

salesforce

Datorama Admin集合トレーニング

Salesforce Datorama
2022/2/18



お願い



トレーニング中にご質問がございましたら、画面下の「Q&A」から投稿をお願いします。



最後にアンケートへのご回答をお願いします。ミーティングを終了するとwebページが起動しますので「**続行**」ボタンを押し、アンケートにご回答ください。



アジェンダ



13:00～13:25

- Datoramaが生まれた背景
- プラットフォームの基礎知識
- データモデルの必要性
- データモデルとは
- Datoramaのデータの持ち方
- サンプルデータでのマッピング

13:25～13:45

- デモ

13:45～13:55

- Q&A

※トレーニング中にご質問がありましたら、Zoomメニューの「Q&A」から適宜投稿をお願いします。（「チャット」ではなく「Q&A」です）

Datorama Admin向けトレーニング



Datorama Admin向けトレーニング

アジェンダ

salesforce

1. Datoramaが生まれた背景
2. プラットフォームの基礎知識
3. データモデルの必要性
4. データモデルとは
5. Datoramaのデータの持ち方
6. サンプルデータでのマッピング



1. Datoramaが生まれた背景



Datoramaが生まれた背景

マーケティングツールの急速な増加

マーケティングに利用できる媒体・ツールが急速に増加

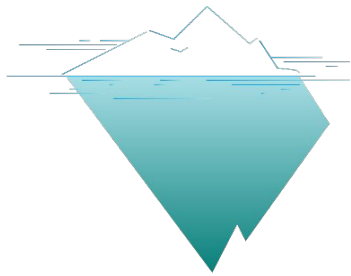
→ 効率的なマーケティングを行うため、複数の媒体・ツールを使用する必要がある

→ 分析に必要なデータが様々な媒体・ツールに散在する



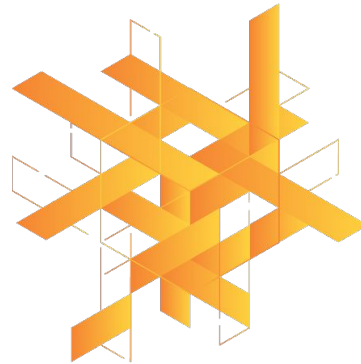
Datoramaが生まれた背景

マーケティング分析ソリューションの落とし穴



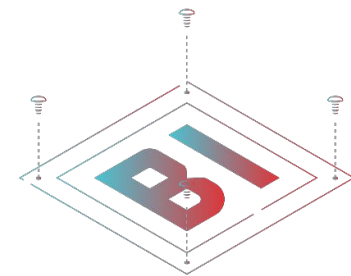
可視化神話

可視化できているのは
氷山の一角



人海戦術のデータ準備

データアナリストの貴重な時間
を奪うマニュアルでの
データ準備作業



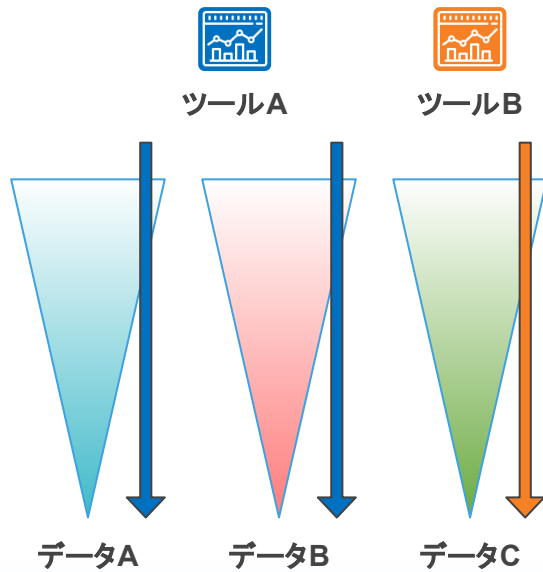
柔軟性にかけるBIツール

従来のBIツールは、
常に流入するデータに対応するには
遅すぎ、柔軟性に欠ける

Datoramaが生まれた背景

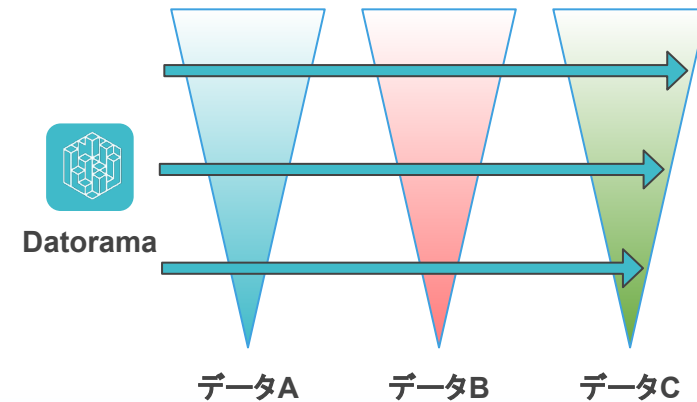
マーケティング分析ソリューションの落とし穴

従来型BIのアプローチ



- データソース毎にドリルダウンして、分析を行う
- データソース毎に使い分ける必要がある場合がある

Datoramaのアプローチ



- 同じ分析軸(媒体、キャンペーンなど)を使用し、複数のデータソースの横断的な分析を行う
- 異なる形式のデータでもDatoramaのみで分析ができる

Datoramaが生まれた背景

横断的な分析を支えるDatoramaの仕組み

媒体・他社サービス

様々な形式のファイル

あらゆる社内システム

ビッグデータプラットフォーム

1. データ収集

DATORAMA
TOTAL CONNECT
データ収集レイヤー

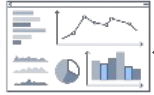


DATORAMA MIX
データ・マッシュアップ・レイヤー
(データモデリング)

2. データ整理

3. 可視化

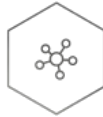
DATORAMA
APPLICATIONS
データ活用レイヤー



ダッシュボード



レポート
統計・予測モデル構築



自動インサイト



キャンペーン・モニター



ゴール管理、アラート送信、実行



他システムへのデータ連携
[Tableau, EXCEL]

2. プラットフォームの基礎知識



プラットフォームの基礎知識

1. データ収集

媒体・他社サービス

様々な形式のファイル

あらゆる社内システム

ビッグデータプラットフォーム

1. データ収集

DATORAMA
TOTAL CONNECT
データ収集レイヤー



Datoramaでのデータ収集方法

1. クラウドストレージ
 - 予め認証情報を設定し定期的にダウンロード
2. FTP
 - Datoramaが用意するFTPサーバーにファイルをアップロード
3. メール添付 or リンク
 - Datoramaが発行するアドレスにメールを送付※
4. API
 - 予め認証情報を設定し定期的にダウンロード
5. Database
 - 認証情報と取得条件(SQLクエリ)を登録

※一度にアップロード可能なファイルは 1つ、リンク先で認証が必要な場合は取得不可

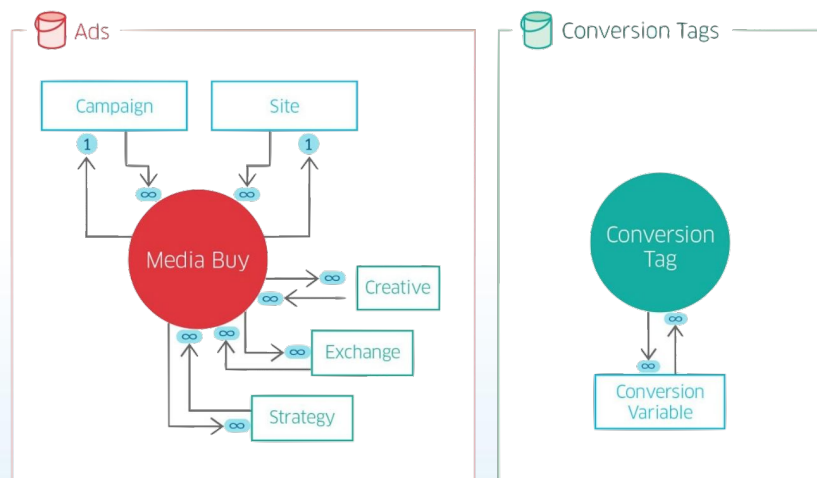
プラットフォームの基礎知識

2. データ整理



データモデルにマッピング

- 複数のデータソースから取り込んだデータを横断的に分析ができるように、Datoramaが事前に定義しているデータモデルに取り込んだデータのマッピングを行う



命名規則の統一

- 命名規則が定まっていない場合、データ取り込み時に名寄せ処理を行う



DATORAMA MIX
データ・マッシュアップ・レイヤー
(データモデリング)

2. データ整理

条件に応じて実績値を計算

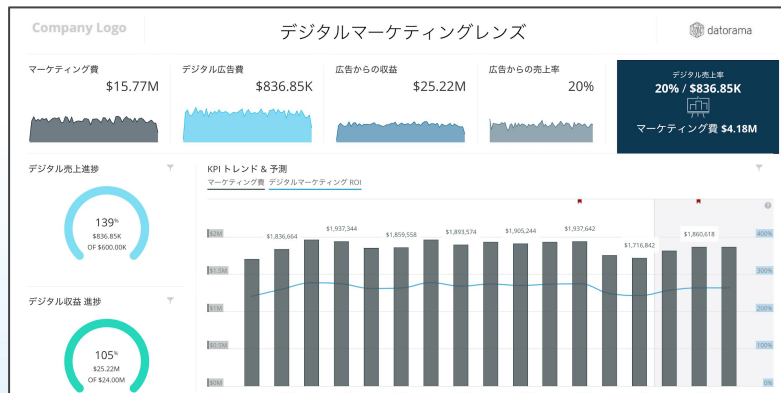
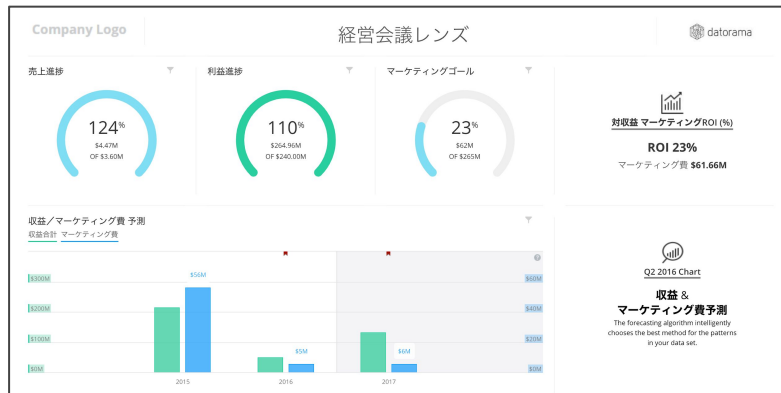
- マージン計算やその他計算が必要な場合、必要に応じてデータ取り込み時に計算処理を行う

プラットフォームの基礎知識

3. 可視化

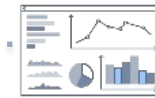


要件に応じたダッシュボードを作成



3. 可視化

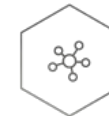
DATORAMA APPLICATIONS
データ活用レイヤー



ダッシュボード



レポート
統計・予測モデル構築



自動インサイト



キャンペーン・モニター



ゴール管理、アラート送信、実行



他システムへのデータ連携
[Tableau, EXCEL]

プラットフォームの基礎知識

ユーザーの権限

Datoramaでは以下のユーザー権限があり、それぞれ以下の役割を想定しています：

- Admin** - データソースの連携、ユーザーの管理が主担当
- Power User** - ダッシュボードの構築が主担当
- Viewer** - 閲覧のみを行うユーザー

※ システム管理者権限で○に変更可 ただし保存は不可

アクション	モジュール	Viewer	Power User	Admin
パスワード変更	アカウント設定	×	○	○
ユーザ作成・変更(アカウントユーザ)	アカウント設定	×	×	○
ワークスペースの作成/修正	ワークスペース	×	×	○
ダッシュボードの表示	ダッシュボード	○	○	○
ダッシュボードページ内の日付期間の変更	ダッシュボード	× ※	○	○
フィルタリングの変更	ダッシュボード	×	○	○
ページ変更の修正保存	ダッシュボード	×	○	○
ダッシュボードの作成/修正	ダッシュボード	×	○	○
レポートの作成/修正	レポート	×	○	○
データストリーム作成/修正	データストリーム	×	×	○

プラットフォームの基礎知識

アカウント構造

アカウント

- ・ 契約単位
 - ・ ユーザー数
 - ・ ワークスペース数
 - ・ データ行数

ワークスペース

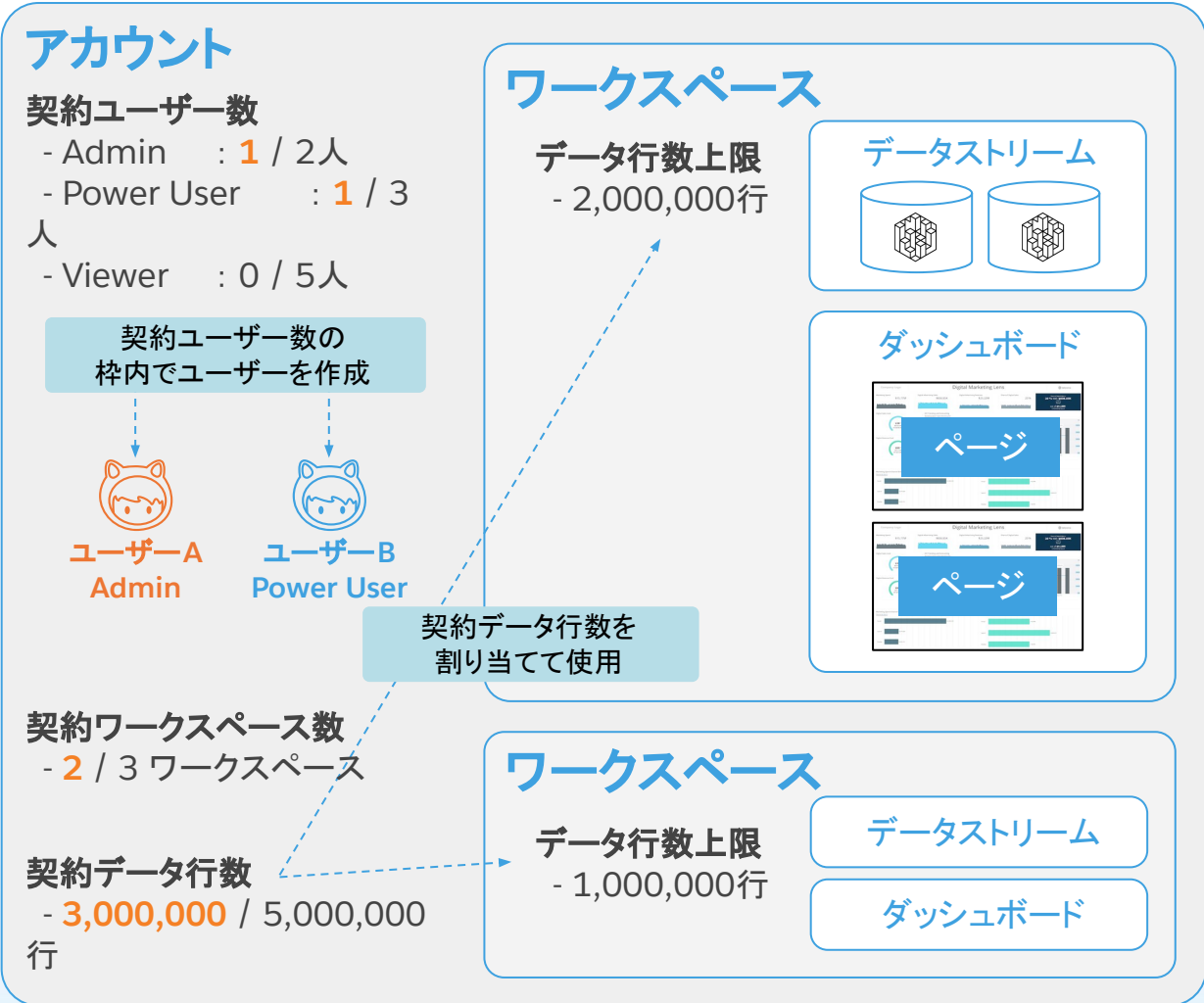
- ・ ワークスペース間でのデータ参照は不可

データストリーム

- ・ データを取り込む単位

ダッシュボード

- ・ ページをまとめる単位



プラットフォームの基礎知識

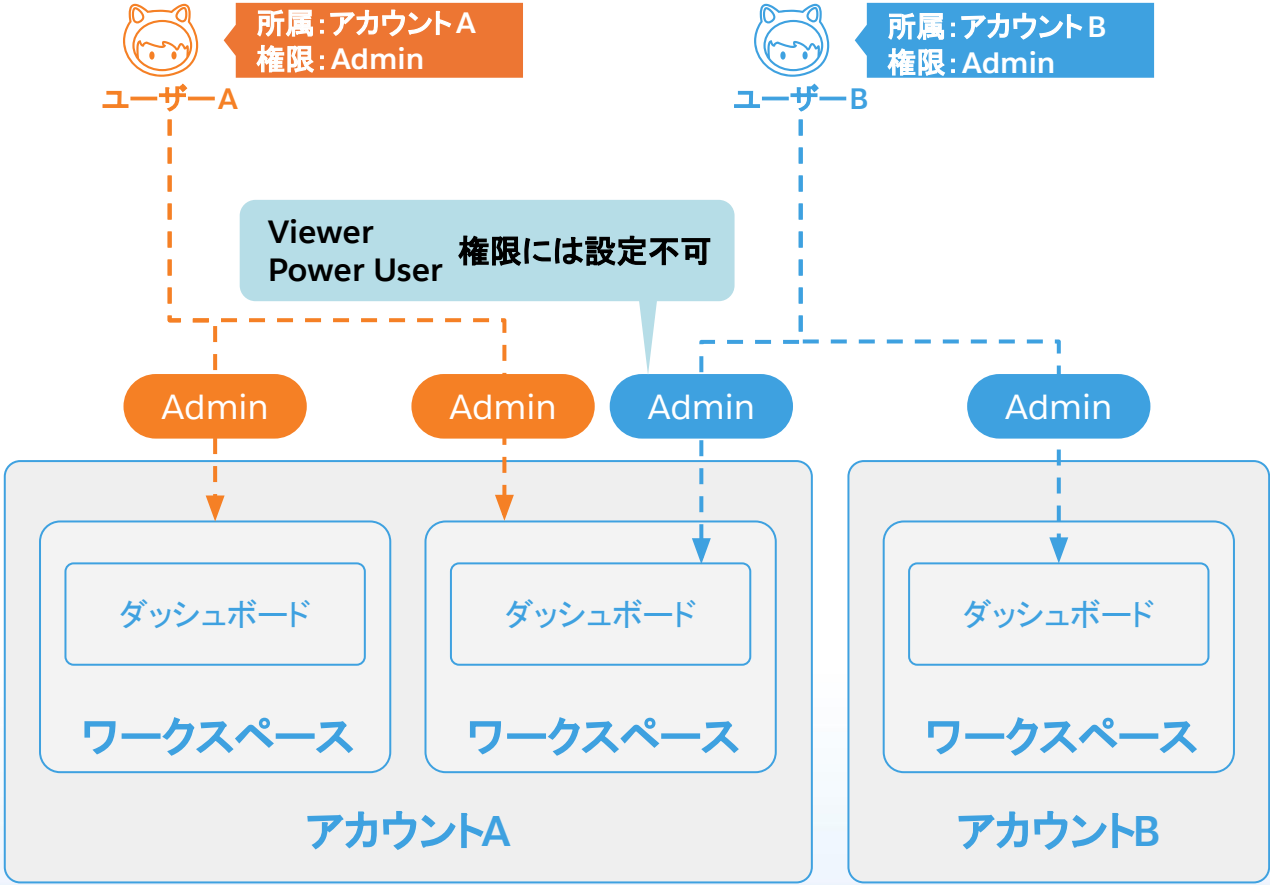
アカウント/ワークスペース・ユーザーの権限管理

アクセス権

- ・ アカウント・ワークスペース・ダッシュボード単位でアクセス制御が可能
- ・ 所属アカウント以外のアカウント・ワークスペース・ダッシュボードへのアクセス権付与が可能

ユーザー権限

- ・ ユーザーレベル設定されている
- ・ すべてのアクセス可能なアカウント・ダッシュボードで同じ権限となる
 - ・ 同ユーザーでアカウントAではViewer権限、BではPower User権限の設定は不可



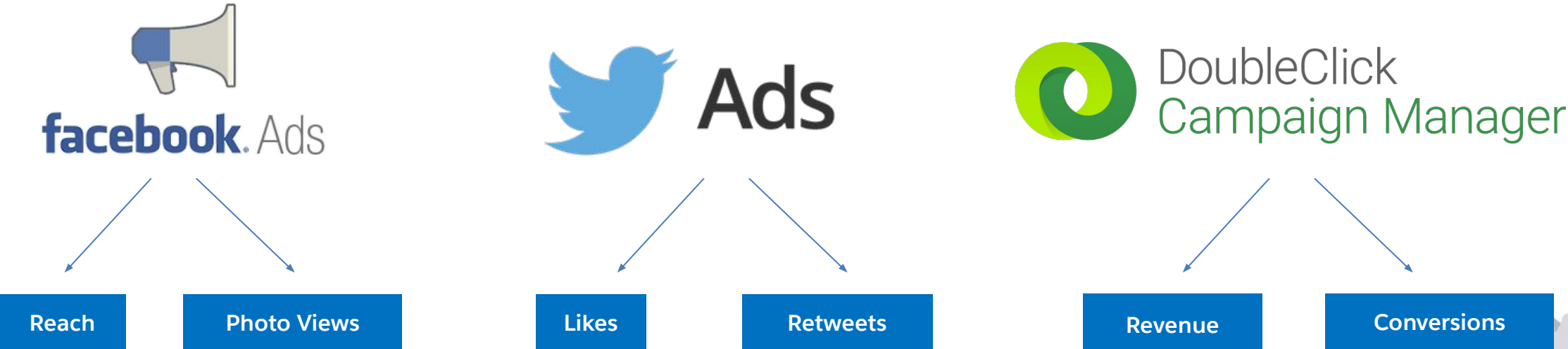
3. データモデルの必要性



データモデルの必要性

複数のデータソースのデータを横断的に分析する

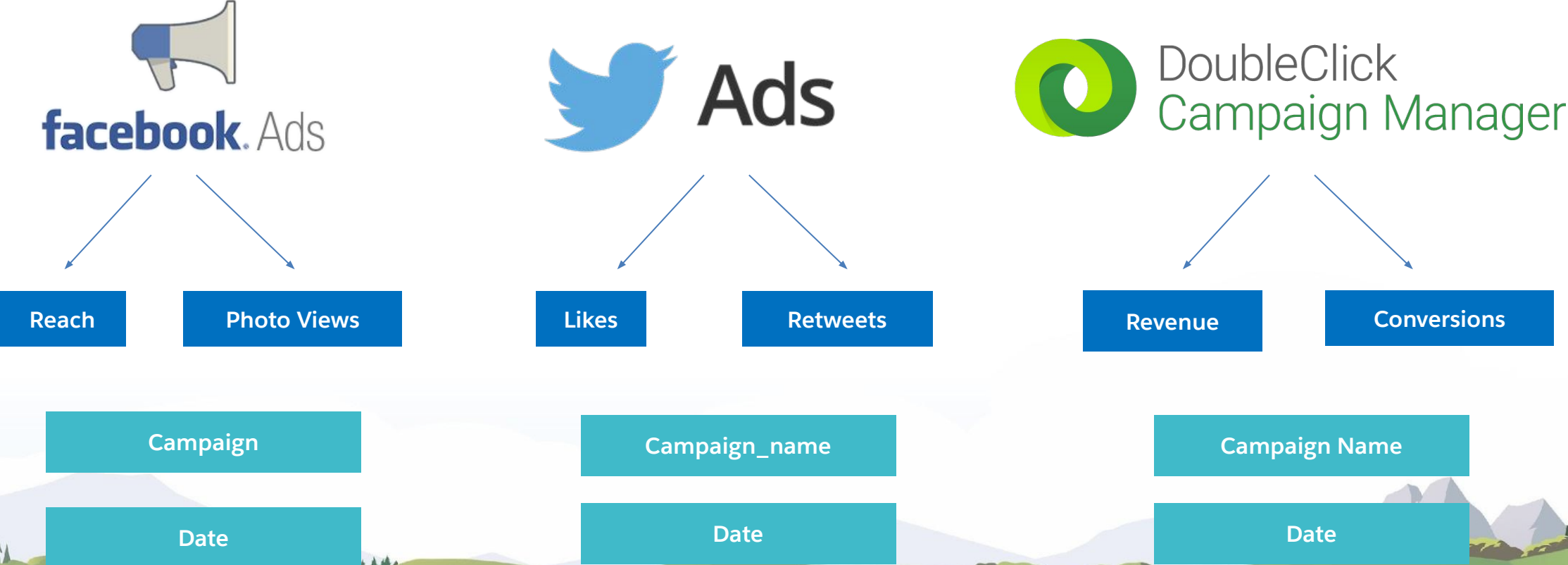
それぞれのデータソースが分析に必要なデータを持っている



データモデルの必要性

複数のデータソースのデータを横断的に分析する

それぞれのデータソースで共通の分析軸を持っている

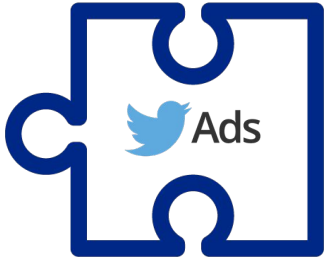


データモデルの必要性

複数のデータソースを使用することで発生する問題



Date	Campaign	Reach	Photo Views
2018/01/01	Masterclass 2017	50,000	2



Date	Campaign_name	Likes	Retweets
2018/01/01	Masterclass 2017	1	3



Date	Campaign Name	Revenue	Conversions
2018/01/01	Masterclass 2017	¥45,000	29

同じ項目が含まれているが
カラム名が異なる

Campaign

Campaign_name

Campaign Name

データモデルの必要性

Datoramaのデータモデルを使用したアプローチ



Date	Campaign	Reach	Photo Views
2018/01/01	Masterclass 2017	50,000	2



Date	Campaign_name	Likes	Retweets
2018/01/01	Masterclass 2017	1	3



Date	Campaign Name	Revenue	Conversions
2018/01/01	Masterclass 2017	¥45,000	29

キャンペーン名のデータは元データの列に関わらず Campaign Nameというフィールドに取り込む



Date	Campaign Name	Reach	Photo Views	Likes	Retweets	Revenue	Conversions
2018/01/01	Masterclass 2017	50,000	2	1	3	¥45,000	29

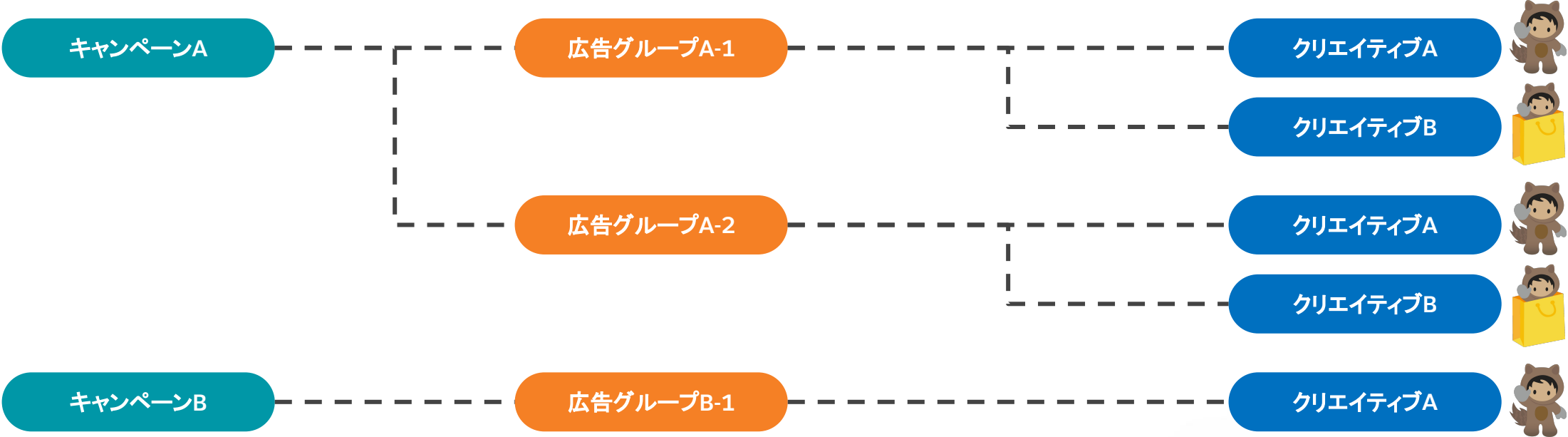
4. データモデルとは



データモデルとは

一般的な媒体データの構造

キャンペーン・広告グループ・クリエイティブが下記のように構成されている



広告グループはどれか一つの
キャンペーンにひもづく

クリエイティブは複数の広告グループで
使用される可能性がある

データモデルとは

取り込むローデータのイメージ



キャンペーン情報

広告グループ情報

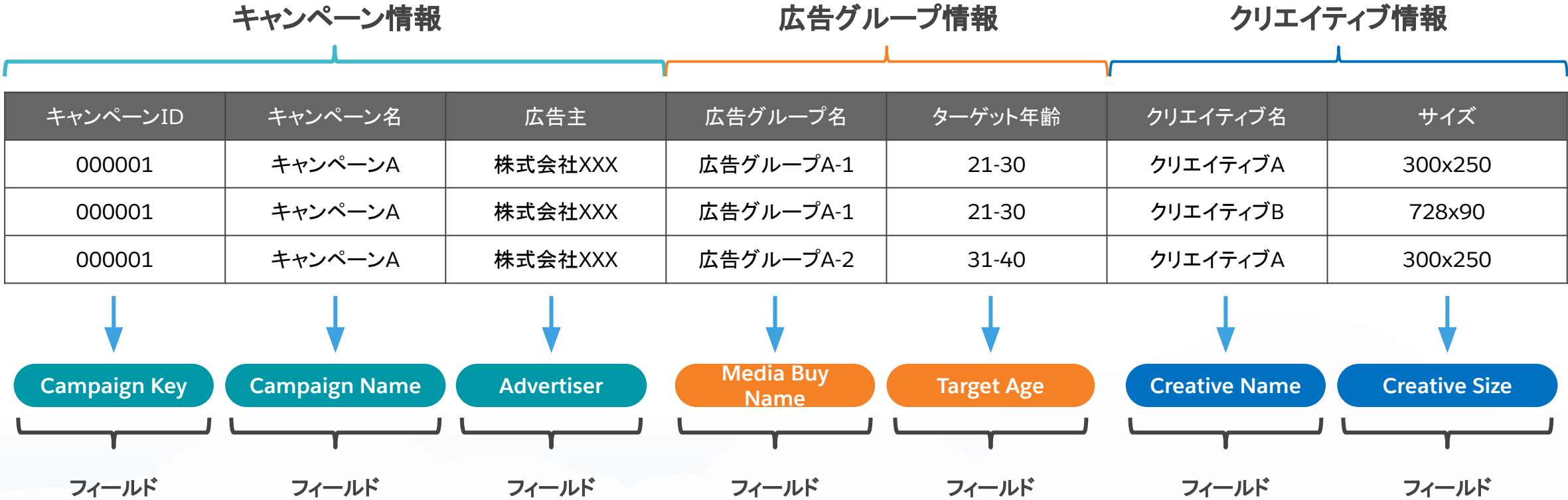
クリエイティブ情報

キャンペーンID	キャンペーン名	広告主	広告グループ名	ターゲット年齢	クリエイティブ名	サイズ
000001	キャンペーンA	株式会社XXX	広告グループA-1	21-30	クリエイティブA	300x250
000001	キャンペーンA	株式会社XXX	広告グループA-1	21-30	クリエイティブB	728x90
000001	キャンペーンA	株式会社XXX	広告グループA-2	31-40	クリエイティブA	300x250

データモデルとは

フィールドとは

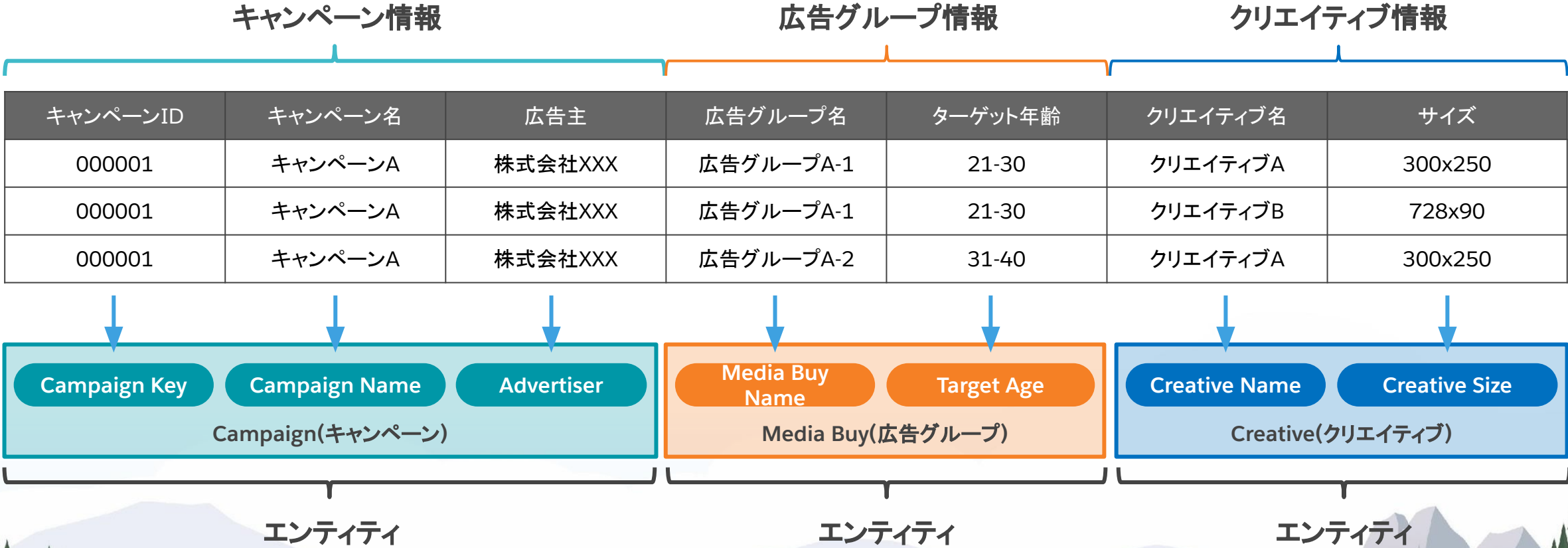
分析軸や実績値を保存するDatoramaのカラムがフィールド



データモデルとは

エンティティとは

フィールドを取り込むデータのカテゴリによってまとめたものがエンティティ



データモデルとは

データモデルとは

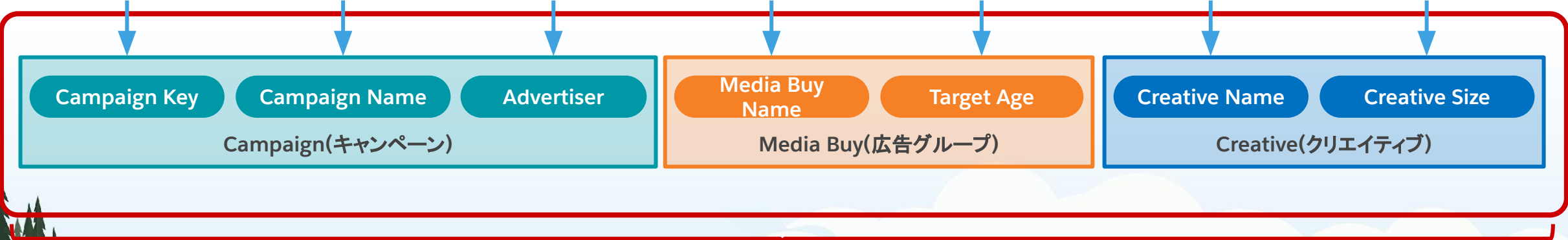
エンティティを取り込むデータの種類によってまとめたものがデータモデル

キャンペーン情報

広告グループ情報

クリエイティブ情報

キャンペーンID	キャンペーン名	広告主	広告グループ名	ターゲット年齢	クリエイティブ名	サイズ
000001	キャンペーンA	株式会社XXX	広告グループA-1	21-30	クリエイティブA	300x250
000001	キャンペーンA	株式会社XXX	広告グループA-1	21-30	クリエイティブB	728x90
000001	キャンペーンA	株式会社XXX	広告グループA-2	31-40	クリエイティブA	300x250



データモデル

データモデルとは

エンティティとは

エンティティの例

Campaign(キャンペーン)

- キャンペーンID
- キャンペーン名
- キャンペーン開始・終了日
- キャンペーン予算

Media Buy(広告グループ)

- 広告グループID
- 広告グループ名
- 広告グループサイズ
- 広告グループターゲット

Creative(クリエイティブ)

- クリエイティブID
- クリエイティブ名
- クリエイティブ画像
- クリエイティブURL

Conversion Tag(コンバージョン)

- コンバージョンタグ
- コンバージョンタグカテゴリ

Web Analytics(計測ツール)

- サイト名・サイトURL
- サイト流入元

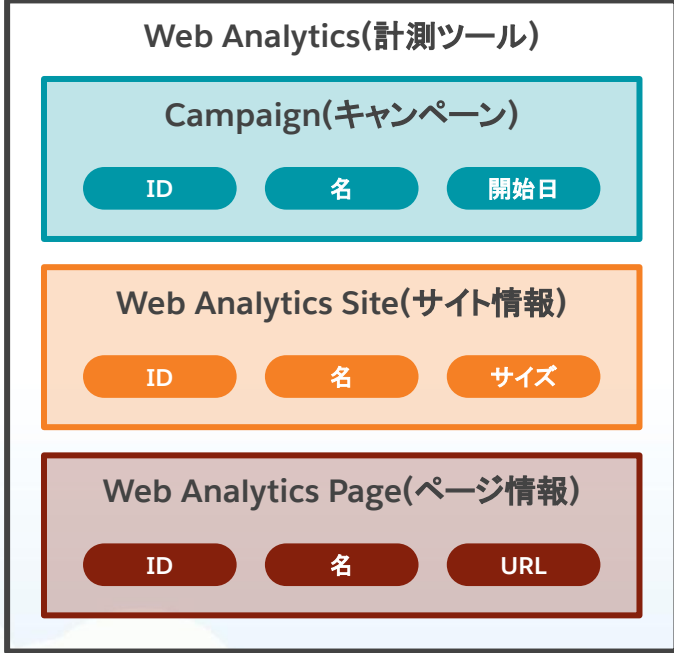
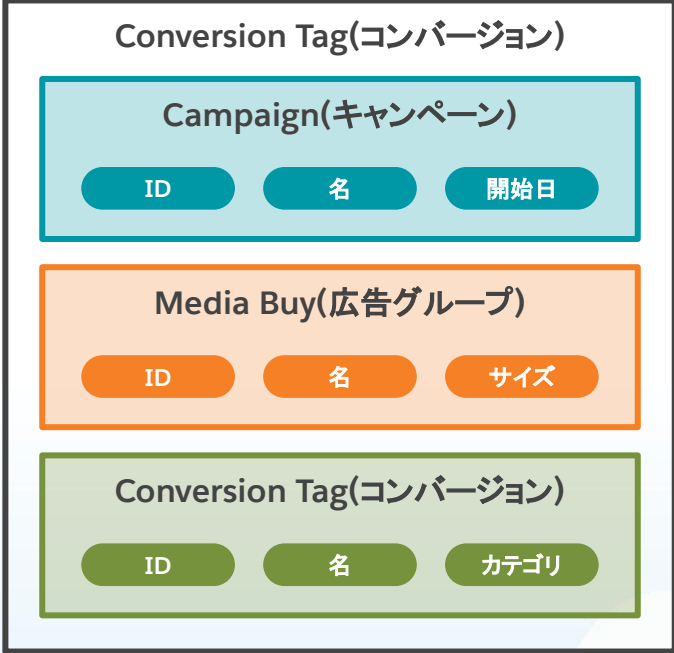
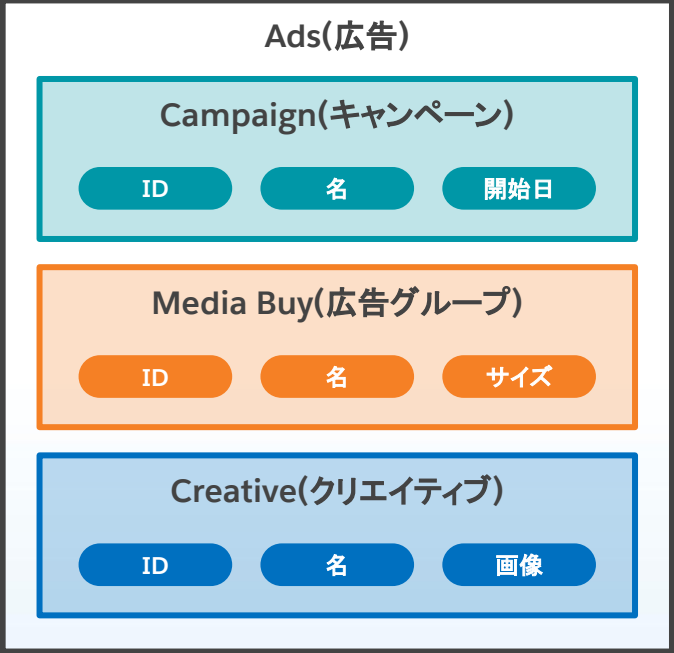
Search Keyword(検索キーワード)

- 検索キーワード
- 検索マッチタイプ

データモデルとは

データモデルとは

データモデルの例



5. Datoramaのデータの持ち方



Datoramaのデータの持ち方

日付、ディメンション、メジャーメント

ディメンションとメジャーメントの判別は下記のように行う

- 分析の軸になるもの : ディメンション
- 分析の対象(実績値)になるもの : メジャーメント



Datoramaのデータの持ち方

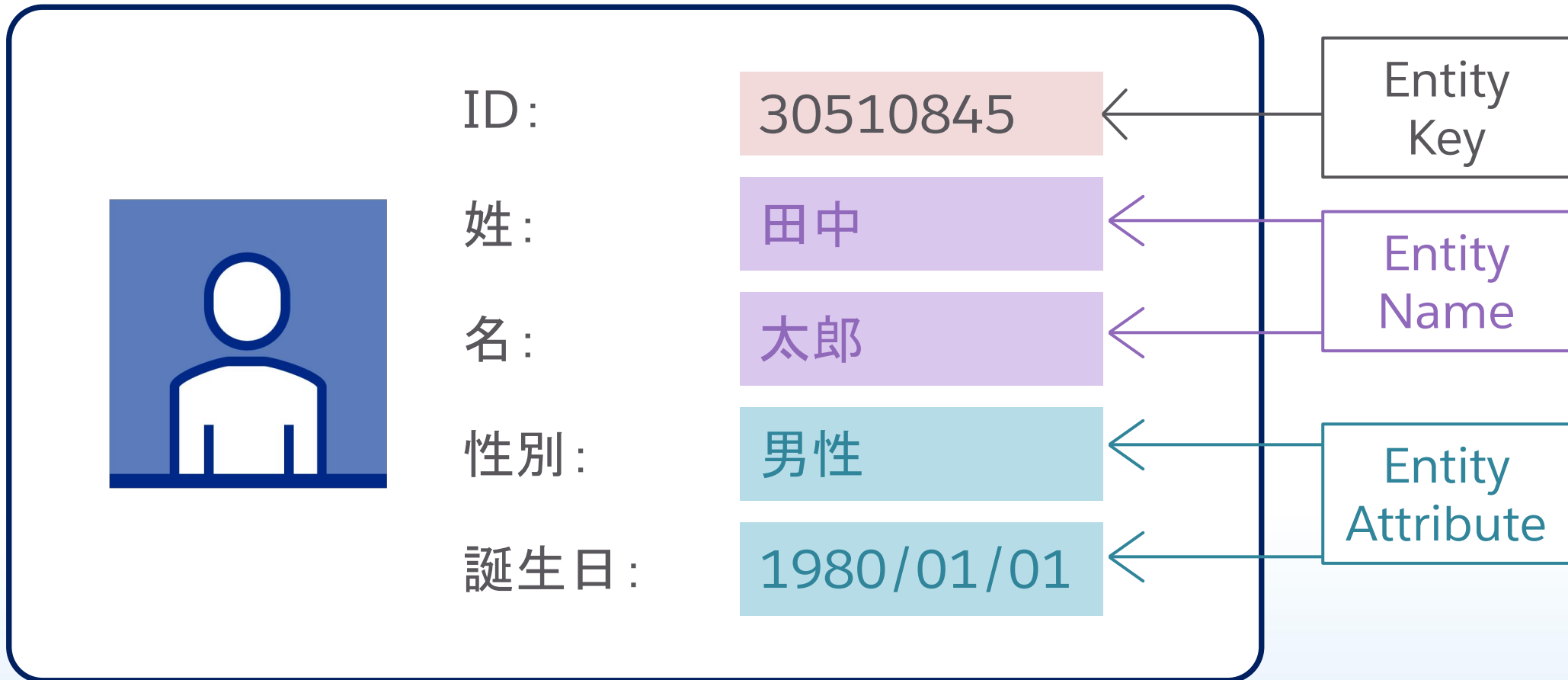
日付、ディメンション、メジャーメント

Datoramaでは日付とディメンションの組み合わせでメジャーメントを持つ

		ディメンション				
		クリエイティブA	クリエイティブB	クリエイティブC		
日付	2018年8月1日	Imp : 100, Click : 100	Imp : 100, Click : 100	Imp : 100, Click : 100	メジャーメント	
	2018年8月2日	Imp : 100, Click : 100	Imp : 100, Click : 100	Imp : 100, Click : 100		
	2018年8月3日	Imp : 100, Click : 100	Imp : 100, Click : 100	Imp : 100, Click : 100		
	2018年8月4日	⋮	⋮	⋮		
	2018年8月5日	⋮	⋮	⋮		

Datoramaのデータの持ち方

Key, Name, Attribute の関係性



Datoramaのデータの持ち方

Key, Name, Attribute の関係性 - 広告グループの例 -



広告グループID: MB456ABC

広告グループ名: James Patterson Teaches Writing - Masterclass 2017 - NYT

広告グループサイズ: 320×100

広告グループタイプ: Direct

Entity Key

Entity Name

Entity Attribute

Datoramaのデータの持ち方

Key, Name, Attribute の関係性

Keyは取り込まれたデータの中でユニークになる必要がある

IDがある場合

IDがわかれば名前/性別がわかるため、IDをKeyとして使用できる※

ユニークになっている

ID	名前	性別
000001	田中	男性
000002	田中	女性
000003	山田	男性
000004	鈴木	女性

IDがない場合

IDがないため、Keyを作成する必要がある。下記のデータを4行別に取り込むためには「名前 + 性別」をKeyとして設定する

ID	名前	性別
---	田中	男性
---	田中	女性
---	山田	男性
---	鈴木	女性

※IDがユニークではない場合、IDがない場合と同様 Keyを作成する必要がある

Datoramaのデータの持ち方

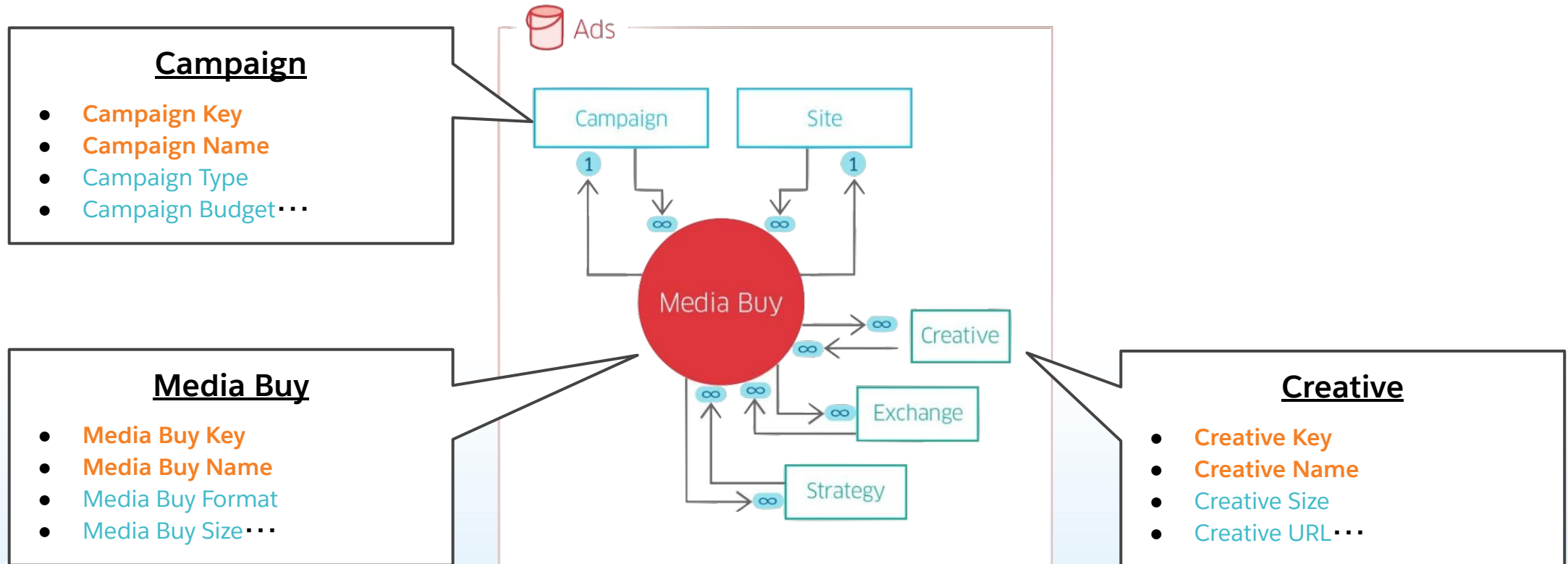


日付、ディメンション、メジヤメント

エンティティにはそれぞれ、Key、Name※と Attributeと呼ばれる分析軸が存在する

エンティティで一意、データの粒度を決める

Keyに紐付く属性情報をもつ



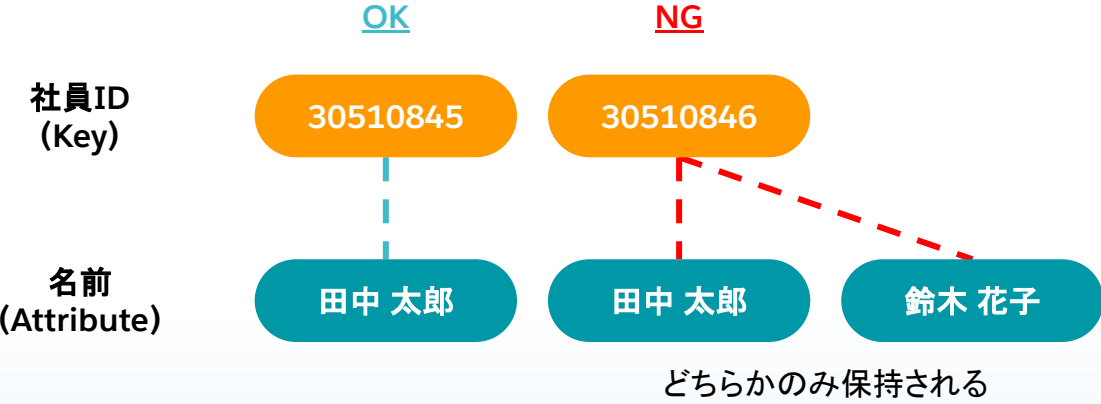
※Keyがない場合、Keyの代わりにNameでデータの粒度が決まる

Datoramaのデータの持ち方

1:1、1:N、N:Nの関係性

● Keyの粒度

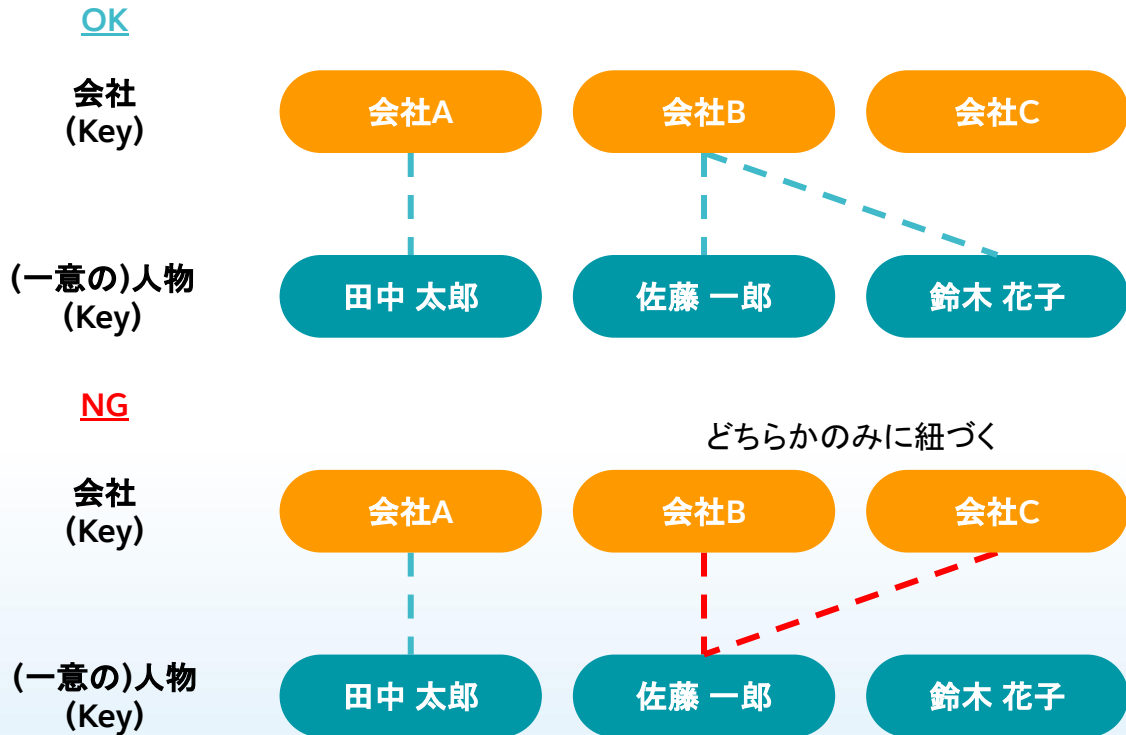
- データはKeyの粒度でのみ保持される
- KeyとAttributeの関係性は常にN:1となるように設計



● Entityの関係性

- Entity間で1:N、N:Nの関係性を持っている

会社 - 従業員 (1:N)の場合

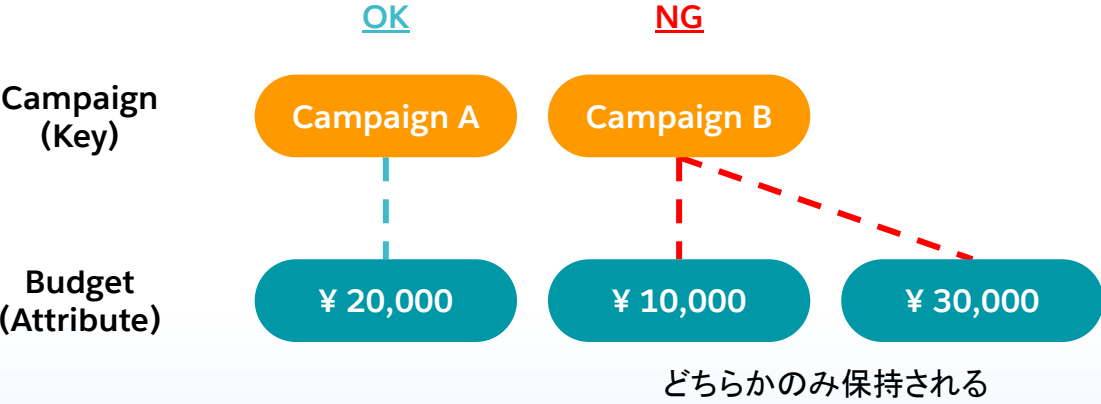


Datoramaのデータの持ち方

1:1、1:N、N:Nの関係性 - 広告キャンペーンの例 -

● Keyの粒度

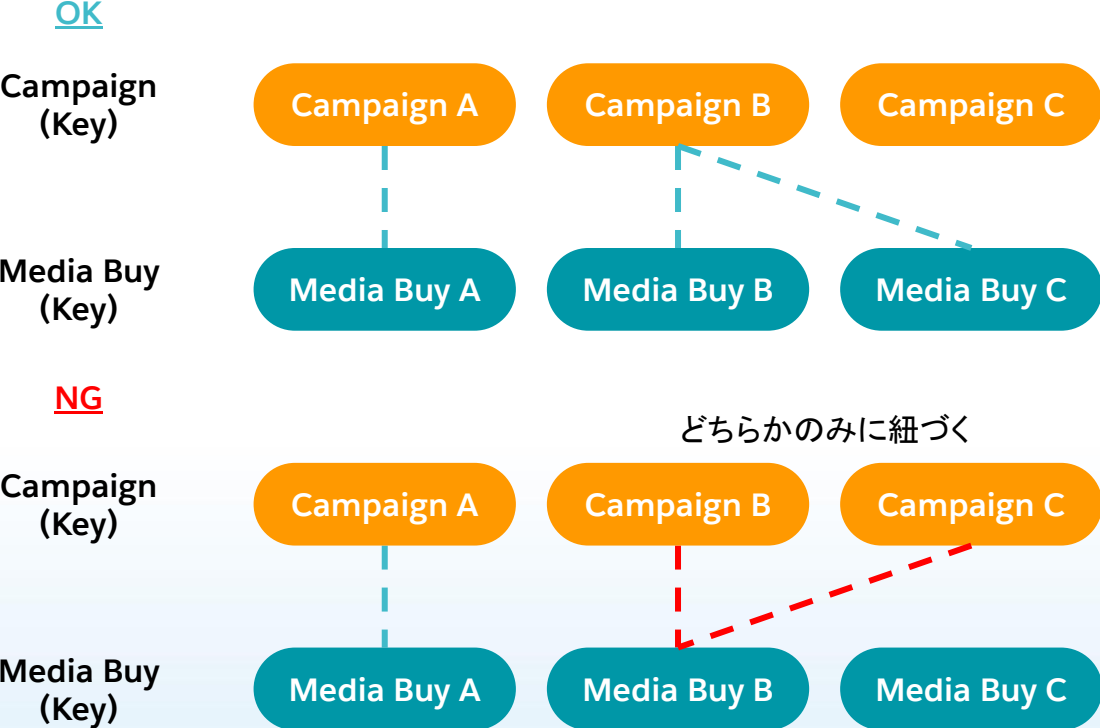
- データはKeyの粒度でのみ保持される
- KeyとAttributeの関係性は常にN:1となるように設計



● Entityの関係性

- Entity間で1:N、N:Nの関係性を持っている

Campaign - Media Buy (1:N)の場合



6. サンプルデータでのマッピング



サンプルデータでのマッピング

練習1

 元データをとりこむ場合、広告グループ名をKeyにすると？

元データ

日付	広告グループ名	ターゲット年齢	ターゲット性別	Impression
2017年1月20日	Group1	10代	男性	100
2017年1月20日	Group1	20代	女性	200
2017年1月20日	Group2	10代	女性	50



サンプルデータでのマッピング

練習1: 結果

日付と広告グループ名の組み合わせは2種類あるため、2行にまとめられる

※Excelのピボットテーブルの様に集計される

元データ

日付	広告グループ名	ターゲット年齢	ターゲット性別	Impression
2017年1月20日	Group1	10代	男性	100
2017年1月20日	Group1	20代	女性	200
2017年1月20日	Group2	10代	女性	50



取り込み後

日付	広告グループ名	Impression
2017年1月20日	Group1	300
2017年1月20日	Group2	50

サンプルデータでのマッピング

練習2

? 元データをとりこむ場合、ターゲット年齢をKeyにすると？

元データ

日付	広告グループ名	ターゲット年齢	ターゲット性別	Impression
2017年1月20日	Group1	10代	男性	100
2017年1月20日	Group1	20代	女性	200
2017年1月20日	Group2	10代	女性	50

サンプルデータでのマッピング

練習2: 結果

日付とターゲット年齢の組み合わせは2種類あるため、2行取り込まれる

元データ

日付	広告グループ名	ターゲット年齢	ターゲット性別	Impression
2017年1月20日	Group1	10代	男性	100
2017年1月20日	Group1	20代	女性	200
2017年1月20日	Group2	10代	女性	50



取り込み後

日付	ターゲット年齢	Impression
2017年1月20日	10代	150
2017年1月20日	20代	200

サンプルデータでのマッピング

練習3

? 広告グループ名を3行の異なるデータとして取り込むには？

元データ

日付	広告グループ名	ターゲット年齢	ターゲット性別	Impression
2017年1月20日	Group1	10代	男性	100
2017年1月20日	Group1	20代	女性	200
2017年1月20日	Group2	10代	女性	50

サンプルデータでのマッピング

練習3: 結果

広告グループ名とターゲット年齢をつなげてグループのKeyにする

元データ

日付	広告グループ名	ターゲット年齢	ターゲット性別	Impression
2017年1月20日	Group1	10代	男性	100
2017年1月20日	Group1	20代	女性	200
2017年1月20日	Group2	10代	女性	50



取り込み後

日付	Key	Media Buy Name	Impression
2017年1月20日	Group1 - 10代	Group 1	100
2017年1月20日	Group1 - 20代	Group 1	200
2017年1月20日	Group2 - 10代	Group 2	50

サンプルデータでのマッピング

参考: マッピング作業で意識すること

- **必要なデータの細かさ(粒度)、Key項目は何か？**

- ダッシュボードを作成するためのデータの粒度になっているか？
- 例
 - キャンペーン粒度
 - 広告グループ粒度
 - クリエイティブ粒度
 - 日別、週別、月別

- **Key項目は十分にユニークになっているか？**

- 練習問題であったようにKey項目が想定した粒度でユニークになっていない場合、Measurementが合算して取り込まれたり、意図しないDimensionに紐づいて取り込まれることがある

- **グラフにするために必要なデータの形になっているか？**

- ダッシュボードを作成する際に必要な項目がマッピングが含まれているか？
- 例えば、Stacked Chart(積み上げグラフ)の場合、積み上げに使用する項目が取り込まれている必要がある



データの取込方法



Datoramaへのデータ取込方法

APIコネクタ・TotalConnect・LiteConnect

媒体・他社サービス

様々な形式のファイル

あらゆる社内システム

ビッグデータプラットフォーム

APIコネクタ

- DatoramaでAPIコネクタを用意している媒体・ツールからのデータ取得
- 直接APIからデータを取得するため、データ連携用のストレージが不要
- APIアクセス可能な認証情報の登録が必要

TotalConnect

- APIコネクタを用意されていないデータソースからのデータ取得
- クラウドストレージ、Database、FTP、メールから連携方法を選択
- アクセス可能な認証情報の登録が必要

LiteConnect

- 1つのデータソースに含まれるデータをアップロードして可視化する場合に使用
- クラウドストレージ、Database、FTP、メールから連携方法を選択
- データモデルとは紐づいていない単独のデータソースとなるため、他ソースと連結設定が複雑になる可能性がある ※他データとの連結を考慮する場合は、TotalConnectまたはAPI接続の使用を推奨

Datoramaへのデータ取込方法

Datoramaに取り込むファイル形式の注意点

表の開始行/開始列は変えない

日の表記が混在していると取り込みに失敗する

「日」のデータがないと期間のデータを日別で保持できず、ある特定の日付のデータとして保持する事になる

データが命名規則の定義と異なる場合、データから正しく情報が取得できない可能性がある

シート名を変えると取り込めなくなる
※シート名指定しない場合は最初のシートを取り込む

	B	C	D	E	F	G	H
1							
2		-----					
3		①実績					
4							
5	日付	キャンペーン	Imp	Click	Cost		
6	1月1日	A	100	1	100		
7	1月1日	B	100	2	100		
8	2019/1/1	C	100	3	100		
9	1月1日	D	100	4	100		
10	1月1日	E	100	5	100		
11							
12		-----					
13		②デバイス別					
14							
15	デバイス	Imp	Click	Cost			
16	SP	300	6	300			
17	PC	200	9	200			
18							
19							
20		③クリエイティブ別					
21							
22	クリエイティブ	担当	Imp	Click	Cost	サイズ	
23	creative_01	A	500	3	300	100x200	
24	02クリエイティブ			2	100		
25	creative_03	B	100	1	200	250x300	
26	creative_04	C	100	0	100		
27							
28							
29							
30							
31							
32							

Datoramaでは1シート1表しか取り込めない

列名を変更しない
例:
「Cost」を「消費金額」などに変更すると取り込めなくなる

セル結合されたデータは結合されたセルの一番上の行のデータとして扱われ、振り分けられない

Datoramaへのデータ取込方法




ファイル形式 | 取り込みに適したファイル

どの広告がいつ出稿されたか特定できない

どのキャンペーンにどのクリエイティブが紐づくか特定できない

期間: 2019/1/1~2019/2/21

キャンペーン別実績	Imp	Click	CTR	Cost
キャンペーンA	100	2	2.00%	1000
Campaign_B	300	5	1.67%	2000

クリエイティブ別実績	Imp	Click	CTR	サムネイル
クリエイティブA	120	4	3.33%	
クリエイティブB	60	1	1.67%	
クリエイティブC	120	2	1.67%	

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1	日付	キャンペーン名	キャンペーン開始日	キャンペーン終了日	広告グループ名	クリエイティブ名	インプレッション	クリック	CTR	消化金額
2	2019/1/1	キャンペーンA	2019/1/1	2019/2/10	広告グループ_1	A	236	32	13.6%	12
3	2019/1/1	キャンペーンA	2019/1/1	2019/2/10	広告グループ_2	B	202	37	18.3%	94
4	2019/1/1	キャンペーンA	2019/1/1	2019/2/10	広告グループ_3	C	477	74	15.5%	31
5	2019/1/1	キャンペーンA	2019/1/1	2019/2/10	広告グループ_4	A	435	66	15.2%	17
6	2019/1/1	キャンペーンA	2019/1/1	2019/2/10	広告グループ_5	B	149	12	8.1%	43
7	2019/1/1	キャンペーンA	2019/1/1	2019/2/10	広告グループ_6	C	304	24	7.9%	62
8	2019/1/1	キャンペーンA	2019/1/1	2019/2/10	広告グループ_7	A	101	33	32.7%	95
9	2019/1/2	キャンペーンA	2019/1/1	2019/2/10	広告グループ_1	B	352	33	9.4%	24
10	2019/1/2	キャンペーンA	2019/1/1	2019/2/10	広告グループ_2	C	458	71	15.5%	16
11	2019/1/2	キャンペーンA	2019/1/1	2019/2/10	広告グループ_3	A	119	45	37.8%	44
12	2019/1/2	キャンペーンA	2019/1/1	2019/2/10	広告グループ_4	B	416	36	8.7%	21
13	2019/1/2	キャンペーンA	2019/1/1	2019/2/10	広告グループ_5	C	174	13	7.5%	49
14	2019/1/2	キャンペーンA	2019/1/1	2019/2/10	広告グループ_6	A	430	67	15.6%	69
15	2019/1/2	キャンペーンA	2019/1/1	2019/2/10	広告グループ_7	B	156	34	21.8%	23
16	2019/1/10	キャンペーンB	2019/1/10	2019/2/21	広告グループ_8	C	239	53	22.2%	31
17	2019/1/11	キャンペーンB	2019/1/10	2019/2/21	広告グループ_9	A	411	62	15.1%	66
18	2019/1/12	キャンペーンB	2019/1/10	2019/2/21	広告グループ_10	B	118	49	41.5%	14
19	2019/1/13	キャンペーンB	2019/1/10	2019/2/21	広告グループ_11	C	138	73	52.9%	70
20	2019/1/14	キャンペーンB	2019/1/10	2019/2/21	広告グループ_12	A	395	40	10.1%	82

画像を取り込めない

加工されたファイルは
システムでは取り込みが困難な場合がある

システムでの取り込みには
未加工の状態のファイルが適している

Datoramaへのデータ取込方法

1データフォーマットに対して1データストリームを作成

原則、列の名前(順不同)が同じファイルをフォーマットと考え、データストリーム単位でデータの更新ロジックを管理する。
 ただし、行列置換を実施したり、列名が後続ファイルで変更になる場合は、例外対応が発生する。

DS作成時に
使用したデータ

日付	キャンペーン	グループ	クリエイティブ	インプレッション
2022/01/01	キャンペーン A	広告グループ_1	A	100
2022/01/01	キャンペーン A	広告グループ_1	B	100

日付、キャンペーン、グループ、クリエイティブ、インプレッションの構成

追加データ1

日付	キャンペーン	グループ	クリエイティブ	インプレッション
2022/01/02	キャンペーン A	広告グループ_1	A	100
2022/01/02	キャンペーン A	広告グループ_1	B	100

データの内容が変わっているが、列構成が同じなので同じDSで良い

追加データ2

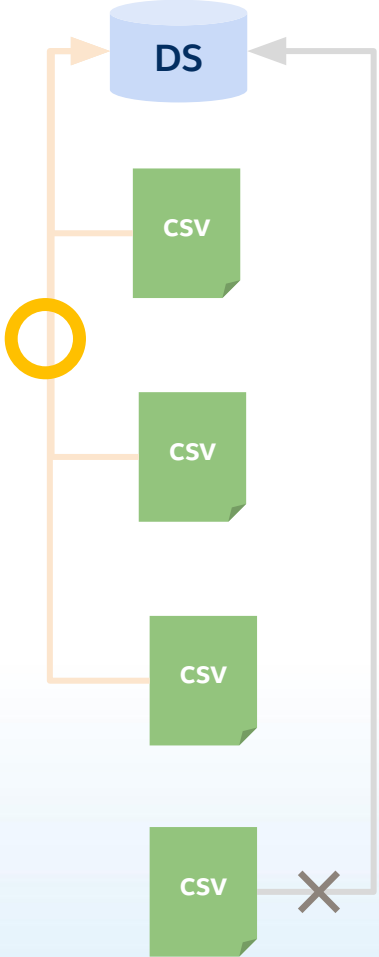
日付	キャンペーン	クリエイティブ	グループ	インプレッション
2022/01/03	キャンペーン A	A	広告グループ_1	100
2022/01/03	キャンペーン A	B	広告グループ_1	100

順番が変わっているが、同じ列が含まれているので同じDSで良い

追加データ3

日付	キャンペーン	グループ	CVタグ	CV数
2022/01/01	キャンペーン A	広告グループ_1	A	1
2022/01/01	キャンペーン A	広告グループ_1	B	1

データの種別が異なり、列の構成が異なるので、新規DSの作成が必要





データの更新ロジック



取込モード

追加データの取込方法は置換・アップサート・増分・全置換の4つあります

「接続 & 加工」>「データストリーム一覧」>「データストリーム編集」>「アドバンス設定」

取込モード
新規データがデータストリームに取り込まれる方法を定義します。

置換 ? アップサート ? 増分 ? 全置換 ?

取込モード

追加データの取込方法は置換・アップサート・増分・全置換の4つあります

置換

同じ日付のデータが取り込まれた場合、対象日付のデータを全て削除してデータを取り込む

取り込みデータ1

Day	Key	Value
2018/06/13	Key A	10

取り込みデータ2

Day	Key	Value
2018/06/13	Key B	10

取り込み結果

Day	Key	Value
2018/06/13	Key B	10

アップサート

日付・Main Entity Keyが同じデータが取り込まれた場合は更新、どちらかが異なる場合は新規取り込み

取り込みデータ1

Day	Key	Value
2018/06/13	Key A	10

取り込みデータ2

Day	Key	Value
2018/06/13	Key B	10

取り込み結果

Day	Key	Value
2018/06/13	Key A	10
2018/06/13	Key B	10

増分

既存のデータに追加して取り込みが行われる

取り込みデータ1

Day	Key	Value
2018/06/13	Key A	10

取り込みデータ2

Day	Key	Value
2018/06/13	Key A	10

取り込み結果

Day	Key	Value
2018/06/13	Key A	20

全置換

データストリーム内の既存のデータはすべて消去され、アップロードされたデータに完全に置き換え

取り込みデータ1

Day	Key	Value
2018/06/13	Key A	10
2018/06/13	Key B	15

取り込みデータ2

Day	Key	Value
2018/06/13	Key C	20

取り込み結果

Day	Key	Value
2018/06/13	Key C	20

取込モード

補足 | 置換の挙動



取込モード: 置換

同じ日付のデータが取り込まれた場合
対象日付のデータを全て削除して
データを取り込む

異なる日付の場合
それぞれのデータが
取り込まれる

取り込みデータ1

Day	Key	Value
2018/06/13	Key A	10

取り込みデータ2

Day	Key	Value
2018/06/14	Key A	20

取り込み結果

Day	Key	Value
2018/06/13	Key A	10
2018/06/14	Key A	20

該当DSのデータを新しいファイルで完全に置き換えたい場合(左の例:「取り込みデータ2」のデータのみ残したい場合)

- A. Delete Dataで不要データを削除してから取り込む
- B. Exclude from reprocessで過去ファイルを削除
- C. 全置換の有効化

のいずれかの方法を選択する必要があります。

0やnullのデータでは置き換えられません。

例: CV10で取り込んだ6/13のデータをCV0で置き換えることはできません。この場合は一度データを削除してください。

Q&A



本日はトレーニングへのご参加、誠にありがとうございました。
最後にアンケートへのご協力をお願いいたします。



Thank You