

Версия 1.34 (август 2019)

Дополнительные данные в профилях клиентов

Краеугольным камнем системы LOYA является профиль клиента торговой сети. На его основании строятся сегменты, группы, для которых потом заводятся кампании, триггерные цепочки, формируются отчеты, при последующем анализе которых корректируются текущие кампании и заводятся новые. Мы на практике убедились: чем больше полей анкеты заполнено, тем больше шансов сформировать точную целевую аудиторию для кампаний и достичь высоких показателей конечного ROI. При этом торговая сеть может уже заранее знать часть анкетных полей клиентов. В текущем функционале LOYA была возможность определения категории покупателей при генерации нового пула клиентов. Мы добавили еще несколько признаков, которые могут быть полезны для торговых сетей:

- Место регистрации;
- Социальное положение;
- Страна;
- Регион/область;
- Район;
- Город/населенный пункт;
- Улица.

Новый критерий групп клиентов и новая задача

За счет широкого функционала LOYA пользователи, при работе с ней, могут допускать неточности. Одной из таких неточностей может быть генерация избыточного количества карт. В версии LOYA 1.34 у пользователей появилась возможность формировать группу клиентов для архивации. Появился новый критерий – **Клиент имеет карты из диапазона**, где указываются диапазоны типа: III00001ZZZ-III00010ZZZ (для простого метода генерации), где IIIII – префикс, ZZZ – постфикс или IIIII00001Y-IIIII00011Y (для EAN13), где IIIII – префикс, Y – проверочная цифра. Для группировки клиентов по данному критерию вводится начальный номер карты (включительно) и конечный (включительно), номера вводятся целиком.

В дополнение к этой функции в LOYA появилась новая разновидность задачи, которая выполняет полное удаление клиентов. Триггером для удаления по данной задаче является входение клиента в группу, которая выбирается при настройке.

Отображение информации в LOYA об осуществленной рассылке

В новой версии LOYA появилась возможность отслеживать цену и итоговую стоимость рассылок. Проанализировать эту информацию теперь можно на **Dashboard** в LOYA, в отчетах, а так же в информации о кампании.

Расширение возможных ролей пользователя

В LOYA можно ограничить права пользователей системы, для этого используются роли. В новой версии LOYA появилась новая роль **Инфоцентр**, которая обладает следующими правами доступа:

1. Просмотр всего списка клиентов в разделе **Клиенты**;
2. Просмотр всех анкетных данных клиента;
3. Изменение всех анкетных данных клиента;
4. Просмотр транзакций и данных о балансе в разделе **Счета**;
5. Операция объединения счетов клиентов. Объединение счетов всегда производится с активированной опцией **Включено объединение профилей**.

При этом данной роли запрещены:

1. Корректировка счёта клиента;
2. Создание и удаление профилей клиентов;
3. Создание, удаление, привязка и отвязка карт клиентов;
4. Изменение статуса карт клиентов;

5. Создание, удаление, привязка и отвязка счетов.

Прочие ограничения:

1. Закрыт доступ к разделу **Клиенты – Карты**.
2. Недоступна кнопка **Добавить купон** в профиле клиента.
3. Закрыт доступ к разделу **Купоны – Купоны**.
4. Недоступна кнопка **К списку** на форме просмотра купонов в профиле клиента. При этом сам просмотр купонов в профиле клиента доступен.
5. Ко всему остальному функционалу доступа нет.

Доработка выгрузки групп клиентов

В LOYA есть возможность выгрузки групп клиентов для дальнейшей обработки в Excel. Один из наших клиентов обратил внимание, что выгрузка данных в одном из столбцов происходит с особенностями: Excel автоматически переводит некоторые значения баланса бонусов в даты. В версии 1.34 был скорректирован формат выгрузки, чтобы устранить автоматическую замену значений в Excel. В дополнение к этой доработке мы так же добавили в шапку выгружаемой таблицы названия столбцов, отражающие содержащиеся в них данные.

Выделение типа информационных сообщений

Ряд торговых сетей просит своих клиентов указывать предпочитаемый ими канал связи. При этом клиенты могут заявить о желании отказа от SMS-рассылок, и в таком случае, у клиента не будет возможности авторизоваться на кассе по номеру телефона. Для того, чтобы не допустить такой ситуации, в LOYA были добавлены 2 типа SMS-рассылок: рекламные и информационные. Клиент может отказаться от получения рекламных SMS-рассылок, но при авторизации по номеру телефона на кассе он все же получит информационное SMS-сообщение.

Расширение описание API: метод авторизации

Часто у наших заказчиков возникают вопросы по интеграции их сервисов (например мобильного приложения, личного кабинета и т.п.) с системой LOYA. Для увеличения скорости интеграционных работ, командой LOYA была разработана онлайн-документация, включающая в себя описание API-протокола. Вместе с работой над версией 1.34 мы дополнили онлайн-документацию описанием методов авторизации по API.

А также...

Мы поработали над увеличением точности и стабильности работы системы.