Шаблоны сообщений

- Печать QR-кода в чеке в рамках акции

В LOYA можно использовать заранее созданные шаблоны сообщений для организации рассылки, оповещающей клиентов о проводимых акциях, на адреса электронной почты, на мобильные телефоны в виде Viber- и SMS-сообщений или в виде текстовых сообщений в чеке. Подобные сообщения также можно выводить на экран кассира. Отправка сообщений SMS, Email и Viber из LOYA осуществляется при помощи **инфогейта**.

По умолчанию, в LOYA настроены следующие разрешенные часы для рассылок SMS и Email:

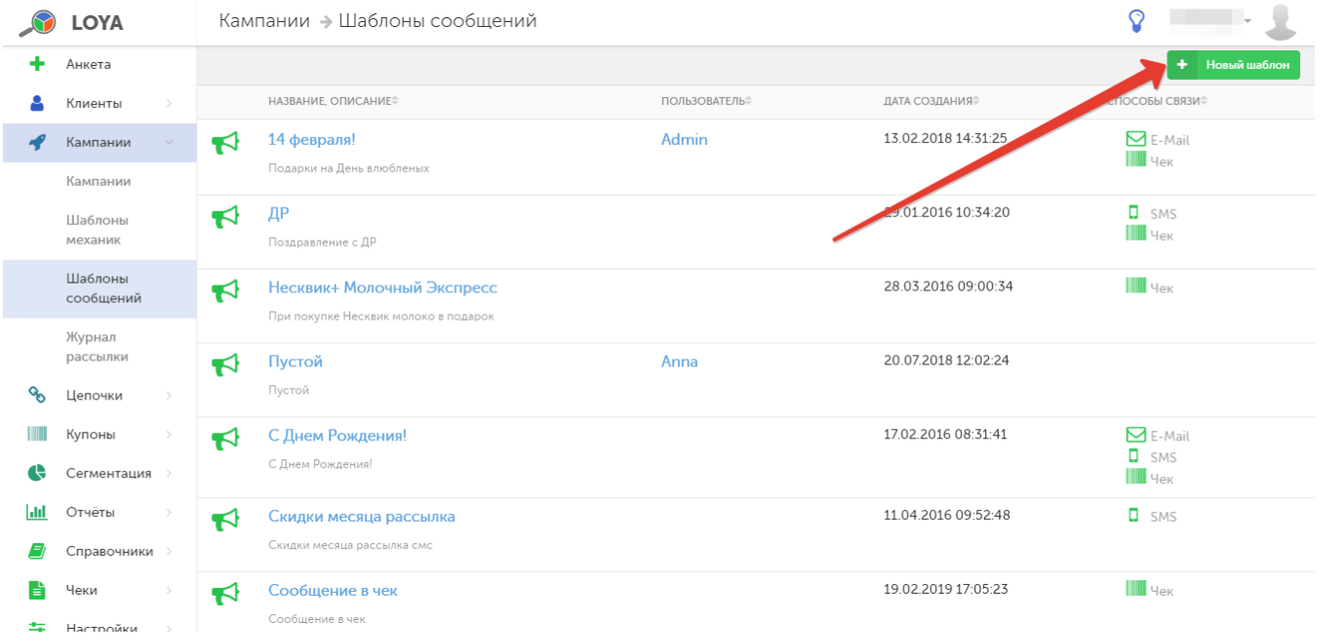
- SMS: с 10:00 по 21:00 включительно;

- Email: круглосуточно.

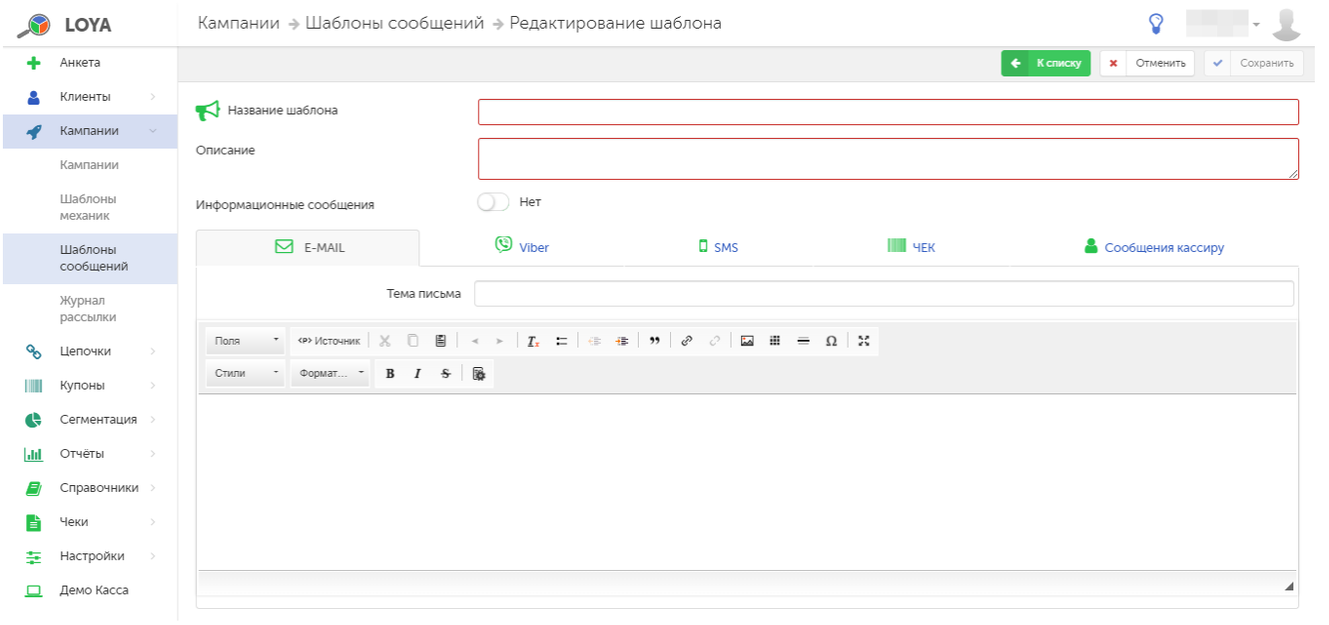
При необходимости, можно изменить интервалы рассылок. Для этого нужно обратиться к команде техподдержки.

Внимание! Функционал рассылок по сети Viber **(₽)** является дополнительным и предоставляется **на платной основе**.

Настроить шаблоны сообщений можно в разделе **Кампании – Шаблоны сообщений**. На открывшейся странице представлен список ранее созданных шаблонов сообщений, которые могут быть использованы в кампаниях. Для создания нового шаблона, нажмите кнопку **Новый шаблон**:



Откроется форма редактирования нового шаблона:



В форме необходимо заполнить следующие поля:

Название шаблона – название создаваемого шаблона (действует ограничение до 100 символов).

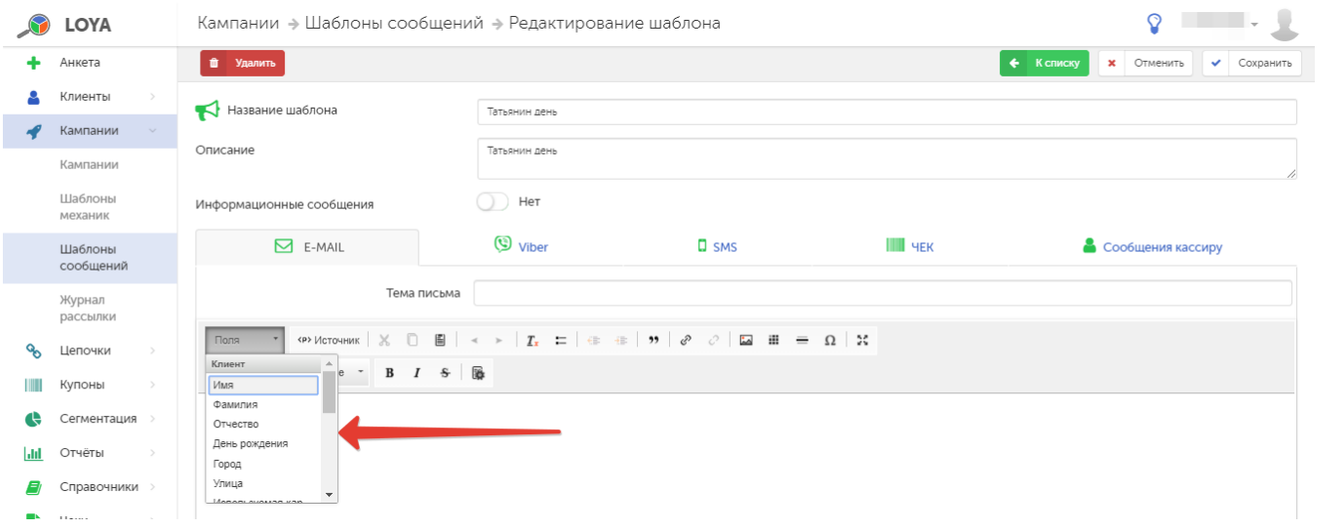
Описание – краткое описание создаваемого шаблона (действует ограничение до 250 символов).

Информационные сообщения – возможность отнести создаваемый шаблон к ряду информационных сообщений, от рассылки которых, в отличие от рекламных, УПЛ не может отказаться. По умолчанию, новый шаблон сообщений создается как рекламный.

Тема письма (только для email-сообщений) – тема, которая будет указываться в почтовом ящике клиента.

Текст сообщения – собственно, сообщение о проводимой акции.

С помощью кнопки **Поля** можно вставлять готовые значения в тело письма. Значения берутся системой из данных в профиле клиента согласно названию полей, в которых хранятся, и подставляются в текст сообщения в шаблоне:



Система позволяет автоматически заполнять следующие значения:

Клиент:
- Имя
- Фамилия
- Отчество
- День рождения
- Город
- Улица
- Используемая карта клиента

Счет клиента:
- Активный баланс
- Неактивный баланс
- Начислено в последней покупке

Кампании:
- Название кампании
- Описание (кампании)
- Дата начала (кампании)
- Дата окончания (кампании)

Партнёр:
- Имя (партнера)
- E-mail (партнера)

Цепочки:
- Дата сгорания бонусов
- Количество сгораемых бонусов
- Начислено в текущей покупке.

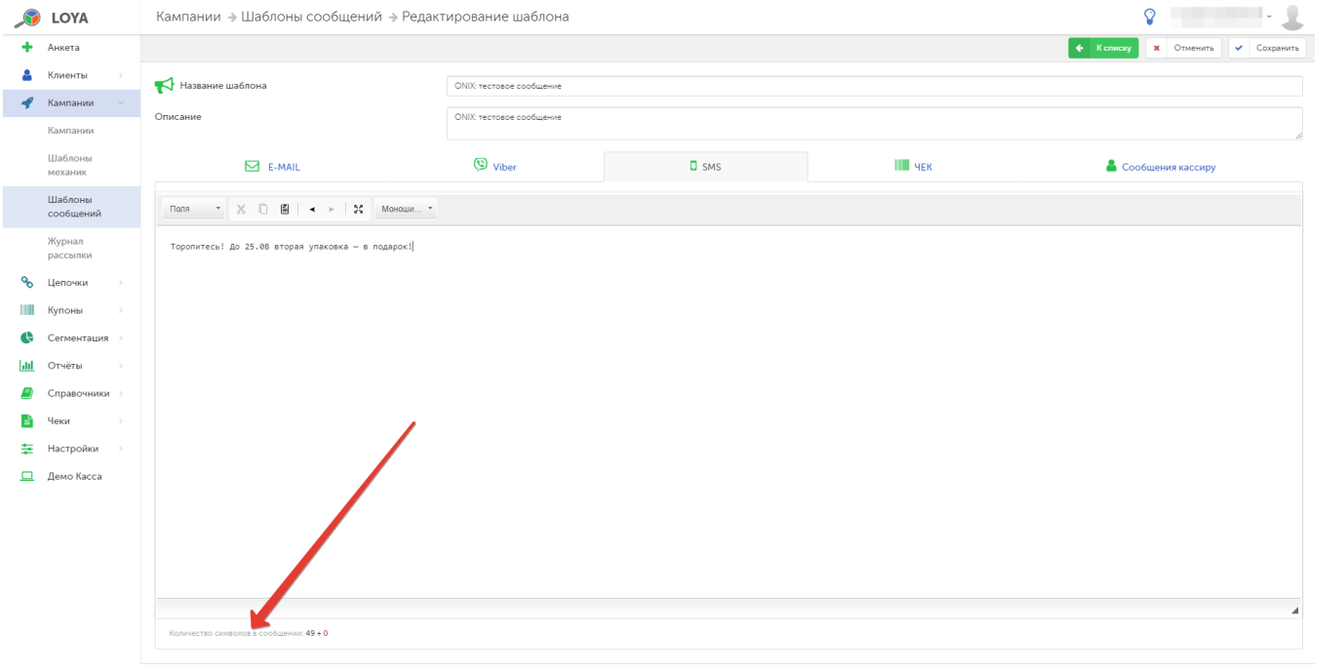
Все значения формируются на момент отправки сообщения.

Внимание! Для информирования о кампании в чеке или в сообщении кассиру, в настройках кампании следует отметить соответствующее поле.

Один шаблон может включать в себя заготовки для сообщений, отправляемых на адреса электронной почты клиентов, по Viber, Push и SMS, для сообщений кассиру, а также для сообщений, печатаемых в чеках. Настройка данных заготовок осуществляется в соответствующих вкладках: **E-MAIL**, **Viber**, **SMS**, **ЧЕК**, **Сообщения кассиру**.

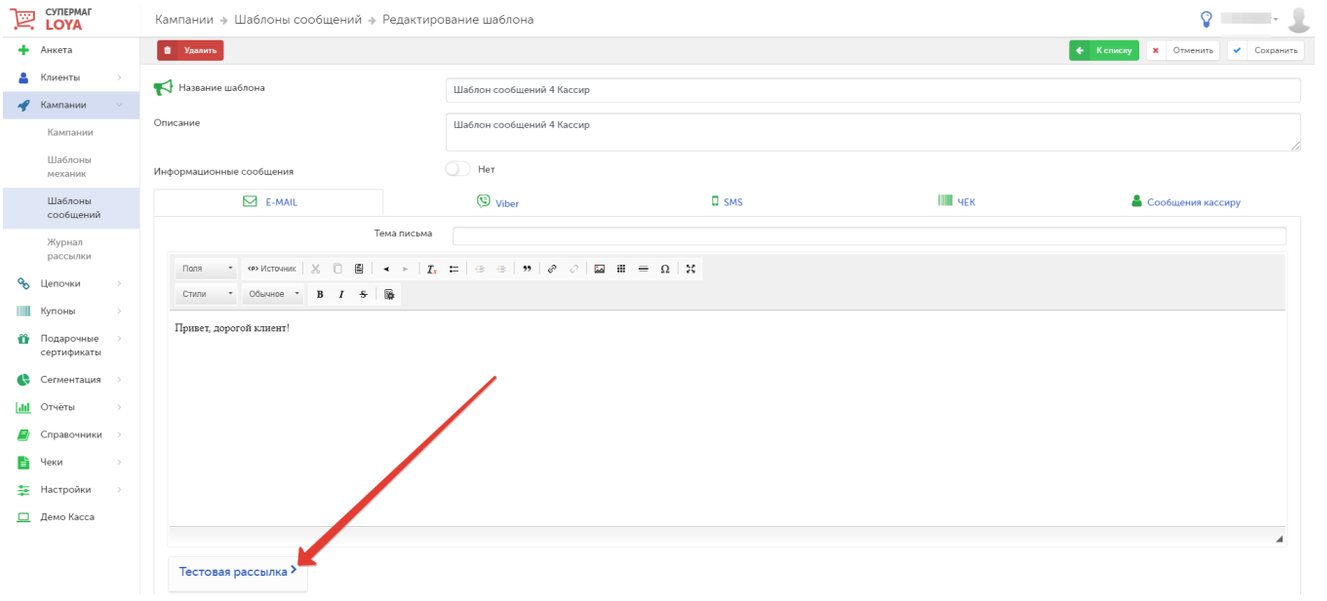
Текст заготовки во вкладке **SMS** также используется для рассылки Push-сообщений, если таковая настроена в рамках функционала **Цепочек**.

Внимание! Для полей **SMS** и **ЧЕК** установлено ограничение количества вводимых символов. Допускается ввод до 1000 знаков (с учетом пробелов). Отправка SMS-рассылки обширной базе клиентов — довольно затратная вещь. При этом общая стоимость рассылки напрямую зависит от количества отправленных сообщений, которое, в свою очередь, определяется количеством символов в сообщениях. В функционал системы LOYA встроен счетчик символов в сообщениях для рассылки. Благодаря этому счетчику можно всегда держать "руку на пульсе" и не отправлять 2 сообщения там, где можно сократить пару лишних символов и отправить одно:

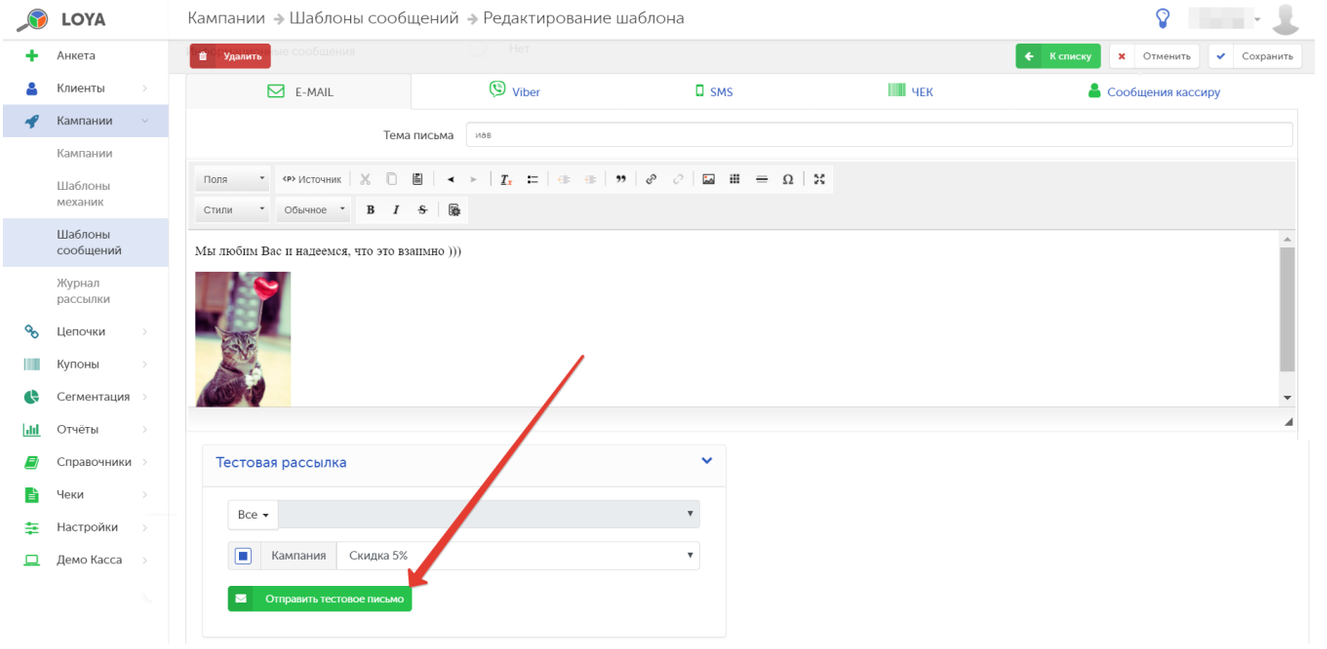


По завершении настройки шаблона сообщений нажмите кнопку **Сохранить** – и созданный шаблон появится в общем списке на странице **Шаблоны сообщений**, став доступным для выбора при создании или редактировании кампании.

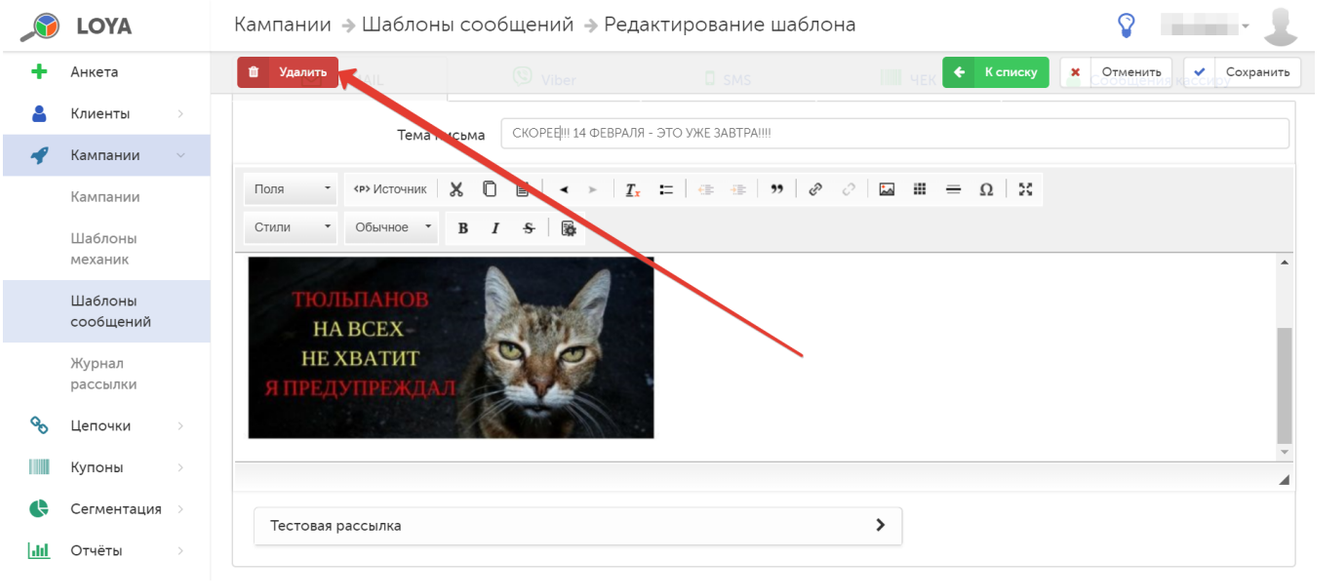
Для проверки работоспособности email- или Viber-рассылки можно использовать функцию **Тестовая рассылка**, параметры которой становятся доступными после сохранения шаблона сообщения:



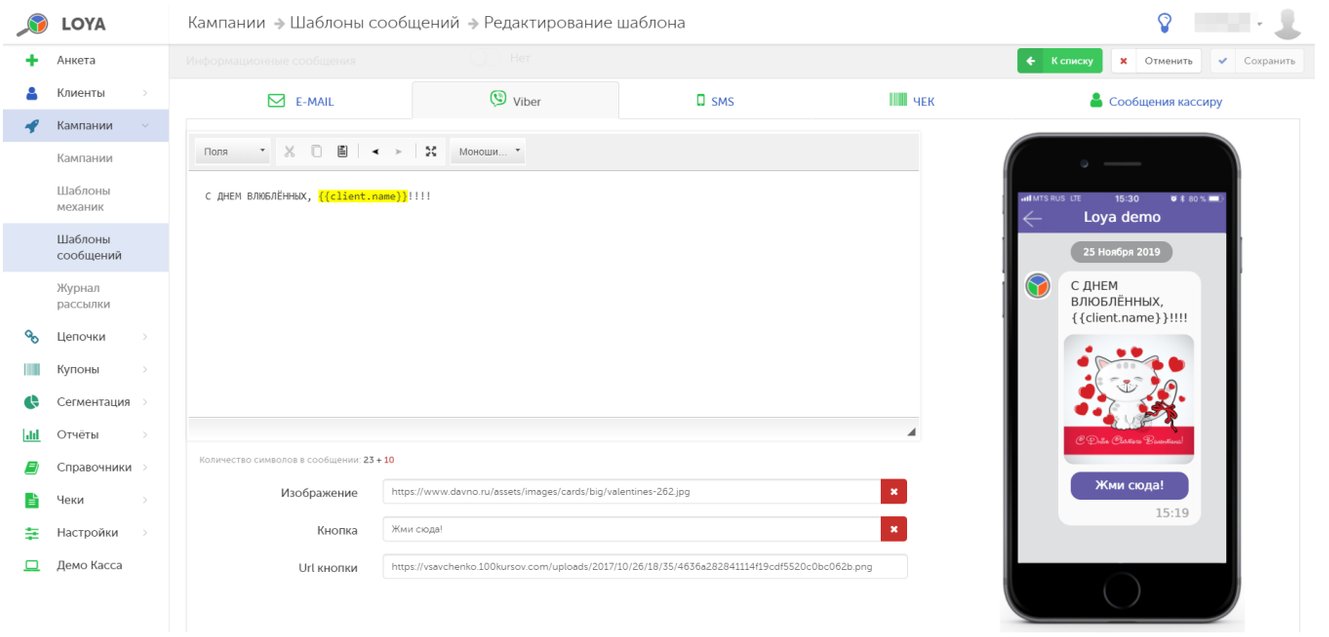
В качестве реципиентов, которым будет отправлено тестовое сообщение, можно выбрать сразу всех клиентов, лишь одного из них (опция **Телефон** или **E-mail**, соответственно), сегмент, группу или клиентов, участвующих в определенной кампании. Тестовая рассылка запускается кнопкой **Отправить тестовое письмо**:



Любой шаблон из общего списка можно отредактировать. Для этого нужно кликнуть по его названию в списке и в открывшейся форме внести необходимые изменения. Удаление шаблона выполняется кнопкой **Удалить**, доступной в режиме редактирования шаблона:

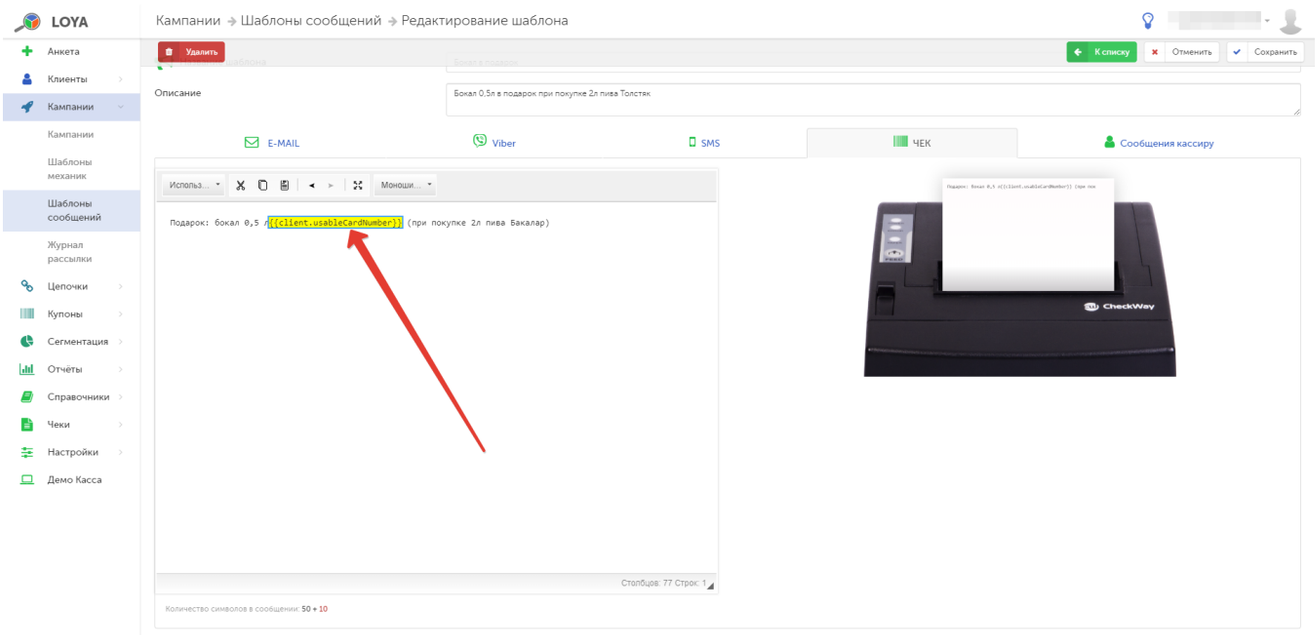


Во вкладках **Viber** и **Чек** можно визуально проанализировать внешний вид сообщений. Прямо во вкладке можно увидеть, соответственно, изображение экрана телефона или принтера чеков, на который выводится введенный текст. При таком представлении пользователи LOYA могут предварительно оценить внешний вид сообщения, которое они планируют напечатать для покупателей торговой сети, в чате или в чеке:



Примечание. Прикрепляя картинку к сообщению, убедитесь в том, что указываете в соответствующем поле общедоступный URL-адрес, где она хранится.

Зачастую у покупателей торговых сетей есть несколько карт лояльности. В процессе коммуникации с покупателями, обладающими несколькими картами, могут возникать сложности. Поэтому в функционале LOYA существует возможность работы в шаблоне сообщений с последним чековым начислением бонусов и номером карты. При этом если карта неактивна, то в системе отобразится предыдущая карта:



Печать QR-кода в чеке в рамках акции

Бывает так, что заставить клиента пройти важный для ритейлера опрос или заполнить необходимую анкету можно только посулив ему за это вознаграждение. А иногда бывает нужно к тому же отобрать тех, мнение кого в данном опросе/анкете представляет интерес, – следовательно, приходится еще и придумать дополнительное условие, лишь при выполнении которого покупатель сможет получить привилегию доступа к анкете /опросу.

Пример 1. Нас интересуют имена, дни рождения и номера карт лояльности всех клиентов, которые сделали единоразовую покупку на сумму более 100 000 руб. в ритейл-сети. Кроме того, для каждого такого покупателя важно знать еще и код магазина, в котором было сделано такое приобретение. Итак, в личном кабинете LOYA создаем кампанию с условным вознаграждением в виде печати QR-кода в чек покупки, при условии что ее сумма превышает 100 000 руб. На рекламных баннерах пишем условия акции, согласно которым клиенту, совершившему единоразовую покупку на сумму более 100 000 руб. в любом из магазинов сети, предлагается получить в подарок, например, кухонный комбайн – при условии прохождения по ссылке в QR-коде на чеке покупки для прохождения короткого опроса.

Как только такая кампания сработает (т.е. сумма чека клиента превысит 100 000 руб.), в чеке покупки автоматически распечатается QR-код, содержащий ссылку на внешний ресурс, где, собственно, и проводится розыгрыш призов. Клиент проходит по ссылке, отвечает на опросник и получает заветный приз, а ритейлер – интересующую его информацию о клиенте.

Пример 2. Данный функционал можно использовать попросту для сбора во внешней системе информации о клиентах, проходящих по определенным ссылкам, и формировать таким образом образ целевой аудитории по интересам. В этом случае, выполнение клиентом какого-либо условия (наличие в чеке определенного товара или его сумма, например) не обязательно: достаточно просто "заманить" рекламой покупателя в ссылку. Как только он по ней кликнет – ритейлеру отправятся автоматически заполненные системой LOYA поля, заданные в QR-коде (к примеру, данные чека, карты, магазина и проч.). В таком случае, можно без выполнения клиентом каких-либо условий просто печатать QR-код с заданными полями в любой чек. В анкете же можно разместить вопросы о предпочтениях клиента.

Пример 3. Информацию о клиенте, полученную путем автозаполнения системой LOYA полей из QR-кода при нажатии покупателем на ссылку (например, данные чека), можно отправлять во внешнюю систему прямо в составе ссылки, без ведома клиента. В таком случае, по ссылке даже не обязательно размещать анкету или опрос, можно обойтись простой рекламой: все интересующие ритейлера сведения сами автоматически попадут к нему, как только клиент пройдет по ссылке.

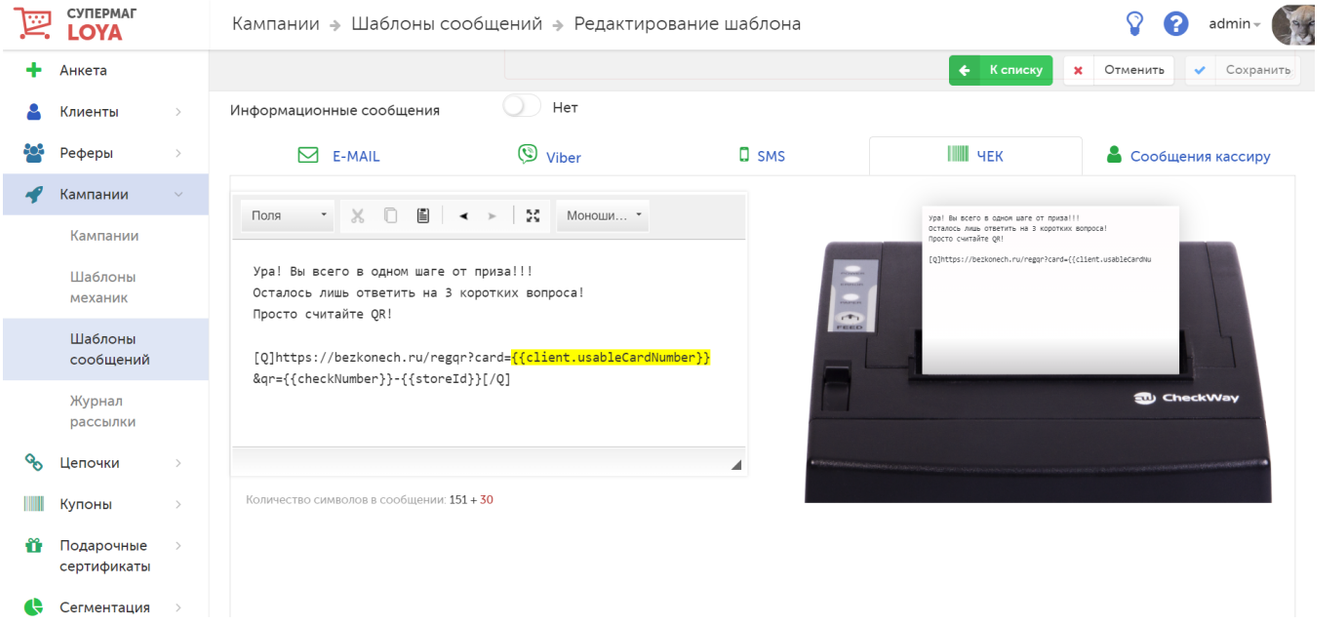
Для того чтобы настроить графическое сообщение в чеке клиента, содержащее QR-код, следует выполнить нетрудные действия:

- войти в раздел личного кабинета LOYA **Кампании – Шаблоны сообщений**;

- **создать** новый шаблон и убедиться, что выбрана вкладка **ЧЕК**;
- Набрать любой текст, предваряющий и поясняющий наличие QR-кода, например: "Поздравляем! Вы в одном шаге от микро-комбайна Tefal! Ответьте на 4 вопроса, считав QR-код ниже, – и подарок Ваш!";
- задать содержимое QR-кода с помощью следующей формулы:
  [Q]ваш текст[/Q],
  где в качестве текста можно разместить ссылку на внешний ресурс, где расположена анкета, к примеру: https://bezkonech.ru/; в QR также можно добавить поля для автозаполнения – делается это **штатным образом**.

Внимание! Не забывайте проверять доступность ресурса по ссылке.

Пример готового сообщения в чеке с QR-кодом и автозаполняемыми полями приведен ниже:



Не забудьте сохранить созданный шаблон перед использованием.

Особенности работы функционала:

1. Доступность формируемой ссылки в QR-коде для покупателя не проверяется в функционале LOYA и зависит от реализации во внешней системе. Валидация корректности ссылки, дополненной данными из автозаполняемых полей, производится силами ретейлера.
2. Перечень выданных адресов ссылок и напечатанных QR-кодов не фиксируется в отчётности LOYA.
3. Если в чеке отсутствует номер кары клиента, результирующая ссылка в QR-коде не содержит номер карты клиента.
4. Функционал формирования QR-кода недоступен, если касса работает в режиме «оффлайн».
5. Размытость или чёткость напечатанного QR-кода в чеке зависит от технического состояния печатающего устройства.
6. Возможность распознавания QR-кода зависит от возможностей мобильного телефона или планшета покупателя.
7. Если клиент не был авторизован в чеке, значение номера карты отсутствует в ссылке.
8. Реализовано только для касс УКМ 5.
9. В Казахстане реализовано только для ККТ Senor GTP-180 и ChWayPRT1-2L-R-B.