

Manzana Campaign

Функциональные

характеристики

1. Добро пожаловать	3
2. Основные элементы системы	4
3. Раздел «Коммуникации»	4
3.1. Акции.....	4
3.1.1. Старт Акции.....	6
3.1.2. Редактор сегментов.....	10
3.1.3. Коммуникации	13
3.1.4. События.....	14
3.1.5. Операторы	19
3.2. Шаблоны.....	21
3.2.1. Шаблон E-mail.....	22
3.2.2. Шаблон Sms	23
3.2.3. Шаблон Viber	23
3.2.4. Шаблон Push.Кошелёк.....	24
3.2.5. Шаблон Push.....	25
3.2.6. Шаблон Web-Push	25
3.2.7. Шаблон In-App	26
3.3. Статистика.....	27
3.4. Лимиты	28
3.5. Отписавшиеся	29

1. Добро пожаловать

Работы с системой проводятся на ресурсе: <https://campaign.manzanagroup.ru/promotions>

Для авторизации необходимо заполнить общий логин, а также ваши персональный логин и пароль.

<c>ampaign

Авторизация

Введите общий логин:

Введите логин:

Введите пароль:

Войти

Рисунок 1 Авторизация в системе

После входа в систему вы попадёте на страницу «Акции» рис. 2, где вы сможете начать работать с системой.

Рисунок 2 Страница конструктора акций

2. Основные элементы системы

Шапка сайта состоит из следующих элементов:

- 1) Меню и логотип – при нажатии на ☰ раскрывается\скрывается панель навигации
- 2) Дополнительная навигация по сайту - для отслеживания пути перемещения по разделам
- 3) Пользователь - информация о пользователе и возможность выйти из профиля
- 4) Меню навигации - перемещение по разделам системы.

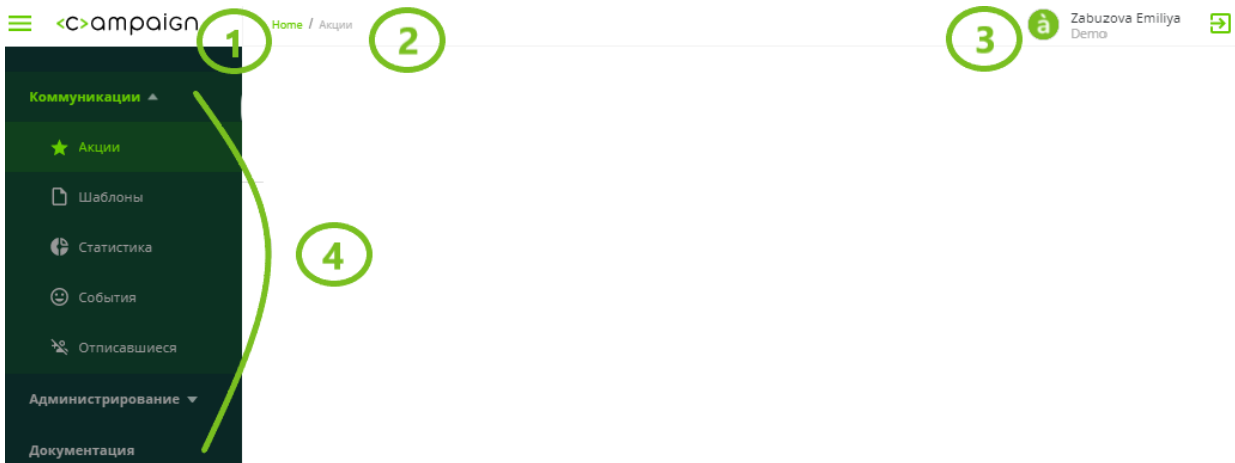


Рисунок 3 Основные элементы системы

3. Раздел Коммуникации

Раздел состоит из следующих подразделов:

- Акции – конструктор акций, в котором выполняется непосредственная сборка и настройка структуры акции (период действия, сегмент, условия отправок коммуникаций и т.п.).
- Шаблоны – редактор шаблонов для всех типов отправляемых коммуникаций (SMS, E-mail, Viber, Push, Web-Push, Push.Кошелек, In-App, Чат-бот).
- Статистика - показывает детальную статистику по рассылкам всех запущенных акций.
- События – редактор внешних событий для запуска триггеров.
- Лимиты – редактор ограничителей для акций в целом или конкретных коммуникаций.
- Отписавшиеся – позволяет внести клиента в стоп-лист.

3.1. Акции

В подразделе «Акции» вы можете создать новую акцию, нажав Новая или посмотреть список всех созданных акций рис. 4

#	Имя	Тип	Автор	Дата создания	Дата запуска	Дата изменения	Статус
1	Первая акция		Роскомнадзор	24.02.2022 12:21	24.02.2022 00:00	24.02.2022 12:24	Черновик

Рисунок 4 Список акций

В левой части вы можете отфильтровать список акций по состоянию и типу, доступу (доступны вам или подразделению), периоду действия и сделать поиск по тегам (теги настраиваются внутри акции).

В правой части отобразится или весь список доступных вам акций, или отфильтрованный по заданным параметрам.

При наведении курсора на акцию в левой части страницы станут доступны дополнительные действия с акцией: скрытие, копирование и удаление рис. 5

#	Имя	Тип	Автор	Дата создания	Дата запуска	Дата изменения	Статус
1	Первая акция		Роскомнадзор	24.02.2022 12:21	24.02.2022 00:00	24.02.2022 12:24	Черновик

Рисунок 5 Действия с акцией

Для перехода в конструктор акции рис. 6 необходимо нажать на неё дважды.

Первая акция Кем создано: Роскомнадзор

Копировать
 Редактировать
 Удалить
 Поделиться
 Теги

КОНСТРУКТОР НАСТРОЙКА АУДИТ

ДЕЙСТВИЯ

- SMS
- E-mail
- Viber
- Push. Кошелёк
- Push
- Web Push
- In App
- Чат-бот

СОБЫТИЯ

- Триггер коммуникаций
- Внешний триггер
- Проверка условия
- Завершение

Выделить элементы

Черновик

Total steps: 8 Total contacts: 16

Рисунок 6 Конструктор акции

В "Конструкторе акций" формируется схема взаимодействия с клиентом, путем переноса элементов в конструктор с помощью Drag&Drop. Элементы располагаются слева в панели рис. 7, сгруппированные по функционалу.

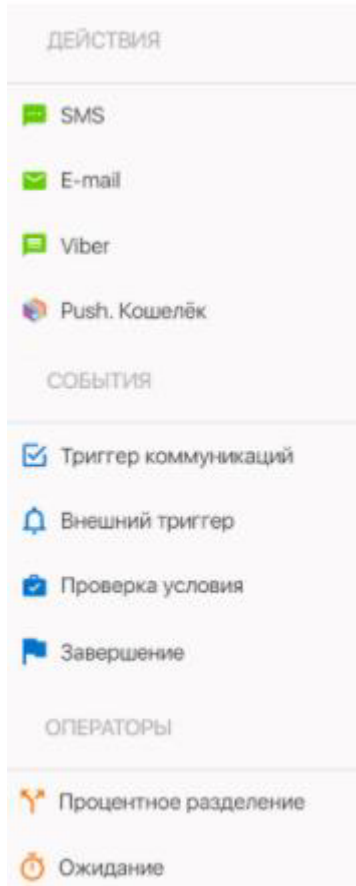



рисунок 7 Элементы конструктора

Блок «Действия» содержит доступные клиенту коммуникации. Каждая нода коммуникации  имеет две связи – входящую (получает какой-либо список контактов) и исходящую (передает список контактов, которым была отправлена коммуникация). Для активации шага коммуникации необходимо выбрать шаблон коммуникации и соединить ноду с предыдущим и следующим шагами.

Блок «События» содержит элементы, выполняющие проверку на заданные условия (внешний триггер, проверка условия), доставляемости (триггер коммуникации) или завершающий ветку.

Блок «Операторы» содержит элемент «Процентное разделение» для деления аудитории на произвольное количество групп в процентном соотношении и элемент «Ожидание» для перемещения аудитории в ожидание на заданный в свойствах период времени.

3.1.1. Старт Акции

При создании новой акции вам будет предложен выбор её типа рис. 8 – триггерная или по расписанию:

Выбор вида акции

От вида акции зависит структура настройки акции.



Триггерная

Акция выполняется по совершению внешнего события



По расписанию

Акция выполняется по настроенному расписанию

Рисунок 8 Выбор типа акции

Триггерная акция – запуск акции будет выполнен в случае выполнения контактом какого-то заранее заданного действия, например, при добавлении в корзину товара (внешнее действие) запустится акция, которая предложит ему второй товар с персональной скидкой.

Акция по расписанию – запуск акции заранее определен по дате и времени.

В зависимости от выбора типа, в конструкторе будет заранее предустановлены свои элементы старта:

Для триггерной акции предустановленным стартом будет элемент «Внешний триггер» рис. 9

Внешний триггер - выполняет проверку на заданное внешнее событие и делит аудиторию на две части: те кто реализовал и те кто не реализовал указанное внешнее событие.



Рисунок 9 Внешний вид ненастроенного и настроенного старта

Для настройки необходимо дважды нажать на элемент в конструкторе рис. 10

Внешний триггер
✕

Редактировать

Шаг "Внешний триггер" позволяет установить ожидание внешнего события с некоторым таймаутом. Из шага два выхода: либо пользователь совершил установленное событие, либо он его не совершил - наступил таймаут

Конфигурация:

По умолчанию

Кампания:

Выберите внешнее событие:

+

Добавить новое событие

и

или

Добавить условие

Добавить группу

Проверить отклик через:

Таймаут

Дедлайн

Дней

Часов

Минут

Название списка:

Не сохранять список

Введите название, с которым список должен сохраниться в системе

Отменить

Сохранить

Рисунок 10 Настройка внешнего триггера

Свойства:

- *Выберите внешнее событие* – выбор из выпадающего списка при каком событии будет выполнен запуск акции.
- *Проверить отклик через* - Таймаут или Дедлайн.
 - *Таймаут* - все указанные ниже параметры складываются для создания результирующего таймаута.
 - *Дней* - Количество дней, через которые необходимо запустить выполнение данного шага.
 - *Часов* - Количество часов, через которые необходимо запустить выполнение данного шага.
 - *Минут* - Количество минут, через которые необходимо запустить выполнение данного шага.
 - *Дедлайн* - все указанные ниже параметры складываются для создания результирующего дедлайна - конкретная дата и время.
 - *Дата* - Дата, в которую необходимо запустить выполнение данного шага.
 - *Время* - Время, в которое необходимо запустить выполнение данного шага.
- *Название списка* - Можно ввести название списка и выбрать действие с ним - "**Не сохранять список**": никаких действий произведено не будет, "**Сохранить список**" - список участников, пришедших на данный шаг, сохраняется только в Campaign, "**Сохранить и выгрузить список в ML**" - список будет сохранен в Campaign и выгружен в Manzana Loyalty.

Шаг считается настроенным при выборе хотя бы одного условия и установлении всех связей.

Для акции по расписанию предустановленным стартом будут элементы «Старт» и «Сегмент»
рис. 11




Рисунок 11 Предустановленные элементы акции по расписанию

Старт - отправная точка, для начала исполнения шагов акции. Определяет основные параметры акции, установлен в конструкторе по умолчанию, невозможно добавить, посредством графического конструктора.

В данном шаге определяется расписание акции: будет ли она выполняться один раз или многократно по установленному расписанию рис. 12.

▶ Старт акции ×

 Редактировать

Шаг "Старт акции" определяет общие сроки действия акции, ее тип и другие параметры.

Описание акции:


Подсказка для пользователя о цели запускаемой акции

Вид акции:

Одноразовая
 Многоразовая

Акция запускается один раз по настроенному расписанию, фильтрация целевой аудитории так же выполняется один раз. Для повторного запуска акции необходимо создать новый экземпляр акции из шаблона


Действует с:


Действует до:

Дата запуска:

Время запуска:

Ограничение по количеству участников (не более):

Если количество отфильтрованных клиентов превысит данное значение, то они случайным образом будут сокращены до указанного значения

Рисунок 12 Настройка старта акции

Свойства:

- *Описание* – описание шага, созданное пользователем.
- *Вид акции*:
 - *Одноразовая* – список участников формируется единожды при запуске акции, на основании установленных фильтров и добавленных списков участников. Акция выполняется один раз. Исключает использование вида "Многоразовая".
 - *Действует с* - Общая дата начала выполнения акции.
 - *Действует до* - Общая дата окончания выполнения акции.
 - *Дата запуска* - Дата непосредственного выполнения акции. Сама акция может начаться, например, 15 числа, а фактическое выполнение начнется 17 числа.
 - *Время запуска* - Время непосредственного выполнения акции.
 - *Многоразовая* – список участников каждый раз дополняется контактами, удовлетворяющими условиям фильтрации. Акция выполняется многократно, но участники, которые уже участвовали в ней, вновь в нее не попадают. Исключает использование вида "Одноразовая".
 - *Каждый раз отбирать участников заново* - В фильтрацию будут попадать или нет участники, которые были ранее отфильтрованы в рамках текущей акции.

- *Действует с* - Общая дата начала выполнения акции.
- *Действует до* - Общая дата окончания выполнения акции.
- *Расписание* - Тип расписания, частота выполнения акции.
- *Дни* - Значение в днях до следующего выполнения акции.
- *Часы* - Значение в часах до следующего выполнения акции.
- *Минуты* - Значение в минутах до следующего выполнения акции.
- *Ограничение по количеству участников (не более)* – при достижении указанного лимита в количестве участников в акции, выполнение шага останавливается.

Шаг считается настроенным, только при заполнении всех полей, кроме поля "Описание", и установлении всех связей

Сегмент - необходим для формирования сегментов участников, с которыми в дальнейшем будет строиться взаимодействие. Установлен в конструкторе по умолчанию, невозможно добавить, посредством графического конструктора.

В данном шаге определяется целевая аудитория акции: фильтрация производится в отдельном инструменте - Редактор сегментов рис. 13.

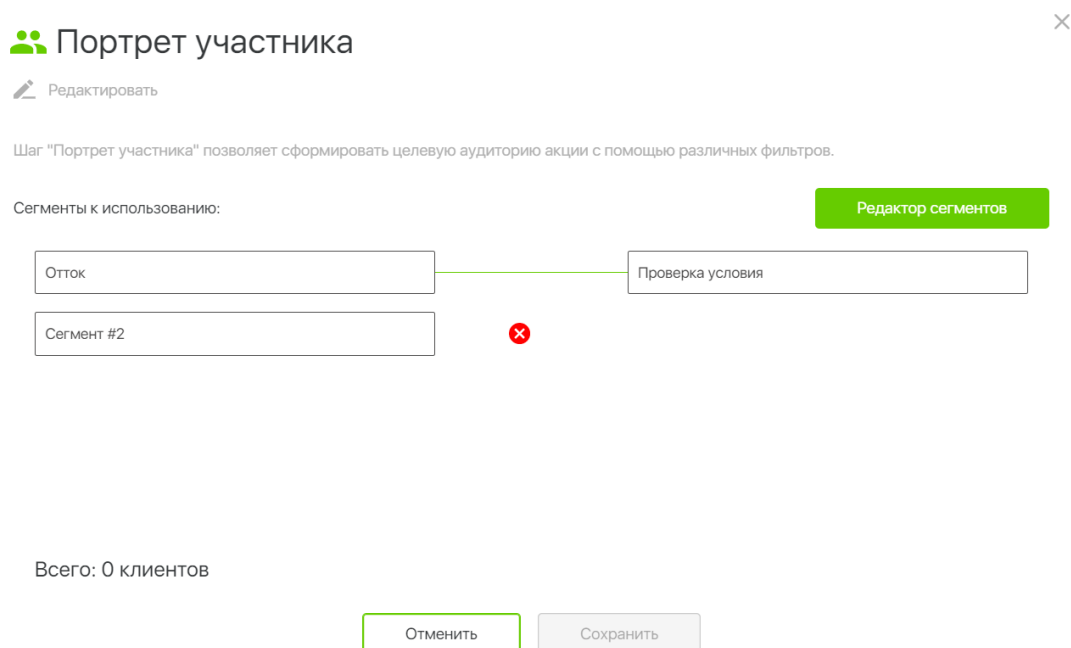


Рисунок 13 Настройка шага Сегмент и переход к редактору сегментов

Шаг считается настроенным, только при заполнении всех полей, выбора хотя бы одного сегмента в Редакторе сегментов и установлении всех связей.

3.1.2. Редактор сегментов

Редактор сегментов - это гибкий механизм для формирования и расчета количества клиентов в режиме online.

Для использования в акции можно выбрать несколько различных сегментов рис. 14.

Сегментация производится на основе данных хранилища, данные в хранилище обновляются из системы Manzana Loyalty 1 раз в 10 минут.

В сегменте: 2 827 607 клиентов

Название сегмента: RFM 551

При сохранении сегмент можно использовать в других акциях

и или

Recency RFM	Равно	5	<input type="button" value="✖"/>
Frequency RFM	Равно	5	<input type="button" value="✖"/>
Monetary RFM	Равно	1	<input type="button" value="✖"/>
Маркетинговые списки	Включаемые	<input type="button" value="Добавить"/>	<input type="button" value="✖"/>

Маркетинговые списки

- 201801. ЛОЯЛЬНОСТЬ. Двойные бонусы на РАСПРОДАЖУ (iskl) (TEST) ✖
- 201810. ЛОЯЛЬНОСТЬ. Оповещение о сгорании бонусов ✖

Валидность мобильного телефона

Рисунок 14 Внешний вид редактора сегментов

Для добавления нового сегмента нажмите плюс. Будет добавлен новый сегмент рис.15.

Рисунок 15 Добавление нового сегмента

Для добавления фильтра в сегмент выберите нужный - откроется окно конструктора запросов. Фильтры можно добавлять, как простым нажатием, так и с помощью Drag & Drop.

Фильтры можно группировать.

После настройки сегмент можно выбрать с помощью кнопки "Использовать в акции" рис.16.

В сегменте: 2 804 864 клиентов

и или Добавить группу

Общий баланс обычных баллов	Равно	0	🗑️
Общий баланс статусных баллов	Равно	0	🗑️
Активный баланс статусных баллов	Равно	0	🗑️

и или Добавить группу 🗑️

Товары	Покупал	➕ Добавить	🗑️
Подгруппы товаров	Покупал	➕ Добавить	🗑️

Использовать в акции

Рисунок 16 Добавление фильтров в сегмент

Для возврата в конструктор акции нажмите кнопку "В акцию".

Каждый дочерний сегмент сохраняет фильтры родителя. Т.е. при добавлении дочернего сегмента фильтрация производится только по аудитории родительского сегмента.

3.1.3. Коммуникации

В данном шаге формируются коммуникации для отправки аудитории, пришедшей из предыдущего шага: формирование коммуникаций производится на основе шаблона рис. 17.

Рисунок 17 Выбор шаблона E-mail коммуникации

Свойства:

- *Шаблон* - шаблон, на основе которого будет формироваться коммуникация.
- *Название списка* - Можно ввести название списка и выбрать действие с ним - "**Не сохранять список**" - никаких действий произведено не будет, "**Сохранить список**" - список участников, пришедших на данный шаг, сохраняется только в Campaign, "**Сохранить и выгрузить список в ML**" - список будет сохранен в Campaign и выгружен в Manzana Loyalty.

Создание шаблона можно выполнять в разделе «Шаблоны» или непосредственно в шаге коммуникации на вкладке «Редактирование» рис. 18.

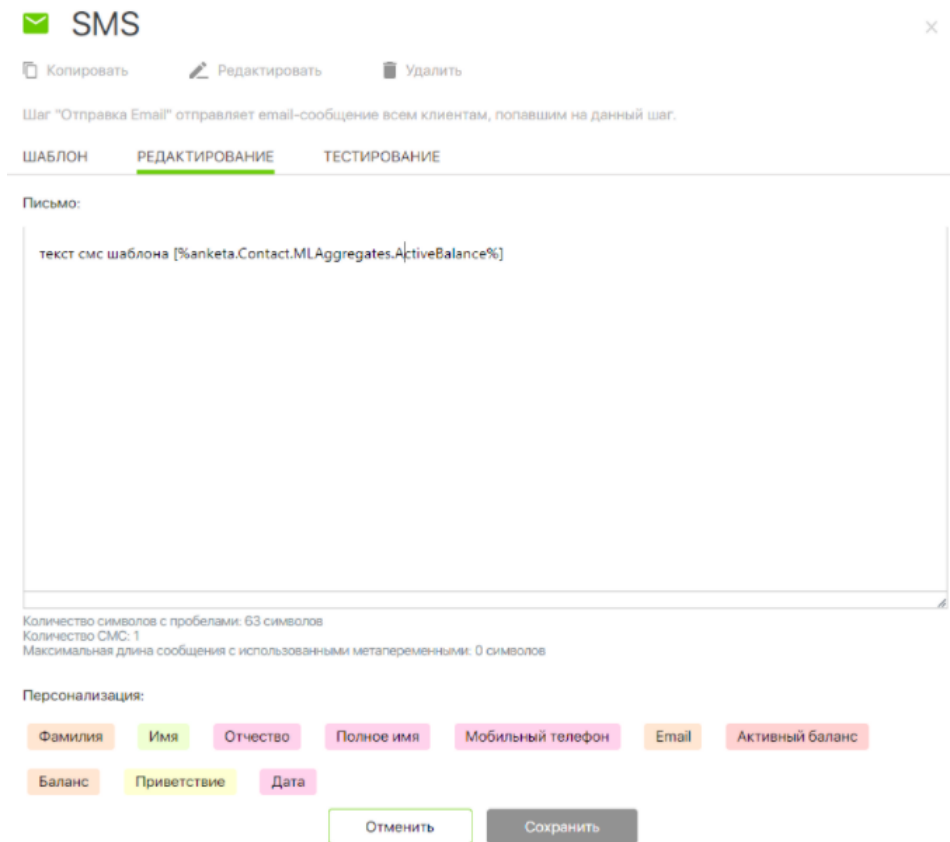


Рисунок 18 Редактирование шаблона sms

На вкладке «Тестирование» можно выполнить тестовую отправку коммуникации для акций в режиме «Черновик». Статистика рассылки показывается только по последнему тесту.

Для акции в статусе "Активная", "Остановлена" и "Завершена" на вкладке "Тестирование" демонстрируется реальная статистика отправленных коммуникаций.

Шаг коммуникации считается настроенным, только после выбора шаблона и установлении всех связей.

3.1.4. События

Блок событий позволяет добавлять в акцию шаги, выполняющие проверку и разделение аудитории по заданным условиям.

Триггер коммуникации - выполняет проверку отклика по шагам коммуникаций, настроенных в них, и делит аудиторию на две части согласно заданной реакции. Входящее соединение и реакции могут быть настроены для следующих шагов:

- Для SMS - Доставлено/Не отправлено/Ошибка;
- Для E-mail – Доставлено/Прочитано/Переход по ссылке/Отписка/Не отправлено/Ошибка;
- Для Viber - Доставлено/Прочитано/Переход по ссылке/Не отправлено/Ошибка;
- Для Push - Доставлено/Прочитано/Переход по ссылке/Не отправлено;
- Для Push.Кошелек - Доставлено/Прочитано/Переход по ссылке/Не отправлено;

☑ Триггер коммуникаций



Копировать
 Редактировать
 Удалить

Шаг "Триггер коммуникаций" позволяет проверить реакцию на шаг коммуникаций: "Email", "SMS", "Viber", "Push", "Web-push", "Push-кошелёк" разделяя аудиторию на две группы - кто выполнил условие, а кто нет.

Выберите триггер:

Доставлено
Таймаут или ошибка провайдера



Проверить отклик через:

Таймаут
 Дедлайн

Дней
 Часов
 Минут

Название списка:

Не сохранять список

Введите название, с которым список должен сохраниться в системе

Рисунок 18 Настройка Триггера коммуникации

Свойства:

- Проверить отклик через - Таймаут или Дедлайн.
 - Таймаут - все указанные ниже параметры складываются для создания результирующего таймаута.
 - Дней - Количество дней, через которые необходимо запустить выполнение данного шага.
 - Часов - Количество часов, через которые необходимо запустить выполнение данного шага.
 - Минут - Количество минут, через которые необходимо запустить выполнение данного шага.
 - Дедлайн - все указанные ниже параметры складываются для создания результирующего дедлайна - конкретная дата и время.
 - Дата - Дата, в которую необходимо запустить выполнение данного шага.
 - Время - Время, в которое необходимо запустить выполнение данного шага.
- Название списка - Можно ввести название списка и выбрать действие с ним - **"Не сохранять список"**: никаких действий произведено не будет, **"Сохранить список"** -

список участников, пришедших на данный шаг, сохраняется только в Campaign, **"Сохранить и выгрузить список в ML"** - список будет сохранен в Campaign и выгружен в Manzana Loyalty.

Шаг считается настроенным при установлении всех связей.

Внешний триггер - выполняет проверку на заданное внешнее событие и делит аудиторию на две части: те, кто реализовал и те, кто не реализовал указанное внешнее событие.

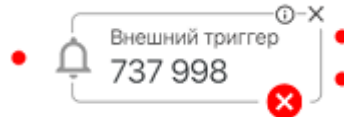


Рисунок 19 Внешний вид ноды без настройки.

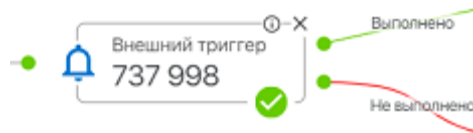


Рисунок 20 Внешний вид настроенной ноды

Внешний триггер

Копировать Редактировать Удалить

Шаг "Внешний триггер" позволяет установить ожидание внешнего события с некоторым таймаутом. Из шага два выхода: либо пользователь совершил установленное событие, либо он его не совершил - наступил таймаут

KIRY dna-test-1 Завершение

KIRY	dna-test-1	description
<input type="checkbox"/> Регистрация клиента в мобильном приложении	451KSRA	Регистрация в Android
<input type="checkbox"/> Yaro Chech Article 1	Yaro Chech Article 1	

+ Добавить новое событие

Проверить отклик через:

Таймаут Дедлайн

Дней Часов Минут

Название списка:

Не сохранять список ▼

Введите название, с которым список должен сохраниться в системе

Отменить
Сохранить

Рисунок 21 Настройка внешнего триггера

Свойства:

- Проверить отклик через - Таймаут или Дедлайн.

- **Таймаут** - все указанные ниже параметры складываются для создания результирующего таймаута.
 - **Дней** - Количество дней, через которые необходимо запустить выполнение данного шага.
 - **Часов** - Количество часов, через которые необходимо запустить выполнение данного шага.
 - **Минут** - Количество минут, через которые необходимо запустить выполнение данного шага.
- **Дедлайн** - все указанные ниже параметры складываются для создания результирующего дедлайна - конкретная дата и время.
 - **Дата** - Дата, в которую необходимо запустить выполнение данного шага.
 - **Время** - Время, в которое необходимо запустить выполнение данного шага.
- **Название списка** - Можно ввести название списка и выбрать действие с ним - **"Не сохранять список"**: никаких действий произведено не будет, **"Сохранить список"** - список участников, пришедших на данный шаг, сохраняется только в Campaign, **"Сохранить и выгрузить список в ML"** - список будет сохранен в Campaign и выгружен в Manzanana Loyalty.

Шаг считается настроенным при установлении всех связей.

Проверка условия - выполняет проверку условий, настроенных в нём, и делит аудиторию на две части: те, кто выполнил условие и те, кто не выполнил условие.

Настройка условий аналогична настройке фильтров в Редакторе сегментов.

Проверка условия

Шаг "Проверка условия" позволяет проверить выполнение условий, указанных в шаге, разделяя аудиторию на две группы - кто выполнил условие, а кто нет.

Маркетинговый список Включает

Маркетинговый список
 201810. ЛОЯЛЬНОСТЬ. Оповещение о сгорании бонусов

Количество покупок

Проверить отклик через:

Дней
 Часов
 Минут

Название списка:

Введите название, с которым список должен сохраниться в системе

Рисунок 21 Настройка шага "Проверка условий"

Свойства:

- Проверить отклик через - Таймаут или Дедлайн.
 - Таймаут - все указанные ниже параметры складываются для создания результирующего таймаута.
 - Дней - Количество дней, через которые необходимо запустить выполнение данного шага.
 - Часов - Количество часов, через которые необходимо запустить выполнение данного шага.
 - Минут - Количество минут, через которые необходимо запустить выполнение данного шага.
 - Дедлайн - все указанные ниже параметры складываются для создания результирующего дедлайна - конкретная дата и время.
 - Дата - Дата, в которую необходимо запустить выполнение данного шага.
 - Время - Время, в которое необходимо запустить выполнение данного шага.
- Название списка - Можно ввести название списка и выбрать действие с ним - **"Не сохранять список"**: никаких действий произведено не будет, **"Сохранить список"** - список участников, пришедших на данный шаг, сохраняется только в Campaign, **"Сохранить и выгрузить список в ML"** - список будет сохранен в Campaign и выгружен в Manzanaloyalty.

Шаг считается настроенным при выборе хотя бы одного условия и установлении всех связей.

Завершение - в данном шаге останавливается выполнение всех взаимодействий с участником.

В данном шаге определяется целевая аудитория акции: фильтрация производится в отдельном инструменте.

Рисунок 22 Настройка шага Завершение

Шаг считается настроенным при установке связи.

3.1.5. Операторы


Блок операторов позволяет добавлять в акцию шаги, выполняющие разделение аудитории на группы и переводящие их в ожидание.




Процентный разделитель - делит аудиторию на произвольное количество групп в процентном соотношении. Первая группа считается контрольной, при настройке экспериментов.

Количество групп для создания не ограничено.

Отбор людей в контрольную и основные группы производится случайным образом.



При указании размера контрольной группы, нужно обязательно указать и размер основной группы или групп. Соединения устанавливаются для каждой отдельной группы.

 **Процентное разделение**

 Копировать  Редактировать  Удалить



Шаг "Процентный разделитель" позволяет разбить аудиторию на любое количество групп в процентном соотношении.

Контрольная группа: *



Укажите сколько процентов клиентов должны переместиться в эту группу

Группа №2: *


 

Укажите сколько процентов клиентов должны переместиться в эту группу

Группа №3: *

Укажите сколько процентов клиентов должны переместиться в эту группу

 Добавить группу

Название списка:

Введите название, с которым список должен сохраниться в системе

Рисунок 23 Настройка шага процентное разделение

Свойства:

- *Контрольная группа* - устанавливается в процентном соотношении.
- *Название списка* - Можно ввести название списка и выбрать действие с ним - "**Не сохранять список**": никаких действий произведено не будет, "**Сохранить список**" - список участников, пришедших на данный шаг, сохраняется только в Campaign, "**Сохранить и выгрузить список в ML**" - список будет сохранен в Campaign и выгружен в Manzana Loyalty.

Шаг считается настроенным при создании хотя бы одной группы и установления всех связей.

Ожидание - перемещает аудиторию в ожидание на заданный в свойствах период времени.

В данном шаге формируется временное ожидание для одной ветки акции или всей акции.

Рисунок 24 Настройка шага Ожидание

Свойства:

- Проверить отклик через - Таймаут или Дедлайн.
 - Таймаут - все указанные ниже параметры складываются для создания результирующего таймаута.
 - Дней - Количество дней, через которые необходимо запустить выполнение данного шага.
 - Часов - Количество часов, через которые необходимо запустить выполнение данного шага.
 - Минут - Количество минут, через которые необходимо запустить выполнение данного шага.
 - Дедлайн - все указанные ниже параметры складываются для создания результирующего дедлайна - конкретная дата и время.
 - Дата - Дата, в которую необходимо запустить выполнение данного шага.
 - Время - Время, в которое необходимо запустить выполнение данного шага.
- Название списка - Можно ввести название списка и выбрать действие с ним - **"Не сохранять список"**: никаких действий произведено не будет, **"Сохранить список"** - список участников, пришедших на данный шаг, сохраняется только в Campaign, **"Сохранить и выгрузить список в ML"** - список будет сохранен в Campaign и выгружен в Manzana Loyalty.

Шаг считается настроенным при выборе хотя бы одного условия и установлении всех связей.

3.2. Шаблоны

Для использования в акциях коммуникаций, необходимо выполнить настройку их шаблонов в подразделе «Шаблоны» рис. 25.

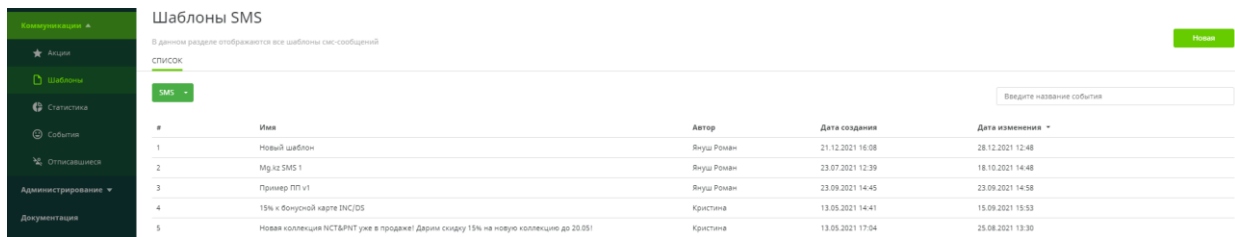


Рисунок 25 Вкладка Шаблоны

В левом углу необходимо выбрать из выпадающего списка коммуникацию, для которой будет или уже создан шаблон рис. 26.

Шаблоны Push

В данном разделе отображаются все шаблоны push-уведомлений

СПИСОК

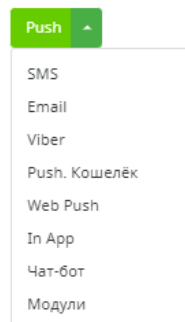


Рисунок 26 Выбор коммуникации для шаблона

При наведении на строку с наименованием шаблона можно перейти к настройке, дважды нажав на строку, или справа появятся активные кнопки копировать и удалить.

Для создания нового шаблона необходимо нажать кнопку **Новая** и заполнить обязательные поля.

* Звездочками помечены элементы, чьё заполнение обязательно для отправки.

Для настройки UTM-меток (специализированный параметр в URL, используемый для отслеживания рекламных кампаний в сети Интернет.) необходимо перейти во вкладку настройки рис. 27:



Рисунок 27 Вкладка настройки шаблона

Вкладка «Аудит» позволяет отслеживать все действия, выполненные при создании шаблона

3.2.1. Шаблон E-mail

При создании нового шаблона будет предложен выбор типа шаблона – с уже настроенными параметрами или без настроек рис. 28.

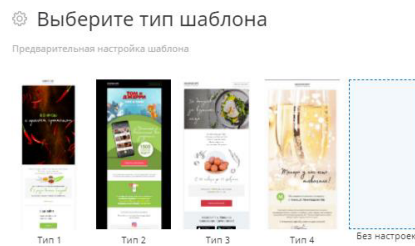


Рисунок 28 Выбор типа шаблона

Далее будут доступны следующие поля для настройки рис. 29:

- 1) Задание уникального имени шаблона;
- 2) Действия с шаблоном в целом;
- 3) Тема письма – заголовок письма;
- 4) Прехедер письма - фрагмент текста, который будет отображаться сразу после имени отправителя и темы письма;
- 5) Письмо – непосредственно текст письма и его наполнение. Для добавления HTML-верстки нажмите на кнопку `<>` и вставьте HTML-код.

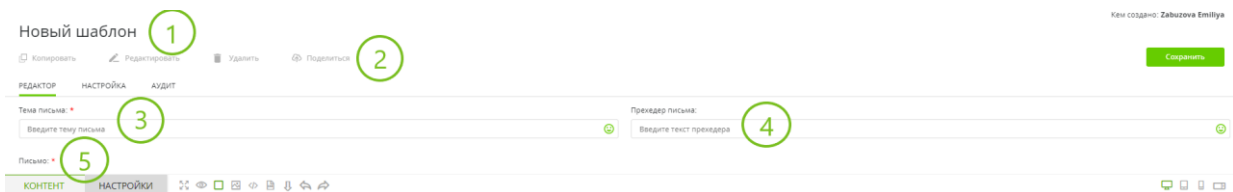


Рисунок 29 Поля для настройки E-mail шаблона

При добавлении метапеременной в текст подставляется конструкция вида [%anketa.Contact.PersonalData.Lastcontent%]. При отправке письма пользователю эта конструкция будет заменена на соответствующий ей текст.

3.2.2. Шаблон Sms

Для настройки шаблона смс создайте новый шаблон и заполните поле письма рис. 30.

СМС шаблон

Рисунок 30 Настройка шаблона Sms

При добавлении метапеременной в текст подставляется конструкция вида [%anketa.Contact.PersonalData.Lastcontent%]. При отправке письма пользователю эта конструкция будет заменена на соответствующий ей текст.

3.2.3. Шаблон Viber

Для настройки шаблона viber создайте новый шаблон и заполните следующие поля рис. 31:

Viber шаблон

Рисунок 31 Настройка шаблона Viber

- URL-ссылка на изображение – абсолютная ссылка на изображение, которое должно отображаться в сообщении. Если изображение не нужно - оставить поле пустым.
- Письмо – непосредственно текст сообщения.

- *Текст кнопки* – текст кнопки, который должен отображаться в сообщении на кнопке.
- *URL-ссылка кнопки* – ссылка, по которой должен перейти пользователь после нажатия на нее в сообщении.

При добавлении метапеременной в текст подставляется конструкция вида [%anketa.Contact.PersonalData.Lastcontent%]. При отправке письма пользователю эта конструкция будет заменена на соответствующий ей текст.

Если Кнопка в сообщении не нужна, то поля Текст кнопки и URL-ссылка кнопки должны остаться пустыми. Если из них хотя бы одно поле не заполнено, то сообщение не будет отправлено пользователю.

3.2.4. Шаблон Push.Кошелёк

Для настройки шаблона Push.Кошелёк создайте новый шаблон и заполните следующие поля:

Шаблон Push. Кошелёк

Копировать Редактировать Удалить Сохранить

РЕДАКТОР СТАТИСТИКА И АУДИТ ТЕСТИРОВАНИЕ

Заголовок Push-сообщения: *

URL-ссылка на изображение:

Текст Push-сообщения:

Персонализация:

Фамилия Имя Отчество Полное имя Мобильный телефон Email

Активный баланс Баланс Приветствие Дата

Куда пользователь должен перейти по клику на Push-сообщения:

Карта лояльности

Предпросмотр:

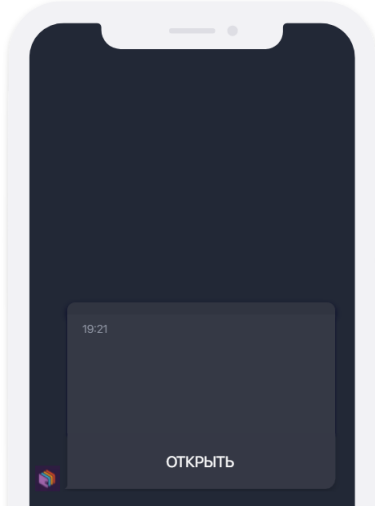


Рисунок 32 Настройка шаблона Push.Кошелек

- *Заголовок Push-сообщения* – тема Push-сообщения.
- *URL-ссылка на изображение* – абсолютная ссылка на изображение, которое должно отображаться в сообщении. Если изображение не нужно - оставить поле пустым.
- *Текст Push-сообщения* – непосредственно текст сообщения.
- *Куда пользователь должен перейти по клику на Push-сообщение* – ссылка, по которой должен перейти пользователь после нажатия на нее в сообщении.

При добавлении метапеременной в текст подставляется конструкция вида [%anketa.Contact.PersonalData.Lastcontent%]. При отправке письма пользователю эта конструкция будет заменена на соответствующий ей текст.

3.2.5. Шаблон Push

Настройка шаблона Push идентична настройке Push.Кошелек, с разницей в необходимости настройки для каждой из операционной системы IOS и Android.

В случае не поддерживания мобильного приложения какой-либо из операционных систем необходимо перевести Push в неактивное состояние для соответствующей системы, см. пример рис. 33.

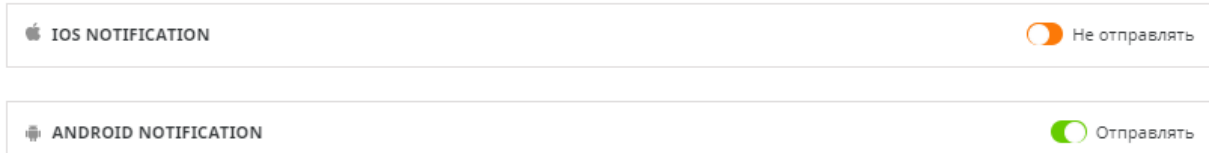


Рисунок 33 В случае не поддержки системой IOS мобильного приложения, настройка Push переводится в состояние "Не отправлять"

3.2.6. Шаблон Web-Push

Для настройки шаблона Web-Push создайте новый шаблон и заполните следующие поля рис. 34:

Заголовок: *

Текст сообщения: *

Deerlink:

Персонализация:

ID Почта Мобильный телефон Фамилия Имя Почта Мобильный телефон

Параметризуемые переменные:

ИЗОБРАЖЕНИЯ

URL иконки: * (размер 192x192 или больше, формат: PNG, JPG, GIF)

URL изображения баннера: (с соотношением сторон 2:1, формат: PNG, JPG, GIF)

КНОПКИ

+ ДОБАВИТЬ КНОПКУ

Рисунок 34 Настройка шаблона Web-Push

- *Заголовок Web-Push сообщения* – тема Web-Push-сообщения.
- *Текст Web-Push сообщения* – непосредственно текст сообщения.
- *Deerlink* - гиперссылка, которая перенаправляет пользователя в конкретный раздел приложения или сайта
- *URL иконка* – абсолютная ссылка на изображение, которое отображается во вкладке браузера, закладках, а также в сниппетах результатов поиска.
- *URL изображения баннера* – абсолютная ссылка на изображение, которое должно отображаться в сообщении. Если изображение не нужно - оставить поле пустым.
- *Кнопка* - создание внешнего воздействия с пользователем, при активации которого может выполняться какое-либо действие

3.2.7. Шаблон In-App

Для настройки шаблона In-App создайте новый шаблон и заполните следующие поля рис. 35:

Тип отображаемого сообщения

Заголовок: *

Цвет текста заголовка: #0780C2 Размер текста заголовка:

Текст сообщения:

Цвет текста сообщения: #34789D Размер текста сообщения:

Персонализация:

ID Почта Мобильный телефон Фамилия Имя Почта Мобильный телефон

Параметризируемые переменные:

ИЗОБРАЖЕНИЯ

URL изображения для портретной ориентации: (соотношение сторон 3:2)

Введите URL изображения для портретной ориентации

Использовать это изображение для планшетной ориентации

URL изображения для планшетной ориентации: (соотношение сторон 1:1)

Введите URL изображения для планшетной ориентации

ДЕЙСТВИЯ

+ ДОБАВИТЬ КНОПКУ

Рисунок 35 Настройка шаблона In-App

- *Тип отображаемого сообщения* – положение In-App сообщения
- *Заголовок In-App сообщения* – тема сообщения.
- *Текст сообщения* – непосредственно текст сообщения.
- *URL изображения для портретной ориентации* – абсолютная ссылка на изображение, которое должно отображаться в сообщении. Если изображение не нужно - оставить поле пустым.
- *URL изображения для планшетной ориентации* – абсолютная ссылка на изображение, которое должно отображаться в сообщении. Если изображение не нужно - оставить поле пустым.
- *Кнопка* - создание внешнего воздействия с пользователем, при активации которого может выполняться какое-либо действие

3.3. Статистика

Пользователь имеет возможность посмотреть детальную информацию по всем существующим в системе акциям, для этого ему необходимо перейти в подраздел «Статистика» рис. 35.

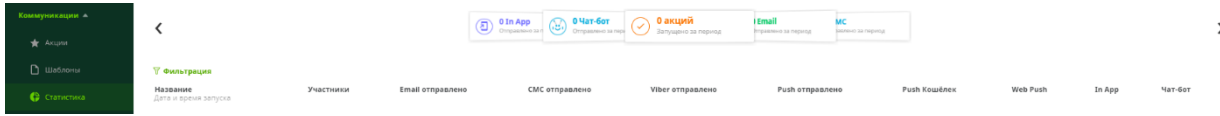


Рисунок 36 Раздел Статистика

В интерактивной карусели можно указать фильтр по всем акциям или по отдельным коммуникациям, использованным в акции.

В перечне акций можно увидеть последние пять акций, их статус, количество участников и отправленных коммуникаций, в том числе в процентном отношении к сегменту рис. 36

Название Дата и время запуска	Участники	Email отправлено	СМС отправлено	Push отправлено	Push Кошелек
Уаго Пилот 25.02.2022 в 16:31	4 участника 1 сегмент	4 100% доставлено	0 0% доставлено	0 0% доставлено	0 0% доставлено
Уаго Пилот 25.02.2022 в 15:56	4 участника 1 сегмент	4 100% доставлено	0 0% доставлено	0 0% доставлено	0 0% доставлено
Уаго Пилот 25.02.2022 в 13:19	0 участников 1 сегмент	0 0% доставлено	0 0% доставлено	0 0% доставлено	0 0% доставлено
Уаго Пилот 25.02.2022 в 11:32	0 участников 1 сегмент	0 0% доставлено	0 0% доставлено	0 0% доставлено	0 0% доставлено
Каталог УР 24.02.2022 в 13:00	1 639 011 участников 3 сегмента	1 640 431 100% доставлено	0 0% доставлено	0 0% доставлено	0 0% доставлено

Рисунок 37 Пример статистики по акциям

Так же есть возможность выполнить фильтрацию по дате, наименованию акции, имени отправителя или тегам рис. 37.

Фильтрация

По дате:

По названию акции:

По имени отправителя:

По тегам:

Рисунок 38 Фильтрация акций в статистике

При нажатии на строку с акцией будет выполнен переход на детальную сводку конкретной акции.

СВОДКА EMAIL

Информация об акции

Дата создания:
25.02.2022 в 16:31

Название:

Yago Пилот Окей - запуск рассылок по перс акциям
#134522 v4

Email

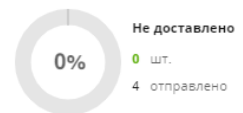
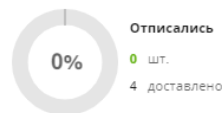
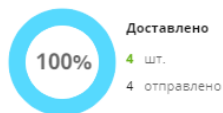
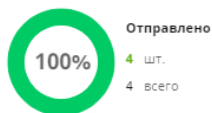


Рисунок 39 Сводка по акции

3.4. Лимиты

Система позволяет ограничивать количество рассылок в рамках всей системы, акции или конкретного шага акции. После исчерпания лимита шаг акции перестает выполняться, пропуская участников на следующий шаг без действия.

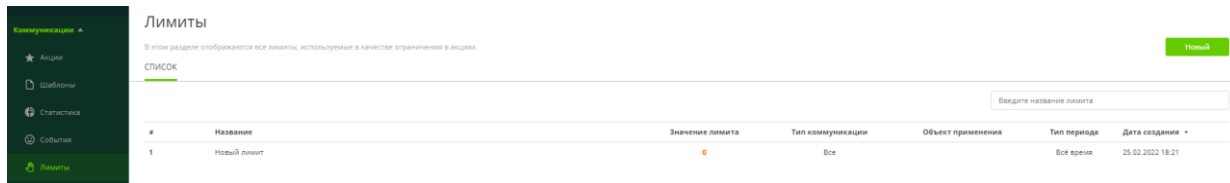


Рисунок 40 Подраздел Лимиты

При создании нового лимита будет доступен редактор лимитов рис. 40, в котором необходимо настроить:

- **Размер ограничения** – максимальное число отправленных коммуникаций;
- **Тип коммуникации** – коммуникации, на которые распространяется ограничение;
- **Объект применения** – акция, на которую распространяется лимит;
- **Период действия** – в течении какого времени будет действовать лимит

РЕДАКТОР АУДИТ

Размер ограничения:

для

Тип коммуникации:

Объект применения:

на

Период действия:

Рисунок 41 Настройка лимитов

Лимит может ограничивать конкретную коммуникацию или сразу все, используемые в акции, тогда лимит будет исчерпываться по мере прохождения шагов, например, при лимите в один миллион и двух шагах коммуникации sms и e-mail при сегменте в семьсот тысяч человек в первом шаге коммуникации будет отправлено сообщение всем контактам, а на втором только первым тремстам тысячам.

Период действия лимита может быть в течении всей акции, или обнуляться в настроенные интервалы времени, например, раз в час или раз в день.

3.5. Отписавшиеся

В подразделе реализован импорт списка и ручной ввод контактов, которые отказались от получения рассылок.

Введите email адрес или мобильный телефон отписавшегося клиента

Отписать **Импорт**

В этом разделе системы вы можете добавлять клиентов и статусы по email- и sms-рассылкам. Пример формата ввода email: xxx@yandex.ru. Пример формата ввода телефона: +79070000000

Поиск email или мобильного телефона **OK** 25-02-2022 - 25-02-2022

Фамилия и Имя	Телефон	Email-адрес	Дата и время	Статус	Принимая отказа	Сотрудник
		ro_____@inbox.ru	17.11.2021 03:00	Отписан		Иванов Иван Иванович
		l_____@yandex.ru	16.11.2021 03:00	Отписан	Другое	Петров Петр Петрович
	N/A	v_______@MAIL.RU	25.10.2021 03:00	Отписан	Не давал(а) согласие	Максимов Максим Максимович
		_____@mail.ru	20.10.2021 03:00	Отписан	Не давал(а) согласие	Сидоров Иван Петрович