

Manzana Loyalty

Краткое описание функциональности



Оглавление

1	Введение.....	2
1.1	Информация системы.....	4
1.2	Справочники системы.....	5
1.3	Поощрения в системе	7
1.4	Товарные предложения.....	8
1.5	Купоны.....	9
1.6	Модуль коммуникаций.....	10
1.7	Параметры	13
1.8	Интеграция.....	14
1.9	История взаимоотношений с клиентами	15
2	Справочники в системе	16
3	Операции предоставления и использования поощрений	18
4	Прочие операции системы.....	20
5	Ограничения и фильтрация при выполнении операций.....	21
6	Хранимая история взаимоотношений	22

1 Введение

Лояльность клиентов к компании – это потребление и постоянное увеличение потребления товаров и услуг, которые компания производит. Но это не простое потребление в силу полезности продукта или услуги, это такое потребление, когда в надежде на будущую выгоду, клиент может пожертвовать чем-то сиюминутным, и, в итоге, продолжить потребление продуктов или услуг компании.

Система лояльности – это совокупность мероприятий и хранимых данных, позволяющих увеличить потребление клиентами товаров и услуг компании. Автоматизированные процессы данных мероприятий и процессы хранения данных называются программным обеспечением программы лояльности.

Программное обеспечение программы лояльности – это процедуры, обеспечивающие хранение данных всех продаж идентифицированных клиентов и всех коммуникаций с данными клиентами, а также процедуры обработки транзакций в реальном времени. Идентификация клиентов осуществляется посредством выданных карт лояльности. Как только карта закреплена за каким-то пользователем – данный пользователь становится клиентом программы лояльности. Система позволяет идентифицировать участника не только по карте лояльности. В случае, если есть возможность обеспечить уникальный ввод номеров мобильных телефонов, то система позволяет идентифицировать участника программы лояльности по номеру мобильного телефона.

Каждое взаимодействие клиента программы лояльности с компанией оператором программы при покупке товаров или услуг компании записывается в базу данных системы.

Основной вид взаимодействия клиента с компанией – это покупка товаров и услуг, реализуемых компанией. Реализация товаров и услуг подтверждается специальными документами, которые называются фискальными чеками. В чеке содержится информация о том, когда было осуществлено взаимодействие; где оно было совершено; в какой степени (денежное содержание), а также какие товары и услуги были приобретены, в каком количестве, по каким ценам и кто приобрёл данные товары и услуги.

Кто приобрёл – это конкретный клиент, который идентифицируется по номеру выданной ему карты лояльности.

Когда приобрёл – это время регистрации чека на POS-терминале, причём это именно время того часового пояса, в котором находится данный POS-терминал, оно может отличаться от времени часового пояса, в котором физически расположен сервер программного обеспечения.

Где был выписан чек – это непосредственно код POS-терминала, на котором зарегистрирован чек, идентификатор магазина и идентификатор компании, которой принадлежит магазин (в системе такая компания называется партнёром).

Денежное содержание – это общая сумма чека, процент скидки по чеку и сумма чека со скидкой.

Помимо фискальных чеков возможны мягкие чеки. Мягкие чеки в целом аналогичны фискальным и используются для подтверждения возможности фискальной транзакции. В ответе мягкого чека показаны ошибки регистрации, если чек оформлен не в соответствии с правилами и алгоритмами системы. Также в мягком чеке содержится информация о скидках, которые должны быть

применены к фискальной транзакции, информация о максимальном количестве баллов для списания в таком чеке и др.

Manzana Loyalty 2015 SP1, построенное на базе Microsoft Dynamics CRM 2015 - решение для управления Программой Лояльности, сертифицированное Microsoft (Certified for Microsoft Dynamics, CfMD). Решение представляет собой готовую информационную систему, которая содержит в себе полный набор необходимой функциональности для эффективного и удобного управления Программой Лояльности розничной сети.

1.1 Информация системы

Хранимая в системе информация подразделяется на четыре категории: **справочники, записи настроек алгоритмов системы, вспомогательная информация по настройке системы и история взаимоотношений с клиентами.**

Справочники системы – это информация о покупателях и информация о реализуемых товарах и услугах. В качестве информации о покупателях используется хранение записей анкет контактных лиц. Однако по умолчанию контактное лицо не является автоматически участником программы лояльности. Контактное лицо, покупатель, становится участником программы лояльности в тот момент, когда за ним закреплена хотя бы одна карта лояльности. Анкеты и карты – главная часть информации о покупателях. С картами связаны также справочники, в которых хранится история продаж (связанные чеки) и информация об осуществлённых коммуникациях.

Информация о реализуемых товарах, о местах реализации этих товаров, о компаниях владельцах магазинов составляет продуктовый каталог.

Алгоритмы системы настраиваются специальными записями, представленные правилами системы. Правила в системе – это правила предоставления поощрений и правила использования поощрений. Правила предоставления поощрений – это правила начисления. Правила начисления – это записи системы, в соответствии с которыми производится начисление бонусных баллов и предоставление скидок, а также предоставление вспомогательных поощрений.

Кроме правил, предоставляющих поощрения, в системе также настраиваются алгоритмы коммуникации с клиентами, позволяющими создавать и отправлять различные сообщения, такие как электронная почта, СМС-сообщения и прочие. Кроме этого есть ещё специальные алгоритмы, которые не связаны с обработкой событий покупки товаров и услуг, а отрабатывают по настроенному расписанию – это задания по расписанию.

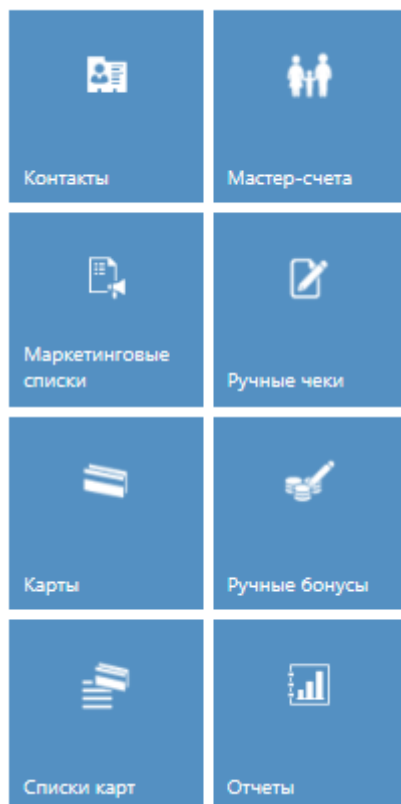
История взаимоотношений с клиентами – это записи всех чеков, начисленных бонусных баллов и отправленные сообщения. Данная информация постоянно накапливается и соответствующие формы не редактируемые.

Вспомогательная информация – это системные настройки, значения которых позволяют выполнять алгоритмы системы по определённым ветвям, таблицы настройки прав доступа и прочая информация.

1.2 Справочники системы

Ведение участников является одной из основных функциональных составляющих системы. Основными возможностями, которые предоставляет данный функционал, являются: ведение единой базы участников, мастер-счетов (семейных, корпоративных), карт различных типов и видов, отслеживание всех обращений и коммуникаций с участником, управление уровнями участия, управление жизненным циклом карты (активация, блокировка и т.п.), в соответствии с которым по ней возможно проведение тех или иных операций.

Управление



Помимо этой основной информации к данному разделу относятся записи списков контактных лиц (маркетинговые списки), записи списков карт. И отдельно записи ручных чеков и ручных бонусов.









Записи списков контактов и карт используются в дальнейшем в алгоритмах фильтрации. Применимость операций обработки можно ограничивать для определённых списков как контактов, так и карт.

Мастер-счёт – это некоторая группа карт, устроенная таким образом, что бонусными баллами мастер-счёта можно оплачивать покупки, предъявив одну карту, которая входит в мастер-счёт. Одна карта может входить только в один мастер-счёт.

















Следует отметить, что бонусными баллами, накопленными по всем картам одного контактного лица можно также пользоваться для оплаты покупок, предъявив какую-нибудь одну карту, из всех принадлежащих данному контактному лицу.

Доступ к записям Товаров, местам продажи осуществляется через разделы **Продуктового каталога**:

Партнёры

 Партнёры	 Магазины
 Списки партнёров	 Список магазинов
 Регионы	 POS-терминалы
 Список регионов	 Организации

Продукты

 Группы товаров	 Бренды	 Поставщики	 Характеристики товара 1
 Списки групп товаров	 Списки брендов	 Списки поставщиков	 Характеристики товара 2
 Подгруппы товаров	 Производители	 Товары	 Характеристики товара 3
 Списки подгрупп товаров	 Списки производителей	 Списки товаров	 Характеристики товара 4

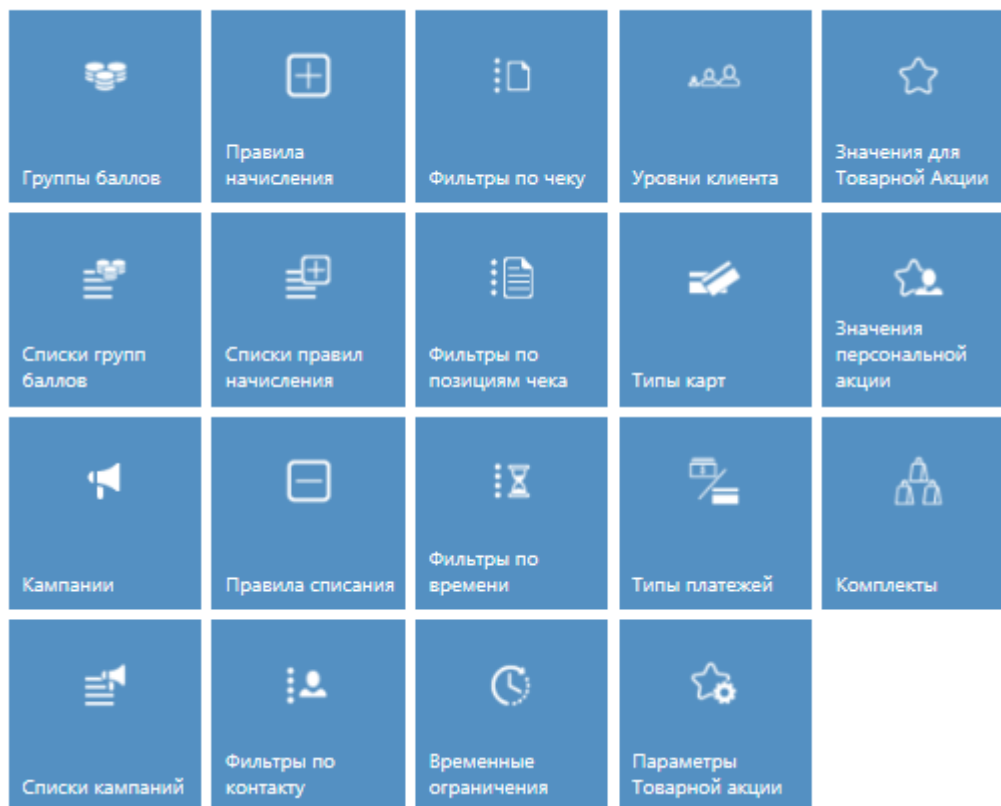
В разделе Партнёры хранятся записи о магазинах, партнёрах коалиционной программы лояльности, POS-терминалах в данных магазинах, а также списки партнёров, магазинов и регионов, в которых расположены магазины. Также в этом разделе хранится информация о регионах, но она используется также в разделе контактной информации.

Партнёр – организация, которой принадлежат торговые точки (магазины). В системе можно реализовать отдельные партнёрские программы лояльности, а также отслеживать взаиморасчёты между партнёрами, в случае, когда накопленными у одного партнёра баллами можно оплачивать покупки в магазинах другого партнёра.

1.3 Поощрения в системе

Доступ к записям настройки алгоритмов поощрения осуществляется через раздел **Правил**:

Правила программы

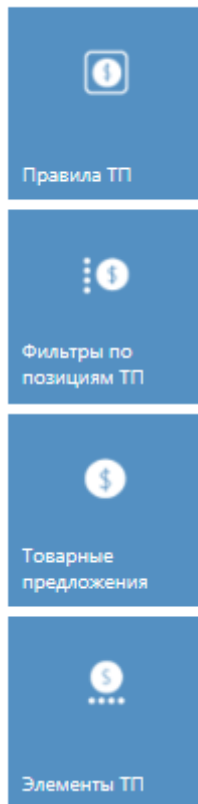


В данном разделе настраиваются алгоритмы правил начисления и правил списания. Помимо этого, здесь находится различная управляющая информация, необходимая для корректной отработки алгоритмов и тонкой настройки применения правил. Это информация об акциях программы лояльности, которые также называются кампаниями. Информация о различных наборах, определяющих фильтрацию, типах карт, типах платежей, параметрах товарных акций. Также в этом разделе списки кампаний. В этом разделе можно просмотреть значения поощрений, применяемых при товарных акциях или действующие товарные комплекты, также определяющие размер предоставляемого поощрения. Функциональность правил начисления позволяет настраивать не только начисление баллов, предоставление различных скидок, но и выпускать моментальные купоны. Моментальные купоны – это купоны на скидку, но выпускаемые не заранее, а прямо в момент совершения покупки. Использовать моментальный купон можно сразу после его выпуска. Использование моментального купона аналогично использованию обычного купона.

1.4 Товарные предложения

Для товарных предложений используется отдельный раздел системы:

Предложения

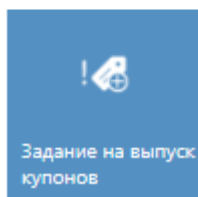
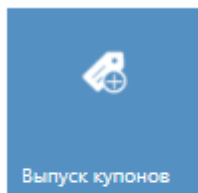
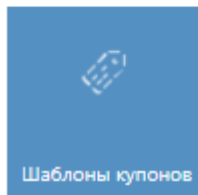
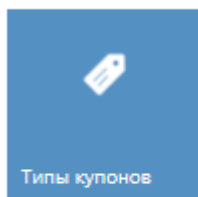


Товарные предложения – это особый вид поощрений, заключающихся в том, что покупателю выдаётся какой-то подарок, в зависимости от покупки, которую он совершает. Товарное предложение регламентируется самой записью товарного предложения, правилом, которое фильтрует чеки и определяет тот состав покупки, а также то время, когда следует выдавать товарное предложение. Что именно выдаётся в качестве товарного предложения, и в каком количестве, задаёт элемент товарного предложения.

1.5 Купоны

В разделе **Купоны** задаются алгоритмы создания купонов:

Купоны



Купон – это некоторый информационный носитель, предъявив который на POS-терминале, покупатель получает какую-то скидку. Для того, чтобы выпустить купон необходимо зарегистрировать его тип. Далее, если купон, номерной, то шаблон, который регламентирует маску номера. После этого заводится выпуск, который связывается с типом и, при необходимости, с шаблоном.

Купоны выпускаются заданием. Если это номерные неименные купоны, то заданием на выпуск, которое находится в данном разделе. Если это именные купоны, то они выпускаются заданием по расписанию, которое находится в разделе Коммуникаций с клиентом. Перед генерацией купонов, задания необходимо связать с выпуском.

Задание на выпуск отрабатывает сразу после создания. Задание же по расписанию отрабатывает в тот момент, который регламентируется его расписанием.

Для неномерных купонов достаточно завести тип и выпуск.

После того как купоны заведены в системе, необходимо завести дисконтные правила, которые будут срабатывать в момент регистрации в системе мягких запросов POS-терминалов. В этом запросе передаётся идентификатор купона или нескольких купонов. По идентификатору находится правило, правило срабатывает и на POS-терминал возвращается

ответ о размере скидки.

Именные и номерные купоны при этом гасятся и их больше нельзя применить. Неномерные купоны не гасятся и их можно использовать повторно, поэтому они обязательно должны изыматься после их применения.

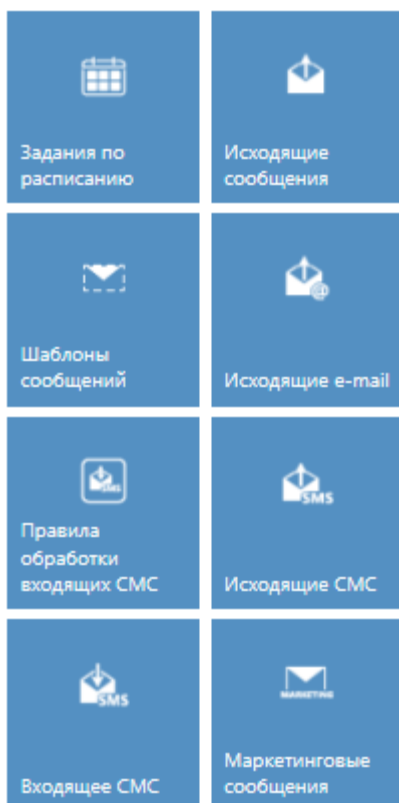
1.6 Модуль коммуникаций

Модуль коммуникаций системы Manzana Loyalty предназначен для повышения эффективности взаимодействия с участниками программы лояльности путём информирования участников о действующих акциях, о наличии специально созданных для них персональных предложениях скидков, поздравления участников с важными для них событиями, оповещения об активирующихся или сгорающих бонусных баллов и др.

Для коммуникаций с участниками используются следующие каналы связи:

- Сообщения в личный кабинет участника;
- Сообщения в мобильное приложение участника;
- Сообщения SMS на мобильный номер, зарегистрированный в системе в карточке контакта;
- Сообщения E-mail на почтовый адрес, зарегистрированный в системе в карточке контакта;
- Гибридные сообщения: Viber + SMS;
- Прямая рассылка на Viber;
- Сообщения посредством мессенджеров (Telegram, Viber, Facebook – боты)
- Сообщения на кассовый чек;
- Сообщение на монитор POS-терминала (сообщение кассиру);
- Сообщения на Manzana Terminal.

Связь



Все коммуникационные сообщения участникам могут быть заранее сформированы в системе по заданию (например, маркетинговая рассылка или оповещение какой-то группы клиентов), так и формироваться по запросу по настроенному шаблону (например, поздравление с днем рождения при входе в этот день в личный кабинет или при совершении покупки в этот день). Формирующиеся в ответ на событие активности клиента сообщения иначе называются триггерные сообщения.

Web-кабинет и мобильное приложение

Сообщения в личный кабинет – это сообщения, которые доставляются в личный кабинет или в мобильное приложение участника программы лояльности. Сообщения создаются и накапливаются в базе. При авторизации клиента в личном кабинете или в мобильном приложении – клиент может просмотреть все накопленные с момента последней авторизации сообщения. Сообщения, у которых до момента авторизации вышел срок хранения, доставлять не будут. Каждое прочитанное сообщение отмечается особым статусом. По прочитанным сообщениям можно собирать статистику.

SMS и E-mail рассылки

Система позволяет рассылать персонализированные SMS сообщения. Маркетинговые SMS сообщения отправляются, если у контакта разрешена доставка SMS и в системе у контакта

хранится номер мобильного телефона. Технические SMS сообщения (новый пароль от личного кабинета, код верификации, если клиент забыл карту лояльности) игнорируют запрет клиенткой доставки. СМС сообщение доставляется по событию регистрации фискального чека или отработке соответствующего задания по расписанию. Для СМС сообщений система позволяет учесть часовой пояс клиента, а также обеспечить отложенную доставку таким образом, чтобы клиент случайно не получил сообщение в ночное время. В системе также поддерживаются массовые рассылки SMS посредством различных провайдеров (например, реализована интеграция с провайдерами ExpertSender, SendSay, Devino Telecom, Ofsys). SMS сообщения отдельных рассылок могут быть переданы для доставки различным провайдерам.

Маркетинговые Email-сообщения отправляются, если у контакта разрешена доставка сообщений и введён в карточке почтовый адрес. Email-сообщение доставляется по событию регистрации фискального чека или отработке соответствующего задания по расписанию. В системе также поддерживаются массовые рассылки сообщений электронной почты посредством различных операторов массовых рассылок. Если оператор может собирать отклики по сообщениям, то также есть возможность фиксировать данные отклики.

Для SMS и Email-рассылок поддерживается получение от провайдеров статусов сообщений. Также от специальных провайдеров расширенных рассылок возможно получение и фиксирование статистики по сообщениям (доставлено, открытие, переход по ссылке и т.д.).

Печать на кассовых чеках

Сообщения на чек – это текстовые сообщения, которые непосредственно формируются для события чека. Возможна непосредственная печать сообщений на чеке, если это позволяет программное обеспечение POS-терминала.

Сообщение на чек формируется только на основании события фискального чека. Заранее сформированные сообщения на чек доставляются аналогично сообщениям на кассу. Для них также предусмотрен срок жизни, которые может не совпадать со сроком жизни сообщений кассиру.

Гибридная рассылка Viber + SMS

Гибридное сообщение – сообщение, одновременно состоящее из нескольких альтернативных вариантов. Каждый вариант отправляется по определённому каналу доставки (на текущий момент предусмотрено только гибридное сообщение в связке Viber + SMS). Сообщение Viber содержит: текст сообщения, URL-ссылку изображения, ссылку кнопки для отправки в Viber, текст кнопки для отправки в Viber.

Очерёдность доставки и возможность доставки определяется провайдером. На стороне провайдера окончательно выбирается: по какому именно каналу доставки (Viber и SMS) будет доставлено единственное сообщение из гибридной рассылки. В случае гибридного сообщения провайдер возвращает параметр, на основании которого можно определить: каким каналом было в итоге доставлено сообщение.

Также поддерживается прямая передача сообщений только по каналу Viber.

Мессенджеры (Telegram, Viber, Facebook – боты)

Реализованы и могут использоваться специальные Telegram, Viber и Facebook – боты, служащие как средство общения с участниками программы лояльности.

Бот позволяет отвечать клиентам на наиболее частые вопросы по программы лояльности, снижая нагрузку на Call-центр, а также уменьшая другие расходы (например, на различные информационные рассылки).

Возможности бота:

- Отображение текущих акций;
- Отображение актуального баланса бонусных баллов;
- История покупок и начислений по ним;
- Поиск и отображение на карте ближайшего магазина/офиса/ресторана и т.п.;
- Отображение карты в формате QR|EAN;
- Регистрация нового участника программы лояльности;
- Создание обращения;
- Рассылка уведомлений (рассылки и транзакционные сообщения).

В системе есть возможность просмотреть аналитику по использованию бота: количество запросов от авторизованных и неавторизованных пользователей, статистика по использованным командам и т.д.

Manzana Terminal

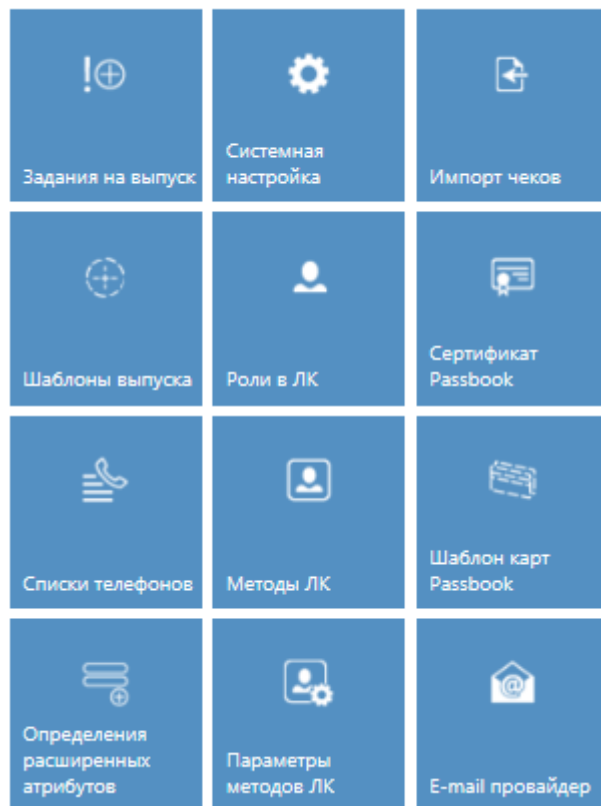
Технический модуль Manzana Terminal (MT) предназначен для формирования и информирования клиентов о персональных предложениях на основе анализа совершенных покупок.

На экранах MT (мобильном клиенте MT) демонстрируется рекламный контент, пока пользователь ничего не нажал на экране. При нажатии на экран предлагается сканировать ШК карты, а если нет карты, то можно продолжить работу без карты. Пользователю печатается список персональных предложений на основе анализа его истории покупок, или, если нет карты, то печатается список по умолчанию, заданный в настройках MT. После печати предложений отображается экран с дополнительными общедоступными предложениями.

1.7 Параметры

Параметры – это дополнительные настройки системы:

Параметры программы



В этом разделе находятся Шаблоны выпуска, они определяют выпускаемые бонусные карты, в частности можно так задать шаблон, чтобы при создании карты одновременно начислялись начальные бонусные или статусные баллы и проставлялся какой-то начальный дисконтный уровень карты. Также шаблоны задают какие именно будут выпущены карты: бонусные, дисконтные или такие, по которым одновременно возможно предоставление скидок и начисление бонусных или статусных баллов.

Также в разделе параметров присутствуют Задания на выпуск карт. Задание на выпуск – это запись, которая регламентирует непосредственную регистрацию карт в системе. Оно задаёт номерную маску, количество выпускаемых карт и прочие параметры. Задание активируется специальными кнопками на её форме.

Также в параметрах задаются роли и методы доступа клиентов лояльности в личный кабинет.

В этом разделе настраиваются определения расширенных атрибутов и создаются списки атрибутов для использования при фильтрации.

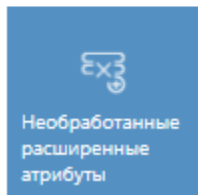
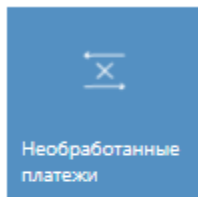
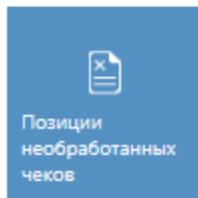
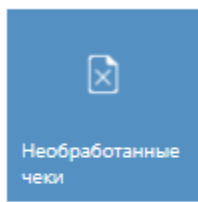
В этом разделе находятся системные настройки. Системные настройки - это параметры ветвления алгоритмов системы. Используются непосредственно в программном коде. Их значения задают каким образом те или иные операции будут реализовываться в системе. При установке значения системных настроек проставляются по умолчанию. При необходимости их можно изменить.

В разделе параметров есть специальная функциональность, позволяющая импортировать в систему чеки одним файлом. Данный файл представляет собой совокупность запросов чеков, которые посылаются с кассы в систему через POS-сервисы, только не по отдельности. Если по каким-то причинам отдельный чек не может быть обработан, например, указано в оплате количество баллов, превосходящее активный баланс по карте, этот чек не попадёт в систему, а будет записан в специальную базу данных – в ошибочные чеки. Ошибочные чеки необходимо импортировать в систему повторно.

В разделе параметров можно задать характеристики провайдеров массовых рассылок. Текущая версия поддерживает возможность массовых рассылок сообщений посредством платформ Sendsay, Expertsender, Devino, Ofsys.

1.8 Интеграция

Интеграция



Разделы меню Интеграция используются в случае, когда в систему импортируются чеки в офлайн режиме, через файл запросов. Соответственно, в разделе Необработанные чеки можно просмотреть, чеки, которые по тем или иным причинам не могли быть импортированы в систему, например, чек с таким номером уже был зарегистрирован в этот день с этого POS-терминала. Или же в чеке указан идентификатор магазина, которого нет в системе.

В разделе Позиции необработанных чеков указываются позиции чеков, которые связаны с необработанными чеками или же в одном чеке было две позиции с одинаковыми идентификаторами.

В разделе необработанные платежи – записи платежей по чекам, которые также загружены некорректно или же записи платежей, по которым в системе не заведены внешние идентификаторы.

В разделе Необработанные расширенные атрибуты можно просмотреть записи расширенных атрибутов, которые связаны с необработанными чеками либо записи атрибутов, внешние идентификаторы которых не заведены в системе.

1.9 История взаимоотношений с клиентами

История взаимодействия с клиентами – это история продаж, история списанных и начисленных бонусных баллов, отправленные клиенту сообщения.

Через главное меню нет непосредственного доступа к этим записям. Просмотреть данную информацию можно через конкретного контрагента. Например, открыв запись участника программы лояльности, через советующие пункты меню формы, можно просмотреть историю взаимоотношений с данным контактным лицом:

The screenshot displays the Microsoft Dynamics CRM interface for a customer named Vladimir Mayakovskiy. The interface is organized into several sections:

- Header:** Microsoft Dynamics CRM, УПРАВЛЕНИЕ, Контакты, Владимир Маяковс..., Создать, Ввод элемента для...
- Contact Card:** КОНТАКТ Владимир Маяковский. Status: Нормальный. Summa покупок: 17 568,10. Активный баланс: 22 950,30. Ответственный: Loyalty S.
- Сведения (Information):**
 - Контактная информация:** Validity of survey: --, Full name: Владимир Маяковский, Surname: Сергеевич, Email: ache@manzanagroup.ru, Mobile: +70987654321, Preferred: Email.
 - Информация по участию в Программе Лояльности:** Editable: Нет, Client level: 4 Маленький, Status: Нормальный, External ID: --, Partner: Customer_Partner, Store: --, Store type: --, Email verified: Нет, Mobile: Да, Contact type: Клиент.
 - Покупки (Purchases):** Summa without discounts: 17 568,10, Summa discounts: 0,00, Summa with discounts: 17 568,10, Quantity of purchases: 36, Current discount (%): 4,00, Average check: 488,00, Average check (with discount): 488,00, Last transaction date: 09.05.2019.
 - Баланс (Balance):** Debit: 30 314,53, Credit: 7 389,33, Total balance: 22 925,20.
- Bottom Navigation Bar:** Tabs include: Сведения, Связанные записи, Карты, Недавние обращения, Родственники, Сообщения, Действия, Замеры, Related: Магн, Действия, Объемы обслуживания, Профили социальной сети, Подключения, Журнал аудита, Баллы, Log выпуска леномерных купонов, Чеки, Расширенные атрибуты контакта, Отчеты по рассылкам, Значения персональной акции, Маткине баллы, Маткине чеки, Значения интеграционной персональной акции, Активные чеки, Длительность, Планирование, Участие контакта в акциях программы лояльности, Родственники, Характеристика, Магазины, Счетчики, События счетчиков, Купоны, Исключения SMS/Messenger, Исключения e-mail, Исключения сообщений.
- Footer:** Создано: Loyalty System, Дата создания: 25.03.2016 18:03, Изменено: Vladimir Kukushkin, Дата изменения: 28.02.2018 10:25.

Рисунок 1

2 Справочники в системе

Справочники в системе — это анкетная информация клиентов, выпущенные карты лояльности и продуктовый каталог и прочая вспомогательная информация. Справочная информация является внешней для системы.

Карточка контакта содержит информацию, которую клиент предоставил о себе, заполнив анкету. На основании почтовых адресов и телефонов осуществляется коммуникационное взаимодействие с клиентами. В карточке контакта также можно указать: разрешено ли с данным клиентом пользоваться определёнными каналами коммуникации.

Microsoft Dynamics CRM | УПРАВЛЕНИЕ | Контакты | Владимир Маяковский

Контакт: Владимир Маяковский

Статус: **Нормальный** | Сумма покупок: **17 568,10** | Активный баланс: **22 950,30** | Ответственный: **Loyalty 5**

Сведения

Контактная информация	Информация по участию в Программе Лояльности	Покупки
Валидность анкеты: --	Редактируемый ур: Нет	Сумма без скидок: 17 568,10
Полное имя: Владимир Маяковский Сергеевич	Уровень клиента: 4 Маленький	Сумма скидок: 0,00
Отчество: Сергеевич	Статус: Нормальный	Сумма со скидками: 17 568,10
Электронная почта: ache@manzanagroup.ru	Внешний идентифи: --	Количество покупок: 36
Мобильный телефон: +70987654321	Партнер: Customer_Partner	Текущая скидка (%): 4,00
Предпочтительный: Электронная почта	Магазин: --	Средний чек: 488,00
	Магазин частых пок: --	Средний чек (со ски): 488,00
	Email проверен: Нет	Дата последней тра: 09.05.2019
	Мобильный телефон: Да	
	Тип контакта: Клиент	
		Баланс
		Дебет: 30 314,53
		Кредит: 7 389,33
		Общий баланс: 22 925,20

Способы связи: Электронная почта: **Запретить**, Телефон: **Запретить**, СМС: **Разрешить**

Личные сведения: Пол: **мужской**, Домашний телефон: --

Создано: **LoyaltySystem** | Дата создания: **25.03.2016 18:03** | Изменено: **Vladimir Kukushkin** | Дата изменения: **28.02.2018 10:25**

Рисунок 2

Карта – это идентификатор участника программы лояльности. Предъявив карту на POS-терминале при совершении покупки, покупатель идентифицируется как участник программы лояльности. При покупке в базу данных системы записывается информация чеков, которая впоследствии доступна для извлечения различного рода отчётами.

Microsoft Dynamics CRM | УПРАВЛЕНИЕ | Карты | MIGO00000035

Карта: СВЕДЕНИЯ: MIGO00000035

Статус: **Активный** | Скидка (%): **0,00** | Активный баланс: **8 663,00** | Ответственный: **Mikhail C**

Общие сведения

Общие сведения	Принадлежность	Баланс
Номер: MIGO00000035	Редактируемый ур: Да	Сумма без скидок: 9 000,00
Вторичный идентифи: --	Уровень карты: С1	Сумма скидок: 0,00
Тип карты: 01	Контакт: Владимир Маяковский	Сумма со скидками: 9 000,00
Тип начислений к: Бонус + скидка	Мастер-счет: --	Количество покупок: 3
Статус: Активный	Статус участия: Начисления и списания	Скидка: 0,00
Состояние: --	Запрет на списание: --	Средний чек: 3 000,00
Дата изменения с: 28.04.2017 12:36	Индикатор создани: Нет	Средний чек (со ски): 3 000,00
	Партнер: Customer_Partner	Дата последней тра: 03.09.2017
	Магазин: --	
		Баланс не статусных баллов
		Дебет: 9 000,00
		Кредит: 337,00
		Баланс: 8 663,00

Срок действия: Дата начала дейс: **01.01.2000**, Дата окончания д: **01.01.3000**

Создано: **Mikhail Gorelov** | Дата создания: **28.04.2017 12:36** | Изменено: **Alexey Balandin** | Дата изменения: **18.09.2017 13:37**

Рисунок 3

Карточка товар – это реализуемая для потребления услуга или продукт. По умолчанию невозможно продавать товар, который не зарегистрирован в системе. Однако в некоторых случаях это допустимо. Записи товаров можно создавать вручную или же импортировать из какой-то внешней системы.

The screenshot shows the Microsoft Dynamics CRM interface for a product card. The breadcrumb navigation is: ПРОДУКТЫ > Товары > 3D Blu-Ray-плеер L... The product name is '3D Blu-Ray-плеер LG BKS-2000'. The status is 'Активно' (Active) and the responsible user is 'Vladimir Kukushkin'. The card is divided into two sections: 'Общие сведения' (General information) and 'Дополнительные параметры' (Additional parameters).

Общие сведения			
Название*	3D Blu-Ray-плеер LG BKS-2000	Внешний идентифи	100000032930
Подгруппа товаров	Blu-Ray плеер	Цена единицы тов	--
Партнер	--	Минимальная расч	--
Бренд	LG	Описание	--
Производитель	LG		
Изображение	--		

Дополнительные параметры			
Строковый параме:	--	Строковый параме:	--
Строковый параме:	--	Строковый параме:	--
Число 1	--	Число 2	--
Число 3	--	Число 4	--
Набор опций 1	--	Набор опций 2	--
Набор опций 3	--	Набор опций 4	--
Десятичное число 1	--	Десятичное число 2	--

At the bottom, there is a 'Related:' section with various links: Main, Действия, Закрытые действия, Журнал аудита, Результаты применения комплекта, Значения для Товарной Акции, Положения чеков, Элементы ТП, Значения персональной акции, Положения мягких чеков, Элементы заказов призов, Значения интеграционной персональной акции, Положения архивных чеков, Кампании, Наличие товара, Покупки, Идентификаторы товара, Значения интеграционной Товарной Акции. The 'Created by' field is 'Vladimir Kukushkin' and the 'Created on' date is '27.06.2017 14:31'. The 'Modified by' field is 'Vladimir Kukushkin' and the 'Modified on' date is '27.06.2017 14:31'.

Рисунок 4

3 Операции предоставления и использования поощрений

Когда совершается покупка, то клиент идентифицируется как участник программы лояльности. Для этого он предъявляет на POS-терминале принадлежащую ему карту.

В момент совершения покупки с картой связываются различные поощрения. Могут быть начислены бонусные баллы, клиент может часть покупки или целиком оплатить ранее начисленными баллами, клиенту может быть предоставлена скидка.

После совершения покупки, чек записывается в систему, пересчитываются балансовые поля.

Все эти операции обрабатывают специальные алгоритмы, настройка которых осуществляется посредством заведения в системе особых записей, которые называются правилами. Помимо правил в системе записываются вспомогательные записи, которые в целом и определяют алгоритмы работы системы.

Основных алгоритмов два: это обработка правил начисления и обработка правил списания, на основании которых клиент использует ранее накопленные бонусные баллы.

В системе возможна настройка следующих типов правил:

- начисление бонусов в виде фиксированного значения, или в виде процента от различного основания начисления (сумма покупки, сумма покупки со скидкой, сумма покупок по карте и т.д.);
- предоставление скидки в виде значения, или в виде процента;
- предоставление скидки вида «М на N»;
- использование различных сложений скидок (геометрическое, арифметическое сложение скидок);
- подарочные механики (товарные предложения);
- учёт минимальной расчётной цены при начислении скидок;
- купонные правила, правила применения промокодов/купонов, а также настройка их выпуска (в системе поддерживаются как персональные купоны, так и неперсональные);
- правила товарных акций (ставка скидки или ставка бонусного балла зависит от товара и для разных товаров разная);
- товарные акции фиксированной цены (продажа каких-то заранее определённых товаров по ценам, которые ниже цен, установленных прайс-листом);
- правила персональных акций (поощрения конкретным участникам программы лояльности за покупку конкретных товарных позиций);
- использование различных зависимостей между позициями и товарных комплектов (например, при покупке товара А скидка или бонус на товар Б, или, например, предоставлять скидку на чек в 5%, но только в случае, если в чеке одновременно куплено 6 товаров артикула А, 12 товаров Б и 3 товара В);
- правила-счётчики. По таким правилам непосредственно не предоставляется какая-либо скидка на покупку или начисление баллов. Данные правила позволяют настраивать связанные с ними другие правила таким образом, чтобы, например, покупатель получал скидки на какие-то товары, если он в течение нескольких предыдущих недель подряд покупал аналогичные товары.

В случае одновременного срабатывания нескольких акций или правил начисления, часто в рамках большинства программ лояльности возникает необходимость ограничения применения одних кампаний и правил другими. Для этого в системе реализован функционал исключающих кампаний и исключающих правил.

4 Прочие операции системы

Основные операции в системе – это предоставление клиентам скидок по покупкам или товарам, начисление по покупкам или товарам бонусных баллов, использование начисленных бонусных баллов для оплаты покупок.

Помимо алгоритмов обработки данных операций в системе есть отдельный модуль, в рамках которого поддерживается коммуникационное взаимодействие с клиентами. По заранее спланированному расписанию всем или определённым клиентам могут быть отправлены различного вида сообщения: e-майл, СМС, Viber-сообщение, гибридные сообщения Viber+СМС, сообщения в личный кабинет и т.д. Более того, сообщения могут быть отправлены не только по плану, но и в результате регистрации в системе совершения покупки, которая сопровождалась начислением или оплатой бонусными баллами. Вся история коммуникаций сохраняется в базе данных системы. Время хранения можно ограничить или же настроить так, чтобы эта история сохранялась постоянно.

К прочим операциям также относится начисление бонусных баллов по заранее спланированному расписанию, например, начисление некоторого количества баллов в качестве подарка в день рождения.

В системе предусмотрен особый вид поощрения – выдача купонов. Купон – это некий информационный носитель, предъявив который на кассе можно получить какую-то скидку, если покупатель является участником программы лояльности. Операции выпуска и использования купонов также относятся к прочим операциям.

5 Ограничения и фильтрация при выполнении операций

При предоставлении каких-либо начислений постоянно возникает задача: например, начислять бонусные баллы не всем клиентам, а только тем, кто совершил более заданного количества покупок за определённый период.

Подобного рода задачи решаются с помощью организации в системе различных фильтров и списков. Список – это статический набор записей, запись один раз включается в список и используется до тех пор, пока она включена в этот список. Фильтр – это динамический набор, в котором указаны ограничения на параметры. Если на текущий момент параметры записи таковы, что они укладываются в ограничивающий диапазон, запись будет использоваться в алгоритмах процессинга.

При регистрации чека система анализирует его параметры. В настройка правилах поощрений, а также списаний баллов возможно использовать различные динамические фильтры:

- по набору контактов (в этом случае применение правила ограничиваем определенным сегментом или набором характеристик клиента).
- по набору чеков (в этом случае применение правила ограничиваем определенным набором характеристик чека, например, сумма чека от/до и т.д.).
- по набору позиций чеков (в этом случае применение правила ограничиваем определенным набором характеристик товарных позиций, например, цена товара от/до, бренд, подгруппа товаров и т.д.).
- по временному ограничению (в этом случае применение правила ограничиваем временной характеристикой чека покупки).

6 Хранимая история взаимоотношений

Базы данных системы позволяют хранить всю историю взаимоотношений с клиентами, а также быстрый доступ к ней непосредственно из самой системы. Помимо этого, можно получать данную информацию с помощью отчётных средств.

К хранимой информации относятся: история покупок, начисленные и списанные бонусные баллы, история запросов мягких чеков, история изменения статусов карт, исходящие сообщения.

Хранимую в базах данных информацию об истории взаимоотношений можно использовать для последующей сегментации клиентов и созданию для каждой группы своего сценария поощрения, для целей увеличения срока взаимодействия клиента с компанией или с каждым партнёром в рамках коалиционной программы лояльности.

Базы данных системы обеспечивают хранение истории взаимоотношений с очень широким набором реквизитов, что позволяет учитывать практически все детали продаж и обеспечивает успешность построения маркетинговых воздействий на сегменты клиентов, с определёнными реквизитами локальных актов взаимодействия с компанией.