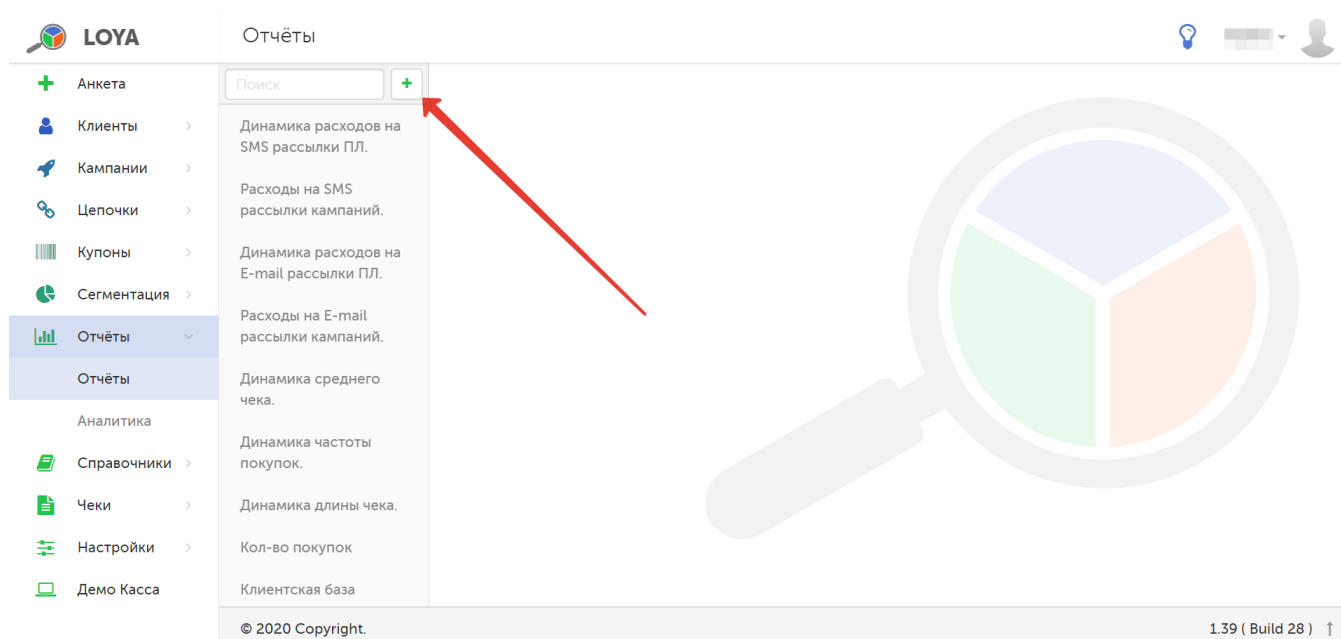


Отчёты

В данном разделе можно создавать, редактировать и просматривать отчеты, формируемые на основе предварительно агрегированных данных с применением технологии OLAP-кубов.

Чтобы создать новый отчет, воспользуйтесь кнопкой, указанной на скриншоте ниже:



Для нового отчета необходимо задать **Название** и **Описание**, а также выбрать из выпадающего списка **Показатель**, данные по которому будут выводиться в отчете. При просмотре готового отчета в фильтре по каждому показателю можно пользоваться поисковой строкой. Показатели тематически сгруппированы с списке в следующем порядке:

ПОКАЗАТЕЛЬ

1. 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: $[\text{средний чек}] = [\text{сумма продаж}] / [\text{количество чеков}]$.

Количество покупок – количество чеков на продажу (без учета возвратов).

2. 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.

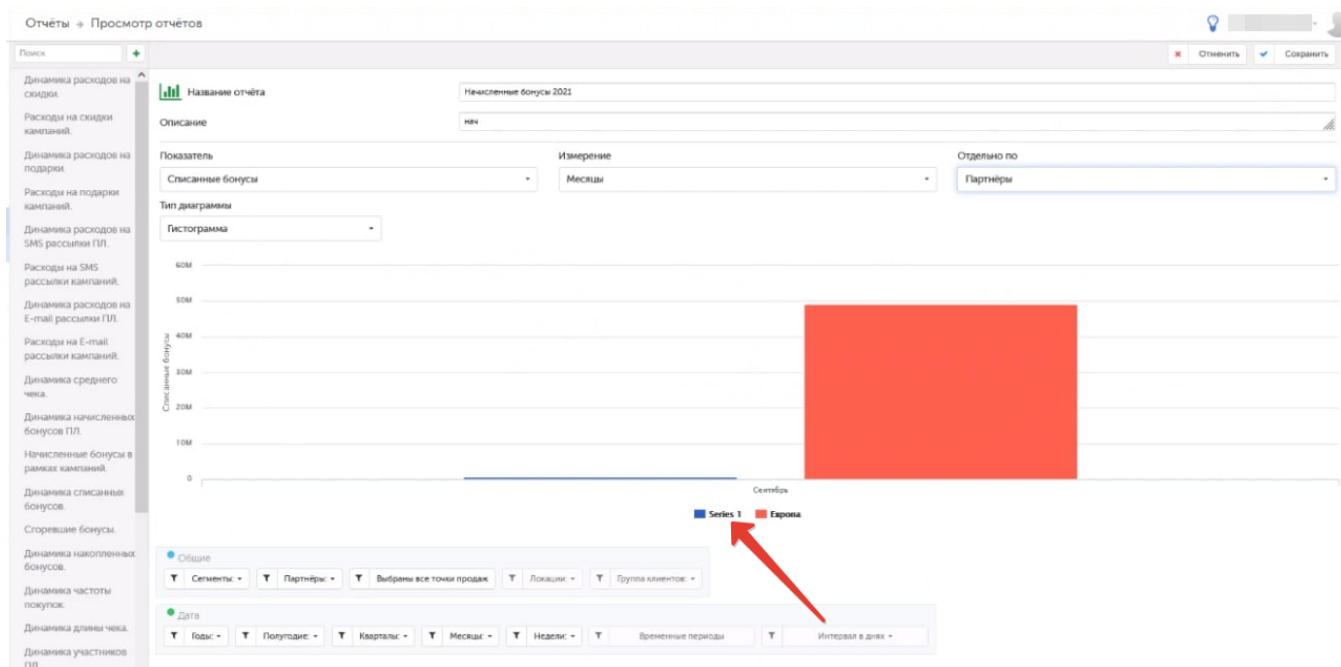
Кол-во доставленных по SMS (Viber) – общее количество доставленных адресатам сообщений, отправленных по Viber в связи с невозможностью доставить SMS-сообщение.

3. Бонусы, счета

Начисленные бонусы – общая сумма бонусов, начисленных клиентам.

Списанные бонусы – сумма бонусов, которые были потрачены клиентами на оплату.

В отчетах по начисленным и списанным бонусам, помимо зарегистрированных в системе партнеров, может возникнуть еще один: в статистику по нему попадают операции, которые не привязаны ни к одному партнеру: гашение кредитного счета, перевод отложенных начислений и др.:



Сгоревшие бонусы – сумма бонусов, сгоревших ввиду превышения их срока действия.

Накопленные бонусы – показатель вычисляется как разность начисленных бонусов, списанных бонусов и сожженных бонусов: $[\text{накопленные бонусы}] = [\text{начисленные бонусы}] - [\text{списанные бонусы}] - [\text{сожженные бонусы}]$.

4. Клиенты

CLV – показатель пожизненной ценности клиентов. В LOYA рассчитывается как выручка, принесенная клиентами.

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 в чеке – среднее количество товаров в чеке. Среднее количество товаров в чеке высчитывается путем сложения всех единиц штучных товаров из чеков с количеством весовых позиций и последующего деления на общее количество чеков. Таким образом, получается, что для весовых товаров, количество товаров обозначает количество позиций, не зависимо от того, было ли в позиции 1 кг или 5 кг.

5. Купоны

Количество выданных купонов – общее количество выданных купонов.

Количество примененных купонов – общее количество примененных купонов.

Количество погашенных купонов – общее количество погашенных купонов.

Для каждого показателя необходимо выбрать **Измерение**, по которому он будет оцениваться. Не все измерения применимы к любому показателю; при выборе показателя, система автоматически предлагает список релевантных для него измерений. Измерения также сгруппированы тематически.

6. Реферальная программа

Начисленные бонусы реферам – суммарное количество бонусов, начисленных реферам в рамках [реферальной программы LOYA](#) за указанный период.

Кол-во реферальных чеков – общее количество закрытых чеков с примененными реферальными промо-кодами.

Кол-во новых покупателей – общее число новых УПЛ, использовавших реферальный промо-код при первой покупке.

Сумма чеков – общая сумма всех чеков с примененными в них реферальными промо-кодами.

Средний чек – вычисляется как отношение показателя **Сумма чеков** к показателю **Кол-во реферальных чеков**.

ИЗМЕРЕНИЕ

1. Дата

Годы – динамика изменения выбранного показателя в разрезе лет.

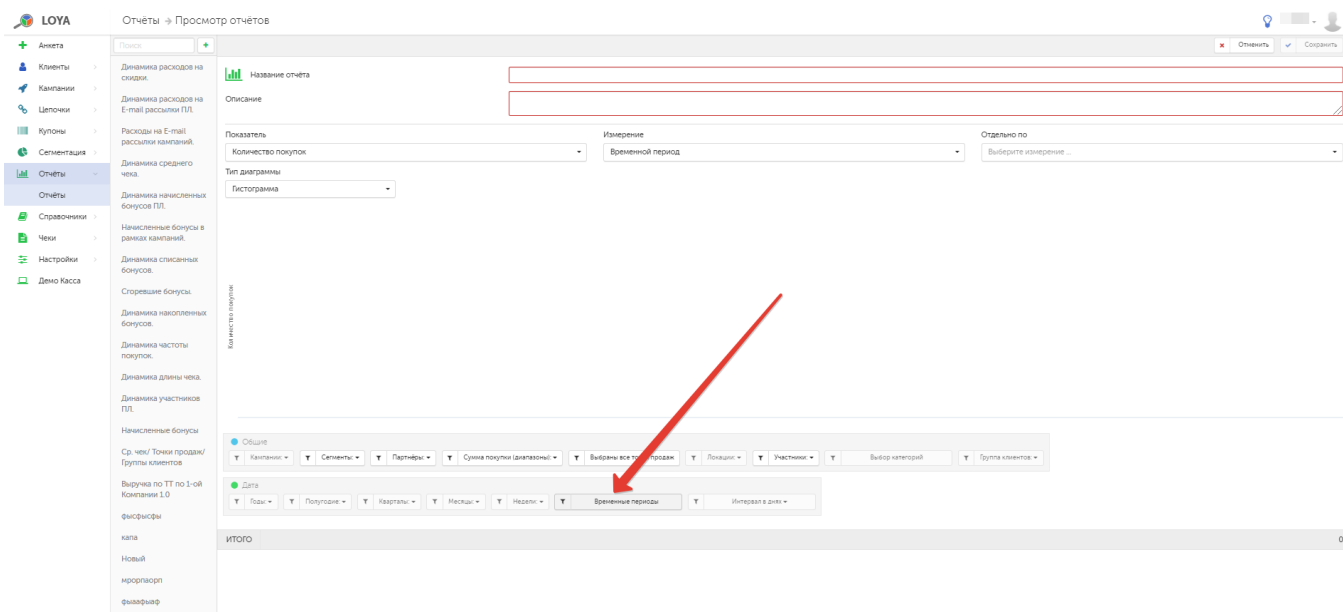
Полугодие – динамика изменения выбранного показателя за первое и второе полугодие.

Кварталы – динамика изменения выбранного показателя за все кварталы года.

Месяцы – динамика изменения выбранного показателя по месяцам года.

Недели – динамика изменения выбранного показателя за указанные недели.

Временной период – измерение позволяет формировать отчеты по динамике изменения выбранного показателя в разрезе заданного периода времени (по умолчанию: с начала года по текущую дату). Для изменения временного периода (и/или добавления нового) для формирования отчета, необходимо кликнуть по кнопке фильтра **Временные периоды**, расположенной под областью построения графика, и в появившемся окне выполнить настройки для временного периода:



Дни – измерение позволяет анализировать данные по выбранному показателю в разрезе дней за указанный период дат.

Интервал в днях – динамика изменения выбранного показателя за временной период, выбираемый из выпадающего календаря.

2. Общие

Сегменты – динамика изменения выбранного показателя в разрезе клиентских сегментов.

Бренд – динамика изменения выбранного показателя в разрезе брендов.

Точки продаж – динамика изменения выбранного показателя по точкам продаж.

Сумма покупки (диапазоны) – динамика изменения выбранного показателя в разрезе диапазонов сумм покупок.

Партнёры – динамика изменения выбранного показателя в разрезе компаний-партнеров.

Локации – динамика изменения выбранных локаций. Исторические данные отображаются в соответствии с текущим распределением магазинов по локациям. Запрещается одновременное использование измерений **Локации** и **Точки продаж**.

Группа клиентов – динамика изменения выбранного показателя в разрезе клиентских групп.

Кампании – динамика изменения выбранного показателя в разрезе проведенных кампаний. Для удобства, список кампаний в данном фильтре разделен по их статусам: **Активные**, **Завершенные** и **Архивные**.

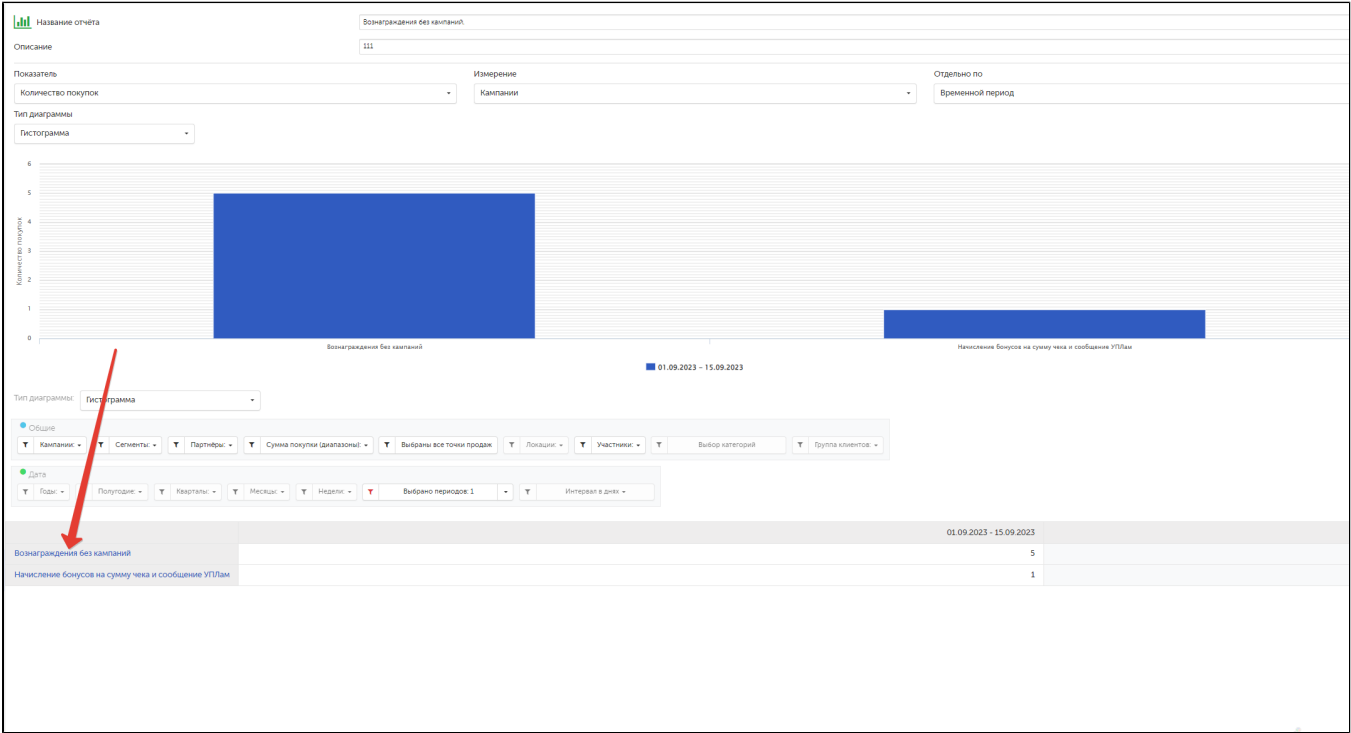
Участники – динамика изменения выбранного показателя в разрезе клиентов, участвующих в программе лояльности (УПЛ) и не участвующих в ней (не УПЛ).

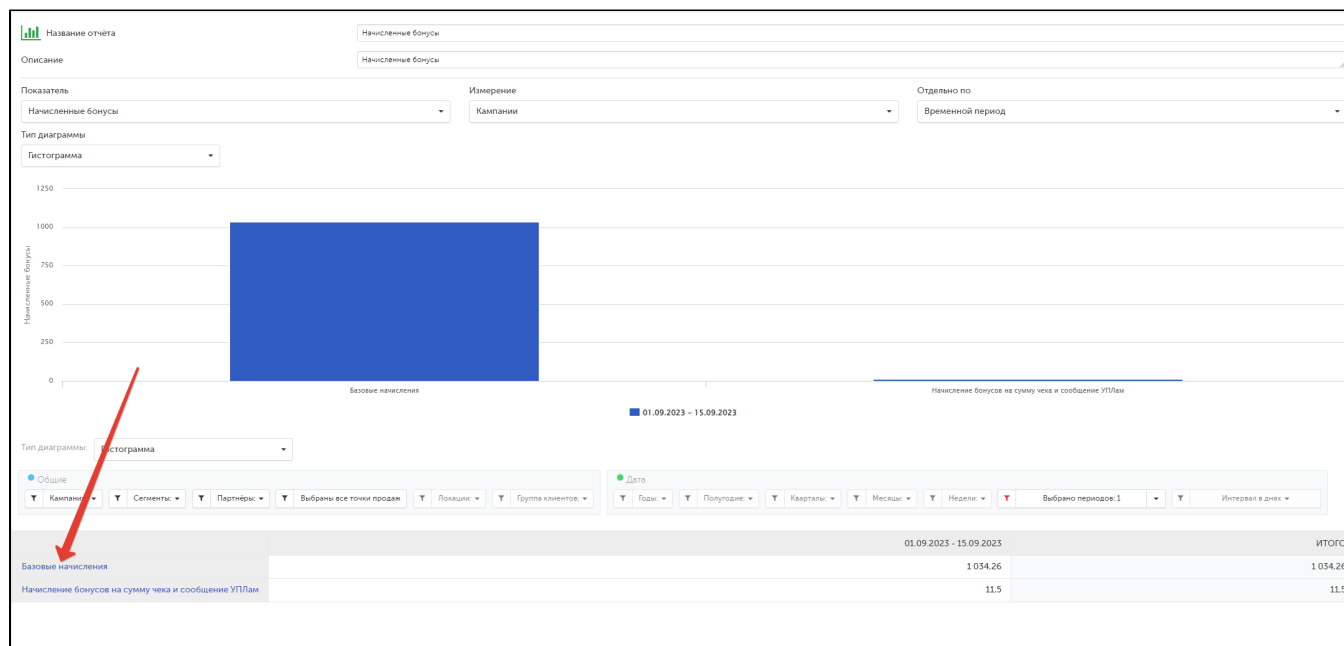
Категории товаров – динамика изменения выбранного показателя в разрезе категорий товаров.

3. Купоны

Купонное правило – динамика изменения показателей **Общая сумма продаж** и **Сумма скидок** (сумма скидок по чеку) в разрезе купонных правил (как всех, так и выбранных вручную). Для выбора купонных правил для отчета можно воспользоваться специальным фильтром, который расположен под отчетом.

Примечание. При построении отчета в разрезе кампаний могут появиться такие показатели: **Вознаграждения без кампаний** и **Базовые начисления**:





В показатель **Вознаграждения без кампаний** попадают чеки, в которых не сработала ни одна кампания, а так же чеки с вознаграждениями по купонам.

В показатель **Базовые начисления** попадают начисления, которые были сделаны не через кампании, например:

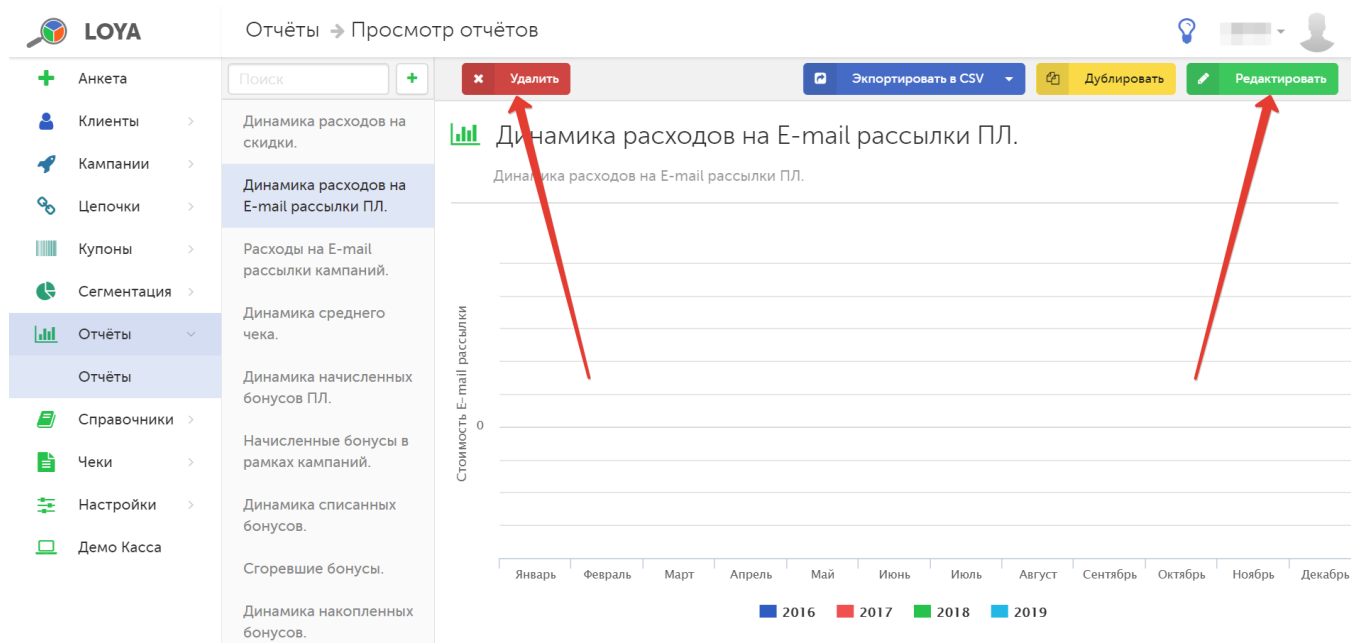
- базовые начисления из партнера;
- начисления, сделанные по API;
- ручные корректировки счета;
- начисления бонусов из компонентов (таких как **Начисление бонусов на сумму покупок за прошлый месяц**, **Вознаграждение за полноту анкеты** и т.п.).

ОТДЕЛЬНО ПО

По умолчанию, в отчетах выводится суммарная статистика по показателю за все годы работы программы LOYA с момента ее внедрения с делением на выбранное временное измерение. Для детализации выводимой информации используйте фильтры, расположенные под графиком отчета. Чтобы настроить вывод информации наиболее удобным способом, выберите из списка **Отдельно по** нужный параметр.

Выполнив настройки для отчета, нажмите кнопку **Сохранить** – и новый отчет появится на панели навигации, став доступным для получения данных.

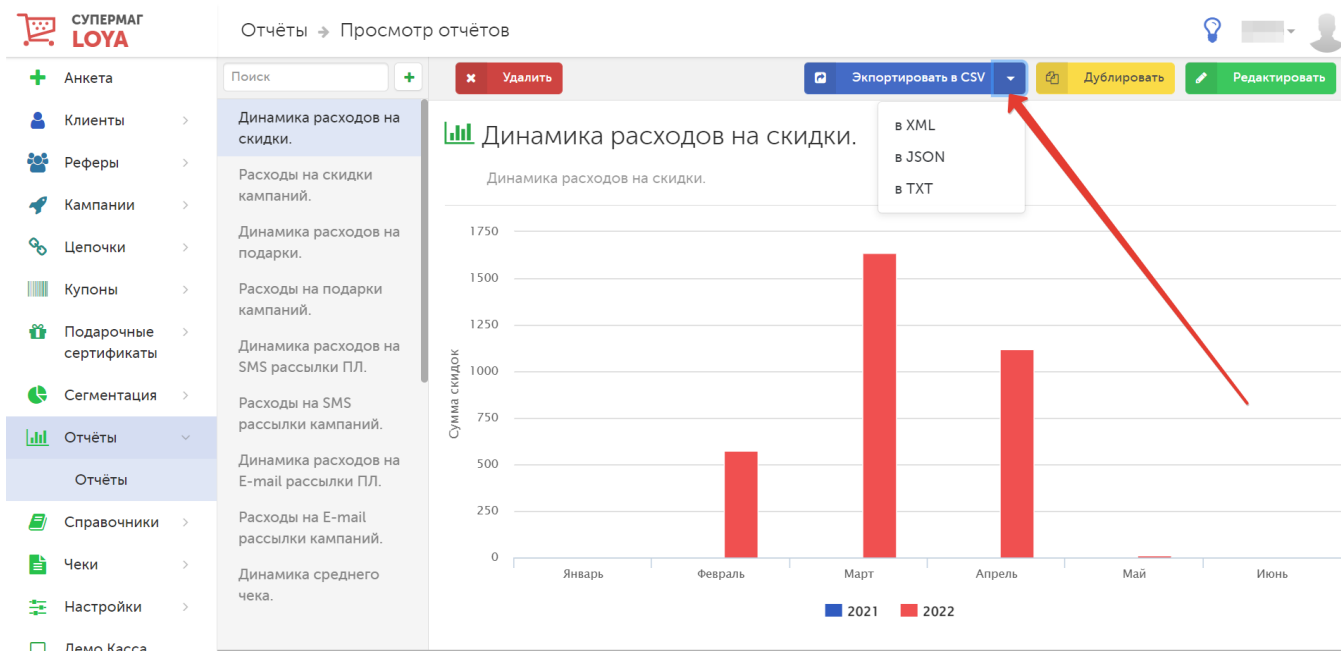
Все отчеты доступны для редактирования. Чтобы отредактировать отчет, перейдите на страницу просмотра данных отчета и нажмите кнопку **Редактировать**. Удаление отчета выполняется при помощи кнопки **Удалить**:



После удаления отчет исчезает из списка отчетов на панели навигации.

Функция дублирования отчета, запускаемая кнопкой **Дублировать**, применяется в случае, если необходимо создать новый отчет на основании имеющегося с сохранением оригинала. При нажатии на кнопку **Дублировать** программа автоматически откроет форму редактирования копии отчета. Заполнив поля формы, нажмите кнопку **Сохранить** – и созданный отчет появится на панели навигации и станет доступен для получения данных.

Отчеты также можно экспортировать в файл формата CSV, XML, JSON, или TXT, воспользовавшись соответствующей опцией:



Многие наши клиенты стараются максимально точно оценить эффект от введения акционных кампаний. Мы это всячески поддерживаем, поэтому в LOYA, наряду с возможностью отслеживать процент акционных чеков клиентов, можно более детально фиксировать, какие кампании являются акционными, а какие — нет. Для этого в процессе создания новой кампании необходимо указать соответствующий тэг, который будет определять ее как акционную, либо не акционную. В дальнейшем, система будет вычислять процент акционных чеков от общего количества чеков и отображать его в отчетах, а также в профиле клиента.