相同的目標客戶類型。

5. 按一下**資料方塊定義**標籤以定義資料方塊：
 - 按一下**新增**以新增資料方塊。輸入名稱及說明。從對應的清單中最多選取 3 個維度。這些維度必須與資料方塊來源所基於的策略客群相關。當您按一下**確定**時，新的資料方塊定義即會在**資料方塊定義**標籤上的資料方塊清單中出現。
 - 選取資料方塊，然後按一下**編輯**以對其進行修改。
 - 選取資料方塊，然後按一下**移除**以將其刪除。
6. 按一下**選取要追蹤的其他欄位**標籤以指定要追蹤的其他欄位。您可以：
 - 使用**新增>>** 按鈕，從**可用欄位**清單中選取您要追蹤的欄位並將其移至**選取的欄位**清單。
 - 按一下**衍生欄位**以選取或建立要追蹤的衍生欄位。
 - 按一下**側寫**以查看選定欄位的內容。
7. (選用) 按一下**一般**標籤以指派名稱及敘述性附註。

名稱將顯示在流程圖中的程序框上。當您將游標移至流程圖中的程序框上方時，會顯示附註。

8. 按一下**確定**。

程序已配置。您可以測試該程序，以驗證該程序是否傳回您預期的結果。

相關概念：

第 205 頁的『關於資料方塊』

第 202 頁的『關於維度階層』

「客群建置」程序

使用「客群建置」程序可從客戶資料庫表格建立目標客戶 ID 的清單。在 Campaign 的階段作業區域中定義「客群建置」程序，以便客群可在廣域範圍內用於所有行銷活動中。

「客群建置」程序預期供 Campaign 管理者使用。在階段作業流程圖中定義的「客群建置」程序會建立策略客群，然後可以在任何流程圖中予以使用。然後，可以將客群用作程序的輸入。它們還可以用於建立維度和資料方塊，也可以用作目標客戶類型的廣域抑制客群。

註：最佳實務是在一個階段作業流程圖中建立所有廣域建構。

如果要使用策略客群，請執行下列動作：

- 使用客群建置在階段作業區域中建立客群。
- 從客群區域管理客群。
- 從行銷活動區段使用行銷活動中的客群。

相關工作：

第 87 頁的『建立客群以在多個行銷活動中廣域使用』

建立客群以在多個行銷活動中廣域使用

管理者在階段作業流程圖中使用「客群建置」程序來建立可用在多個行銷活動中的客群。產生的客群稱為策略客群。

開始之前

必須針對包含「客群建置」程序的流程圖啟用管理 > 進階設定下面的儲存流程圖執行結果選項。否則，將不持續保存策略客群。若要啟用這個選項，配置內容 Campaign|partitions|partition[n]|server|flowchartRun|saveRunResults 必須設定為 TRUE

關於這項作業

在應用程式的「階段作業」區域中定義「客群建置」程序，以便這些客群在廣域範圍內可用。然後，使用者可以在任何行銷活動中使用這些客群。

程序

1. 開啟階段作業流程圖以進行編輯。

2. 將「客群建置」程序  從選用區拖曳至流程圖。

3. 連接一個以上的資料操作程序（例如，「名單選取」程序）作為「客群建置」程序的輸入。

4. 按兩下「客群建置」程序。

即會開啟「客群建置程序配置」對話框，並依預設開啟「定義客群」標籤。

5. 在**定義客群**標籤上：

- a. 從輸入清單中選取一個以上的來源單元。這些來源單元將變為客群。如果只有一個輸入，則已選取該輸入。
- b. 如果要確保每一筆合格記錄都只屬於一個客群，請選取**建立互斥客群**。
- c. 在**結果客群**區域中，強調顯示某個輸入單元，然後按一下**編輯**以配置該客群。

即會開啟「編輯客群」對話框。

6. 在「編輯客群」對話框中：

- a. 向客群提供一個用來說明其目的的名稱。您指派的名稱是使用者從清單中選取這個客群時將顯示的名稱。
- b. 提供客群內容的簡要說明（例如，哪個輸入用來建立客群）。
- c. 從**建立位置**清單中，選取將在其中儲存客群的資料夾。
- d. 從**暫存表格資料來源**清單中，選取要在其中快取策略客群的資料來源。使用 **Ctrl** 鍵來選取多個資料來源。

如果您喜好將暫存表格儲存在伺服器上的二進位檔中，而不是儲存在使用者資料來源中，請勿選取資料來源。如果要取消選取某個資料來源（例如，為了回復至未選取資料來源），請按住 **Ctrl** 鍵並再次按一下該項目。

註：僅當 Campaign|partitions|partition[n]|Server|Optimization 配置頁面上的 doNotCreateServerBinFile 設定為 TRUE 時，才需要選取資料來源。如果將這個內容設為 TRUE，則必須至少選取一個有效的資料來源。

- e. 從**安全原則**清單中，選取安全原則（如果適用）以套用至新客群。
- f. 按一下**確定**以回到**定義客群**標籤。
7. （選用）使用**一般**標籤來指派名稱及敘述性附註。名稱及附註僅在階段作業流程圖中出現。它們不是用來識別清單中產生的客群。
8. 按一下**確定**以儲存並關閉配置。
9. 若要建立或更新策略客群，請在正式作業模式下執行「客群建置」程序，或使用「執行」功能表以在正式作業模式下儲存並執行流程圖。測試執行不會建立或更新策略客群。

下一步

在正式作業模式下儲存並執行流程圖之後，策略客群可在其他流程圖中使用。下一步通常是將策略客群與行銷活動相關聯。

相關概念:

第 86 頁的『「客群建置」程序』

第 194 頁的『關於策略客群』

將策略客群與行銷活動建立關聯

策略客群是一個 ID 清單，由階段作業中的管理者或進階使用者建立，並可用於所有行銷活動。策略客群與其他客群（例如，由「資料分群」程序建立的客群）相同，唯一不同之處是它在廣域範圍內供任何行銷活動使用。

關於這項作業

將策略客群與行銷活動建立關聯可讓您在建立流程圖時選取該客群變得更容易。將相關策略客群與某個行銷活動建立關聯還會提供更強大的報告功能。

程序

1. 選擇**行銷活動 > 行銷活動**。
2. 找到您的行銷活動並按一下行銷活動名稱。
3. 在行銷活動摘要標籤上，按一下頁面頂端的新增/移除客群。
4. 使用瀏覽或搜尋來尋找您要新增的客群。您可以在樹狀視圖與清單視圖之間切換。
5. 選取您要新增的客群，並按一下 >> 以將它們移至要包括的客群清單。透過按住 **Shift** 鍵的同時按一下滑鼠左鍵或按住 **Ctrl** 鍵的同時按一下滑鼠左鍵來選取多個客群。
6. 按一下儲存。

結果

您新增的客群會列出在「行銷活動摘要」頁面上的**相關客群**下。當您使用「名單選取」程序在行銷活動流程圖中選取客戶時，與行銷活動相關聯的客群會出現在清單頂端，以便可以容易找到它們。

郵件名單產出程序

使用「郵件名單產出」程序可將行銷方案指派給聯絡人，產生直接郵寄行銷活動的聯絡人清單，以及記載聯絡歷程。「郵件名單產出」程序通常指的是聯絡程序。

配置郵件名單產出或電訪名單產出程序

遵循下列指示以在 Campaign 流程圖中配置「郵件名單產出」或「電訪名單產出」程序。配置「郵件名單產出」或「電訪名單產出」程序可將行銷方案指派給聯絡人，產生直接郵寄或電話行銷活動的聯絡人清單，以及將結果寫入聯絡歷程中。

程序

1. 開啟流程圖以進行編輯。

2. 將「郵件名單產出」 或「電訪名單產出」 程序從選用區拖曳至流程圖。
3. 連接一個以上已配置程序作為「郵件名單產出」或「電訪名單產出」的輸入。

輸入程序必須產生輸出單元，這些輸出單元會提供「郵件名單產出」或「電訪名單產出」程序的輸入。例如，「名單選取」程序會產生 ID 清單，「郵件名單產出」或「電訪名單產出」程序會使用該清單。

重要：您選取作為輸入單元的所有單元都必須具有相同的目標客戶類型。

4. 在流程圖工作區中按兩下「郵件名單產出」或「電訪名單產出」程序以開啟配置對話框。
5. 使用實現標籤來建置聯絡人清單，並指定是否要將輸出傳送至清單或表格。
 - a. 從輸入清單中，指定要用作聯絡人清單之資料來源的單元。

如果有多個程序連接至「郵件名單產出」或「電訪名單產出」程序（或如果輸入程序產生多個單元），請按一下省略符號按鈕 ，然後選取要使用的輸入。例如，如果金、銀及銅單元已連接至「郵件名單產出」，則您可以選取這些單元中的一個、兩個或全部三個。選取多個單元時，輸入清單會指出多個單元。

- b. 若要將清單匯出至表格或檔案，請選取**可匯出至**，然後使用適當的選項：
 - 若要將輸出寫入檔案，請從**可匯出至清單**中選取**檔案**，然後提供檔名及其他詳細資料。您可以寫入檔案以測試「郵件名單產出」或「電訪名單產出」程序的輸出。在執行該程序之後，檢閱檔案以確認結果是您預期的結果。
 - 若要將輸出寫入資料庫表格，請從**可匯出至清單**中選取**表格**。
 - 如果您要使用的資料庫表格不在清單中，或如果要將輸出寫入未對映的表格，請選取**資料庫表格**。使用「指定資料庫表格」對話框以指出表格名稱及資料庫。您指定的表格名稱中支援使用者變數。
 - 若要建立使用者表格，請從**可匯出至清單**中選取**新對映表格**。如需指示，請參閱《IBM Campaign 管理手冊》。
 - 指定如何處理對輸出檔或表格進行的更新：

- **附加到現有資料**。將新資訊新增至表格或檔案的末尾。此選項是適用於資料庫表格的最佳做法。如果您對定界檔案選取此選項，則不會將標籤匯出為第一列。
 - **取代所有記錄**。從表格或檔案中移除所有現有資料並將其取代為新資訊。
 - **建立新的檔案**。當您在**可匯出至欄位**中指定新檔案時，此選項可用。
- c. 如果您只想寫入聯絡歷程中，並且不想將輸出產生至表格或檔案，請清除**可匯出至**選項。（如果要指定要如何記載至聯絡歷程表，請使用「日誌」標籤，稍後在下列步驟中說明。）
- d. （選用）**摘要檔案**：在**摘要檔案**欄位中輸入路徑及檔名，或透過按一下省略符號按鈕導覽至位置。摘要檔案是副檔名為 .sum 的文字檔。此檔案包含清單內容的相關資訊。通常，您在將此檔案傳送至實現中心時，會在此檔案中包含清單。僅當您選取**可匯出至**選項時，才會產生摘要檔案。
- e. （選用）若要在程序完成執行時傳送觸發程式，請選取**傳送觸發程式**，然後選擇您要傳送的觸發程式。若要傳送多個觸發程式，請使用**按住 Ctrl 鍵的同時按一下滑鼠左鍵**來選取多個觸發程式。選取的觸發程式列出在**傳送觸發程式**欄位中並以逗點區隔。
6. 使用**對待項**標籤來指派一個以上行銷方案或行銷方案清單給每一個目標單元。出現的單元視您在「實現」標籤上選取的輸入而定：
- a. 按兩下目標單元旁邊的**行銷方案**欄位，然後選取行銷方案。若要將多個行銷方案指派給單元，請選取一個以上目標單元，然後按一下**指派行銷方案**。然後您可以選擇將哪些行銷方案指派給哪些單元。

註：如果輸入單元已鏈結至目標單元試算表中定義的由上而下單元，並且已在目標單元試算表中指派行銷方案，則會在這裡顯示行銷方案。您可以置換這些指派。儲存流程圖之後，您在這裡所做的任何變更都會反映在目標單元試算表中。

- b. 如果您要使用控制群組來從聯絡人清單中排除部分 ID，請勾選**使用暫置控制群組**，然後針對您要用作控制項的每個單元，將**控制項？**欄位變更為 **Y**。這些單元會出現在**控制單元**清單中，且無法獲指派行銷方案。
- c. 針對每個非控制單元，您可以指定控制單元和行銷方案。
7. **參數**標籤會顯示在**對待項**標籤上指派的每個行銷方案的參數名稱及值。例如，行銷方案可能具有值為「電子郵件」及「電話」的「通路」參數。如果沒有參數型行銷方案，則可以跳過此標籤。
- a. 使用**針對以下單元**清單以選取您想要影響的單元。

如果要節省資料輸入時間，請選取 **[所有單元]** 以指派套用至大部分單元的值，然後選取個別單元以置換值。當您選取 **[所有單元]** 時，您會看到每個參數的每個行銷方案各佔一列。您在**已指派的值**欄位中輸入的值會套用至取得該行銷方案的每個單元。

如果您已在**對待項**標籤上將相同的行銷方案指派給多個單元，但針對每個單元指派不同的參數值，則 **[所有單元]** 視圖會在**已指派的值**直欄中顯示文字 **[多個值]**，而**針對以下單元**清單會顯示指派給每個單元的值。

在**針對以下單元**清單中選取個別單元時，您將只看到指派給所選單元的行銷方案。您在**已指派的值**欄位中輸入的值僅套用至該單元。

- b. 按一下已指派的值欄位（或在表格中選取列並按一下指派值），然後選取或鍵入要指派給參數的值。例如，如果參數為折扣，則可用的值可能是 10%、15% 及 20%。可用值視如何定義行銷方案而定。

配置設定 Campaign | partitions | partition[n] | server | flowchartConfig | disallowAdditionalValForOfferParam 會判定是否容許您指定其他值，或是否只容許您選取類型為單選下拉清單之行銷方案屬性的清單中的值。

註：如果您在指派行銷方案之後編輯行銷方案以變更參數值，則在任何已指派的行銷方案中將繼續使用原始值。此行為可以避免無意中變更已指派之行銷方案的屬性值。例如，假設您指派「每個行銷方案成本」值為 \$1.00 的行銷方案。稍後，有人在「行銷方案摘要」頁面上編輯行銷方案並將值變更為 \$1.99。「郵件名單產出」或「電訪名單產出」之參數標籤上的已指派值保持設定為其原始值 \$1.00。若要更新該值，您必須在對待項標籤上先明確移除行銷方案然後再重新新增：選取目標單元，按一下指派行銷方案，然後移除行銷方案。選取不同標籤，然後再次選取對待項標籤並重新指派行銷方案。現在，當您選取參數標籤時，會顯示編輯後的值 (\$1.99)。

註：除非產生的欄位是常數，否則請勿在「郵件名單產出」衍生欄位中使用「Campaign 產生的欄位 (UCGF)」。Campaign 假設產生欄位採用常數值，並且不會針對結果集中的記錄重算值。因此，如果衍生欄位呼叫了會變更值的產生欄位，則您可能會從這些衍生欄位中看到空白或不正確的結果。可以直接將必要的產生欄位輸出至「郵件名單產出」實現表格或檔案，而不使用衍生欄位。然後，將該表格或檔案作為「名單選取」程序讀取回到 Campaign 中，並透過「資料保存」程序使用舊實現表格或檔案中的資料來操作新實現表格或檔案。

8. 使用個人化標籤來指定要寫出到聯絡人清單的欄位。例如，如果您正在建置郵寄清單，則包括聯絡人名稱和地址。
- 匯出欄位清單指出哪些欄位將寫入輸出清單中。
 - 如果您在「實現」標籤上選取了表格，則匯出欄位清單包含該表格中的所有欄位。您必須將每一個資料欄位對映至對應的表格直欄。若要自動尋找相符欄位，請按一下比對 。與表格欄位名稱完全相符的欄位將自動新增至清單。如果有多個相符欄位，則將採用第一個相符項。
 - 如果您在「實現」標籤上選取了檔案，則「匯出欄位」清單是空的，並且您必須指定要輸出哪些欄位。
 - 當您選取「候選欄位」時，您可以按一下項目旁邊的箭頭以展開它。例如，您可以展開 **IBM Campaign** 產生的欄位清單，然後選取對待項代碼。透過在輸出中併入對待項代碼，您可以使用它來追蹤回應。直接回應追蹤需要客戶提供他們回應行銷方案（例如，透過使用優待券）時的相同代碼。使用按住 **Ctrl** 鍵的同時按一下滑鼠左鍵或按住 **Shift** 鍵的同時按一下滑鼠左鍵來選取多個欄位。
 - 若要檢視欄位中的值，請選取欄位並按一下側寫。
 - 使用新增和移除控制項來調整清單的內容。
 - 「匯出欄位」清單中的欄位順序判定寫出資料的順序。
9. 若要對輸出排序並指定如何處理清單中的重複 ID，請按一下個人化標籤上的更多。您會看到「進階設定」對話框。

- a. 決定您的清單是包括還是省略重複 ID。例如，如果您的目標客戶 ID 為「家庭」，則該家庭中的每個人都可能有重複的目標客戶 ID。您可能想或不想在清單中包括每個人。若要省略重複 ID，請選擇**跳過 ID 重複的記錄**，並指定傳回重複 ID 時要保留的記錄。例如，若要僅保留家庭收入最高的家庭成員，請選取 **MaxOf** 和 **Household_Income**。

註：此選項會移除同一輸入單元中出現的重複項。如果相同 ID 存在於多個輸入單元中，則聯絡人清單可能仍然包含重複項。如果您的目標是要從清單中移除所有重複項，請使用「郵件名單產出」或「電訪名單產出」程序的「資料合併」或「資料分群」上游程序來清除重複 ID 或者建立互斥客群。

註：此選項僅專屬於實現表格（清單）而不屬於聯絡歷程。聯絡歷程表格一律僅包含唯一 ID。例如，假設您的輸出清單包含多個家庭成員（「家庭」具有重複 ID）。聯絡歷程將僅包含「家庭」的一個記錄，並且使用找到的第一個 CustomerID。流程圖設計人員必須確保在記錄到達聯絡歷程表格之前，結果集取得正確的記錄。在「郵件名單產出」或「電訪名單產出」程序框之前使用「擷取」程序來刪除重複的結果，以確保將正確的記錄寫入實現表格和聯絡歷程。

- b. 若要對輸出進行排序，請使用**排序方式**選項。例如，若要按暱稱以降序方式進行排序，請選取**姓氏欄位和遞減**。
 - c. 按一下**確定**以關閉「進階設定」對話框。
10. 使用日誌標籤來控制要寫入聯絡歷程的內容。

您必須擁有適當的許可權才能啟用或停用聯絡歷程日誌選項。

- a. 若要將聯絡歷程記載至系統表格，請勾選**記載至聯絡歷程表**。此選項會使聯絡資訊可供用來在整個 Campaign 中進行追蹤及報告。

註：建立郵寄清單時，如果您計劃將該清單傳送到郵寄商店進行處理（例如，驗證地址），則不要記載至聯絡歷程。而是在從郵寄商店傳回清單之後，考量使用「活動追蹤」程序來記載資訊。這樣一來，您就只擷取向其郵寄了行銷方案的客戶清單。另一個方法是容許「郵件名單產出」更新聯絡歷程，然後使用「活動追蹤」程序來更新「郵件名單產出」程序所建立的聯絡歷程記錄。

- b. （選用）若要同時在聯絡歷程表以外的其他位置儲存聯絡資訊（或不在聯絡歷程表中儲存），請勾選**記載至其他目的地**。如果您的組織需要以其他格式進一步處理該資訊，或者您要在更新聯絡歷程之前檢查輸出，則此選項很有用。
11. 如果您在「日誌」標籤上選取了**記載至其他目的地**：

- a. 使用**選取單元**來指定要使用的輸入（如果存在多個輸入）。
- b. 使用**記載至來選取目的地表格或檔案**。如果您選取**檔案**，請定義輸出檔名稱和參數。

透過將候選欄位移至**要輸出的欄位**清單來指出要包括哪些欄位資料。您可以

透過按一下**比對**  來自動尋找相符欄位。與**表格欄位**名稱完全相符的欄位將自動新增至**要記載的欄位**清單。如果有多個相符欄位，則將採用第一個相符項。清單中欄位的順序會決定檔案中資料的順序。

- c. 使用下列選項來指定如何處理目的地檔案或表格的更新：

- **附加到現有資料：**將新的聯絡資訊新增至表格或檔案的末尾。對於資料庫表格而言，附加資料是較為安全的選項，因為它會保留現有資料。如果您對定界檔案選取此選項，則不會將標籤匯出為第一列。
- **取代所有記錄：**從表格或檔案中移除所有現有資料並將其取代為新的聯絡資訊。

參考資訊欄位指出跳過 ID 重複的記錄是設定為「是」還是「否」。您可以在個人化標籤上設定此選項，但它仍會套用至針對在其中額外記載聯絡歷程之記載至其他目的地指定的表格或檔案。

12. 若要自訂寫入聯絡歷程的資訊，請在「日誌」標籤上按一下**其他選項**。

即會開啟聯絡歷程記載選項的日誌對話框。

- a. 若要避免在此程序執行時更新聯絡歷程，請選取**僅建立對待項**。

此選項會在「對待項」表格中產生新的對待項，而不會更新聯絡歷程，從而容許延遲更新歷程表格。例如，如果計劃透過後處理來移除無效及重複地址，請使用此選項。透過等待使用 ID（向這些 ID 傳送行銷方案）最終清單來更新聯絡歷程，產生的聯絡歷程將更小且更準確。

如果您選取此選項，則將停用此對話框中不再適用的其他選項。

依預設，未選取此選項，因此會在程序執行時更新聯絡歷程。

如需記載聯絡歷程的相關資訊，請參閱第 155 頁的第 7 章，『聯絡歷程』。

- b. 若要使用最近一次執行程序所使用的套件 ID 來產生新的對待項，請選取**使用前次套件 ID**。

在同一聯絡程序中提供給個體的所有行銷方案都視為單一「套件」。依預設未選取**使用前次套件 ID**。不選取此選項時，可以確保在聯絡程序的每次正式作業執行時都會對每個套件指派一個唯一 ID。

如果您選取了**僅建立對待項**以防止更新客戶歷程，則您還可以選取**使用前次套件 ID**以確保將前次執行中的套件 ID 指派給每一個行銷方案集。此動作會將行銷方案鏈結至現有聯絡歷程。

- c. 使用**追蹤目標客戶類型**來判定寫入聯絡歷程的目標客戶類型。

註：「郵件名單產出」或「電訪名單產出」程序會根據輸入程序的目標客戶類型移除重複記錄。變更**追蹤目標客戶類型**不會影響刪除重複記錄的方式。例如，假設「郵件名單產出」程序的輸入程序使用目標客戶類型 1。不過，您想要將記錄記載至目標客戶類型 2 的聯絡歷程。在此情況下，您必須配置「資料層級轉換」程序以變更目標客戶類型。然後連接「資料層級轉換」程序作為聯絡程序的輸入。現在，您可以選取「追蹤目標客戶類型 2」。

- d. 使用**聯絡日期**（如果為空，將使用**流程圖執行日期**）欄位來指定何時與聯絡人清單中的人員聯絡。如果您不指定日期，則 Campaign 會使用**流程圖執行日期**。
- e. 使用**聯絡狀態碼**清單來指定用於追蹤的狀態碼。
- f. 使用**控制項**將**候選欄位**清單中的欄位新增至要記載的欄位清單。
- g. 按一下**關閉**以回到程序配置對話框的日誌標籤。

13. (選用) 若要在下次執行聯絡程序之前，永久地刪除現有的聯絡歷程及相關聯的回應歷程項目，請在日誌標籤上按一下**清除歷程**。

重要：清除歷程將從系統表中永久地刪除聯絡及回應歷程記錄。此資料將無法回復。

14. (選用) 使用**一般標籤**來指派名稱及敘述性附註給程序。**程序名稱**用作流程圖上的程序框標籤。它也用在各種對話框及報告中以識別程序。當您將游標移至流程圖中的程序框上方時，會顯示附註欄位的內容。
15. 按一下**確定**。

結果

程序現在已配置。您可以測試程序執行，以驗證它是否傳回您預期的結果。測試執行不會輸出資料，也不會更新任何表格或檔案，但它會執行在實現標籤上選取的所有觸發程式。

電訪名單產出程序

使用「電訪名單產出」程序可將行銷方案指派給聯絡人，產生電話行銷活動的聯絡人清單，以及記載聯絡歷程。「電訪名單產出」程序通常指的是聯絡程序。

配置「電訪名單產出」程序的方式與配置「郵件名單產出」程序的方式相同。請參閱第 89 頁的『配置郵件名單產出或電訪名單產出程序』。

「活動追蹤」程序

使用「活動追蹤」程序來更新聯絡歷程中現有記錄的聯絡狀態或者額外追蹤欄位。「活動追蹤」程序可以更新現有聯絡歷程記錄，建立新記錄，或者同時執行這兩項作業。

「活動追蹤」程序可讓您將聯絡資訊記載至聯絡歷程表格，該程序獨立於產生聯絡清單的聯絡程序。

例如，如果您的郵購商店進行了後續處理以移除無效及重複的地址，則您可能不會將最初產生的清單寫入至聯絡歷程。而是會等待郵購商店向您傳送一份他們實際將行銷方案傳送至的 ID 確認清單。

在此情況下，「活動追蹤」程序的輸入將是郵購商店在執行後續處理之後所使用的最終郵寄清單，因此您的聯絡歷程將更為準確。稍後，如果某些直接郵寄因為無法送達而傳回，您可以使用「活動追蹤」程序來更新將那些聯絡人的聯絡狀態更新為「無法送達」。

此外，有時目標清單太大，而不需要將其所有資訊都載入至聯絡歷程。您可以僅記載那些以前實際聯絡過的聯絡人。通常，直到從呼叫中心或郵寄商店收到回饋意見，您才知道已聯絡或未聯絡到哪些人。您可以使用「活動追蹤」程序，來在從不同來源收到回饋意見時，可以將意見插入到聯絡歷程表格中。

如需將聯絡記載至聯絡歷程的詳細資料，請參閱第 155 頁的第 7 章，『聯絡歷程』。

範例 1

您建立兩個個別流程圖以利用「活動追蹤」程序的延遲寫入聯絡歷程功能。

在流程圖 1 中建立聯絡人清單：「名單選取」程序選取資料並為「資料分群」程序提供輸入，在「資料分群」程序中，會按價值層級對資料進行分群。「資料分群」程序中的細分資料即是「郵件名單產出」程序的輸入。您配置「郵件名單產出」程序以將 ID 清單輸出至檔案，而不記載聯絡歷程，因為您想要由郵寄商店來對聯絡人清單進行後續處理。

建立流程圖 2 以處理郵寄商店傳回給您的聯絡人清單，以及將最終聯絡人清單寫入至聯絡歷程。流程圖 2 由一個「名單選取」程序組成，該程序的輸入是郵寄商店已實際聯絡過的客戶清單，且該程序連接至「活動追蹤」程序，「活動追蹤」程序隨後會將資訊寫入至聯絡歷程。

範例 2

在前一個範例的變異中，郵寄商店傳回無法聯絡的 ID 清單。若要取得已聯絡 ID 的清單，請從流程圖 1 中選取原始輸出聯絡人清單，並使用「資料合併」程序來抑制無法聯絡的 ID。來自「資料合併」程序的輸出便是您的已聯絡 ID 清單，可以將這些 ID 傳遞給「活動追蹤」程序以寫入至聯絡歷程。

註：在這兩個範例中，都需要「對待項代碼」來將更新後的資料對映回原始清單。

追蹤聯絡歷程

配置「活動追蹤」程序以更新聯絡歷程中的現有列或建立新列。

關於這項作業

如需相關範例，請參閱第 94 頁的『「活動追蹤」程序』。

程序

1. 開啟流程圖以進行編輯。



2. 將「活動追蹤」程序從選用區拖曳至流程圖。
3. 連接一個以上已配置程序作為「活動追蹤」程序的輸入。
4. 按兩下流程圖中的「活動追蹤」程序。

即會開啟「活動追蹤程序配置」對話框，並依預設開啟「來源」標籤。

5. 使用來源標籤來選取包含潛在回應者的輸入單元。連接至「活動追蹤」程序之程序中的單元會出現在輸入清單中。
 - a. 使用輸入清單來選取不同或其他的來源單元。
 - b. 使用聯絡日期欄位來選取要與「活動追蹤」程序將更新之記錄相關聯的日期。依預設，會選取值「今天」。您還可以使用衍生欄位來移入聯絡日期。
 - c. 選取要與您在聯絡歷程中所更新記錄相關聯的聯絡狀態碼。
6. 按一下對映至對待項標籤。

使用候選動作欄位清單來選擇要與對待項代碼相比對的相關欄位。「對待項代碼」會唯一地識別聯絡歷程中要更新的列。

選取用於比對的欄位，並按一下**新增**以將它移至**相符行銷方案/對待項欄位清單**，以便它與對待項代碼配對。

7. 按一下**日誌標籤**以指定如何更新聯絡歷程。

註：您必須擁有適當的許可權才能啟用或停用聯絡歷程表格更新。

- a. 若要更新系統表格中的聯絡歷程，請選取**記載至聯絡歷程表**勾選框。
- b. 指定如何更新聯絡歷程表格：
 - **更新現有記錄：**如果記錄存在，則進行更新。如果記錄不存在，則不會加以建立。
 - **僅建立新記錄：**如果記錄不存在，則進行建立。不會更新現有記錄。
 - **更新現有記錄並建立新記錄：**如果記錄存在，則進行更新。如果記錄不存在，則進行新增。
- c. 若要將其他欄位寫入聯絡歷程，請按一下**其他欄位**以顯示聯絡歷程記載選項對話框。使用**新增**、**移除**、**比對**、**上移一位**及**下移一位**按鈕，從**候選欄位清單**中選取欄位並將其移至**要記載的欄位清單**。不會更新不符合的欄位。
- d. 按一下**確定**。

8. 如果您要記載至系統表格中聯絡歷程以外的其他目的地（或同時記載至兩個位置），請選取**記載至其他目的地**勾選框。此選項可讓您寫入至替代表格或檔案。

- a. 使用**記載至清單**來指定輸出是應寫入檔案中，還是應寫入資料庫中的新表格或現有表格中：

如果選取**檔案**，請使用「**指定輸出檔**」對話框以輸出至含資料字典的純文字檔、基於現有資料字典的純文字檔或定界檔案。

如果選取**新表格**，請使用**新建表格定義**：選取**表格類型**對話框來指定您要在其中寫入日誌輸出的新表格的相關資訊。

- b. 若要指定要將哪些欄位輸出至日誌，請從**候選欄位清單**中選取欄位並將其移至**要輸出的欄位清單**。如果您沒有看到要選取的欄位，請在「**候選欄位**」清單中展開項目。您還可以在候選欄位中使用**衍生欄位**。

- c. 您可以透過按一下**比對**  來自動尋找相符欄位。與**表格欄位**名稱完全相符的欄位將自動新增至**要記載的欄位清單**。如果有多個相符欄位，則將採用第一個相符項。

- d. 選取選項來指定如何處理輸出檔案或表格的更新：
 - **附加到現有資料：**將新的聯絡資訊附加到表格或檔案的末尾。如果您對定界檔案選取此選項，則不會將標籤匯出為第一列。這是適用於資料庫表格的最佳做法。
 - **取代所有記錄：**從表格或檔案中移除所有現有資料並將其取代為新的聯絡資訊。

9. （選用）按一下**一般標籤**來指派名稱及敘述性附註給程序。**程序名稱**用作流程圖上的程序框標籤。它也用在各種對話框及報告中以識別程序。使用**附註欄位**來說明程序的用途或結果。當您將游標移至流程圖中的程序框上方時，會顯示此欄位的內容。

10. 按一下**確定**。

結果

程序現在已配置。您可以測試程序執行，以驗證它是否傳回您預期的結果。

回應設定程序

「回應設定」程序會追從在聯絡程序（例如「郵件名單產出」或「電訪名單產出」）中聯絡之客戶的回應。

根據您在程序配置期間定義的規則，「回應設定」程序會評估哪些回應將被視為有效回應，以及它們是如何歸功於行銷活動或行銷方案的。「回應設定」程序的輸出會寫入至數個回應歷程系統表格中，可以在其中存取資料以使用行銷活動效能及利潤報告進行分析。

「回應設定」程序可以其最簡單的形式出現在其專屬的流程圖，該流程圖已連接至「名單選取」程序及「資料分群」程序（選用）。在此類流程圖中，「名單選取」程序會從對映表格（包含回應者及其回應動作的相關資料）中選取 ID。這些 ID 由「資料分群」程序劃分到有意義的群組，最終傳遞至「回應設定」程序，其中將套用回應追蹤規則及將輸出寫入回應歷程表中。

回應設定程序與其對應的聯絡程序緊密對齊，在回應設定程序中，現在被追蹤的回應者很可能是以特定行銷方案為目標之單元的成員。

相關工作:

『更新回應歷程』

相關參考:

第 216 頁的『IBM Campaign 的效能報告』

更新回應歷程

使用「回應設定」程序來更新回應歷程。「回應設定」程序會將行銷活動回應資訊與聯絡歷程進行比較，並將資訊寫入至適當目標客戶類型的回應歷程表格。

開始之前

回應設定程序與其對應的聯絡程序緊密對齊，在回應設定程序中，現在被追蹤的回應者很可能是以特定行銷方案為目標之單元的成員。因此，在您可以配置「回應設定」程序之前，必須：

- 知道聯絡人清單的目標客戶類型。
- 確保已對映您要聯絡及追蹤之每個目標客戶類型的聯絡歷程和回應歷程系統表格。這項工作通常由 Campaign 管理者執行。
- 為每個目標客戶類型設定個別的「回應設定」程序，供您追蹤回應者。
- 知道代表您要追蹤之回應類型的代碼。
- 知道已將 Campaign 產生的哪些代碼（行銷活動、單元、行銷方案或對待項代碼）傳送至聯絡人清單，以便您可以將其對映以進行追蹤。
- 啟用在 Campaign 系統表格資料庫中建立暫存表格的能力（將 AllowTempTables 配置內容設定為 true）。

關於這項作業

遵循下列步驟以配置「回應設定」程序。

程序

1. 導覽至您在其中建立了聯絡流程圖（指派了您計劃要分析之行銷方案的流程圖）的行銷活動清單。
2. 通常，將建立個別流程圖來處理「回應設定」程序。您還可以對每個通路建立一個回應流程圖，或者為所有行銷活動建立一個廣域回應追蹤流程圖。
3. 按一下編輯 以開啟流程圖進行編輯。

4. 將「回應設定」程序 從選用區拖曳至流程圖。
5. 連接「名單選取」或「擷取」程序作為「回應設定」程序的輸入。

「名單選取」或「擷取」程序通常從動作表讀取資料。動作表是一個選用的資料庫表格或檔案，其中包含向客戶呈現行銷方案之後收集的回應資料。通常，資料來源於數個表格（例如交易或銷售資訊）。

註：管理者必須確保在回應處理期間已鎖定動作表。管理者還必須在每一個「回應設定」程序執行之後清除列，以確保不多次記入回應信用積分。例如，在「回應設定」程序之後使用 Campaign 來執行 SQL，以清除動作表。如需重要資訊，請參閱《IBM Campaign 管理手冊》。

6. 按兩下流程圖中的「回應設定」程序以開啟程序配置對話框。
7. 如下所示使用來源標籤。
 - a. 如果已遵循此程序中的步驟，則輸入清單已顯示正確的輸入。輸入應該源自用於存放客戶回應資訊的已對映動作表。

註：如果您將定界純文字檔用作「回應設定」程序的輸入，則必須確保已適當對映輸入檔中的所有資料類型，因為這不由「回應設定」程序強制執行。使用不符的資料類型（例如，在 UA_Treatment.TreatmentCode 欄位為「字串」類型時，將對待項代碼對映為「數值」）會導致部分資料庫（例如 DB2® 上的系統表）上發生資料庫錯誤。

- b. 針對回應日期，請從動作表中選取要與將由「回應設定」程序輸出之記錄相關聯的日期。依預設，會選取值「今天」。
 - c. 針對回應類型碼，請從動作表中選擇欄位。回應類型碼是廣域定義的且可用於所有行銷活動。回應類型是您要追蹤的特定動作，例如點按瀏覽、查詢、購買、啟動和使用等。每一種回應類型都由唯一的回應碼代表。
8. 使用對映至對待項標籤來選取要追蹤的欄位並將它們與行銷方案及對待項屬性的清單進行比對。
 - a. 在候選動作欄位清單中，展開您要使用的動作表，您可以看到欄位清單。
 - b. 使用新增按鈕將候選動作欄位與相符行銷方案/對待項欄位清單中的對應屬性進行比對。行銷方案/對待項屬性直欄會列出系統中的所有行銷方案或對待項屬性。

最好將至少一個「相關屬性」與一個回應碼相比對。

註：不會對回應屬性使用未對映的欄位及其值不可用（或為空值）的欄位。為了讓對待項實例能夠接收回應信用積分，移入的所有欄位（控制項除外）都必須相符。對於控制項，將忽略所有代碼。

9. 按一下日誌標籤以指定其他要記載至回應歷程的欄位。

使用控制項將候選欄位清單中的欄位與要記載的欄位清單中的欄位相比對。

您可以透過按一下比對來自動比對欄位。與表格欄位名稱完全相符的欄位將自動新增至要記載的欄位清單。如果有多個相符欄位，則將採用第一個相符項。

10. 按一下一般標籤來將名稱及敘述性附註指派給程序。
11. 按一下確定。

結果

程序現在已配置。您可以測試程序執行以驗證它是否傳回您預期的結果。

儲存並執行流程圖時，會將資訊寫入至回應歷程系統表格。在「回應設定」程序每次執行之後，Campaign 管理者都務必要清除列以確保不會多次記入回應信用積分。

相關概念：

第 165 頁的『如何追蹤對行銷活動的回應』

第 97 頁的『回應設定程序』

第 170 頁的『直接回應』

第 173 頁的『歸屬方法』

第 165 頁的第 8 章，『行銷活動回應追蹤』

第 4 章 管理流程圖

IBM Campaign 流程圖用來定義行銷活動邏輯。行銷活動中的每一個流程圖都對儲存在客戶資料庫或純文字檔內的資料執行一連串動作。

在建立流程圖期間及之後，您可對其執行各種管理活動。例如，您可測試及執行流程圖、編輯流程圖、列印流程圖，等等。

註：如果要使用流程圖，則您必須具有適當許可權（由管理者指派）。

驗證流程圖

驗證流程圖時，會檢查每一個程序中的錯誤。找到的每一個錯誤都會連續地顯示，以便您可以檢視並更正每一個錯誤。最佳實務是先對流程圖執行驗證，然後再進行正式作業執行。在下列情況下，這尤其重要：您要執行排定的流程圖時；使用批次模式時；或者您計劃不積極監視執行時。

關於這項作業

請先使用驗證流程圖功能來檢查流程圖的有效性，然後再進行正式作業執行。驗證會對流程圖執行下列檢查：

- 配置了流程圖中的程序。
- 將 AllowDuplicateCellCodes 配置參數設為否時，單元代碼在流程圖中是唯一的。將此參數設為是時，容許流程圖中使用重複的單元代碼。
- 單元名稱在流程圖中是唯一的。
- 聯絡程序所參照的行銷方案及行銷方案清單是有效的（尚未撤銷或刪除）。所參照的空白行銷方案清單會產生警告，但不會產生錯誤。
- 已鏈結至目標單元試算表中由上而下項目的單元仍然連接。

驗證工具報告在流程圖中找到的第一個錯誤。您可能需要連續執行驗證工具數次（在更正每一個顯示的錯誤之後），以確保您修正了所有錯誤。

程序

1. 在編輯模式下的流程圖頁面上，開啟執行功能表 ，然後選取驗證流程圖。
Campaign 會檢查流程圖。
2. 如果存在錯誤，則訊息會顯示找到的第一個錯誤。當您更正每一個錯誤並重新執行驗證時，任何剩餘錯誤會連續顯示。

測試及執行流程圖

您可以針對整個流程圖、流程圖中的一個分支或個別程序，執行測試或正式作業執行。您也可以驗證流程圖。如果要得到最佳結果，請在建置流程圖時處理測試執行並執行驗證，以便您可以在錯誤發生時對其進行疑難排解。請務必先儲存每一個流程圖，然後再處理測試或正式作業執行，及執行驗證。

重要：對於包含聯絡程序的流程圖，流程圖的每一次正式作業執行都只能產生一次聯絡歷程。如果要從相同的 ID 清單產生多次聯絡，請對 ID 清單建立 Snapshot，並從每一個流程圖執行的清單進行讀取。

註：具有管理專用權的使用者可以存取「監視」頁面，該頁面顯示所有執行中的流程圖及其狀態。「監視」頁面還提供用來暫停、回復或停止流程圖執行的控制項。

進程序、分支或流程圖的測試執行

建置流程圖時，您可處理測試執行，以便您可以在錯誤發生時對其進行疑難排解。然後，您可以檢視流程圖中任何錯誤的報告。

開始之前

請務必先儲存已編輯過的流程圖，然後再進行測試執行。進行測試執行時，請注意下列事項：

- 測試執行不會更新任何表格或檔案。但是，測試執行完成時將執行觸發程式，並套用廣域抑制。
- 選項進階設定 > 測試執行設定 > 啟用輸出會決定是否在測試執行期間產生輸出。
- 對資料操作程序（「名單選取」、「資料合併」、「擷取」和「資料層級轉換」）進行測試執行時，可以限制記錄數。請使用程序配置對話框中「單元大小限制」標籤上的限制輸出單元大小選項。
- 前一次測試執行的結果會遺失。
- 如果某個程序需要來自上游程序的資料，則您可能必須先執行上游程序，使其資料可供下游程序使用。

程序

1. 以編輯模式開啟流程圖。
2. 若要對一個程序或分支進行測試執行，請以滑鼠右鍵按一下程序，開啟執行功能表 ，並選取測試執行選定的程序或測試執行選定的分支。
3. 若要對整個流程圖進行測試執行，請開啟工具列中的執行功能表 ，然後選取測試執行流程圖。

該程序、分支或流程圖會以測試模式來執行。每一個順利執行的程序都會顯示一個綠色勾號。如果有錯誤，則程序會顯示一個紅色 "X"。

4. 如果您想要暫停或停止執行，請以滑鼠右鍵按一下程序框，並從執行功能表中選取暫停或停止。
5. 使用工具列內的其中一個儲存選項。如果您在流程圖完成測試執行之前按一下儲存並結束，則流程圖將繼續執行並在完成後進行儲存。如果任何人在流程圖仍處於執行狀態時重新開啟該流程圖，則對該流程圖所做的任何變更都將遺失。因此，請一律先儲存流程圖，然後再執行該流程圖。
6. 若要判定執行中是否有任何錯誤，請按一下分析標籤，並檢視 Campaign 流程圖狀態摘要報告。

進行流程圖的正式作業執行

進行流程圖的正式作業執行時，所產生的資料會儲存在系統表中。執行並儲存流程圖之後，您可以在報告中檢視執行的結果。

關於這項作業

請在完成儲存、驗證及測試執行後再進行正式作業執行。正式作業執行會寫入歷程表。

諸如「郵件名單產出」和「電訪名單產出」之類的聯絡程序會將項目寫入聯絡歷程。每一次正式作業執行只能產生一次聯絡歷程。必須先刪除來自現行執行的聯絡歷程，然後才能重新執行已經為該正式作業執行而執行的聯絡程序。若要從相同的 ID 清單產生多次聯絡，請建立 ID 清單的 Snapshot，並從每一個流程圖執行的對應清單進行讀取。

正式作業執行完成時，會執行觸發程式。

起始執行之後，具有管理專用權的使用者可存取「監視」頁面，其中會顯示所有執行中的流程圖及其狀態。

程序

1. 先儲存流程圖，然後再執行它。

2. 如果您是在檢視流程圖，請開啟執行功能表 ，然後選取執行。

如果您是在編輯流程圖，請開啟執行功能表 ，然後選取儲存並執行流程圖。

3. 若要執行一個程序或分支，請以滑鼠右鍵按一下程序，開啟執行功能表 ，並選取儲存並執行選定的程序或儲存並執行選定的分支。

註：只執行流程圖的一個程序或者一個分支不會使流程圖的執行 ID 遞增。只執行一個程序或分支時，如果存在聯絡歷程記錄，則系統會先提示您選擇執行歷程選項，然後您才能繼續執行。僅當執行先前已針對現行執行 ID 產生聯絡歷程的分支或程序時，「執行歷程選項」對話框才會出現。您可以將資訊附加到聯絡歷程，也可以取代執行 ID 的現有聯絡歷程。

4. 若要執行整個流程圖，請開啟工具列中的執行功能表 ，然後選取儲存並執行流程圖。

如果該流程圖已經執行，則會要求您確認執行。

該程序、分支或流程圖會以正式作業模式來執行。來自執行的資料會儲存至適當的系統表。每一個順利執行的程序都會顯示一個綠色勾號。如果有錯誤，則程序會顯示一個紅色 "X"。

5. 如果您想要暫停或停止執行，請以滑鼠右鍵按一下程序框，開啟執行功能表，並選取暫停或停止。

6. 使用工具列內的其中一個儲存選項。如果您在流程圖完成執行之前按一下儲存並結束，則流程圖將繼續執行並在完成後進行儲存。如果任何人在流程圖仍處於執行狀態時重新開啟該流程圖，則對該流程圖所做的任何變更都將遺失。

在流程圖執行之後，必須儲存該流程圖才能在任何報告中檢視執行的結果。儲存流程圖之後，重複執行的結果將立即可用。

7. 若要判定執行中是否有任何錯誤，請按一下分析標籤，並檢視 **Campaign** 流程圖狀態摘要報告。

進行程序或分支的正式作業執行

如果您只執行一個程序或分支，則流程圖的執行 ID 不會遞增。

關於這項作業

請在完成儲存、驗證及測試執行後再進行正式作業執行。正式作業執行會寫入歷程表。

起始執行之後，具有管理專用權的使用者可存取「監視」頁面，其中會顯示所有執行中的流程圖及其狀態。

重要：對於聯絡程序，每一次正式作業執行都只能產生一次聯絡歷程。如果要從相同的 ID 清單產生多次聯絡，請對 ID 清單建立 Snapshot，並從每一個流程圖執行的清單進行讀取。

程序

1. 以「編輯」模式開啟流程圖。
2. 按一下您想要執行之分支上的某個程序。
3. 開啟執行功能表 ，然後選取儲存並執行選定的分支。

註：只執行一個程序或分支時，如果存在聯絡歷程記錄，則系統會先提示您選擇執行歷程選項，然後您才能繼續執行。如需詳細資料，請參閱第 159 頁的『透過執行正式作業執行更新聯絡歷程』。

每一個程序都會在順利執行之後顯示一個勾號。如果有錯誤，則程序會顯示一個紅色 "X"。

4. 按一下分析標籤，並檢視 **Campaign** 流程圖狀態摘要報告，以判定執行中是否有任何錯誤。

暫停或暫停流程圖執行

暫停執行中的流程圖、分支或程序時，伺服器會停止執行，但會儲存已經處理的所有資料。停止流程圖執行時，任何目前執行中程序的結果都將遺失，並且那些程序上會出現一個紅色 "X"。

關於這項作業

例如，您可以暫停執行以釋放伺服器上的運算資源。暫停執行之後，您可以繼續執行或將其停止。停止執行之後，可從停止點開始繼續執行。

註：如果您具有適當的許可權，則您還可以從「監視」頁面來控制流程圖。

程序

1. 在流程圖頁面上，開啟執行功能表 。
2. 若要暫停執行，請選取暫停。若要停止執行，請選取停止。

繼續執行已停止的流程圖執行

停止流程圖執行後，您可透過執行以停止執行的程序開頭的流程圖分支，來繼續執行。該程序將與所有下游程序一起重新執行。

程序

1. 在編輯模式下的流程圖頁面上，按一下具有紅色 "X" 的程序。
2. 開啟執行功能表 ，然後選取儲存並執行選定的分支。

註：如果您具有適當的許可權，則您還可以從「監視」頁面來控制流程圖。如需詳細資料，請參閱《Campaign 管理手冊》。

繼續執行已暫停的流程圖執行

繼續執行某個已暫停的執行時，執行會在其停止的確切點處回復。例如，如果在處理 10 個記錄之後暫停了「名單選取」程序，則該程序回復後繼續處理第 11 個記錄。

程序

1. 在流程圖頁面上，開啟執行功能表 。
2. 選取繼續。

註：如果您具有適當的許可權，則您還可以從「監視」頁面來控制流程圖。如需詳細資料，請參閱《Campaign 管理手冊》。

對執行時期錯誤進行疑難排解

正確配置的程序會顯示為彩色（特定的顏色反映程序的類型）。其名稱為斜體的灰色程序具有配置錯誤。如果要找出該錯誤的相關資訊，請將游標停留在程序上方以顯示敘述性錯誤訊息。

如果流程圖因發生錯誤而停止執行，則正在執行的程序顯示一個紅色 **X**。請將游標停留在程序上方，以查看錯誤訊息。

註：如果已配置 Campaign（以便將系統表儲存在資料庫中），您不在檢視流程圖，並且執行因資料庫連線失敗而停止，則該程序將不顯示紅色 **X**。相反地，流程圖會顯示為其前次儲存時的狀態。

您應該諮詢日誌檔以獲取系統錯誤資訊，並檢閱行銷活動的「分析和效能/利潤」報告，以查看結果是否是您預期的結果。

使用流程圖日誌檔

每一個流程圖都有其專屬的日誌檔，檔名為 CampaignName_CampaignCode_FlowchartName.log。依預設，流程圖日誌檔儲存在 Campaign_home/partitions/partition_name/logs 中。

程序

1. 開啟流程圖以進行編輯。
2. 開啟日誌選項功能表 。可用的選項視您的許可權而定：

- **檢視日誌**：每一個流程圖都有自己的日誌檔，該日誌檔記錄每一個流程圖及程序執行期間的事件。您可以分析日誌檔，以判定流程圖的執行方式並對錯誤進行疑難排解。

- **記載選項：**開啟「記載選項」對話框。您可以選取要包括在日誌中的嚴重性層次：參考資訊、警告、錯誤、除錯。您也可以選取記載的事件種類。例如：記憶體配置，檔案作業（開啟、讀取、寫入等）、程序執行、單元層次作業等。您也可以指定是否在日誌項目中併入程序 ID。
 - **啟用記載功能：**勾選或清除這個勾選框，以開啟或關閉現行流程圖的記載功能。
 - **清除日誌：**移除日誌檔中的所有現有項目。若要在清除日誌檔之前備份日誌檔，請開啟日誌檔以進行檢視，然後將內容複製到另一個檔案。
 - **變更日誌路徑：**針對現行流程圖日誌指定不同的位置。
3. 如果日誌檔包含的資訊太多（或不足），請使用**記載選項**來調整嚴重性層次和事件種類，然後測試程序的執行並重新檢查日誌檔。完成後，請回復為預設記載層次，以避免效能問題。

結果

選定的選項僅適用於正在編輯的流程圖。在現行階段作業之後，不會持續保存選定的選項。當使用者下次編輯流程圖時，記載選項會回復為預設值。

流程圖日誌檔結構

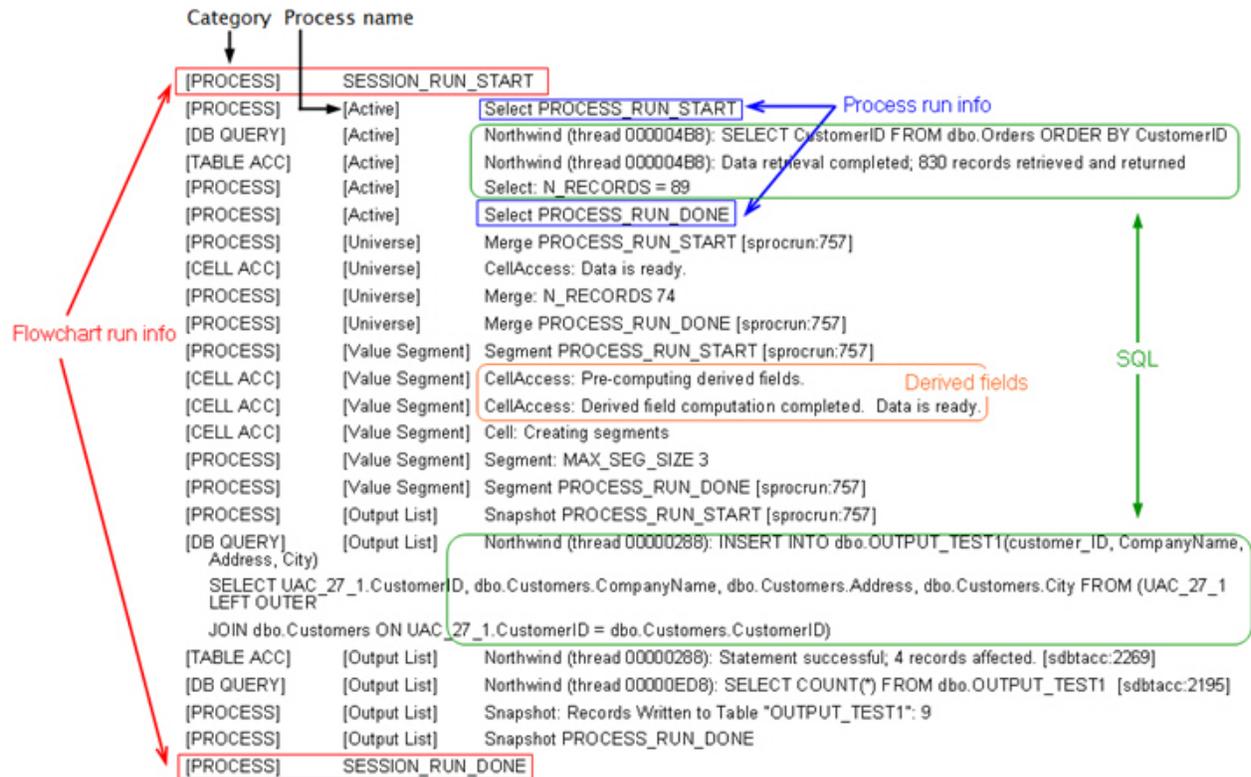
如果要分析流程圖日誌檔，則瞭解日誌檔結構很有幫助。

下列範例說明了日誌檔結構。若要檢視或設定記載選項，請開啟流程圖以進行編輯并

使用日誌選項功能表  功能表。**記載選項**可讓您調整記載層次（參考資訊、警告、錯誤、除錯），指定要記載的事件種類，以及在日誌項目中包括程序 ID。

Timestamp	PID	Level (I, W, E)	Category	Process name	Message body
04/20/2005 17:14:20.667	(1752)	[I]	[PROCESS]		SESSION_RUN_START
04/20/2005 17:14:20.797	(1752)	[I]	[PROCESS]	[Active]	Select PROCESS_RUN_START
04/20/2005 17:14:20.907	(1752)	[I]	[DB QUERY]	[Active]	Northwind (thread 000004B8): SELECT
04/20/2005 17:14:20.957	(1752)	[I]	[TABLE ACC]	[Active]	Northwind (thread 000004B8): Query completed;
04/20/2005 17:14:22.069	(1752)	[I]	[TABLE ACC]	[Active]	Northwind (thread 000004B8): Data retrieval
04/20/2005 17:14:22.089	(1752)	[I]	[PROCESS]	[Active]	Select N_RECORDS = 89
04/20/2005 17:14:22.099	(1752)	[I]	[PROCESS]	[Active]	Select PROCESS_RUN_DONE

下列範例顯示流程圖日誌檔的一部分。當您分析日誌檔時，確認每一個程序執行的開始和結束位置以及查看用來產生資料庫查詢的 SQL 很有幫助。視流程圖而定，您還可以尋找您在分析時感興趣之衍生欄位或其他實體的相關資訊。



搜尋流程圖及流程圖相關物件

使用搜尋流程圖，可輸入一個以上字元作為搜尋準則，以尋找流程圖或流程圖相關物件。

關於這項作業

流程圖相關物件包括流程圖及程序框名稱、配置詳細資料、說明、擁有者、使用者變數、使用者資料庫表格、客群、關聯的行銷方案，及任何其他儲存在行銷活動階段作業檔案 (.ses) 中的物件。當您執行搜尋時，會搜尋現行分割區中所有行銷活動中的所有流程圖。搜尋不區分大小寫。例如，搜尋 "Customer" 可找到包含單字 "customer" 的使用者資料庫、程序框及指派的行銷方案。

程序

- 從任何可用的位置，按一下搜尋流程圖：
 - 在所有行銷活動或所有階段作業頁面上
 - 在「檢視」模式下，從任何流程圖標籤
- 當搜尋流程圖對話框開啟後，輸入您的搜尋準則。

如果您按一下搜尋按鈕，而沒有輸入任何準則，則搜尋結果會包括所有流程圖。

- 使用「搜尋結果」區域，可檢查結果，及選擇性地導覽至流程圖。例如，您可按一下流程圖名稱，來以「檢視」模式開啟該流程圖。

如果您想要查看所有包含搜尋準則之程序框的清單，請在相符的程序框直欄中展開單元，或使用「搜尋結果」工具列中的全部展開/全部收合圖示。

4. 搜尋結果會保留下來，即使您關閉對話框也是如此。因此，您可以導覽至各種流程圖，同時仍能夠存取現有的搜尋結果。這些結果會保留下來，直到您在對話框中按一下清除結果，或執行另一次搜尋為止。

複製流程圖

複製現有流程圖可節省時間，因為您可以使用已完成的流程圖開始，並對其進行修改以符合您的需要。

程序

1. 檢視您要複製的流程圖。例如，在檢視流程圖的行銷活動時，按一下流程圖標籤。
2. 按一下複製圖示 。
3. 在「複製流程圖」對話框中，選取您要將流程圖複製到的目的地行銷活動。
4. 按一下接受此位置。

註：您還可以按兩下資料夾，以透過一個步驟來選取並接受該位置。

結果

這時，會將流程圖複製到選定的行銷活動。

程序配置設定會複製到新的流程圖。不過，不會將因執行原始流程圖而建立的任何暫存檔或表格複製到新流程圖。

如果所複製的流程圖包括聯絡程序（「郵件名單產出」或「電訪名單產出」），以及已鏈結至目標單元試算表的目標單元，則會在新流程圖中為單元產生新的單元代碼，以便不會出現重複的單元代碼。如果已在流程圖中定義了目標單元，並且聯絡程序中的自動產生單元代碼選項已關閉，則不會為新流程圖產生新的單元代碼。

註：如果流程圖邏輯所使用的衍生欄位參照了舊流程圖中的單元代碼，則該邏輯不會移轉到新的流程圖。

檢閱流程圖

視您的許可權而定，您可以檢閱但無法編輯流程圖。檢閱流程圖表示您可以查看程序配置並進行變更，但您無法儲存任何變更或執行正式作業執行。流程圖自動儲存選項已停用，並且無法啟用。如果要儲存對流程圖的變更，您必須具有「編輯」許可權。

關於這項作業

如果您可以檢閱但無法編輯流程圖，則您可以在不意外變更流程圖的情況下驗證流程圖的內容。

在「檢閱」模式下開啟流程圖的方式與在「編輯」模式下開啟流程圖的方式相同。如果您沒有「編輯」許可權，則您的許可權確保您只可以在「檢閱」模式下存取流程圖。

請遵循下列步驟來檢閱流程圖。

程序

1. 請使用下列其中一種方法來來開啟流程圖：

- 在「行銷活動」頁面上，按一下行銷活動旁邊的編輯標籤 ，然後從功能表中選取流程圖。
- 開啟行銷活動，按一下流程圖標籤，然後按一下流程圖工具列中的編輯 。
- 開啟行銷活動的分析標籤，按一下流程圖鏈結，然後按一下編輯 。

這時，一則訊息會指示流程圖處於「檢閱」模式，並且無法儲存您所做的任何變更。頁面標頭顯示「檢閱中」，並且只有取消選項可見。

2. 您可以在「檢閱」模式下執行下列動作：

- 將程序另存為範本。
- 將流程圖另存為範本。
- 修改流程圖（但您無法儲存變更）。
- 執行測試執行（如果您具有適當的許可權的話）。

重要：即使在「檢閱」模式下，測試執行也可以寫入輸出並執行觸發程式。此外，如果您具有適當的許可權，您可以在流程圖中編輯自訂巨集和觸發程式，因此可以變更流程圖。

在唯讀模式下檢視流程圖

如果您對流程圖具有「檢視」許可權，則您可以在唯讀模式下開啟該流程圖，以查看使用了哪些程序以及這些程序的連接方式。不過，您無法開啟程序配置對話框或進行任何變更。

程序

1. 選擇行銷活動 > 行銷活動。
2. 請使用下列其中一種方法來來開啟流程圖。
 - 按一下行銷活動名稱旁邊的檢視標籤 ，然後從功能表中選取流程圖。
 - 開啟該行銷活動，然後按一下流程圖標籤。
 - 開啟行銷活動的「分析」標籤，然後按一下要檢視之流程圖的名稱。

下一步

如果要查看流程圖的更多詳細資料（例如，如何配置程序），您必須開啟該流程圖進行檢閱或編輯：按一下流程圖工具列中的編輯圖示 。您的許可權決定流程圖是在檢閱模式下開啟，還是在編輯模式下開啟。

並列檢視兩個流程圖

在開發新流程圖時，部分行銷活動設計人員喜好並列檢視兩個流程圖。使用 Internet Explorer 時，您必須使用檔案 > 新建階段作業來開啟其他瀏覽器視窗。

關於這項作業

請勿使用任何其他方法來開啟多個瀏覽器階段作業。例如，請勿使用新標籤；請勿從開始功能表開啟另一個瀏覽器階段作業；請勿使用檔案 > 新鍵視窗。使用這些方法可能混淆或毀損顯示在 Campaign 中的資訊。

註：使用下面的方法時，您無法將程序從一個流程圖複製到另一個流程圖。如果要跨流程圖複製已配置的程序，請使用按一下滑鼠右鍵指令功能表上提供的範本庫選項，如第 30 頁的『在流程圖之間複製程序』中所述。

程序

1. 開啟 Internet Explorer。
2. 登入 IBM Marketing Software 套組並只在檢視模式下導覽至 Campaign 流程圖。
3. 在您於步驟 1 中開啟的瀏覽器視窗中，選取 Internet Explorer 功能表列中的檔案 > 新建階段作業。

即會開啟新的 Internet Explorer 實例。

4. 在新的瀏覽器視窗中，以相同或不同使用者身分登入 IBM Marketing Software 套組，並只在檢視模式下導覽至 Campaign 流程圖。

記住：必須停用瀏覽器或瀏覽器附加程式（例如，工具列）中的任何蹦現封鎖程式。蹦現封鎖程式會阻止開啟流程圖視窗。

列印流程圖

您可以從 IBM Campaign 列印流程圖的實體副本。

關於這項作業

註：請勿使用 Web 瀏覽器的檔案 > 列印指令。此程序不一定正確地列印流程圖。

程序

1. 在檢視或編輯模式中開啟流程圖。
2. 按一下列印圖示 。

刪除流程圖

如果您確定不再需要某個流程圖，則可以將其刪除。

關於這項作業

刪除流程圖會永久地移除流程圖及其所有關聯檔案，其中包括日誌檔。如果要保留流程圖的某些部分以進行重複使用，請將它們另存為儲存物件。不刪除輸出檔（例如，由「資料保存」程序、「最佳化」程序或某個聯絡程序寫入的檔案），並將保留聯絡及回應歷程。

程序

1. 在檢視模式中開啟流程圖。
2. 按一下刪除按鈕。

重要：如果嘗試刪除某個人正在編輯的流程圖，則 Campaign 會警告您另一個使用者已開啟該流程圖。如果您繼續，則另一個使用者的變更將遺失。為了防止遺失工作，必須先與另一個使用者聯絡，然後再繼續。

3. 如果您確定要永久地刪除流程圖，請按一下**確定**以確認刪除。

這時，會刪除該流程圖及其所有關聯檔案。

第 5 章 行銷方案管理

行銷方案是特定的行銷通訊，您使用一個以上的通路將其傳送至特定的人員群組。每一個行銷方案都基於 Campaign 管理者定義的行銷方案範本。

來自線上零售商的簡式行銷方案可能由 4 月份所有線上購買項目的免費送貨組成。更複雜的行銷方案可能包含來自金融機構的信用卡、個人化的插圖組合、介紹利率和根據收件者的信用評級及區域而變化的到期日。

在 Campaign 中，您將建立可以在一個以上行銷活動中使用的行銷方案。

行銷方案可重複使用：

- 在不同的行銷活動中；
- 在不同的時間點；
- 針對不同的人員群組（單元）；
- 作為不同的「版本」（透過改變行銷方案的參數型欄位）。

一般工作流程是：

1. （選用）管理者定義自訂屬性。
2. 管理者建立行銷方案範本（必要），並向這些行銷方案範本新增自訂屬性（選用）。
3. 使用者根據範本來建立行銷方案。
4. 流程圖設計人員透過在流程圖中配置聯絡程序或者將行銷方案與目標單元試算表中定義的目標單元相關，來指派行銷方案。
5. 行銷活動執行，並將行銷方案提供給客戶。

在已經於正式作業模式下執行的行銷活動中使用了行銷方案之後，無法刪除該行銷方案。不過，可以將其撤銷。無法指派已撤銷的行銷方案，並且不再傳送任何已撤銷的指派行銷方案。已撤銷的行銷方案會在行銷方案階層中變成灰色。它們仍可用於產生報告和回應追蹤。

註：處理行銷方案需要適當的許可權。如需許可權的相關資訊，請參閱《Campaign 管理手冊》。

行銷方案屬性

行銷方案屬性是用來定義行銷方案的資訊。「行銷方案名稱」、「說明」及「通路」是行銷方案屬性的範例。

部分屬性是某種行銷方案類型的專屬屬性。例如，「利率」可能是信用卡行銷方案的屬性，但不是免費送貨行銷方案的屬性。

有 3 種類型的行銷方案屬性：

- **基本**：定義行銷方案時所需的欄位，例如「行銷方案名稱」、「安全原則」、唯一的「行銷方案代碼」、「說明」和「相關產品」。

- **標準：**隨 Campaign 提供的行銷方案屬性，可以在行銷方案中選擇性地包括這些屬性。範例為「通路」、「生效日」和「到期日」。
- **自訂：**針對貴組織建立的屬性，例如「部門」、「贊助者」、「利率」和 SKU。

當管理者定義行銷方案範本中的行銷方案屬性時，會將每一個屬性定義為「靜態」或「參數型」。同一行銷方案屬性（例如「通路」），在一個行銷方案範本中可以是指定型屬性，但在另一個行銷方案範本中卻是參數型屬性。

- **指定型屬性：**建立不同版本的行銷方案時，其值不變更的行銷方案屬性。範例為行銷方案代碼、行銷方案名稱及說明。
- **隱藏指定型屬性：**指定型屬性包括在行銷方案範本上，但卻對建立行銷方案的人員進行隱藏。可以搜尋、追蹤和報告隱藏型屬性。例如，如果範本包括「行銷方案成本」（貴組織管理行銷方案的成本），則您可以搜尋管理成本小於 \$1.00 的所有行銷方案。可以在報告中使用該資訊以進行效能 ROI 分析。
- **參數型屬性：**可以在指派行銷方案時提供其值的行銷方案屬性。例如，您可以鍵入一個值，從預先定義的下拉清單中選取一個選項，或者選取一個資料庫欄位。定義行銷方案範本之後，管理者可以設定任何標準或自訂行銷方案屬性作為參數型屬性。

行銷方案範本中的參數型屬性具有預設值，您可以在建立行銷方案和指派該行銷方案時置換該預設值。例如，信用卡行銷方案的介紹利率在其行銷方案範本中可以使用值 5%、8% 和 12% 進行參數型。使用範本建立行銷方案時，您可以選取其中一個值作為預設利率。後續在流程圖中使用行銷方案並將其指派給單元時，流程圖設計人員可以將利率變更為不同的值。

行銷方案版本

每次您改變行銷方案的參數型屬性以建立唯一組合時，都會建立一個行銷方案版本。

例如，您可以改變信用卡行銷方案中的下列屬性：

- 插圖（燈塔、小貓或賽車）
- 介紹利率（5.99%、8.99% 或 12.99%）
- 行銷方案有效日期（一月、六月或九月）

因此，具有燈塔影像、5.99% 介紹利率並且行銷方案有效日期為 9 月 1 日至 31 日的信用卡，與具有不同影像、利率或有效日期的信用卡是行銷方案的不同版本。

註：如果要唯一識別特定的行銷方案用法實例，請使用對待項代碼。

行銷方案範本

建立行銷方案時，您可以根據行銷方案範本來建立行銷方案。行銷方案範本由管理者預先建立。

每一個行銷方案範本都包括數個必要欄位（例如「行銷方案名稱」和「安全原則」）。此外，範本可能包括分別定義的自訂屬性。例如，用於建立「獎勵卡」行銷方案的範本可能包括「折扣」下拉清單（一個自訂屬性，包含值 10%、15% 和 20%）。

根據該範本建立行銷方案時，您將填寫範本中定義的任何欄位。例如，提供「行銷方案名稱」，選取「安全原則」，並從「折扣」下拉清單中選擇預設值。如果容許您向

該清單新增值，則建立行銷方案時，您將在屬性旁邊看到**新增**按鈕。例如，如果您新增了值 25%，則該清單將包含 4 個值（10%、15%、20% 和 25%）。

儲存行銷方案之後，該行銷方案變成可供在行銷活動流程圖中使用。然後，流程圖設計人員可以透過配置聯絡程序（「郵件名單產出」、「電訪名單產出」或「最佳化」）來指派行銷方案。

該下拉清單在聯絡程序中的行為由一般配置參數 `disallowAdditionalValForOfferParam` 進行控制。這個參數決定是否限制流程圖設計人員在配置聯絡程序時從該清單中選取值。如果該參數為 `True`，則設計人員只能從該下拉清單中選取值。如果該參數為 `False`，則設計人員可以選取該清單外部（例如，資料庫表格中）的值。

對待項

對待項是特定時間點處單元與行銷方案版本的唯一組合。因為它們可讓您透過非常特定的方式來追蹤回應，所以使用對待項代碼進行回應追蹤是最佳實務。

當您使用已與行銷方案相關聯的聯絡程序（例如，「電訪名單產出」或「郵件名單產出」）來執行流程圖時，將自動建立對待項。每一個對待項都由系統產生的對待項代碼唯一識別，該對待項代碼的格式是在產生行銷方案時所基於的行銷方案範本中進行指定。使用者無法置換對待項代碼。

每次執行聯絡程序（在測試模式下除外）時，Campaign 都記錄下列詳細資料：

- 聯絡程序中指派行銷方案版本；
- 向其指派行銷方案的單元；
- 行銷方案版本、單元及日期/時間的每一個唯一組合的對待項代碼；
- 聯絡程序執行日期。

執行同一聯絡程序兩次（在正式作業執行中）會建立兩個對待項實例，每一個對待項實例都具有唯一的對待項代碼。這可讓您透過非常特定的方式來追蹤回應，並回到確切的聯絡人實例。例如，您可能會在 2 月 15 日執行已於 1 月 15 日執行的相同促銷，並且如果您使用對待項代碼進行追蹤，則可以透過對待項代碼將對 2 月 15 日郵寄做出回應的人員與對 1 月 15 日郵寄做出回應的人員加以識別，即使他們都是這兩次促銷的目標。

在流程圖執行之前，無法使用對待項代碼，因為只有在執行時期才產生對待項代碼，因此不適用於預先列印的代碼需求。不過，可以將它們輸出為 Campaign 產生的欄位，以用於進行追蹤或隨需應變列印。

建立行銷方案

建立行銷方案以代表您要傳達給客戶或潛在客戶的行銷訊息。

開始之前

在您可以建立行銷方案之前，管理者必須先至少建立一個行銷方案範本並且您必須有權使用該範本。為了能夠在資料夾中建立行銷方案，您必須在控管該資料夾的安全原則中具有適當的許可權。

關於這項作業

您是建立新的行銷方案還是建立現有行銷方案的新版本，取決於管理者如何定義行銷方案範本。在下列狀況下，您必須建立新的行銷方案：

- 每當非參數型行銷方案欄位發生變更時。
- 需要新的行銷方案代碼以用於追蹤時（例如，為了在郵寄的廣告上預先列印回應碼）。

若要建立行銷方案，您可以遵循此程序，也可以複製現有行銷方案，然後對其進行編輯。

程序

1. 選取 **Campaign > 行銷方案**。
2. 按一下**新建行銷方案**。
3. 如果只存在一個行銷方案範本，則將開啟「新建行銷方案」頁面。如果有多個行銷方案範本，則系統會提示您選取新行銷方案所基於的行銷方案範本。

註：名稱呈灰色的範本已撤銷，無法用於建立行銷方案。

4. 按一下**繼續**。
5. 使用「新建行銷方案」頁面來定義行銷方案。您看到的欄位視正在使用的行銷方案範本而定。但是，一律包括下列欄位：

行銷方案名稱	行銷方案名稱具有特定的字元限制。請參閱第 221 頁的第 12 章, 『IBM Campaign 物件名稱中的特殊字元』。
安全原則	由管理者定義的原則。
說明	選用項目。
行銷方案代碼	可以根據貴公司指定的格式以系統指派的唯一行銷方案代碼來識別行銷方案。如果置換或重新產生行銷方案代碼，則 Campaign 無法確保新行銷方案代碼的唯一性。如果使用非唯一的行銷方案代碼進行回應追蹤，則結果可能不準確。 如需行銷方案代碼的詳細資料，請參閱《Campaign 管理手冊》。
相關產品	相關產品功能會將產品 ID 與行銷方案相關聯。選擇性地列出要與此行銷方案相關聯以進行推斷回應追蹤的任何產品。然後可以使用這些產品 ID 來判定是否將事件（例如，購買相關產品）視為回應。 有兩種方式可定義相關產品： <ul style="list-style-type: none">• 使用編輯查詢 來建置會傳回視為相關之產品 ID 清單的查詢。• 使用匯入產品 ID，來鍵入或貼上來源檔中產品 ID 的清單。 註：從 IBM Marketing Operations 執行行銷方案管理時，無法使用相關產品功能。

<p>參數型屬性</p>	<p>選擇性地選取值和指定預設值。您可以檢視及變更的值由您所使用的行銷方案範本來定義。</p> <p>參數型屬性是可以在指派行銷方案時提供其值的行銷方案屬性。參數型屬性區段可能包含欄位、按鈕或下拉清單，您可以從這些項目中選取預定值，或輸入您自己的預設值。只有當行銷方案範本已定義參數型屬性時，才能修改參數型屬性區段。</p> <p>如果值清單可用並且容許您向該清單新增值，則您將在該屬性旁邊看到新增按鈕。例如，您可以將值 25% 新增至「折扣」行銷方案清單。</p> <p>如果新增清單項目，則會將這些新增項目儲存回到自訂屬性，以便所有使用者都可以使用它們。儲存變更之後，無法移除您新增的任何項目。只有管理者才能透過修改自訂屬性來從清單中移除項目。</p>
<p>即時互動的行銷方案抑制</p>	<p>選擇性地決定是否根據您指定的準則在即時互動中停止呈現此行銷方案。僅當使用已選取容許在即時互動中使用根據此範本建立的行銷方案的範本來定義行銷方案時，才會顯示此區段。</p> <p>例如，您可以禁止向已明確拒絕此行銷方案的訪客呈現該行銷方案，或者您可能想要在向訪客呈現該行銷方案達特定次數之後禁止再呈現。</p> <p>如需如何使用即時互動的行銷方案抑制區段的詳細資訊，請參閱《Interact 使用手冊》。</p>

6. 按一下儲存變更。

下一步

若要使用行銷方案，請將其指派給流程圖或目標單元試算表中的某個單元。

編輯行銷方案

無論是否在聯絡程序中使用了行銷方案，您都可以隨時編輯行銷方案，視您的角色和許可權而定。

關於這項作業

在正式作業中使用行銷方案之後（將其指派給已在正式作業中執行之流程圖中的單元，並已記載至聯絡歷程之後），您只可以編輯行銷方案名稱、說明和參數型行銷方案屬性的預設值。這種限制確保 Campaign 可以追蹤已提供之行銷方案的確切行銷方案詳細資料。

程序

1. 選取 **Campaign > 行銷方案**。
2. 按一下行銷方案名稱。
3. 按一下行銷方案「摘要」標籤上的編輯圖示 。
4. 編輯行銷方案名稱、說明或參數型行銷方案屬性的預設值。如需這些欄位的說明，請參閱第 115 頁的『建立行銷方案』。
5. 按一下儲存。

將行銷方案指派給流程圖中的單元

流程圖設計人員可以透過配置流程圖中的聯絡程序，來將行銷方案指派給單元。單元是您要透過特定行銷方案與之聯絡的客戶清單。目標單元是已獲指派行銷方案的單元。因分析所需，您可以選擇性地從聯絡人中排除控制群組。

開始之前

開始之前，您必須先建立一個行銷方案，以便該行銷方案可供用於指派。您還可以使用行銷活動摘要標籤，來選擇將行銷方案與行銷活動建立關聯。與行銷活動相關聯的行銷方案會作為「相關」行銷方案出現在選項清單的頂端。

關於這項作業

註：使用「由上而下」管理方式的組織可以將行銷方案指派給目標單元試算表中的單元。然後，流程圖設計人員選取那些行銷方案的收件者。如需相關資訊，請參閱第 149 頁的『將行銷方案指派給目標單元試算表中的單元』。

註：如果已將 Campaign 與 Marketing Operations 整合，請使用 Marketing Operations，將行銷方案指派給行銷活動專案的目標單元試算表表單中的輸出單元。除非處理舊式行銷活動，否則您無法在聯絡程序中指派行銷方案。

請遵循下列步驟，以將行銷方案指派給流程圖中的單元。

程序

1. 開啟行銷活動，然後按一下流程圖標籤。
2. 按一下流程圖視窗中的編輯 。
3. 按兩下包含行銷方案收件者的聯絡程序（例如，「郵件名單產出」或「電呼清單產出」）。
4. 使用對待項標籤將至少一個行銷方案指派給每一個單元。
5. 按一下參數標籤，以查看對待項標籤上已指派之每一個參數型行銷方案的名稱和值並調整行銷方案參數值。

視該行銷方案的定義方式而定，您也許能夠從清單中選取值。例如，如果「郵件名單產出」程序包括折扣行銷方案，您可能會看到值 10%、15%、20%。如果顯示值清單，則配置設定 `Campaign | partitions | partition[n] | server | flowchartConfig | disallowAdditionalValForOfferParam` 會決定您可以指定更多值，還是將您限制為從該清單中選取值。

註：如果您在指派行銷方案之後編輯行銷方案以變更參數值，則在任何已指派的行銷方案中將繼續使用原始值。此行為可以避免無意中變更已指派之行銷方案的屬性值。例如，假設您指派「每個行銷方案成本」值為 \$1.00 的行銷方案。稍後，有人在「行銷方案摘要」頁面上編輯行銷方案並將值變更為 \$1.99。「郵件名單產出」或「電訪名單產出」之參數標籤上的已指派值保持設定為其原始值 \$1.00。若要更新該值，您必須在對待項標籤上先明確移除行銷方案然後再重新新增：選取目標單元，按一下指派行銷方案，然後移除行銷方案。選取不同標籤，然後再次選取對待項標籤並重新指派行銷方案。現在，當您選取參數標籤時，會顯示編輯後的值 (\$1.99)。

下一步

如需相關資訊，請參閱第 89 頁的『配置郵件名單產出或電訪名單產出程序』。

將相關行銷方案與行銷活動建立關聯

您可以將行銷方案與行銷活動建立關聯，以讓使用者在配置流程圖中的聯絡程序（將行銷方案指派給單元）時更容易選取相關行銷方案。

程序

1. 按一下行銷活動 > 行銷活動。
2. 尋找行銷活動並按一下其名稱。
3. 在行銷活動摘要標籤上，按一下新增/移除行銷方案。
4. 瀏覽或搜尋您要新增的行銷方案，並將它們移至要包括的行銷方案清單。

您可以使用按住 **Shift** 鍵的同時按一下滑鼠左鍵或按住 **Ctrl** 鍵的同時按一下滑鼠左鍵來選取多個行銷方案。

5. 按一下儲存。

結果

行銷活動「摘要」標籤的**相關行銷方案**區域會顯示與該行銷活動相關聯的所有行銷方案。這些行銷方案會變成灰色，直到某個人在這個行銷活動中的某個流程圖內使用行銷方案為止。

行銷方案名稱旁邊的星號指示該行銷方案已與某個行銷活動建立關聯（「由上而下」關聯）。直接在流程圖中使用（「由下而上」）而未先與某個行銷活動建立關聯的行銷方案，沒有星號。

當使用者配置聯絡程序以在行銷活動流程圖中建立聯絡人清單時，相關行銷方案會出現在清單頂端，以便可以容易地找到它們並進行選取以指派給一個以上目標單元。

行銷方案的相關產品

相關產品是行銷方案範本中的必要屬性，雖然不一定要在每一個行銷方案中移入該屬性。

建立或編輯行銷方案時，可以使用建立或編輯行銷方案頁面上的**相關產品**區段來指派相關產品。

相關產品功能會將產品 ID 與行銷方案相關聯。選擇性地列出要與此行銷方案相關聯以進行推斷回應追蹤的任何產品。然後可以使用這些產品 ID 來判定是否將事件（例如，購買相關產品）視為回應。

有兩種方式可定義相關產品：

- 使用**編輯查詢**  來建置會傳回視為相關之產品 ID 清單的查詢。
- 使用**匯入產品 ID**，來鍵入或貼上來源檔中產品 ID 的清單。

註：從 IBM Marketing Operations 執行行銷方案管理時，無法使用相關產品功能。

貼上產品 ID 以將相關產品匯入至行銷方案

您可以將相關產品 ID 的清單指派給行銷方案。相關產品是明確不屬於行銷方案但您打算將其作為回應進行計數的產品。

程序

1. 選擇 **Campaign > 行銷方案**。
2. 建立行銷方案或開啟行銷方案以進行編輯。
3. 在新建行銷方案頁面的相關產品區段中按一下**匯入產品 ID**。

即會開啟選取產品對話框。

4. 從原始檔複製產品 ID。

註：來源內容可以包括下列一個以上定界字元：定位點、逗點、換行或新增一行。系統不處理多個連續的定界字元。如果產品 ID 是字串，則不會刪除空格，並將保留大小寫。

5. 將 ID 貼到**匯入產品 ID** 清單中。您也可以手動新增、編輯或删除清單中的項目。您可以新增至清單的項目數沒有限制。
6. 按一下**匯入**。

匯入產品 ID 區域中的 ID 會匯入並列出在**選取產品位置**區段中，且 "PRODUCTID =" 會附加到每一個產品 ID 的前面。如果在匯入期間偵測到任何錯誤（例如，產品 ID 欄位為數值時卻存在英文字母，或超出文字產品 ID 的字串長度上限），您會看到每一個錯誤的蹦現畫面。請注意每一個錯誤，然後按一下**確定**，以檢視下一個錯誤。

註：匯入功能一次僅匯入一個產品 ID。重複出現的相同值將會被忽略。

7. 按一下**儲存並測試查詢**，以確認查詢傳回結果。

當結果顯示在檢視選定產品對話框中時，您可以按一下**編輯查詢**以回到選取產品對話框，也可以按一下**完成**以儲存並結束。

註：您可以繼續貼上並匯入產品 ID，直到您在選取產品對話框中按一下**儲存**，或在檢視選定產品對話框中按一下**完成**。在關閉檢視選定產品或選取產品對話框之後，就無法匯入其他 ID。如果再次按一下**匯入產品 ID**，則會清除現有 ID，除非您按一下**取消**。

選取產品位置清單中的產品 ID 將作為針對行銷方案的查詢進行儲存，並且會將這些 ID 新增至行銷方案頁面上的**相關產品**清單。

8. 儲存行銷方案。

下一步

如果要移除**相關產品**清單中的項目，請使用按住 **Ctrl** 鍵的同時按一下滑鼠左鍵或按住 **Shift** 鍵的同時按一下滑鼠左鍵來選取項目，然後按一下**移除選定項目**。如果您要再次測試查詢，請使用**測試查詢**。如果要編輯查詢，請按一下**編輯查詢**。如需指示，請參閱第 121 頁的『使用編輯查詢來建立或編輯行銷方案的相關產品』。

使用編輯查詢來建立或編輯行銷方案的相關產品

當您建立或編輯行銷方案時，您可以使用頁面的相關產品區段中的編輯查詢，來指定用於尋找要與行銷方案相關之產品的查詢。

關於這項作業

您可以使用編輯查詢來建立或編輯會將產品與行銷方案相關的查詢。如果您已使用匯入產品 ID 來指派相關產品清單給行銷方案，則清單會儲存為查詢。您可以使用編輯查詢來編輯查詢，包括新增其他條件。

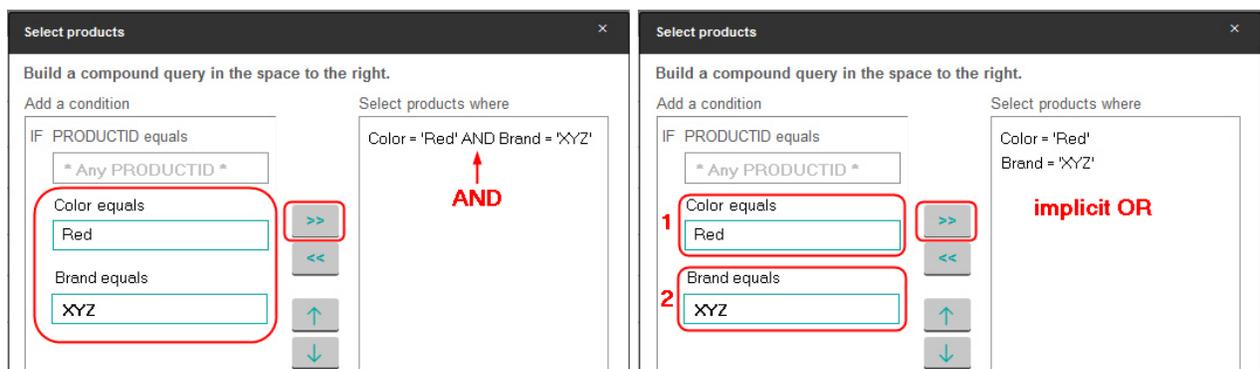
程序

1. 選擇 **Campaign > 行銷方案**。
2. 建立或編輯行銷方案。
3. 尋找頁面的相關產品部分，然後按一下  **編輯查詢**。

即會開啟**選取產品**對話框。

該對話框左側的**新增條件**清單會顯示 UA_Product 系統資料庫表格中的欄位，例如 ProductID 和由系統管理者所新增的任何其他欄位。**選取產品位置**清單會顯示目前定義的產品清單。

4. 透過新增或移除條件來編輯查詢：
 - 若要建置 AND 查詢：在單一步驟中新增多個值（欄位）時，會將其作為 AND 進行結合。在新增條件區域中指定至少兩個值，然後按一下 >> 以將其移到**選取產品位置**清單中。例如：Color = 'Red' AND Brand = 'XYZ'。
 - 若要建置 OR 查詢：一次新增一個值時，將對它們隱含地執行 OR 運算。在新增條件清單中的一個欄位內鍵入值，然後按一下 >> 以將其移到**選取產品位置**清單中。然後指定另一個條件，然後再次使用 >>。清單中出現的每一個條件都是 OR 運算。



5. 按一下**儲存並測試查詢**以保持對話框開啟，以便您可以在測試之後，有必要的話編輯查詢。或按一下**儲存**以儲存查詢並關閉對話框。
6. 在行銷方案的「編輯」頁面上，按一下**儲存**以儲存該行銷方案。

下一步

如果要移除相關產品清單中的項目，請使用按住 **Ctrl** 鍵的同時按一下滑鼠左鍵或按住 **Shift** 鍵的同時按一下滑鼠左鍵來選取項目，然後按一下移除選定項目。如果您要再次測試查詢，請使用測試查詢。如果要編輯查詢，請按一下編輯查詢。

複製行銷方案

您可以透過複製現有行銷方案來建立新的行銷方案，以節省資料輸入時間。您可以複製已撤銷的行銷方案或作用中的行銷方案。

關於這項作業

透過複製作業建立的行銷方案會自動指派有唯一的行銷方案代碼。它們名為「<原始行銷方案名稱> 的副本」，並且具有與原始行銷方案相同的說明、安全原則和行銷方案屬性值。

註：所複製的行銷方案建立在其原始項目所在的資料夾內，但是可以稍後將其移至不同的位置。您必須具有適當的權限，才能複製和移動行銷方案。

從行銷方案頁面複製行銷方案

為了節省時間，您可以從行銷方案清單中複製行銷方案。然後，您可以變更該新行銷方案，以便它符合您的需要。

程序

1. 選取行銷活動 > 行銷方案。即會開啟「行銷方案」頁面。
2. 導覽至包含您要複製的行銷方案的資料夾。
3. 選取您要複製的每一個行銷方案旁邊的勾選框。
4. 按一下複製。
5. 按一下確定以確認。已複製所選行銷方案並將其顯示在行銷方案清單中。

從行銷方案摘要頁面複製行銷方案

為了節省時間，您可以在檢視或編輯行銷方案摘要資訊時複製行銷方案。然後，您可以變更該新行銷方案，以便它符合您的需要。

程序

1. 在要複製的行銷方案的「摘要」標籤上，按一下複製。

將出現一個確認視窗，指出您即將要複製行銷方案並將產生新的行銷方案代碼。

2. 按一下確定以確認。您會看到處於編輯模式的「新建行銷方案」頁面，該頁面中的欄位已移入來自原始行銷方案的值，但是具有新的行銷方案代碼。
3. 編輯您要變更的值，包括行銷方案名稱和說明。

註：行銷方案名稱具有特定的字元限制。如需詳細資料，請參閱第 221 頁的第 12 章，『IBM Campaign 物件名稱中的特殊字元』

4. 按一下儲存，以建立新行銷方案。

將行銷方案分組

您可以將行銷方案分組以用來產生報告或分析。

例如，您可能要查看已透過各種通路進行傳送並在一年中的不同時間提供之「免費送貨」行銷方案的回應率。

註：針對任何要使用行銷方案屬性進行分組或上捲的報告，該報告必須由報告管理者進行自訂。

您可以使用兩種方式將行銷方案分組：

- 使用屬性
- 在資料夾中

使用屬性來分組行銷方案

您可以在行銷方案中建立任意數目的自訂屬性，以用作「行銷方案分組欄位」。例如，如果您具有各種大學聯盟信用卡促銷，則您可以建立稱為「區域」的自訂屬性，稍後您可以在報告中使用此自訂屬性。這容許您將目標為新英格蘭各個大學的男校友與西海岸各個大學的男校友的行銷方案分到一組。

建立使用自訂屬性的行銷方案時，您必須手動輸入值。您還可以複製類似的行銷方案以減少資料輸入工作，因為也將複製參數型屬性的值。

還可以在智慧型行銷方案清單內使用行銷方案屬性，以識別行銷方案並將其分組。

將行銷方案分組為不同的資料夾

因報告所需將行銷方案分組為不同的資料夾可能很有用。如果在同一資料夾內維護所有相關的行銷方案，並在提示要報告的行銷方案時指定該資料夾作為目標，則將自動選取該資料夾中的所有行銷方案（及其任何子資料夾）用於產生報告。

註：使用這種方式來包括用於產生報告的資料夾及子資料夾內容，不會達到行銷方案的「上捲」報告。只是基於資料夾結構中的併入來選取它們。

移動行銷方案或行銷方案清單

您可以在資料夾之間移動一個以上的行銷方案。移動行銷方案的程序與移動行銷方案清單的程序相同，並且您可以在同一作業中移動行銷方案及行銷方案清單。

開始之前

對不同位置的存取由不同的安全原則進行控管。您只可以將行銷方案移動到具備您有權執行此動作之安全原則的資料夾中。

程序

1. 選擇行銷活動 > 行銷方案。
2. 選取要移動的行銷方案或行銷方案清單，然後按一下**移動**。

移動行銷方案（但不是行銷方案清單）的另一個方法是按一下其名稱鏈結，以檢視其摘要標籤，然後按一下**移動**。

3. 出現提示時，選取目的地資料夾，然後按一下**接受此位置**。

撤銷行銷方案或行銷方案清單

如果您具有適當的許可權，則您可以撤銷行銷方案和行銷方案清單，以防止對其進行進一步使用。已撤銷的行銷方案無法再進行指派，並且無法再作為行銷方案清單的一部分進行提供。

關於這項作業

已撤銷的行銷方案在行銷方案階層中仍然可見，但會變成灰色。可以使用搜尋功能來尋找它們，可以將其複製來建立新的行銷方案，並且它們也可用於產生報告。

註：無法重新啟用已撤銷的行銷方案。如果需要具有相同詳細資料的行銷方案，則您可以透過複製已撤銷的行銷方案來建立一個新行銷方案。

撤銷行銷方案不影響已在其中使用該行銷方案的行銷活動或流程圖，並使用已基於該行銷方案產生之任何系統表資料（例如，聯絡及回應歷程）來維護資料完整性。

您可以透過從靜態行銷方案清單中刪除已撤銷的行銷方案來清除該清單。智慧型行銷方案清單不需要進行清理，因為它們將只解析為相符其查詢準則的未撤銷行銷方案。

撤銷行銷方案的程序與撤銷行銷方案清單的程序相同，並且您可以在同一作業中撤銷行銷方案和行銷方案清單。

程序

1. 選擇行銷活動 > 行銷方案。
2. 選取要撤銷的行銷方案或行銷方案清單，然後按一下撤銷。

撤銷行銷方案（但不是清單）的另一個方法是按一下其名稱鏈結，以檢視其摘要標籤，然後按一下撤銷。

3. 出現提示時，按一下確定。

結果

選定的行銷方案及行銷方案清單將予以撤銷並顯示為灰色。

刪除行銷方案或行銷方案清單

您可以使用相同程序來刪除行銷方案或行銷方案清單。

關於這項作業

您必須具有適當的許可權才能刪除行銷方案或行銷方案清單。為了保留系統完整性，Campaign 不容許您刪除系統表格中已參照的行銷方案或行銷方案清單。您無法刪除下列行銷方案或行銷方案清單：

- 與行銷活動相關聯
- 已被指派給流程圖（已移入聯絡歷程）中某個聯絡程序內的單元
- 已被指派給流程圖中「最佳化」程序內的某個單元

重要：如果嘗試在這些狀況下刪除行銷方案或行銷方案清單，則會顯示一則確認訊息，指示將撤銷（而不是刪除）該行銷方案或行銷方案清單。如果需要，您可以取消。如果要防止進一步使用系統表格中已參照的行銷方案或行銷方案清單，您應該將其撤銷（而不是刪除）。

如果您要刪除的行銷方案屬於任何靜態行銷方案清單，則系統將向您確認刪除。如果選擇繼續，則會從任何靜態行銷方案清單中自動移除已刪除的行銷方案。

包含已指派有行銷方案但卻隨後將行銷方案刪除之單元的聯絡程序，將仍然保持已配置，但會在程序配置對話框中將該行銷方案指示為「不明行銷方案」，並會在執行流程圖時產生一個警告。

刪除行銷方案的程序與刪除行銷方案清單的程序相同，並且您可以在同一作業中刪除行銷方案和行銷方案清單。

程序

1. 選擇行銷活動 > 行銷方案。
2. 選取要刪除的行銷方案或行銷方案清單，然後按一下  刪除。

刪除行銷方案（但不是行銷方案清單）的另一個方法是按一下其名稱鏈結，以檢視其摘要標籤，然後按一下刪除。

3. 出現提示時，按一下確定。

搜尋行銷方案

您可以搜尋行銷方案，但無法搜尋行銷方案清單。

您可以使用下列任何一個準則對行銷方案執行基本搜尋：

- 名稱或局部名稱
- 說明或局部說明
- 行銷方案代碼或局部行銷方案代碼
- 擁有者姓名

此外，您可以利用「進階搜尋」功能，使用基於行銷方案屬性和指定值的查詢來尋找行銷方案或行銷方案清單。

使用進階搜尋來搜尋行銷方案

使用進階搜尋選項，您可以定義一個查詢，來尋找符合您規格的行銷方案。

程序

1. 選擇行銷活動 > 行銷方案。
2. 按一下  過濾器。
即會開啟「進階搜尋」對話框。
3. 使用第一個下拉清單來選取行銷方案屬性。
4. 根據您選取的屬性類型，您可以指定更進一步的條件進行搜尋。例如：
 - 在屬性「每個行銷方案的成本」上，搜尋小於或等於 \$10.00 的值

- 在屬性「到期日」上，搜尋確切的日期 11/30/2015
 - 在屬性「說明」上，搜尋不含字串 "abc" 的指定值
5. 如果您要指定另一個條件，請按一下**新增另一個條件**，然後選取**及**或者**或**來結合條件。如果要移除條件，請按一下 **X**。如果要重新排序條件，請使用上移鍵或下移鍵。

註：視您在查詢中使用的運算子（=、>、包含、開頭為等）而定，您可能能夠選取多個值，也可能只能夠選取單一值。在某些情況下，當您使用一個運算子來選擇多個值時，將建立 "OR" 條件。例如，如果建立查詢 "Color ="，並選取藍色、紅色及白色作為顏色，則您建立的查詢為 "Color = blue OR color = red OR color = white"。

6. 完成建置查詢之後，請按一下**套用**。

「搜尋結果」頁面會列出符合搜尋準則的任何行銷方案。

分析行銷方案

使用 IBM Campaign 報告來分析個別行銷方案，或跨多個行銷方案執行系統範圍的分析。

程序

1. 若要分析個別行銷方案：
 - a. 選取**行銷活動 > 行銷方案**。
 - b. 按一下行銷方案的名稱。
 - c. 按一下**分析**標籤。
 - d. 從頁面頂端的**報告類型**清單中選取報告。報告會顯示在同一視窗中。
2. 若要跨多個行銷方案分析結果：
 - a. 選取**分析 > Campaign 分析**。
 - b. 按一下其中一個報告資料夾。
 - c. 按一下**報告鏈結**。

如果報告容許過濾，則會開啟「報告參數」視窗。

- d. 選取一個以上作為過濾報告依據的物件。透過**按住 Ctrl 鍵的同時按一下滑鼠左鍵**來選取多個物件。您的許可權決定所顯示的物件。
- e. 按一下**產生報告**。

報告會顯示在同一視窗中。報告的產生日期和時間會顯示在頁面底端。如果報告顯示為多頁，請使用所提供的控制項來移至報告的頂端或底端，或者移至上頁或下頁。

行銷方案清單

行銷方案清單是可配置的行銷方案群組，您可以使用它們來管理行銷方案。同一行銷方案可以存在於多個行銷方案清單中。您可以將行銷方案新增到行銷方案清單並將行銷方案清單指派給單元。也可以編輯、移動、刪除或撤銷行銷方案清單。

使用行銷方案清單之後，無法將其刪除，但是可以撤銷。無法再指派已撤銷的行銷方案清單。將不再給出已撤銷的已指派行銷方案清單。

您可以建立兩種類型的行銷方案清單：

- 『建立靜態行銷方案清單』：預先定義清單，除非您編輯該清單，否則該清單的內容不會變更。
- 第 128 頁的 『建立智慧型行銷方案清單』：由查詢指定的動態行銷方案清單，因此每次使用該清單時，該清單的內容都可能變更。

行銷方案清單與行銷方案顯示在同一階層中，但是由不同的圖示進行識別：

	行銷方案
	靜態行銷方案清單
	智慧型行銷方案清單

註：使用行銷方案清單需要適當的許可權。如需許可權的相關資訊，請參閱《Campaign 管理手冊》。

安全和行銷方案清單

物件層次安全會根據行銷方案清單及其包括之行銷方案所在的資料夾，套用至行銷方案清單。

建立靜態行銷方案清單時，您只可以將行銷方案新增至您有權存取的位置。不過，有權存取某個行銷方案清單的任何人都會自動授與存取該清單內所包括之行銷方案的權限。因此，可以存取清單的任何人都還可以使用該行銷方案清單以及其中的所有行銷方案，即使根據其安全許可權，他們通常無權存取那些行銷方案，亦是如此。

同樣地，可以存取包含智慧型行銷方案清單之資料夾的使用者，可以使用該智慧型行銷方案清單。他們執行行銷方案清單時將取得與任何其他人員相同的結果，即使他們通常無權存取特定的行銷方案（例如，位於另一個部門的資料夾中），亦是如此。

建立靜態行銷方案清單

靜態行銷方案清單是預先定義的行銷方案清單，除非明確地編輯該清單，否則它的內容不會變更。

關於這項作業

如果要建立靜態行銷方案清單，請選取要包括在該清單中的個別行銷方案。

通常，您使用靜態行銷方案清單來反覆地重複使用某個特定的固定行銷方案集。例如，如果每一個 RFM（「最近」、「頻率」、「貨幣」）有 5 個客群，向您提供了 125 個單元，並且您要向每一個單元指派相同的行銷方案，則您可以在靜態行銷方案清單中建立行銷方案的單一集合，然後將該行銷方案清單指派給所有 125 個單元。相同類型的重複使用性也適用於流程圖及行銷活動。

靜態行銷方案清單的一個限制是將預設值用於任何參數型行銷方案屬性。

程序

1. 選取行銷活動 > 行銷方案。
2. 按一下新建行銷方案清單。
3. 輸入名稱、安全原則及說明。

註：行銷方案清單名稱具有特定的字元限制。請參閱第 221 頁的第 12 章, 『IBM Campaign 物件名稱中的特殊字元』。

4. 您建立的是靜態行銷方案清單，因此請勿勾選這是智慧型行銷方案清單。
5. 在包括的行銷方案區段中，按一下新增行銷方案。
6. 使用相關行銷方案對話框來尋找您要新增至清單的行銷方案。您可以使用搜尋框來尋找行銷方案。
7. 選取要新增至清單的每一個行銷方案。
8. 按一下新增選取的行銷方案。
9. 按一下儲存變更。

建立智慧型行銷方案清單

智慧型行銷方案清單是一個可以在每次使用該清單時都解析為不同結果的動態行銷方案清單。智慧型行銷方案清單由可基於行銷方案屬性、行銷方案位置（資料夾或子資料夾）、行銷方案擁有者等的查詢進行指定。

關於這項作業

通常，您將智慧型行銷方案清單用於定期循環行銷活動。您可以設定某個單元接收智慧型行銷方案清單，然後變更智慧型行銷方案清單的內容，而不需要修改流程圖。例如，如果將智慧型行銷方案清單設為特定資料夾的內容，則您只需在該資料夾中新增或移除行銷方案，即可修改每次執行行銷活動時所提供的行銷方案。

使用智慧型行銷方案清單的進一步範例涉及到，設定智慧型行銷方案清單以自動傳回您要提供的行銷方案。如果要向「高價值客戶」單元提供可用的「最佳信用卡行銷方案」，則您可以設定一個智慧型行銷方案清單，該清單包括所有信用卡行銷方案，依最低利率進行排序並將大小上限設為 1。執行流程圖聯絡程序時，將自動尋找可用的最低利率信用卡行銷方案，並將其提供給高價值單元。

註：如果新建立的行銷方案符合智慧型行銷方案清單查詢準則，則您無需執行任何動作，它們就可以變成智慧型行銷方案清單的一部分。

如果要建立智慧型行銷方案清單，您可以使用查詢來指定要包括在該清單中之行銷方案的性質。

程序

1. 選取行銷活動 > 行銷方案。
2. 按一下新建行銷方案清單。
3. 輸入名稱、安全原則及說明。
4. 針對清單類型，選取這是智慧型行銷方案清單。
5. 在智慧型行銷方案清單準則區段中，按一下新增準則。

6. 在智慧型行銷方案清單對話框中，使用下拉清單來建置查詢，以在清單中包括行銷方案。選取行銷方案屬性、條件及值。如果要指定多個表示式，請使用**建立條件**來新增另一組下拉清單，然後使用**及**或者**或**來結合表示式。
7. 使用**限制搜尋存取標籤**來將搜尋範圍限制為所選資料夾。如果要在搜尋結果中包括子資料夾，請選取**將存取範圍限制為所選資料夾的所有子資料夾**。

註：任何有權存取此行銷方案清單的使用者都可以使用已選擇作為此搜尋結果的任何行銷方案，即使他們通常無權查看或存取這些行銷方案，亦是如此。

8. 使用**相符行銷方案的排序方式**下面的控制項來指定排序選項。選取要作為符合順序排序依據的行銷方案屬性，選取**遞增**或**遞減**順序，然後指出是否將搜尋結果限制為相符的前 "X" 個行銷方案。依預設，沒有任何限制。
9. 按一下**儲存變更**。

編輯行銷方案清單

變更行銷方案清單時，使用該清單的行銷活動會下一次執行時使用更新後的行銷方案清單定義。

程序

1. 選取**行銷活動 > 行銷方案**。
2. 按一下您要編輯之行銷方案清單的超連結名稱。

即會出現行銷方案清單的「摘要」標籤。

3. 按一下**編輯** 。
4. 進行變更。

行銷方案清單名稱具有特定的字元限制。如需詳細資料，請參閱第 221 頁的第 12 章，『IBM Campaign 物件名稱中的特殊字元』。

5. 按一下**儲存變更**。

如何撤銷行銷方案清單

您可以隨時撤銷行銷方案清單，以防止進一步使用該清單。撤銷行銷方案清單不會影響該清單中包含的行銷方案。

已撤銷的行銷方案清單在行銷方案階層中仍然可見，但會變成灰色。它們可用於產生報告；不過，無法再指派它們。

註：撤銷行銷方案清單之後，您無法重新啟用該清單。如果需要與已撤銷之行銷方案清單具有相同詳細資料的行銷方案清單，則您必須手動重建該清單。

撤銷行銷方案清單的步驟與撤銷行銷方案的步驟相同，並且您可以在同一作業中撤銷行銷方案和行銷方案清單。

將行銷方案清單指派給單元

您可以使用與指派個別行銷方案相同的方式，將行銷方案清單指派給聯絡程序中的單元。您可以將行銷方案與行銷方案清單的任意組合指派給同一單元。

不過，在行銷方案清單中，行銷方案的任何參數型屬性都使用自己的預設值。您無法為行銷方案清單中的行銷方案指派參數值。若要變更參數型值，您可以執行下列其中一個動作：

- 變更與現有行銷方案相關聯的預設值，使用新的預設值建立行銷方案的一份副本，並確保在行銷方案清單中使用該副本。
- 在行銷方案清單外部，個別地指派行銷方案。

與 Marketing Operations 整合之系統中的行銷方案清單

如果已將 Campaign 環境與 Marketing Operations 整合，則您必須使用 Marketing Operations，將行銷方案或行銷方案清單指派給行銷活動專案的目標單元試算表表單中的輸出單元。

行銷方案清單及舊式行銷活動

如果已將 Campaign 環境配置成存取舊式行銷活動，請使用本手冊中的指示，將行銷方案或行銷方案清單指派給舊式行銷活動中的輸出單元。針對舊式行銷活動，有兩種方式用來將行銷方案指派給單元：從行銷活動的目標單元試算表，或者在程序配置對話框內。

整合的 Marketing Operations-Campaign 系統中的行銷方案管理

如果已將 IBM Campaign 環境與 IBM Marketing Operations 整合，則您可以使用兩種方式中的一種來使用行銷方案。

- 如果已將系統配置成由 Marketing Operations 管理行銷方案，則您可以使用作業功能表中的**行銷方案**選項。如需使用這種方式來建立行銷方案的相關資訊，請參閱《IBM Marketing Operations 和 IBM Campaign 整合手冊》。
- 如果已將系統配置成透過 Campaign 來管理行銷方案，則您可以使用行銷活動功能表中的**行銷方案**選項。

請向系統管理者洽詢在您系統上配置了哪個行銷方案管理選項。

在 Campaign 行銷方案中使用 Marketing Operations 資產的簡介

如果已安裝了 Marketing Operations 和 Campaign，並且您已獲得 Marketing Operations 的「IBM 行銷資產管理」附加程式的授權，則您的行銷活動可以包括來自 Marketing Operations 資產庫的數位資產。Campaign 不需要與 Marketing Operations 整合，雖然可以將這兩者整合。

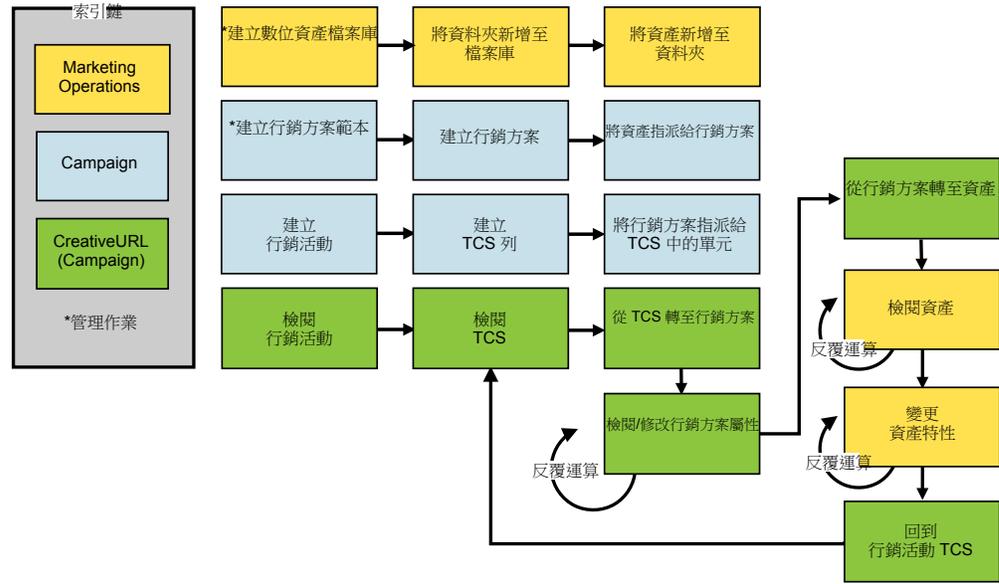
此功能的一個範例是建立包括產品標誌的行銷方案，該產品標誌儲存在 Marketing Operations 資產庫中。

如果要在行銷方案中包括 Marketing Operations 資產，使用者可以根據包括 **CreativeURL** 屬性的範本來建立行銷方案。「創意 URL」是一個指標，用來指示資產在 Marketing Operations 中的位置。**CreativeURL** 屬性所指向的資產包括在該行銷方案中。

CreativeURL 屬性容許使用者在配置行銷方案、行銷方案範本或行銷活動時，從 Campaign 無縫移至 Marketing Operations。

例如，在建立或編輯行銷活動時，您可以從目標單元試算表 (TCS) 單元跳至與該單元相關的行銷方案。從該行銷方案中，您可以跳至 Marketing Operations 中的相關資產，您可以在其中檢視或修改該資產。您還可以將新資產上傳至該資產庫，以在行銷活動中立立即使用。

下列範例顯示系統的一個可能工作流程。此範例適用於未整合的系統。您的工作流程可能不同。



在 Campaign 行銷方案中使用 Marketing Operations 資產

本主題說明如何為未整合的系統建立 Marketing Operations 中數位資產與 Campaign 行銷方案的關聯。如果 Marketing Operations 與 Campaign 整合並且啟用了行銷方案整合，請遵循稍微不同的程序。請參閱《IBM Marketing Operations 與 Campaign 整合手冊》。

關於這項作業

資產是旨在用於行銷方案中的電子檔案。範例包括標誌、品牌影像、市場行銷研究文件、參照材料、公司擔保書或文件範本。如果您同時使用 Marketing Operations 和 Campaign，則可以將 Marketing Operations 資產庫中的檔案包括為 Campaign 行銷方案的一部分。若要將資產包括在行銷方案中，請使用 **CreativeURL** 屬性。創意 URL 是一個指標，指向 Marketing Operations 資產庫中的檔案。

表 9. 在 Campaign 行銷方案中使用 Marketing Operations 資產

作業	詳細資料
必要條件：在 Marketing Operations 中建立並移入資產庫。	Marketing Operations 管理者建立用作檔案儲存庫的資產庫。Marketing Operations 使用者可上傳數位資產並將其組織在資產庫內的資料夾中。 如需必要條件和準則的清單，請參閱《Campaign 管理手冊》。
必要條件：將 CreativeURL 屬性新增至行銷方案範本。	Campaign 管理者會在定義行銷方案範本時將 CreativeURL 屬性新增至行銷方案範本。 如需相關資訊，請參閱《Campaign 管理手冊》。

表 9. 在 Campaign 行銷方案中使用 Marketing Operations 資產 (繼續)

作業	詳細資料
<p>根據包括 CreativeURL 屬性的範本建立行銷方案，然後將一個資產與該行銷方案關聯。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 選取 Campaign > 行銷方案，按一下新建行銷方案 ，然後選取包括 CreativeURL 屬性的範本。 2. 使用「新建行銷方案」頁面來定義行銷方案（名稱、安全原則以及其他資訊），然後在創意 URL 中按一下瀏覽資產庫。（也可以從「目標單元試算表」檢視模式執行步驟 2 到 5。） 3. 在對話框中，按一下資產庫以將其開啟。即會開啟「資產庫」視窗。 4. 在資產庫視窗中，跳至資產庫中的資料夾，然後選取您要在此行銷方案中使用的資產。 5. 若要新增資產，請按一下新增資產，然後定義資產名稱、擁有者及其他資訊。在檔案欄位中，按一下上傳，然後瀏覽至資產。您可以上傳檔案、預覽檔案或縮圖。 6. 遵循提示以選取資產並將其上傳到資產庫，儲存變更，然後接受資產。 7. 按一下儲存，以儲存行銷方案。 <p>指向所指定資產的鏈結現在已包含在創意 URL 欄位中。</p>
<p>將行銷方案指派給行銷活動目標單元試算表中的單元。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 跳至「所有行銷活動」頁面，按一下某個行銷活動，選取目標單元標籤，然後編輯目標單元試算表。 2. 按一下指派的行銷方案直欄，然後按一下選取一個以上行銷方案。 3. 使用「選取行銷方案」視窗來選取您建立的行銷方案。 4. 儲存並結束目標單元試算表。 <p>現在，您的行銷活動包括 Marketing Operations 中的數位資產。通常，行銷活動現在會經歷檢閱和調整程序，這將在下列步驟中說明。</p>
<p>選擇性地修改行銷方案。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 跳至「所有行銷活動」頁面，按一下某個行銷活動，選取目標單元標籤，然後編輯目標單元試算表。 2. 按一下指派的行銷方案直欄，然後按一下檢視行銷方案 。即會開啟「檢視/編輯行銷方案」視窗。 3. 選取行銷方案，然後按一下預覽。（如果決定移除某個行銷方案，請選取該行銷方案，然後按一下移除。） 4. 若要開啟行銷方案以進行編輯，請按一下視窗頂端的編輯圖示。 5. 在行銷方案已開啟以供編輯時，您可以編輯參數型屬性的值。您還可以存取 Marketing Operations 資產： <ol style="list-style-type: none"> a. 按一下創意 URL 欄位中的瀏覽資產庫鏈結。 b. 在開啟的視窗中，按一下資產庫。 c. 在出現的視窗中，跳至資產庫中的資料夾，然後選取您要在此行銷方案中使用的資產。 d. 如果您想要新增資產，請按一下新增資產，然後提供必要資訊。在檔案欄位中，按一下上傳，然後瀏覽至資產。您可以上傳檔案、預覽檔案或縮圖。請遵循提示完成該動作。 e. 按一下儲存，以儲存行銷方案。 <p>指向所選資產的鏈結現在已包含在創意 URL 欄位中。</p>

表 9. 在 Campaign 行銷方案中使用 Marketing Operations 資產 (繼續)

作業	詳細資料
儲存並結束。	關閉 IBM Marketing Operations 中的視窗，並回到 Campaign 目標單元試算表。儲存並結束目標單元試算表。

eMessage 行銷方案與 IBM Campaign 的整合概觀

如果 Campaign 管理者啟用了 eMessage 行銷方案整合，則可以將 Campaign 行銷方案與 eMessage 資產相關聯。

配置行銷方案整合時：

- 跨通路行銷人員可以在多個通路上建立及使用相同的行銷行銷方案，以跨通路測量行銷方案的有效性。例如，將電子郵件與直接郵寄進行比較。
- Campaign 績效報告會顯示所有已用通路上所有聯絡或回應的總和。您可以自訂這些報告以按通路對資訊進行分組。
- 「行銷活動詳細行銷方案回應分組」報告會分析與行銷方案相關聯的 eMessage 鏈結點擊量。此報告會列出與某個行銷活動相關聯的所有行銷方案以及每一個通路的回應量。

配置行銷方案整合時，適用於 eMessage 使用者的基本工作流程如下：

1. 照常使用 Campaign 來建立行銷方案屬性、行銷方案範本及行銷方案，但下列情況例外：
 - 不支援行銷方案清單，因為只能將一個行銷方案與一個數位資產相關聯。
 - 不能在 eMessage 行銷方案屬性中使用「衍生欄位」，因為您無法在 eMessage 中將資料移入「衍生欄位」中。但是，如果您還將目標設為另一個通路上的某個行銷方案，則您可以在該行銷方案上使用「衍生欄位」。
 - 可以將常數值移入參數化行銷方案屬性中。但是，不能將「衍生欄位」用於電子郵件通路，並且不能變更每個收件者的值。
2. 照常使用 eMessage，但有一個附加事項：必須將 Campaign 行銷方案與 eMessage Content Library 中的數位資產相關聯。
3. 將該資產及其相關聯的行銷方案新增至電子郵件通訊。
4. 如果要修改該行銷方案，請在 Campaign 中開啟該行銷方案的「摘要」頁面。按一下該行銷方案「摘要」頁面頂端的鏈結至 **IBM eMessage 數位資產**，以查看與該行銷方案相關的 eMessage 資產清單。按兩下資產以在 eMessage Content Library 中開啟它。
5. 傳送郵件。

收件者開啟該電子郵件並按一下行銷方案鏈結。

eMessage 接收回應並使用可配置的 ETL 處理程序來處理這些回應，以便這些回應最終儲存在 Campaign 資料庫中。

Campaign 會按照 Campaign 管理者所排定的時間間隔來檢查是否有更新的行銷方案和聯絡資料。然後，行銷方案和聯絡資訊將由 Campaign 進行處理並移至適當的報告表格。

6. 照常使用 eMessage 報告。另外，使用「行銷活動詳細行銷方案回應分組」報告來分析對行銷方案的回應。

eMessage 行銷方案整合依賴於 ETL 處理程序來協調 eMessage 與 Campaign 之間的行銷方案及回應資訊：

- 若要配置 Campaign 以進行 eMessage 行銷方案整合，請參閱《Campaign 管理手冊》。
- 若要使用 eMessage，請參閱《IBM eMessage 使用手冊》。

相關工作：

『檢視和編輯已鏈結至 Campaign 行銷方案的 eMessage 資產』

檢視和編輯已鏈結至 Campaign 行銷方案的 eMessage 資產

您可以從行銷方案的「摘要」頁面中檢視行銷方案的所有相關 eMessage 數位資產，並在「內容庫」中選擇性地編輯資產。

開始之前

在您可以檢視行銷方案中的 eMessage 資產之前，您必須先使用「eMessage 文件編製器」將該行銷方案與「內容庫」中的至少一個資產建立關聯。每一個資產一次只能與一個行銷方案相關聯，但是一個行銷方案卻可以與多個資產相關聯。如需相關資訊，請參閱 eMessage 說明文件。

關於這項作業

在 Campaign 中的行銷方案與 eMessage 中的資產之間建立關係之後，您可以從 Campaign 行銷方案「摘要」頁面來檢視那些資產。

程序

1. 按一下 **Campaign > 行銷方案**。
2. 找到具有 eMessage 資產的行銷方案。
3. 按一下行銷方案名稱。

即會出現行銷方案的「摘要」頁面。

4. 按一下「摘要」頁面頂端的鏈結至 **IBM eMessage 數位資產**。

即會開啟「eMessage 內容庫」，並顯示與行銷方案相關之所有 eMessage 資產的清單。

5. 您可以按兩下資產以將其開啟。

相關概念：

第 133 頁的『eMessage 行銷方案與 IBM Campaign 的整合概觀』

第 6 章 目標單元管理

「單元」是一個您要將其設為目標的人員群組（例如，高價值客戶）。「目標單元」是已向其指派了行銷方案的單元。

當您在流程圖中配置並隨後執行資料操作程序（「名單選取」、「資料合併」、「資料分群」、「資料抽樣」、「資料層級轉換」或「擷取」）時，會建立單元。例如，「名單選取」程序可以產生由「黃金」客戶組成的輸出單元。輸出單元可以用作同一流程圖中其他程序的輸入。

您可以透過將行銷方案指派給單元來建立目標單元。您可以透過在流程圖中配置聯絡程序（例如「郵件名單產出」或「電訪名單產出」），或者透過編輯目標單元試算表 (TCS) 來指派行銷方案。大部分組織都只使用兩種方法中的一種：

- 由下而上：行銷活動設計人員建立行銷方案，然後透過在流程圖中配置「郵件名單產出」或「電訪名單產出」程序來指派行銷方案。
- 由上而下：行銷經理建立行銷方案，然後在目標單元試算表 (TCS) 中指派行銷方案。然後，行銷活動設計人員建立流程圖，以選取行銷方案的收件者，並將流程圖單元鏈結至 TCS 中的單元。

每一個單元都具有：

- 系統產生的**單元名稱**，該名稱在現行流程圖內是唯一的。
- 系統產生的**單元代碼**。單元代碼具有由系統管理者決定的標準格式，並且在產生時是唯一的。除非將流程圖配置參數 AllowDuplicateCellCodes 設為「否」，否則不會檢查單元代碼的唯一性。在此情況下，只強制單元代碼在現行流程圖內是唯一的。

單元代碼及單元代碼產生器在《Campaign 管理手冊》中進行了說明。配置參數在《Marketing Platform 管理手冊》中進行了說明。

產生流程圖中的單元

在流程圖中執行資料操作程序時，該程序會產生一個以上的單元作為輸出。單元是一個 ID 清單。所產生的輸出可以用作下游程序的輸入。

資料操作程序包括「名單選取」、「資料合併」、「資料分群」、「資料抽樣」、「資料層級轉換」和「擷取」。執行配置程序時，會建立一個以上的單元作為輸出。所產生的單元數目視程序的類型及其配置詳細資料而定。例如，您可以配置「名單選取」程序，然後執行該程序以產生高收入家庭的輸出單元。您可以將該單元用作「資料分群」程序的輸入，來依年齡劃分聯絡人。從「資料分群」程序產生的輸出將是多個單元（細分為不同的年齡群組）。

如果貴組織使用由上而下的管理來定義行銷活動，則您可以將流程圖中的輸出單元鏈結至目標單元試算表 (TCS) 中定義的位置保留元目標單元。這樣，行銷活動設計人員會產生符合 TCS 中所定義之目標的輸出。

限制輸出單元的大小

如果要限制資料操作程序（例如，「資料層級轉換」、「擷取」、「資料合併」或「名單選取」）產生的 ID 數目，請使用程序配置對話框的單元大小限制標籤。

用來限制輸出單元大小的選項視程序是接受來自單元的輸入，還是接受來自表格的輸入而定。在可以接受任何一種輸入類型的程序中，「單元大小限制」視窗會動態地變更，以呈現適用於輸入類型的選項。

- 從輸出單元取得輸入的程序
- 從表格取得輸入的程序

針對任何一種輸入類型，您還可以變更隨機種子。隨機種子代表 Campaign 用於隨機選取 ID 的起始點。

從輸出單元取得輸入的程序

如果程序從輸出單元取得輸入，則單元大小限制標籤會包括下面說明的選項。請使用這些選項來限制該程序將輸出的 ID 數目。

請使用下列控制項來影響輸出單元大小：

- 無限制單元大小會傳回滿足查詢或選取準則的所有 ID。此選項是預設值。
- 將輸出單元大小限制為隨機（最慢）所傳回的 ID 數目不超過指定的唯一 ID 數目（從符合查詢準則的所有 ID 中隨機選取）。在文字框中，輸入您要傳回的 ID 數目上限。Campaign 會將從資料庫傳回的已刪除重複項目的記錄與輸入單元中已刪除重複項目的記錄進行比對，然後執行隨機選取以達成最終單元大小。從程序傳遞至程序之單元中的 ID 清單一律是唯一的。

註：僅當傳回確切的 N 個記錄很重要時，才使用隨機選項。這個選項會耗用大量的暫存空間並且花費的時間最長，因為必須將所有 ID 都擷取至 Campaign 伺服器。

- 根據輸入單元大小來限制輸出單元大小：如需這個選項的相關資訊，請參閱『根據輸入單元大小來限制輸出單元大小』。

根據輸入單元大小來限制輸出單元大小

在採用單元中輸入的程序中，您可以使用已連接之送入程序中的單元大小作為用來限制輸出單元大小的屬性，即使您不使用實際的單元資料或 ID，亦是如此。

關於這項作業

例如，如果將 3 個程序（每一個程序都有一個輸出單元）連接至某個「名單選取」程序，則您可能只將 3 個送入單元中的一個作為「名單選取」程序的實際資料輸入，但您可以使用其他送入單元的「屬性」來指定「名單選取」程序的輸出單元大小。實線連接「名單選取」程序實際使用其輸出單元的程序；點虛線連接不將其輸出單元用作資料輸入但它只與「名單選取」程序具有暫時關係的程序。

使用根據輸入單元大小來限制輸出單元大小勾選框，來指定您要將其大小屬性用於限制現行程序之輸出單元大小的輸入單元。其中一些選項與您指定的將輸出大小限制為值一起使用。

程序

1. 按一下程序配置對話框中的**單元大小限制**標籤。
2. 選擇計算限制時所使用的方法：
 - **最大勾選單元**：指定輸出單元大小不應超過最大選定輸入單元的大小。例如，如果勾選了單元 A 和 B（大小分別為 100 和 200），則此程序的輸出單元大小將限制為 200。
 - **大小上限（上方）減去所有已勾選單元的總計**：請將此選項與上方指定的將輸出單元大小限制為值一起使用。這個選項指定輸出單元大小不應超過 N ，其中 N 是上方將輸出單元大小限制為欄位中指定的數字與所有選定輸入單元總計之間的差異。例如，如果輸入 1000 作為將輸出單元大小限制為值，並且勾選了大小分別為 100 和 200 的輸入單元 A 和 B，則此程序輸出單元的大小將限制為： $1000 - (100+200) = 700$ 。
 - **任何已勾選單元的大小**：指定輸出單元大小不應超過任何選定輸入單元的大小。例如，如果勾選了單元 A、B 和 C（大小分別為 100、200 和 500），則此程序的輸出單元大小將限制為 100。
 - **所有已勾選單元的總計**：指定輸出單元大小不應超過所有選定輸入單元的總計。例如，如果勾選了單元 A、B 和 C（大小分別為 100、200 和 500），則此程序的輸出單元大小將限制為 800（即，這 3 個輸入單元大小的總計）。
3. 在輸入單元清單中，選取要讓輸出單元大小準則以其大小為基礎之輸入單元的勾選框。

從表格取得輸入的程序

如果程序從表格或策略客群取得輸入，則**單元大小限制**標籤會包括下面說明的選項。請使用這些選項來限制程序在正式作業或測試執行時期輸出的 ID 數。

使用**指定輸出單元大小限制**選項來控制程序的正式作業執行。這兩個**限制**選項之間的主要差異是當資料來源為非正規化資料來源時，它們對資源和最終記錄數的影響。

- **無限制的單元大小**：傳回符合查詢或選取準則的所有 ID。此選項是預設值。
- **將輸出單元大小限制為**：傳回不超過指定數目的唯一 ID，從符合查詢準則的所有 ID 中隨機選取。在文字框中，輸入您要傳回的 ID 數目上限。Campaign 在進行隨機選取之前刪除完整 ID 集內的重複項，然後只保留指定數量的記錄，如此一來，即便 ID 欄位中存在重複項，也只傳回唯一 ID 的清單。這個選項會耗用大量的暫存空間並且花費的時間最長，因為必須將所有 ID 都擷取至 Campaign 伺服器。僅當未在 ID 欄位上對資料進行正規化且僅傳回 N 個記錄很重要時，才使用此選項。
- **限制選取的依據**：使用此選項來限制符合查詢準則的記錄。此選項將減少選取最終記錄集所需的時間和記憶體。但是，它可能會導致傳回少於指定數目的唯一 ID。
 - **前 N 個（最快）**：Campaign 僅從資料庫中擷取符合查詢準則的前 N 個記錄。然後，Campaign 會刪除這些 ID 中的重複項。如果資料未正規化，則最終結果包含的唯一記錄數會小於所要求的數目。因為此方法花費較少時間來擷取資料並且使用較少的暫存空間，所以最快。
 - **隨機**：Campaign 從資料庫中擷取符合查詢準則的所有記錄，然後隨機選取所要求的記錄數。然後，Campaign 會刪除這些 ID 中的重複項。如果資料未正規化，則最終結果包含的唯一記錄數會小於所要求的數目。因為 Campaign 只擷取和儲存隨機選取的記錄，所以該選項使用較少的暫存空間。

使用**測試執行期間輸出單元大小限制**選項來控制測試執行。

在某些程序（包括「資料層級轉換」和「名單選取」程序）中，您可以專門限制測試執行的單元大小。使用這些選項來控制測試執行期間傳回及處理的資料數量。如需相關資訊，請參閱『套用測試執行輸出單元大小限制』。

套用測試執行輸出單元大小限制

在某些程序（包括「資料層級轉換」和「名單選取」程序）中，您可以專門限制測試執行的單元大小。

使用本章節中的選項可控制測試執行期間傳回的資料量以及後續處理的資料量。

- **無限制單元大小：**這是預設選項。從此程序的來源標籤上的查詢或選取準則傳回的 ID 數目不變。使用這個選項，測試執行會對正式作業執行期間它可以對其進行操作的所有資料執行作業，但是不會移入行銷方案及聯絡歷程。
- **將輸出單元大小限制為：**傳回指定的確切 ID 數目（從符合查詢準則的所有 ID 中隨機選取）。在文字框中，輸入您要傳回的 ID 數目。透過這種方法，Campaign 先刪除完整 ID 集的重複項目，再隨機選取，然後只保留指定的記錄數目，以便即使 ID 欄位存在重複項目時，也傳回唯一 ID 清單。

註：如果使用這個選項來選取記錄，則會耗用大量的暫存空間並且花費的時間最長，因為必須將所有 ID 都擷取至 Campaign 伺服器。僅當未正規化 ID 欄位上的資料，並且傳回確切的 N 個記錄很重要時，才使用這個選項。

變更記錄選項的隨機種子

隨機種子代表 IBM Campaign 用於隨機選取記錄的起始點。

關於這項作業

部分程序提供選取一組隨機記錄的功能。如果您決定選取隨機記錄，您有時可能想變更隨機種子。例如：

- 您的隨機範例會產生嚴重偏離的結果（例如，如果資料中的所有男性分組到一個群組中，所有女性分組到另一個群組中）。
- 您具有順序相同的相同記錄數，並且在每次執行此程序時使用相同的種子值，會導致將結果建立到相同的範例中。

請遵循下面的步驟來為隨機記錄選項產生不同的起始點。

程序

1. 按一下「資料層級轉換」、「擷取」、「資料合併」、「名單選取」或「資料抽樣」配置對話框的**單元大小限制**標籤。
2. 執行下列其中一個作業：
 - 按一下**隨機種子**欄位旁的**選取**按鈕以隨機選取新的種子值。

除非程序的輸入有所變更，否則同一組隨機記錄將用於此程序的每一次後續執行。如果您打算將程序結果用於建模，則這一點很重要，因為必須在同一組記錄之間比較不同的建模演算法，以判斷每一個模型的效率。

- 如果您不打算將結果用於建模，可以讓該程序在每次執行時選取一組不同的隨機記錄。為此，請輸入零 (0) 作為**隨機種子**。值為 0 時，可以確保程序每次執行時都將選取一組不同的隨機記錄。

提示：「資料分群」程序不包括隨機種子控制項。若要讓「資料分群」程序在每次執行時選取一組不同的隨機記錄，請在提供「資料分群」程序輸入的上游程序中將隨機種子設定為 0。

單元名稱及代碼

單元名稱及代碼很重要，因為它們會在輸出單元或將單元用作輸入的程序之間建立鏈結。

單元代碼

單元代碼具有由系統管理者決定的標準格式，並且在產生時是唯一的。可以編輯單元代碼。因此，除非流程圖配置內容 **AllowDuplicateCellCodes** 為 False，否則將不檢查單元代碼的唯一性；當該內容為 False 時，只強制單元代碼在現行流程圖內是唯一的。不檢查目標單元試算表 (TCS) 中的唯一性。如需單元代碼及單元代碼產生器的詳細資料，請參閱《Campaign 管理手冊》。

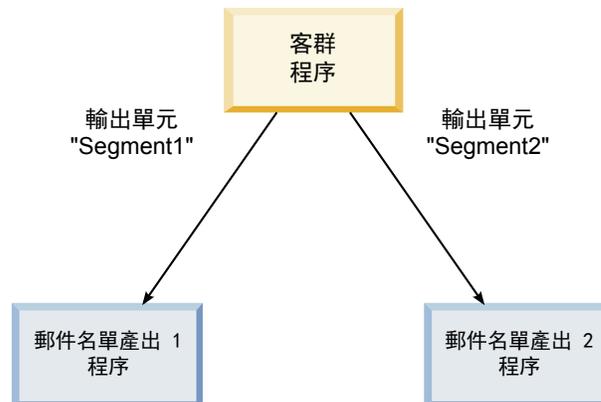
單元名稱

註：單元名稱具有特定的字元限制。如需詳細資料，請參閱第 221 頁的第 12 章，『IBM Campaign 物件名稱中的特殊字元』。

依預設，單元名稱基於從其產生這些單元的程序。例如，如果某個單元由名為 "Select1" 的程序產生，則預設單元名稱為 "Select1"。您可以變更單元名稱。如果變更程序名稱，則由該程序產生之單元的名稱也會自動變更（變更發生在該程序中以及同一流程圖內任何已連接的下游程序中）。如果變更單元名稱，則還可能會影響該單元與任何將該單元用作輸入之下游程序之間的鏈結。

例如，當「資料分群」程序產生了名稱分別為 Segment1 和 Segment2 的兩個輸出單元，並且這些單元用作兩個「郵件名單產出」程序（「郵件名單產出 1」和「郵件名單產出 2」）的輸入時，如果您在已連接「郵件名單產出」程序之後變更了「客群」單元的名稱，則您需要瞭解 Campaign 如何處理新單元名稱。

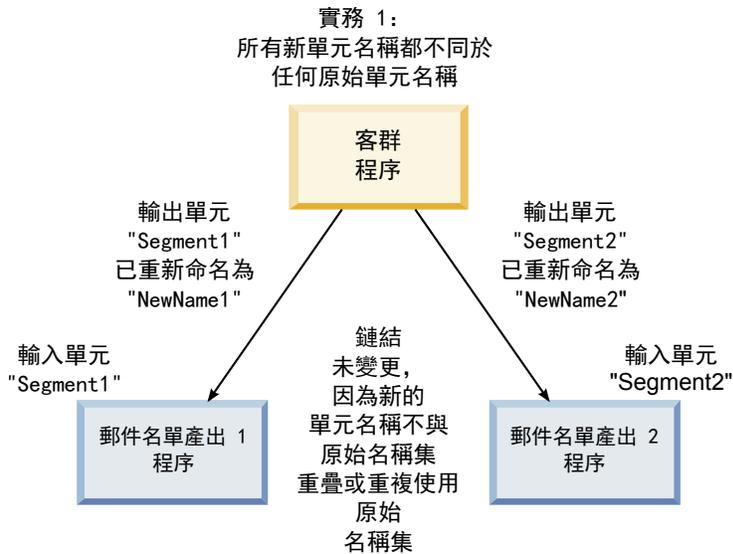
下圖說明了用來輸出兩個單元之「資料分群」程序的基本範例，每一個單元隨後變成下游「郵件名單產出」程序的輸入。



範例：單元重新命名實務

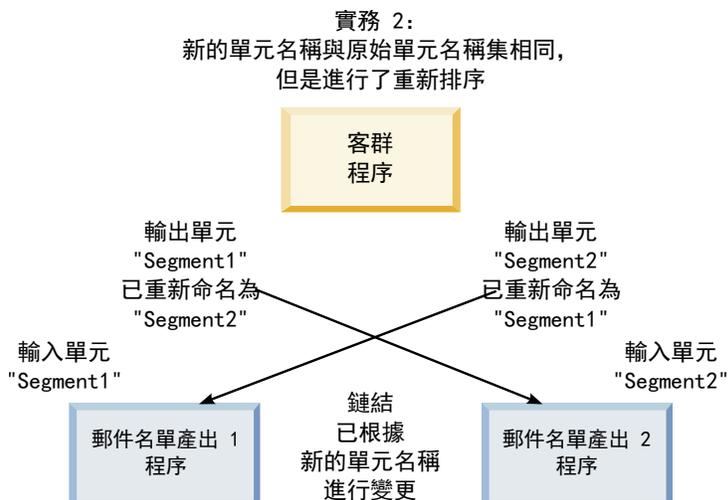
實務 1：所有新的單元名稱都與任何原始名稱不同

如果沒有新單元名稱與原始預設名稱重疊（亦即，在範例中，如果您不將 "Segment1" 或 "Segment2" 用作任何一個「客群」輸出單元的名稱），則 Campaign 可以根據原始的單元「順序」來維護原始鏈結。在這種情況下，因為沒有重疊或重複使用任何一個原始單元名稱，所以「資料分群」程序中的輸出單元與兩個各自的「郵件名單產出」程序之間的鏈結保持不變，如下圖所示。

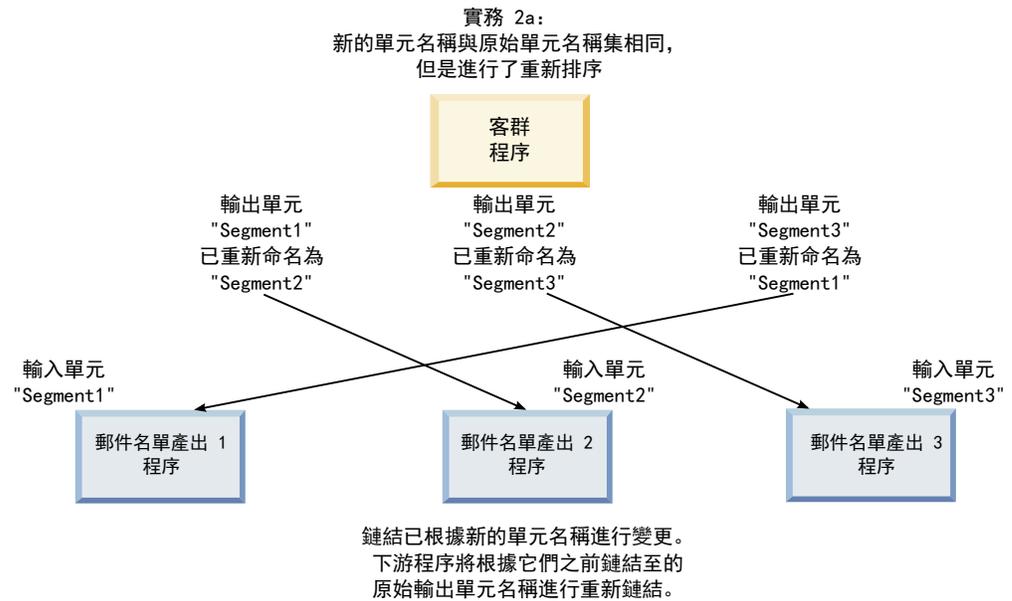


實務 2：新的單元名稱集與原始的單元名稱集相同，但已重新排序

如果您為單元選擇的新名稱與原始集中的名稱完全相同，只是已重新排序，則下游程序將依名稱（亦即，新的單元名稱）來尋找可用的輸出單元，並且鏈結會依需要進行切換。在範例中，新重新命名的 Segment2 輸出單元現在是「郵件名單產出 2」的輸入單元，並且新重新命名的 Segment1 單元現在是「郵件名單產出 1」的輸入單元，如下圖所示。

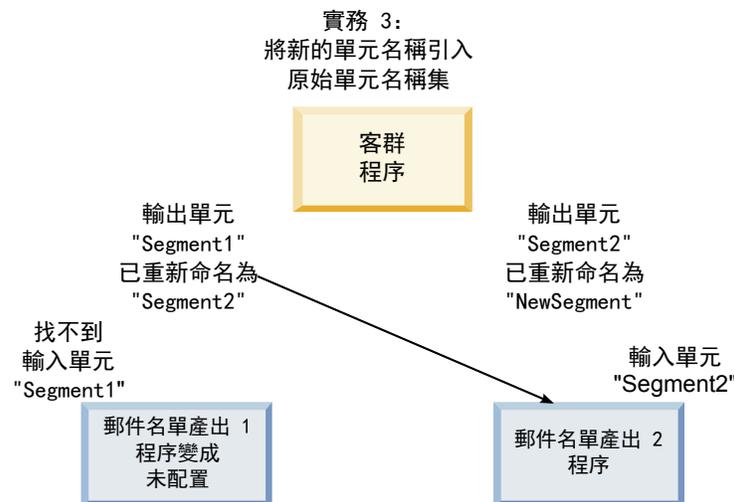


下圖說明了含有 3 個輸出及輸入單元的相同狀況。



實務 3：新的單元名稱集與部分原始單元名稱重疊，並且建立了新的單元名稱

如果新名稱與部分原始名稱重疊，並新增了新的單元名稱，則任何使用原始單元名稱集中名稱的鏈結都可以辨識，否則鏈結已損毀。例如，如果將單元 "Segment1" 重新命名為 "Segment2" 並將單元 "Segment2" 重新命名為 "NewSegment"，則新的 "Segment2" 將與「郵件名單產出 2」相關聯，而「郵件名單產出 1」將變為未配置的，因為它找不到名為 "Segment1" 的輸入單元名稱。



變更單元名稱

依預設，在程序中建立之單元的名稱與程序名稱相符。若為建立多個單元的程序，則輸出單元名稱是程序名稱與客群名稱的連結。例如，建立了 3 個客群且名為 "Seg-

ment1" 的「資料分群」程序所具有之輸出單元的預設名稱將是 "Segment1.Segment1"、"Segment1.Segment2" 和 "Segment1.Segment3"。

單元名稱設計用來鏈結至從其建立單元之程序的名稱。如果您編輯程序名稱，則單元名稱也會自動變更。

不過，如果您編輯單元名稱，則會移除單元名稱與程序名稱的鏈結。這表示如果您後續變更了程序名稱，則單元名稱將不再自動變更。

變更流程圖程序中單元的名稱

關於這項作業

註：儲存對輸出單元名稱的變更時，如果針對單元代碼選取了**自動產生**，則會重新產生單元代碼。如果不想變更單元代碼，請先取消勾選**自動產生**，然後再編輯單元名稱。

程序

1. 在編輯模式下的流程圖中，按兩下您要變更其輸出單元名稱的程序。您會看到程序的程序配置對話框。
2. 按一下**一般**標籤。您將看到該程序的一般資訊，其中包括程序名稱和輸出單元名稱。
3. 將游標放在**輸出單元名稱**欄位中，以便選取文字，然後編輯單元名稱。
4. 按一下**確定**。即會儲存您的變更。如果您編輯了單元名稱，以便該單元名稱與程序名稱不再相符，則這些名稱將不再鏈結。

註：儲存流程圖不會觸發任何類型的驗證。如果要檢查是否已正確地配置流程圖且沒有任何錯誤，您可以手動執行流程圖驗證。

重設單元名稱

依預設，在程序中建立之單元的名稱與程序名稱相符。若為建立多個單元的程序，則輸出單元名稱是程序名稱與客群名稱的連結。例如，建立了 3 個客群且名為 "Segment1" 的「資料分群」程序所具有之輸出單元的預設名稱將是 "Segment1.Segment1"、"Segment1.Segment2" 和 "Segment1.Segment3"。

如果重新命名程序，則單元名稱也將自動變更，以便單元名稱和程序名稱保持鏈結。

不過，如果您手動變更了單元名稱以讓其與程序名稱不同，則單元名稱和程序名稱將不再鏈結。您可以透過將單元名稱重新命名為相同的程序名稱來還原鏈結。

重設單元名稱

程序

1. 在處於編輯模式下的流程圖中，按兩下您要重設其輸出單元名稱的程序。您會看到程序的程序配置對話框。
2. 按一下**一般**標籤。您將看到該程序的一般資訊。
3. 下一步將視您在編輯的程序是輸出單個單元，還是輸出多個單元而定：
 - 在輸出單個單元的程序中，編輯**輸出單元名稱**欄位中的文字，以便該名稱與「程序名稱」欄位中顯示的程序名稱相同。

- 在輸出多個單元的程序中，按一下**重設單元名稱**。單元名稱將回復至預設格式，即現行程序名稱與客群名稱的連結。

現在，程序與單元名稱已重新鏈結。如果您現在變更程序名稱，則輸出單元名稱也將自動變更。

4. 按一下**確定**。即會儲存您的變更，並且程序配置對話框將關閉。

變更單元代碼

依預設，系統會根據系統管理者為所有單元代碼定義的格式，自動產生單元的代碼。系統在流程圖和行銷活動之間強制施行單元代碼唯一性，但如果您已將流程圖配置參數 AllowDuplicateCellCodes 設為「是」，則單元代碼在流程圖內可以重複。

如需由 IBM Marketing Software 提供之中央配置參數中配置參數的更多相關詳細資料，請參閱《Marketing Platform 管理手冊》。

註：雖然您可以置換系統產生的預設單元代碼，但您手動輸入的任何單元代碼仍必須符合單元代碼格式。這種格式顯示在程序配置對話框中的**單元代碼欄位**下面。代碼格式由常數及變數表示，如下所示：大寫字母表示字母常數，小寫 "n" 表示數值字元。例如，單元代碼格式 "Annn" 指示單元代碼的長度必須是 4 個字元，並且第一個字元是大寫 "A"，其後緊接著 3 個數字。這種格式的單元代碼範例將是 "A454"。

變更流程圖程序中單元的代碼

程序

1. 在編輯模式下的流程圖中，按兩下您要變更其輸出單元名稱的程序。您會看到程序的程序配置對話框。
2. 按一下**一般標籤**。您將看到該程序的一般資訊。
3. 如果已選取**自動產生勾選框**，請將其清除。**單元代碼欄位**即會變成可編輯。
4. 在**單元代碼欄位**中，編輯單元代碼。請記住，修改後的代碼必須符合**單元代碼欄位**下面顯示的單元代碼格式。
5. 完成編輯單元代碼之後，請按一下**確定**。程序配置對話框即會關閉，並且您的變更也會儲存。

關於複製和貼上單元名稱及代碼

在輸出多個單元的程序中，您可以使用複製和貼上功能在「輸出單元」網格中編輯多個輸出單元名稱及代碼。

複製和貼上網格中的所有單元

關於這項作業

在輸出多個單元的程序中，您可以使用複製和貼上功能來在**輸出單元網格**中編輯多個輸出單元名稱和代碼。

程序

1. 在處於編輯模式的流程圖中，按兩下您要為其複製和貼上單元名稱和代碼的程序。您會看到程序的程序配置對話框。
2. 按一下**一般標籤**。您將看到該程序的一般資訊，其中包括**輸出單元網格**。

3. 在輸出單元網格中，按一下任何位置以選取所有單元。無論游標位置如何，一律會選取所有單元以進行貼上。

註：除非您清除自動產生單元代碼勾選框，否則單元代碼直欄是不可選取或不可編輯的。

4. 按一下複製。即會將所有單元複製至剪貼簿。
5. 在將位於您要貼上單元之位置的左上方的單元內，按一下滑鼠。
6. 按一下貼上。所複製單元的內容會取代與所複製單元相同大小的單元區塊的原始內容。

從外部試算表貼上單元名稱及代碼

程序

1. 從外部試算表或其他應用程式中，使用該應用程式的複製功能來選取並複製單元或文字。
2. 於 Campaign 內，在處於編輯模式下的流程圖中，按兩下您要為其複製並貼上單元名稱及代碼的程序。您會看到程序的程序配置對話框。
3. 按一下一般標籤。您將看到該程序的一般資訊，其中包括輸出單元網格。

註：除非您清除自動產生單元代碼勾選框，否則單元代碼直欄是不可選取或不可編輯的。如果要將內容貼在單元代碼直欄中，請確保您清除此勾選框。

4. 在您要其中貼上已複製之內容的單元內部，按一下滑鼠。如果要複製並貼上矩形單元群組，請在將位於矩形左上角的單元內按一下滑鼠。
5. 按一下貼上。所複製之單元的內容將取代相同大小單元區塊的原始內容。

目標單元試算表

每一個市場行銷活動都具有一個目標單元試算表 (TCS)，該試算表提供客群和行銷方案的視覺化矩陣。TCS 提供建置及檢查目標單元與其相關聯行銷方案或控制單元之間關係的功能。（控制單元與行銷方案不相關，即使它們適用於行銷方案也是如此。）

註：如果要使用目標單元試算表，您必須具有管理 Campaign 目標單元的「廣域原則」許可權。

TCS 包括每個目標單元的一列，並且如果您使用控制群組，則每個對應的控制單元都有一列。目標單元是已獲指派行銷方案的單元。控制單元有資格獲得行銷方案指派，但出於分析目的，會將其從接收行銷方案的單元中排除。控制單元不接收通訊，但會對目標群組進行測量以用於比較。

處理 TCS 時，您可以使用由上而下或由下而上的管理方法。大部分組織只使用下列其中一種管理方法。

表 10. 由上而下和由下而上的 TCS 管理

由上而下	<p>此方法通常由較大的組織使用，在此方法中，一個人建立 TCS，另一個人設計流程圖。</p> <p>第一個人建立包含目標單元和控制單元的 TCS。例如，用於直接郵寄行銷活動的 TCS 可能包括 4 列：一列為取得 10% 行銷方案的單元，一列為取得 20% 行銷方案的單元，一列為 10% 暫置，一列為 20% 暫置。</p> <p>然後，流程圖設計人員可以建立程序以選取符合 10% 和 20% 行銷方案及暫置準則的 ID。為了將資料操作程序輸出鏈結至 TCS 中的預先定義單元，流程圖設計人員會在每個程序配置對話框中選取鏈結至目標單元。</p>
由下而上	<p>建立包括「郵件名單產出」或「電訪名單產出」程序的流程圖。</p> <p>當您儲存流程圖時，會產生 TCS。對於向「郵件名單產出」或「電訪名單產出」程序提供輸入的每一個目標單元，TCS 都包括一列。</p> <p>不能鏈結或取消鏈結由下而上單元。鏈結的概念僅適用於由上而下管理。</p>

處理目標單元試算表時，請牢記下列準則：

- 鏈結基於單元代碼，請避免在鏈結單元之後變更單元代碼。
- 您可以隨時對單元進行解除鏈結及重新鏈結，前提是單元未寫入聯絡歷程中。
- 如果將具有「聯絡歷程」的單元解除鏈結，則該單元狀態為「已撤銷」。已撤銷的單元無法再次進行鏈結。這些單元將不出現在目標單元試算表中，並且無法在程序配置對話框中選取這些單元。（如果 Campaign 與 Marketing Operations 整合，則已撤銷的單元將繼續顯示在目標單元試算表中，但無法重複使用。）

重要： 如果不同使用者同時編輯了流程圖和 TCS，則可能會儲存不正確的資料。為了避免衝突，請定義商業規則，以最大限度避免在編輯或執行流程圖時對 TCS 進行編輯。例如，當另一個使用者正在 TCS 中變更行銷方案指派時，請不要編輯流程圖聯絡程序。

註：如果 Campaign 與 Marketing Operations 整合，則您必須使用 Marketing Operations 來處理目標單元試算表。

相關工作：

第 151 頁的『將流程圖單元鏈結至目標單元試算表中定義的目標行銷方案』

第 153 頁的『將流程圖單元從目標單元試算表中定義的目標行銷方案解除鏈結』

第 153 頁的『使用「比對並鏈結」來移除關聯』

第 152 頁的『使用「比對並鏈結」將流程圖單元與目標單元試算表建立關聯』

管理目標單元試算表

市場行銷活動的目標單元試算表 (TCS) 會提供客群與行銷方案的視覺化矩陣。TCS 可以建置和檢查目標單元及其相關聯行銷方案與阻止項目之間的關係。

編輯目標單元試算表

您可以編輯目標單元試算表，以便它包含您要制定之行銷方案的目标单元和控制单元。

關於這項作業

例如，用於直接郵寄行銷活動的目標單元試算表可能包括 4 列：一列為 10% 行銷方案，一列為 10% 暫置，一列為 20% 行銷方案，一列為 20% 暫置。

重要：在編輯或執行相關聯行銷活動中的任何流程圖的同時，請勿在目標單元試算表中編輯單元屬性。使商業實務就位以確保使用者在編輯目標單元試算表的同時，不會編輯或執行流程圖。

程序

1. 開啟行銷活動，然後按一下目標單元標籤。
2. 按一下編輯 。

試算表即會以編輯模式開啟。會以彩色強調顯示在流程圖中使用的現有單元。

3. 按一下您要編輯的單元欄位，然後進行變更。下面提供了最常用編輯操作的說明。

若要	請執行這個動作
將一列新增到試算表的底端。	按一下新增單元。
將數列新增到試算表的底端。	<ol style="list-style-type: none">1. 按一下新增多個單元。2. 選取 N 個空白列，輸入要新增的列數，然後按一下建立目標單元。
複製一列或多列	<ol style="list-style-type: none">1. 至少選取一列。2. 按一下新增多個單元，選取 N 個重複列，輸入要新增的列數，然後按一下建立目標單元。 <p>新列會新增到所選列的下面，且已經移入了單元代碼和單元名稱。會從所選列中複製除了已在流程圖中使用之外的所有其他直欄值。</p>
搜尋目標單元試算表	<ol style="list-style-type: none">1. 按一下搜尋。2. 使用搜尋來輸入一個以上字元。您可以輸入局部字串以在試算表的任何直欄中尋找相符項。例如，輸入 924 會尋找包含單元代碼 A000000924 的列，也會尋找已指派 Offer9242013 的列。3. 按一下尋找下一個以強調顯示包含第一個相符項的列。4. 按一下尋找下一個以繼續搜尋。
從外部來源貼上資料	<ol style="list-style-type: none">1. 從另一個應用程式複製內容。2. 按一下目標單元試算表中的單元以使它可供編輯。3. 使用右鍵功能表進行貼上。

若要	請執行這個動作
從 .csv 檔案匯入目標單元資料	<ol style="list-style-type: none"> 1. 取得所需格式的逗點區隔值檔案。請參閱『TCS 資料的匯入和匯出格式』。 2. 開啟目標單元試算表以進行檢視（不是編輯）。 3. 按一下匯入目標單元。 4. 在匯入 TCS 對話框中，按一下瀏覽以尋找您要匯入的 .CSV 檔案，選取該檔案，然後按一下開啟。 5. 按一下匯入。 <p>該 .CSV 檔案的內容會附加到目標單元試算表中任何現有單元的下面。</p>
上移或下移列，或者刪除列	選取列，然後使用工具列中的選項：上移、下移或刪除。

4. 按一下儲存或儲存並結束。

下一步

現在，流程圖設計人員可以建立程序以選取符合 10% 和 20% 行銷方案及暫置準則的 ID。為了將資料操作程序輸出鏈結至目標單元試算表中的單元，流程圖設計人員會在程序配置對話框中選取鏈結至目標單元。

指定目標單元試算表中的控制單元

包含因分析所需而有目的地排除之 ID 的單元稱為控制單元。將行銷方案指派給單元時，您可以選擇性地為每一個目標單元指定一個控制單元。

程序

1. 開啟行銷活動，然後按一下目標單元標籤。
2. 按一下編輯。
3. 若要指定某個單元作為控制單元：請按一下控制單元直欄以讓該欄位變成可編輯，然後選取是。

無法向指定為控制項的單元指派行銷方案。

4. 若要將控制單元指派給目標單元：請按一下控制單元代碼直欄以讓該欄位變成可編輯。然後，為現行目標單元選取一個控制單元（其控制單元直欄為是的任何單元）。

重要：如果為一個以上的目標單元指派一個控制單元（例如「單元 A」），稍後將控制單元（「單元 A」）變更為目標單元，則會將「單元 A」作為控制項，從任何先前將「單元 A」用作控制項的目標單元中移除。

5. 按一下儲存或儲存並結束。

TCS 資料的匯入和匯出格式

若要將資料匯入目標單元試算表 (TCS)，您準備的逗點區隔值 (.CSV) 檔案必須符合所需的格式。匯出 TCS 的內容時，也將採用匯出資料時所用的格式。

- 檔案必須包含標頭列，其中的直欄名稱與預先定義及自訂單元屬性相符。

- 每列都必須具有與標頭列中所指定數量相同的直欄數。
- 如果沒有給定直欄的資料，則留為空白。
- 自訂屬性的值將轉換為相應的資料類型。對於日期，日期字串必須採用使用者的語言環境格式。

直欄名稱	說明	是否必要？	有效值
CellName	目標單元的名稱。	是	
CellCode	指派給此目標單元的單元代碼。如果為空，則 Campaign 將產生單元代碼，否則使用指定的值。	是	單元代碼必須符合定義的單元代碼格式。
IsControl	指出該列中的單元是控制單元還是一般目標單元。	No	Yes No
ControlCellCode	IsControl = Yes 之單元的單元代碼。	僅當 IsControl = Yes 時必要	標示 IsControl = Yes 之單元所具備的有效單元代碼。
AssignedOffers	一組以分號定界的行銷方案、行銷方案清單或兩者的組合。	No	可以使用行銷方案代碼來指定行銷方案。可以使用行銷方案清單名稱來指定行銷方案清單。格式為： OfferName1[OfferCode1]; OfferName2[OfferCode2]; OfferListName1[]; OfferListName2[]，其中行銷方案名稱是選用項目，但行銷方案代碼是必要的，帶有空方括弧的行銷方案清單名稱是必要的。
FlowchartName	相關聯流程圖的名稱。	否*	
CellCount	此單元的計數。	否*	
LastRunType	前次流程圖執行的類型。	否*	
LastRunTime	前次流程圖執行的時間。	否*	
自訂 Attr1	為您定義的每個自訂單元屬性新增要為其匯入資料的直欄。	No	需要自訂屬性資料類型及使用者語言環境/格式的有效值。
*此直欄由 Campaign 移入資料。如果已指定，則會予以忽略。將移入以進行匯出。			

產生唯一的單元代碼以在目標單元試算表中使用

Campaign 可以產生唯一的單元代碼以在目標單元試算表中使用。單元代碼具有由系統管理者確定的標準格式，且在產生時是唯一的。

程序

1. 開啟行銷活動，然後按一下目標單元標籤。
2. 按一下編輯。
3. 按一下產生單元代碼。

即會開啟一個視窗，其中顯示所產生的單元代碼。

4. 選取並複製產生的單元代碼，然後按一下確定。
5. 將單元代碼貼上到目標單元試算表中的某個欄位內。
6. 按一下儲存。

從目標單元試算表匯出資料

您可以採用逗點區隔值 (.csv) 格式將目標單元試算表的內容匯出到本端或網路磁碟機。將匯出目標單元試算表的整個內容；無法選取內容子集。

程序

1. 開啟行銷活動，然後按一下**目標單元**標籤，以開啟該行銷活動的目標單元試算表。
2. 按一下**匯出目標單元**。
3. 使用產生的對話框來開啟或儲存檔案。

如需匯出格式的相關資訊，請參閱第 147 頁的『TCS 資料的匯入和匯出格式』。

將行銷方案指派給目標單元試算表中的單元

部分組織會建立目標單元並在目標單元試算表中指派行銷方案。然後，另一個人員建立流程圖以選取要接收行銷方案的客戶。如果您是使用目標單元試算表來指派行銷方案，請遵循下列指示。

關於這項作業

程序

1. 開啟行銷活動，然後按一下**目標單元**標籤，以開啟該行銷活動的目標單元試算表。
2. 按一下工具列中的**編輯**。目標單元試算表即會在編輯模式下開啟，並使用彩色來強調顯示流程圖中使用的任何現有單元。
3. 於您要在其中指派行銷方案之目標單元的**指派的行銷方案**資料格內，按一下您在其

中指派行銷方案之單元中的**指派行銷方案**圖示 。

4. 在選取行銷方案視窗中，尋找或選取一個以上行銷方案或行銷方案清單，或按一下**搜尋**標籤以依名稱、說明、擁有者或代碼來尋找行銷方案。
5. 在您選取想要指派給現行單元的行銷方案之後，請按一下**接受並關閉**。

「選取行銷方案」視窗即會關閉，並會將選定的行銷方案移入**指派的行銷方案**直欄中。

6. 按一下**儲存**或**儲存並結束**。

在目標單元試算表中管理已指派的行銷方案或行銷方案清單

您可以在目標單元試算表中檢視（並選擇性地編輯）或取消指派行銷方案或行銷方案清單

程序

1. 開啟行銷活動，然後按一下**目標單元**標籤，以開啟該行銷活動的目標單元試算表。
2. 按一下**編輯**。目標單元試算表以編輯模式開啟。會以彩色強調顯示在流程圖中使用的任何現有單元。

3. 在**指派的行銷方案**單元中，按一下**管理行銷方案指派**圖示 。

這時會開啟「檢視/編輯行銷方案詳細資料」對話框。所有已指派的行銷方案或行銷方案清單都會出現在**指派得行銷方案**區段中。

4. 若要在「檢視/編輯行銷方案詳細資料」對話框中檢視/編輯項目：請選取行銷方案或行銷方案清單，然後按一下**預覽**。

這時會開啟一個視窗，其中顯示行銷方案詳細資料。選擇性地按一下「編輯」以對行銷方案進行變更。如果已在正式作業環境下使用行銷方案（已指派給已在正式作業下執行之流程圖中的單元並已記載至聯絡歷程），則會限制您可以進行哪些變更。

5. 若要在「檢視/編輯行銷方案詳細資料」對話框中取消指派行銷方案或行銷方案清單：請選取您要從單元中移除的行銷方案或行銷方案清單，然後按一下 >> 按鈕以將選定的項目移至**移除的行銷方案**區段。然後按一下**接受變更**。

這時會關閉「檢視/編輯行銷方案詳細資料」視窗。已移除的項目不再出現在單元的**指派的行銷方案**直欄中。

6. 按一下**儲存**或**儲存並結束**。或者，如果您要捨棄變更，請按一下**取消**。

目標單元試算表中的單元狀態資訊

IBM Campaign 中的目標單元試算表會顯示每一個單元的現行狀態，其中包括單元計數、前次執行類型（流程圖、分支或程序的正式作業執行或測試執行）及前次執行時間。

單元計數是每一個單元的唯一目標客戶 ID 數目，這些單元已鏈結至已執行之流程圖中的某個輸出單元。這種單元狀態是對應程序的最新儲存正式作業執行或測試執行的結果。

單元狀態資訊顯示在 Campaign（獨立式）或 Marketing Operations（整合時）中的目標單元試算表內。

更新單元計數：

如果變更了程序配置，則任何先前的執行結果都將遺失，並且目標單元試算表中的**單元計數**、**前次執行類型**和**前次執行時間**直欄會顯示為空白。您必須在正式作業模式或測試模式下執行流程圖、分支或程序並隨後儲存流程圖，以更新單元計數。

關於這項作業

請注意，針對下列類型的程序配置，對目標單元試算表中單元計數的影響會發生變更。

- **將流程圖輸出單元鏈結至目標單元。**單元計數保持空白，直到下一個儲存的正式作業或測試執行為止。
- **將流程圖輸出單元從目標單元解除鏈結。**任何先前的執行結果都將予以移除，並且單元計數是空白。

手動重新整理單元計數：

當您執行流程圖、分支或正式作業中的程序時，或者當您儲存測試執行時，將自動更新目標單元試算表中的單元計數。如果目標單元試算表在執行完成之後開啟，您必須手動重新整理單元計數。

程序

1. 選擇**行銷活動 > 行銷活動**。
2. 按一下**行銷活動鏈結**。
3. 選取**目標單元標籤**。

4. 按一下取得單元狀態  。

將流程圖單元鏈結至 TCS

較大的組織通常使用一個人員來為行銷活動建立目標單元試算表 (TCS)，使用另一個人員來設計流程圖。TCS 會將行銷方案與目標及控制項建立關聯。然後，流程圖設計人員配置用來為行銷方案選取收件者的流程圖程序。透過將流程圖中的輸出單元與 TCS 中預先定義的單元及行銷方案相鏈結，流程圖設計人員完成流程圖單元與 TCS 之間的關聯。

將流程圖單元鏈結至目標單元試算表中定義的目標行銷方案

如果組織在目標單元試算表中預先定義了目標行銷方案，則流程圖設計人員隨後必須配置程序以選取行銷方案的收件者。設計人員必須將流程圖單元與目標單元試算表中預先定義的單元建立鏈結。這會完成目標單元試算表中的單元與流程圖中已定義收件者之間的關聯。

開始之前

開始之前，組織中的某個人必須先在目標單元試算表中定義目標單元。然後，流程圖設計人員可以遵循下面的步驟，將流程圖中的輸出單元與 TCS 中已定義的單元建立關聯。

註：替代方法是使用選項 > 比對並鏈結目標單元。

關於這項作業

若要將流程圖單元與目標單元試算表中預先定義的單元相關聯：

程序

1. 在處於編輯模式的流程圖中，按兩下您要將其輸出單元鏈結至目標單元試算表中某個單元的程序。
2. 按一下程序配置對話框中的一般標籤。
3. 若要開啟「選取目標單元」對話框，請執行下列動作：
 - 在輸出單一單元的程序（例如「名單選取」）中，按一下鏈結至目標單元...
 - 在輸出多個單元的程序（例如「資料分群」）中，按一下您要鏈結之每一個單元的輸出單元名稱或單元代碼列。按一下省略號按鈕。

您將看到「選取目標單元」對話框，該對話框顯示現行行銷活動的目標單元試算表中已預先定義的單元。

4. 在「選取目標單元」對話框中，選取您要將現行輸出單元鏈結至的單元所對應的列。
5. 按一下確定。

即會關閉「選取目標單元」對話框。程序配置對話框中的「輸出單元名稱」和「單元代碼」將取代為目標單元試算表中的名稱和代碼。這些欄位將顯示為斜體字，以指示它們是從試算表取得。

6. 按一下確定，以儲存變更。
7. 儲存流程圖。目標單元鏈結不會儲存在資料庫中，直到您儲存流程圖為止。如果取消流程圖中的變更，則不會儲存單元鏈結。

相關概念:

第 144 頁的『目標單元試算表』

使用「比對並鏈結」將流程圖單元與目標單元試算表建立關聯

使用比對並鏈結目標單元對話框，將流程圖中的目標單元與目標單元試算表中已預先定義的單元建立關聯。這個選項是使用流程圖程序配置對話框來建立鏈結的替代方案。

開始之前

開始之前，組織中的某個人必須先在目標單元試算表中定義目標單元。然後，流程圖設計人員可以遵循下面的步驟，將流程圖中的輸出單元與目標單元試算表中已定義的單元建立關聯。

註：如果要使用自動比對，請確保流程圖輸出單元名稱與目標單元試算表單元名稱相符，或者至少前三個字元相同。

程序

1. 在處於編輯模式的流程圖中，選取選項 > 比對並鏈結目標單元。

「比對並鏈結目標單元」對話框會在左窗格中顯示「可用的目標單元」，在右窗格中顯示流程圖輸出單元。

2. 請使用下列其中一種方法，將目標單元試算表中的目標單元與流程圖單元進行比對。

根據名稱自動比對單元	按一下自動比對。 已順利自動比對的單元具有狀態完全相符或最佳相符，並且相符的目標單元顯示為紅色。
手動比對單元	選取一個以上的目標單元與流程圖輸出單元配對，然後按一下比對。 選定的目標單元將按順序與選定的流程圖輸出單元進行比對。順利比對的輸出單元具有狀態手動。相符的目標單元將顯示為紅色。

3. 按一下確定。 您將看到一則警告，告訴您流程圖執行結果將遺失。
4. 按一下確定以繼續。
5. 儲存流程圖。目標單元鏈結不會儲存，直到您儲存流程圖為止。如果取消流程圖變更，則不會儲存單元鏈結。

結果

當您下一次檢視此流程圖的比對並鏈結目標單元對話框時，相符且已鏈結之單元的狀態將是已鏈結。

相關概念:

第 144 頁的『目標單元試算表』

將流程圖單元從目標單元試算表中定義的目標行銷方案解除鏈結

流程圖設計人員可以移除流程圖中選定 ID 與目標單元試算表中預先定義之目標行銷方案之間的關聯。這個程序專屬於使用目標單元試算表來定義目標行銷方案的組織。

關於這項作業

如果某個單元沒有「聯絡歷程」，則您可以隨時將其解除鏈結（並隨後重新鏈結）。

註：如果將具有「聯絡歷程」的單元解除鏈結，則該單元狀態為「已撤銷」。已撤銷的單元無法再次進行鏈結。這些單元將不出現在目標單元試算表中，並且無法在程序配置對話框中選取這些單元。（如果 Campaign 與 Marketing Operations 整合，則已撤銷的單元將繼續顯示在目標單元試算表中，但無法重複使用。）

程序

1. 在處於編輯模式的流程圖中，按兩下您要將其輸出單元從目標單元試算表解除鏈結的程序。
2. 按一下程序配置對話框中的一般標籤。
3. 開啟「選取目標單元」視窗：
 - 在產生單一單元作為輸出的程序（例如「名單選取」）中，按一下鏈結至目標單元。
 - 在產生多個單元的程序（例如「資料分群」）中，按一下您要解除鏈結之單元的輸出單元名稱或單元代碼列。按一下省略號按鈕。

「選取目標單元」視窗會顯示現行行銷活動的目標單元試算表中定義的單元。將強調顯示目前已鏈結的單元。

4. 選取[未鏈結]。

不再強調顯示單元名稱及代碼。

5. 按一下**確定**。程序配置對話框中的「輸出單元名稱」和「單元代碼」不再顯示為斜體字，這指出它們已不鏈結至目標單元試算表。

相關概念：

第 144 頁的『目標單元試算表』

使用「比對並鏈結」來移除關聯

您可以使用比對並鏈結對話框來移除流程圖中的目標單元與目標單元試算表中單元之間的關聯。

關於這項作業

如果某個單元沒有「聯絡歷程」，則您可以隨時將其解除鏈結（並隨後重新鏈結）。

重要：如果將具有「聯絡歷程」的單元解除鏈結，則該單元狀態為「已撤銷」。已撤銷的單元無法再次進行鏈結。這些單元將不出現在目標單元試算表中，並且無法在程序配置對話框中選取這些單元。（如果 Campaign 與 Marketing Operations 整合，則已撤銷的單元將繼續顯示在目標單元試算表中，但無法重複使用。）

程序

1. 在處於編輯模式的流程圖中，選取選項 > 比對並鏈結目標單元。

任何符合或已鏈結的單元都會顯示在右窗格中，並在狀態直欄中指示它們的狀態。

2. 如果要取消比對所有已符合的單元配對，請按一下全部取消比對。

已取消比對的目標單元會在可用的目標單元窗格內重新整理，並會清除輸出單元狀態和目標單元名稱直欄。已鏈結的單元配對不變。

3. 如果要解除鏈結所有已鏈結的單元配對，請按一下全部解除鏈結。

即會解除鏈結先前已鏈結的配對，但它們仍保持相符。現在，目標單元作為相符的目標單元出現在可用的目標單元清單內並顯示為紅色。

4. 儲存流程圖。目標單元鏈結不會儲存，直到您儲存流程圖為止。如果取消流程圖變更，則不會儲存單元鏈結。

相關概念:

第 144 頁的『目標單元試算表』

第 7 章 聯絡歷程

IBM Campaign 維護聯絡歷程，以記錄傳送至聯絡人之行銷方案的相關資訊。也會記錄控制單元的相關歷程，以識別故意未向其傳送行銷方案的客戶。

術語「聯絡歷程」指的是 Campaign 所維護的相關資訊：

- 傳送了哪些行銷方案
- 傳送給哪些客戶（或者帳戶或家庭，視目標客戶類型而定）
- 透過何種通路
- 在哪個日期。

例如，可以產生目標客戶的清單作為行銷活動流程圖中「電訪名單產出」或「郵件名單產出」程序的輸出。每一個目標客戶都屬於已指派一個以上行銷方案的單元。在正式作業模式下執行「電訪名單產出」或「郵件名單產出」程序並啟用記載至聯絡歷程時，會將詳細資料寫入 Campaign 系統資料庫中的數個表格。

那些表格一起構成了聯絡歷程。聯絡歷程會記錄流程圖執行時，提供給每一個單元中每一個 ID 的特定行銷方案版本（包括參數化行銷方案屬性的值）。聯絡歷程還記錄控制單元的成員，這些成員被有目的地阻止接收任何通訊。控制單元指示阻止或無聯絡控制，因此不會向屬於控制單元的客戶指派任何行銷方案，也不會在聯絡程序輸出清單中包括這些客戶。

聯絡歷程及目標客戶類型概觀

Campaign 維護每一個目標客戶類型（例如「客戶」和「家庭」）的聯絡歷程。聯絡歷程提供了直效行銷工作的歷程記錄，其中包括被聯絡人、提供的行銷方案以及所使用的通路。

Campaign 在系統資料庫表中維護聯絡歷程：

- 將某個單元中的所有成員視為相同時（向所有成員都提供相同版本的行銷方案時），將記錄基本聯絡歷程 (UA_ContactHistory)。
- 僅當相同單元中的個人接收不同的行銷方案版本（這些行銷方案具有不同的個人化行銷方案屬性值）或不同數目的行銷方案時，才記錄詳細聯絡歷程 (UA_DtlContactHist)。

詳細聯絡歷程可以快速增長至極大，但會提供完整的資料以支援詳細回應追蹤和分析目標與控制。

- 針對每個正式作業執行，都會將資料記錄在「對待項」表 (UA_Treatment) 中。阻止項目的控制資訊也會在這裡記錄。阻止項目不接收通訊，但會針對目標群組進行測量以進行比較。對待項歷程與聯絡歷程搭配使用，以形成已傳送之行銷方案的完整歷程記錄。

聯絡歷程及對應的回應歷程將針對每一個目標客戶類型進行維護。

例如，假設您具有兩個目標客戶類型：「客戶」和「家庭」。表格實作視您資料庫的配置方式而定：

- 在 Campaign 系統資料庫中，每一個目標客戶類型通常都具有自己的聯絡及回應歷程表格集。換句話說，「客戶」目標客戶類型具有一組表格（聯絡歷程、詳細聯絡歷程和回應歷程），「家庭」目標客戶類型具有自己的表格集。
- 如果已配置資料庫以便多個目標客戶類型寫入相同的基礎實體表格，則每一個目標客戶類型都不需要自己的表格集。不過，基礎實體表格（聯絡歷程、詳細聯絡歷程和回應歷程）必須對每一個目標客戶類型包括一個索引鍵。

如何更新聯絡歷程表

當流程圖聯絡程序（例如「電訪名單產出」或「郵件名單產出」）或「活動追蹤」程序在正式作業模式下執行，並且已啟用歷程記載選項時，項目會寫入 Campaign 聯絡歷程表中。測試執行不會移入聯絡歷程表。

啟用聯絡歷程記載時，會在正式作業執行期間將下列詳細資料寫入聯絡歷程：

- 聯絡的日期和時間（依預設，這是執行聯絡程序的時間）；
- 聯絡程序中指派的行銷方案版本，其中包括參數化行銷方案屬性值；
- 已提供給每一個 ID 的確切行銷方案版本；
- 針對目標單元和控制單元，對待項代碼用來追蹤行銷方案版本、單元及日期和時間的每一個唯一組合。

涉及到下列系統表：

- 如果向單元中的所有成員都提供了相同版本的行銷方案，則會涉及到基本聯絡歷程 (UA_ContactHistory)
- 如果相同單元中的個體接收到不同行銷方案版本，則會涉及到詳細聯絡歷程 (UA_DtlContactHist)
- 對待項歷程 (UA_Treatment)
- 行銷方案歷程（多個系統表，這些系統表群體性儲存正式作業中已使用之行銷方案的相關資訊）

對待項歷程及行銷方案歷程與聯絡歷程搭配使用，以形成已傳送之行銷方案的完整歷程記錄。未向其指派行銷方案的控制項，會在「對待項」表中進行識別。

僅當已在「郵件名單產出」、「電訪名單產出」或「活動追蹤」程序配置對話框中勾選記載至聯絡歷程表選項時，才會更新歷程。

註：這不影響 eMessage 和 Interact 將資料載入 Campaign 歷程表的方式。那些產品使用自己的 ETL 程序來擷取和轉換資料，並將資料載入 Campaign 聯絡及回應歷程表。

對待項歷程 (UA_Treatment)

每次流程圖在正式作業模式下執行時，都會向對待項歷程表 (UA_Treatment) 新增列。

如果將流程圖排程為定期執行，則在流程圖執行時，每一個新的執行都會產生一個新的對待項集，每個單元（適用於聯絡及控制單元）的每一個行銷方案對應一個。因此，Campaign 透過在每次產生對待項時記錄為獨立的實例，提供了最精確的追蹤可能。

對待項歷程與基本聯絡歷程搭配工作，以提供高度壓縮且有效的方式來儲存完整的聯絡歷程資訊：

- 基本聯絡歷程表 (UA_ContactHistory) 只記錄適當目標客戶的單元成員資格資訊。
- 提供給每一個單元的對待項記錄在對待項歷程表 (UA_Treatment) 中。

每一個對待項實例都是使用在廣域範圍內唯一的對待項代碼進行識別。對待項代碼可以用在回應追蹤中，以將每一個回應歸於特定的對待項實例。

如何在對待項歷程中處理控制項

控制單元有資格獲取行銷方案，但因分析所需而將其從接收行銷方案中排除。如果使用了控制項，則對待項歷程還記錄控制單元資料：

- 與提供給目標單元之行銷方案相關的列稱為目標對待項。
- 與指派給控制單元之行銷方案相關的列稱為控制對待項。

如果將控制單元指派給聯絡程序中的目標單元，則目標對待項具有相關聯的控制對待項。會向每一個控制對待項指派唯一的對待項代碼，儘管不將這些代碼配送至控制成員。產生控制對待項代碼以協助自訂回應追蹤，其中自訂流程圖邏輯用於識別某個控制項：控制對待項代碼可以進行查閱並與事件相關聯，以便可以將回應歸屬於確切的控制對待項實例。

基本聯絡歷程 (UA_ContactHistory)

針對目標單元以及控制單元，會將一列寫入每一個聯絡人 ID、單元及流程圖執行日期/時間之組合的基本聯絡歷程表。

互斥單元成員資格

如果單元是互斥的，並且每一個 ID 只能屬於一個單元，則不論指派的行銷方案數目為何，在單一聯絡程序內處理每一個 ID 時，每一個 ID 都在聯絡歷程表中具有一列。例如，如果您定義對應於「低」、「中」及「高」值客群的單元，並且在任何給定的時間，客戶只能屬於其中一個客群，則就是這種情況。即使在相同的聯絡程序中向「高價值」客群提供了 3 個行銷方案，也只能將一列寫入基本聯絡歷程，因為基本聯絡歷程會記錄單元成員資格。

非互斥單元成員資格

如果個人可以屬於多個目標單元（例如，如果每一個目標單元都根據不同的資格規則來接收行銷方案，並且客戶可能一個都不適合、適合一個或多個行銷方案），則每一個人在聯絡歷程表中所具有的列數都與該個人所屬之單元的數目相對應。

例如，如果定義兩個單元：「在最近 3 個月內進行購買的客戶」和「在最近一個季度至少花費了 \$500 的客戶」，則某個人可能屬於這兩個單元中的一個或全部。如果個人屬於這兩個單元，則在執行聯絡程序時，會將兩個項目寫入該個人的基本聯絡歷程。

即使因某個人屬於多個目標單元而將多列寫入該個人的聯絡歷程表，也會將同一聯絡程序內提供的所有行銷方案都視為單一「套件」或岔斷。聯絡歷程表中唯一的「套件 ID」將由個人特定聯絡程序之特定執行實例所寫入的列分組到一起。僅當個人或家庭屬於獨立聯絡程序中的多個單元時，才會出現個人或家庭的多個「岔斷」。

將額外追蹤的欄位寫入聯絡歷程

您可以建立額外追蹤的欄位，並在基本聯絡歷程表中對其移入資料。例如，您可能希望將來自對待項表格的對待項代碼或者行銷方案屬性作為額外追蹤的欄位寫入至聯絡歷程。

但是，由於會在基本聯絡歷程中擷取成員資格，且每一個目標單元或控制單元會針對每個目標客戶 ID 寫入一行，因此，請注意，如果您將行銷方案或對待項資料移入基本聯絡歷程中額外追蹤的欄位中，則只會寫出每個目標或控制單元的第一個對待項。

範例

單元	關聯的控制單元	提供給單元的行銷方案
TargetCell1	ControlCell1	OfferA , OfferB
TargetCell2	ControlCell1	OfferC
ControlCell1	-	-

當包含聯絡程序（將列出的行銷方案指派給 TargetCell1 和 TargetCell2）的流程圖在正式作業（已啟用寫入至聯絡歷程）中執行時，會為每一個單元、提供的行銷方案及執行日期/時間的組合建立一個對待項。換言之，在此範例中會建立六個對待項：

對待項	對待項代碼
TargetCell1 接收 OfferA	Tr001
TargetCell1 接收 OfferB	Tr002
ControlCell1 接收 OfferA	Tr003
ControlCell1 接收 OfferB	Tr004
TargetCell2 接收 OfferC	Tr005
ControlCell1 接收 OfferC	Tr006

如果您已將對待項代碼作為額外追蹤欄位新增在基本聯絡歷程中，則只會寫出每個單元的第一個目標或控制對待項。因此，在此範例中，對於每個單元的第一個對待項，只會將三列寫入基本聯絡歷程中：

單元	對待項代碼
TargetCell1	Tr001
ControlCell1	Tr003
TargetCell2	Tr005

出於此原因，在基本聯絡歷程表中擷取行銷方案層次的屬性可能不是較好的做法，因為它僅在下列情況下才提供完整聯絡資訊：

- 僅將一個行銷方案指派給任何目標單元；且
- 每一個控制單元僅指派給一個目標單元。

在任何其他情況下，只有與第一個對待項（或控制對待項）相關聯的資料才是輸出。替代方法是使用資料庫視圖來透過結合 UA_ContactHistory 和 UA_Treatment 系統表格來壓縮及提供對行銷方案層次資訊的存取。您還可以將此資訊輸出至替代聯絡歷程。

註：如果您將行銷方案屬性資訊作為額外追蹤欄位輸出，則可以顯示完整的對待項資訊，這是因為詳細的聯絡歷程和替代聯絡歷程會為每一個對待項寫入一列（而不是為每一個單元寫入一列）。

詳細聯絡歷程 (UA_DtlContactHist)

僅當在您使用的實務中，相同單元內的個人接收不同版本的行銷方案時，才寫入詳細聯絡歷程表。

例如，同一單元的成員可能接收同一抵押行銷方案，但可以個人化該行銷方案，以便「個人 A」接收 5% 利率的行銷方案，而「個人 B」接收 4% 利率的行銷方案。詳細聯絡歷程包含一個用於個人接收之每一個行銷方案版本的列和一個用於每一個控制單元（基於他們已經接收的行銷方案版本）的列。

行銷方案歷程

行銷方案歷程由多個系統表組成，這些系統表群體性儲存正式作業中已使用之行銷方案版本的相關資訊。

僅當參數化行銷方案屬性值的組合唯一時，才會將新列新增至行銷方案歷程表。否則，將參照現有列。

透過執行正式作業執行更新聯絡歷程

執行正式作業執行時，您可以更新現行執行 ID 的聯絡歷程。使用執行歷程選項視窗來選擇將新聯絡歷程寫入聯絡歷程表的方式。

程序

1. 在處於編輯模式下的流程圖頁面上，按一下要執行的程序。
2. 開啟執行功能表 ，然後選取儲存並執行選定的分支。
3. 如果聯絡歷程記錄存在，則系統會提示您選擇執行歷程選項。

僅當執行先前已為現行執行 ID 產生聯絡歷程的分支或程序時，執行歷程選項對話框才會出現。您可以將資訊附加到聯絡歷程，也可以取代執行 ID 的現有聯絡歷程。

選項	說明
建立新的執行實例	使用新的執行 ID 重新執行流程圖的特定分支或程序。將與新執行 ID 關聯的結果附加到聯絡歷程表。現有聯絡歷程保持不變。
取代前一次執行的聯絡歷程	重複使用前一個執行 ID，並取代先前為該執行 ID 產生的聯絡歷程（僅針對正在執行的程序或分支）。先前為流程圖的其他分支或程序產生的聯絡歷程記錄保持不變。
取消	取消分支或程序執行，不對現有聯絡歷程執行任何動作。流程圖保持以「編輯」模式開啟。

「執行歷程選項」實務

在本範例中，您擁有一個流程圖，其中包含兩個分支和兩個「聯絡」程序（A 和 B，這兩者都配置成記載到聯絡歷程）。

您執行整個流程圖（使用執行流程圖指令從頂層執行）一次。這樣將建立新的「執行 ID」（例如，「執行 ID = 1」）並為此「執行 ID」產生聯絡歷程。

第一次成功執行整個流程圖之後，請編輯「聯絡」程序 A 以將後續行銷方案給予那些收到第一個行銷方案的人員。因此，您希望重新執行「聯絡」程序 A。目前的「執行 ID」為 "1"，並且對於「聯絡」程序 A 和「執行 ID = 1」，存在聯絡歷程。您希望保留原始聯絡歷程。

您選取「聯絡」程序 A 並按一下執行政程序時，將開啟「執行歷程選項」視窗。如果您選擇將「執行 ID」保持不變（執行 ID = 1），則將取代現有聯絡歷程，這不是您期望的操作。相反，請選擇建立新的執行實例。此選項將「執行 ID」增大到 2，保留與「執行 ID = 1」關聯的聯絡歷程，並將新聯絡歷程附加到「執行 ID = 2」。透過這種方式，您將不會丟失與第一個行銷方案相關聯的聯絡歷程。

如果您現在編輯並執行「聯絡」程序 B，則「執行歷程選項」視窗將不會開啟，這是因為您正在使用新的「執行 ID」（執行 ID = 2），該「執行 ID」未與任何聯絡歷程相關聯。只執行「聯絡」程序 B 時，將為「執行 ID = 2」產生更多聯絡歷程記錄。

指定用於聯絡記載的資料庫表格

當您配置聯絡程序時，可以將聯絡資訊記載至資料庫。

程序

1. 在程序配置對話框中，從可匯出至或記載到清單中選取新建對映表格或資料庫表格。此選項通常顯示在清單底部，位於對映表清單後面。

即會開啟「指定資料庫表格」對話框。

2. 指定表格名稱。

註：可以在表格名稱中使用使用者變數。例如，如果指定 MyTable<UserVar.a> 作為表格名稱，並且執行該程序時 UserVar.a 的值為 "ABC"，則會將輸出寫入名為 MyTableABC 的表格。在執行流程圖之前，必須先設定使用者變數的起始值和現行值。

3. 從清單中選取資料庫名稱。
4. 按一下確定。

「指定資料庫表格」視窗將關閉。程序配置對話框中的匯出/記載到欄位將顯示您輸入的資料庫表格的名稱。

5. 如果具有指定名稱的表格已存在，請選擇關於寫入輸出資料的選項：
 - 附加到現有資料：如果選擇此選項，則現有表格必須具有與輸出資料相容的綱目。換言之，欄位名稱和欄位類型必須符合，且欄位大小必須容許寫入輸出資料。
 - 取代所有記錄：如果選擇此選項，則會將表格中現有的列取代為新的輸出列。

指定用於聯絡記載的輸出檔

您可以選擇性地將聯絡歷程輸出至具有資料字典或定界檔案的純文字檔。

程序

1. 以編輯模式開啟流程圖。
2. 在聯絡程序的程序配置對話框中，從可匯出至或記載到清單中選取檔案。檔案選項通常顯示在清單底部，位於對映表的清單後面。

即會開啟「指定輸出檔」對話框。

3. 選取輸出檔類型：
 - 含資料字典的純文字檔：建立固定寬度的檔案以及新的資料字典檔。
 - 基於現有資料字典的純文字檔：建立固定寬度的檔案，並選取現有資料字典檔。
 - 定界檔案：建立一個檔案，該檔案中的欄位值以定位點、逗點或其他字元定界。如果選取其他，請輸入要用作定界符的字元。如果要使檔案的第一列包含每一個資料直欄的直欄標頭，請勾選在最頂列中包括標籤。
4. 在檔名欄位中輸入完整路徑和檔名，或者使用瀏覽來選取現有檔案。

註：可以在輸出檔名中包括使用者變數（選項 > 使用者變數）。例如，如果指定 MyFile<UserVar.a>.txt 作為檔名，並且程序執行時 UserVar.a 的值為 "ABC"，則會將輸出寫入 MyFileABC.txt。在執行流程圖之前，必須先設定使用者變數的起始值和現行值。

5. Campaign 將使用與您輸入的檔案同名且位置相同的 .dct 檔案來填寫資料字典欄位。如果您希望使用另一個資料字典，或者重新命名資料字典，請在資料字典欄位中輸入資料字典檔的完整路徑和名稱。
6. 按一下確定。

停用寫入至聯絡歷程

如果不想讓正式作業執行更新聯絡歷程表，則您可以配置「電訪名單產出」或「郵件名單產出」程序以阻止記載。不過，最佳做法是不停用聯絡歷程記載。

關於這項作業

測試執行不移入聯絡歷程表，所以如果您要執行聯絡程序而不寫入聯絡歷程，則您可以執行測試執行。

當流程圖聯絡程序在正式作業模式下執行並啟用聯絡記載選項時，將更新聯絡歷程。如果要阻止聯絡程序寫入聯絡歷程，則您可以配置該程序以在正式作業執行期間停用記載。

重要：最佳做法是不停用聯絡歷程記載。在正式作業模式下執行某個行銷活動而不記載至聯絡歷程時，如果任何基礎資料變更，則您在稍後的日期將無法精確地重新產生聯絡歷程。

程序

1. 按兩下您要為其停用聯絡歷程記載的聯絡程序（「電訪名單產出」或「郵件名單產出」）。
2. 按一下記載標籤。
3. 在用於配置聯絡交易記載的視窗中，清除記載至聯絡歷程表和記載至其他目的地勾選框。

註：如果要變更記載至聯絡歷程表選項，則必須將 **OverrideLogToHistory** 配置設定設為 `true`，並且您必須具有適當的許可權。

4. （選用）按一下其他選項，以存取聯絡歷程記載選項並選取只建立對待項。這個選項會在「對待項」表格中產生新對待項，但不會更新聯絡歷程。
5. 按一下**確定**。

結果

執行聯絡程序時，不會將任何項目寫入聯絡歷程表或替代的記載目的地。

註：這不影響 eMessage 和 Interact 將資料載入 Campaign 歷程表的方式。那些產品使用自己的 ETL 程序來擷取和轉換資料，並將資料載入 Campaign 聯絡及回應歷程表。

清除聯絡歷程及回應歷程

永久地清除聯絡及回應歷程會從系統表中刪除歷程記錄。此資料將無法回復。

開始之前

下列程序會永久地刪除聯絡及回應歷程。如果稍後可能需要進行回復，請先備份系統表格資料庫，然後再清除任何歷程。

註：刪除行銷活動時，也會永久地刪除歷程。在此情況下，系統會提示您繼續。如果繼續，則將刪除整個行銷活動及其所有內容（包括所有聯絡及回應歷程）。

關於這項作業

在下列情況下，您可能要刪除聯絡或回應歷程記錄：

- 如果已錯誤地執行了正式作業執行。
- 如果您決定在正式作業執行之後取消某個行銷活動。

您可以選擇刪除所有相關聯的聯絡及回應歷程記錄，也可以選擇只刪除回應歷程記錄。通常，最好不刪除已記錄其回應的聯絡歷程。不過，您可以選擇這樣做。

一律保留 Campaign 系統表之間的參照完整性。所有聯絡歷程表都會同步寫入，並且聯絡歷程的任何清除作業都會在所有聯絡歷程表之間同步執行。例如，如果基本聯絡歷程表或詳細聯絡歷程表中有項目正在參照對待項表格項目，則無法刪除這些對待項表格項目。

如果要永久地刪除某個聯絡程序的聯絡及/或回應歷程，請遵循下面的步驟。

程序

1. 在流程圖中，於編輯模式下按兩下您要永久刪除其歷程的聯絡程序。
2. 在程序配置對話框中，按一下日誌標籤。您將看到用於配置聯絡交易記載的視窗。
3. 按一下**清除歷程**。

如果不存在任何聯絡歷程項目，則一則訊息會指示沒有要清除的項目。

4. 如果聯絡歷程存在，請指定要刪除的項目：
 - 所有項目

- 選定日期範圍內的所有項目
 - 依執行日期和時間識別的特定流程圖執行
5. 按一下**確定**。

如果不存在適用於選定項目的回應歷程記錄，則您將看到一則確認訊息。

6. 如果存在適用於任何選定項目的回應歷程記錄，請使用「清除歷程選項」對話框來選取一個選項：
- **清除所有相關聯的聯絡及回應歷程記錄**：同時清除您指定之項目的聯絡歷程及回應歷程。
 - **只清除相關聯的回應歷程記錄**：僅清除您指定之項目的回應歷程。聯絡歷程記錄將予以保留。
 - **取消**：不清除任何聯絡歷程或回應歷程記錄。

第 8 章 行銷活動回應追蹤

在流程圖中使用「回應設定」程序來追蹤某個行銷活動之後發生的動作。執行「回應設定」程序時，資料會記錄在回應歷程表中並可供 Campaign 效能報告使用。

回應追蹤會協助您評估行銷活動的有效性。您可以判定個人所採取的動作是否是對所提供之行銷方案的回應。您可以評估已向其傳送行銷方案的回應者及非回應者。您還可以評估控制（未向其傳送行銷方案的個人），以查看他們在未與之聯絡的情況下是否仍執行了所需的動作。

Campaign 儲存回應歷程，並在 Campaign 效能報告中使用該回應歷程，讓您可以輕鬆地判定：

- **回應者：**其行為符合所追蹤之回應類型的目標客戶實體（例如，個別客戶或家庭）清單。
- **他們回應的內容及時間：**Campaign 會記錄所執行的動作以及這些動作的日期和時間。範例包括：在某個網站上點按瀏覽，或者購買特定的商品。此資訊視所設定的「回應類型」及/或回應處理期間所擷取的其他資料而定。
- **他們對其做出回應的行銷方案對待項：**會符合任何 Campaign 產生的代碼（行銷活動、行銷方案、單元或對待項代碼）和任何由應答者傳回且具有非空值的行銷方案屬性，以進行回應追蹤。
- **如何將回應進行分類：**準則包括符合 Campaign 產生的代碼或行銷方案屬性的非空值，回應者是在原始目標群組中還是在控制群組中以及是否是在到期日之前接收到回應。
- **其他資訊：**回應歷程表也會記錄下列資訊：
 - 回應是直接的（傳回了一個以上 Campaign 產生的代碼）還是推斷而來的（未傳回任何回應碼）。
 - 應答者是在目標單元中，還是在控制單元中
 - 該回應是唯一的，還是重複的
 - 最佳、部分和多種屬性評分
 - 歸屬於該回應的回應類型（動作）
 - 接收到回應的時間是在特定行銷方案版本的到期日之前還是之後。（此資訊視下列內容而定：設定 > 配置 > Campaign > 分割區 > 分割區[n] > 伺服器 > flowchartConfig > AllowResponseNDaysAfterExpiration。預設值為 90 天。）

相關工作：

第 97 頁的『更新回應歷程』

如何追蹤對行銷活動的回應

若要執行回應追蹤，請建立包括「回應設定」程序的流程圖。「回應設定」程序會使用來自「名單選取」或「擷取」程序的輸入，並且通常將動作表用作來源資料。

使用動作表作為回應設定程序的輸入

動作表是一個選用的資料庫表格或檔案，其中包含向客戶呈現行銷方案之後收集的回應資料。通常一個目標客戶類型對應一個動作表。

動作表通常充當「回應設定」程序輸入單元的來源資料。動作表對於回應處理不是必要的，但被視為最佳做法。

動作表包括諸如客戶 ID、回應碼和相關屬性之類的資料。視貴組織追蹤回應的方式而定，回應可能與交易式資料（例如，購買或合約及訂閱）直接相關。

將動作表用作「回應設定」程序的輸入時，會對該表中的動作或事件進行評估以瞭解是否應該將這些動作或事件歸為對聯絡或控制對待項的回應。Campaign 會從動作表中進行讀取，如果在相關屬性及/或回應碼之間找到相符項，則 Campaign 會將相符項移入回應歷程表格以進行回應追蹤。

Campaign 系統表格包括「客戶」目標客戶類型的範例動作表，名稱為 UA_ActionCustomer。管理者可以依需要自訂該表格。

重要：管理者必須確保用於回應追蹤的任何動作表在回應處理期間都已鎖定。管理者還必須在每一個「回應設定」程序執行之後清除列，以確保不多次記入回應信用積分。例如，可以將 Campaign 配置為在「回應設定」程序之後執行 SQL，以清除動作表。

如需動作表的相關重要資訊，請參閱《Campaign 管理手冊》。

回應設定程序如何運作

可以在流程圖中配置「回應設定」程序以評估及輸出您視為對行銷方案之回應的 ID。透過比對回應碼或來自動作表之其他標準或自訂行銷方案屬性的一些組合，來進行評估。

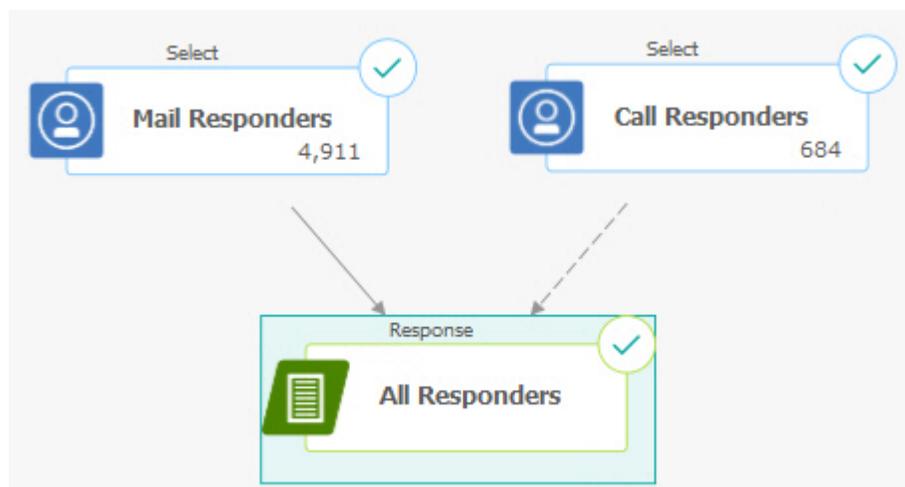
回應處理邏輯使用相關回應碼和相關回應屬性來確定直接回應和推斷的回應：

- 相關回應碼：將「回應設定」程序中所對映的任何 Campaign 產生的代碼（行銷活動、行銷方案、單元或對待項代碼）都視為「相關回應碼」。
- 相關回應屬性：將「回應設定」程序中所對映的任何其他行銷方案屬性（無論是標準還是自訂）都視為「相關回應屬性」。例如，您可以將「相關產品」欄位用作行銷方案屬性來追蹤推斷的回應。

執行「回應設定」程序時，會將那些回應寫入回應歷程系統表格（UA_ResponseHistory，或它的每個目標客戶類型的對等項）。您追蹤的每個目標客戶類型都有一個回應歷程系統表格。

回應歷程資料隨後可供 Campaign 績效報告使用及進行分析。

下列範例會顯示一個簡式流程圖，它會追蹤對直接郵寄及電話行銷方案的回應。



相關工作:

第 97 頁的『更新回應歷程』

相關參考:

第 216 頁的『IBM Campaign 的效能報告』

使用多個回應追蹤流程圖

由於各種原因，許多組織都選擇使用多個回應追蹤流程圖。

可以對公司中的所有行銷活動使用單一回應追蹤流程圖。如果使用單一動作表，則系統管理者一般設定階段作業流程圖來將資料寫入動作表以進行處理。

但是，為了方便，Campaign 實作可能使用一個以上動作表，每個動作表與一個個別的回應追蹤流程圖相關。

下列小節說明您可能使用多個回應追蹤流程圖的原因。

您追蹤不同目標客戶類型的回應

(必要) 您需要對您接收及追蹤其回應的每個目標客戶類型使用一個回應追蹤流程圖。「回應設定」程序對送入單元的目標客戶類型進行操作，且自動寫入該目標客戶類型的對應回應歷程表格。若要追蹤兩個不同目標客戶類型（例如，客戶和家庭）的回應，您需要兩個不同的「回應設定」程序，這兩個程序很可能位於兩個個別回應追蹤流程圖中。

您具有即時需求與批次處理需求

(必要) 您的大部分回應追蹤階段作業將為批次流程圖，定期處理移入到動作表中的事件（例如，夜間處理客戶採購）。回應追蹤執行的頻率將取決於用來移入動作表的交易資料的可用性。

例如，如果您處理來自不同通路（例如 Web 與直接郵寄）的回應，則您可能需要個別的回應處理階段作業，因為對於每個通路，送入交易資料的可用性頻率將不同。

您希望避免複製大量資料

(選用) 如果您具有必須評估的大量交易量 (例如, 每天數百萬的銷售交易), 則您可能要建置回應追蹤流程圖以直接針對來源資料 (而不是 ETL (擷取、轉換、載入)) 將其對映到動作表。

例如, 您可以建置一個回應追蹤流程圖, 「擷取」程序在其中從電子商務系統的採購交易歷程表 (基於特定日期範圍) 直接拉出交易, 且「回應設定」程序直接從此「擷取」程序對映至此表格中的直欄。

您希望將不同狀況的特定資料寫在程式中

(選用) 您可能希望將不同狀況 (例如, 不同通路) 的特定資料 (例如回應類型) 寫在程式中。例如, 如果您對追蹤特定於某個通路 (例如「呼叫中心») 的某個特定回應類型 (例如「查詢») 特別感興趣, 則您可以建立衍生欄位來過濾這些回應, 然後將其用於回應處理流程圖中以從呼叫中心資料庫拉出所有查詢。使用衍生欄位來建立回應追蹤所需的資料以及直接從來源拉出資料, 可能比將資料寫入單一動作表更方便。

您需要自訂回應處理邏輯

(選用)。如果您需要編寫自己的規則來歸分回應, 則可以建立個別的回應追蹤流程圖來實作自訂回應追蹤邏輯。例如, 如果您需要確定「買 3 送 1」行銷方案的回應者, 則您需要查看多個交易以確定某個個體是否符合作為回應者的資格。在找到合格的個體之後, 您可以將其輸入至「回應設定」程序以使用對待項代碼和適當的回應類型來記錄回應。

您希望促銷的每一個產品或產品群組都有一個回應流程圖

(選用) 您希望對透過行銷方案進行促銷的每一個產品或產品群組建立一個個別的回應流程圖。如此一來, 您可以輕鬆地分析每個產品的回應。

您希望每個行銷活動都有一個回應流程圖

(選用) 在此實務中, 您具有一個以上用於產生輸出的流程圖, 但每個行銷活動只有一個用於追蹤回應者的流程圖。如果資料在每個行銷活動上都可用, 則這是設定回應處理的便捷方式。

使用多組件行銷方案代碼進行回應追蹤

您可以使用由多組件行銷方案代碼 (亦即, 包含了兩個以上代碼的行銷方案代碼) 組成的衍生欄位來追蹤回應。行銷方案代碼的所有組件都必須使用分割區範圍的 `offerCodeDelimiter` 配置內容進行連結。下列範例會建立名為 `MultipleOfferCode` 的衍生欄位, 該衍生欄位由兩個使用預設定界字元 "-" 進行連結的組件組成:

```
MultipleOfferCode = string_concat(OfferCode1, string_concat("-", OfferCode2))
```

配置「回應設定」程序以使用該衍生欄位作為「候選人動作欄位」時, 您必須將該衍生欄位與多組件代碼中每一個行銷方案代碼的行銷方案/對待項屬性相符。

回應追蹤的日期範圍

除記錄在有效的行銷方案時段（亦即，在生效日之後且不晚於到期日）內是否做出回應之外，回應追蹤還記錄該回應是否在所有行銷方案的有效日期範圍之外。Campaign 根據行銷方案到期日之後的可配置時段來追蹤所有行銷方案的延遲回應，以提供關於在行銷方案正式結束日期之後兌換它們的頻率的資料。

Campaign 中回應追蹤的日期範圍是在廣域範圍內進行設定，並且套用至所有行銷活動方案。系統管理者會設定行銷方案到期日期經過之後，將追蹤回應的天數。

此日期設定會自動限制可與事件相符的可能對待項實例。日期範圍越小，效能改進越大，因為從對待項表格中針對可能相符項傳回的實例越少。

如需如何設定日期範圍的詳細資料，請參閱《Campaign 管理手冊》中的「設定行銷活動結束之後的天數以記錄回應」。

用於控制的回應追蹤

透過使用「回應設定」程序，將控制群組回應與行銷方案回應一起進行同步追蹤。

處理控制單元回應的方式與推斷的回應相同，只是最先捨棄任何回應碼。針對來自控制單元成員的任何回應，系統不處理任何回應追蹤代碼，並針對控制對待項實例檢查任何相關屬性（例如，相關產品）是否相符。Campaign 使用針對所有控制對待項產生的內部對待項代碼，該對待項代碼在廣域範圍內是唯一的；不過，不會提供控制對待項代碼，因為控制對待項一律是無聯絡、暫置控制單元。

相同的事件可能會同時記入目標對待項實例和控制對待項實例。例如，當特定客戶成為女士部中任何購買之 10% 的行銷方案目標，並且該客戶也是暫置控制群組（用來監視商店中的任何購買）的成員時，如果該客戶使用優待券進行購買，則該事件將同時與目標對待項實例（使用優待券的對待項代碼）和控制對待項實例相關聯。也會在有效日期範圍內或到期日之後標示控制對待項實例，這與目標對待項實例的方式相同 - 這為目標單元中的延遲活動提供了有效的控制比較。

最佳歸屬或部分歸屬不用於控制單元回應 - 一律使用多重歸屬。換句話說，如果應答者在行銷方案的控制單元內並且她的動作具有多重控制對待項之推斷回應的資格，則會針對回應記入所有這些相符的控制對待項。

個人化行銷方案的回應追蹤

針對那些要正確歸屬之個人化行銷方案的回應，如果您已使用資料驅動、個人化或者衍生或參數化行銷方案欄位來產生不同的行銷方案版本，則您的動作表必須包含用來代表參數化行銷方案屬性欄位的欄位。當這些欄位在「回應設定」程序中作為相關屬性予以對映和移入時，可以使用它們將回應符合行銷方案版本或對待項實例。針對該對待項的歸屬，具有這些「相關屬性」值的回應必須與行銷方案版本歷程中針對該個人記錄的值完全相符。

例如，如果您具有已使用出發機場和目的地機場進行個人化的航班行銷方案，則您的動作表應該包含「出發機場」和「目的地機場」的欄位。每一個航班購買交易都將包含這些值，並且回應追蹤能夠將個人購買的特定航班符合向其推銷的行銷方案版本。這些欄位還將用於追蹤控制群組成員的推斷回應，以查看他們是否購買了已向其推銷的任何航班。

回應類型

回應類型是您追蹤的特定動作，例如點按瀏覽、查詢、購買、啟動和使用等。每一種回應類型都由唯一的回應碼代表。回應類型和回應碼在廣域範圍內於「Campaign 回應類型」系統表中進行定義，並且可用於所有行銷方案，儘管並非所有回應類型都與所有行銷方案相關。例如，您將不預期看到直接郵寄行銷方案的點按瀏覽回應類型。

將事件寫入動作表時，每一個事件列都只能具有一種回應類型。如果某個動作的回應類型欄位是空的（空值），則會將其作為預設回應類型（「不明」）進行追蹤。

如果單一事件需要與多種回應類型相關聯，則必須將多個列寫入動作表，每一種回應類型一列。例如，如果金融機構正在使用回應類型 "Purch100"、"Purch500" 和 "Purch1000" 來追蹤新信用卡在啟動之後第一個月期間的購買使用層次，則購買金額 \$500 可能需要使用回應類型 "Purch100" 和 "Purch500" 來產生事件，因為該購買符合這兩個條件。

如果需要偵測獨立交易（一起組成一個回應事件）的複雜順序，則您將需要獨立的監視階段作業，該監視階段作業會尋找符合條件的交易，並在找到這些交易後，向動作表提交一個事件。例如，如果零售商的促銷獎勵在 12 月份期間購買任何 3 張 DVD 的客戶，則您可以建置一個流程圖以計算每一個客戶購買的 DVD 數目，選取已購買 3 張以上的客戶，並使用特殊回應類型（例如 "Purch3DVDs"）將這些客戶寫入動作表。

如需回應類型的更多相關詳細資料，請參閱《Campaign 管理手冊》。

回應種類

Campaign 中的回應分為兩個種類：

- 直接回應 - 傳回隨行銷方案傳送出一個以上 Campaign 產生的追蹤代碼，傳回的任何相關屬性都必須相符。
- 推斷的回應 - 未傳回任何追蹤代碼，但傳回並符合了至少一個用於回應追蹤的行銷方案屬性。來自暫置控制群組的回應一律是推斷的回應。

直接回應

如果符合下列條件，則會將回應視為直接回應：

- 回應者至少傳回一個 Campaign 產生的代碼（行銷活動、單元、行銷方案或對待項代碼），此代碼完全符合 Campaign 產生的一個以上可能目標對待項實例。

以及

- 傳回的任何「相關屬性」（即，在「回應設定」程序中對映來進行追蹤的任何標準或自訂行銷方案屬性）必須具有一個與對待項中的屬性值完全相符的值。

例如，如果對待項代碼是相關回應碼且「回應通路」是相關屬性，則對待項代碼值為 "XXX123" 且「回應通路」值為「零售商店」的送入回應將不會視為值分別為 "XXX123" 和 "Web" 的對待項的直接相符項。

相關屬性為空值的回應無法與具有該行銷方案屬性的對待項相符。例如，遺漏「利率」值的回應無法與從包含利率作為行銷方案屬性之行銷方案範本建立的任何行銷方案相符。

但是，相關屬性值不存在於對待項中的回應不會阻止符合行為。例如，如果從不帶「利率」行銷方案屬性的行銷方案範本建立了「免費送貨」行銷方案，並且「利率」是相關屬性，則當 Campaign 針對與「免費送貨」行銷方案相關聯的對待項來考量可能的相符項時，送入回應的「利率」屬性值不重要。

回應追蹤會考量是否已在有效的行銷方案時段（即，在生效日期之後且不晚於到期日）內進行回應，或者回應是否超出了有效的日期範圍。Campaign 會在行銷方案到期日之後的可配置時段內追蹤延遲回應。

回應追蹤還會確定直接回應是否來自原始聯絡群組（即，目標單元）內的回應者。

註：如果直接回應不是來自原始目標群組，則會將該回應視為「病毒」回應或者「無關」，這表示雖然回應者沒有在一開始收到行銷方案，但是他們以某種方式取得了有效的回應碼。

尤其在您嘗試培養高價值客戶時，瞭解多少回應來自目標群組會很有價值。可以在績效報告中細分這些價值，以瞭解有多少直接回應來自原始目標群組，有多少回應是病毒回應。

直接回應可以是完全或不完全相符項。

相關工作：

第 97 頁的『更新回應歷程』

相關參考：

第 216 頁的『IBM Campaign 的效能報告』

直接完全相符項

如果 Campaign 可以唯一識別要記入的單一目標對待項實例，則會將回應視為直接完全相符項。

註：最佳實務是使用 Campaign 產生的對待項代碼進行追蹤，因為如果傳回對待項代碼，則 Campaign 可以一律唯一識別要記入的對待項實例。

例如，如果已將從聯絡流程圖產生的對待項代碼用作行銷方案中的優待券代碼，並且該行銷方案的其中一個目標單元中的應答者傳回了對待項代碼，則回應是該行銷方案的直接完全相符項。

如果接收到利率的多個追蹤代碼或屬性，則所有代碼及屬性值都必須完全相符，才能對對待項實例計數。換句話說，如果某個應答者提供了行銷方案代碼、對待項代碼及具有非空值的行銷方案屬性，則所有項都必須與對待項中的代碼和行銷方案屬性值完全相符。

直接非完全相符項

如果 Campaign 無法唯一識別要記入的對待項實例，並且傳回的追蹤代碼與多個可能的目標對待項實例相符，則會將回應視為直接非完全相符項。

為了縮小將接收此回應之信用的目標對待項實例範圍，如果任何目標對待項實例均已與回應者聯絡，則 Campaign 會捨棄未與回應者聯絡的任何對待項實例。如果沒有目標對待項實例與回應者聯絡，則將保留所有對待項實例，並且所有對待項實例都將接收病毒回應的信用。

例如，如果高價值客群中的某個客戶接收到來自行銷活動（已將其提供給高價值和低價值客戶並傳回了行銷方案代碼）的行銷方案，則這將最初符合兩個目標對待項實例（一個用於高價值單元，一個用於低價值單元）。套用此回應追蹤規則，因為高價值單元的對待項實例實際上已將此回應者設為目標，而低價值單元的對待項實例未將其設為目標，所以將捨棄後者。針對此回應，只記入與高價值客戶群組相關聯的對待項實例。

此外，如果回應日期位於任何剩餘對待項實例的有效日期範圍內，則將捨棄不在其生效日與到期日內的任何對待項實例。

例如，如果在同一行銷活動的一月及二月實例中聯絡了某個客戶，並且傳回了行銷方案代碼，則它將與兩個目標對待項實例（一個來自一月，一個來自二月）相符。如果每一個行銷方案版本在其發出當月的月底過期，則二月中的一個回應將導致捨棄一月對待項實例，因為它已過期。針對此回應，只記入二月對待項實例。

套用回應追蹤規則並捨棄所有無效目標對待項實例之後，Campaign 使用不同的歸屬方法來計算要提供給任何剩餘對待項實例的信用。

推斷的回應

符合下列條件時，會將回應視為推斷的回應：

- 未傳回任何 Campaign 產生的追蹤代碼（行銷活動、單元、行銷方案或對待項代碼）
- 回應者屬於目標單元或控制單元
- 傳回了至少一個用於回應追蹤的行銷方案屬性
- 傳回的所有行銷方案屬性均相符。

相關屬性為空值的回應無法與具有該行銷方案屬性的對待項相符。例如，遺漏「利率」值的回應無法與從包含利率作為行銷方案屬性之行銷方案範本建立的任何行銷方案相符。

不過，具有不在對待項中之相關屬性值的回應不會排除相符項。例如，如果從不帶「利率」行銷方案屬性的行銷方案範本建立了「免費送貨」行銷方案，並且「利率」是相關屬性，則當 Campaign 針對與「免費送貨」行銷方案相關聯的對待項來考量可能的相符項時，送入回應的「利率」屬性值不重要。

此外，必須已經聯絡了應答者（亦即，他們必須在目標單元中，或者在已聯絡的群組中），才能將他們的回應視為推斷的回應。

例如，如果向某個客戶傳送了價值 \$1 的洗衣粉優待券，並且該客戶購買了洗衣粉（即使他們未兌換優待券），則 Campaign 會推斷對該目標對待項實例的正向回應。

來自控制群組的推斷回應

來自控制群組（一律是 Campaign 中的暫置控制單元）成員的所有回應都是推斷的回應。相符的推斷回應是用來記入來自暫置控制群組成員之回應的唯一機制。

因為控制群組的成員未接收任何通訊，所以他們無法具有任何追蹤代碼以傳回。

回應追蹤會監視控制群組的成員，以查看他們無需接收到任何行銷方案就能採取所需動作。例如，行銷活動可能以某個客戶群組為目標，這些客戶沒有支票帳戶，但具有支票帳戶行銷方案。系統會追蹤該控制群組的成員，以查看他們是否在與支票帳戶行銷方案相同的時段內開啟支票帳戶。

系統會評估所有送入的事件，以查看它們是否是控制對待項實例的可能推斷回應。所有回應碼都予以捨棄，並針對控制對待項實例評估剩餘相關屬性，以獲取可能的回應信用。

歸屬方法

Campaign 支援 3 種方法，可以透過這些方法將回應記入行銷方案：

- 最佳符合
- 部分符合
- 多重符合

所有這三種回應歸屬方法都會作為回應歷程的一部分予以同步使用和記錄。在各種效能報告中，您可以選擇使用某種方法、某個組合或所有這三種方法，以評估行銷活動及行銷方案效能。

針對捨棄無效回應之後仍保留的目標對待項實例來執行回應歸屬（原因是對待項實例未與回應者聯絡，或者目標實例已過期）。

例如，目標單元中已向其提供 3 個行銷方案的應答者傳回了單元代碼；無法確認確切的對待項實例。最佳符合歸屬將選擇 3 個行銷方案中的一個來接收完全信用；部分符合歸屬將向 3 個行銷方案中的每一個都提供 1/3 信用，並且多重符合歸屬將向所有這 3 個行銷方案都提供完全信用，以進行回應。

相關工作:

第 97 頁的『更新回應歷程』

相關參考:

第 216 頁的『IBM Campaign 的效能報告』

最佳符合

透過最佳符合歸屬，只有單個目標對待項實例接收回應的完全信用；任何其他相符對待項實例接收 0 信用。當多個對待項實例符合回應時，Campaign 選擇具有最新聯絡日期的對待項實例作為最佳符合項目。如果有多個對待項實例具有相同的聯絡日期及時間，則 Campaign 會信任其中任意一個。

註：在多個對待項實例具有相同聯絡日期及時間的情況下，每次都將記入相同的實例，但您不應預期 Campaign 選取特定的對待項實例。

部分符合

透過部分符合歸屬，所有 n 個相符對待項實例會取得回應的 $1/n$ 信用，以便所有已歸屬評分的總計為 1。

多重符合

透過多重符合歸屬，所有 n 個相符對待項實例都會接收回應的完全信用。這可以導致對待項的過度信用，應該謹慎使用。控制群組一律使用多重歸屬進行追蹤：來自控制群組成員的每個回應都會接收完全信用。

第 9 章 儲存物件

如果有您經常使用的行銷活動元件，則您可以將它們另存為儲存物件。在流程圖與行銷活動之間重複使用儲存物件可節省時間並確保一致性。

IBM Campaign 中儲存物件的類型有：

- 『衍生欄位』
- 第 180 頁的 『使用者變數』
- 第 182 頁的 『自訂巨集』
- 第 186 頁的 『範本』
- 第 187 頁的 『儲存的表格型錄』

註：如需相關資訊，請閱讀階段作業與策略客群的相關資訊，這些階段作業和策略客群可在行銷活動之間重複使用。

衍生欄位

衍生欄位是不存在於資料來源中的變數，並可根據一個以上現有欄位，甚至跨不同的資料來源而建立。

在許多程序中，配置視窗中有一個衍生欄位按鈕，您可以使用該按鈕來建立用於查詢、分群、排序、計算或向表格提供輸出的新變數。

您可以透過在建立衍生欄位時啟用保留持續性選項，讓所建立的衍生欄位明確地可供後續程序使用。

可供程序使用的衍生欄位列在衍生欄位資料夾中。衍生欄位僅可供在其中建立它們的程序使用。如果尚未在程序中建立任何衍生欄位，則該清單中不會出現任何衍生欄位資料夾。

若要在另一個非後續程序中使用衍生欄位，請將衍生欄位表示式儲存在儲存的衍生欄位清單中，以便該衍生欄位可供所有程序及所有流程圖使用。

註：除非產生的欄位是常數，否則請勿在「郵件名單產出」衍生欄位中使用「Campaign 產生的欄位 (UCGF)」。Campaign 假設產生欄位採用常數值，並且不會針對結果集中的記錄重算值。因此，如果衍生欄位呼叫了會變更值的產生欄位，則您可能會從這些衍生欄位中看到空白或不正確的結果。可以直接將必要的產生欄位輸出至「郵件名單產出」實現表格或檔案，而不使用衍生欄位。然後，將該表格或檔案作為「名單選取」程序讀取回到 Campaign 中，並透過「資料保存」程序使用舊實現表格或檔案中的資料來操作新實現表格或檔案。

衍生欄位的命名限制

衍生欄位名稱具有下列限制：

- 它們不能與下列類型的名稱相同：
 - 資料庫關鍵字（例如，INSERT、UPDATE、DELETE 或 WHERE）
 - 對映資料庫表格中的某個欄位

- 它們不能使用單字 Yes 或 No。

如果不遵循這些命名限制，則在呼叫這些衍生欄位時，可能會導致資料庫錯誤和斷線。

註：衍生欄位名稱還具有特定的字元限制。如需詳細資料，請參閱第 221 頁的第 12 章, 『IBM Campaign 物件名稱中的特殊字元』

建立衍生欄位

您可以根據一個以上現有欄位，甚至跨不同的資料來源而建立欄位。

程序

1. 從支援衍生欄位之程序的配置視窗中，按一下**衍生欄位**。

即會開啟「建立衍生欄位」對話框。

2. 先前在此程序中建立的所有衍生欄位都會出現在**欄位名稱**清單中。如果要建立新的衍生欄位，請輸入不同的名稱。
3. 如果要儲存並傳遞針對此欄位計算的值，請選取**保留持續性**勾選框。這個選項可讓衍生欄位供後續程序使用。
4. 直接在「表示式」區域中定義衍生欄位，或者使用「公式協助程式」來定義衍生欄位。您可以按兩下某個可用欄位以將其新增至「表示式」區域。

在衍生欄位表示式中，只能使用在程序配置對話框中選定之表格中的欄位。如果所需的表格未出現，請確保已將其選取為來源表格。

衍生欄位可以是空值。使用 NULL 為 Snapshot 傳回空值。如果要將衍生欄位與 Campaign 巨集搭配使用，請使用 NULL_STRING 來傳回帶有字串資料類型的空值。

您可以在衍生欄位中輸入一個字串作為常數。如果使用字串，則必須將該字串放在雙引號內。例如，"我的字串"。數值字串不需要使用引號。

5. (選用) 如果您希望能夠在另一個程序或流程圖中使用這個衍生欄位，請按一下**儲存的衍生欄位**。您還可以使用這個選項來載入現有衍生欄位，或組織儲存的衍生欄位清單。
6. 按一下**檢查語法**以偵測任何錯誤。
7. 按一下**確定**以儲存衍生欄位。

從現有衍生欄位建立衍生欄位

您可以透過下列方式來建立新的衍生欄位：讓新的衍生欄位基於現有衍生欄位，然後變更表示式。

關於這項作業

在衍生欄位表示式中，只能使用在程序配置對話框中選定之表格中的欄位。如果所需的表格未出現，請確保已將其選取為來源表格。

程序

1. 從支援衍生欄位之程序的配置視窗中，按一下**衍生欄位**。

即會開啟「建立衍生欄位」對話框。

2. 從**欄位名稱**清單中，選取現有衍生欄位。

選定欄位的表示式會出現在**表示式**區域中。

3. 將現有衍生欄位的名稱變更為您要用於新衍生欄位的名稱。

重要：您不能將單字 "Yes" 或 "No" 用作衍生欄位的名稱。這樣做會導致資料庫在呼叫這些衍生欄位時斷線。

4. 編輯衍生欄位表示式。
5. 按一下**確定**。

根據巨集建立衍生欄位

您可以透過將衍生欄位基於巨集來建立衍生欄位。

程序

1. 從支援衍生欄位之程序的配置對話框中，按一下**衍生欄位**。
2. 在「建立衍生欄位」對話框中，按一下**公式協助程式**。
3. 從清單中，透過按兩下某個巨集來選取該巨集。

該巨集的宣告和說明將顯示，並且該巨集會插入到**公式協助程式**中。

4. 從**可用於表示式的欄位**清單中選取適當的欄位，以完成表示式。
5. 按一下**確定**。

讓衍生欄位保留持續性

讓衍生欄位保留持續性時，您指示 Campaign 儲存它計算的值，並讓這些值可供後續程序使用。這會節省時間和資源，因為 Campaign 在流程圖的下游中不必重新計算這些值。

程序

1. 從支援衍生欄位之程序的配置視窗中，按一下**衍生欄位**。

即會出現「建立衍生欄位」視窗。

2. 如果要儲存並傳遞針對此欄位計算的值，請選取**保留持續性**勾選框。

範例：持續性衍生欄位

您可能已將名單選取程序配置成根據衍生欄位上的某個限制項來選擇 ID，已連接至某個「資料保存」程序以輸出包括該衍生欄位的選定記錄。如果將衍生欄位標示為持續性衍生欄位，則會將計算的值從「名單選取」程序傳遞至「資料保存」程序。

持續性衍生欄位的另一種用法是與任何聚集類型的衍生欄位（例如 AVG 或 GROUPBY）搭配使用。這些聚集欄位將根據現行單元內的多列資料進行計算，因此這些聚集欄位的值會隨該單元內容的變更而變更。透過持續性衍生欄位，您可以選擇保留原始計算的值，然後將該值傳遞至其他程序。如果選擇改為重新計算衍生欄位，則您將取得基於現行單元內剩餘記錄的計算值。

當某個程序採用多個輸入時（例如，使用兩個「名單選取」程序中輸入的「資料保存」程序），所有持續性衍生欄位都可供下游程序使用。

如果在所有送入的「名單選取」程序中都無法使用某個持續性衍生欄位，並且該持續性衍生欄位包括在某個「資料保存」程序的輸出中，則該「資料保存」程序會在「名單選取」程序中不具有該持續性衍生欄位的所有輸出列中，對該持續性衍生欄位顯示 NULL 值。

如果在所有送入的「名單選取」程序中都無法使用某個持續性衍生欄位，並且您使用該持續性衍生欄位來定義「資料分群」程序，則針對不具有該持續性衍生欄位的「名單選取」程序，該「資料分群」程序具有空客群。

如果您嘗試利用無法在所有「名單選取」程序中使用的多個持續性衍生欄位，透過某個表示式來定義客群，則「資料分群」程序保持處於未配置狀態。

下列準則適用於持續性衍生欄位 (PDF)：

- PDF 連接至入埠單元（向量）
- PDF 在查詢執行之前進行計算
- 多個 PDF 在下列程序中可用：
 - Snapshot：如果未對單元定義 PDF，則它的值為 NULL。如果單一 ID 大於一個單元，則會為每一個單元輸出一列。
 - 客群：選取了多個輸入單元時，無法依欄位讓 PDF 可供分群使用。PDF 必須存在於所有選定的輸入單元中，才能依查詢在客群中使用。
- 不論 ID 值在資料內出現的次數為何，PDF 都只為每個 ID 值保留單值（隨機選取）。因此，當輸出不包括任何表格欄位（但包括 IBM ID）時，每個 ID 值只有一個記錄。

不過，當您使用基於表格欄位的衍生欄位時，輸出會間接包括某個表格欄位。因此，每一個 ID 值的實例都具有一個記錄。（換句話說，如果 ID 值在資料中出現 7 次，則將有 7 個記錄輸出。）

針對每一個目標客戶 ID，持續性衍生欄位只儲存單值，該值是從可用值中隨機選定的值。這表示，當處理未正規化資料時，您必須使用 GROUPBY 巨集函數來達成所需行為。

例如，假定您要從採購交易表格中尋找某個客戶所進行之單一交易內的最高金額，並將此另存為持續性衍生欄位以用於下游處理。您可以按如下所示來撰寫衍生欄位（然後將其持續保存為持續性衍生欄位）：

```
Highest_purchase_amount = groupby(CID, maxof, Purch_Amt)
```

針對未正規化的採購交易資料（例如下列內容），這將按如下所示進行計算：

CID	DATE	PURCH_AMT	HIGHEST_PURCHASE_AMOUNT
A	1/1/2007	\$200	\$300
A	3/15/2007	\$100	\$300
A	4/30/2007	\$300	\$300

持續保存衍生欄位時，它會（隨機）選擇任何值（這些值都是 \$300），並為客戶 A 持續保存值 \$300。

第二個不太明顯的範例可能是從評分表格中為特定的模型 X 選取預測模型評分。在這裡，衍生欄位可能如下所示：

```
ModelX_score = groupby(CID, maxof, if(Model = 'X', 1, 0), Score)
```

並且資料可能如下所示：

CID	MODEL	SCORE	MODELX_SCORE
A	A	57	80
A	B	72	80
A	X	80	80

持續保存衍生欄位 ModelX_Score 會提供所需的結果：評分值 80。建立衍生欄位是不正確的：

```
Bad_ModelX_score = if(Model = 'X', Score, NULL)
```

這將導致下列結果：

CID	MODEL	SCORE	BAD_MODELX_SCORE
A	A	57	NULL
A	B	72	NULL
A	X	80	80

然後，當您持續保存衍生欄位 Bad_ModelX_score 時，持續保存的值可能是 NULL 或 80。如果要處理未正規化資料，並且衍生欄位值並非全部相同，則持續保存該衍生欄位會導致傳回任何值。例如，定義 `Derived_field_Score = SCORE` 並將其持續保存可以為客戶 A 產生值 57、72 或 80。如果要確保所需的行為，您必須對客戶 ID 使用 GROUPBY 巨集，並保證衍生欄位值對該客戶的所有資料都相同。

儲存衍生欄位

如果您希望能夠在相同或不同流程圖中的另一個程序中使用某個衍生欄位，請儲存該衍生欄位。

關於這項作業

衍生欄位是不存在於資料來源中的變數，並可根據一個以上現有欄位，甚至跨不同的資料來源而建立。衍生欄位僅在建立其所在的程序內可用。無法在任何其他程序中使用它（在已啟用保留持續性時的緊跟程序除外）。

如果要儲存衍生欄位定義以便您可以在其他程序及流程圖中使用它，請遵循下面的程序。

程序

1. 從支援衍生欄位的程序的配置視窗中，按一下衍生欄位並建立您要儲存的衍生欄位。例如，定義諸如 $(\text{Balance} / \text{Credit_limit}) * 100$ 的表示式。

2. 在建立衍生欄位對話框中，開啟儲存的衍生欄位清單，然後選取將現行表示式儲存至儲存的清單。
3. 使用「儲存衍生欄位表示式」對話框，來指定是否將該表示式儲存在某個資料夾中。您可以指派安全原則，以及選擇性地變更表示式並對它指派不同名稱。您儲存的表示式將儲存在清單中，您可以在配置其他程序或流程圖時存取該清單。
4. 按一下儲存。

使用和管理儲存的衍生欄位

已儲存的衍生欄位可以在另一個流程圖內使用。衍生欄位由表示式（例如，AccountType='gold'）組成。衍生欄位是不存在於資料來源中的變數，並可根據一個以上現有欄位，甚至跨不同的資料來源而建立。

程序

1. 如果要在流程圖程序中使用儲存的表示式，請執行下列動作：
 - a. 開啟支援衍生欄位之程序的配置對話框，然後按一下衍生欄位。
 - b. 開啟儲存的衍生欄位功能表，然後選取從儲存的清單擷取表示式。
 - c. 從清單中選取一個表示式，然後按一下使用表示式。
2. 如果要建立、編輯、移動或刪除儲存的表示式，請執行下列動作：

- a. 開啟選項功能表 ，並選取儲存的衍生欄位。
- b. 使用「儲存的衍生欄位表示式」對話框來建立或編輯表示式、刪除表示式，或將表示式移到不同的資料夾。

使用者變數

Campaign 支援使用者變數；建立查詢和表示式時，可以在程序配置期間使用使用者變數。

使用使用者變數的準則

下列準則適用於使用者變數：

- 使用者變數是在其中定義和使用使用者變數之流程圖的本端內容，但卻在流程圖執行內具有廣域範圍。
- 使用者變數使用下列語法：UserVar.UserVarName
- 使用者變數具有起始值，該值是在使用者變數對話框中最初定義使用者變數時所指派的值。起始值僅用於設定執行流程圖執行之前的現行值。它是 Campaign 在流程圖執行期間使用的現行值。

註：如果未設定使用者變數的現行值，並且您執行程序執行或分支執行，則 Campaign 將無法解析該使用者變數。在流程圖執行之前，Campaign 只將某個使用者變數的現行值設為起始值。

- 您可以在「名單選取」程序的「衍生欄位」視窗中變更使用者變數的現行值。
- 可以將使用者變數設為常數或表示式，例如 UserVar.myVar = Avg (UserTable.Age)。

註：如果使用可傳回多個值的表示式（例如 UserTable.Age+3，此表示式將為表格中的每一個記錄傳回一個值），則會將該使用者變數設為傳回的第一個值。

- 在 SQL 陳述式內使用使用者變數時，請勿使用引號（單引號或雙引號）來含括使用者變數。
- 如果將物件名稱傳遞至資料庫（例如，如果使用包含流程圖名稱的使用者變數），則您必須確保該物件名稱只包含受特定資料庫支援的字元。否則，您將接收到資料庫錯誤。
- 可以在程序執行時傳入使用者變數的值。
- 使用者變數在出埠觸發程式中受支援。
- 使用者變數支援在自訂巨集中使用。
- 在下列狀況下，您無法重新命名使用者變數：
 - 您已在流程圖程序中利用使用者變數來建立衍生欄位，並已儲存或執行該流程圖或程序。
 - 您已在流程圖程序中建立使用者變數，並將流程圖發佈至 Distributed Marketing。

建立使用者變數

您可以定義變數以在您要新增至流程圖中的程序內使用。

程序

1. 以編輯模式開啟流程圖。

2. 按一下選項 ，然後選取使用者變數。

即會開啟「使用者變數」對話框。

3. 在變數名稱直欄中，輸入新使用者變數的名稱：按一下 <請按一下這裡以新增新項目> 焦點資訊。
4. 在資料類型直欄中，從清單中選取一種資料類型。如果不選取資料類型，則當您按一下確定時，應用程式會選取無。

無資料類型可以產生無法預期的結果，因此最好指定正確的資料類型。
5. 在起始值直欄中，輸入起始值。若還要對可用值側寫欄位，則可以按一下省略符號按鈕 (...)，該按鈕在直欄內按一下滑鼠時變為可用。
6. 在現行值直欄中，輸入使用者變數的現行值。若還要對可用值側寫欄位，則可以按一下省略符號按鈕 (...)，該按鈕在直欄內按一下滑鼠時變為可用。
7. 針對您要建立的每一個使用者變數，重複這些步驟。
8. 按一下確定。

應用程式會儲存新使用者變數。稍後，您可以在配置程序時存取它們。

結果

在流程圖執行之後，每一個使用者變數的現行值都會顯示在每一個使用者變數的現行值區段中。如果現行值與起始值不同，則您可以透過按一下還原預設值來還原起始值。

註：如果在「名單選取」程序中重新定義某個使用者變數的現行值，則在流程圖、分支或程序執行期間，手動將現行值重設為起始值對該使用者變數的值沒有任何影響。

自訂巨集

自訂巨集是您使用 IBM 巨集表示式、原始 SQL 或包含值的原始 SQL 建立的查詢。自訂巨集支援使用變數。

建立自訂巨集

在配置流程圖中的程序以及定義衍生欄位時，您所建立的巨集可用。

關於這項作業

Campaign 支援下列類型的自訂巨集，這些自訂巨集又支援無限制數目的變數：

- 使用 IBM 表示式的自訂巨集
- 使用原始 SQL 的自訂巨集
- 使用原始 SQL 並包括指定值的自訂巨集

對原始 SQL 的支援會改善效能，這容許在資料庫中完成複雜交易，而不是在應用程式伺服器中過濾和操作原始資料。

重要：非技術使用者能夠使用自訂巨集；因此，當您建立自訂巨集時，您應該仔細說明它的工作方式，將相似類型的巨集放在特殊資料夾中，等等。這種方法可以幫助減少某個人不正確使用自訂巨集和擷取他們不預期取得之資料的可能性。

程序

1. 以編輯模式開啟流程圖。
2. 開啟選項  功能表，然後選取自訂巨集。
3. 在「自訂巨集」對話框中，按一下新建項目。
4. 在儲存位置清單中，選取您要在其中儲存該巨集的資料夾。如果不存在任何資料夾，請使用預設值無。
5. 在名稱欄位中，輸入巨集的名稱和宣告，以便可以參照該巨集。

請使用下列語法：MacroName(var1,var2,...)

例如：GenGroupBy(id,va11,table,va12)

MacroName 必須唯一且必須是英數字元。它可以包含底線 (_) 但不能包含空格。

註：如果自訂巨集的名稱與內建巨集名稱相同，則自訂巨集將優先。為了避免混淆，請不要使用運算子名稱或者內建巨集名稱來命名自訂巨集。例外情況是，如果您特別希望一律使用新的自訂巨集而不是內建巨集，則可以這樣命名。

重要：變數名稱必須與「表示式」視窗中自訂巨集定義內的變數名稱相符，並且它們必須表示為用括弧括住的逗點區隔清單。

6. 從安全原則清單中，選取新自訂巨集的安全原則。
7. 使用附註欄位來說明自訂巨集的設計用途以及每個變數代表的內容。務必仔細說明該巨集，以讓使用者在清單中發現該巨集時，可瞭解其工作方式。

8. 從表示式類型清單中，選取您要建立的自訂巨集類型：
 - **IBM 巨集表示式**：如需相關資訊，請參閱《IBM 巨集使用手冊》。
 - **原始 SQL 選取 ID 清單**：如果選取這個選項，則您必須選取資料庫。
 - **原始 SQL 選取 ID + 值**：如果選取這個選項，則您必須選取資料庫及值類型。確保選取正確的值類型。否則，稍後嘗試對此查詢進行側寫時，會發生「類型不符」錯誤。如果選取文字作為值類型，請填寫寬度（位元組數）欄位。您可以從資料庫中取得此資訊。如果您無權存取資料庫或者無法取得該資訊，請輸入 256（寬度上限）。
9. 在表示式欄位中按一下，以開啟「指定選取準則」對話框。
10. 建立查詢表示式。您可以使用任意數量的變數。變數語法是英數字元，並且變數必須用角括弧 (< >) 括起來。運算元（值和字串）以及運算子可能是變數。

重要：請勿在自訂巨集定義中使用流程圖使用者變數，因為自訂巨集是廣域的，但流程圖使用者變數不是。

下列範例顯示自訂巨集定義。

11. 按一下儲存。

該自訂巨集已儲存在「項目清單」中。

12. 關閉自訂巨集對話框。

結果

現在，可以按名稱來存取該巨集以在流程圖程序中及衍生欄位的定義中使用。如果您需要編輯巨集，請從選項功能表中選取自訂巨集。

使用自訂巨集的準則

建立或使用自訂巨集時，請記住下列準則：

- 自訂巨集的名稱必須是英數字元。不能在名稱字串中使用空格，但是可以使用底線 (_)。
- 如果以內容 `ENABLE_SELECT_SORT_BY = TRUE` 配置了資料來源，則您必須以 **ORDER BY** 子句撰寫原始 SQL 自訂巨集，才能按您工作所處的目標客戶類型的目標客戶索引鍵欄位對傳回的記錄進行排序。否則，如果排序與預期不同，則在「資料保存」程序的衍生欄位中使用自訂巨集時，將會產生錯誤。
- 如果您沒有比較從自訂巨集傳回的值，則當值為數值時，非零值會被視為 `TRUE`（因此，會選取與其關聯的 ID），而零值會被視為 `FALSE`。字串值一律視為 `FALSE`。
- 建立使用原始 SQL 的自訂巨集時，使用暫存表格可以極大地提高原始 SQL 的效能，方法是限定其需要處理的資料數量範圍。

自訂巨集在其基礎邏輯中使用暫存表格時，暫存表格將強制適合資料庫，以便邏輯不會失敗。

但是，如果在最上層 `SELECT` 中使用自訂巨集，則沒有歷程可供 Campaign 用於強制暫存表格適合資料庫，且邏輯會失敗。

因此，建立使用原始 SQL 的自訂巨集時，您可能需要建立同一自訂巨集的兩個版本：一個版本使用暫存表格標記而另一個不使用這些標記。

沒有暫存表格標記的自訂巨集可以在樹狀結構頂部使用（例如，在第一個 `SELECT` 處）。在可能存在可利用的暫存表格時，具有暫存表格記號的自訂巨集可以在樹狀結構中的任何其他位置使用。

- 針對未正規化的資料進行查詢時，在結合從自訂巨集傳回的值時可能發生自我結合，這可能不是期望的行為。

例如，如果您使用可傳回值的基於原始 SQL 的自訂巨集，且（例如，在「資料保存」程序中）您從該自訂巨集所基於的表格中輸出自訂巨集和另一欄位，則 Campaign 會對該表格執行自我結合。如果該表格未正規化，則您最終將取得卡氏乘積（即，顯示的記錄數超過您的預期）。

- 現在，自訂巨集會自動按參照列出，因為未將自訂巨集的定義複製至現行程序。

在執行時，透過在 **UA_CustomMacros** 系統表格（在其中儲存定義）中查閱自訂巨集的定義來解析自訂巨集，然後使用/執行此巨集。

- 與儲存的查詢不同，自訂巨集名稱必須唯一，且獨立於資料夾路徑。在 5.0 之前的版本中，您可以在資料夾 F1 和 F2（舉例而言）中同時具有名為 A 的儲存查詢。

Campaign 支援來自較舊版本的儲存查詢。但是，對非唯一儲存查詢的參照必須使用舊語法：

```
storedquery(<query name>)
```

- 解析自訂巨集中的使用者變數時，Campaign 會在檢查語法時利用使用者變數的現行值。如果現行值留為空白，則 Campaign 會產生錯誤。
- 暫存表格標記作為效能最佳化進階功能提供，該功能按可用於現行程序的暫存表格中的目標客戶 ID 集來限定從資料庫拉出的資料數量範圍。ID 的此暫存表格清單可

能是現行單元中 ID 的超集。因此，不支援對暫存表格執行彙總函數（例如，平均值或總和），且彙總函數可能產生不正確的結果。

- 如果您打算跨數個不同資料庫使用自訂巨集，則您可能希望使用 IBM 表示式而不是原始 SQL，因為原始 SQL 可能會特定於某個特定資料庫。
- 如果自訂巨集包含原始 SQL 和另一自訂巨集，則會先解析並執行該自訂巨集並傳回其值，然後再執行原始 SQL。
- Campaign 將逗點視為參數分隔字元。如果您將逗點用作參數中的文字字元，請用左右大括弧 ({}) 將文字括起來，如下列範例中所示：

```
TestCM( {STRING_CONCAT(UserVar.Test1, UserVar.Test2) } )
```

- Campaign 支援使用原始 SQL 程式碼來簡單替代自訂巨集中的參數。例如，如果您在包含下列查詢的流程圖上設定「名單選取」程序框：

```
exec dbms_stats.gather_table_stats(tabname=> <temptable>,ownname=> 'autodcc')
```

Campaign 會順利將 <temptable> 記號替換為實際暫存表格。請注意，表格名稱需要用單引號括起來。

下列表格顯示 Campaign 如何處理查詢和衍生欄位中的自訂巨集。

查詢和衍生欄位中的自訂巨集（「名單選取」程序、「資料分群」程序和「資料層級轉換」程序）

自訂巨集的類型	使用方式
原始 SQL：ID	作為個別查詢執行。ID 清單與其他結果合併。 如果自訂巨集包含其他自訂巨集和原始 SQL，則將先解析並執行那些自訂巨集，然後再執行原始 SQL。
原始 SQL：ID + 值	預期傳回的值將用在表示式中或用作比較。 如果沒有以此方式使用該值，則對於 ID 選取，Campaign 會將非零值視為 TRUE，將零值和字串視為 FALSE。
IBM 表示式	解析表示式並執行語法檢查。支援每個表格一個查詢，且會比對/合併 ID。

在原始 SQL 查詢中（「名單選取」程序、「資料分群」程序和「資料層級轉換」程序）

自訂巨集的類型	使用方式
原始 SQL：ID	解析自訂巨集，然後執行查詢。
原始 SQL：ID + 值	不支援。
IBM 表示式	解析表示式，但不執行語法檢查。如果表示式不正確，則資料庫伺服器會在執行時偵測到此狀況。

組織和編輯自訂巨集

您可以建立資料夾結構以組織自訂巨集。您可以將自訂巨集從一個資料夾移至另一個資料夾。您可以變更巨集名稱、說明和表示式。

程序

1. 以編輯模式開啟流程圖。

2. 按一下選項 ，然後選取自訂巨集。

即會開啟「自訂巨集」對話框。

3. 在項目清單中選取一個巨集。

資訊區域會顯示選定巨集的詳細資訊。

4. 按一下編輯/移動，以編輯或移動選定的巨集。

即會開啟「編輯/移動自訂巨集」對話框。

5. 您可以變更巨集的名稱，編輯附註，變更在其中儲存巨集的資料夾/位置，或者按一下編輯以編輯表示式。

6. 按一下儲存，以儲存您的變更。

7. 按一下關閉。

範本

範本是來自流程圖的一組選定儲存程序。

範本使您可以一次就設計和配置一個以上程序，然後將其儲存在範本庫中。範本會儲存程序配置和表格對映，且可用於任何階段作業或行銷活動。

複製範本到範本庫

您可以透過複製範本來將範本新增至範本庫。

關於這項作業

程序

1. 以編輯模式開啟流程圖。
2. 選取您要另存為範本的程序。透過按住 **Ctrl** 鍵的同時按一下滑鼠左鍵，可選取多個程序。使用 **Ctrl+A** 來選取流程圖中的所有程序。
3. 以滑鼠右鍵按一下任何選定程序，並選取複製到範本庫。

即會出現「儲存範本」視窗。

4. 在名稱欄位中輸入範本名稱。

名稱中不能使用空格。儲存的範本由名稱識別，這些名稱在其儲存所在的資料夾中必須唯一。

5. (選用) 在附註欄位中輸入說明。
6. (選用) 使用儲存位置清單來為該範本選取資料夾，或者使用新建資料夾來建立新資料夾。您可以建立任意數量的資料夾（包括階層中的巢狀資料夾）來組織和儲存範本。
7. 按一下儲存。

貼上範本庫中的範本

您可以將範本庫中的範本貼到您所建置的流程圖中。

程序

1. 以「編輯」模式開啟流程圖。

2. 按一下選項 ，然後選取儲存的範本。

即會開啟「儲存的範本」對話框。

3. 從項目清單中選取一個範本。

4. 按一下貼上範本。

結果

即會將選定的範本貼到流程圖工作區上。

註：所插入的程序可以出現在已經在流程圖中的其他程序上方。最初會選取所有插入的程序，以讓它們作為一個群組易於移動。

任何其他階段作業或行銷活動均可透過範本庫來存取範本。如果將某個範本貼到具有不同表格對映的流程圖中，則除非表格名稱相同，否則新對映會擴增（而不是取代）後續的對映。

組織和編輯範本

您可以建立新資料夾以及編輯、移動和移除儲存的範本。

程序

1. 以編輯模式開啟流程圖。

2. 按一下選項 ，然後選取儲存的範本。

3. 從項目清單中，選取您要編輯或移動的範本。

4. 按一下編輯/移動。

即會開啟「編輯/移動儲存的範本」對話框。

5. 在儲存位置欄位中，指定範本的新位置。

6. 您還可以變更儲存的範本的名稱，或編輯與其相關聯的附註。

7. 按一下儲存。

8. 按一下關閉。

儲存的表格型錄

表格型錄是已對映之使用者表格的集合。

表格型錄儲存使用者表格對映的相關 Meta 資料資訊，以在流程圖之間重複使用。依預設，使用帶副檔名 .cat 的二進位格式來儲存表格型錄。

如需建立和處理表格型錄的相關資訊，請參閱《Campaign 管理手冊》

存取儲存的表格型錄

您可以從流程圖內存取儲存的表格型錄。表格型錄是已對映之使用者表格的集合。

關於這項作業

註：如果您具有管理者許可權，則您還可以從「Campaign 設定」頁面存取儲存的型錄。如需相關資訊，請參閱《Campaign 管理手冊》。

程序

1. 以編輯模式開啟流程圖。

2. 按一下選項 ，然後選取儲存的表格型錄。即會開啟「儲存的表格型錄」視窗。

編輯表格型錄

在流程圖內，您可以編輯表格型錄的名稱或說明，也可以將表格型錄移到其他位置。

程序

1. 以編輯模式開啟流程圖。

2. 按一下選項 ，然後選取儲存的表格型錄。

即會開啟「儲存的表格型錄」對話框。

3. 在項目清單中選取一個表格型錄。

資訊區域會顯示選定表格型錄的詳細資訊，其中包括表格型錄名稱和檔案路徑。

4. 按一下編輯/移動。
5. 您可以變更儲存的表格型錄的名稱、編輯表格型錄說明，或變更儲存表格型錄的資料夾/位置。
6. 按一下儲存。
7. 按一下關閉。

刪除表格型錄

您可以永久地移除某個表格型錄，以便在任何行銷活動中，任何流程圖均無法再使用該表格型錄。

關於這項作業

移除表格型錄會刪除 .cat 檔，該檔案會指向資料庫表格及可能的純文字檔。移除表格型錄不影響資料庫中的基礎表格。不過，它會永久地移除型錄檔案。

重要：請僅使用 Campaign 介面來移除表格型錄或執行表格作業。如果直接在檔案系統中移除表格或變更表格型錄，則 Campaign 無法保證資料完整性。

程序

1. 以編輯模式開啟流程圖。

2. 開啟選項功能表 ，並選取儲存的表格型錄。

即會開啟「儲存的表格型錄」對話框。

3. 在項目清單中選取一個表格型錄。

資訊區域會顯示選定表格型錄的詳細資訊，其中包括表格型錄名稱和檔案路徑。

4. 按一下移除。

您將看到一則確認訊息，要求您確認移除選定的表格型錄。

5. 按一下確定。

6. 按一下關閉。

結果

該型錄會從項目清單予以移除，並且任何行銷活動中的任何流程圖均無法再使用該型錄。

第 10 章 階段作業流程圖

階段作業提供了一種建立持續性廣域「資料構件」（在所有行銷活動中使用）的方式。每一個階段作業都包含一個以上的流程圖。執行階段作業流程圖可讓階段作業（資料構件）的輸出在廣域範圍內可供所有行銷活動使用。

階段作業流程圖並不預期在市場行銷活動中使用。它們沒有相關聯的行銷方案或開始日期與結束日期。

如果要處理階段作業，請使用「階段作業」功能表。進階使用者可以建立階段作業流程圖，以在行銷活動外部執行計算並執行不與任何特定行銷提案或程式相關聯的 ETL 作業。

通常，階段作業流程圖從「資料排程」程序開始，以確保定期重新整理資料。

執行階段作業流程圖時，已建立的資料構件可供在任意數目的行銷活動流程圖中使用。

以下是部分典型範例：

- 在階段作業流程圖中使用「客群建置」程序來建立「策略客群」，策略客群是可以用在多個行銷活動中的客群。

例如，從「資料排程」程序開始，接下來是「名單選取」程序，然後是「客群建置」程序以為接受、拒絕或廣域抑制產生策略客群。「資料排程」程序定期更新客群，該客群會作為靜態成員清單進行寫出。然後，產生的客群可供在行銷活動流程圖中進行選取。

- 執行大型複式表的資料準備。階段作業流程圖可以在更小的資料區塊中建立資料的 Snapshot，以供在 Campaign 中重複使用。
- 設定定期建模作業以對資料進行評分或為 ETL/上捲建立衍生欄位。例如，如果階段作業流程圖建立並寫出了隨後在表格型錄/對映中進行對映的模型評分，則那些模型評分可以用在行銷活動流程圖中以供選取和設為目標。

註：設計流程圖時，請注意不要在程序之間建立循環相依關係。例如，如果「名單選取」程序為「客群建置」程序提供了輸入，請勿將該「客群建置」程序建立的客群用作「名單選取」程序的輸入。這種狀況將導致您嘗試執执行程序時發生錯誤。

建立階段作業

如果您需要建立可在所有行銷活動中使用的持續性廣域「資料構件」，請建立階段作業。然後，新增一個流程圖至該階段作業並執行它，以建立持續性物件。

關於這項作業

每一個階段作業都包含一個以上的流程圖。執行階段作業流程圖以讓階段作業（資料構件）的輸出在廣域範圍內可供所有行銷活動使用。您可以建立、檢視、編輯、移動和刪除階段作業，也可以在資料夾中組織階段作業。如果要處理階段作業，您必須具

有適當的許可權。不複製階段作業，而是複製階段作業內的流程圖。不執行階段作業；而是個別地執行它的每一個流程圖。

程序

1. 選取**Campaign > 階段作業**。

「所有階段作業」頁面會顯示用於組織貴公司之階段作業的資料夾結構。

2. 找到您要在其中新增階段作業的資料夾，然後按一下**新增階段作業**。

即會顯示「新建階段作業」頁面。

3. 輸入名稱、安全原則及說明。

註：階段作業名稱具有字元限制。如需詳細資料，請參閱第 221 頁的第 12 章，『IBM Campaign 物件名稱中的特殊字元』。

4. 按一下**儲存變更**。

註：您還可以按一下**儲存並新增流程圖**，以立即開始建立階段作業流程圖。

將流程圖新增至階段作業

一個階段作業可以包含一個以上的流程圖。建立階段作業流程圖的方式與建立行銷活動流程圖的方式相同，只是您從開啟階段作業開始。

程序

1. 選取**行銷活動 > 階段作業**。
2. 按一下階段作業的名稱。
3. 按一下「新增流程圖」。
4. 照常建立流程圖。

編輯階段作業流程圖

如果要編輯階段作業流程圖，請使用「階段作業」功能表。

程序

1. 選取**行銷活動 > 階段作業**。

即會開啟「所有階段作業」頁面。

2. 在您要編輯其流程圖之階段作業的名稱旁邊，按一下**編輯標籤** 。

3. 從功能表中，按一下您要編輯之流程圖的名稱。

4. 變更流程圖：

- 使用選用區和工作區來新增和變更程序配置。

- 若要變更流程圖名稱或說明，請按一下流程圖視窗工具列中的**內容圖示** 。

5. 按一下**儲存並繼續**，或按一下**儲存並結束**以關閉流程圖視窗。

在資料夾中組織階段作業

選擇 **Campaign > 階段作業**，然後使用「所有階段作業」頁面為階段作業建立資料夾，並將階段作業從一個資料夾移至另一個資料夾。

關於這項作業

您可以在選取 **Campaign > 階段作業** 之後完成下列作業。

表 11. 在資料夾中組織階段作業

作業	說明
新增資料夾	<p>按一下新增資料夾可在最上層新增資料夾。若要新增子資料夾，請選取現有資料夾，然後按一下新增資料夾。</p> <p>輸入名稱、安全原則及說明。</p> <p>註：資料夾名稱具有字元限制。如需詳細資料，請參閱第 221 頁的第 12 章, 『IBM Campaign 物件名稱中的特殊字元』。</p>
編輯資料夾名稱或說明	<p>按一下資料夾名稱，按一下  編輯，然後變更名稱。</p>
移動資料夾及其所有內容	<p>重要：如果有人正在編輯您計劃移動的階段作業中的流程圖，則當您移動階段作業時，流程圖結果或整個流程圖可能丟失。請確保您移動階段作業時，階段作業中的所有流程圖都未開啟進行編輯。</p> <ol style="list-style-type: none">1. 選取您要移動的資料夾旁邊的勾選框。2. 按一下移動。3. 選取目的地資料夾，然後按一下接受此位置。
刪除資料夾	<p>您可以刪除空的階段作業資料夾及其所有空子資料夾。（如果您有權刪除資料夾，則您還可以刪除其任何子資料夾。）</p> <ol style="list-style-type: none">1. 必要的話，移動或刪除階段作業資料夾的內容。2. 開啟包含您要刪除的子資料夾的資料夾。3. 勾選您要刪除的資料夾旁邊的方框。4. 按一下  刪除，然後確認刪除。

移動階段作業

您可以將階段作業從一個資料夾移至另一個資料夾，以進行組織。

關於這項作業

註：如果某個人正在編輯您計劃要移動之階段作業中的流程圖，則當您移動該階段作業時，可能會遺失該流程圖。移動階段作業時，必須先確保未開啟階段作業中的任何流程圖進行編輯。

程序

1. 選取**Campaign > 階段作業**。
即會開啟「所有階段作業」頁面。
2. 開啟包含您要移動之階段作業的資料夾。
3. 選取您要移動之階段作業旁邊的勾選框。您可以選取多個階段作業。

4. 按一下**移動**。
即會開啟「將項目移至」對話框。
5. 選取目的地資料夾，然後按一下**接受此位置**。

檢視階段作業

在「唯讀」模式下開啟階段作業，以存取與其相關聯的流程圖。

程序

1. 選取**行銷活動 > 階段作業**。
2. 當「所有階段作業」頁面出現時，使用下列其中一種方法：
 - 按一下階段作業名稱以顯示其「摘要」標籤以及任何流程圖標籤。
 - 按一下您要檢視之階段作業名稱旁邊的**檢視標籤** ，然後從功能表中選取「摘要」或流程圖。

編輯階段作業

您可以變更階段作業的名稱、安全原則或說明。

程序

1. 選取**行銷活動 > 階段作業**。
2. 按一下階段作業的名稱。
3. 在階段作業的「摘要」標籤上，按一下  **編輯**。
4. 變更階段作業名稱、安全原則或說明。

註：階段作業名稱具有特定的字元限制。如需詳細資料，請參閱第 221 頁的第 12 章，『IBM Campaign 物件名稱中的特殊字元』。

5. 按一下**儲存**。

刪除階段作業

刪除階段作業時，將刪除該階段作業及其所有流程圖檔案。如果您想要保留部分階段作業以重複使用，請在刪除階段作業之前將其另存為儲存物件。

程序

1. 選取**行銷活動 > 階段作業**。
2. 開啟包含您要刪除的階段作業的資料夾。
3. 選取您要刪除的一個以上階段作業旁邊的勾選框。
4. 按一下  **刪除**。
5. 按一下**確定**以確認。

關於策略客群

策略客群是 ID 的廣域持續性清單，該清單可供在多個行銷活動中使用。策略客群是 ID 的靜態清單，直到最初建立該策略客群的流程圖重新執行為止。

策略客群是在階段作業流程圖中使用「客群建置」程序進行建立。除了策略客群在廣域範圍內可用外，策略客群與流程圖中「資料分群」程序建立的客群相同。可用性視安全原則而定，該原則套用至用於儲存策略客群的資料夾。

Campaign 支援多個策略客群。為每一個策略客群及目標客戶類型建立的 ID 清單儲存在 Campaign 系統表中。您可以將任意數目的策略客群與某個行銷活動建立關聯。

策略客群可用於廣域抑制。廣域抑制客群定義從流程圖的單元中自動為特定目標客戶類型排除的 ID 清單。

策略客群也用在資料方塊中。可以從任何 ID 清單建立資料方塊，但基於策略客群的資料方塊是廣域範圍的，並且可供各種客群報告進行分析。

策略客群可以選擇性地指定一個以上的 IBM 資料來源，在資料來源中將快取策略客群（儲存在資料庫中，以便不需要對每一個使用該客群的流程圖上傳策略客群 ID）。這可以提供顯著的效能改進。快取的策略客群儲存在暫存表格中，這些暫存表格已指派有 SegmentTempTablePrefix 配置參數。

註：處理策略客群需要適當的權限。如需權限的相關資訊，請參閱《Campaign 管理手冊》。

相關工作：

第 87 頁的『建立客群以在多個行銷活動中廣域使用』

建立策略客群的必要條件

在建立策略客群之前，您必須符合下列必要條件。

- `saveRunResults` 配置內容
(Campaign|partitions|partition[n]|server|flowchartRun) 必須設為 TRUE。
- 您必須具有適當的權限才能處理策略客群。
- 決定策略客群的組織方式、資料夾階層及將使用的命名慣例。
- 準確決定哪些策略客群對您很重要。
- 決定策略客群後面的邏輯。
- 確認不同策略客群之間的關係。
- 確認適合於策略客群的目標客戶類型。
- 決定應該重新整理策略客群的頻率。
- 決定每一個策略客群中定義的詳細程度。例如，客群是否應該包括所有抑制？
- 決定您是否要將歷程策略客群保留在保存資料夾中。
- 考量您要建立之策略客群的大小以及它們可能對效能產生的影響。請參閱『改善策略客群的效能』。

改善策略客群的效能

依預設，「客群建置」程序會在應用程式伺服器上建立一個二進位檔，對於大型策略客群，這可能花費較長時間。當 Campaign 更新該二進位檔時，它會先刪除列，然後再次將這些列插入到快取表格中；整個檔案將重新撰寫以進行排序。針對極其大的策略客群（例如，400,000,000 個 ID），重新撰寫整個檔案會花費較長時間，即使大部分 ID 未發生變更，亦是如此。

如果要改善效能，請將「配置」頁面上的 `doNotCreateServerBinFile` 內容設為 `TRUE`。值 `TRUE` 指定策略客群在資料來源中建立暫存表格，而不是在應用程式伺服器上建立二進位檔。將此內容設為 `TRUE` 時，必須在「客群建置」程序配置的「定義客群」標籤上指定至少一個有效的資料來源。

無法套用至快取客群表格的其他效能最佳化（例如建立索引和產生統計資料），可與客群暫存表格搭配使用。「配置」頁面上的 `PostSegmentTableCreateRunScript`、`SegmentTablePostExecuteSQL` 和 `SuffixOnSegmentTableCreation` 內容支援這些效能最佳化。

如需「配置」頁面上內容的相關詳細資料，請參閱《Campaign 管理手冊》。

建立策略客群

策略客群可供在多個行銷活動中使用。在階段作業流程圖中建立策略客群，在正式作業模式下執行流程圖，並儲存流程圖。然後，可以在市場行銷活動中使用所產生的客群。

開始之前

您必須符合第 195 頁的『建立策略客群的必要條件』中所述的必要條件。例如，您必須擁有適當的許可權，並且 `Campaign|partitions|partition[n]|server|flowchartRun|saveRunResults` 必須設為 `TRUE`。

程序

1. 建立階段作業，或者開啟現有階段作業進行編輯。
2. 建立其最終輸出程序是「客群建置」程序的流程圖。

如需指示資訊，請參閱第 87 頁的『建立客群以在多個行銷活動中廣域使用』。

3. 在正式作業模式下執行流程圖，然後按一下**儲存並結束**。在測試模式下執行該程序不會建立策略客群或更新現有策略客群。您必須在階段作業流程圖中於正式作業模式下執行該程序。

結果

策略客群會列在「所有客群」頁面上，並且可供在所有行銷活動中使用。

範例：用於建立策略客群的階段作業流程圖

在 Campaign「階段作業」區域中的流程圖內，新增兩個「名單選取」程序，一個用來從資料集區中對映表內的特定欄位選取所有記錄，另一個用來從已分類為拒絕並因此需要從總 ID 清單中予以移除之同一資料集區內選取所有記錄。

下一步，使用「資料合併」程序（其輸入由這兩個「名單選取」程序的輸出單元組成）來刪除「拒絕 ID」並產生合格 ID 的輸出單元。

然後，新增要將合格 ID 從「資料合併」程序傳遞至的「資料分群」程序，在該程序中會將它們劃分為 3 個離散 ID 群組。

最後，新增「客群建置」程序以將 3 個客群輸出為目標客戶 ID 的廣域持續性清單。

在正式作業模式下執行流程圖，以建立策略客群並讓其可供在多個行銷活動中使用。

檢視策略客群

您可以檢視階段作業流程圖中已使用「客群建置」程序建立之策略客群的相關資訊。階段作業流程圖必須在正式作業模式下執行，才能產生客群，然後這些客群在廣域範圍內可用。

程序

使用下列其中一種方法：

- 跳至使用策略客群之任何行銷活動的「摘要」頁面，然後在**相關客群**清單中按一下客群名稱。
- 選取**行銷活動 > 客群**，然後按一下您要檢視之客群的名稱。

結果

「摘要」頁面提供客群的相關資訊。

元素	說明
說明	「客群建置」程序中提供之客群的說明。
來源流程圖	在其中定義了客群之階段作業流程圖的名稱。
目標客戶類型	客群的目標客戶類型。
現行計數	此客群的 ID 數目和該客群的前次執行日期。
用於下列行銷活動中	使用客群的行銷活動清單，帶有指向那些行銷活動的鏈結。

編輯策略客群的摘要詳細資料

您可以變更策略客群的名稱或說明。

程序

1. 選取**行銷活動 > 客群**。
2. 按一下您要編輯其摘要之客群的名稱。

即會開啟客群，並顯示其摘要標籤。

3. 變更客群的名稱或說明。

註：客群名稱具有特定的字元限制。如需詳細資料，請參閱第 221 頁的第 12 章，『IBM Campaign 物件名稱中的特殊字元』。

4. 按一下**儲存變更**。

編輯策略客群的來源流程圖

您可以變更在其中定義了策略客群的階段作業流程圖。

程序

1. 選取**行銷活動 > 客群**。

即會顯示「所有客群」頁面。

2. 按一下您要編輯其流程圖之客群的名稱。

即會出現客群的「摘要」頁面。

3. 在來源流程圖下面，按一下該流程圖的鏈結。

流程圖頁面即會在唯讀模式下開啟。

4. 按一下編輯以在編輯模式下開啟流程圖。
5. 對流程圖進行所需的變更。
6. 按一下儲存或儲存並結束。

下一步

策略客群不會更新，直到您在正式作業模式下重新執行階段作業流程圖為止。如果要更新客群，請在正式作業模式下執行階段作業流程圖，然後將其儲存。僅當將配置內容 Campaign | partitions | partition[n] | server | flowchartRun | saveRunResults 設為 TRUE 時，才將儲存客群。

註：在正式作業模式下重新執行「客群建置」程序時，會刪除該程序建立的現有策略客群。如果新的「客群建置」程序執行無法順利完成，或者在該程序處於執行中時，現有策略客群（包括廣域抑制）的任何使用者都可能看到「無效的客群」錯誤。

執行策略客群

如果資料集區的內容已變更，則您應該重新產生策略客群。如果要重新產生策略客群，您可以在正式作業模式下執行在其中建立該客群的流程圖。「測試執行」模式中的「啟用輸出」設定沒有影響；策略客群只在正式作業模式下才為輸出。

註：在正式作業模式下重新執行「客群建置」程序時，會刪除該程序建立的現有策略客群。這表示，如果新的「客群建置」程序執行無法順利完成，或者在該程序處於執行中時，現有策略客群（包括廣域抑制）的任何使用者都可能看到「無效的客群」錯誤。

組織策略客群

您可以透過建立某個資料夾或一系列的資料夾來組織策略客群。然後，您可以將策略客群從一個資料夾移動到您已建立之資料夾結構內的另一個資料夾。

註：策略客群所在的資料夾指定套用至該策略客群的安全原則，用來決定誰可以存取、編輯或刪除該策略客群。

新增客群資料夾

您可以新增、移動和刪除資料夾以組織策略客群。您還可以編輯資料夾的名稱及說明。

程序

1. 選取行銷活動 > 客群。

即會開啟「所有客群」頁面。

2. 按一下您要向其新增子資料夾的資料夾。
3. 按一下新建資料夾。
4. 輸入資料夾的名稱、安全原則和說明。

註：資料夾名稱具有特定的字元限制。如需詳細資料，請參閱第 221 頁的第 12 章，『IBM Campaign 物件名稱中的特殊字元』。

5. 按一下儲存。

編輯客群資料夾名稱及說明

您可以變更資料夾的名稱或說明。

程序

1. 選取行銷活動 > 客群。

即會顯示「所有客群」頁面。

2. 按一下您要重新命名的資料夾。
3. 按一下重新命名資料夾。
4. 編輯資料夾的名稱或說明。

註：資料夾名稱具有特定的字元限制。如需詳細資料，請參閱第 221 頁的第 12 章，『IBM Campaign 物件名稱中的特殊字元』。

5. 按一下儲存。

移動客群資料夾

您可以透過下列方式來組織策略客群：為策略客群建立資料夾，然後將資料夾移到階層式結構。

開始之前

重要：如果某個人正在編輯您計劃要移動之任何客群的來源流程圖，則當您移動該客群時，可能會遺失整個流程圖。移動子資料夾時，請先確保未開啟任何來源流程圖進行編輯。

程序

1. 選取行銷活動 > 客群。

即會開啟「所有客群」頁面。

2. 找出您要移動的資料夾，然後選取該資料夾旁的勾選框。您可以一次選取多個資料夾以移至相同的位置。
3. 按一下移動。
4. 使用「將項目移至」對話框來選取目的地資料夾，然後按一下接受此位置。

該子資料夾及其所有客群即會移至目的地資料夾。

刪除客群資料夾

必須先移動或刪除資料夾的內容，然後才能刪除該資料夾。如果您具有刪除資料夾所需的許可權，則您還可以刪除該資料夾中的任何子資料夾。

程序

1. 選取行銷活動 > 客群。
2. 找出您要刪除的資料夾，然後選取該資料夾旁的勾選框。您可以一次選取多個要刪除的資料夾。

3. 按一下刪除。
4. 按一下**確定**以確認。

即會刪除該資料夾及其所有空子資料夾。

移動客群

您可以將策略客群從一個資料夾移至另一個資料夾，以進行組織。

關於這項作業

重要：如果已開啟您計劃要移動之客群的來源流程圖進行編輯，則當您移動該客群時，可能會遺失整個流程圖。請先確保未開啟任何來源流程圖進行編輯，然後再移動子資料夾。

程序

1. 選取**行銷活動 > 客群**。
2. 開啟包含您要移動之客群的資料夾。
3. 選取您要移動之客群的勾選框。您可以一次選取多個客群以移至相同的位置。
4. 按一下**移動**。

視窗開啟。

5. 使用「將項目移至」對話框來選取目的地資料夾，然後按一下**接受此位置**。

即會將客群移動到目的地資料夾。

刪除策略客群

使用下列程序可刪除策略客群。

關於這項作業

可以透過下列方式來刪除策略客群：

- 在「所有客群」頁面上，透過從策略客群的資料夾位置將其刪除。如果在正式作業模式下重新執行原先用於產生這些策略客群的「客群建置」程序，則會重建您透過這種方法刪除的策略客群。
- 透過刪除已建立策略客群的「客群建置」程序。僅當儲存流程圖時，才會刪除策略客群。透過這種方法刪除的策略客群無法回復。如需詳細資料，請閱讀刪除流程圖中程序的相關資訊。
- 透過刪除包含用於建立策略客群之「客群建置」程序的流程圖。透過這種方法刪除的策略客群無法回復。如需詳細資料，請閱讀刪除流程圖的相關資訊。

使用下列程序可從「所有客群」頁面直接刪除策略客群。

程序

1. 選取**行銷活動 > 客群**。
2. 開啟包含您要刪除之客群的資料夾。
3. 選取您要刪除之客群旁邊的勾選框。您可以一次選取多個要刪除的客群。
4. 按一下**刪除**。
5. 按一下**確定**以確認。

即會刪除客群。

註：如果仍有作用中的流程圖包含該客群，則可以在執行那些流程圖時重建該客群。如果您在刪除客群時已開啟包含該客群的流程圖進行編輯，則也會將其重建。

關於廣域抑制和廣域抑制客群

使用廣域抑制從所有 Campaign 流程圖中的所有單元中排除單一目標客戶類型內的 ID 清單。

如果要定義廣域抑制，管理者可以建立一個唯一 ID 清單（作為階段作業流程圖中的策略客群），並執行階段作業流程圖。然後，行銷活動設計人員可以將該客群指定為行銷活動流程圖中特定目標客戶類型的廣域抑制客群。針對每一個目標客戶類型，只能配置一個廣域抑制客群。

如果已為某個目標客戶類型配置了廣域抑制客群，則與該目標客戶類型相關聯的所有最上層「名單選取」程序、「擷取」程序或「資料層級轉換」程序都會從其輸出結果中自動排除 ID，除非針對特定的流程圖停用了廣域抑制。依預設，所有流程圖（階段作業流程圖除外）都已啟用了廣域抑制。

註：指定和管理廣域抑制客群需要「管理廣域抑制」權限，並且通常由 Campaign 管理者執行。如需詳細資料，請參閱《IBM Campaign 管理手冊》。

套用廣域抑制

如果已為某個目標客戶類型定義了廣域抑制客群，則與該目標客戶類型相關聯的所有最上層「名單選取」程序、「擷取」程序或「資料層級轉換」程序都會從其輸出單元中自動排除廣域抑制客群內的 ID（除非針對特定的流程圖明確停用了廣域抑制）。依預設，流程圖已啟用廣域抑制，以便不需要對任何要套用之已配置廣域抑制採取任何動作。

已啟用廣域抑制之預設值的例外是包含「客群建置」程序的流程圖，該「客群建置」程序已自行建立了廣域策略客群。在此情況下，將一律停用廣域抑制（僅適用於正在為其建立廣域抑制客群的目標客戶類型）。

註：另請注意，在「名單選取」程序、「擷取」程序或「資料層級轉換」程序中執行「測試查詢」，不會考量任何廣域抑制。

切換具有廣域抑制的目標客戶

如果要在流程圖中從「目標客戶 1」切換至「目標客戶 2」，並且為其中每一個目標客戶類型都定義了廣域抑制，則會將「目標客戶 1」的廣域抑制客群套用至輸入表格，並將「目標客戶 2」的廣域抑制客群套用至輸出表格。

停用流程圖的廣域抑制

廣域抑制是管理者套用的一項功能，它會從所有 Campaign 流程圖中的所有單元中，排除單一目標客戶類型中的 ID 清單。依預設，流程圖已啟用廣域抑制。在許可權容許的情況下，您可針對個別流程圖停用此項功能。

關於這項作業

如果您具有適當的許可權，則可針對個別流程圖停用廣域抑制。如果沒有適當的許可權，則您無法變更此設定，並且必須使用現有設定來執行流程圖。管理者可能向特定使用者授與廣域抑制置換許可權，以便他們可以設計和執行容許與通常暫停之 ID（例如，通用暫置群組中的 ID）進行聯絡的特殊行銷活動。

程序

1. 開啟流程圖以進行編輯。
2. 開啟管理功能表 ，並選取進階設定。
3. 在「進階設定」對話框中，選取對此流程圖停用廣域抑制。
4. 按一下確定。

關於維度階層

維度階層是一組可套用至任何 ID 清單的 SQL 選取查詢。與策略客群類似，可以在廣域範圍內於「名單選取」程序內提供維度階層，或將維度階層用作建構資料方塊的基準。

最一般指定的維度有時間、地理位置、產品、部門及配送通路。不過，您可以建立與業務或行銷活動最相關之任何類型的維度。

作為資料方塊的構成要素，維度變成各種報告（遞增聚集層次時所有產品的銷售總額和依地理位置進行的費用與銷售額之間的交叉表分析等）的基準。維度不限制為單一資料方塊；維度可以用在許多資料方塊中。

維度階層由各種層次構成，而層次由維度元素（簡稱為元素）構成。

您可以具有包含無限層次數目及元素數目的維度，以及：

- 作為客戶分析報告及視覺化選取的輸入進行建置的資料點
- 上捲到無限制數目的種類，以支援往下探查功能。（維度在界限之間必須完全上捲，以便元素必須是互斥的且不重疊。）

相關工作：

第 85 頁的『建立屬性的多維資料方塊』

範例：維度階層

以下兩個範例說明將在資料集區中建立並隨後對映至 Campaign 中的基本維度階層。

範例：年齡維度階層

最低層次：(21-25)、(26-30)、(31-35)、(36-45)、(45-59) 和 (60+)

上捲：年輕人 (18-35)、中年人 (35-59) 和老年人 (60+)

範例：收入維度階層

最低層次：>\$100,000、\$80,000-\$100,000、\$60,000-\$80,000 和 \$40,000-\$60,000

上捲：高 (> \$100,000)、中 (\$60,000-\$100,000)、低 (< \$60,000) (> \$100,000)、(\$60,000-\$100,000)、(< \$60,000)

建立維度階層

如果要在 Campaign 中使用維度，您必須執行下列動作：

- 在資料集區中的表格或定界純文字檔內，定義並建立階層式維度。
- 將此階層式維度表格或純文字檔對映至 Campaign 中的維度

註：階層式維度是由 Campaign 系統管理者或 IBM 諮詢小組的成員在資料集區內建立，並且是對 Campaign 的外部作業。另請注意，最低層次的階層式維度必須使用原始 SQL 或純正的 IBM 表示式（不是自訂巨集、策略客群或衍生欄位）才能定義個別元素。

隨後將此階層式維度對映到 Campaign 中時，Campaign 執行此代碼以執行各種上捲動作。

將階層式維度對映至 Campaign 維度

若要對映維度，您可在 Campaign 中建立維度，然後指定包含階層式維度的檔案或表格。階層式維度必須已存在於資料集區中，您才能完成此作業。

開始之前

註：由於在幾乎所有情況下，都可以使用維度來建立資料方塊，因此您可能希望從應用程式的階段作業區域中的流程圖建立維度。

程序

1. 透過下列其中一種方式來開啟「維度階層」對話框：

- 在編輯模式下的流程圖中，開啟**管理功能表** ，並選取**維度階層**。
- 在「管理設定」頁面上，選取**管理維度階層**。

2. 在「維度階層」對話框中，按一下**新建維度**。

即會開啟「編輯維度」對話框。

3. 輸入您要建立之維度的下列相關資訊：

- 維度名稱。
- 說明。
- 維度中的層次數。（在大部分情況下，此數字對應於資料集區中您將此維度對映到的階層式維度中的層次數。）
- 如果要將此維度用作資料方塊的基準，請確保選取**元素互斥**勾選框（依預設，會選取此選項）。否則，在您使用此維度來建立資料方塊時，會產生錯誤，因為元素中的值不能在資料方塊中重疊。

4. 按一下**對映表**。

即會開啟「編輯表格定義」對話框。

5. 選取下列其中一個選項：

- 對映至現有檔案

- 對映至選定資料庫中的現有表格

繼續執行用來對映表格的步驟。如需詳細資料，請參閱《Campaign 管理手冊》。

註：對映具有維度階層的表格時，表格中必須存在 "Level1_Name"、"Level2_Name" 之類的欄位名稱，對映才能成功。

當您完成對映維度的表格時，會開啟「編輯維度」視窗，其中包含新維度的維度資訊。

6. 按一下**確定**。

即會開啟「維度階層」視窗，其中會顯示新對映的維度。

7. 若要儲存維度階層以便它可供將來使用而無需重建，請按一下「維度階層」對話框中的**儲存**。

更新維度階層

Campaign 不支援自動更新維度階層。如果基礎資料變更，則您必須手動更新維度階層。

關於這項作業

註：資料方塊由基於策略客群的維度組成。因此，每當更新策略客群時，您都必須更新維度。

程序

1. 透過下列其中一種方式來開啟「維度階層」視窗：

- 在編輯模式下的流程圖中，開啟**管理功能表** ，並選取**維度階層**。
- 在「管理設定」頁面上，選取**管理維度階層**。

2. 在「維度階層」對話框中，按一下**全部更新**。

此外，如果要更新個別維度，請選取該維度，然後按一下**更新**。您必須載入維度階層，才能使用它。

載入儲存的維度階層

定義維度階層之後，您可以透過載入該維度階層來讓其在 Campaign 中可供存取。

程序

1. 透過下列其中一種方式來開啟「維度階層」對話框：

- 在編輯模式下的流程圖中，開啟**管理功能表** ，並選取**維度階層**。
- 在「管理設定」頁面上，選取**管理維度階層**。

即會開啟「維度階層」對話框。

2. 強調顯示您要載入的維度階層，然後按一下**載入**。

關於資料方塊

資料方塊是按照一些維度階層所提供之查詢進行同時對 ID 清單（最常見是策略客群）進行分群。建立資料方塊之後，您可以在任意給定的時間檢視客群交叉分析報告（用來逐層分析資料方塊的兩個維度）。

在可以建立資料方塊之前，您必須先執行下列初步作業：

- 建立策略客群
- 建立基於策略客群的維度
- 下列準則適用於資料方塊：
- 可以使用下列限制將資料方塊指標定義為任何 Campaign 表示式：
 - 您可以指定無限制數目的其他 NUMERIC 指標，並且 Campaign 將計算它們的最小值、最大值、總計和平均值。選定的指標可以是衍生欄位或持續性衍生欄位。
 - 自動計算單元計數的總計函數（最小值、最大值、平均值、總計百分比等）。
 - 屬性值的總計函數（例如 avg(age)）會自動計算最小值、最大值、總計和平均值。
 - 衍生欄位支援包含多個屬性值（例如，(attribute1 + attribute2)）的表示式。
 - 「資料方塊建置」程序支援衍生欄位和持續性衍生欄位。
 - 衍生欄位支援 Groupby 表示式（例如，(groupby_where (ID, balance, avg, balance, (txn_date > reference_date))))。
 - 衍生欄位和持續性衍生欄位支援涉及使用者變數（在同一流程圖中定義為「資料方塊建置」程序並公開至 Distributed Marketing）的表示式。（如需 Distributed Marketing 的相關資訊，請參閱《Distributed Marketing 使用手冊》。）
 - 使用原始 SQL 自訂巨集的衍生欄位支援使用原始 SQL 的表示式。
 - 衍生欄位支援使用自訂巨集的表示式。
- 雖然資料方塊最多由 3 個維度組成，指標一次只能顯示兩個維度。未顯示的第三個維度仍予以計算並儲存在伺服器上，但在該特定報告的視覺化選取/產生報告中不予以使用。
- 可以在單元以及客群（例如，可以在交易層次處建立）上建置資料方塊。不過，如果將資料方塊建置在單元上，則只能在該流程圖中使用該資料方塊。因此，您可能要將資料方塊基於策略客群。
- 除非已正規化您的表格，否則使用多對多關係來定義目標客戶類型的維度可能會產生非預期的結果。資料方塊演算法依賴於正規化的表格。在選取並建置資料方塊之前，請先透過上捲資料（例如，透過資料準備階段作業將資料上捲至客戶層次）將其正規化。

註：如果在非正規化維度上建置資料方塊，則由於 Campaign 處理維度 ID 的方式，交叉分析報告中的總計計數將是錯誤的。如果您必須使用非正規化維度，請建置只包含兩個維度的資料方塊，並使用交易數（而不是客戶 ID）作為非正規化維度的最低層次指標，因為交易數總計將是正確的。

- 建立資料方塊維度時，您必須為維度提供名稱、目標客戶類型及對應於維度的表格。稍後，在階段作業或行銷活動流程圖中工作時，您可以使用對映資料庫表格的方式來對映此維度。
- 應該在使用者不存取資料方塊時建置資料方塊，通常在非營業時間及週末。

相關工作:

第 85 頁的『建立屬性的多維資料方塊』

第 11 章 IBM Campaign 報告概觀

IBM Campaign 提供了一些報告以協助管理行銷活動和行銷方案。

某些報告旨在用於流程圖設計階段。其他報告則在行銷活動部署之後，協助您分析聯絡回應和行銷活動有效性。

IBM Campaign 報告提供了多種不同類型的資訊：

- **特定於物件的報告**用於分析特定的行銷活動、行銷方案、單元或客群。要存取這些報告，請按一下行銷活動或行銷方案的**分析**標籤。
- **系統範圍的報告**提供了跨多個行銷活動、行銷方案、單元或客群的分析。如果要存取這些報告，請選擇**分析 > Campaign 分析**。
- **單元報告**提供了作為目標或用作控制項之客戶或潛在客戶的相關資訊。在建立行銷活動流程圖時，單元報告非常有用。要存取這些報告，請在編輯流程圖時按一下報告圖示 。

可用的報告取決於數個因素：

- 您的許可權，這些許可權由 IBM Campaign 管理者設定。
- 有些報告只在您安裝了 IBM Campaign 報告包並將 IBM Campaign 與 Cognos® 整合後才可用。如需相關資訊，請參閱《IBM Marketing Software 報告安裝和配置手冊》。另請參閱《IBM Campaign 報告規格》（作為壓縮檔隨報告包提供）。
- 適用於 eMessage、Interact 和 Distributed Marketing 的 Cognos 報告包也可用（如果您獲得這些其他產品的授權）。您可以從每個產品的分析頁面或者從行銷活動或行銷方案的**分析**標籤存取這些報告。如需相關資訊，請參閱那些產品的說明文件。

在流程圖開發期間使用流程圖單元報告

建立 Campaign 流程圖時，您可以使用流程圖單元報告來分析每一個程序的精確度。流程圖單元報告提供了所選 ID 以及每一個下游程序如何影響選取清單的相關資訊。

開始之前

要存取單元報告，您必須有權編輯或檢閱流程圖並檢視或匯出單元報告。如需有關系統定義之管理角色的單元報告許可權的資訊，請參閱《IBM Campaign 管理手冊》。

關於這項作業

IBM Campaign 提供了流程圖單元報告，以供在流程圖開發期間使用。某些報告會檢查由資料操作程序（「名單選取」、「資料合併」、「資料分群」、「資料抽樣」、「資料層級轉換」或「擷取」）作為輸出而產生的每一個單元或 ID 清單。其他報告顯示整個流程圖中的資料流，從一個程序到下一個程序。透過分析單元資料，您可以優化選取並識別可能的錯誤。另外，還可以確認每一個程序是否產生了預期輸出。例如，「單元內容」報告顯示單元中每一個 ID 的欄位值（例如，姓名、電話號碼和電子郵件位址）。

程序

1. 以「編輯」模式開啟流程圖。
2. 按一下流程圖工具列中的報告 。
3. 從清單中選取報告：
 - 『「單元清單」報告：顯示流程圖中所有單元的相關資訊』
 - 『「單元變數側寫」報告：對單元的一個性質進行側寫』
 - 第 209 頁的 『「單元變數交叉表」報告：同時對某個單元的兩個性質進行側寫』
 - 第 210 頁的 『「單元內容」報告：顯示單元內容』
 - 第 211 頁的 『「單元瀑布圖」報告：在下游程序中分析單元瀑布圖』

「單元清單」報告：顯示流程圖中所有單元的相關資訊

使用單元清單報告可以取得現行流程圖中所有單元的相關資訊。此報告提供已執行之任何程序的相關資訊。

程序

1. 以編輯模式開啟流程圖。
2. 按一下工具列中的報告 。

即會開啟「單元特定的報告」視窗。流程圖中的每個單元都對應於報告中的一列。

依預設，在要檢視的報告清單中，已選取「單元清單」報告。此報告會顯示來自流程圖之前次執行的資料。「狀態」直欄會指示流程圖執行類型，例如測試執行或正式作業執行。

3. 要對顯示畫面進行排序，請按一下報告中的直欄標頭。
4. 要變更顯示畫面，請按一下對話框工具列中的選項 ，然後選取下列其中一個選項：

- **樹狀視圖**：在資料夾階層中檢視流程圖單元。層次代表流程圖中的層次和關係。展開或收合每個層次可以顯示或隱藏該層次下的項目。

如果流程圖包含「資料合併」程序，則在報告中會用顏色對這些程序進行編碼。例如，Merge1 為紅色，Merge2 為藍色。並且，還會用顏色對每個「資料合併」程序的子項單元和母項單元進行編碼，所以，無論清單如何排序，您都可以輕鬆識別這些單元。例如，如果 Merge1 為紅色，則對於 Merge1 的所有子項程序和母項程序，單元 ID 欄位均為紅色。

- **表格視圖**：以表格格式檢視流程圖單元（預設值）。

「單元變數側寫」報告：對單元的一個性質進行側寫

使用單元變數側寫報告可以顯示與指定單元的一個變數相關聯的資料。例如，您可以選取 Gold.out 單元並指定「年齡」作為變數來查看所有信用卡卡客戶的年齡範圍。

關於這項作業

「單元變數側寫」報告顯示人口統計資訊，這些資訊可以協助您確定行銷活動的潛在目標。

程序

1. 以編輯模式開啟流程圖。
2. 按一下報告 。
3. 從要檢視的報告清單中選取單元變數側寫。
4. 從要側寫的單元清單中選取要進行側寫的單元。
5. 從欄位清單中選取一個欄位。
6. (選用) 要修改顯示畫面，請按一下選項 ，然後變更下列選項：
 - **容器數**：IBM Campaign 將欄位值進行分組，以建立相等大小的客群或容器。沿著水平軸的欄位值將組織到容器中。例如，如果針對「年齡」指定 4 個容器，則可能會將值分組到 20-29、30-39、40-49 和 50-59 容器中。如果您指定的數字小於不同欄位值的數量，則一些欄位將加入到一個容器中。預設上限容器數為 25。
 - **依 Meta 類型側寫**：此選項確保將代表日期、金額、電話號碼和其他數值資料的欄位值正確排序並組合到容器中，而不是基於 ASCII 文字進行排序。例如，按 Meta 類型進行側寫時，會將日期作為日期進行排序，而不是作為數值進行排序。
 - **檢視表格**：以表格格式檢視報告。每個容器都表示為一列，而每個容器的計數表示為一個直欄。
 - **檢視繪圖**：以圖形形式檢視報告。此選項是預設值。在報告上按一下滑鼠右鍵可以存取更多顯示選項。
 - **顯示第二個單元**：如果有多個單元可用於進行側寫，請選取此選項以在報告中檢視第二個單元。這兩個單元將以圖形格式並排顯示。

「單元變數交叉表」報告：同時對某個單元的兩個性質進行側寫

使用單元變數交叉表報告可以同時對指定單元的兩個欄位中的資料進行側寫。例如，您可以選取 Gold.out 單元的「年齡」和「數量」，以便按年齡來查看信用卡卡用戶的相對購買金額。

關於這項作業

您選取的每一個欄位都代表網格的一個軸。例如，您可以選取「年齡」作為 X 軸，並選取「金額」作為 Y 軸。此報告會將欄位值分成沿著每一個軸的若干容器。每一個交集處的框大小代表同時具有這兩個屬性的客戶 ID 的相對數目。例如，使用「年齡」和「金額」時，您可以直觀地確定哪些年齡群組花費的金錢最多。

程序

1. 以編輯模式開啟流程圖。
2. 配置並執行將會產生要進行側寫之單元的程序。
3. 按一下工具列中的報告 。
4. 從要檢視的報告清單中，選取單元變數交叉表。

5. 從單元清單中選取一個單元。
6. 從欄位 **1** 和欄位 **2** 清單中選取要進行側寫的欄位（變數）。
7. （選用）要修改顯示畫面，請按一下選項 ，然後變更下列選項：
 - **容器數**：IBM Campaign 將欄位值沿每一個軸進行分組，以建立相等大小的客群或容器。例如，如果針對「年齡」指定 4 個容器，則可能會將值分組到 20-29、30-39、40-49 和 50-59 容器中。如果您指定的數字小於不同欄位值的數量，則一些欄位將加入到一個容器中。預設容器數為 10。
 - **按 Meta 類型進行側寫**：依預設，已啟用此選項。此選項確保將代表日期、金額、電話號碼和其他數值資料的欄位值正確排序並組合到容器中，而不是基於 ASCII 文字進行排序。例如，按 Meta 類型進行側寫時，會將日期作為日期進行排序，而不是作為數值進行排序。
 - **檢視表格**：以表格格式檢視報告。
 - **檢視二維繪圖**：以二維繪圖形式檢視報告（預設值）。在報告上按一下滑鼠右鍵可以存取更多顯示選項。
 - **檢視三維繪圖**：以三維繪圖形式檢視報告。在報告上按一下滑鼠右鍵可以存取更多顯示選項。
 - **單元 1 顯示**：指定單元資訊在 X 軸上的顯示方式。對於特定數值欄位，您可以從值欄位清單中選取要操作的欄位。
 - **值欄位**（針對「單元 1 顯示」和「單元 2 顯示」）：將某個變數新增到正在進行側寫的現有變數。第二個變數將在代表第一個變數的框內顯示為一個框。

「單元內容」報告：顯示單元內容

使用單元內容報告可以顯示單元中的記錄的詳細資料。透過使用報告選項，可以顯示實際欄位值，例如單元中每一個客戶的電子郵件位址、電話號碼及其他人口統計資料。

關於這項作業

此報告可顯示來自現行目標客戶類型中所定義的任何表格來源的值。此報告對於驗證執行結果和確認您選取了預期的聯絡集合非常有用。

程序

1. 以編輯模式開啟流程圖。
2. 按一下工具列中的報告 。
3. 從要檢視的報告清單中選取單元內容。
4. 從要檢視的單元功能表中選取單元。
5. （選用）要修改顯示畫面，請按一下選項 ，然後指定下列選項：
 - **要檢視的上限列數**：變更報告顯示的上限列數。預設值為 100。
 - **要檢視的欄位**：在「可用欄位」區域中選取欄位，然後將其新增到「要檢視的欄位」區域。
 - **跳過 ID 重複的記錄**：選擇跳過具有重複欄位的記錄。如果您使用的是非正規表格，則此選項很有用。依預設，此選項已停用。

註：記錄欄位數限制為 10000。

「單元瀑布圖」報告：在下游程序中分析單元瀑布圖

使用單元瀑布圖報告可以查看使用流程圖中的每一個下游程序移除的個體數量。此報告提供每一個資料操作程序之輸出的相關資訊，因此您可以查看每一個後續程序對您的選取的影響程度。然後，您可以基於檢視每一個連續條件所引起的下降來優化目標計數。

關於這項作業

透過分析目標客戶成員數在單元處理期間的下降，可以優化選取並確定可能的錯誤。另外，還可以確認每一個程序是否產生了預期輸出。例如，您可以查看最初選取的 ID 數，然後查看對這些結果使用「資料合併」程序時發生的情況。透過這種方式，您可以查看由每一個連續條件引起的下降。如果流程圖複雜且包含多個處理路徑，則您可以選取要分析的路徑。

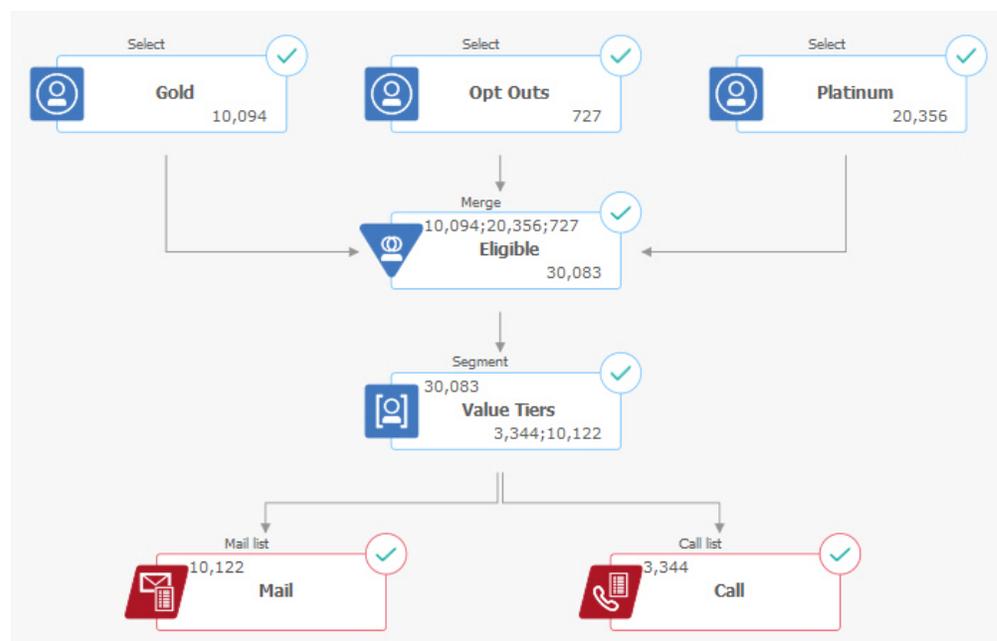
程序

1. 以編輯模式開啟流程圖。
2. 按一下流程圖視窗工具列中的報告 。
3. 從要檢視的報告清單中選取單元瀑布圖。
4. 從單元清單中選取要分析的單元。
5. 如果該單元連接到多個下游程序，請使用路徑清單來指示流程圖中要分析的路徑。

單元瀑布圖報告範例

此範例顯示您可以如何使用「單元瀑布圖」報告來識別影響輸出量的程序。該報告按百分比和數量提供關於輸出的詳細資料。

此範例分析如下所示行銷活動流程圖中名為「黃金」之「名單選取」程序的輸出。



此流程圖的「單元瀑布圖」報告顯示在下圖中。在報告頂端的單元清單中，已選取「黃金」單元。因此，報告會分析來自「黃金」選取程序的輸出。因為「黃金」單元在此流程圖中只有一個路徑（從「黃金」到「合格」），所以路徑清單在此範例中無關。如果「黃金」程序框對流程圖中的其他程序提供了輸出，則您可以使用路徑清單來查看其他序列。

Cell name [process]	Size	#IDs removed	%Remain	Seg%	#IDs (removal query)	Removal query	Notes
Gold [Gold]	10094	0	100.00				
Eligible [Eligible]	30083	Added 19989	298.03	0.00	727	All	
Value Tiers	Unknown	Unknown	Unknown				
Segment1	3344			11.12		ACC_DEMO_CUSTOMER.HHOLD_ID < 3000	
Segment2	10122			33.85		ACC_DEMO_CUSTOMER.HHOLD_ID > 3000	
Total	Unknown	Unknown	Unknown				

每一個單元都由其輸出單元名稱加上顯示在方括弧內的 [程序名稱] 來識別。這些名稱在程序配置對話框的「一般」標籤上進行指定。

此範例報告顯示下列進度：

1. 「黃金」單元中的 ID 傳遞至名為「合格」的「資料合併」程序。
2. 您可以看到新增了部分 ID 並移除了部分 ID。
3. 透過查看流程圖，您可以看到「白金」（「選取」）程序新增了部分 ID，而「退出」（「選取」）程序移除了部分 ID。
4. 「合格」ID（「黃金」和「白金」，減去「退出」）傳遞至名為「值層級」的「資料分群」程序。
5. 「資料分群」程序將「合格」ID 劃分到多個聯絡通路。

「總計」列顯示「黃金」程序最初選取的 ID 數。此列還會顯示保留的「黃金」ID 數和百分比。

列印或匯出流程圖單元報告

您可以列印任何流程圖單元報告，也可以將其匯出為另一種格式。

程序

1. 開啟流程圖。
2. 按一下報告 。
3. 從清單中選取一個報告，並設定任何特定於報告的控制項。
4. 按一下列印  以列印該報告。
5. 按一下匯出 ，以逗點區隔的值 (CSV) 檔案形式儲存該報告。指定檔名，但不要包括路徑或副檔名。如果要在 CSV 檔案中包括直欄標頭，請勾選包括直欄標籤。然後，按一下匯出。

系統會提示您開啟或儲存檔案。

使用報告來分析行銷活動和行銷方案

IBM Campaign 提供報告來協助您分析行銷活動和行銷方案的相關資訊。部分報告可以在行銷活動開發期間作為規劃程序的一部分來執行。其他報告顯示行銷活動結果，以便您可以分析及細部調整行銷方案和行銷活動策略。

開始之前

在執行行銷活動之前，請先使用 IBM Campaign 流程圖單元報告來分析您的選取。若要使用單元報告，請以編輯模式開啟流程圖，並按一下頁面頂端的報告鏈結。如需相關資訊，請參閱第 207 頁的『在流程圖開發期間使用流程圖單元報告』。

關於這項作業

IBM Campaign 報告提供行銷方案、客群及行銷活動的詳細資訊。透過檢視報告，您可以分析行銷活動方案、回應率、收益、每個回應端的利潤以及其他資料，以計算總收入和遞增收入、利潤及 ROI。

程序

1. 若要分析個別行銷活動、行銷方案或客群，請使用分析標籤：
 - a. 開啟行銷活動功能表，然後選擇行銷活動、行銷方案或客群。
 - b. 按一下行銷活動、行銷方案或客群的名稱。
 - c. 按一下分析標籤。
 - d. 從頁面頂端的報告類型清單中選取報告。報告會顯示在同一視窗中。
2. 若要分析多個行銷活動、行銷方案、單元或客群的結果，請使用 **Campaign 分析** 頁面：
 - a. 選取分析 > Campaign 分析。
 - b. 按一下其中一個報告資料夾。
 - c. 按一下報告鏈結。

如果報告容許過濾，則會開啟「報告參數」視窗。

- d. 選取一個以上作為過濾報告依據的物件。透過按住 **Ctrl** 鍵的同時按一下滑鼠左鍵來選取多個物件。您的許可權決定所顯示的物件。
- e. 按一下產生報告。

報告會顯示在同一視窗中。報告的產生日期和時間會顯示在頁面底端。如果報告顯示為多頁，請使用所提供的控制項來移至報告的頂端或底端，或者移至上頁或下頁。

結果

「報告」工具列將對 Cognos 所產生的報告顯示。該工具列無法用於行事曆或客群報告，或者流程圖單元報告。您可以使用「報告」工具列來執行下列作業：

- 保留此版本：透過電子郵件傳送報告
- 往下探查/往上探查：用於支援維度探查的報告。
- 相關鏈結：用於支援維度探查的報告。

- **檢視格式：**報告的預設檢視格式是 HTML。您可以從清單中選擇其他檢視格式。圖示會變更以指出選取的檢視選項。

註：並非所有報告都可以用所有格式來檢視。例如，無法以 CSV 或 XML 格式來檢視使用多個查詢的報告。

IBM Campaign 報告清單

IBM Campaign 報告用於協助您設計高效的市場行銷活動和分析行銷活動結果。

標準報告

行銷活動管理者和設計人員使用下列報告來計劃和分析行銷活動。

表 12. 適用於行銷活動開發的標準報告

報告	說明	存取方式
客群交叉表分析	行銷活動管理者使用此報告來逐層分析到單元並建立「名單選取」程序，以用於行銷活動或階段作業流程圖中。 此報告計算關於資料方塊中任何兩個維度的詳細資訊，然後以表格格式顯示結果。只有屬於資料方塊的策略客群或單元可以在此報告中進行分析。	請使用行銷活動的分析標籤。
客群設定檔分析	行銷活動管理者使用此報告來建置策略客群並構造資料方塊，以用於多個行銷活動。 此報告計算並顯示策略客群的維度計數。資訊同時顯示在表格視圖和圖形視圖中。只有屬於資料方塊的策略客群可以在此報告中進行分析。	請使用行銷活動的分析標籤。
Campaign 流程圖狀態摘要	行銷活動設計人員在執行測試或正式作業執行之後使用此報告來確定流程圖執行期間是否發生了任何錯誤。	請使用行銷活動的分析標籤。
行銷活動的行事曆	行銷活動設計人員在計劃和執行行銷活動時使用行事曆報告。 這些報告根據行銷活動中定義的「生效日」和「到期日」在行事曆上顯示行銷活動和行銷方案。雙箭頭指示行銷活動的開始 (>>) 日期和結束 (<<) 日期。	選擇分析 > Campaign 分析。

流程圖單元報告

設計行銷活動流程圖時，請使用流程圖單元報告來協助確定市場行銷活動的預期目標。單元是由資料操作程序（「名單選取」、「資料合併」、「資料分群」、「資料抽樣」、「資料層級轉換」或「擷取」）作為輸出而產生的 ID 清單。要存取單元報

告，請在編輯流程圖時按一下報告圖示 。

表 13. 行銷活動流程圖單元報告

報告	說明
單元清單	顯示現行流程圖中所有單元的相關資訊。每一個單元都代表一個潛在目標群組。 如需相關資訊，請參閱第 208 頁的『「單元清單」報告：顯示流程圖中所有單元的相關資訊』。

表 13. 行銷活動流程圖單元報告 (繼續)

報告	說明
單元變數側寫	<p>顯示人口統計資訊以確定行銷活動的潛在目標。可以顯示某個單元的一個變數的資料。例如，可以顯示信用卡金卡客戶的年齡範圍。</p> <p>如需相關資訊，請參閱第 208 頁的『「單元變數側寫」報告：對單元的一個性質進行側寫』。</p>
單元變數交叉表	<p>顯示人口統計資訊以確定行銷活動的潛在目標。可以顯示某個單元的兩個變數的資料。例如，使用「金卡」信用卡單元的「年齡」和「數量」時，您可以直觀地確定哪些年齡群組花費的金錢最多。</p> <p>如需相關資訊，請參閱第 209 頁的『「單元變數交叉表」報告：同時對某個單元的兩個性質進行側寫』。</p>
單元內容	<p>顯示單元中記錄的相關詳細資料。例如，您可以檢視單元中每一個客戶的電子郵件位址、電話號碼及其他人口統計資料。使用此報告可以驗證執行結果並確認您選取的是預期的聯絡集合。</p> <p>如需相關資訊，請參閱第 210 頁的『「單元內容」報告：顯示單元內容』。</p>
單元瀑布圖	<p>分析目標客戶成員數在處理單元期間的下降情況，以便您可以優化選取並識別可能的錯誤。例如，您可以查看最初選取的 ID 數，然後查看使用「資料合併」程序排除選擇性退出時發生的情況。</p> <p>如需相關資訊，請參閱第 211 頁的『「單元瀑布圖」報告：在下游程序中分析單元瀑布圖』。</p>

Cognos 報告

Cognos 報告隨 IBM Campaign 報告包一起提供。使用 Cognos 報告可以計劃、調整和分析行銷活動。這些報告是範例，您可以進行自訂以供您自己使用。要存取這些報告，您必須將 IBM Campaign 與 IBM Cognos 整合。如需指示，請參閱《IBM Marketing Software 報告安裝和配置手冊》。

表 14. Cognos 報告

報告	說明	存取方式
行銷活動總結	<p>行銷活動設計人員在建立和執行行銷活動時使用此報告。</p> <p>此報告顯示已建立之所有行銷活動的相關資訊。其中列出每一項行銷活動的行銷活動代碼、建立日期、開始和結束日期、前次執行日期，提案和目標。</p> <p>如需相關資訊：請參閱隨報告包提供的《IBM Campaign 報告規格》。</p>	選擇分析 > Campaign 分析。
行銷方案活動清單	<p>行銷活動設計人員在計劃行銷方案或者建立和執行行銷活動時使用此報告。</p> <p>此報告顯示隨各種行銷活動提供的行銷方案；此報告按行銷方案分組列出行銷活動。其中列出行銷活動代碼、提案、開始和結束日期，以及前次執行日期。</p> <p>如需相關資訊：請參閱隨報告包提供的《IBM Campaign 報告規格》。</p>	選擇分析 > Campaign 分析。

表 14. Cognos 報告 (繼續)

報告	說明	存取方式
效能報告	行銷活動設計人員和市場行銷經理在計劃行銷方案和行銷活動時使用「假設情況分析」行銷方案財務總結報告。 在部署行銷活動並取得回應資料之後，他們使用其他效能報告。這些報告透過跨行銷活動、行銷方案、單元或客群查看聯絡和回應資料來分析行銷活動結果。 如需相關資訊，請參閱『IBM Campaign 的效能報告』。	選擇分析 > Campaign 分析 > 效能報告，以跨一個以上行銷活動、行銷方案、單元或客群來分析結果。 要分析特定行銷活動的結果，請開啟行銷活動或行銷方案的分析標籤。

IBM Campaign 的效能報告

效能報告隨 IBM Campaign 報告包一起提供。效能報告是範例報告，您可以對其進行修改以便跨一個以上行銷活動、行銷方案、單元或客群分析聯絡和回應資料。

要使用這些報告，您必須將 IBM Campaign 與 IBM Cognos 整合。如需相關資訊，請參閱：

- 《IBM Marketing Software 報告安裝和配置手冊》。
- 《IBM Campaign 報告規格》（隨報告包提供的壓縮檔）。此規格提供了效能報告的輸出範例。

您可以透過下列方式來取得效能報告：

- 從行銷活動或行銷方案的分析標籤。
- 透過選擇分析 > Campaign 分析 > 效能報告，跨一個以上行銷活動、行銷方案、單元或客群來分析結果。

在計劃行銷方案和行銷活動時使用「假設情況分析」行銷方案財務總結報告。在部署行銷活動並取得回應資料之後，使用其他效能報告。

表 15. 效能報告

報告	說明
「假設情況分析」行銷方案財務總結	此報告基於您的輸入來計算行銷方案的假設財務效能。您需要指定參數，以評估不同的回應率實務。此報告計算六個實務的財務效能（基於您指定的回應率和回應率增量向上遞增）。例如，如果您指定回應率為 2% 且增量為 0.25%，則此報告將返回六個實務的效能資料，其回應率範圍為 2% 到 3.25%。 您可以選擇性地變更此報告中的參數，例如每次聯絡的成本、行銷方案履行固定成本和每個回應的收入。
行銷活動詳細的行銷方案回應分組	「行銷活動詳細行銷方案回應分組」報告提供行銷方案回應類型的行銷活動效能資料。此報告列出所有與某個行銷活動關聯的行銷方案，並跨所有通路指示每一種回應類型的回應數量。 如果配置了 eMessage 行銷方案整合，則此報告將包括「eMessage 鏈結點擊」回應類型的相關資訊。目前不支援登入網頁和 SMS 回覆訊息。目前，ETL 處理程序不會對於那些回應類型的直欄進行移入。
行銷活動財務總結（依行銷方案）（實際）	「行銷活動財務總結（依行銷方案）（實際）」報告提供行銷活動內行銷方案的財務資料。所包括的資料像是：聯絡成本、總收入、淨利，以及 ROI。

表 15. 效能報告 (繼續)

報告	說明
每月的行銷活動方案效能	「每月的行銷活動方案效能」報告顯示指定月的行銷活動效能以及行銷活動內每個行銷方案的效能資料。此報告列出指定月的給定行銷方案數、回應交易數以及回應率。
行銷活動效能比較	「行銷活動效能比較」報告會比較行銷活動的財務效能。所包括的資料像是：回應交易、回應率、非重複回應者數，以及回應者比率。此報告還包括解除控制群組資訊，該資訊會顯示回應的增加（與控制群組相比）。
行銷活動效能比較（含收入）	「行銷活動效能比較（含收入）」報告對所選行銷活動的財務效能進行比較。此報告包括諸如回應交易、回應率、非重複回應者數、回應者比率和實際收入之類的資料。此報告還包括可選的解除控制群組資訊，該資訊會顯示回應的增加（與控制群組相比）。
行銷活動效能比較（依提案）	「行銷活動效能比較（依提案）」報告對所選行銷活動（按其提案分組）的財務效能進行比較。所包括的資料像是：回應交易、回應率、非重複回應者數，以及回應者比率。此報告還包括可選的解除控制群組資訊，該資訊會顯示回應的增加（與控制群組相比）。
行銷活動效能摘要（依單元）	「行銷活動效能摘要（依單元）」報告會以根據對應行銷活動分組的單元，來提供行銷活動的效能資料。此報告包括諸如給定的行銷方案數目、回應交易數目、回應率、非重複回應者數，以及回應者比率之類的資料。此報告還包括解除控制群組資訊，該資訊會顯示回應的增加（與控制群組相比）。
行銷活動效能摘要（依單元）（含收入）	「行銷活動效能摘要（依單元）（含收入）」報告提供所選行銷活動的效能資料，並且單元按相應行銷活動分組。所包括的資料像是：給定的行銷方案數目、回應交易數目、回應率、非重複回應者數、回應者比率，以及實際收入。此報告還包括可選的解除控制群組資訊，該資訊會顯示回應的增加（與控制群組相比）。 註：此報告需要回應歷程表中的額外追蹤欄位「收入」。
行銷活動效能摘要（依單元和提案）	「行銷活動效能摘要（依單元和提案）」報告提供所選行銷活動的效能資料，並且單元按相應行銷活動和提案分組。此報告包括諸如給定的行銷方案數目、回應交易數目、回應率、非重複回應者數，以及回應者比率之類的資料。此報告還包括可選的解除控制群組資訊，該資訊會顯示回應的增加（與控制群組相比）。
行銷活動效能摘要（依單元和行銷方案）	「行銷活動效能摘要（依單元和行銷方案）」報告使您能夠在同一報告中同時按行銷方案和單元來查看行銷活動效能。此報告列出每個行銷活動以及每個單元和關聯的行銷方案名稱。對於單元和行銷方案的每個組合，此報告顯示給定行銷方案數、回應交易數、回應率、非重複收件者數和回應者數以及回應者比率。此報告還包括解除控制群組資訊，該資訊會顯示回應的增加（與控制群組相比）。
行銷活動效能摘要（依單元和行銷方案）（含收入）	「行銷活動效能摘要（依單元和行銷方案）（含收入）」報告使您能夠在同一報告中同時按行銷方案和單元來查看行銷活動效能以及收入資訊。此報告列出每個行銷活動以及每個單元和關聯的行銷方案名稱。對於單元和行銷方案的每個組合，此報告顯示給定行銷方案數、回應交易數、回應率、非重複收件者數和回應者數、回應者比率以及收入。此報告還包括解除控制群組資訊，該資訊會顯示回應的增加（與控制群組相比）。 註：此報告需要回應歷程表中的額外追蹤欄位「收入」。
行銷活動效能摘要（依行銷方案）	「行銷活動效能摘要（依行銷方案）」報告提供行銷活動和行銷方案的效能摘要，並且所選行銷方案按對應行銷活動分組。此報告包括諸如給定行銷方案數、回應交易數、回應率、非重複回應者數以及回應者比率之類的資料。此報告還包括解除控制群組資訊，該資訊會顯示回應的增加（與控制群組相比）。
行銷活動效能摘要（依行銷方案）（含收入）	「行銷活動效能摘要（依行銷方案）（含收入）」報告提供所選行銷活動的行銷方案效能的摘要。所包括的資料像是：給定的行銷方案數目、回應交易數目、回應率、非重複回應者數、回應者比率，以及實際收入。此報告還包括可選的解除控制群組資訊，該資訊會顯示回應的增加（與控制群組相比）。
每日的行銷方案效能	「每日的行銷方案效能」報告顯示指定日期或日期範圍的行銷方案效能。此報告列出指定日期或日期範圍的給定行銷方案數、回應交易數以及回應率。

表 15. 效能報告 (繼續)

報告	說明
行銷方案效能比較	「行銷方案效能比較」報告對所選行銷方案的效能進行比較。此報告包括諸如給定行銷方案數、回應交易數、回應率、非重複回應者數以及回應者比率之類的資料。此報告還包括解除控制群組資訊，該資訊會顯示回應的增加（與控制群組相比）。
行銷方案效能指標	「行銷方案效能指標」報告基於各種回應屬性（例如，最佳符合、部分符合和多重符合）對所選行銷方案的效能進行比較。此報告還包括可選的解除控制群組資訊以及各種歸屬率之間的差異百分比。
行銷方案效能摘要（依行銷活動）	「行銷方案效能摘要（依行銷活動）」報告提供所選行銷方案的效能摘要，並按行銷活動分組。此報告包括諸如給定行銷方案數、回應交易數、回應率、非重複回應者數以及回應者比率之類的資料。此報告還包括解除控制群組資訊，該資訊會顯示回應的增加（與控制群組相比）。

相關概念:

第 165 頁的『如何追蹤對行銷活動的回應』

第 97 頁的『回應設定程序』

第 170 頁的『直接回應』

第 173 頁的『歸屬方法』

Campaign 的 IBM Cognos 報告 Portlet

IBM Cognos 報告 Portlet 隨附於 Campaign 報告套件。使用報告 Portlet 可以分析回應率和行銷活動有效性。

您可啟用預定義的儀表板 Portlet，然後將它們新增至您建立的任何儀表板。要管理儀表板並向其新增 Portlet，請按一下儀表板 > 建立儀表板。

表 16. Campaign 的 IBM Cognos 報告 Portlet

報告	說明
Campaign 投資收益率比較	這是一個 IBM Cognos 報告，此報告在較高層次對檢視此報告的使用者所建立或更新之行銷活動的 ROI 進行比較。
Campaign 回應率比較	這是一個 IBM Cognos 報告，此報告對檢視此報告的使用者所建立或更新的一個以上行銷活動的回應率進行比較。
Campaign 收入比較 (依行銷方案)	這是一個 IBM Cognos 報告，此報告對每個行銷活動到目前為止收到的收入進行比較，該行銷活動包含由檢視此報告的使用者建立或更新的行銷方案。
過去 7 天的行銷方案回應	這是一個 IBM Cognos 報告，此報告根據檢視此報告的使用者所建立或更新的每個行銷方案，對過去 7 天內收到的回應數進行比較。
行銷方案回應率比較	這是一個 IBM Cognos 報告，此報告按照檢視此報告的使用者所建立或更新的行銷方案對回應率進行比較。
行銷方案回應分組	這是一個 IBM Cognos 報告，此報告顯示由檢視此報告的使用者建立或更新的作用中行銷方案（按狀態分組）。

Campaign 清單 Portlet

標準的 Campaign 清單 Portlet 可用於儀表板，即使未安裝 Campaign 的報告套件也是如此。

表 17. Campaign 清單 Portlet

報告	說明
我的自訂書籤	這是一列鏈結，這些鏈結指向由檢視此報告的使用者建立的網站或檔案。
我最近的行銷活動	這是由檢視此報告的使用者建立的最近行銷活動清單。
我最近的階段作業	這是由檢視此報告的使用者建立的最近階段作業的清單。
行銷活動監視器 Portlet	這是由檢視此報告的使用者建立而且已執行或目前正在執行之行銷活動的清單。

透過電子郵件傳送報告

如果已配置要與 Cognos 配合使用的 SMTP 伺服器，則您可以透過電子郵件從 Campaign 中直接傳送報告。

開始之前

如果您透過 IBM 產品獲得 Cognos 軟體使用權，則不支援包括報告鏈結的選項。要使用此功能，您必須購買 Cognos 的完全軟體使用權。

程序

1. 在報告完成執行之後，請按一下「報告」工具列上的**保留此版本**，然後從清單中選取**透過電子郵件傳送報告**。您將看到**設定電子郵件選項**頁面，您在該頁面中指定收件者以及可選的訊息文字。
2. 要將該報告作為電子郵件訊息中的附件進行傳送，請選中**附加報告**勾選框並清除**包括報告鏈結**勾選框。
3. 按一下**確定**。此要求將傳送到電子郵件伺服器。

重新執行報告

報告針對資料來源而產生，以反映最新的資料。如果您確信自您要檢視的報告上次執行以來資料已變更，並希望檢視最新版本，則可以重新執行此報告。

第 12 章 IBM Campaign 物件名稱中的特殊字元

部分特殊字元在任何 IBM Campaign 物件名稱中都不受支援。此外，部分物件具有特定的命名限制。

註：如果將物件名稱傳遞至資料庫（例如，如果使用包含流程圖名稱的使用者變數），則您必須確保該物件名稱只包含受特定資料庫支援的字元。否則，您將接收到資料庫錯誤。

不支援的特殊字元

下列特殊字元在行銷活動、流程圖、資料夾、行銷方案、行銷方案清單、客群或階段作業的名稱中不受支援。這些字元在「Campaign 設定」中定義的「目標客戶類型名稱」和對應的欄位名稱中也不受支援。

表 18. 不支援的特殊字元

字元	說明
%	百分比
*	星號
?	問號
	垂直線
:	冒號
,	逗點
<	小於號
>	大於號
&	and 符號
\	反斜線
/	正斜線
"	雙引號
+	加號
\$	美元
Tab	定位字元

沒有命名限制的物件

IBM Campaign 中的下列物件對其名稱中使用的字元沒有任何限制。

- 自訂屬性顯示名稱（內部名稱的確有命名限制）
- 行銷方案範本

具有特定命名限制的物件

IBM Campaign 中的下列物件具有特定的名稱限制。

- 自訂屬性內部名稱
- 在「Campaign 設定」中定義的「目標客戶類型名稱」和對應的欄位名稱
- 單元
- 衍生欄位
- 使用者表格名稱和欄位名稱

對於上述物件，名稱必須：

- 僅包含英文字母或數值字元或底線 (_) 字元
- 以英文字母開頭

對於基於非拉丁語的語言，IBM Campaign 支援已配置的字串編碼所支援的所有字元。

註：衍生欄位名稱具有其他限制。

第 13 章 包裝流程圖檔案以進行疑難排解

如果您需要 IBM 的幫助來對流程圖進行疑難排解，則您可以自動收集相關資料，以傳送至「IBM 技術支援中心」。

開始之前

只有具有編輯或執行流程圖許可權的使用者才可以執行這個程序。如果您沒有「檢視日誌」許可權，則您無法在選取視窗中選取與日誌相關的項目。

關於這項作業

執行此項作業以包裝流程圖資料，以便您可以將它們傳送至「IBM 技術支援中心」。您可以指定要包括的項目，並指示日期範圍以限制資料。資料會寫入您選擇的資料夾，且內容可以壓縮並傳送至「IBM 技術支援中心」。

程序

1. 以**編輯**模式開啟流程圖。
2. 選取**管理 > 收集流程圖資料**。
3. 在「建立用於疑難排解的資料套件」視窗中，鍵入套件的名稱或保留預設名稱。套件名稱將用於建立子資料夾，選定的資料項目將寫入該子資料夾。
4. 按一下**瀏覽**並選取將用於儲存資料套件的資料夾。
5. 選取您要包括在套件中的項目，或者勾選**選取預設項目**以選取通常需要的所有資料。選取時，部分項目可能容許輸入其他資訊。

如需相關資訊，請參閱第 224 頁的『用於包裝流程圖資料的選項』。

6. 按一下**確定**，以建立套件。
7. 使用電子郵件或支援代表建議的方法，將資料套件傳送至「IBM 技術支援中心」。「IBM 技術支援中心」接受未經壓縮的資料（整個套件子目錄），但您可以先選擇性地壓縮、加密並包裝檔案到單一檔案中，然後再將其傳送。

結果

除您選取的資料項目之外，Campaign 還建立用來識別下列項目的摘要檔：

- 現行日期及時間
- 軟體的版本及建置號碼
- 使用者名稱
- 您包括在套件中的選項
- 行銷活動名稱及 ID
- 流程圖名稱及 ID

用於包裝流程圖資料的選項

選取**管理 > 收集流程圖資料**可包裝流程圖檔案，以傳送至「IBM 技術支援中心」。出現提示時，請指定本主題中說明的選項。

表 19. 用於包裝流程圖資料的選項

項目	所包括內容的說明	您可能設定的其他規格
選取預設項目勾選框	通常，對流程圖進行疑難排解時所需的所有資料，其中包括所有列出的項目（不含日誌檔）以及使用者表格及聯絡歷程表的內容。	
流程圖	流程圖 .ses 檔。	是否包括執行結果？（選用），包括或排除執行時期資料檔案，亦稱為「底線」檔。
流程圖日誌	流程圖 .log 檔。	（選用）設定開始及結束時間戳記。如果不設定這些時間戳記，則預設值為整個日誌檔。
接聽器日誌	unica_aclsnr.log 檔。	（選用）設定開始及結束時間戳記。如果不設定這些時間戳記，則預設值為整個日誌檔。
啟動日誌	AC_sess.log 檔。	（選用）設定開始及結束時間戳記。如果不設定這些時間戳記，則預設值為整個日誌檔。
Web 訊息日誌	AC_web.log 檔。	（選用）設定開始及結束時間戳記。如果不設定這些時間戳記，則預設值為整個日誌檔。
Campaign 配置	.config 檔，該檔案列出 Campaign 環境中的配置內容及設定，以協助您對流程圖進行疑難排解。	
行銷活動自訂屬性	customcampaignattributes.dat 檔，該檔案列出 Campaign 自訂屬性的屬性名稱/值配對。只包括與現行行銷活動相關的項目。	
單元自訂屬性	customcellattributes.dat 檔，該檔案列出 Campaign 單元自訂屬性的屬性名稱/值配對。只包括與現行行銷活動相關的項目。	
行銷方案定義	針對下列與行銷方案相關的系統表，包括所有列：UA_AttributeDef.dat、UA_Folder.dat、UA_Offer.dat、UA_OfferAttribute.dat、UA_OfferList.dat、UA_OfferListMember.dat、UA_OfferTemplate.dat、UA_OfferTemplateAttr.dat、UA_OfferToProduct.dat、UA_Product.dat、UA_ProductIndex.dat	
目標單元試算表資料	targetcellspreadsheet.dat 檔，該檔案包括整個目標單元試算表的 UA_TargetCells 中的資料。以直欄/列定界的文字格式包括現行行銷活動的資料。	
自訂巨集定義	custommacros.dat 檔，該檔案包括 UA_CustomMacros 中的下列欄位（採用直欄/列格式）：Name、FolderID、Description、Expression、ExpressionType、DataScrName、DataVarType、DataVarNBytes、CreateDate、CreatedBy、UpdateDate、UpdateBy、PolicyIS、ACLID	

表 19. 用於包裝流程圖資料的選項 (繼續)

項目	所包括內容的說明	您可能設定的其他規格
系統表格對映	systablemapping.xml 檔。包括所有系統表對映，其中包括資料來源。	
+ 併入系統表格內容	選取這個選項時，它會展開以列出所有系統表。	選取要包括的每一個系統表。將包括整個表格 (所有列和所有直欄)。 如果不選取任何子選項，則套件將不包括任何系統表。
+ 併入聯絡歷程表	選取這個選項時，它會展開以顯示每一個目標客戶類型的聯絡歷程及詳細聯絡歷程表。	針對您選取的每一個集，套件都將包括該目標客戶類型的聯絡歷程及詳細聯絡歷程記錄。 您可以選擇性地設定開始與結束時間戳記。如果不設定這些時間戳記，則預設值為所有記錄。 如果不選取子選項，則套件將不包含任何聯絡歷程表資訊。
+ 併入回應歷程表	選取這個選項時，它會展開以顯示所有目標客戶類型的回應歷程表。	針對您選取的每一個表格，套件都將包括該目標客戶類型的回應歷程記錄。 針對您選取的每一個表格，您可以選擇性地設定開始與結束時間戳記。如果不設定這些時間戳記，則預設值為所有記錄。 如果不選取表格，則套件將不包含任何回應歷程表資訊。
+ 併入使用者表格內容	選取這個選項時，它會展開以顯示您可以為套件選取的使用者表格內容。	從流程圖中選取要包括的使用者表格。 如果不選取任何表格，則套件將不包括任何使用者表格內容。 針對您選取的每一個使用者表格，您可以選擇性地設定要包括的列數上限。如果不設定列數上限，則套件將包括整個表格。
+ 併入策略客群	選取這個選項時，它會展開以顯示您可以為套件選取的所有策略客群。	從流程圖中選取您要包括的每一個策略客群的客群資料。
+ 併入堆疊追蹤檔	此選項僅適用於 UNIX 版本。選取這個選項時，它會展開以顯示 unica_aclsnr.log 所在目錄內堆疊追蹤檔 (*.stack) 的清單。	選取您要包括在套件中的堆疊追蹤檔。如果您沒有選取任何子選項，則套件將不會包括任何堆疊追蹤檔。

在聯絡 IBM 技術支援中心之前

若遇到無法透過查閱說明文件來解決的問題，貴公司指定的支援聯絡人可致電 IBM 技術支援。使用這些準則來確保已有效且順利地解決了問題。

若您不是貴公司指定的支援聯絡人，請聯絡 IBM 管理者獲取相關資訊。

註：技術支援中心不會撰寫或建立 API Script。如需用於實作 API 產品的協助，請與 IBM Professional Services 聯絡。

要收集的資訊

聯絡 IBM 技術支援之前，請收集下列資訊：

- 問題本質的簡要說明。
- 發生問題時，所看到的詳細錯誤訊息。
- 重現問題的詳細步驟。
- 相關的日誌檔、階段作業檔、配置檔和資料檔。
- 可在「系統資訊」中取得之 產品以及系統環境的相關資訊。

系統資訊

致電 IBM 技術支援時，可能會要求您提供所在環境的相關資訊。

如果問題不影響登入，則可以在用來提供已安裝 IBM 應用程式之相關資訊的「關於」頁面獲取大部分資訊。

選取說明 > 關於來存取「關於」頁面。如果無法存取「關於」頁面，請檢查位於應用程式安裝目錄下面的 version.txt 檔。

IBM 技術支援的聯絡資訊

有關聯絡 IBM 技術支持的方式，請參閱 IBM 產品支援網站：http://www.ibm.com/support/entry/portal/open_service_request。

註：若要輸入支援請求，必須使用 IBM 帳戶登入。此帳戶必須已鏈結至 IBM 客戶號碼。如果要進一步瞭解如何將帳戶與 IBM 客戶號碼建立關聯，請參閱支援入口網站上的支援資源 > 授與的軟體支援。

注意事項

本資訊係針對 IBM 在美國所提供之產品與服務所開發。

IBM 在其他國家不一定提供本文中討論的產品、服務或特性。請洽詢當地的 IBM 業務代表，以取得當地目前提供的產品和服務之相關資訊。本文件在提及 IBM 的產品、程式或服務時，不表示或暗示只能使用 IBM 的產品、程式或服務。只要未侵犯 IBM 之智慧財產權，任何功能相當之產品、程式或服務皆可取代 IBM 之產品、程式或服務。不過，任何非 IBM 之產品、程式或服務，使用者必須自行負責作業之評估和驗證責任。

本文件所說明之主題內容，IBM 可能擁有其專利或專利申請案。提供本文件不代表提供這些專利的授權。您可以書面提出授權查詢，來函請寄到：

IBM Director of Licensing
IBM Corporation
North Castle Drive
Armonk, NY 10504-1785
U.S.A.

有關於雙位元組 (DBCS) 資訊的許可查詢，請與貴國之「IBM 智慧財產部門」聯絡，或以書面方式寄送至：

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

下列段落若與該國之法律條款抵觸，即視為不適用：International Business Machines Corporation 只依「現況」提供本出版品，不提供任何明示或默示之保證，其中包括且不限於不違反規定、可商用性或特定目的之適用性的隱含保證。有些地區在特定交易上，不允許排除明示或暗示的保證，因此，這項聲明不一定適合您。

本資訊中可能會有技術上或排版印刷上的訛誤。因此，IBM 會定期修訂；並將修訂後的內容納入新版中。IBM 隨時會改進及/或變更本出版品所提及的產品及/或程式，不另行通知。

本資訊中任何對非 IBM 網站的敘述僅供參考，IBM 對該網站並不提供保證。這些網站所提供的資料不是 IBM 本產品的資料內容，如果要使用這些網站的資料，您必須自行承擔風險。

IBM 得以各種 IBM 認為適當的方式使用或散布您提供的任何資訊，而無需對您負責。

如果本程式之獲授權人為了 (i) 在個別建立的程式和其他程式（包括本程式）之間交換資訊，以及 (ii) 相互使用所交換的資訊，因而需要相關的資訊，請洽詢：

IBM Corporation
B1WA LKG1

550 King Street
Littleton, MA 01460-1250
U.S.A.

上述資料之取得有其適用的條款和條件，在某些情況下必須付費方得使用。

IBM 基於 IBM 客戶合約與 IBM 國際程式授權合約（或任何同等合約）條款，提供本文件所提及的授權程式與其所有適用的授權資料。

本文件中所含的任何效能資料是在控制環境中得出。因此，在其他作業環境下得到的結果可能會大不相同。部份測量可能是在開發層次系統上進行，所以不保證這些測量在一般可用的系統上也相同。再者，部分測量可能是經由推論來預估。但實際結果可能並非如此。本文件的使用者應依自己的特定環境，查證適用的資料。

本文件所提及之非 IBM 產品資訊，取自產品的供應商，或其發佈的聲明或其他公開管道。並未測試過這些產品，也無法確認這些非 IBM 產品的執行效能、相容性或任何對產品的其他主張是否完全無誤。有關非 IBM 產品的性能問題應直接洽詢該產品供應商。

所有關於 IBM 未來方針或目的之聲明，隨時可能更改或撤銷，不必另行通知，且僅代表目標與主旨。

價格都是 IBM 現行的建議零售價，可隨時變更，而不另行通知。但實際結果可能並非如此。

本資訊中包含日常商業活動使用的資料與報告範例。為求儘可能地完整說明，範例包括了個人、公司、品牌和產品的名稱。所有這些名稱全屬虛構，如果與實際商場企業使用的名稱和地址雷同，純屬巧合。

著作權：

本資訊含有原始語言之範例應用程式，用以說明各作業平台中之程式設計技術。您可以為了研發、使用、銷售或散布符合範例應用程式所適用的作業平台之應用程式介面的應用程式，以任何形式複製、修改及散布這些範例程式，不必向 IBM 付費。這些範例並未在所有情況下完整測試。因此，IBM 不保證或默示這些程式的可靠性、可用性或功能。這些程式範例以「現狀」提供，且無任何保證。IBM 負擔任何因這些程式範例之使用而產生的任何損害。

若您是檢視此資訊的電子檔，則照片和彩色圖例可能不會出現。

商標

IBM、IBM 標誌及 ibm.com 是 International Business Machines Corp. 的商標或註冊商標，已在全球許多國家/地區或司法管轄區註冊。其他產品和服務名稱可能是 IBM 或其他公司的商標。IBM 商標的現行清單可在「著作權與商標資訊」中取得，網址為：www.ibm.com/legal/copytrade.shtml。

隱私權條款和使用條款考量

IBM 軟體產品，包括軟體即服務解決方案（即「軟體行銷方案」），可能會使用 Cookie 或其他技術來收集產品使用資訊，來協助改善使用者經驗、調整與一般使用者的互動，或供其他目的之用。cookie 是網站傳送至瀏覽器的資料，隨後可將其儲存在您的電腦中，作為標誌您電腦的標記。許多情況下，這些 cookie 不會收集個人資訊。如果您要使用的軟體產品容許您使用 cookie 或相似技術收集個人資訊，我們將在下面告知您具體情況。

根據已部署配置，此「軟體行銷方案」可能會使用 Cookie 來收集每一個使用者的使用者名稱，以管理階段作業、進行鑑別，及加強使用者能力。可以停用這些 cookie，但這樣刪除它們支援的功能。

不同適用範圍對透過 cookie 和相似技術收集個人資訊具有不同的管理方法。如果針對本「軟體行銷方案」部署的配置，可讓您作為一個客戶，透過 Cookie 及其他技術從一般使用者，收集個人識別資訊，則您應該尋求任何適用於該等資料收集之法律的法務建議，包括注意事項及同意的任何需求。

IBM 需要用戶端：(1) 提供清晰顯著的指向客戶的網站使用條款（其中包括指向 IBM 和用戶端的資料收集和使用實務）（例如，隱私權原則）。(2) 通知訪客 IBM 代表用戶端將 cookie 和透明 GIF/網絡引標存放在訪客的電腦中，並說明此類技術的目的，並且 (3) 在法律容許的範圍內，在用戶端或 IBM 代表客戶將 cookie 和透明 GIF/網絡引標存放在網站訪客的裝置上之前取得網站訪客的同意

如需如何使用該等用途之各種技術（包括 Cookie）的相關資訊，請參閱「IBM 隱私權原則」（<http://www.ibm.com/privacy/details/us/en>）中標題為『Cookie、Web Beacon 與其他技術』。



Printed in Taiwan