

~初期設定編~

目次

オープンまでの道のり・・・・・・・P4
DNS設定・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・
SPFレコードを設定する・・・・・・・P7 管理者設定と権限設定・・・・・・・・P8~P11
管理者設定・権限設定の説明・・・・・・・P9 権限設定をする・・・・・・・P9~P10 管理者設定をする・・・・・・・P10~P11
重要項目設定・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・
ファイルレイアウト設定・・・・・・・・・・P25〜P27 ファイルレイアウト設定とは・・・・・・P26 書き出しレイアウト設定をする・・・・・・P26〜P27
商品管理・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・
セット商品とは・・・・・・・・・・・・・・・・P32 固定セットの登録ポイント・・・・・・・・・・P33 よりどりセットの登録ポイント・・・・・・・P34 組み合わせセットの登録ポイント・・・・・・・P35
定期コースとは・・・・・・・・・・・・・・・・P36 定期コースの登録ポイント(商品情報)(価格詳細)・・・P36~P38
頒布会コースとは・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・
デザイン管理・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

目次

販促管理·····
····
Google Analyticsとは・・・・・・・・P50
GAアナリティクスの登録のポイント・・・・・・P50
コンバージョンタグとは・・・・・・・P51
コンバージョンタグの登録のポイント・・・・・・P51
広告媒体管理••••••
広告媒体管理とは・・・・・・・・・・・・・・P53
ad-codeを登録する・・・・・・・・・・P54
番外編 広告代理店と広告媒体を紐づける・・・・・・P55
広告媒体にad-codeを設置する・・・・・・P56~P57
広告分析を確認する・・・・・・・・・P58
ムロカ切を唯祕りる・・・・・・・・・・・・P58

オープンまでの道のり

ショップオープンまでにテモナとショップ様に対応いただく内容の一覧です。

詳細につきましては、「運用ガイド」をご確認ください。

ショッ	プオープンまでにテモナとショップ様に対応いただく内容の一覧です。
No.	
1	各種決済のお申し込みを進めます。 サブスクストアをお申し込み後,クレジット決済の申込書はテモナより送付されます。 後払い・ID決済はショップ様より直接お問い合わせください。 各種決済お申込書送付し審査が進みますと,各決済会社から販売サイトの確認等のために, ご連絡がありますので,ご対応漏れがないようお願いいたします。
2	サブスクストアのアカウント発行のメールを受信します。 テモナより、「アカウントの URLとID」、「アカウントのパスワード」、「オープン前確認事項」の 案内メールが 3通届きます。
3	 DNS設定を行います。 ・ショップ様の取得ドメインとサブスクストアの IPアドレスを紐づける Aレコード設定を行います。 すでにご利用中のドメインを使用する場合は別途 SSL証明書発行の為の処理が必要となりますので,たまごコンシェルまでご連絡ください。 ・サブスクストアからの自動送信メールが迷惑メールに振り分けられることを防ぐためにSPFレコードを設定します。 ※DNS設定の詳細につきましては,P5~P7をご確認ください。
4	Aレコード設定が完了後サブスク CSへカートドメインをご連絡ください。 通信保護のために弊社で SSL証明書の設置を致しますので,必ずカートドメインを下記メールアドレスへ ご連絡ください。 subsc-store@temona.co.jp
5	サブスクストア管理画面の設定をします。 ※本「スタートガイド」をご参照ください。
6	【他社カートから移行するショップ様限定】データ移行をします。 ・他社カートから商品,注文,顧客情報のCSVデータを出力し,サブスクストアへ一括登録します。 ・クレジットカード情報移行に関してましてはご利用中のペイメント会社様よりクレジットカード情報の出力が可能な場合のみ移行ができます。移行まで約1か月ほどかかりますので,お早めにご契約のペイメント会社へご連絡ください。
7	販売サイトとサブスクストアの連携します。 ※連携方法の詳細につきましては本「スタートガイド」をご確認ください。 ・サブスクストアサーバにショッピングサイト等のファイルをアップロードする場合は, 弊社よりお送りしたSFTP情報をもとにログインします。
8	テスト受注をして出荷までの流れを確認します。



~各種ドメインの設定をする~

操作画面 【ドメイン登録サービス会社の管理画面】

DNS設定とは

DNS 設定は、お名前.com やムームードメインなどのドメイン取得サービスの管理画面から 行うことができます。ショップオープンのために必要なDNS設定は、

ドメインとサブスクストアの IP アドレスを紐づける「A レコード設定」,

ショップ様のメールアドレスとサブスクストアを紐づける「SPF レコード設定」の2種類です。

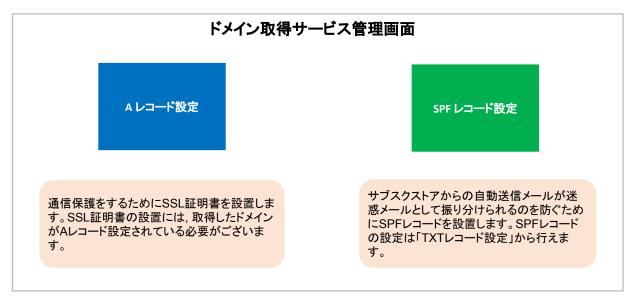


図 1-1-1ドメインの概念図

STEP 1 Aレコード設定をする

通信保護を目的とした SSL証明書の設置には,取得したドメインがAレコード設定されている必要がございます。A レコード設定は取得ドメインと管理画面の URL に記載されている11 桁の IP アドレスの紐づけを行います。

図 1-1-2 IPアドレスの確認

Point

DNS 設定のA レコード設定にて、取得したドメインのA レコード部分に サブスクストアの I P アドレスを入力します。 設定でご不明な点がございましたら<u>ドメイン取得サービス会社</u>へお問い合わせください。

STEP 2 SPFレコード設定をする

サブスクストアからの自動送信メールが迷惑メールとして振り分けられるのを防ぐためにSPF レコードを設置します。SPF レコード設定は,サブスクストアの送信メールとショップ様がお使いのメールドメインを紐づけるために行います。

【SPFレコード】 v=spf1 ip4:111.111.111.111 ip1:1111:111:111:111:111:111:111:111 ~all

サブスクストアのアカウント案内時にSPFレコードをお送りしています。 「※重要※【サブスクストア】アカウント開設のお知らせ」のメールをご確認ください。

【メールドメイン】 tamago-next-con@temona.co.jp

Point

DNS設定のTXTレコード設定にて、SPFレコードの設定ができます。 SPFレコードを設定する際は、取得したメールドメインのTXT レコード部分に テモナよりお送りしたSPFレコードを入力します。 設定でご不明な点がございましたら、ドメイン取得サービス会社へお問い合わせください。



~管理者ごとに操作権限を分ける~

操作画面 【設定】<【管理者設定】 【設定】<【権限設定】

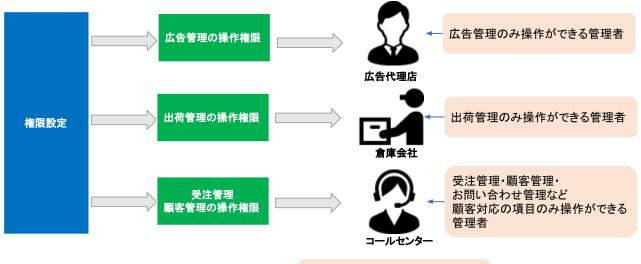
管理者ごとに操作権限設定が可能

サブスクストアでは、管理者設定より操作権限の設定が可能です。

権限の設定は、広告代理店やコールセンター、倉庫会社などに外部委託する場合ご利用できます。

更に<u>広告代理店に関しては、会社ごとに出稿している広告の設定変更、効果分析をすることが可能です。</u>管理者の設定をする前に、権限設定にて操作権限を設定します。

その後,各管理者に紐づけを行います。



管理者に権限の紐づけを行いま す。

図 1-1-1管理者・権限設定の概念図

STEP1 権限設定をする

管理画面左メニューバー【設定】<【権限設定】より行います。

管理者設定をする前に操作権限を設定する必要がございます。



図 1-1-2 操作権限一覧画面

Point

初期設定で管理画面がすべて操作できる「Admin」と広告代理店用の「AdAgent」が登録されています。コールセンターや倉庫会社用の権限は必要に応じて、ご登録ください。



STEP 2 管理者設定をする

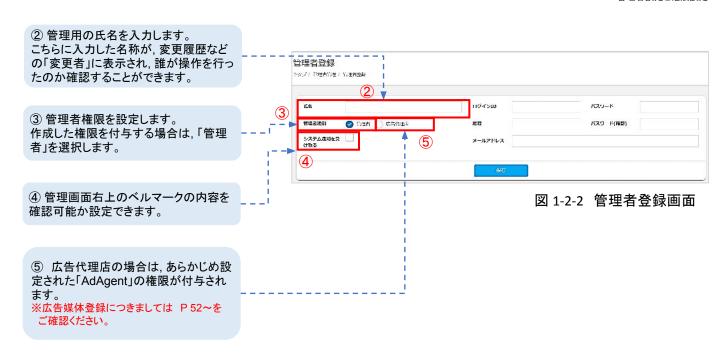
管理画面左メニューバー【設定】<【管理者設定】より行います。操作権限を設定後,管理者に紐づけを行う必要がございます。紐づけられた管理者は,操作権限でしか操作を行うことができません。



図 1-2-1 管理者一覧

Point

初期設定で管理画面がすべて操作できる「AdminUser」の管理者が登録されております。 お申込みいただいているプランによって,登録できる管理者の上限数が決まっております。 上限数の追加をご検討の際は,WEBお申し込みが可能ですので, 「サブスクストア ヘルプセンター」よりお申し込みください。



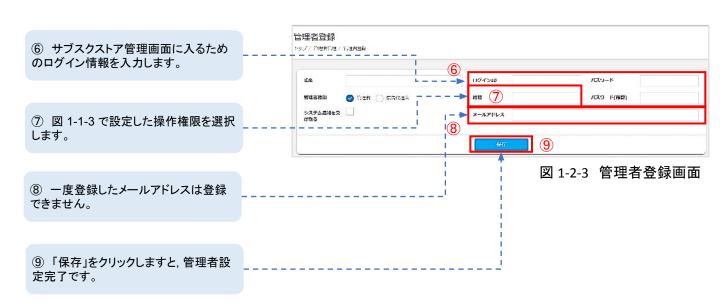




図1-2-4 アクセス制限画面



~ショップの基本情報を登録する~

操作画面 【設定】<【重要項目設定】

重要項目設定とは

ショップ運営に関する重要な設定をする項目です。

ショップ運営には,会社情報や,受注周りの運用設定,支払い方法・配送方法の設定が不可欠です。 重要項目設定では,ショップ運営に関する基本情報を設定します。

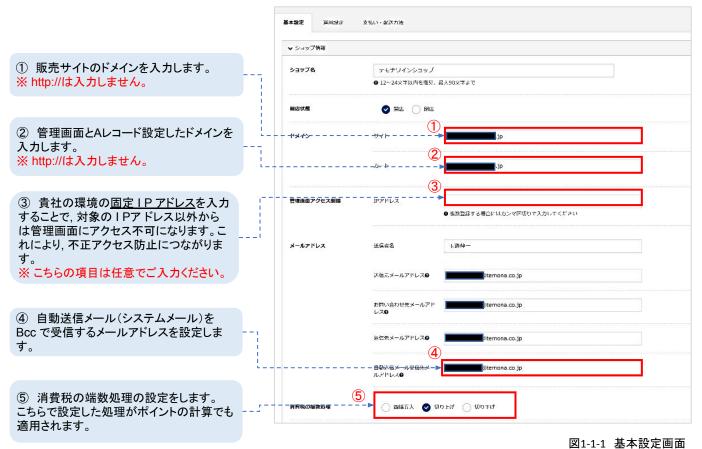






STEP 1 基本設定をする

管理画面左メニューバーの【設定】<【重要項目設定】<【基本設定】より行います。 基本設定は会社情報や注文情報の入力フォームなどショップ運営に関する基本的な設定を行います。



因1-1-1 基本設定回回

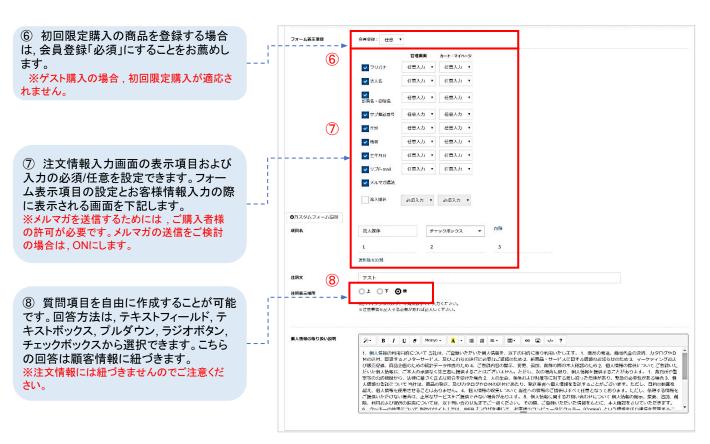


図1-1-2 基本設定画面

フォーム表示項目と設定後の反映画面

図1-1-3はフォーム表示項目の設定画面です。 図1-1-4はWebからの注文登録時に表示される項目です。

重要項目設定 基本設定



図1-1-3 基本設定画面

お客様情報入力画面

118 118 118 118 118 118 118 118 118 118	1911年 1911年		名 例 太郎	
フリガナ	년 4 위) 7 ²	₹9	メイ 例) タロウ	
◎◎ 彭使善号		102 ಗಡಬಹೋಸಿನಬೇಕು	到使消号から任何を検索	
■ 町名州地	455HQ	経択してください	-	
	市区町村	例) 法谷区条备		
	町食開地	(NI) 1 2 3		
	逻辑名	例) 光巻ビル111	(4.6)	
徒人名	(4) OO(株式会社			
※底 東送番号	例) 0312945678 9 ハイフがはみれずごがみください			
8 8 メールアドレス				
	O MERCENTE	き 組入力ください		
88 バスワード				
	0 8200286	ラ 組入力ください		

図1-1-4 Webページの画面

	▼ 帐票出力情報			
	法人名	テTナワイナリー	1	
	法人住所	以他每年	1500002	即後請号から住所を検索
		舒道的景	RED	•
9 明細書や納品書など出荷時に必要な情	9	市区町村	游谷区	
場の明神書や納命書など面何時に必要な情 報に記載される情報を入力します。		町名祭地	法台2-12-19	
		建物名	東延インターナショナルビル本館9階	
	电话位号	0312345678		
⑨ 配送元の住所情報を入力します。	メールアドレス@	アドレス® tamatsukuri§ttemona.co.jp		
配送元情報とご購入者様の住所情報を基 に出荷から配達までの期間が自動計算さ	▼加萊素情報			
れます。	配送元所在地	部使替用	1500002	動使哲学から任所を検察
	10	舒進府県	典原相	*
1		市区町村	海客区	
		即名誉地	#8	
		ビル強切名	東建インターナショナルビル9F	
⑩「設定を保存」をクリックします。				

図1-1-5 基本設定画面

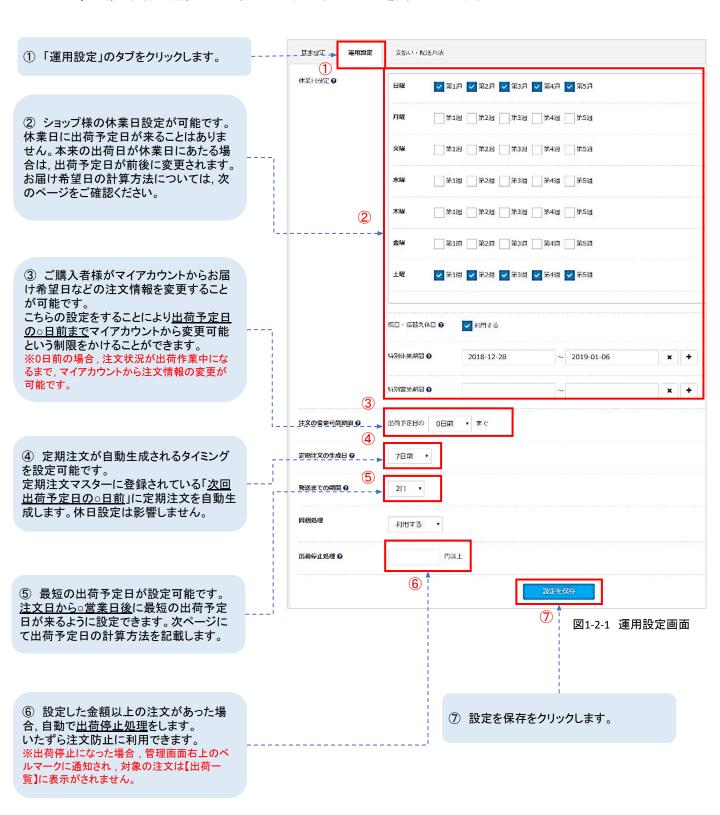
お買い上げ明細書



図1-1-6 基本設定画面

STEP 2 運用設定をする

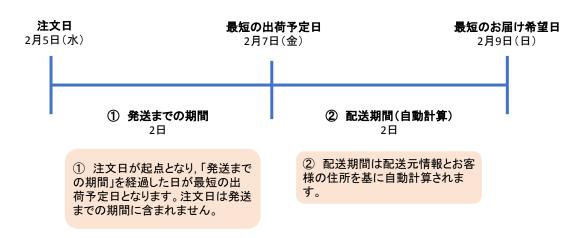
管理画面左メニューバーの【設定】<【重要項目設定】<【運用設定】より行います。受注と出荷周りの運用の設定を行います。運用設定では、ショップ様の休業日の設定や、注文から出荷までにかかる時間を設定することにより、ご購入者様が選択できる最短のお届け希望日などを調整できます。



番外編 お届け希望日の計算方法

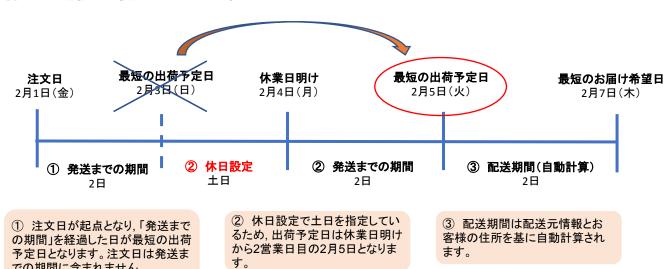
お届け希望日は、基本設定の「配送元情報」、運用設定の「休業日設定」、「発送までの期間」を基に自動計算 されます。自動計算の方法につきましては下記をご確認ください。

最短お届けの場合

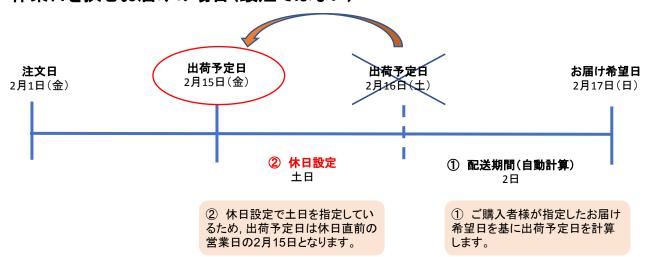


休業日を挟む最短お届けの場合

での期間に含まれません。



休業日を挟むお届けの場合(最短ではない)



STEP 3 支払い・配送方法を設定する

管理画面左メニューバーの【設定】<【重要項目設定】<【支払い・配送方法】より行います。

「表示しない」以外を選択した場合に、商品登録画面に選択肢として表示されます。

表示しない以外を選択するために,支払い方法によってコードの入力が必要となりますが, 審査が通る前は半角英数字で仮の値を入力します。

・クレジットカード(ZEUS)

設定完了後、「表示しない」以外を選択します。

支払い・配送方法 基本協定 運用協定 支払い・配送方法のタブをクリックします。 ▼支払い方法 1 ○エンドユーザーに表示しない ◇エンドユーザーに表示する ^ クレジットカード 和明サービス 2 ② クレジットカードの審査通過のご連絡を ZEUS 様からいただき次第、テモナで2営業 ****** 日以内に設置します。 ○ 利用する O 利用しない 審査通過前に商品の支払い方法の設定をす セキュリティーコード 0 る際は, <u>半角英数字で仮の値を入力し、「表</u> <u>示しない」以外</u>を選択します。 20 · B I U 5 Meiryo · A · ≡ ≡ ≡ · ≡ · ∞ ☑ ↔ ? (3) ③ Webからの注文で支払い方法を選択した 際に、こちらに入力した説明文が表示されま ショップ様のご契約カード会社に合わせてご 4 記載ください。GMO 様の場合も同様です。 ④ 入力内容は、自動送信メール(システム

・クレジットカード(GMO)

様の場合も同様です。

メール)の「選択支払い方法別テキスト」の @ @ タグ設置個所に表示されます。GMO

設定完了後、「表示しない」以外を選択します。

- ⑤ 利用サービスを「ZEUS」から「GMO」に変更した場合,「<u>表示しない」</u>に自動で変更となりますので,ご注意ください。
- ⑥ クレジットカードの審査通過のご連絡を GMO 様からいただき次第, テモナで 2営業日以内に設置します。 審査通過前に商品の支払い方法の設定をす る際は, 半角英数字で適当な値を入力し. 「表示しない」以外を選択します。
- ⑦ クレジットカード情報の非保持化に伴い、管理画面から直接クレジットカード番号を入力することは禁止されております。入力にはクレジットカード情報入力専用端末(テンキーパッド)のご利用が必須です。テンキーパッドの利用には別途ご契約が必要となりますので

サブスクストア ヘルプセンター「テンキーの 設定と利用方法について」よりご確認、お申 し込みください。

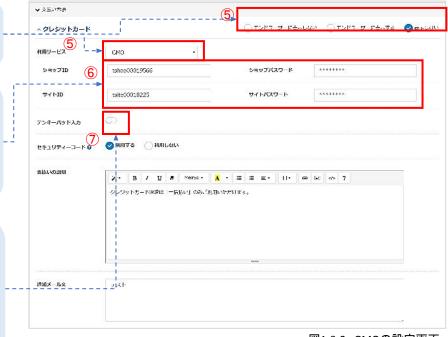


図1-3-2 GMOの設定画面

図 1-3-1 ZEUSの設定画面

・代引き

設定完了後「表示しない」以外を選択します。



-後払い

設定完了後、「表示しない」以外を選択します。



・銀行振込み

設定完了後「表示しない」以外を選択します。

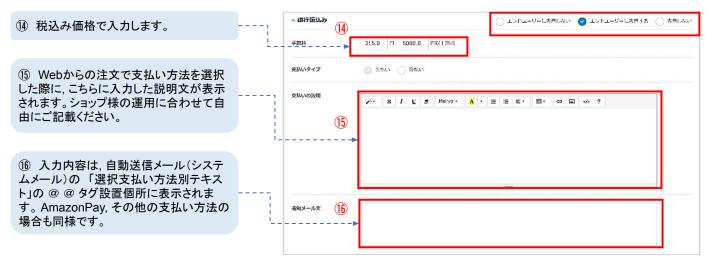


図1-3-5 銀行振込みの設定画面

Amazon Pay

設定完了後「表示しない」以外を選択します。

① Amazon Payの審査通過後,「Amazon seller central」より発行した情報を入力します。詳細な設定方法につきましては,サブスクストアのヘルプセンター「Amazon Payの設定方法」をご確認ください。



図1-3-6 Amazon Payの設定画面

・その他支払い方法

設定完了後「表示しない」以外を選択します。

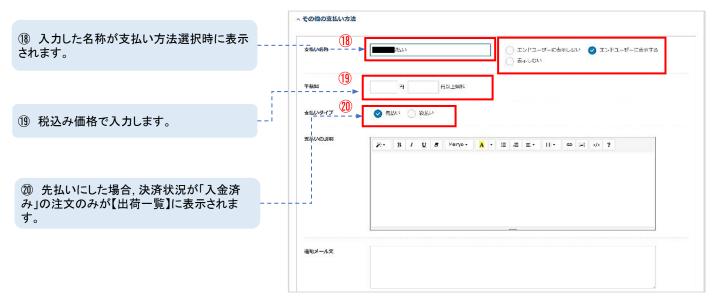


図1-3-7 その他支払い方法の設定画面

配送方法を設定する

「表示しない」以外を選択した場合に、商品登録画面に選択肢として表示されます。

配送方法は利用優先度に従って自動で選択されます。どの配送会社も設定方法に差異はありません。

① 送料の無料基準を設定することが可能です。税込み価格で入力します。 設定されない場合は空欄のままで問題ござい

設定されない場合は空欄のままで問題ござい ません。ポイントやクーポンによる<u>値引き前の</u> <u>税込み金額</u>を基準に送料が無料になります。

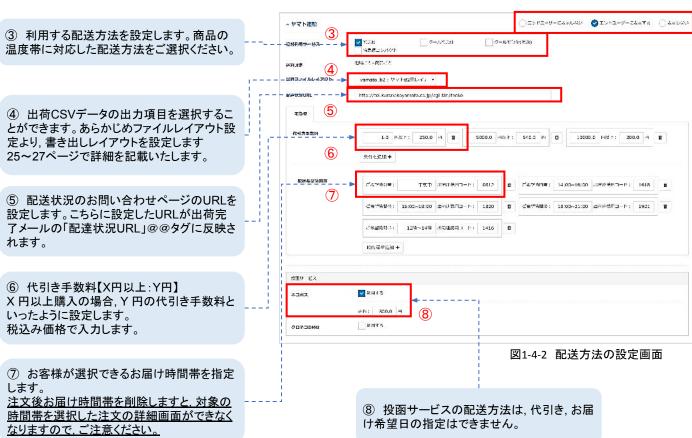
②「地域ごと+商品ごと」を選択した場合, 商品の登録画面より,送料を設定することが 可能です。



図1-4-1 配送方法の基本設定画面

・佐川急便/ヤマト運輸/日本郵便

設定後、「表示しない」以外を選択します。



•その他の配送方法

設定後、「表示しない」以外を選択します。



図1-4-3 その他配送方法の設定画面

配送方法の利用優先度を設定する

配送方法は利用優先度にしたがって注文時に自動選択されます。優先順位が高い順に配送方法が選ばれ, 商品の同梱をする際は共通の配送方法が選択されます。



【支払い・配送方法】画面最下部の「配送方法の利用優先度」です。図 1-5-1を設定した場合、図 1-5-2 のように配送方法が自動選択されます。

図1-5-1 支払い方法の表示順



【注文した商品がAのみの場合】 ・配送方法はネコポスとなります。 優先度に従って、ネコポスが選択されます。

【注文した商品がA, B で同梱する場合】 ・配送方法は宅急便となります。 同梱の場合、共通の配送方法が選択されます。

図1-5-2 支払い方法の表示順

支払い方法の表示順を設定する

支払い方法の表示順を指定できます。数字が小さい順に表示がされます。

支払い方法の表示順の設定画面

 支払い方法の表示順
 変更

 1. NP後払い

 2. 代引き

 3. 銀行振込み

 4. 後払い消込確認

図1-6-1 支払い方法の表示順

Webからの注文画面



図1-4-4 支払い方法の選択画面

支払い・配送方法を表示する

商品に紐づけるための支払い・配送方法を設定します。こちらで「表示しない」以外を選択した場合に,商品登録の「決済・配送方法設定」に選択肢として表示がされます。また,「エンドユーザーに表示しない」を選択した場合,管理画面からの注文登録・編集時のみ利用できる支払い方法となります。

®「表示しない」以外を選択した場合, 商品登録の際に,紐づけを行うことができます。商品登録前に重要項目設定をご設定く ださい。

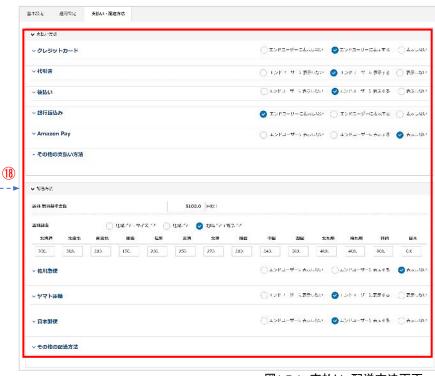


図1-7-1 支払い・配送方法画面

オンラインからの注文画面

Point

配送方法は、「配送方法の利用優先度」に 基づいて自動で選択されるため、表示がされません。管理画面からの注文編集画面 で配送方法を変更することが可能です。



図1-7-2 オンラインからの注文

オフラインからの注文画面

Point

銀行振り込みが「エンドユーザーに表示しない」設定になっているため、管理画面上からの注文登録画面のみ表示されます。

重要項目設定は以上です。

代引き銀行振込み	○ NP後払い	○ クレジットカード(ZEUS
済方法		
8個 時間帯招定	午前中	
	※ 支援商品と頒布会商品(回教指定)は初回 のお届け希望日	
6個 お届け希望日	2019-03-02	
ion 出荷予定日	2019-03-01	



~倉庫会社のシステムと連携する~

操作画面 【設定】<【ファイルレイアウト設定】

8年 30 • 年表表

ファイルレイアウト設定とは

管理画面左のメニューバーの【設定】<【ファイルレイアウト設定】<【レイアウト一覧】より 設定できます。 出荷作業を外部委託をする際に, CSV データを用いて連携する場合がございます。 連携する倉庫会社によって,連携に必要な項目が異なる場合は,連携用の出荷ファイルレイアウトを 設定し,出荷作業時に必要な項目を出力可能となります。



出荷のCSVデータを出力する

倉庫会社の管理システムに 取り込む

連携システムの情報を基にピッキング作業をする。

【書き出しレイアウト登録】

サブスクストアから出力する際のCSVファイル の項目の設定できます。

レイアウト名 レイアウトコード 操作 50 085.76 22092.6 2018.11.27 FI-#ABU 2018.06.22 MI. のもパックアリントR州レイアウト DPanan post vuudrint wast. 2018.06.11 PマルのEL-CYCL semato 12 **=**2991. 2018 06 11 -1/estigitative years esmu. 2019.06.11 No. DI--明晓 200 **建**烷 量が出し

図1-1-1 ファイルレイアウト一覧

【取り込みレイアウト登録】

倉庫の外部システムなどから出力したデータをサブスクストアに取り込む際の設定ができます。取り込みに必要な「お客様管理番号」、「出荷日」、「伝票番号」の列番号を指定します。

STEP 1 書き出しレイアウト設定をする

書き出しレイアウトは、サブスクストアから出力する出荷CSVデータの項目を設定することができます。倉庫システムとの連携に必要な項目を指定します。

連携に必要な項目といたしましては,倉庫様にご確認ください。

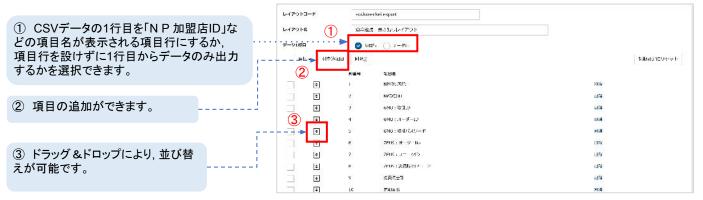


図1-1-2 書き出しレイアウト登録画面

④ 項目名を検索し、選択します。 「登録」をクリックすることで、項目が書き出しレイアウトに追加されます。

図1-1-3 書き出しレイアウト登録画面

⑤ 設定完了後、「保存」をクリックします。



図1-1-4 書き出しレイアウト登録画面

⑥ 最後に管理画面左メニューバーの【設定】 <【重要項目設定】 <【支払い・配送方法】 より、出荷ファイルレイアウトに設定します。 対象の配送会社が選択された際、設定した書き出しレイアウトの項目で出荷CSVデータが出力されます。



図1-1-5 書き出しレイアウト登録画面



商品管理 ~商品を登録する~

操作画面

【商品管理】<【単品商品】

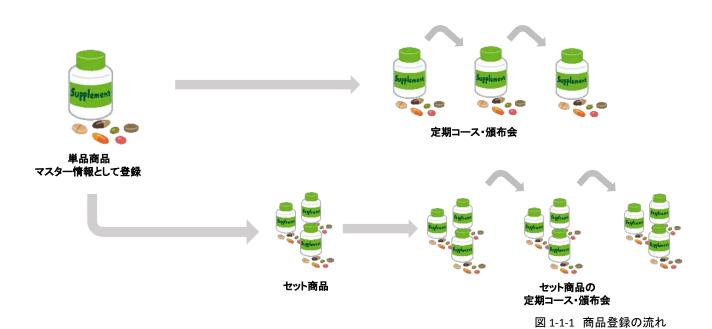
【商品管理】<【セット商品】

【商品管理】<【定期コース】

【商品管理】<【頒布会コース】

商品登録の流れ

定期コースやセット商品などすべての商品は単品商品を基に作成されます。まず,単品商品を登録し,単品商品を定期コースやセット商品に紐づけることによって,商品登録ができます。



バリエーションとは

1つの商品の中に複数種類が存在する場合,バリエーションを設定することで管理が可能です。

各バリエーションによって区分された最小の商品単位をSKUといいます。

図 1-1-2 の場合,「Tシャツ 黒 Sサイズ」が SKU となります。セット商品や定期コース, 頒布会コースを作成する際は SKU 単位で紐づけを行います。

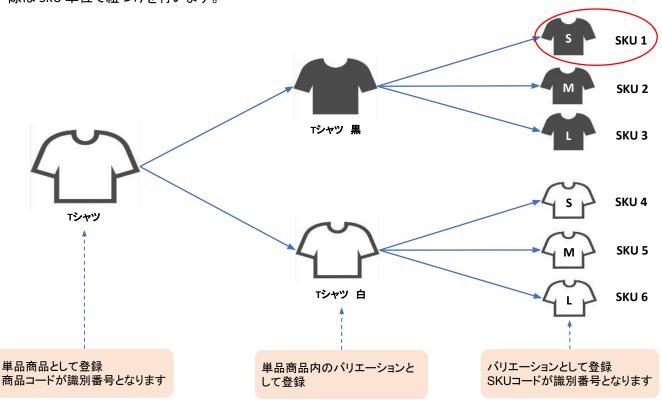


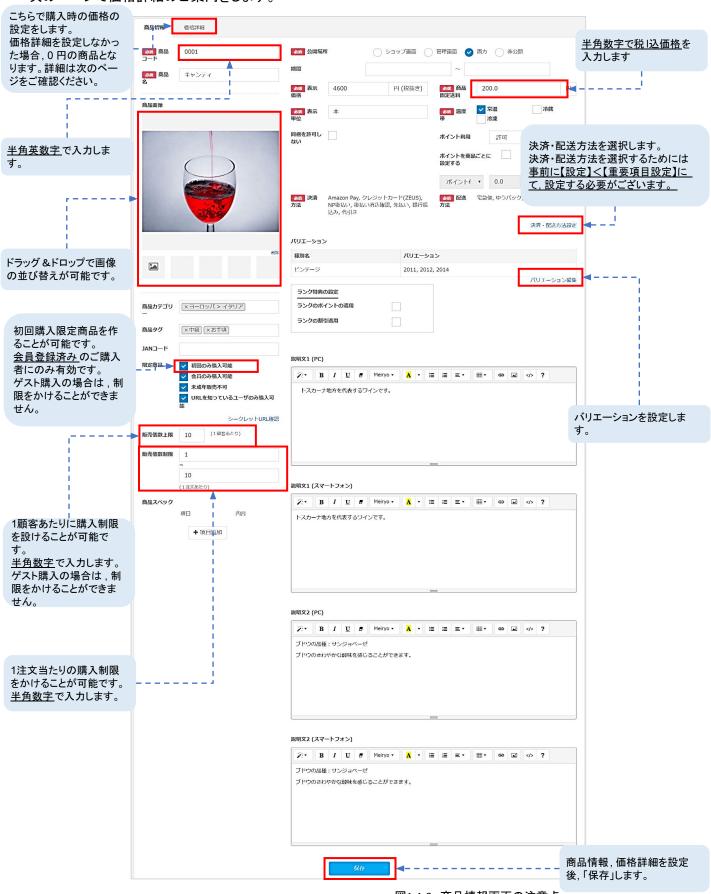
図 1-1-2 バリエーションの概念図

単品商品 単品商品の登録ポイント(商品情報)

単品商品は, 定期コースなどその他の商品を登録するために必要なものです。

こちらのページでは商品情報を登録する際の注意点をご案内します。

次のページで価格詳細のご案内をします。



STEP 2 単品商品の登録ポイント(価格詳細)

単品商品は、定期コースなどその他の商品を登録するために必要なものです。

こちらのページでは商品の販売価格を設定します。販売価格を設定しなかった場合、

カートに商品を入れても金額0円になります。価格詳細について登録する際の注意点をご案内します。

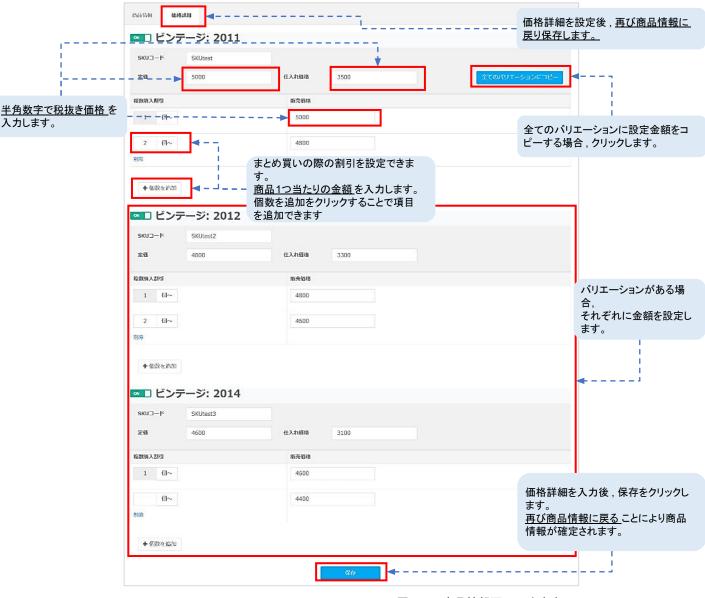


図1-1-3 商品情報画面の注意点



セット商品とは

セット商品は、複数の単品商品を紐づけて登録します。

管理画面左メニューバーの【商品管理】く【セット商品】から登録できます。セット商品には、

あらかじめ商品が決まっている「固定セット」,ご購入者様が複数選択肢の中から決まった数を選択できる「よりどりセット」,ご購入者様が複数の商品グループの中から商品を選択できる「組み合わせセット」の3種

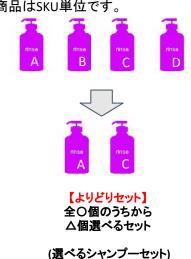
類ございます。セット商品に紐付ける商品はSKU単位です。

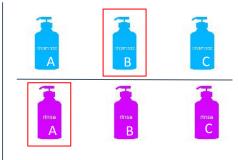


【固定セット】

商品が決まっているセット

(シャンプー&リンスセット)





【組み合わせセット】

グループ1の全○個のうちから△個選べる グループ2の全○個のうちから△個選べる

(選べるヘアケアセット)

図1-2-1 セット商品の種類

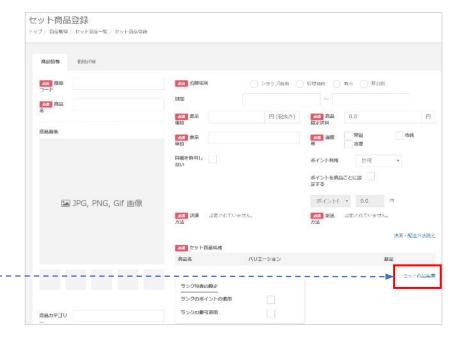


図1-2-2 セット商品の登録

セット商品編集よりセットを登録しま

固定セットの登録ポイント

セット商品登録画面の「セット商品編集」より登録できます。固定セットは決められた組み合わせの商品を販売する際に使用します。ご購入者様が選択できないセットとなりますので,洗顔と化粧水のセットなど単品商品からのアップセルをする商品としてご利用ください。

※商品情報の入力方法につきましては30,31ページをご確認ください。

セット商品編集よりセット商品の構成が可能です。



図1-2-3 固定セットの商品詳細画面

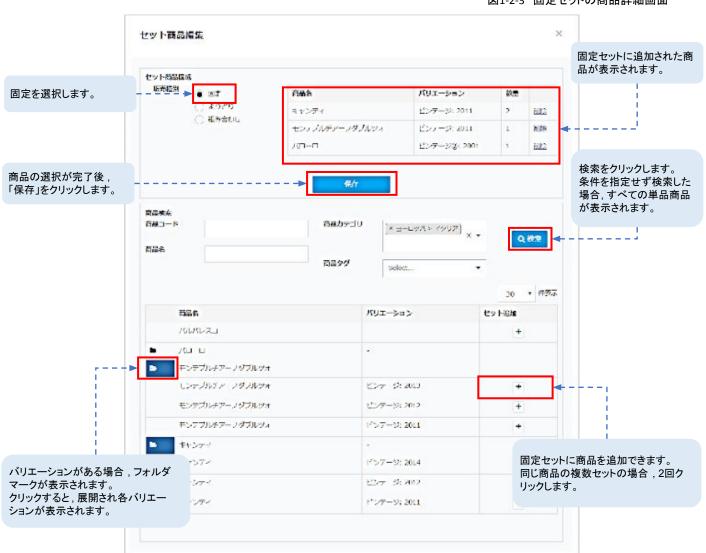


図1-2-4 固定セット商品編集

よりどりセットの登録ポイント

セット商品登録画面の「セット商品編集」より登録できます。よりどりセットは複数商品の中からご購入者様自身が自由に選べるセットです。下記の例では3種類のワインの中から2種類選べるセットとなっております。定期コースに紐づけたの場合、ご購入者様がマイアカウントから選択した商品を変更できます。

※商品情報の入力方法につきましては30,31ページをご確認ください。

セット商品編集よりセット商品の構成が可能です。



図1-2-5 よりどりセットの商品詳細画面



図1-2-6 よりどりセット商品編集画面

組み合わせセットの登録ポイント

セット商品登録画面の「セット商品編集」より登録できます。組み合わせセットは複数のグループ中からご購入者様自身が商品を自由に選べるセットです。

下記の例の場合, 白ワイン2種類から1種類, 赤ワイン3種類から1種類を選択できるセットとなっております。定期コースに紐づけたの場合, ご購入者様がマイアカウントから選択した商品を変更できます。

※商品情報の入力方法につきましては、30、31ページをご確認ください。

セット商品編集より、セット商品の構成が可能です。



着物 (本体, 帯, 下駄の選べるセット)



カラーコンタクトレンズ (左右の目の度数と色を選択するセット)



食品 (根菜,葉野菜の選べるセット)



図1-2-7 組み合わせセットの商品詳細画面

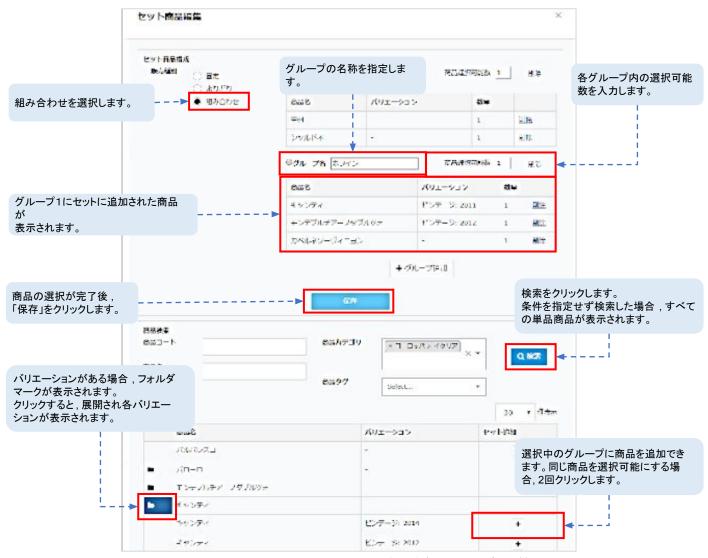
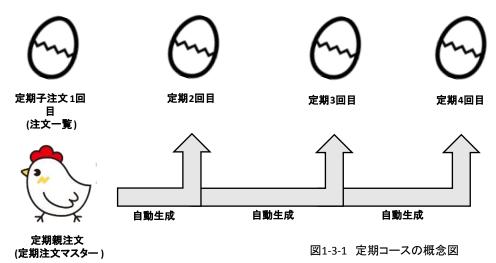


図1-2-8 組み合わせセットの商品詳細画面

定期コースとは

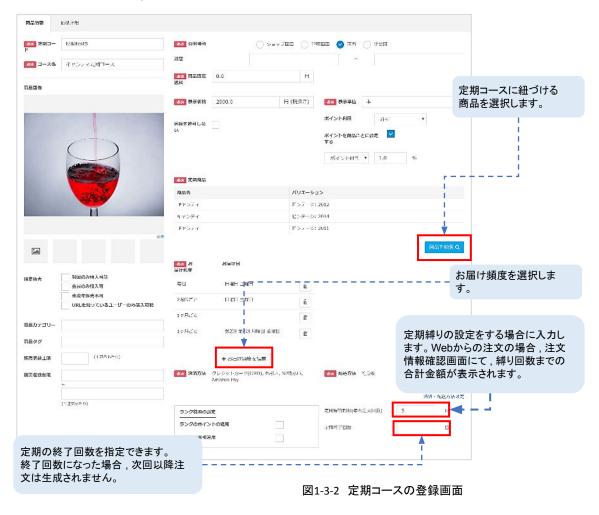
お届け頻度を基に同じ商品をお届けするコースです。



定期コースの登録ポイント(商品情報)

定期コースは単品商品またはセット商品を紐づけて登録します。 定期コースに紐づけるのはSKU単位です。

※商品情報の入力方法につきましては、29ページをご確認ください。



・定期コース商品の登録方法

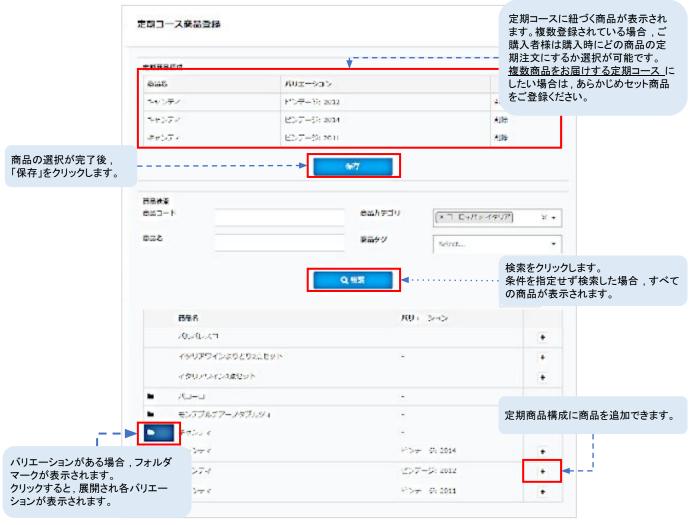


図1-3-3 定期コースの商品設定画面

・お届け頻度の設定方法

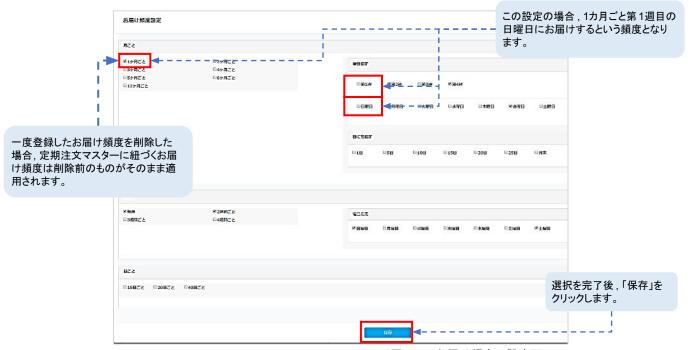


図1-3-4 お届け頻度の設定画面

定期コースの登録ポイント(価格詳細)

定期コースの場合,単品商品やセット商品のまとめ買いの価格設定に加えて,定期の継続回数ごとの金額を 設定できます。

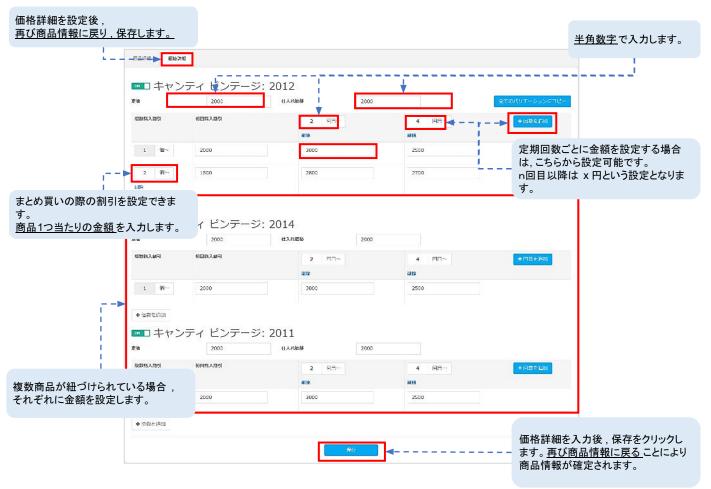


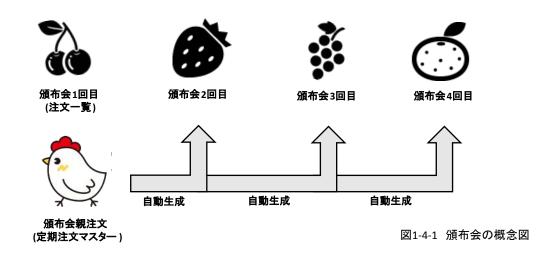
図1-3-5 定期コースの価格詳細画面



図1-3-6 定期コースの商品詳細画面

頒布会コースとは

頒布会とは、お届け頻度を基に<u>毎回異なる商品</u>をお届けするコースです。



頒布会コースの種類

頒布会には回数指定と月指定の2種類がございます。

【回数指定の頒布会】

頒布会の回数ごとにお届けする 商品が変わるコースです。

「【毎月お届け】ソムリエ厳選ワイ ンコース」や「【毎月お届け】全国 ブランド米食べ比べコース」など、 ショップ様がお客様におすすめ の商品をお届けする場合にご利 用いただけます。

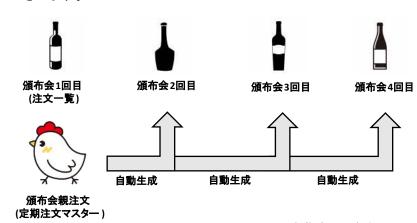


図1-4-2 回数指定の頒布会

【月指定の頒布会】

頒布会を注文いただいた月ごと <u>にお届けする商品が変わる</u>コー スです。「季節の果物お届けコー ス」など、季節や時期ごとのおす すめの商品をお届けする場合に ご利用いただけます。 注文受付 の期間が完了後、配送します。

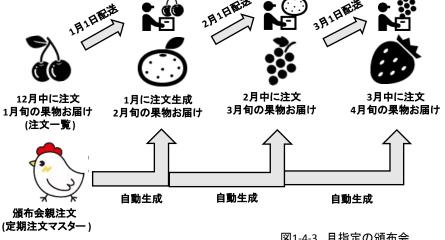


図1-4-3 月指定の頒布会

回数指定の頒布会コースの登録ポイント

頒布会コースは単品商品またはセット商品を紐づけて登録します。頒布会コースに紐づけるのはSKU単位です。回数指定の頒布会コースは頒布会回数に対し商品を紐づけます。

※商品情報の入力方法につきましては、30、31ページをご確認ください。

頒布会商品の「商品の検索」より紐づける商品の設定が可能です。



図1-3-4 回数指定の頒布会の商品設定画面



図1-3-5 回数指定の頒布会の商品詳細画面

回数指定の頒布会コースの登録ポイント

頒布会コースは単品商品またはセット商品を紐づけて登録します。頒布会コースに紐づけるのはSKU単位です。月指定の頒布会コースは,注文月に対し商品を紐づけます。注文終了日後に商品が配送されます。季節のおすすめ商品をお届けする場合などにご利用ください。

- ※商品情報の入力方法につきましては、30、31ページをご確認ください。
- 頒布会商品の「商品の検索」より紐づける商品の設定が可能です

れます。

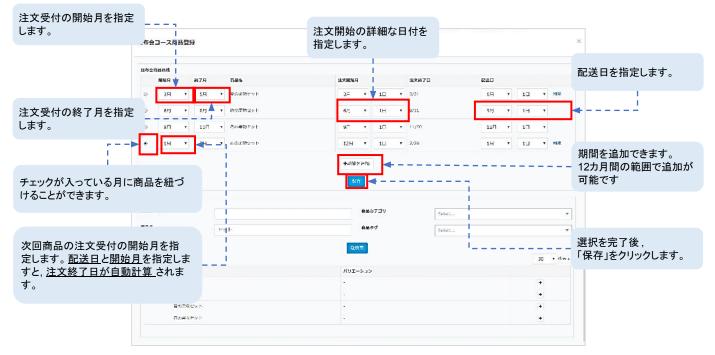


図1-3-6 月指定の頒布会の商品設定画面



図1-3-8 月指定の頒布会の注文確認画面



デザイン管理 ~ページのデザインをする~

操作画面

【デザイン管理】<【ページレイアウト】 【デザイン管理】<【購入ボタンタグ】 【デザイン管理】<【サイト設定】

デザイン管理とは

サブスクストアの生成ページのデザインは、HTMLを記述することで変更が可能です。

デザインの設定は、【デザイン管理】<【ページレイアウト】より行います。編集をする際は、

まず【ブロック管理】でHTMLの記述を行います。CSSを反映させるには,ブロック内に直接CSSを記述するか, SFTPにてスタイルシートのフォルダをアップすることで可能です。

【ブロック管理】にてHTMLを記述後,作成したブロックを【レイアウトー覧】より画面の各パーツに埋め込んでいただくことでデザインを変更できます。

※各画面によって、デザインの変更ができる箇所が異なりますのであらかじめご了承ください。



図1-1-1デザイン設定の概念図

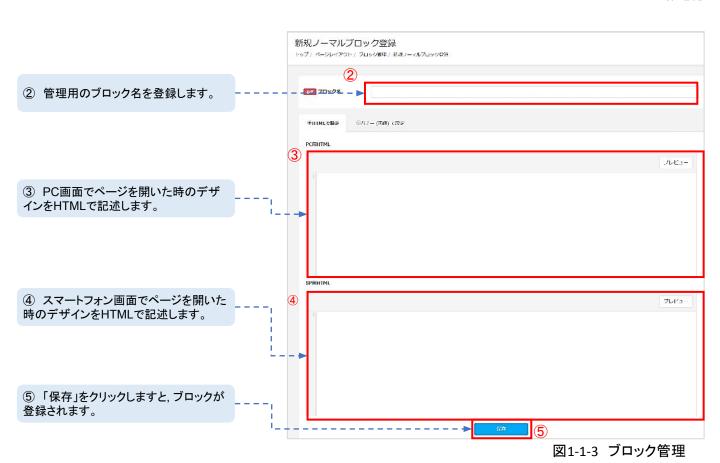
ページレイアウトの設定方法

STEP 1 ブロック管理の設定をする

【デザイン管理】<【ページレイアウト】<【ブロック管理】より設定が可能です。ブロック設定ではHTMLを記述します。こちらで作成したブロックはレイアウト設定にて、複数のレイアウトに設定が可能です。



図1-1-2ブロック管理



Point

ブロック管理でCSSを反映させるためには,

- ①サブスクストアサーバーにあげたスタイルシートのフォルダをブロック管理のHTMLに反映させる。
- ②ブロック内に直接CSSを記述し、HTMLに反映させる。方法がございます。 どちらかの方法をご利用ください。

STEP 2 レイアウト設定をする

【デザイン管理】<【ページレイアウト】<【レイアウト設定】より設定が可能です。

登録したブロックを各ページレイアウトに設定します。各ページそれぞれに設定できるエリアが異なりますので

あらかじめご了承ください。

① レイアウト設定をしたい画面を選択し、「設定」をクリックします。

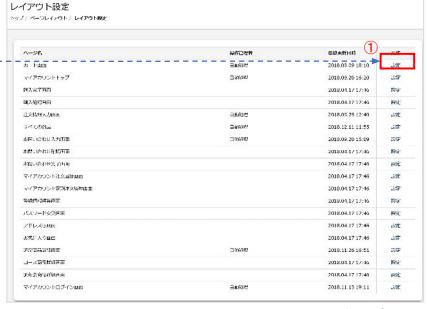


図1-1-4 レイアウト設定

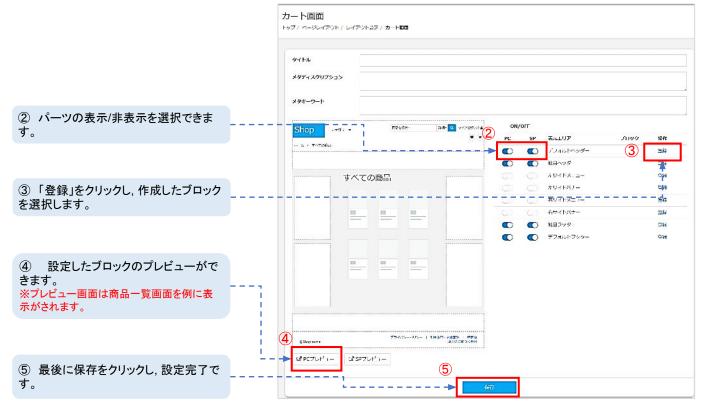


図1-1-5 レイアウト設定

Point

設定したデザインは実際の画面より確認する必要がございます。以下の手順で確認ができます。 ①重要項目設定の基本設定より「開店状態」を「開店」に変更します。

②カートドメインのAレコード設定が完了している場合、「カートドメイン」にドメインを入力します。 カートドメインのAレコード設定が完了していない場合、「管理画面のIPアドレス」を入力します。

③ブラウザにて、「カートドメインのみ」または「カートドメイン/merchandises」、

「IPアドレスのみ」、「IPアドレス/merchandises」をURL検索します。

④商品一覧画面を確認することができます。

⑤画面遷移により、各ページのデザインを確認することが可能です。

購入ボタンタグとは

ランディングページ(LP)やブランドサイトから直接カートに遷移させる場合,購入ボタンタグを利用します。購入ボタンタグはHTMLを編集することにより,デザインの変更が可能となっております。

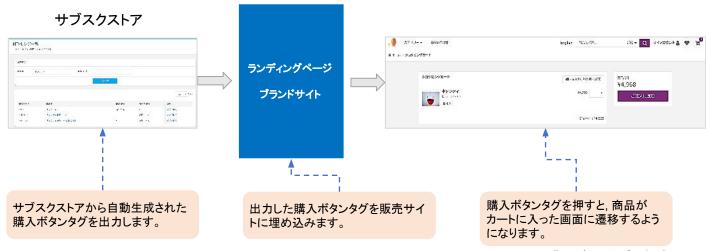


図2-1-1 購入ボタンタグの概念図

STEP1 購入ボタンタグを設定する

【デザイン管理】<【購入ボタンタグ】が可能です。 購入ボタンタグは商品を登録すると自動生成されます。



図2-1-2 購入ボタンタグの取得



図2-1-3 購入ボタンタグの取得

Point

購入ボタンタグの編集につきましては、Web製作会社にご相談ください。

サイト設定の設定方法

【デザイン管理】<【サイト設定】より設定が可能です。

こちらで設定した内容は、サブスクストアが生成するWebページに反映されます。

		サイト設定			
		838 ቻイトዊ	テモナワインショップ 0 12~24文字以内を推奨、最大90文字	'a c	
 ショップのログを設定します。 ロゴはサブスクストアのショップ画面の 左上に表示されます。 	_;-	T ED41FU	TEMONA 山水を採取 の工作性等ワイズ:概約3~286px、高	Z dupa	
		サイトの収養	サイト概要を入力してください。 ● 90~120文字以内を推尋、最大2003	रंकेद्र€	
		Facebook□グイン	ON Facebook App ID	693981324318771	
			Facebook App Secret	100001	
② ソーシャルログインをご利用の場合, こちらから設定ができます。連携会社と 別途ご契約が必要となります。	-	LINEU942	on ブヤンネルID チャンネルシークレット	1602244930 1ccaltbb884b405daecc8301758023054	
	!_	-	アクセストータン QRコードファイル	<u>ब्र</u> ब स्मार, १२८, दर स्माहे	
③ お客様のログインした後の遷移先を 設定することができます。設定しなかっ た場合は、商品一覧画面(ドメイン /merchandises)に遷移します。	-	Amazonログイン	すスト用LINEユーザーID ■ ボタンカラー (8)	Pathを記載サイズ:他100~200px、他と100~200px ternona2018 Amazonnassatures	MICHANIA ROJE CO
		3)	出品者ID A3QCQ	LYZKSHFRS 2547°>FID	amzn1.application-ba2-client.6a339767de5e4
④ OFFにしますと、マイアカウントから キャンセルまたは定期の停止ができなく なります。キャンセルなどは電話やお問 い合わせの受付のみといった運用をす る際は、OFFをご設定ください。	- 1 - ·	はなるシャルボタン(マイアカワント)	9t) exemple.com/merchandises		
	[クエリキー (5) ※() ad_code (7)			
⑤ クエリキーとはURLの「?」以降の部分を指します。例えば、https://xxx/?ad_code=temonaというページがあった場合、クエリキーはad_codeとなります。サブスクストアではデフォルトの場合、ad_codeのみが許可されているため、その他のクエリキーを新規に加えたい場合に、ご設定ください。		「買い物を掲げる」ボタン カラー対定	https://153.127.123.170/merch メインカラー 47c2c75 飛品を検索	hardises 「	
	-'		th ASS	が入ります 身本体: 5元・何の年 故主	1,234月 1 •
		コピーライト表示の	temona	論連を保存	

図3-1-1 購入ボタンタグの取得



タグ管理 ~タグを設定する~

操作画面

【販促管理】<【タグ管理】<【GAアナリティクス】 【販促管理】<【タグ管理】<【コンバージョンタグ】

Google Analyticsとは

Google Analytics(GA)を設定することにより、販売サイトに訪れたユーザーの行動に関するデータが集計でき ます。GAを使うためには、GAから発行されるトラッキングコードをサブスクストアの設置する必要がございま

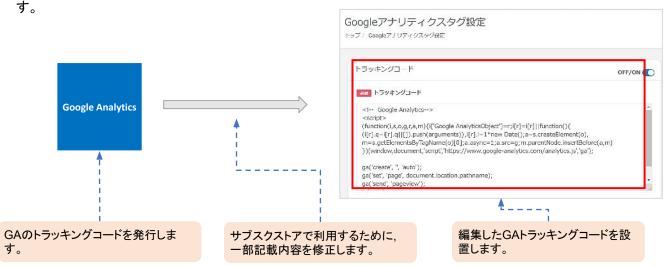


図1-1-1 GA設定の流れ

GAアナリティクスの登録のポイント

【販促管理】<【タグ管理】<【GAアナリティクスタグ】より行います。サブスクストアのカート画面以降はSPA(シ ングルページアプリケーション)を実装しているため,通常のトラッキングコードをそのまま設定するだけでは計 測が取れません。そのため,一部追記いただく必要がございます。

追記内容:ga('set', 'page', document.location.pathname);



図1-1-1 GAアナリティクスの設定画面

```
R 🗓
    <script src="https://pt01.mul-pay.jp/ext/js/token.js"></script>
    <meta name="csrf-param" content="authenticity_token"</pre>
    <meta name="csrf-token" content="ZL2NX3FtdPVB/XIvMSnp8IlrUI23GhC7tDZW4d/</pre>
   VAcKIYhK+CwMnF8g1H4KBBaisDJxGorqxYFK7zXZmfIElww==">
    <title>すべての商品 | </title>
    <div class="side-menu">
    </div>
    <span class="main ">カテゴリー(商品一覧)から探す</span>
    <span class="sub ">CATEGORY</span>
    <meta name="description" content data-react-helmet="true">
    <meta name="keywords" content data-react-helmet="true">
  ▶ <script class="google-analytics-tag">...</script>
▼ <body class="top-navigation white-bg" style>
```

Point

タグが反映されているか確認するためには,販 売ページにて,キーボードの「F12」を押しますと, ソースの検証画面を開くことができます。そちら から, <head>..</head>の中身をすると, 表示が 確認できます。

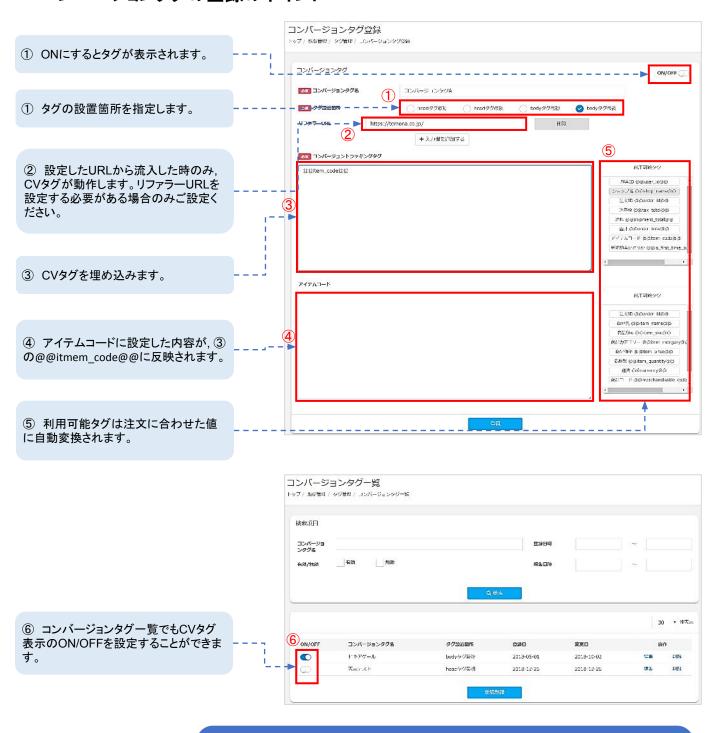
てのページの</head>の直前に表示されます。 販売サイトやLPには、反映がされませんので

別途トラッキングコードの埋め込みをお願いしま

コンバージョンタグとは

アフィリエイトを提供する ASP やその他の成果報酬型の広告を出す際,成果を計測するために購入完了画面へコンバージョンタグ(CVタグ)の設置を行う必要がございます。 CVタグの設定は、【販促管理】 < 【タグ管理】 < 【コンバージョンタグ】で行います。

コンバージョンタグの登録のポイント



Point

表示が確認できます。



広告媒体管理 ~広告分析をする~

操作画面 【広告媒体管理】<【広告媒体一覧】 【広告媒体管理】<【広告分析】

広告媒体管理とは

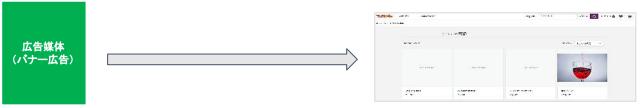
通販をする上で広告の効果分析はなくてはならないものです。

【広告媒体管理】<【広告媒体一覧】で設定しtad-codeを用いて行います。

まず,広告媒体一覧より媒体を登録しその後出稿している広告媒体にad-codeを設定します。

広告媒体やLPに設定したad-codeをサブスクストアまで引き継ぐことで広告の分析が可能です。

リンクやバナーの効果検証をする場合

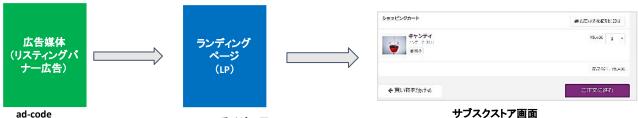


サブスクストア画面 ad-code

① バナー広告など、広告をクリック後に直接サブスクストアの画面に遷移する場合 は.

バナー広告の引数にパラメータとして、ad-codeを設定します。 ※パラメータはURL生成ツールなどから作成することができます。

LPを経由するリンクやバナーの効果検証をする場合



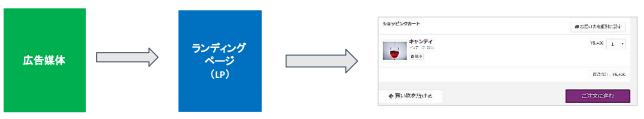
ad-code受け渡し用 HTML

サブスクストア画面

① バナー広告やリスティング広 告などの引数にパラメータとして ad-codeを設定します。

② 広告媒体の着地ページにad-code用受け渡し用 HTMLを設定します。こちらのHTMLは①のad-codeを サブスクストアまで引き継ぐためのタグです。

LPの効果検証をする場合



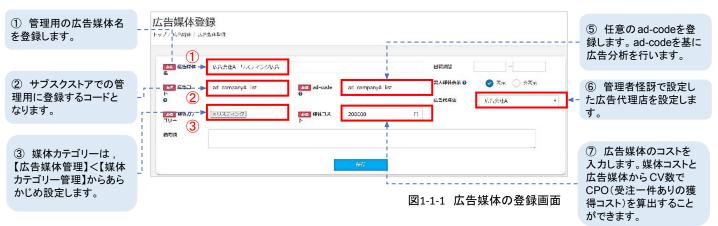
サブスクストア画面 HTMLタグ

① LPにHTMLタグを設置しま す。こちらのタグはad-codeが紐 づいており、設置したページの効 果検証を行うことができます。

ad-codeを登録する

ad-codeは【広告媒体管理】<【広告媒体一覧】から登録できます。広告媒体を登録するためにはあらかじめ 媒体カテゴリーを登録する必要がございます。

媒体カテゴリー管理にて、媒体カテゴリーを登録後、広告媒体を登録します。



広告媒体一覧

<u>Point</u>

広告代理店を設定すると、登録された代理店のみが確認可能な広告媒体がとなり、他社は確認できなくなります。複数の広告代理店と契約される場合は、【管理者設定】より各広告代理店を登録することをおすすめします。

⑧ LPなどページの効果分析をする際は、 「HTMLタグ」より出力します。



図1-1-2 広告媒体一覧画面

⑨「HTMLタグ」をクリックしますとad-codeが 付与されたHTMLタグが出力されます。

Point

HTMLタグは効果分析したい媒体の </body>の直前に設置します。

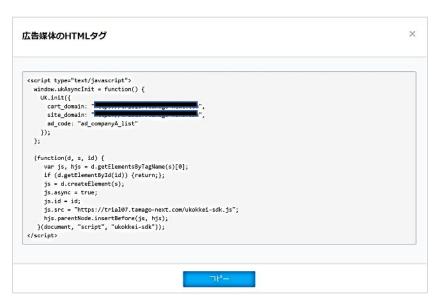


図1-1-3 広告媒体設定画面

番外編 広告代理店と広告媒体を紐づける

【広告媒体管理】<【広告媒体一覧(検索)】より行います。複数の広告代理店をご利用の場合,広告媒体に広告代理店を紐づけることで,他の広告代理店が設定した広告媒体を確認できなくなります。

Point

設定した広告代理店ごとに表示される広告を変更することができます。図1-1-3はショップ様が初期状態に持っている権限(Admin権限)で確認できる画面です。

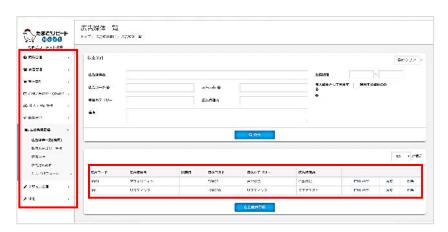


図1-1-4 Admin権限

Point

図1-1-4は、広告媒体と広告代理店が 紐づいている時に確認できる画面です。



図1-1-5 広告代理店の権限

広告媒体にad-codeを設置する

・リンクやバナーの効果検証をする場合

リンクやバナー広告の引数にad-codeをパラメータとして設置します。パラメータは「?ad_code=登録したad-code」といった形式で登録し、お使いのURLと一つにまとめたURLを生成します。

例: http://temona.com?ad_code=ad_companyA_list



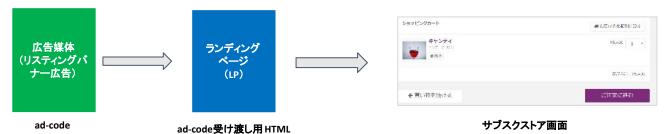


サブスクストア画面

•LPを経由するリンクやバナーの効果検証をする場合

リンクやバナー広告の引数にad-codeをパラメータとして設置します。リンクの着地ページに「ad-code受け渡し用HTMLタグ」を設置することで、ad-codeをサブスクストアの生成ページまで引き継ぐことができます。「ad-code受け渡し用HTMLタグ」は広告媒体設定より発行できます。

こちらは、ad-codeを引き継ぐためのタグであるためad-codeは付与されていません。広告媒体一覧から発行できるad-codeが付与された「HTMLタグ」とは異なりますので、ご注意ください。



Point

「ad-code受け渡し用HTMLタグ」はリンクやバナー広告の着地ページの</body>の直前に設置します。

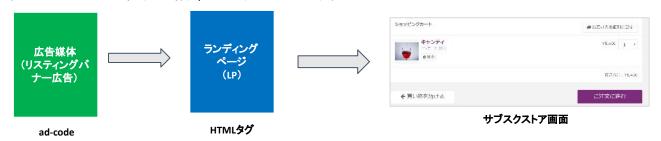
・LPの効果検証をする場合

LPに広告媒体一覧より発行した「HTMLタグ」を設定します。LPからサブスクストアの生成ページに 遷移させることにより計測が可能です。

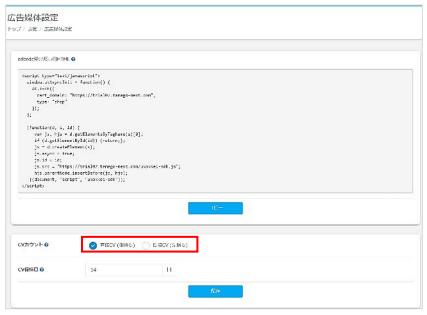


・リンクとLPの両方にad-codeが設置されている場合の効果検証

リンクとLPの両方にad-codeが設置されている場合,広告媒体設定のCVカウントにて,「直接CV」と「間接CV」を設定することによりどちらの広告媒体の効果検証をするか選択することができます。直接CVを選択した場合は,サブスクストアの生成ページに流入する直前のad-codeの成果とし(例の場合,LP)間接CVでは最初に触れたad-codeの成果(例の場合,リスティング)とします。



Point 「直接CV」と「間接CV」の設定ができます。 例の場合、「直接CV」はリスティング広 告の成果とし、 「間接CVは」LPの成果とします。



広告分析を確認する

ad-codeを設置した媒体からサブスクストアへ流入がある実績として記録されます。

広告の効果検証は【広告媒体管理】<【広告分析】からをすることが可能です。



【流入数】

広告媒体経由でサブスクストア に流入したユーザー数を表示しま す。

【LTV計測期間顧客数】

LTV計測期間に入力した値に当てはまる顧客数を表示します。

【一人平均費用】

媒体コストをLTV計測期間顧客で割った一人当たりの獲得コストを表示します。

[CV]

広告媒体経由で受注した数を表示します。

[LTV]

広告媒体経由で受注した累計 売上から媒体コストを引いた金額 を表示します。

【一人平均LTV】

LTVをLTV計測期間顧客で割った一人当たりのLTVを表示します。

[CPO]

媒体コストをCVで割った受注1 件当たりの獲得コストを表示します。

【一人平均売上】

広告媒体経由で受注した売上を LTV計測期間顧客で割った一人 当たりの売上が表示されます。

Point

広告分析の集計は毎日深夜2時頃行っております。リアルタイムではないので,ご注意ください。