

LOYA для УKM 5

- [Описание](#)
- [Предложения](#)
 - [Базисный пакет LOYA](#)
 - [Расширенный пакет LOYA \(P\)](#)
- [Особенности кассы УKM 5 при взаимодействии с LOYA](#)
- [Работа с подарочными сертификатами LOYA](#)
- [Работа с промо-кодами реферальной программы LOYA](#)

Описание

Маркетинговое решение для УKM 5 представлено универсальным продуктом [СуперМаг Loya](#). Данный продукт полностью является разработкой нашей компании и, в зависимости от потребностей пользователя, может быть предложен в различных функциональных комплектациях.

Минимальной достаточной комплектацией, предоставляемой вместе с УKM 5, является [базисный пакет LOYA](#). Он представляет собой миниатюрную версию полного продукта, оптимизированную для эффективного решения полного спектра наиболее распространенных маркетинговых задач ритейл-индустрии.

Комплексное решение полноценного функционала кассы УKM 5 в сочетании с базисной маркетинговой программой носит название [Супермаг УKM L](#).

По необходимости, базисный маркетинговый функционал можно наращивать путем перехода на полноценную версию продукта СуперМаг Loya (далее – [LOYA](#)).

Следует учитывать, что для разворачивания функционала [Счетчиков](#) и [многокомпонентных критериев](#) необходима отдельная база данных. Сама по себе она бесплатна, но для нее требуются дополнительные мощности, которые увеличивают цену для варианта внедрения SaaS. Функционал [Цепочек](#) и [подарочных сертификатов](#) подразумевает разворачивание специальных серверов.

Далее приводятся более подробные списки функциональных возможностей системы, в зависимости от состава коммерческого предложения по продукту.

Предложения

- [Базисный пакет LOYA](#)
- [Расширенный пакет LOYA \(P\)](#)

Базисный пакет LOYA

Базисный пакет LOYA представляет собой полнофункциональную комплектацию продукта СуперМаг Loya – без учета возможных расширений. Данный пакет, как правило, исчерпывающе удовлетворяет все, даже самые взыскательные маркетинговые потребности современной ритейл-индустрии.

Следует учитывать, что для разворачивания функционала [многокомпонентных критериев по покупкам](#) необходима отдельная база данных. Сама по себе она бесплатна, но для нее требуются дополнительные мощности, которые увеличивают цену для варианта внедрения SaaS.

В базисный функциональный пакет LOYA входят:

1. Панель Dashboard

Сводная статистика системы по всем доступным показателям.

2. Клиенты

Хранилище информативных профилей участников программы лояльности.

Добавление анкеты	Быстрое создание нового профиля клиента.
Клиенты	Список профилей участников программы лояльности с данными о них. Поддержана проверка авторизации клиента в чеке по номеру телефона бесплатным звонком, где 4 последние цифры являются проверочным кодом.
Карты	Главный инструмент идентификации клиента в программе лояльности, привязанный к счету. Поддержано использование карт лояльности с индивидуальными PIN-кодами.
Счета	Виртуальный счет, где происходит накопление, начисление и списание бонусов в программе LOYA.
Журнал изменений	Письменная хронология изменений в профилях клиентов для наиболее чёткого и оперативного разрешения ряда возможных инцидентов.

3. Бонусные программы

Возможность выдавать вознаграждения в виде бонусов, а также присваивать клиентам программы лояльности бонусные счета и проводить операции на них.

4. Кампании

Возможность использования типовых шаблонов механик для создания и запуска маркетинговых акций.

5. Шаблоны механик

Сохраненные шаблоны настроек для маркетинговых акций с определенными параметрами, некоторые из которых можно сохранить для многократного использования в различных кампаниях.

О п - l i n	Выдача вознаграждений с учетом всех скидок	Механика изменяет окончательную сумму чека, полученную после срабатывания всех прочих акций. Вознаграждение предоставляется в зависимости от суммы покупки или наличия в чеке товаров (в указанном количестве) из заранее предусмотренного списка.
	Комплект товаров	Механика позволяет создать несколько списков товаров и выдавать скидку/бонусы тем покупателям, которые купят хотя бы по одному товару из каждого списка.
	Механика безусловной скидки	Дает скидку на весь чек.
	Механика накопительной скидки	Механика позволяет предоставлять скидки, размер которых зависит от суммы покупок клиента за определенный период. Акции с такой логикой стимулируют покупателя к совершению большего числа покупок за определенный отрезок времени с целью достичь нужного ему порога и получить скидку.
	Механика на товары (список цен и вознаграждений)	Механика дает возможность создать каталог скидок сразу на большое количество мерных или штучных товаров. Каталог задается в виде пары "товар – скидка". Самый простой способ завести в систему все «желтые ценники» ритейлера.
	Фиксированная цена	С помощью механики можно задать фиксированную цену для каждого кратного по очередности товара (каждого пятого, каждого третьего и т.п.) или же для товаров, купленных в определенном количестве.
	Цена по порогам	В рамках механики устанавливается фиксированная цена для определенного товара или группы товаров – в зависимости от количества этого товара/группы товаров в чеке. Принцип "больше покупаешь – меньше цена каждой штуки".

е	Вознаграждение за любимые товары по приоритету		Поуровневое вознаграждение в виде бонуса или скидки на определенные товары, в зависимости от суммы покупок клиента за установленный период действия акции.
	О А f в f Т - о l i п е	Скидка по префиксу дисконтной карты	Скидка на всю сумму чека, предоставляемая при предъявлении покупателем дисконтной карты, номер которой начинается с префикса, указанного в настройках скидки.
		Скидка на сумму чека	Скидка в процентах от суммы чека, превышающей установленное пороговое значение. Можно задать несколько размеров скидки – в зависимости от пороговых сумм покупки.
		Скидка на количество товара	Скидка предоставляется на товары из указанного перечня в количестве, превышающем установленное пороговое значение. Может быть указано до 5 пороговых значений с разными значениями скидки.
		Скидка N по цене M	Скидка предоставляется в виде определенной цены на товары в заданном количестве.
		Скидка по дополнительному прайс-листу	Данная механика позволяет продавать определенные товары, входящие в указанный в настройках кампании дополнительный прайс-лист, по цене, установленной на них в этом прайс-листе.
		Скидка на корзину	Механика обеспечивает выдачу вознаграждения при условии обязательного приобретения <u>всех</u> товаров из указанного перечня в определенном количестве.
		Цена по карте	Механика позволяет выдавать определенную цену на товар при предъявлении покупателем карты лояльности в условиях отсутствия связи с сервером лояльности.
		Скидка на набор	Данная механика позволяет установить определенную цену за ассортиментный набор товаров. При условии покупки указанного количества товаров из предложенного списка (в любых их сочетаниях), покупатель платит за весь набор установленную цену.
		Скидка на комбо	Механика выдает вознаграждения за покупку товаров в определенных сочетаниях. Если в чеке покупателя присутствует комбинация из определенного количества товаров из одного списка и определенного количества товаров из другого списка, то данная комбинация продается покупателю по установленной на нее специальной цене или со специальной скидкой.
Скидка на перечень товаров		Механика позволяет продавать товары из заранее определенного списка по фиксированной одинаковой скидке или по установленной на каждый из товаров специальной цене.	
Фишки	С помощью данной механики можно выдавать покупателю условное вознаграждение (например, фишки или наклейки) в случае выполнения им определенных условий при покупке (например, по одной наклейке за каждые 100р. в чеке), а затем предоставлять реальное вознаграждение в обмен на условное по установленному курсу (например, покупатель получает подарок или фиксированную скидку на приобретение товара взамен на предоставленное им определенное количество наклеек/фишек).		
Р у ч н.	Фиксированная цена	Скидка с фиксированным значением, указанным в виде конечной стоимости позиции.	
	Цена в диапазоне	Скидка с конечной стоимостью позиции в виде абсолютного значения в заданном диапазоне.	
	Фиксированная скидка	Скидка с фиксированным процентом скидки на позицию.	
	Скидка в диапазоне	Скидка в процентах из заданного диапазона.	

6. Конструктор механик 2.0

Позволяет создавать разнообразные кампании с помощью каталога условий срабатывания акций и гибкой настройки вознаграждений.

	Кол-во дней с момента последней покупки	Количество дней после последней покупки, в течение которых предоставляется вознаграждение.
	Максимальная покупка, выполненная клиентом	Пороговое значение максимальной суммы покупки для предоставления вознаграждения.

События для клиента	Сумма покупок в текущем периоде	Пороговое значение суммы покупок за текущий период для предоставления вознаграждения.
	Общая сумма покупок клиента (CLV)	Пороговое значение суммы покупок за жизненный цикл клиента для предоставления вознаграждения.
	Статус регистрации	Экспресс-данные или полностью заполненная анкета.
	Доступные коммуникации	E-mail или SMS.
	Недоступные коммуникации	E-mail или SMS.
	Давность полной регистрации	Период, прошедший с момента заполнения клиентом полной регистрационной анкеты.
	Давность экспресс регистрации	Период, прошедший с момента заполнения клиентом анкеты с экспресс-данными
	Сумма товаров со скидкой за сезон	Значение суммы покупок, на которые была предоставлена скидка, за текущий сезон.
Общие события для покупки	Покупка в интервале дня рождения	Количество дней до и после дня рождения клиента, в течение которых предоставляется вознаграждение.
	Сумма покупки	Суммарная стоимость совершенной клиентом покупки, выражаемая относительно пороговой величины.
	Первая покупка, выполненная новым клиентом	Условие срабатывает в момент, когда клиент совершает первую покупку.
	Максимальная покупка, выполненная клиентом	Условие срабатывает в момент, когда клиент совершает максимальную по сумме покупку.
События для товаров в покупке	Наличие в чеке товара из списка	Присутствие в чеке продажи хотя бы одного из перечисленных в специальном списке товаров.
	Наличие товаров из списка в указанном количестве	Присутствие в чеке продажи определенного количества товара или товаров из ряда перечисленных в специальном списке.
	Наличие в чеке суммарного количества товаров	Присутствие в чеке определенного количества любых товаров.
	Наличие в чеке товаров на сумму	Пороговое значение суммы, при достижении (или превышении) которой, клиенту предоставляется вознаграждение.
	Наличие в чеке заданного набора товаров	Присутствие в чеке заранее определенной комбинации товаров.
	Наличие в чеке количества уникальных SKU	Пороговое значение количества товаров с различными SKU, каждый из которых приобретен клиентом в единичном количестве. При добавлении в чек таких товаров в количестве, равном или превышающем пороговое значение, клиенту будет предоставлено вознаграждение.

7. Купонные правила

Позволяют задавать условия, при выполнении которых покупатели получают купоны различных типов. Также модуль позволяет создавать купоны, привязанные к профилю покупателя и использовать купоны в качестве вознаграждения при выполнении условий кампаний.

Электронный купон	Купон не имеет печатной формы и привязывается к профилю клиента. При активации карты на кассе, кассир видит список доступных электронных купонов и может предложить клиенту применить купон. Применить электронный купон можно только предъявив карту клиента программы лояльности.
-------------------	---

Выдача на кассе	Печатный купон с ШК	Купон со штрихкодом купонного правила печатается на чековой ленте по завершении чека и может (однако, не обязательно) привязываться к профилю клиента. По умолчанию, для применения такого купона необходимо предъявить карту клиента и отсканировать штрихкод купона. Возможна передача купона третьим лицам и использование купона лицами, не являющимися участниками программы лояльности.
	Печатный купон без ШК	Купон не имеет штрихкода, но в чеке печатается информация о факте его выдачи. Купон автоматически привязывается к профилю клиента, поэтому его можно использовать только при предъявлении карты клиента, которому он был выдан.
	Каталог ШК купонного правила	Такой купон не является индивидуальным, он не добавляется в профиль клиента. Основное назначение этого типа купона – оповещение кассира о необходимости выдать заранее распечатанный флаер, наклейку и т.п. При выдаче купона в чеке делается пометка об этом. Штрихкод таких купонов можно ввести на кассе и получить скидку, если она настроена.
	Загруженный набор купонов с ШК для печати	Купоны для совместных акций с партнерами. В LOYA загружается набор штрихкодов купонов, сгенерированный партнером. Купоны являются индивидуальными и привязываются к профилю клиента. Они печатаются и выдаются покупателям на кассах. Приниматься такие купоны могут как в рамках компаний LOYA, так и в партнерских организациях. В настройках данных купонов доступна опция передачи купона третьи лицам, не участвующим в программе лояльности.
	Печатный реферальный купон с ШК	Купон реферальной программы предназначен для того, чтобы покупатели приводили других покупателей. Покупатель передает реферальный купон другу, и тот, при предъявлении купона, получает вознаграждение. Можно настроить вознаграждение так, чтобы и первый покупатель получил награду за привлечение друга. Клиент, привлечший нового покупателя и передавший ему реферальный купон, сам использовать этот купон не может.
Публикация в открытых источниках	Печатный купон с ШК купонного правила	Классический вид купонов, которые любой покупатель может вырезать из газеты или журнала, получить на улице в виде флаера или любым другим способом. Сканирование купона на кассе дает вознаграждение в текущем чеке.
	Печатный купон без ШК	Устаревший и не используемый в настоящее время тип купонов. Планируется к удалению.
По запросу из внешней ИС	Электронный купон	Купон не имеет печатной формы и привязывается к профилю клиента. При активации карты на кассе, кассир видит список доступных электронных купонов и может предложить клиенту применить купон. Применить электронный купон можно только предъявив карту клиента программы лояльности.
	Печатный купон с ШК	Купоны этого типа имеют штрихкод и печатную форму. Они привязываются к профилю клиента, но чтобы их применить, необходимо отсканировать штрихкод купона на кассе с бумажного носителя или экрана телефона.
	Загруженный набор напечатанных ШК	Штрихкод этих купонов уникальный, но генерируется не в момент запроса. Купоны могут печататься в типографии и раздаваться промоутерами на улице. Применить такой штрихкод может как клиент программы лояльности, так и третье лицо – но лишь ограниченное количество раз.
Ручной ввод	Загруженный набор напечатанных ШК с параметрами приема	Такие купоны генерируются на конкретного клиента. Параметры приема таких купонов указываются при загрузке через Excel или API.
	Электронный купон	Эти купоны создаются в профиле клиента и используются, к примеру, в качестве извинений при улаживании разногласий с покупателями. У клиента программы лояльности при этом появляется готовый к использованию электронный купон в профиле. При активации карты на кассе, кассир видит такой купон в списке доступных для клиента электронных купонов и может предложить клиенту применить его.
Генерация уникальных купонов	Печатный купон с ШК	Набор уникальных купонов генерируется в LOYA и может быть выгружен в Excel для печати на флаерах в типографии. В отличие от загруженного набора напечатанных купонов со штрихкодами, в данном случае, заранее не известно, какие штрихкоды будут раздаваться в виде купонов. Такой купон может получить и применить любой покупатель, независимо от его участия в программе лояльности.

8. Сегментация

Набор инструментов, позволяющих формировать целевые аудитории клиентов для проводимых кампаний.

Сегменты	Распределение всей клиентской базы компании по сегментам согласно выбранной логике сегментации – для задействования в кампаниях, отчетах и т.д.
Группы (включая многосоставные критерии по покупкам)	Инструменты для группировки клиентов не только по анкетным данным, но и по информации об их покупках – для задействования в кампаниях, отчетах и т.д.

9. Отчеты

Возможность строить широкий спектр разнообразных отчетов по различным метрикам, включая персонализированные данные о клиентах. Отчеты представлены в виде графиков и таблиц, а также могут быть выгружены в Excel.

Примечание. Если кассы магазина работают в режиме только off-line акций, то информация о чеках и скидках в них не попадает в Loya, соответственно, отчетность по таким акциям необходимо формировать во внешней (торговой) системе.

Доходы	Общая сумма продаж	Сумма средств, потраченных клиентами на оплату товаров, с учетом выданных скидок и возвратов.
	Средний чек	Показатель вычисляется как отношение суммы продаж к количеству чеков: [средний чек]=[сумма продаж]/[количество чеков].
	Количество покупок	Количество чеков на продажу (без учета возвратов).
Расходы	Сумма скидок	Сумма предоставленных клиентам скидок.
	Стоимость подарков	Суммовая стоимость подарков, предоставленных покупателям.
	Стоимость SMS-рассылки	Сумма средств, потраченных на SMS-рассылку при проведении кампаний.
	Количество сообщений SMS	Общее количество SMS-сообщений.
	Стоимость E-mail рассылки	Сумма средств, потраченных на Email-рассылку при проведении кампаний.
	Кол-во сообщений E-mail	Общее количество Email-сообщений.
	Кол-во сообщений Viber	Общее количество Viber-сообщений.
	Кол-во доставленных по Viber	Общее количество доставленных адресатам Viber-сообщений.
	Кол-во доставленных по SMS	Общее количество доставленных адресатам SMS-сообщений.
Бонусы, счета	Начисленные бонусы	Общая сумма бонусов, начисленных клиентам.
	Списанные бонусы	Сумма бонусов, которые были потрачены клиентами на оплату.
	Сгоревшие бонусы	Сумма бонусов, сгоревших ввиду превышения их срока действия.
	Накопленные бонусы	Показатель вычисляется как разность начисленных бонусов, списанных бонусов и сожженных бонусов: [накопленные бонусы]=[начисленные бонусы]-[списанные бонусы]-[сожженные бонусы].
	CLV	Показатель пожизненной ценности клиентов. В LOYA рассчитывается как выручка, принесенная клиентами.

Клиенты	Кол-во регистраций клиентов	Количество клиентов, которые перешли из незарегистрировавшихся в зарегистрировавшихся.
	Кол-во зарегистрированных клиентов	Общее количество зарегистрированных в системе клиентов за указанный период, в разрезе имеющихся измерений.
	Количество активных клиентов	Количество клиентов, совершивших хотя бы одну покупку в течение базового периода времени.
	Среднее количество чеков на покупателя	Среднее количество всех чеков на одного покупателя.
	Среднее количество товаров	Среднее количество товаров в чеке.
Купоны	Количество выданных купонов	Общее количество выданных купонов.
	Количество примененных купонов	Общее количество примененных купонов.
	Количество погашенных купонов	Общее количество погашенных купонов.
Динамические отчеты	Продажи товаров со скидками	Отчет предоставляет возможность высчитать общую сумму денег, которую все клиенты магазина сэкономили (а ритейлер, соответственно, потерял) на продаже определенного товара (или нескольких товаров) по скидке за установленный временной период.

10. Справочники

Создание, хранение и использование списков различных категорий, согласно определенным критериям.

Пользователи	Администрирование учетных записей пользователей системы.
Партнёры	Хранение данных о компаниях-партнерах, участвующих в программе лояльности.
Точки продаж	Формирование списка точек продаж с привязкой к компаниям-партнерам. Точки продаж используются при создании и настройке кампаний.
Локации	Локация представляет собой группировку точек продаж и позволяет управлять целыми группами точек продаж.
Типы механик	Формирование типов механик, которые в последующем могут быть использованы для удобной классификации шаблонов механик.
Группы кампаний	Создание и хранение групп кампаний, в которые в последующем могут быть включены кампании. Группы кампаний используются для удобной классификации кампаний, а также для управления коллизиями вознаграждений.
Коллизии групп кампаний	Создание правил разрешения взаимо-противоречащих действий нескольких кампаний, направленных на предоставление вознаграждений клиенту на одну и ту же товарную позицию чека.
Ограничения вознаграждений кампаний	Лимитирование вознаграждений, выданных в рамках кампаний.
Категории клиентов	Категории клиентов могут использоваться как при формировании групп клиентов , так и в настройках механик.

Бренды	Создание и хранение записей о брендах (торговых марках) и товарах, продаваемых конкретным партнером под определенной торговой маркой.
Списки товаров	Произвольные списки из товаров, создаваемые с целью расширить возможности конструирования механик с участием товаров.
Ограничения вознаграждений товаров	Лимитирование вознаграждений, предоставляемых клиентам при покупке определенных товаров.

11. Поиск чеков

Общий список электронных чеков обо всех проведенных в системе транзакциях с их полной детализацией.

12. Настройки

Управление доступными параметрами системы.

Настройки системы	Сервер уведомлений	Информация о настройках инфогейта, который используется для отправки сообщений из LOYA.
	Сервер процессинга для демо кассы	Настройки сервера процессинга, который обслуживает демо-кассу.
Задачи	Генератор карт	Создание профилей карт клиентов в заданном диапазоне.
	Архивация и удаление карт, клиентов, счетов	Очистка системы от устаревших данных – включая или исключая сохранение информации о них.
	Адресные данные покупателя	В модуле регулируется отображение и порядок полей с адресными данными в профиле клиента, а также вводятся условные обозначения для указания в профиле клиента наличия у него личного кабинета.
	Вознаграждение за полноту анкеты	Модуль позволяет задать значение количества бонусов, которыми будет вознагражден клиент, в случае, если в его профиле заполнен определенный процент количества полей.
	Контакты покупателя	Регулировка отображения полей с контактными данными в профиле клиента.
	Накопительный профиль	В модуле можно установить период, накопления клиента за который будут постоянно отображаться в его профиле.
	Накопления за 365 дней, 2 уровня	В модуле устанавливается пороговое значение суммы покупок за год (365 дней), по достижении которого клиент автоматически переходит на верхний уровень.
	Поведение покупателя	В модуле можно выполнить настройки следующих параметров, используемых LOYA для расчета общего показателя лояльности клиента, а также для формирования групп и сегментов покупателей.
	Предпочтения покупателя	Модуль содержит настройки дополнительных полей в профиле клиента.
	Служебная информация	Модуль определяет ту часть информации о клиенте, которая будет выводиться на экран кассира в процессе оформления чека, а также состав полей в одноименном компоненте профиля клиента.
	Соц.-дем. данные покупателя	В модуле можно сконфигурировать порог пенсионного возраста, справочник социальных групп и домашних животных, а также отображение и обязательность заполнения в профиле клиента любых других полей в составе компонента Соц.-дем. данные .
	Экспресс информация	Модуль содержит настройки отображения, обязательности заполнения и порядка появления полей в профиле клиента, входящих в форму экспресс-анкеты регистрации в LOYA.
Конструктор механик	Модуль позволяет создавать шаблоны механик.	

Компоненты	Вознаграждение на любимые товары по приоритету	Данный модуль позволяет создавать механики на любимые товары по приоритету.
	Механика вознаграждений с учетом всех скидок	Модуль позволяет создавать механики с условиями, применяемыми после расчёта всех вознаграждений.
	Механика купона на сумму оплаты	Модуль обеспечивает корректную работу соответствующего купонного правила.
	Механика скидок	Модуль позволяет создавать шаблоны механик с заданными скидками, либо шаблоны механик с заданными скидками для карты с префиксом, либо шаблоны механик накопительного начисления бонусов.
	Поиск товаров в чеке	Модуль обеспечивает корректное осуществление поиска по чекам.
	Сумма товаров со скидкой за сезон	Модуль предоставляет дополнительное поле в форме клиента: Сумма товаров со скидкой за сезон . По умолчанию, в году отсчитывается два сезона: с 01.02 по 31.07 и с 01.08 по 31.01.
	Участие покупателя в акциях	Модуль предоставляет следующие дополнительные поля в форме клиента: Начисленные бонусы, Списанные бонусы, Сумма скидок, Список активных кампаний, Из них сработавших .

13. Демо-касса

Веб-интерфейс эмулятора кассы, который позволяет выполнять проверку работы кампаний на рабочей станции пользователя и визуально демонстрирует работу программы LOYA на кассе.

Расширенный пакет LOYA (Р)

В число расширений для **базисного пакета LOYA** входят разнообразные шаблоны механик для маркетинговых акций, а также инструменты их апробирования и более детальной персонализации. Возможно полноценное пользование инфогейтом, накопительными счетчиками, подарочными сертификатами, а также создание и запуск всяческих маркетинговых алгоритмов, срабатывающих согласно предустановленным условиям.

Следует учитывать, что для разворачивания функционала **Счетчиков** необходима отдельная база данных. Сама по себе она бесплатна, но для нее требуются дополнительные мощности, которые увеличивают цену для варианта внедрения SaaS. Функционал **триггерных цепочек** подразумевает разворачивание специального сервера цепочек.

Функциональные расширения пакета LOYA:

1. Реферальные промо-коды

Вознаграждение новых УПЛ по факту использования ими промо-кодов, полученных от существующих УПЛ (которые также вознаграждаются).

2. Шаблоны механик

Сохраненные шаблоны настроек для маркетинговых акций с определенными параметрами, некоторые из которых можно сохранить для многократного использования в различных кампаниях.

Комбо	Механика для потенциального увеличения размера среднего чека покупателя за счет приобретения товаров в различных сочетаниях по более выгодной цене.
Скидка на позицию в чеке по ШК наклейки	При достижении в чеке определенной суммы покупки, кассир выдает покупателю наклейку. При следующей покупке, покупатель приклеивает ее на любой понравившийся ему товар и получает на этот товар скидку.
Любимые товары по выбору	Выдача вознаграждения в виде бонуса или скидки на определенные товары в заданный период действия акции.

О п- и не	Скидка на N-ную покупку (включая настройку На каждого покупателя, участвующего в кампании)	Выдача вознаграждения на покупку с определенным порядковым номером.
	Вознаграждение за сумму покупок по партнерам в прошлом месяце	Выдача вознаграждения клиентам в текущем месяце, ориентируясь на сумму их покупок в предыдущем.
	Механика на сумму покупки с учетом дня рождения клиента	В рамках механики клиент совершает покупку определённых товаров на установленную сумму в день рождения, а также за несколько дней до него и в течение нескольких дней после. В награду за покупку, клиент может купить один товар-подарок за определенную цену (скажем, 1 рубль) в течение аналогичного периода.
	Автоматический купон ко дню рождения покупателя	Механика позволяет предоставлять покупателю скидку в фиксированном размере (в процентах от общей суммы чека) в течение установленного периода до и после дня его рождения.
	Механика фишечных акций	С помощью данной механики можно выдавать покупателю условное вознаграждение (например, фишки или наклейки) в случае выполнения им определенных условий при покупке, а затем предоставлять реальное вознаграждение в обмен на условное по установленному курсу.
	Вознаграждение на товары до заданной суммы за период	Вознаграждение на перечень товаров из списка, указанного в настройках механики, выдается в течение определенного календарного периода месяцев до достижения ограниченной суммы товаров. При превышении данной суммы, скидка более не предоставляется и возобновляет свое действие уже только в следующем календарном периоде.

3. Конструктор механик 2.0

Позволяет создавать разнообразные кампании с помощью каталога условий срабатывания акций и гибкой настройки вознаграждений.

События для клиента	Значение счетчика	Значение по одному из счетчиков, создаваемых в разделе Настройки – Компоненты – Счетчики , выражаемое относительно пороговой величины.
----------------------------	--------------------------	---

4. Инфогейт

Доставка SMS-, Email- и Viber-сообщений до провайдера, рассылающего эти сообщения клиентам. Информирование при срабатывании кампании и через цепочки.

Отправка клиентам уведомлений о кампании за определенное количество дней до ее старта.

Подсчет затрат на рассылку SMS и, отображение этих затрат в отчетах и на панели **Dashboard**.

Шаблоны сообщений и отправка сообщений выбранной группе или сегменту клиентов.

Журнал рассылки – возможность получать информацию о текущем балансе счета, используемого для оплаты услуг информационного гейта, а также просматривать данные о количестве и стоимости отправленных сообщений.

Отправка SMS-сообщений через цепочки (в случае, если установлен модуль **Цепочки**).

Информирование только при срабатывании кампании. Включает функции **Печать в чек при срабатывании кампании** и **Сообщение кассиру при срабатывании кампании**.

Viber-рассылка. Возможность отправлять Viber-сообщения с помощью инфогейта.

5. Цепочки

Конструирование алгоритмов, обусловленных неким событием (а также подчиняющиеся некому условию (опционально)) и направленных на выполнение некоторых действий (триггеров) программой LOYA по факту наступления указанного события и выполнения установленного условия.

6. Купонные правила

Позволяют задавать условия, при выполнении которых покупатели получают купоны различных типов. Также модуль позволяет использовать купоны в качестве вознаграждения при выполнении условий кампаний.

Выдача на кассе	Купон-наклейка с ШК на позицию	Такой купон дает скидку на любую позицию в чеке. Для этого штрихкод купона надо просканировать сразу после позиции, на которую он должен дать скидку. Эти купоны можно наклеить на уцененные товары, либо выдать покупателям, чтобы они наклеили их на понравившиеся им товары в рамках участия в кампании Скидка на позицию в чеке по ШК наклейки . Для получения и использования такого купона не обязательно участвовать в программе лояльности.
------------------------	---------------------------------------	--

7. Подарочные сертификаты

Возможность создавать тиражи подарочных сертификатов для их дальнейшей продажи на кассе и последующего приема в счет оплаты покупок.

8. Сегментация

Набор инструментов, позволяющих формировать целевые аудитории клиентов для проводимых кампаний.

Группы	A/B-тесты в группах	Функционал проверки эффективности коммерческих гипотез на тестовых группах.
---------------	----------------------------	---

9. Настройки

Управление параметрами системы.

Настройки системы	Общие настройки	Настройки для работы с кредитными счетами клиентов .
Задачи	Импорт из УКМ	Импорт профилей клиентов в LOYA напрямую из СуперМарг УКМ 4 .
Компоненты	Счетчики	Модуль отвечает за корректную работу функционала LOYA по подсчету накоплений клиента.
	Фишечные акции	Модуль предоставляет возможность накапливать виртуальные фишки. Фишки ведутся в разрезе кампаний.

10. LOYA-Мобайл

Мобильное приложение LOYA.