

Коллизии групп кампаний

- [Настройка максимально допустимого вознаграждения на товар](#)
- [Настройка способа разрешения коллизии внутри группы кампаний](#)
- [Настройка способа разрешения коллизии между группами кампаний](#)
- [Разрешение коллизий вознаграждений по кампаниям и купонам](#)

Под термином «коллизия» следует понимать взаимные действия нескольких кампаний, направленные на предоставление вознаграждений клиенту на одну и ту же товарную позицию чека.

Для реализации прогнозируемого поведения коллизий в программе LOYA существует три механизма:

1. Настройка максимально допустимого вознаграждения на товар.
2. Настройка способа разрешения коллизии внутри группы кампаний.
3. Настройка способа разрешения коллизии между группами кампаний.

Данные механизмы не противоречат друг другу и могут использоваться как отдельно, так и совместно.

Также в LOYA существует дополнительный инструмент [Процент начисления бонусов всем покупателям](#), который позволяет задать базовый процент начисления бонусов всем клиентам, которые будут начислены за покупку товаров, не получивших каких-либо вознаграждений в рамках проведения кампаний.

Настройка максимально допустимого вознаграждения на товар

В системе LOYA используются три типа ограничения максимально допустимого вознаграждения:

Максимальный процент скидки – устанавливает ограничение на максимальный размер скидки, которая может быть предоставлена клиенту при покупке товара вне зависимости от количества и условий действующих кампаний.

Максимальный процент оплаты бонусами – устанавливает ограничение на максимальный процент от стоимости товара, который может быть оплачен бонусами.

Максимальный процент начисления бонусов – устанавливает ограничение на максимальный размер начисления бонусов, который может быть предоставлен клиенту при покупке товара.

Ограничения могут быть заданы для:

- [списков товаров](#);
- [категории товаров](#);
- [отдельного артикула \(SKU\)](#).

При настройке ограничений следует учитывать **приоритет** их использования при расчете вознаграждений клиентов системой LOYA.

В случае, если по условиям работы кампании не используются группы товаров, то наибольшим приоритетом обладают ограничения, заданные для артикула (SKU). Вторыми по приоритетности являются ограничения, заданные для категории товаров. Ограничения, заданные для группы товаров, используются в расчетах только в случае, если данная группа товаров участвует в кампании, и обладает наибольшим приоритетом.

Рассмотрим на примерах, как определяется приоритет применения ограничений.

Пример 1.

Условия:

В точке продаж действует кампания, по условиям работы которой клиентам предоставляются вознаграждения за покупку товаров, входящих в состав группы. Для группы товаров настроено ограничение **Максимальный процент скидки**.

Для категории товаров, куда входят некоторые товары группы, настроены ограничения: **Максимальный процент скидки**, **Максимальный процент оплаты бонусами** и **Максимальный процент начисления бонусов**.

Для товара, который входит в состав группы и в категорию, установлено ограничение **Максимальный процент начисления бонусов**.

Как сработают ограничения:

Согласно правилу приоритетов, при расчете размера вознаграждений клиенту, купившему именно этот товар (который входит и в группу, и в категорию) будут использованы следующие ограничения:

1. **Максимальный процент скидки** – будет использовано значение, настроенное для группы товаров, т.к. для артикула значение не задано, а значение для группы более приоритетно, чем значение, установленное для категории.
2. **Максимальный процент оплаты бонусами** – будет использовано значение, настроенное для категории товаров, т.к. значение не задано ни для группы, ни для артикула.
3. **Максимальный процент начисления бонусов** – будет использовано значение, настроенное для артикула, т.к. значение не задано ни для группы, ни для категории.

Пример 2.

Условия:

В примере 2 используются условия, описанные в примере 1.

Как сработают ограничения:

В случае покупки клиентом товара, для артикула которого не заданы ограничения, но он входит в группу, при расчете вознаграждения будет использовано только значение параметра **Максимальный процент скидки**.

Пример 3.

Условия:

В точке продаж действует кампания, по условиям работы которой клиентам предоставляются вознаграждения за совершение покупки.

Для корневой категории товаров настроены следующие ограничения: **Максимальный процент скидки**, **Максимальный процент оплаты бонусами** и **Максимальный процент начисления бонусов**.

Для товара установлено ограничение **Максимальный процент начисления бонусов**.

Как сработают ограничения:

При расчете размера вознаграждений клиенту, купившему именно тот товар, для которого задан параметр **Максимальный процент начисления бонусов**, сработают следующие ограничения:

1. **Максимальный процент скидки** и **Максимальный процент оплаты бонусами** – будут использованы значения, настроенные для категории товаров, т.к. для артикула данные значения не заданы.
2. **Максимальный процент начисления бонусов** – будет использовано значение, настроенное для артикула, т.к. оно более приоритетно, чем значение для категории.

Настройка способа разрешения коллизии внутри группы кампаний

Настройка способа разрешения коллизии для группы кампаний выполняется в справочнике [Группы кампаний](#) при создании или редактировании группы кампаний. В LOYA используются три способа разрешения коллизий для группы кампаний:

Все вознаграждения суммируются – на одну товарную позицию могут распространять свое действие все кампании, и настроенные в них вознаграждения будут просуммированы.

По максимальному вознаграждению – на одну товарную позицию будет применена только одна кампания из группы с максимальным размером вознаграждения.

По приоритету – на одну товарную позицию будет применена только одна кампания с наивысшим приоритетом. Задать приоритет кампаниям в интерфейсе можно только при выборе данного способа разрешения коллизий.

Внимание! Если на одну товарную позицию распространяют действия кампании из разных групп, то вознаграждения по ним суммируются и ограничиваются настройками максимально допустимого вознаграждения на товар.

Настройка способа разрешения коллизии между группами кампаний

В LOYA возможно создать кампанию, которая будет в приоритете над остальными, даже если размер вознаграждения по ней меньше.

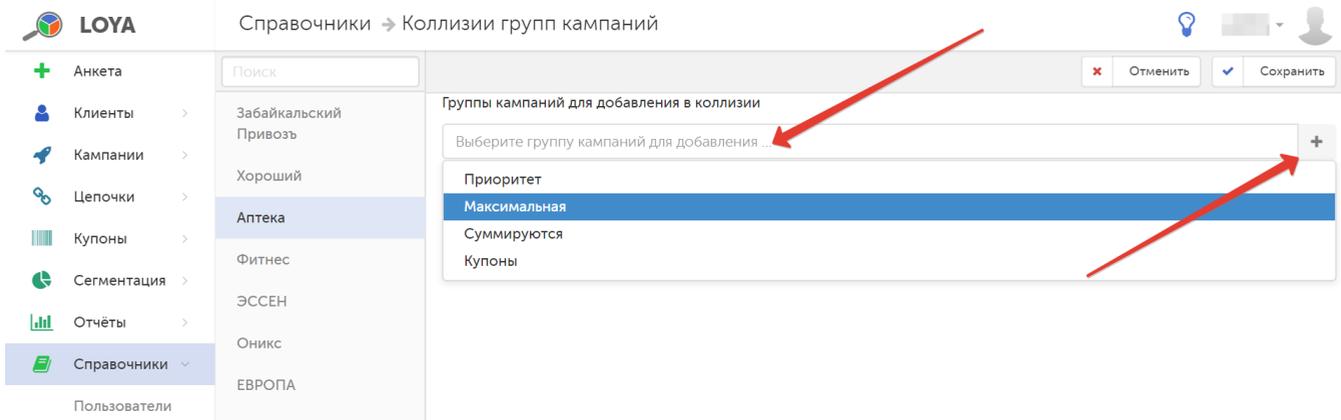
Все группы кампаний (далее ГК) сравниваются системой попарно по следующим правилам:

1. Если для сравниваемой пары ГК выбран способ разрешения коллизий по методу суммирования всех вознаграждений, то к товару применяются все кампании, входящие в каждую из ГК в паре.
2. Если для сравниваемой пары ГК выбран способ разрешения коллизий по максимальному вознаграждению, то к товару применяются все кампании, входящие в ГК с более крупным суммарным вознаграждением.
3. Если для сравниваемой пары ГК выбран способ разрешения коллизий по приоритету, то к товару применяются все кампании из более приоритетной ГК.

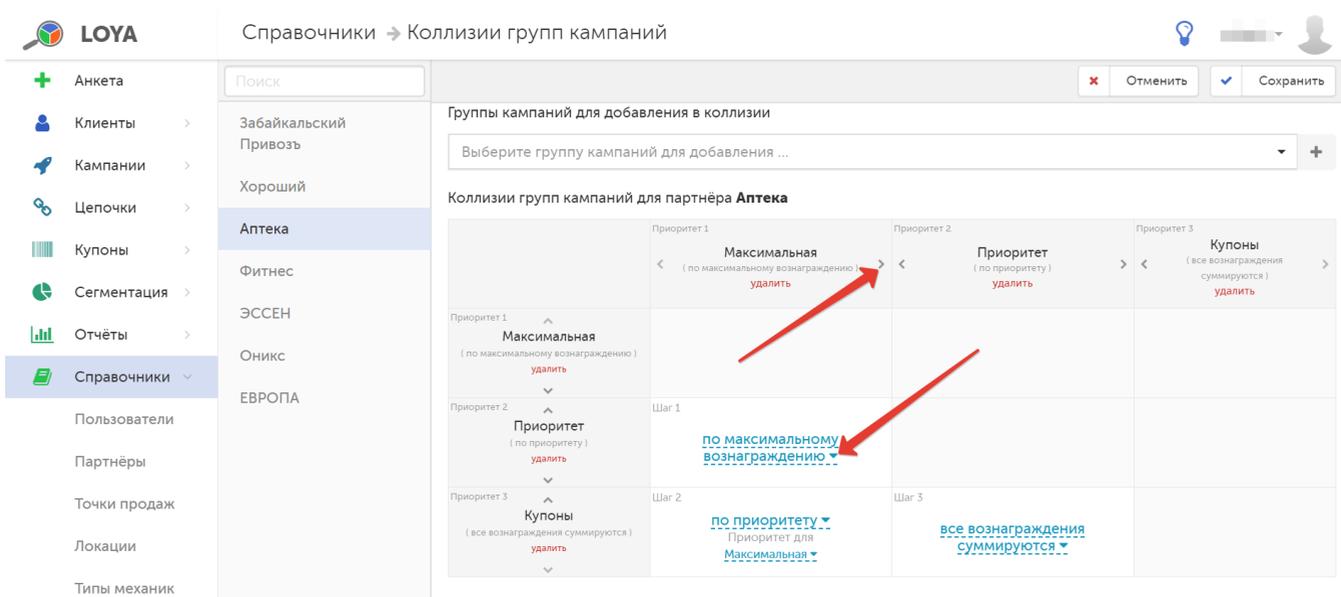
Установить правила разрешения коллизий на уровне групп кампаний можно в разделе **Справочники – Коллизии групп кампаний**. Рядом с главным меню расположена панель навигации, на которой перечислены названия всех зарегистрированных в системе компаний-партнеров. При работе с большим списком можно использовать строку поиска, поиск выполняется по названию компании-партнера. Сформулировать правила разрешения коллизий можно по кнопке **Редактировать**:

The screenshot shows the LOYA interface. On the left is a sidebar menu with 'Справочники' selected. The main header shows 'Справочники → Коллизии групп кампаний'. A search dropdown is open, listing categories: 'L&R', 'Аптека', 'Фитнес', 'АЗС', and 'Рестораны'. A red arrow points from 'L&R' to the 'Редактировать' button in the top right. The main content area displays 'Коллизии групп кампаний для партнёра L&R отсутствуют'. The footer shows '© 2019 Copyright.' and '1.36 (Build 34-develop) ↑'.

Из выпадающего списка необходимо выбрать группу кампаний и добавить ее в участники коллизии с помощью кнопки  :



По мере добавления компаний в список участвующих в коллизии, на странице раздела будет формироваться матрица, в которой (с помощью стрелок, указанных на скриншоте ниже) можно регулировать порядок взаимодействия компаний и способ разрешения коллизий между ними:



Черновик матрицы коллизий можно **Отменить** на любом этапе до момента сохранения. Выполнив настройки, не забудьте нажать кнопку **Сохранить**:

LOYA Справочники → Коллизии групп кампаний

Поиск

Группы кампаний для добавления в коллизии

Выберите группу кампаний для добавления ...

Коллизии групп кампаний для партнёра Аптека

	Приоритет 1 (все вознаграждения суммируются) удалить	Приоритет 2 (по максимальному вознаграждению) удалить
Приоритет 1 Купоны (все вознаграждения суммируются) удалить		
Приоритет 2 Максимальная (по максимальному вознаграждению) удалить	Шаг 1 по приоритету Приоритет для Купоны	

Отменить Сохранить

Сохраненный черновик матрицы можно **Редактировать** или **Удалить**, воспользовавшись соответствующими кнопками:

LOYA Справочники → Коллизии групп кампаний

Поиск

Удалить Редактировать

Коллизии групп кампаний для партнёра Забайкальский Привоз

	Приоритет 1 (по приоритету)	Приоритет 2 (по максимальному вознаграждению)	Приоритет 3 (все вознаграждения суммируются)	Приоритет 4 (все вознаграждения суммируются)
Приоритет 1 Приоритет (по приоритету)				
Приоритет 2 Максимальная (по максимальному вознаграждению)	Шаг 1 все вознаграждения суммируются			
Приоритет 3 Суммируются (все вознаграждения суммируются)	Шаг 2 все вознаграждения суммируются	Шаг 3 все вознаграждения суммируются		
Приоритет 4 Купоны (все вознаграждения суммируются)	Шаг 4 все вознаграждения суммируются	Шаг 5 все вознаграждения суммируются	Шаг 6 все вознаграждения суммируются	

Примечание. Если запущены кампании с расчётом скидок по [оффлайн-механикам для УКМ 5](#) – правила из справочника «Коллизии групп кампаний» для этих скидок не выполняются. К оффлайн-механикам для УКМ 5 применяются правила разрешения коллизий только по группам кампаний.

Разрешение коллизий вознаграждений по кампаниям и купонам

Возникновение противоречий вознаграждений по кампаниям и купонным правилам разрешается по одному из следующих алгоритмов:

1. Если на один товар в чеке дается несколько вознаграждений по разным купонам, то вознаграждения по ним суммируются.
2. Если на товар в чеке выдается вознаграждение по купону/купонам и по кампании/кампаниям, то сравнивается сумма вознаграждений по купонам с суммой вознаграждений по кампаниям. Остаётся максимальное вознаграждение – либо только по купонам, либо только по кампаниям.

3. Если на товар установлено ограничение вознаграждения, а рассчитанное вознаграждение превышает установленное значение, то выдается вознаграждение, установленное ограничением.

Установить способ разрешения коллизий для купонных правил можно в процессе их создания или редактирования, включив их в определенную **группу кампаний** с соответствующими правилами разрешения коллизий.

Достигается максимальное удобство без необходимости выполнения дополнительных настроек:

- лояльность к покупателю (принимаются все купоны, либо даётся максимальное вознаграждение по кампании);
- лояльность к ритейлеру (вознаграждения по купонам не суммируются с вознаграждениями по кампаниям).

Примечание. Купоны одного типа могут применяться в покупке только один раз. В случае печатных купонов со штрихкодом и купонов без штрихкода, однотипными считаются купоны с одинаковым купонным правилом (одинаковым штрихкодом).