



## バナー管理

バナー管理では、店舗や施設で顧客と対話するためのさまざまなタイプのメッセージを作成できます。メッセージに固有のルールおよび検証ルールを設定できます。

証明書を持つ管理ユーザまたはクレデンシャルを持つアカウントユーザはメッセージを作成し、それを確認し、承認のためにパブリッシュします。

画像付きのテキストまたは画像そのもののどちらかでメッセージを作ることもあります。メッセージの配信は、曜日、日付、時刻、ユーザのタイプ、嗜好、および場所などのさまざまな要因によって決まります。

4つのタイプのメッセージまたはバナーがあります。

1. ウェルカム
2. オファーまたはディール
3. スポンサーシップ
4. アドバタイズメント

## ウェルカム

ウェルカム メッセージは、ゲストまたは顧客が企業の施設内に入った際に表示される最初のメッセージです。また、顧客が1つの興味のあるポイントから別の興味のあるポイントに移動した場合にもウェルカム メッセージが表示されます。

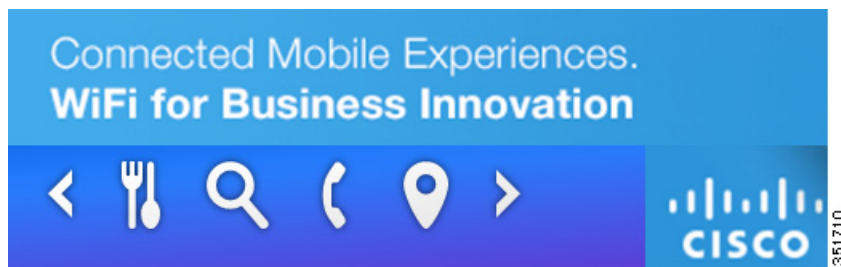
興味のあるポイントは、企業の施設内で製品またはサービスをセールする特定のロケーションです。

たとえば、ゲストがABCショッピングセンターに入ったときは、ウェルカム メッセージは「ABCショッピングセンターへようこそ」となります。

同様にゲストが飲食店街に入ったときは、メッセージは「国際飲食店街へようこそ」となります。

次の図で、ウェルカム メッセージの例を示します。

図 6-1 ウェルカム メッセージ



ロケーションおよび興味のあるポイントに基づいてウェルカム メッセージを変更できます。

ウェルカム メッセージは施設に入って来たビジターが初めてなのかまたは 2 回目なのかによってカスタマイズできます。

たとえば、XYZ 社のショッピング センターへの新しいビジターには、ウェルカム メッセージは「XYZ へようこそ」です。

再度訪れた顧客に対しては、メッセージは「XYZ ショッピング センターへまたいらして頂きありがとうございます」となるでしょう。

次の図にウェルカム メッセージの作成を示します。

図 6-2 ウェルカム メッセージの作成

ウェルカム メッセージを作成するには、次の手順を実行します。

**ステップ 1** [Banners] に移動して、[Create New Banner] をクリックします。

**ステップ 2** メッセージ名を入力します。

**ステップ 3** [Type of Message] メニューから [Welcome] を選択します。



**(注)** CMX ダッシュボードは一度だけキャンペーンでウェルカム メッセージを表示します。その他のタイプのメッセージは繰り返し表示されます。

**ステップ 4** アカウント リストからメッセージを所有するアカウントのタイプを選択します。

**ステップ 5** 表示するメッセージの次のオプションのいずれかを選択します。

– ログ付きのテキスト

このオプションでは、フォント、サイズ、色、およびスタイルを選択できる MS Word に似たテキストの書式設定ツールを使用してメッセージのテキストを入力します。

– 画像

**ステップ 6** 写真または画像をアップロードするには、[Upload] をクリックします。



**(注)** ゲストがウェルカム メッセージをクリックして URL に移動するようにする場合は、その URL を入力する必要があります。

**ステップ 7** ハイパーローカル検索のキーワードを入力します。

**ステップ 8** [Submit] をクリックします。

## オファーまたはディール

オファー メッセージはゲストおよび顧客に対するアドバタイズメントです。たとえば、ショッピングセンター内の店舗が新しい秋物コレクションについて知らせることができます。

ディール メッセージは、オファー メッセージの特殊なタイプです。ディール メッセージは、特定の時間に限定されたプロモーションに関するものです。キーワードとしてディールを使用して、顧客は利用可能なディールを確認するためにハイパーローカル検索を使用できます。

オファーまたはディール メッセージを作成するには、次の手順を実行します。

**ステップ 1** [Banners] に移動して、[Create New Banner] をクリックします。

**ステップ 2** メッセージ名を入力します。

**ステップ 3** [Type of Message] メニューから [Offer] または [Deal] を選択します。

**ステップ 4** アカウント リストからメッセージを所有するアカウントのタイプを選択します。

**ステップ 5** 表示するメッセージの次のオプションのいずれかを選択します。

– ログ付きのテキスト

このオプションでは、フォント、サイズ、色、およびスタイルを選択できる MS Word に似たテキストの書式設定ツールを使用してメッセージのテキストを入力します。

– 画像

**ステップ 6** 写真または画像をアップロードするには、[Upload] をクリックします。



**(注)** ゲストが [Offer] をクリックして URL に移動するようにする場合は、その URL を入力する必要があります。

**ステップ 7** ハイパーローカル検索のキーワードを入力します。

**ステップ 8** [Submit] をクリックします。

## スポンサーシップ

スポンサーシップ メッセージは、施設の特定のセクション内での外部パーティのアドバタイズメントです。外部エンティティが CMX ダッシュボードの中のアドバタイズメントのインベントリの一部を購入し、メッセージを通じてブランド、製品、およびサービスを強調表示します。

たとえば、XYZ 社が自社の製品 A をアドバタイズする場合です。

スポンサーシップ メッセージを作成するには、次の手順を実行します。

**ステップ 1** [Banners] に移動して、[Create New Banner] をクリックします。

**ステップ 2** メッセージ名を入力します。

**ステップ 3** [Type of Message] メニューから [Sponsorship] を選択します。

**ステップ 4** アカウント リストからメッセージを所有するアカウントのタイプを選択します。

**ステップ 5** 表示するメッセージの次のオプションのいずれかを選択します。

- ログ付きのテキスト

このオプションでは、フォント、サイズ、色、およびスタイルを選択できる MS Word に似たテキストの書式設定ツールを使用してメッセージのテキストを入力します。

- 画像

**ステップ 6** 写真または画像をアップロードするには、[Upload] をクリックします。



**(注)** ゲストがスポンサーシップ バナーをクリックして URL に移動するようにする場合は、その URL を入力する必要があります。


**ステップ 7** ハイパーローカル検索のキーワードを入力します。

**ステップ 8** [Submit] をクリックします。

## アドバタイズメント

アドバタイズメントは、外部パーティが自社ブランドのプロモーションを行うためのメッセージです。

アドバタイズメントを作成するには、次の手順を実行します。

- ステップ 1** [Banner] に移動して、[Create New Banner] をクリックします。
- ステップ 2** メッセージ名を入力します。
- ステップ 3** [Type of Message] メニューから [Advertisement] を選択します。
- ステップ 4** アカウント リストからメッセージを所有するアカウントのタイプを選択します。
- ステップ 5** 表示するメッセージの次のオプションのいずれかを選択します。
- テキスト付きの正方形の画像  
このオプションでは、フォント、サイズ、色、およびスタイルを選択できる MS Word に似たテキストの書式設定ツールを使用してメッセージのテキストを入力します。
  - 長方形の画像
- ステップ 6** 写真または画像をアップロードするには、[Upload] をクリックします。
-  **(注)** ゲストが [Advertisement] をクリックして URL に移動するようにする場合は、その URL を入力する必要があります。
- ステップ 7** ハイパーローカル検索のキーワードを入力します。
- ステップ 8** [Submit] をクリックします。

## メッセージのタイプの違い

メッセージのタイプには、ウェルカム、オファー、スポンサーシップ、アドバタイズメント、およびディールがあります。これらのメッセージ間の違いは、管理ユーザが設定するルールに基づいています。

ウェルカム メッセージは、ゲストまたは顧客が最初に施設に入ったときに表示されます。また、顧客が 1 つのゾーンから別のゾーンへ移動した場合に表示されます。これは繰り返されません。

ディールは顧客に 1 日単位で提供されるバーゲンです。

オファーは、顧客の施設への訪問頻度に基づいて提供されます。

スポンサーシップは施設に応じて使用されるメッセージです。たとえば、Google がコンベンション センターや教育会議で全ユーザに無料で Wi-Fi を提供する場合などです。

アドバタイズメントは小売店のケースでより関連性があります。たとえば、企業がショッピングセンターで製品の発売をアドバタイズする場合があります。

