

Описание функциональных
характеристик программы для ЭВМ
"Loymax Smart Communications"

Оглавление

1. Глоссарий.....	3
2. Общая информация.....	5
3. Общее описание Системы.....	7
3.1. Интеграция Системы с платформой Loymax.....	7
3.2. Импорт данных в Систему.....	7
3.3. Общее описание интеграции с Системой.....	8
4. Работа с клиентами.....	8
5. Управление списком сегментов.....	9
5.1. Создание сегментов.....	9
5.2. Требования к загрузке параметров клиентов.....	11
6. Требования к механизму управления маркетинговыми кампаниями.....	12
6.1. Требования к условиям, которые запускают маркетинговые кампании.....	12
6.2. Действия, доступные в рамках маркетинговых кампаний.....	13
7. Механизм управления рассылками.....	14
8. Механизм создания опросов.....	16
9. Аналитическая система.....	16
9.1. Общая аналитика по клиентской базе.....	16
9.2. Аналитика в рамках проведенной маркетинговой кампании.....	16
9.3. Аналитика по отправленным рассылкам.....	17
10. Шаблоны маркетинговых кампаний.....	17
11. Шаблонизатор email-сообщений.....	17

1. Глоссарий

Термин	Сокращение	Определение
Атрибут клиента		Характеристика клиента, формирующая профиль клиента в Системе. Может быть использован в качестве признака (критерия) отбора клиента из клиентской базы (сегментация) или в качестве значения переменной для персонализации коммуникации с клиентом (рассылки)
Действие		Реакция Системы в контексте события.
Заказчик		Юридическое лицо (предоставляющее товары, услуги) подписавшее договор о внедрении и использовании Системы.
Клиент		Физическое лицо, являющееся потребителем или потенциальным потребителем товаров и услуг Заказчика, имеющее возможность и давшее согласие на получение рассылки.
Маркетинговая кампания		Объект данных Системы, представляющий собой набор метаданных и дерево функциональных узлов, реализующих автоматизированную часть бизнес-процесса управления маркетинговыми кампаниями.
Метка		Именованный список клиентов.

Метрика		Показатель для оценки работы маркетинга, продаж.
Опрос		Метод сбора информации о мнении клиентов по всем направлениям работы Заказчика с использованием стандартных средств Системы.
Подписки		Согласие клиента на получение маркетинговых рассылок от Заказчика.
Пользователь Системы		Сотрудники Заказчика, которые имеют доступ к интерфейсам Системы для выполнения своих обязанностей с использованием функционала Системы работу (маркетологи, администраторы и т.п.).
Программа лояльности	ПЛ	Программа потребительской лояльности, реализуемая в торговых сетях Заказчика.
Промокод		Уникальная комбинация букв и цифр, дающая клиенту право на скидку или подарок при совершении покупки.
Процессинг ПЛ		Комплекс действий по обработке информации о кассовых операциях и активностях клиентов в рамках ПЛ, которая в дальнейшем может использоваться для расчета преференций.
Рассылка		Отправка сообщений клиентам с помощью различных каналов коммуникации.
Сегмент		Список клиентов, сформированный в Системе по определенному признаку (атрибуту, совокупности атрибутов) для дальнейшего взаимодействия с

		использованием функционала Системы (рассылки, опросы и т.д.)
Система		Программное обеспечение "Программа для ЭВМ "Loymax Smart Communications", представляющее собой платформу для автоматизации коммуникаций с Участниками Программы лояльности.
Событие		Событие в рамках Системы, которое происходит в некоторый момент времени, регистрируется в Системе и вызывает обработку связанных с данным событием маркетинговых кампаний (действий).
RabbitMQ		Брокер сообщений с открытым исходным кодом.

2. Общая информация

"Программа для ЭВМ "Loymax Smart Communications" (далее Система) представляет собой программный продукт для автоматизации маркетинга для офлайн и онлайн розничных компаний с большими клиентскими базами.

Система поддерживает:

- Возможность сегментации клиентской базы по заданным условиям (атрибутам, группам атрибутов).
- Возможность просмотра аналитики по отправленным рассылкам и по маркетинговым кампаниям.
- Возможность создания маркетинговых кампаний.
- Возможность интеграции Системы с платформой Loymax.

Система обеспечивает:

- Гибкость управления кампаниями – гибкая реакция на изменения рынка, возможность настраивать маркетинговые коммуникационные мероприятия;
- Поддержка кампаний с целью:
 - Обеспечения прироста (в %) продаж в магазинах сетей компании за счет сценарных и точечных коммуникаций.
 - Увеличения степени вовлеченности существующей клиентской базы для выполнения повторных продаж.
 - Привлечения новых клиентов, приобретающих продукты с применением карт программы лояльности.
 - Эмоциональная привязка (повышение удовлетворенности клиентов за счет проводимых коммуникаций и опросов, рост лояльности клиентов), снижение чувствительности к акциям конкурентов, формирование привычки.

Система обеспечивает:

- Сокращение ошибок в настройках коммуникаций за счет удобного пользовательского интерфейса Системы.
- Получение инструментов оценки успешности маркетинговых кампаний, в том числе — опросы.
- Получение инструментов взаимодействия с клиентом в современных каналах коммуникаций.

- Уменьшение трудоемкости операций по заведению и изменению маркетинговых кампаний.

3. Общее описание Системы

В Системе предусмотрены следующие ключевые возможности:

- Единая клиентская база для сегментаций.
- Управление платформой автоматизации маркетинга осуществляется с помощью пользовательского интерфейса.
- Работа с профилем клиента в режиме одного окна.
- Бизнес-анализ сведений о клиентах, построение основных аналитических отчетов по хранящимся в Системе данным.
- Защита персональных данных клиентов и пользователей Системы, а также безопасный обмен данными между сервером и конечными пользователями без потерь и возможности перехвата.
- Автоматизация коммуникаций с клиентами.
- Интеграция платформы автоматизации маркетинга с платформой Loymax или другой внешней системой лояльности и/или CRM.
- Интеграции с процессингом Программы лояльности.

3.1. Интеграция Системы с платформой Loymax

При интеграции с платформой Loymax в Систему передаются данные из платформы Loymax. В Систему передается следующая информация о действиях клиента в Программе лояльности:

- События, связанные с регистрацией клиента в ПЛ,
- События, связанные с картами клиентов,
- События, связанные с атрибутами клиентов,
- События, связанные с покупками клиента ,
- Изменения баланса на счете клиента,
- Изменение состояния подписок.

3.2. Импорт данных в Систему

Функциональные возможности Системы реализуются на основе данных, переданных в Систему из источника данных (базы данных Заказчика). В Системе реализована возможность загрузки данных о:

- Клиентах;
- Чеках (заказы в случае интернет-магазинов) клиентов, оформленных в сети Заказчика;
- Клиентских или Системных событиях;
- Товарах (товарный классификатор и /номенклатурный справочник);
- Бонусном балансе клиента;
- Промокодах (эмиссии);
- Пользовательских справочниках.

Данные могут быть импортированы в Систему одним из доступных способов:

- REST API;
- Файловый обмен (в формате CSV-файлов). Поддерживаемые протоколы:
 - FTP,
 - SFTP,
 - WebDAV,
 - AWS,
 - Dropbox;
- Импорт с удаленного SQL-сервера. Поддерживаются следующие SQL-серверы:
 - MySQL,
 - PostgreSQL;
- Импорт событий из Программы лояльности Loymax по протоколу обмена через RabbitMQ.

3.3. Настройка Системы

Настройка Системы для Заказчика производится силами обученных специалистов “Лоймакс”. Завершение настройки Системы сопровождается проведением обучения сотрудников Заказчика — Пользователей Системы. Дальнейшее использование Системы сопровождается информационной и технической поддержкой.

4. Работа с клиентской базой в Системе

Система позволяет просматривать общую клиентскую базу, а также просматривать детальную информацию о каждом клиенте через пользовательский интерфейс:

- Просмотр общей клиентской базы (с возможностью фильтрации клиентской базы).
- Просмотр анкетных данных клиента (идентификаторы клиента, контакты, Ф. И. О. и другие анкетные данные).
- Просмотр покупательской активности клиента.
- Просмотр заказов, сделанных клиентом (чеки, товары).
- Просмотр рассылок, отправленных клиенту из Системы.
- Просмотр меток, установленных клиенту в Системе.
- Просмотр выданных Системой клиенту промокодов.
- Просмотр и редактирование статусов подписок клиента.
- Просмотр списка и результатов опросов, в которых участвовал клиент.

5. Управление списком сегментов

В Системе предусмотрена возможность управления сегментами с помощью пользовательского интерфейса:

- Просмотр всего списка сегментов.
- Создание сегментов.
- Редактирование ранее созданных сегментов.
- Просмотр всех клиентов в сегменте.
- Выгрузка сегмента в CSV-файл.
- Использование сегмента в рассылках и опросах.

5.1. Создание сегментов

Инструмент для создания сегментов позволяет создавать сегменты в зависимости от атрибутов клиентов, клиентских событий, результатов опросов и разной степени сложности с использованием условий (фильтров).

При создании сегмента:

- Есть возможность выбора одного и более условий.
- Условия могут быть связаны между собой логическими операторами И/ИЛИ.
- Есть возможность копирования условий.
- В условиях есть возможность установки параметрам значений через знаки равенства и неравенства:
 - равно,
 - не равно,
 - меньше,
 - больше,
 - меньше или равно,
 - больше или равно,
 - между.
- Есть возможность просмотра всех клиентов в сегменте с выбранными условиями.
- Есть возможность сохранения созданного сегмента.
- Есть возможность сброса условий в сегменте.
- Есть возможность создания пользовательских метрик для клиента.

Инструмент для создания сегментов позволяет сегментировать клиентов по любым данным, загруженным в Систему, ниже приведены наиболее распространенные параметр Сегментации:

№	Название параметра	Примеры
1	Атрибуты клиента	Пол, возраст, город и т. д.
2	Поведение клиента	<ul style="list-style-type: none"> ● Клиент купил N товаров из категории M, ● Клиент применил промокод N, ● Клиент сделал последний заказ N дней назад.

3	Метки	<ul style="list-style-type: none"> ● Клиент предпочитает акционные товары, ● Клиент предпочитает кредит.
4	Метрики	<ul style="list-style-type: none"> ● Средний чек, ● Количество чеков, ● Среднее количество товаров в чеке.
5	Коммуникации	<ul style="list-style-type: none"> ● Клиент участвовал в акции, ● Клиент открывал рассылку.
6	События, связанные с клиентом	<ul style="list-style-type: none"> ● Клиент обращался звонил в техническую поддержку, ● Клиент, запрашивал восстановление пароля.
7	События, связанные с сайтом	<ul style="list-style-type: none"> ● Клиент заходил на сайт N дней назад, ● Клиент просматривал товары категории N.
8	Промокоды	Количество выданных промокодов.
9	Опросы	<ul style="list-style-type: none"> ● Клиент участвовал в опросе N, ● Клиента выбрал вариант N в ответ на вопрос M.

5.2. Загрузка внешних списков клиентов (Метки)

В Системе предусмотрена возможность загрузки признака (внешняя метка) на группу клиентов, сформированную во внешней системе по заданным параметрам. Например, загрузить в Систему список клиентов, которые предпочитают акционные товары. Метки могут быть использованы при создании сегментов.

6. Механизм управления маркетинговыми кампаниями

В Системе предусмотрен инструмент для создания и управления маркетинговыми кампаниями с помощью пользовательского интерфейса.

Инструмент для создания и управления маркетинговыми кампаниями представляет собой редактор, в котором можно создавать цепочки из визуальных элементов, которые будут представлять собой маркетинговую кампанию.

В редакторе предусмотрены условия, при выполнении которых будут активироваться маркетинговые кампании и действия, которые будут выполняться в маркетинговой кампании.

6.1. Условия, которые запускают маркетинговые кампании

В редакторе маркетинговых кампаний предусмотрены следующие условия:

- Брошенная корзина — позволяет отследить случаи, когда клиент добавил товары в корзину, но не оформил заказ.
- Брошенный просмотр — позволяет отследить случаи, когда клиент смотрел товар на сайте, но не добавил его в корзину.
- Годовщина (X дней до/после) — позволяет отслеживать наступление даты событий, например, день рождения клиента или дату последнего заказа клиента.
- Прошло дней с последнего чека — позволяет запускать маркетинговые кампании, когда с момента последнего чека клиента прошло указанное количество дней.
- Прошло дней с регистрации клиента — позволяет запускать маркетинговые кампании, когда с момента регистрации клиента прошло указанное количество дней.

- Клиент зарегистрирован — позволяет отслеживать регистрацию клиента в Системе.
- Клиент посетил раздел на сайте — позволяет отслеживать посещение клиентом определенного раздела на сайте.
- Клиент посетил сайт — позволяет отслеживать посещение сайта клиентом.
- Клиент посмотрел товар на сайте — позволяет отследить просмотр определенного товара на сайте.
- Клиент посмотрел товарную категорию на сайте — позволяет отследить просмотр определенной категории товаров на сайте.
- Прошло дней с последнего посещения сайта — позволяет отследить, что прошло указанное количество дней с последнего посещения сайта клиентом.
- Куплен товар — позволяет отслеживать покупку клиентом определенного товара.
- Куплен товар из категории — позволяет отслеживать покупку клиентом товара из определенной категории.
- Наступление даты — позволяет запускать маркетинговую кампанию в назначенный день.
- Сгорание бонусов — позволяет запускать маркетинговую кампанию, если у клиента скоро должны аннулироваться бонусы.
- Оплачен заказ — позволяет запускать маркетинговую кампанию, когда у заказа клиента переходит в статус Оплачено.
- Отменен заказ — позволяет запускать маркетинговую кампанию, когда у заказа клиента переходит в статус Отменен.
- Повторяемая дата — позволяет запускать маркетинговые кампании в назначенные даты.
- Попадание в сегмент — позволяет запускать маркетинговые кампании только, если клиент попал в определенный сегмент.
- Системное событие — позволяет запускать маркетинговые кампании, если произошло какое-то событие, связанные с сайтом, например, товар, которого не было в наличии, снова появился.
- Чек — позволяет запускать маркетинговые кампании, если в Системе появился новый чек, т. е. была совершена покупка в магазине/интернет-магазине.

6.2. Действия, доступные в рамках маркетинговых кампаний

В редакторе маркетинговых кампаний предусмотрены следующие действия:

- Фильтрация клиентов — позволяет определить, для каких клиентов будет выполнено следующее действие в маркетинговой кампании.
- Выбор клиентов из сегмента — позволяет выбрать клиентов, входящих в определенный сегмент.
- A/B-тестирование — позволяет создать разные варианты цепочек в маркетинговой кампании.
- Назначить звонок — позволяет назначить оператору колл-центра звонок клиентам.
- Начислить баллы — позволяет начислить клиентам баллы за действия в Системе.
- Ограничить количество клиентов — позволяет ограничить количество клиентов, для которых будут выполнены последующие действия в цепочке маркетинговой кампании.
- Ограничить опрос — позволяет задать максимальное количество клиентов, которые смогут пройти опрос.
- Отправить push-уведомление — позволяет отправить push-уведомление клиенту.
- Отправить SMS — позволяет отправить SMS-сообщение клиенту.
- Отправить Email — позволяет отправить Email-сообщение клиенту.
- Подождать N минут/часов/дней — позволяет включать задержку перед выполнением следующего действия.
- Подождать до даты — позволяет выполнять следующее действие в цепочке маркетинговой кампании при наступлении определенной даты.
- Проверить статус письма — позволяет проверить статус письма, например, после того, как клиенту было отправлено email-сообщение можно узнать, открывал клиент сообщение или нет.
- Установить метку — позволяет устанавливать метки клиентам.

7. Механизм управления рассылками

В Системе предусмотрен инструмент для создания рассылок через следующие каналы коммуникации:

- Email — возможность интеграции с внешними ESP, так и возможность работы с собственной инфраструктурой почтовых серверов,

- SMS (присутствует возможность отправки Viber-сообщений, если это позволяет SMS-провайдер),
- Push,
- Роботы для автоматизации звонков.

Рассылки поддерживают возможность A/B-тестирования.

Инструмент для создания рассылок представлен в виде пользовательского интерфейса, в котором можно:

- Указать тему сообщения,
- Указать текст сообщения,
- Загружать файлы (для push и email),
- Прикреплять ссылки на сайты.

Есть возможность конфигурирования рассылок:

- Установить категорию рассылки,
- Ограничить количество пользователей, которые получают рассылку,
- Установить конкретное время или конкретную дату отправки рассылки,
- Ограничить отправки сообщений в минуту,
- Связывать рассылку с чеками, т. е. отправлять рассылку только тем клиентам, которые совершили покупку в указанный период.

В Системе предусмотрены следующие категории рассылок:

- Информация о начисленной скидке,
- Информация об операции оплаты,
- Информация о пополнении счет,
- Информация об операции возврата,
- Информация об акциях,
- Системная информация,
- Общие рассылки, которые не попадают под другие категории.

8. Механизм создания опросов

В Системе присутствует возможность создания опросов, для дальнейшей отправки их клиентам, получения данных о прохождении опросов и аналитики.

Инструмент для создания опросов представлен в виде пользовательского интерфейса, в котором можно вопросы следующих типов:

- Вопросы в выборе одного ответа,
- Вопросы в выборе нескольких ответов,
- Вопросы с ответом в произвольной форме,
- Вопросы на соответствие.

9. Аналитическая система

Система позволяет просматривать данные для бизнес-анализа сведений о клиентах и продажах:

- Возможность просмотра общей аналитики по клиентской базе.
- Возможность просмотра аналитики в рамках проведенной маркетинговой кампании.
- Возможность просмотра аналитики проведенных опросов: просмотр ответов на вопросы; количество клиентов, участвовавших в опросе.
- Возможность просмотра аналитики по отправленным рассылкам.
- В Системе должен быть предусмотрен календарь событий, в котором можно просматривать отправленные рассылки в рамках каждого месяца.

9.1. Общая аналитика по клиентской базе

- Возможность просмотра количества клиентов в базе по месяцам.
- Возможность просмотра количества клиентов, совершивших повторные покупки.
- Возможность отображения динамики качества клиентской базы:
 - просмотр потерянных покупателей,
 - просмотр лучших покупателей.

9.2. Аналитика в рамках проведенной маркетинговой кампании

- Возможность просмотра динамики заказов за время проведения маркетинговой кампании.
- Возможность просмотра конверсии покупателей.
- Возможность просмотра среднего количества чеков на покупателя.
- Возможность просмотра среднего дохода на покупателя.

-
- Возможность просмотра детальной информации по отправленным рассылкам в рамках кампании.
 - Возможность просмотра популярных категорий товаров в рамках кампании.

9.3. Аналитика по отправленным рассылкам

- Возможность просмотра общего количества чеков и оборота по рассылке.
- Возможность просмотра графика эффективности рассылки.
- Возможность просмотра популярных категорий товаров в рамках рассылки.
- Возможность просмотра тепловой карты кликов, показывающей какой процент клиентов кликнули по ссылке для перехода.
- Возможность просмотра отправленных рассылок в виде календаря, в котором можно какие были отправлены рассылки в разрезе дней месяца.

10. Шаблоны маркетинговых кампаний

В Системе предусмотрен каталог с примерами готовых шаблонов маркетинговых кампаний. Должны быть примеры популярных маркетинговых кампаний, таких как:

- Благодарность за первую покупку,
- Поздравление с днем рождения,
- Запрос отзыва или обратной связи и т. д.

11. Шаблонизатор email-сообщений

В Системе присутствует раздел, позволяющий создавать шаблоны email-сообщений. В Системе есть возможность создавать отдельные элементы сообщений такие как: шапка, кнопки перехода в социальные сети, основное тело сообщения и т. д.

- Шаблонизатор сообщений позволяет составлять сообщения для рассылок с помощью готовых элементов сообщений.
- Шаблонизатор представлен в виде пользовательского интерфейса с возможностью использования заготовок элементов сообщения, их

дальнейшего редактирования, а также перемещения элементов сообщения путем перетаскивания.

- Шаблонизатор рассылок позволяет выводить в сообщение любую информацию из профиля клиента: атрибуты клиента (например, имя, город, дату рождения), метрики клиента (например, средний чек, количество чеков, дней с последнего чека), шапку и состав последнего чека, данные из пользовательских событий клиента.
- Язык макросов в шаблонизаторе поддерживает циклы, условия, операции модификации переменных (например, конкатенация, математические операции, операции над датами и др.).
- Шаблонизатор позволяет строить предпросмотр результатов работы макросов для любого выбранного клиента.
- Шаблонизатор поддерживает возможность отправки самому себе тестового сообщения.

В таблице ниже представлены возможности, которые предусмотрены в шаблонизаторе:

- Использование заготовок — возможность использования заготовок элементов (шапки, основная часть сообщения, кнопки и т. д.), которые были предусмотрены в Системе по умолчанию или были созданы пользователем.
- Редактирование текста — пользовательский интерфейс, позволяющий проводить редактирование текста:
 - смена шрифтов,
 - регулирование размера шрифта,
 - форматирование текста (курсив, подчеркивание текста, индексы, выделение жирным),
 - смена цветов текста и заливки фона,
 - возможность создания маркированных/нумерованных списков,
 - возможность создания таблиц,
 - возможность выравнивания текста,
 - возможность создания отступов,
 - возможность использования переменных — специальных команд, которые позволяют выводить в сообщении необходимые данные о клиенте. Например, использовать специальную переменную, чтобы каждый клиент в рассылке увидел свое имя,

- возможность прикрепления ссылок и изображений.
- Доступ к исходному коду редактора — возможность редактирования текста сообщения с помощью редактора исходного кода.
- Копирование элементов — возможность копирования элементов.
- Просмотр сообщения — возможность демонстрационного просмотра сообщения, показывающего, как будет выглядеть шаблон сообщения на экране мобильного телефона, планшета, компьютера.

Все созданные шаблоны представлены в виде каталога. Присутствует возможность использования готовых шаблонов при создании email-рассылок.