

Группы

- [Список групп](#)
- [Создание группы](#)
 - [Функция исключения критерия отбора для групп](#)
 - [Формирование группы по признаку незаполненных кастомных полей](#)
 - [Обновление состава группы и инфо о группе в отчетах](#)
 - [Ручная группа](#)
- [Просмотр, редактирование, клонирование и удаление группы клиентов](#)
- [Выгрузка состава группы](#)
- [Ограничения группы](#)
- [А/Б-тесты в группах \(Р\)](#)

Список групп

В LOYA имеется обширная и информативная анкета клиента, использование данных из которой для создания групп клиентов может в значительной мере улучшить результаты проводимых маркетинговых кампаний. LOYA предлагает различные инструменты для группировки клиентов не только по анкетным данным, но и по информации об их покупках — к примеру, ряд **многосоставных** (состоящих из нескольких взаимосвязанных параметров) **критериев** формирования групп:

- количество чеков с товарами;
- минимальный чек за период;
- максимальный чек за период;
- наличие в чеках товаров в указанном количестве;
- средний чек с товарами;
- наличие в чеках товаров на сумму;
- наличие в чеках товара по акции;
- сумма чеков с товарами за период;
- сумма чеков за период;
- количество купленного товара за период;
- получен купон по купонному правилу;
- применен купон по купонному правилу;
- сработавшие кампании за период.

В разделе **Сегментация – Группы** в виде таблицы представлен список созданных пользователем групп клиентов, которые могут использоваться при создании кампаний. К списку применимы **Фильтры** по различным признакам, а также поисковая строка:

СУПЕРМАГ LOYA

Группы → Просмотр

Статусы По обновлению По ручной группе

Наименование группы клиентов

Название Сегменты Количество участников Активные кампании Запланированные кампании

Все УПЛ	Остальные клиенты Без покупок	45		
Все неУПЛ	Остальные клиенты Без покупок	17		
Группа клиентов для архивации (LOYA-845)	По всем клиентам	5		
Группа для счётчиков	По всем клиентам	4		
Группа для кастомных полей (#7177)	По всем клиентам	6		
Группа для рассылки (тест agreementToMailing.js)	По всем клиентам	4		

Для удобства просмотра страницы со списком созданных в системе групп, список активных кампаний для каждой группы отражается лишь частично, в сокращенном виде. Для просмотра полного списка кампаний следует воспользоваться специальной кнопкой, указанной на скриншоте ниже:

СУПЕРМАГ LOYA

Группы → Просмотр

Статусы По обновлению По ручной группе

Наименование группы клиентов

Название Сегменты Количество участников Активные кампании Запланированные кампании

Все УПЛ	Остальные клиенты Без покупок	91	Выдача купона на предпочитаемые товары в Магазине 3.12 Выдача скидки в Магазине 4.20 Выдача скидки в Магазине 4.21 + еще 1
Все неУПЛ	Остальные клиенты Без покупок	3	
Группа для тестирования отрицательных критериев	Остальные клиенты Без покупок	4	
Счётчики БОЛЬШЕ 0	По всем клиентам	0	
Счётчики РАВНО 0	По всем клиентам	5	
Счётчики Сумма покупок П1 БОЛЬШЕ ИЛИ РАВНО 101	По всем клиентам	0	
Группа для теста (#4674)	По всем клиентам	0	Скидка в руб. в Магазине 29.1 Бонусы в руб. в Магазине 29.2 Подарок в руб. в Магазине 29.3 + еще 19

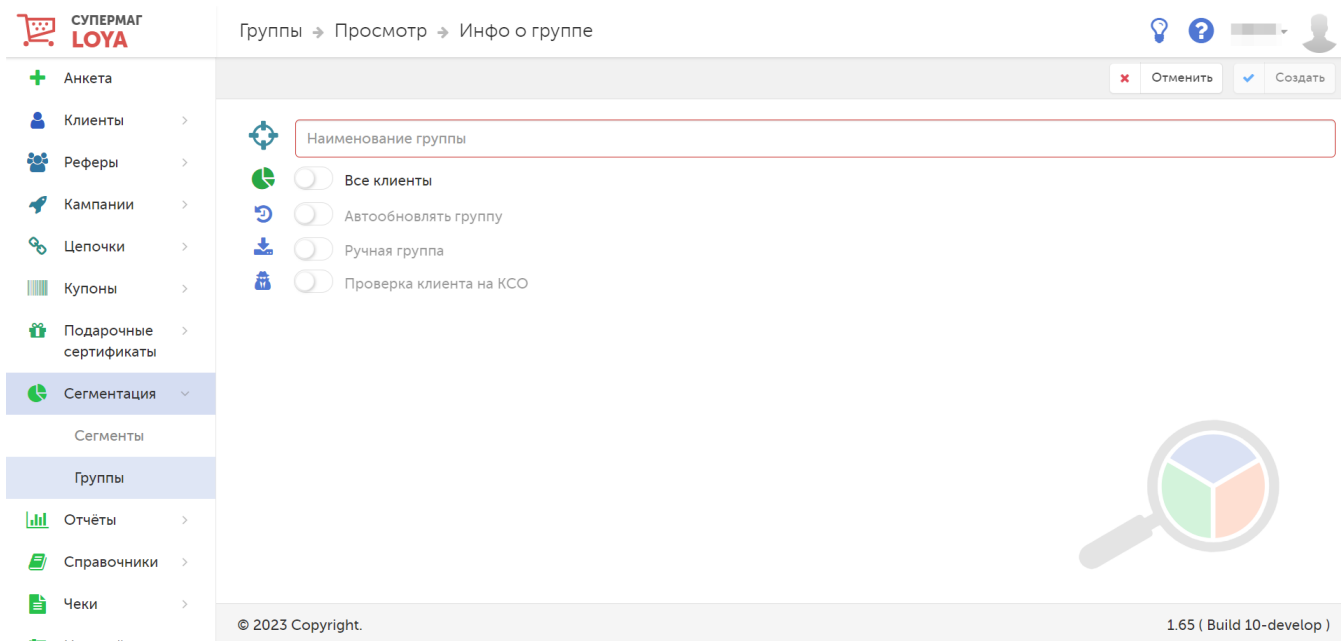
Создание группы

Создать новую группу покупателей можно, нажав на кнопку **Новая группа**:

The screenshot shows the LOYA application interface. On the left is a sidebar menu with items: Анкета, Клиенты, Кампании, Цепочки, Купоны, Сегментация (selected), Сегменты, Группы, Отчёты, Справочники, Чеки, Настройки, and Демо Касса. The main area is titled 'Группы → Просмотр'. It contains a table with columns: НАЗВАНИЕ, СЕГМЕНТЫ, КОЛИЧЕСТВО УЧАСТНИКОВ, АКТИВНЫЕ КАМПАНИИ, and ЗАПЛАНИРОВАННЫЕ КАМПАНИИ. There are two rows in the table: 'Все УПЛ' and 'Все неУПЛ'. A green button labeled '+ Новая группа' is located in the top right corner of the table area. A red arrow points from a magnifying glass icon in the bottom right towards this button. At the bottom of the interface, there is a footer with '© 2019 Copyright.' and '1.38 (Build 7-develop) ↑'.

НАЗВАНИЕ	СЕГМЕНТЫ	КОЛИЧЕСТВО УЧАСТНИКОВ	АКТИВНЫЕ КАМПАНИИ	ЗАПЛАНИРОВАННЫЕ КАМПАНИИ
Все УПЛ	Остальные клиенты Без покупок	0		
Все неУПЛ	Остальные клиенты Без покупок	0		

В открывшейся форме необходимо заполнить следующие поля:



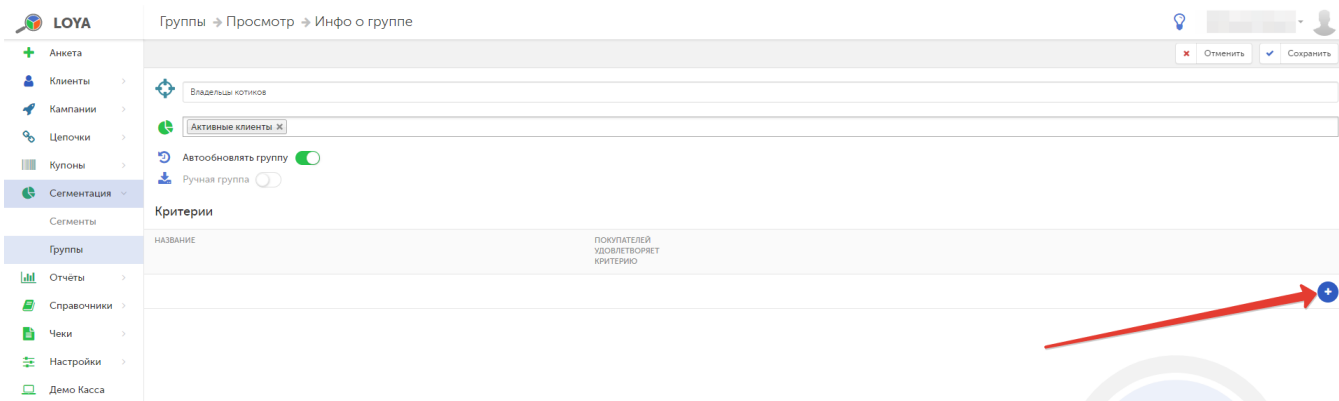
Наименование группы – название группы клиентов.

Все клиенты – состав группы будет формироваться из общего пула клиентов, вне всякой зависимости от процесса сегментации/пересегментации клиентской базы.

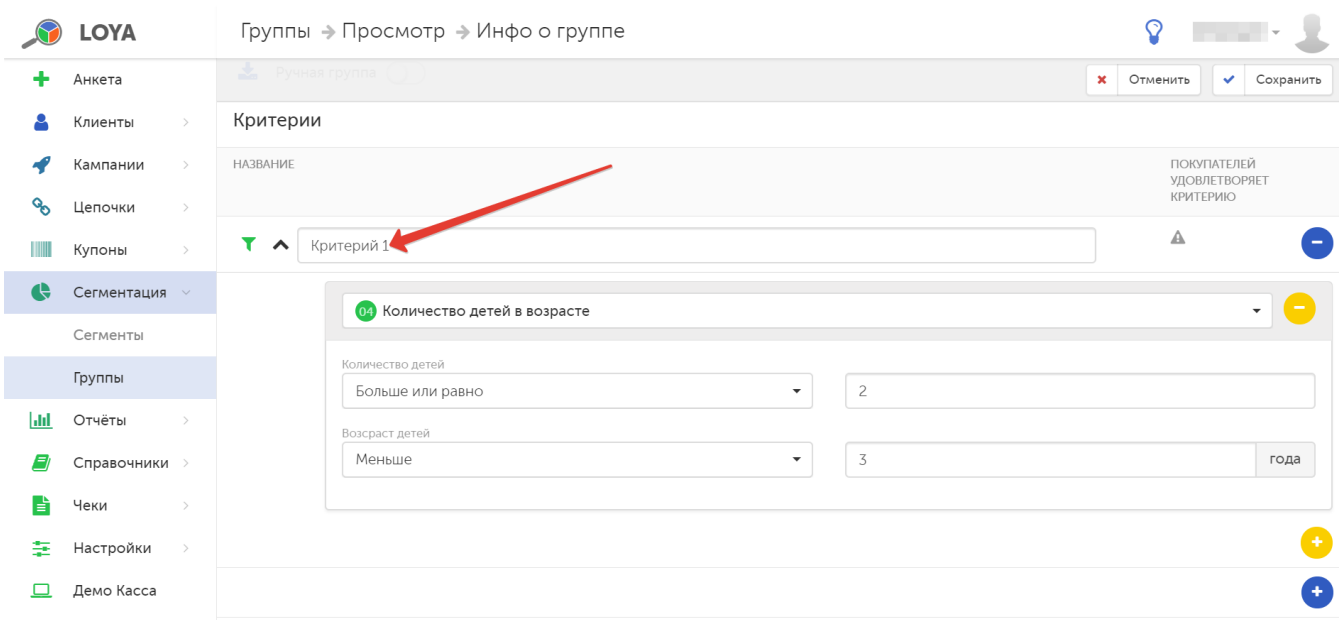
Автообновлять группу – включение и отключение механизма автоматического обновления состава группы. Автообновление группы требуется в случае, если клиент стал соответствовать критерию группы без каких-либо изменений в его профиле: например, клиент должен попасть в группу по факту достижения пороговой суммы покупок (баланс достиг порогового значения, но изменений в профиле клиента нет) или по факту достижения пенсионного возраста (возраст стал соответствовать критериям группы, но изменений в профиле клиента нет). Автообновление, как правило, необходимо для групп, которые созданы на основании критериев **Поведения покупателя**, **Предпочтений покупателя** и некоторых **Соц.-дем. данных** (например, возраст). Все группы обновляются согласно общему алгоритму. После обновления состава группы обновляется состав кампаний, действующих в этой группе (как для целевой аудитории, так и для исключений из аудитории). Автообновление не работает для архивных групп, групп в статусе **Черновик** и групп с выгруженным составом покупателей (через Excel или внешнее API).

Проверка клиента на КСО – клиенты, попавшие в группу с таким активированным параметром, будут подвергаться процедуре проверки личности при оформлении чека на киоске УКМ 4. Суть процедуры в том, что при определении принадлежности клиента к такой группе, LOYA отправляет сигнал на киоск. По этому сигналу, любые дальнейшие действия с чеком на экране киоска блокируются информационным окном, сообщающем о принудительном вызове ассистента, на светосигнальной колонне загорается красный, а покупателю остается только дожидаться появления сотрудника магазина, задача которого – проверить правомерность использования определенного вида карты лояльности покупателем. Такая проверка была специально введена с целью сократить случаи использования третьими лицами карт лояльности, предназначенных для определенных социальных групп (например, студентов или пенсионеров) на киосках УКМ 4, где чеки оформляются покупателями без присмотра сотрудников магазина и ничто не препятствует злоупотреблениям с чужими картами лояльности. По итогам проверки, ассистент либо подтверждает авторизацию УПЛ в чеке, либо отменяет ее – и тогда чек пробивается без зарегистрированного в нем УПЛ и, соответственно, без всех полагающихся ему вознаграждений.

Для выбора критериев отбора клиентов в группу, нажмите кнопку, указанную на скриншоте ниже:



1. Укажите название критерия:



2. Из выпадающего списка выберите необходимый критерий:

LOYA Группы → Просмотр → Инфо о группе

Ручная группа

Отменить Сохранить

Критерии

НАЗВАНИЕ

ПОКУПАТЕЛЕЙ
УДОВЛЕТВОРЯЕТ
КРИТЕРИЮ

Критерий

Выберите критерий

- 01 Пол
- 02 Семейное положение
- 03 Наличие детей
- 04 Количество детей в возрасте**
- 05 Социальное положение
- 06 Пенсионер

3. Уточните правила для выбранного критерия:

LOYA Группы → Просмотр → Инфо о группе

Ручная группа

Отменить Сохранить

Критерии

НАЗВАНИЕ

ПОКУПАТЕЛЕЙ
УДОВЛЕТВОРЯЕТ
КРИТЕРИЮ

Критерий

04 Количество детей в возрасте

Количество детей

Больше или равно

2

Возраст детей

Меньше

3 года

В системе LOYA одна группа покупателей может быть сформирована по нескольким критериям с неограниченным числом правил в них, при этом новые критерии добавляются к группе кнопкой



правила – кнопкой



Удаление критериев и правил выполняется кнопками



соответственно.

Внимание! Для критериев, рассчитывающихся за определённый период, отображается подсказка, за какой именно период будет подсчитан критерий:

В LOYA можно формировать группы клиентов по следующим критериям (или их сочетанию):

АДРЕСНЫЕ ДАННЫЕ:

Страна – ввод в произвольном порядке.

Регион – ввод в произвольном порядке.

Район – ввод в произвольном порядке.

Населенный пункт – ввод в произвольном порядке.

Улица – ввод в произвольном порядке.

Индекс – ввод в произвольном порядке.

ПОВЕДЕНИЕ ПОКУПАТЕЛЯ:

Дата первой покупки – Позднее/Раньше/Равна/Позднее или равна/Раньше или равна.

Количество дней после первой покупки – Больше/Меньше/Равно/Больше или равно/Меньше или равно.

Количество дней после последней покупки – Больше/Меньше/Равно/Больше или равно/Меньше или равно.

Сумма покупки – Минимальная сумма покупки/Максимальная сумма покупки и Больше/Меньше/Равно/Больше или равно/Меньше или равно.

Интервал между покупками – Наименьший интервал/Наибольший интервал и Больше/Меньше/Равно/Больше или равно/Меньше или равно.

CLV – Больше/Меньше/Равно/Больше или равно/Меньше или равно.

Количество покупок – С момента регистрации/За текущий период и Больше/Меньше/Равно/Больше или равно/Меньше или равно.

Средний чек – С момента регистрации/За текущий период и Больше/Меньше/Равно/Больше или равно/Меньше или равно.

Средний интервал между покупками – С момента регистрации/За текущий период и Больше/Меньше/Равно/Больше или равно/Меньше или равно.

Категория по среднему чеку – Низкая/Средняя/Высокая.

Категория по интервалу между покупками – Низкая/Средняя/Высокая.

Категория по CLV (сумма покупок) – Низкая/Средняя/Высокая.

Категория по количеству покупок – Низкая/Средняя/Высокая.

Динамика среднего чека – Положительная/Отрицательная.

Динамика среднего интервала между покупками – Положительная/Отрицательная.

Динамика количества покупок – Положительная/Отрицательная.

Динамика суммы покупок – Положительная/Отрицательная.

Общий показатель лояльности – Больше/Меньше/Равно/Больше или равно/Меньше или равно.

Отзывы в интернете – Есть/Нет.

КОНТАКТЫ ПОКУПАТЕЛЯ:

Здесь могут располагаться кастомные поля, созданные пользователем.

ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЯ:

Время покупок – Утро/День/Вечер/Ночь.

Дни покупок – Понедельник/Вторник/Среда/Четверг/Пятница/Суббота/Воскресенье.

Предпочитаемые товары – Выбор товаров/Выбор исключений.

Среднее количество товаров в чеке – Больше/Меньше/Равно/Больше или равно/Меньше или равно.

Процент акционных чеков от общего количества чеков – Больше/Меньше/Равно/Больше или равно/Меньше или равно.

Процент акционных товаров от общего количества товаров – Больше/Меньше/Равно/Больше или равно/Меньше или равно.

Количество уникальных товаров в чеке – Минимальное количество/Максимальное количество и Больше/Меньше/Равно/Больше или равно/Меньше или равно.

Среднее количество уникальных товаров в чеке – Больше/Меньше/Равно/Больше или равно/Меньше или равно.

Количество одинаковых товаров в чеке – Минимальное количество/максимальное количество и Больше/Меньше/Равно/Больше или равно/Меньше или равно.

Среднее количество одинаковых товаров в чеке – Больше/Меньше/Равно/Больше или равно/Меньше или равно.

Предпочитаемый магазин – Выбор магазина, По сумме покупок/По количеству посещений и За всю историю/За базовый период.

Предпочитаемая локация – Выбор локации, По сумме покупок/По количеству посещений и За всю историю/За базовый период.

Примечание. При формировании группы по признаку предпочитаемой локации учитывается вся история чеков. Состав магазинов в локации берётся на момент формирования группы. На случай перемещения магазина из одной локации в другую, состав группы будет пересчитываться только, если для группы активирован параметр **Автообновление**.

УЧАСТИЕ ПОКУПАТЕЛЯ В АКЦИЯХ:

Сумма начисленных баллов – Больше/Меньше/Равно/Больше или равно/Меньше или равно.

Сумма списанных баллов – Больше/Меньше/Равно/Больше или равно/Меньше или равно.

Сумма сгоревших баллов – Больше/Меньше/Равно/Больше или равно/Меньше или равно.

Баланс – Больше/Меньше/Равно/Больше или равно/Меньше или равно (на текущий момент).

Сработавшие компании – критерий отбора клиентов в группу согласно значениям поля **Из них сработавших** модуля **Участие в кампаниях** в профиле клиента.

СОЦ.-ДЕМ. ДАННЫЕ ПОКУПАТЕЛЯ:

Пол – Мужской/Женский.

Семейное положение – Женат или Замужем/Холост.

Наличие детей – Да/Нет.

Количество детей в возрасте – Больше/Меньше/Равно/Больше или равно/Меньше или равно.

Социальное положение – в качестве критерия, из выпадающего списка выбирается социальная группа, которую можно создать в разделе [Настройки – Компоненты – Соц.-дем. данные покупателя](#).

Пенсионер – Является пенсионером/Не является пенсионером.

Дата рождения (интервал дат) – календарь дат (в формате "с – по").

День рождения – день и месяц.

Возраст – Больше/Меньше/Равно/Больше или равно/Меньше или равно.

Месяц рождения – месяц.

ДР ребенка – дата рождения ребенка.

Наличие животного – Есть/Нет.

Вид животного – Любое/Птицы/Кошка/Собака/Рыбки.

СУММА ТОВАРОВ СО СКИДКОЙ, КУПЛЕННЫХ ЗА СЕЗОН:

Сумма товаров со скидкой за сезон – в данном поле выводится итоговое значение счетчика, расположенного в разделе [Настройки – Компоненты](#).

НАКОПЛЕНИЯ ЗА 365 ДНЕЙ, 2 УРОВНЯ:

Уровень суммы накоплений – в поле выводится значение, связанное со счетчиком поуровневых накоплений, расположенным в разделе [Настройки – Компоненты](#).

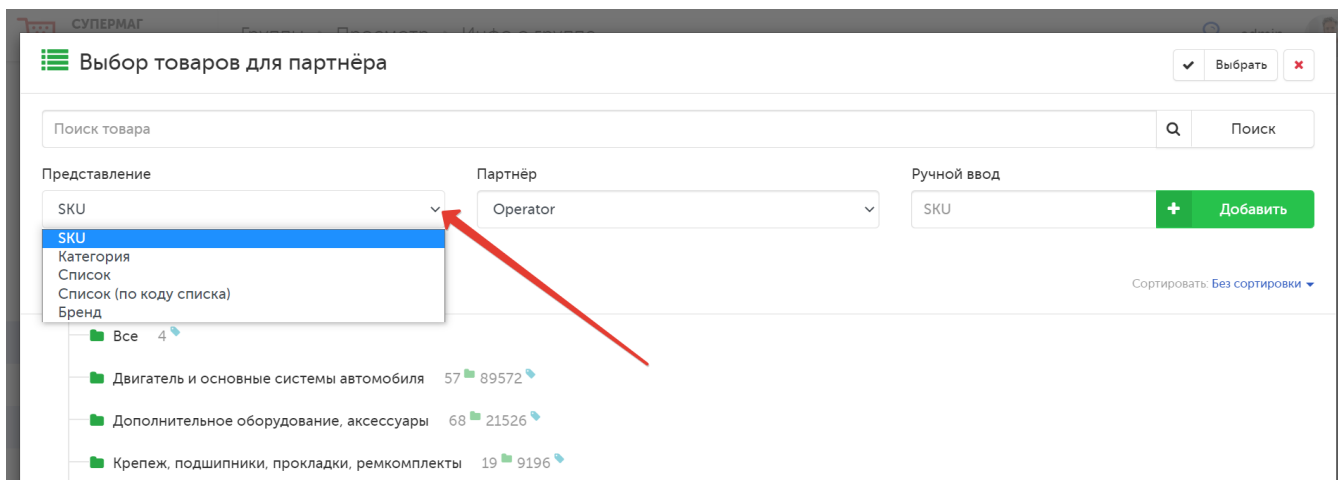
ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ ЗА ПОЛНОТУ АНКЕТЫ:

Анкета заполнена полностью – параметр полноты заполнения анкеты, учитываемый одноименным модулем вознаграждения, расположенным в разделе [Настройки – Компоненты](#).

ПОИСК ПО ЧЕКУ:

Наличие товаров в чеке – критерий формируется тремя параметрами:

- выбор товаров, присутствующих в чеке, по SKU/категориям/брендам/списку или коду списка:



- отбор чеков по конкретным точкам продаж;
- отбор чеков по интервалу дат.

Примечание. Для критерия **Наличие товаров в чеке**, а также для некоторых многосоставных критериев (точный список – [здесь](#)) в процессе формирования групп доступны два параметра:

1. Тип представления **Список** отберет в группу тех клиентов, в чьих чеках за указанное время фигурировали товары из последней версии списка, то есть непосредственно из того списка, который указан в настройках группы. При этом не важно, создан ли такой список впервые или существовал ранее, но с иным составом. Отбор чеков происходит по признаку наличия в них SKU товаров из списка.
2. При выборе параметра **Список (по коду списка)**, в подсчете будут учитываться все чеки, в которых фигурировали товары, находящиеся в списке на момент пробития чека.

Например: список "Просрочка" в январе включает в себя круассаны, батон и вафли, а в феврале – сыр, брынзу и клюквенный соус. При выборе параметра **Список** в настройках группы клиентов, покупавших просрочку в течение полгода, в нее попадут только те, кто покупал сыр/брынзу/клюквенный соус. Поиск будет идти по коду (ID) списка "Просрочка". При желании получить информацию как о тех, кто покупал сыр/брынзу/клюквенный соус, так и о купивших круассаны/батон/вафли, необходимо воспользоваться параметром **Список (по коду списка)** в настройках.

Для параметра **Список**, суммарное количество товаров в выбранных списках не должно превышать 1000 SKU (дубли SKU в списках учитываются).

МНОГОСОСТАВНЫЕ КРИТЕРИИ ПО ПОКУПКАМ:

Количество чеков с товарами – отбираем покупателей, у которых больше определенного количества (например, 6) чеков за период, но таких, что в каждом чеке фигурирует как минимум, определенное количество товаров (например, 3 пачки креветок и пива как минимум, на 100 рублей).

Средний чек с товарами – если у покупателя выполнен критерий наличия чеков с товарами (например, есть чеки с минимум 3 пачками креветок и пивом на 100 рублей), то смотрим среднее арифметическое сумм этих чеков. Если среднее больше 500 рублей, отбираем такого покупателя в группу.

Минимальный чек за период – наименьшая сумма чека продажи за указанный срок.

Максимальный чек за период – наибольшая сумма чека продажи за указанный срок.

Наличие в чеках товаров в указанном кол-ве – в группу отбираются покупатели, у которых в одном или нескольких чеках суммарно находится определенное количество товаров из заданного списка (в любом сочетании).

Например:

Если по условиям акции, во всех чеках клиента должно фигурировать 2 товара-участника (товар А и товар Б) в количестве 2 штук, то покупатель попадёт в группу, если во всех его чеках суммарно числятся либо 2 товара А, либо 2 товара Б, либо 1 товар А и 1 товар Б. Если у покупателя имеются чеки, в составе которых есть 3 или более товаров А или Б, то такие чеки учитываться в рамках данной настройки не будут. Таким образом, клиент не попадёт в группу, если в его чеках суммарно товаров А и/или Б будет меньше или больше 2-х, например: 1 товар Б, 3 товара А, 2 товара А и 1 товар Б и т.д.

Регулировать количество товаров в чеках можно с помощью следующих настроек: больше, меньше, равно, больше или равно, меньше или равно.

Примечание. При выборе количества товаров "меньше или равно" в настройках данного критерия, отсутствует нижнее ограничение, т.е. в группу попадают и те клиенты, которые купили 0 шт. выбранного товара. Чтобы в группу попали клиенты с чеками, в которых заданных товаров от 1 шт., нужно добавить такой же критерий с кол-вом товаров "больше 0". Получится такая конфигурация:

Группы → Просмотр → Инфо о группе

Удалить черновик К списку Клонировать Опубликовать Редактировать

Многосоставные, товара в чеке меньше или равно

Все клиенты

Автообновление: Включено
Обновлено: 12.04.2022 10:27:15

Количество участников: 7

Критерии

НАЗВАНИЕ	ПОКУПАТЕЛЕЙ УДОВОЛЕТВОРЯЕТ КРИТЕРИЮ
Критерий 1	7

Наличие в чеках товаров в указанном кол-ве

Выбрано товаров: 1 (🔗 посмотреть) в количестве меньше или равно 3 за период с 01.10.2021 по 10.04.2022
Во всех локациях и ТП

и

Наличие в чеках товаров в указанном кол-ве

Выбрано товаров: 1 (🔗 посмотреть) в количестве больше 0 за период с 01.10.2021 по 10.04.2022
Во всех локациях и ТП

© 2022 Copyright. 1.58 (Build 46)

Наличие в чеках товаров на сумму – отбираем всех покупателей, которые купили указанных товаров на определенную сумму.

Наличие в чеках товара по акции – группа складывается из клиентов, приобретавших один или несколько (до 10 SKU) определенных товаров в течение установленного временного периода по указанной в настройках критерия акции в тех или иных локациях или точках продаж.

Сумма чеков за период – отбор покупателей по сумме или диапазону сумм их чеков за установленный период и в определенных торговых точках. Расчет производится согласно следующей логике:

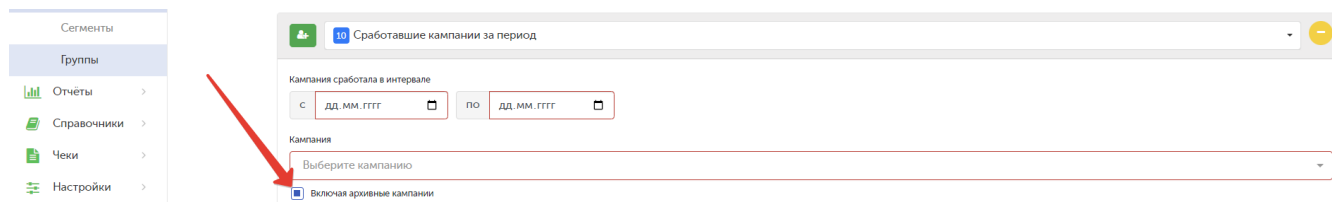
- складывается сумма закрытых (не отменённых) чеков клиента за заданный период;
- полученное число сравнивается (согласно выбранному варианту: равно; меньше или равно; больше или равно; меньше; больше) с заданным в поле **Сумма чеков** числом.

Получен купон по купонному правилу – отбираем покупателей, которые получили определенный купон.

Применен купон по купонному правилу – отбираем покупателей, которые применили определенный купон.

Сработавшие кампании за период – отбор покупателей с чеками, пробитыми за установленный временной период, в которых сработала определенная кампания.

Если необходимо сформировать выборку чеков, в которых сработала архивная кампания, нужно воспользоваться параметром **Включая архивные кампании**. В противном случае, архивные кампании в списке отображаться не будут и их нельзя будет выбрать:



Примечания:

1. Для многосоставных критериев **Количество чеков с товарами**, **Средний чек с товарами**, **Наличие в чеке товаров в указанном количестве** и **Наличие в чеках товаров на сумму** доступно указание товаров, присутствующих в чеке, по SKU/категориям/списку или по коду списка.
2. Для разворачивания функционала многосоставных критериев необходима отдельная база данных и модуль счетчиков.

СЧЕТЧИКИ:

Значение счетчика – поле отражает текущее значение счетчика накоплений, созданного в разделе [Настройки – Компоненты](#).

КОММУНИКАЦИИ:

Имя – критерий позволяет сформировать группу из клиентов с одинаковым именем. В настройках указывается имя клиента.

Доступные коммуникации – E-Mail/SMS/Чек/WEB.

Недоступные коммуникации – E-Mail/SMS.

Предпочитаемые коммуникации – E-Mail/SMS/Чек/WEB.

Покупатель имеет карту – Имеет/Не имеет.

Клиент имеет карты из диапазона – диапазон номеров карт в формате "с – по". Как правило, данный критерий используется для обнаружения и удаления профилей клиентов, имеющих избыточное количество карт.

Наличие личного кабинета – Есть/Нет.

СИСТЕМНЫЕ:

Дата регистрации – интервал в формате "с – по".

Дата заполнения анкеты – Позднее/Раньше/Равна/Позднее или равна/Раньше или равна.

Место регистрации – Выбор/Сброс выбора локации или точки продаж.

Полнота данных – Максимальная/Средняя/Минимальная.

Согласие на email рассылку – Да/Нет.

Согласие на sms рассылку – Да/Нет.

Категория клиента – критерий позволяет сформировать группу клиентов, в соответствии со справочником [Категории клиентов](#).

Признак мошенничества – Да/Нет.

Статус регистрации – Экспресс/Активный клиент/Анкета заполнена/Автогенерация.

Источник регистрации – Зарегистрирован оператором/Личный кабинет/Мобильное приложение/Приложение-партнер.

Давность полной регистрации – Больше/Меньше/Равно/Больше или равно/Меньше или равно (на текущий момент).

Давность экспресс регистрации – Больше/Меньше/Равно/Больше или равно/Меньше или равно (на текущий момент).

Наличие МП у клиента – имеется ли у клиента мобильное приложение (Да/Нет).

Функция исключения критерия отбора для групп

Иногда при работе с группами клиентов возникает необходимость исключать из отбираемого множества тех клиентов, которые однозначно не подходят под задаваемые условия.

Для решения этой задачи в группах клиентов в LOYA существует функция для критериев фильтрации – **Исключить**. Чтобы активировать/деактивировать функцию исключения критерия, необходимо кликнуть на иконку соответствующего критерия:

The screenshot shows the LOYA interface for managing client groups. On the left is a sidebar with navigation items: Анкета, Клиенты, Кампании, Цепочки, Купоны, Сегментация (expanded), and Демо Касса. The 'Сегментация' section is active, showing 'Сегменты' and 'Группы'. The main area is titled 'Группы → Просмотр → Инфо о группе'. It contains a search bar with 'Поклонники форели', a filter for 'Остальные клиенты', and toggle switches for 'Автообновлять группу' (checked) and 'Ручная группа' (unchecked). Below this is a table of criteria. The first criterion is 'Возраст' (Age), which has a red 'Exclude' icon (a person with a red X) next to it. A tooltip above this icon says 'Клиенты исключены из группы'. Below the 'Возраст' criterion, there are two input fields: 'Выберите условие' (Select condition) and 'Введите возраст' (Enter age), followed by a 'лет' (years) unit label.

Исключение параметра может работать по связке "И"/"ИЛИ".

Пример.

1. Требуется отобрать всех клиентов, которые не являются мужчинами. В таком случае, данный параметр используется по связке "ИЛИ" (либо отдельно, как единственный критерий):

2. Требуется отобрать всех клиентов, которые являются женщинами и находятся в возрасте не менее 45 лет. В данном случае, функция используется по связке "И", то есть отбираются все клиенты, удовлетворяющие параметру **Пол = Женский** и исключаются клиенты, удовлетворяющие параметру **Возраст = Менее 45 лет**:

Примечание. Функция исключения критерия не исключает из иного исключающего критерия. Например: если при настройке отобрать всех клиентов по критериям **Пол = Мужской** ИЛИ **Пол = Женский** И исключить критерий **Имя = Татьяна** И исключить критерий **Возраст = более 45 лет**, в группу будут отобраны все мужчины и все женщины, кроме Татьян старше 45 лет.

Когда необходимые критерии отбора покупателей в группу будут настроены, нажмите кнопку **Сохранить**:

Созданная группа отобразится в общем списке в статусе **Черновик**. На любом этапе создания или редактирования группы в статусе **Черновик** можно **Отменить** внесенные изменения и вернуться к списку групп по кнопке **К списку**.

При необходимости создать группу, аналогичную уже существующей и лишь внести в нее некоторые изменения, группу можно [дублировать](#).

Формирование группы по признаку незаполненных кастомных полей

Иногда возникает необходимость сформировать группы клиентов по признаку заполненности или незаполненности того или иного кастомного поля в их профиле. Под кастомными понимаются поля, удовлетворяющие индивидуальным требованиям пользователя LOYA и отсутствующие в системе по умолчанию. Создание таких полей описано и доступно только в следующих компонентах профиля клиента:

[Адресные данные покупателя;](#)

[Соц.-дем. данные покупателя;](#)

[Контакты покупателя;](#)

[Экспресс информация;](#)

[Служебная информация.](#)

После создания в разделе настроек компонентов системы, данные поля становятся доступными для заполнения в каждом профиле клиента. Признак заполненности/незаполненности данных полей в профиле клиента может служить критерием формирования кастомных групп клиентов.

Пример.

Часть покупателей торговой сети живут за чертой города в крайне малочисленных селах и поселках, в некоторых из которых вместо обычного формата адреса (улица и дом) используются римские цифры. В других же селах домов настолько мало, что они и вовсе никак не обозначены. Однако, и такие адреса нужно как-то регистрировать в системе. Очевидно, что стандартным набором полей компонента **Адресные данные покупателя** здесь не обойтись. Возникает необходимость создать кастомное поле, в котором можно было бы хранить как информацию об отдаленных домах, адрес которых состоит только из римских цифр, так и информацию о домах вовсе без адреса. В разделе [Настройки – Компоненты – Адресные данные покупателя](#) создаем кастомное поле с условным названием "Хата с краю", в котором будет содержаться доступная нам информация об адресе клиента из малочисленного удаленного села:

Для добавляемого поля выбираем один из типов, для которых доступна функция формирования групп по признаку незаполненности кастомного поля: **Строковый**, **Числовой**, **Дата**, **Справочник**, **Справочник (мультивыбор)**. Для нашего примера подойдет тип **Строковый**. Сохраняем настройки.

Теперь данное поле будет доступно для заполнения во всех профилях клиентов, занесенных в базу. Необходимо заполнить это поле адресными данными, которыми мы располагаем для тех клиентов, которые проживают в домах с римскими номерами:

Для всех прочих УПЛ данное поле останется незаполненным. Сохраняем внесенные изменения в профиле каждого клиента, римский адрес которого внесли в систему.

Теперь, если мы заинтересованы узнать, сколько покупателей проживает в самых отдаленных от города уголках без адресов, нам необходимо **создать группу клиентов** путем исключения из общего числа УПЛ тех, у кого в адресных данных в профиле указан город, а также тех, у кого указан адрес в виде римской цифры:

Группы → Просмотр → Инфо о группе

На отшибе в Буркина-Фасо

☐ Все клиенты
☐ Автообновлять группу
☐ Ручная группа

Критерии

НАЗВАНИЕ	ПОКУПАТЕЛЕЙ УДОВЛЕТВОРЯЕТ КРИТЕРИЮ
Критерий 1	
<div>Город/Населённый пункт</div> <div>Населенный пункт Уагадугу</div>	
и	
<div>Хата с краю</div> <div>Выберите условие</div> <div> <input type="radio"/> Равно <input type="radio"/> Не равно <input type="radio"/> Содержит подстроку <input type="radio"/> Не содержит подстроку <input type="radio"/> Задано <input checked="" type="radio"/> Не задано </div>	

Исключаем проживающих в городе

Исключаем римские адреса

Сохраняем

Отменить Сохранить

После сохранения настроек, состав группы можно **обновить**, чтобы получить искомое количество клиентов:

Группы → Просмотр → Инфо о группе

Удалить черновик К списку Опубликовать Редактировать

На отшибе в Буркина-Фасо

Все клиенты
 Автообновление: Выключено
 Обновлено: 16.04.2020 20:31:54
 Количество участников: 326 873

Критерии

НАЗВАНИЕ	ПОКУПАТЕЛЕЙ УДОВЛЕТВОРЯЕТ КРИТЕРИЮ
Критерий 1	326873
<div>Город/Населённый пункт</div> <div>Населенный пункт содержит Уагадугу</div>	
и	
<div>Хата с краю</div> <div>Значение не задано</div>	

При необходимости, группу можно **Опубликовать**.

Обновление состава группы и инфо о группе в отчетах

Обновить состав группы в статусе **Черновик** по каждому из критериев можно с помощью кнопки, указанной на скриншоте ниже:

LOYA

Группы → Просмотр → Инфо о группе

Удалить черновик

К списку Редактировать

Владельцы ёжиков за 50

Сегмент: Транжиры

Автообновление: Выключено
Обновлено: 05.12.2019 11:21:45

Количество участников: 0

Критерии

НАЗВАНИЕ	ПОКУПАТЕЛЕЙ УДОВЛЕТВОРИТ КРИТЕРИЮ
Критерий 1	
Вид животного	
Домашнее животное: Любое	
Критерий 2	
Возраст	
Возраст клиента больше 50 лет	

После обновления состава группы по одному или нескольким критериям, становится доступной кнопка **Опубликовать**, по нажатию которой группа переходит из статуса **Черновик** в статус **Активна**:

LOYA Группы → Просмотр → Инфо о группе

Удалить черновики К списку Опубликовать Редактировать

Владельцы ёжиков за 50

Сегмент: Транжиры

Автообновление: Выключено
Обновлено: 05.12.2019 11:21:45

Количество участников: 0

Критерии

НАЗВАНИЕ	ПОКУПАТЕЛЕЙ УДОВЛЕТВОРЯЕТ КРИТЕРИЮ
Критерий 1	0
<p>Вид животного</p> <p>Домашнее животное: Любое</p>	
Критерий 2	0
<p>Возраст</p> <p>Возраст клиента больше 50 лет</p>	

помощи специальной кнопки и по всем критериям сразу:

Обновить состав покупателей в активной группе можно уже только при

LOYA Группы → Просмотр → Инфо о группе

Удалить К списку Выгрузить клиентов Обновить состав покупателей Редактировать

Владельцы ёжиков за 50

Сегмент: Транжиры

Автообновление: Выключено
Обновлено: 05.12.2019 11:21:45

Количество участников: 0

Ограничения группы

Оплата бонусами:
Ограничения на оплату бонусами не заданы [Изменить](#)

Критерии

НАЗВАНИЕ	ПОКУПАТЕЛЕЙ УДОВЛЕТВОРЯЕТ КРИТЕРИЮ
Критерий 1	0

После создания группы, данные в отчетах по ней можно будет увидеть только на следующий день, после ночного пересчета. Принудительный пересчет в произвольное время не предусмотрен. Необходимо дождаться автоматического ночного пересчета.

Ручная группа

Одним из самых эффективных инструментов современного маркетинга является когортный анализ, осуществлять который пользователям LOYA гораздо легче – ведь они могут формировать группы клиентов по различным признакам прямо в интерфейсе системы. Однако, порой у маркетологов торговой сети возникает необходимость создать группу из клиентов, которые не имеют общих признаков в LOYA и могут иметь карты из случайных диапазонов, например, "те, кто не получил бонусы 5 сентября" или "друзья директора" и т.д., что исключает возможность создать такую группу автоматически.

В LOYA можно создавать группы клиентов, наполняемые вручную.

Чтобы создать ручную группу, задайте ее **Название** и выберите **Сегменты**, которые в нее войдут. Далее отметьте группу как **Ручную** и нажмите кнопку **Создать**:

The screenshot shows the LOYA interface for creating a group. On the left is a sidebar with navigation items: Анкета, Клиенты, Кампании, Цепочки, Купоны, and Сегментация (selected). The main area has a breadcrumb 'Группы → Просмотр → Инфо о группе' and a top bar with 'Отменить' and 'Создать' buttons. The 'Создать' button is highlighted with a red arrow. Below the buttons are input fields for 'Прабабушки' and 'Без покупок'. At the bottom, there are two toggle switches: 'Автообновлять группу' (off) and 'Ручная группа' (on, highlighted with a red arrow).

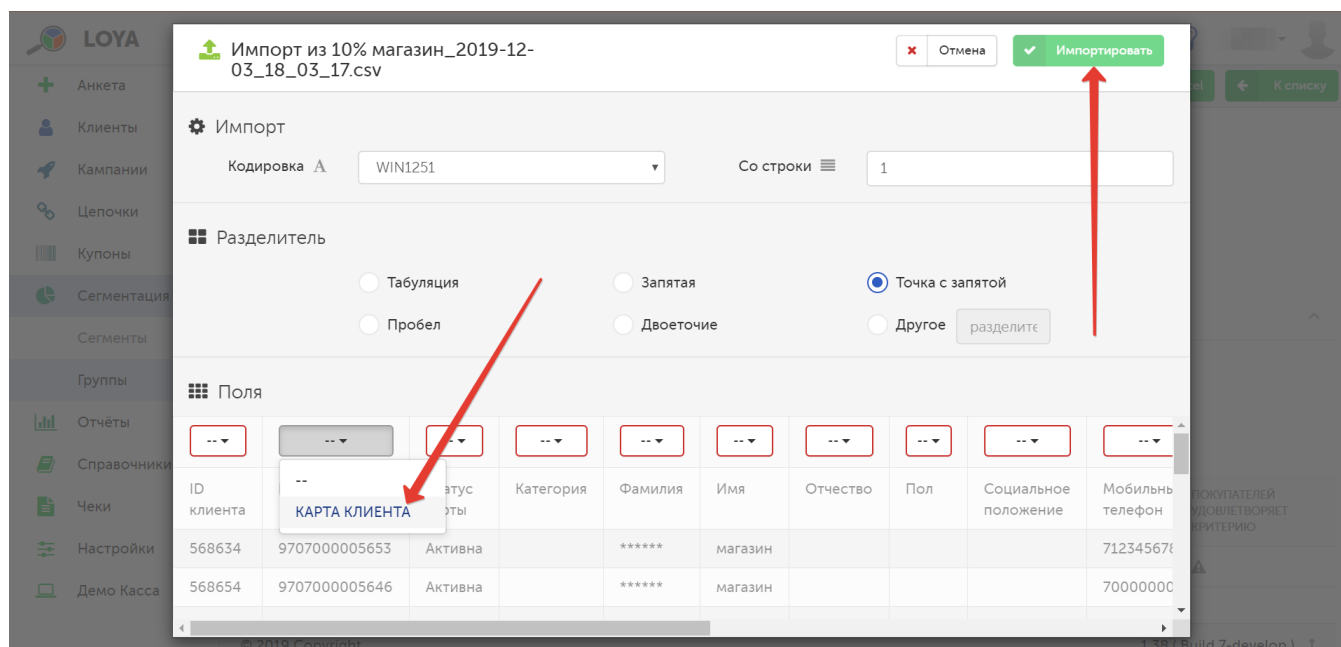
Состав ручных групп клиентов можно загружать в систему LOYA через API. Однако, для этого требуется участие специалистов, умеющих с ним работать. При отсутствии таковых, можно воспользоваться простой загрузкой клиентов из созданных вручную Excel-файлов, что не требует особых навыков. Загрузить Excel-файл (в формате CSV, XLS или XLSX) с составом группы можно с помощью кнопки **Импорт из Excel**, которая становится доступной в настройках **Ручной группы** сразу после ее создания:

The screenshot shows the LOYA interface for a group named 'Прабабушки'. The 'Import from Excel' button is highlighted with a red arrow. The interface shows the group's details: 'Сегмент: Без покупок', 'Автообновление: Выключено', 'Обновлено: 03.12.2019 09:56:15', and 'Количество участников: 0'. Below this is the 'Ограничения группы' section, followed by 'Оплата бонусами' and 'Критерии'. The 'Критерии' section shows 'Привязанные клиенты'.

Внимание! Такой вид загрузки клиентов полностью обновляет состав группы (а не просто добавляет новых).

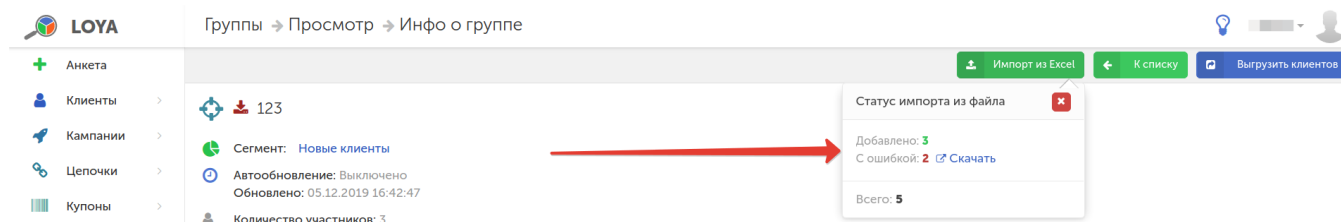
В Excel-файле необходимо указать перечень номеров карт, т.к. в группу попадут все клиенты, к которым привязаны данные карты на момент загрузки. В состав группы не попадают архивные клиенты и архивные карты. При перепривязке карт, их удалении и прочих операциях с картами, состав группы клиентов не изменяется.

При загрузке клиентов появится окно предпросмотра, где обязательно нужно указать столбец с отображением номеров карт, и нажать кнопку **Импортировать**:




По факту загрузки система отобразит следующую статистику:

- сколько позиций загружено;
- сколько ошибок (карта не найдена, карта в архиве и т.п.) обнаружено – с возможностью выгрузки их списка в CSV-файл:



По мере необходимости, ручные группы можно удалять – но только те, которые не задействованы в алгоритмах **цепочек**:

СУПЕРМАГ
LOYA

+

Анкета

👤

Клиенты

🚀

Кампании

🔗

Цепочки

📄

Купоны

📊

Сегментация

📈

Отчёты

📖

Справочники

📄

Чеки

⚙️

Настройки

💻

Демо Касса

Группы → Просмотр → Инфо о группе

💡

✖ Удалить

👤 Импорт из Excel

⬅ К списку

👤 A/B Тест

🔄

👤

Клиенты из базы Excel

🟢

Все клиенты

🕒

Автообновление: Выключено
Обновлено: 01.01.2021 19:26:33

👤

Количество участников: 0

Ограничения группы

Оплата бонусами:
Ограничения на оплату бонусами не заданы [Изменить](#)

Критерии

НАЗВАНИЕ	ПОКУПАТЕЛЕЙ УДОВЛЕТВОРЯЕТ КРИТЕРИЮ
🟢 Привязанные клиенты	⚠

© 2021 Copyright.1.48 (Build 67-develop)

Просмотр, редактирование, клонирование и удаление группы клиентов

Для просмотра подробной информации о группе, выберите ее из списка на главной странице раздела, кликнув по названию.

На странице отображается следующая информация о группе:

LOYA

Группы

→

Просмотр

→

Инфо о группе

💡

👤

+

 Анкета

👤

 Клиенты

🚀

 Кампании

🔗

 Цепочки

📄

 Купоны

📊

Сегментация

📈

 Отчёты

📖

 Справочники

📄

 Чеки

⚙️

 Настройки

💻

 Демо Касса

✖ Удалить черновик

← К списку

✎ Редактировать

✎

Владельцы ёжиков за 50

🌿

Сегмент: Транжиры

🕒

Автообновление: Выключено

🕒

Обновлено: 28.11.2019 18:30:44

👤

Количество участников: 0

Критерии

НАЗВАНИЕ	ПОКУПАТЕЛЕЙ УДОВЛЕТВОРЯЕТ КРИТЕРИЙ
<div>📌</div> <div>Критерий 1</div> <div> <div>🌿 Вид животного</div> <div>Домашнее животное: Любое</div> </div> <div>и</div> <div> <div>🌿 Возраст</div> <div>Возраст клиента больше или равно 50 лет</div> </div>	

⚠

🔄

 |

- Название группы клиентов;

- Сегменты, формирующие группу;
- Автообновление группы (включено/выключено);
- Дата формирования/изменения группы;
- Количество участников, добавленных в группу;
- **Ограничения группы;**
- Критерии отбора клиентов группу;
- Число клиентов, удовлетворяющих каждому критерию.

Редактирование группы покупателей можно выполнить двумя способами:

1. Редактирование оригинала группы покупателей. Функция доступна по кнопке **Редактировать** как для групп в статусе **Черновик**, так и для групп со статусом **Активна**.
2. Редактирование клонированной копии группы покупателей. Данная функция полезна, если необходимо создать группу, аналогичную по настройкам уже существующей, но с небольшим количеством внесенных изменений. В этом случае, сначала нужно создать дубликат группы. Клонирование доступно только для групп в статусе **Активна**:

СУПЕРМАГ
LOYA

+

 Анкета

Клиенты

 >

Реферы

 >

Кампании

 >

Цепочки

 >

Купоны

 >

Подарочные сертификаты

 >

Сегментация

 >

Сегменты

Группы

Отчёты

 >

Справочники

 >

Чеки

 >

Настройки

 >

Демо Касса

Группы → Просмотр → Инфо о группе

Удалить

Импорт из Excel

К списку

Выгрузить клиентов

Клонировать

A/B Тест

Клиенты без телефона

Все клиенты

Автообновление: Выключено
Обновлено: 21.12.2021 00:43:59

Количество участников: 31

Ограничения группы

Оплата бонусами:
Ограничения на оплату бонусами не заданы [Изменить](#)

Критерии

НАЗВАНИЕ	ПОКУПАТЕЛЕЙ УДОВЛЕТВОРЯЕТ КРИТЕРИЮ
Привязанные клиенты	31

© 2023 Copyright. 1.61 (Build 19-develop)

Далее профиль клонированной группы будет сразу доступен для редактирования:

СУПЕРМАГ
LOYA

+

 Анкета

Клиенты

 >

Реферы

 >

Кампании

 >

Цепочки

 >

Купоны

 >

Подарочные сертификаты

 >

Сегментация

 >

Сегменты

Группы

Отчёты

 >

Справочники

 >

Чеки

 >

Настройки

 >

Демо Касса

Группы → Просмотр → Инфо о группе

Удалить

Импорт из Excel

К списку

Выгрузить клиентов

Клонировать

A/B Тест

Клиенты без телефона (копия)

Все клиенты

Автообновление: Выключено
Обновлено: 21.12.2021 00:43:59

Количество участников: 0

Ограничения группы

Оплата бонусами:
Ограничения на оплату бонусами не заданы [Изменить](#)

Критерии

НАЗВАНИЕ	ПОКУПАТЕЛЕЙ УДОВЛЕТВОРЯЕТ КРИТЕРИЮ
Привязанные клиенты	

© 2023 Copyright. 1.61 (Build 19-develop)

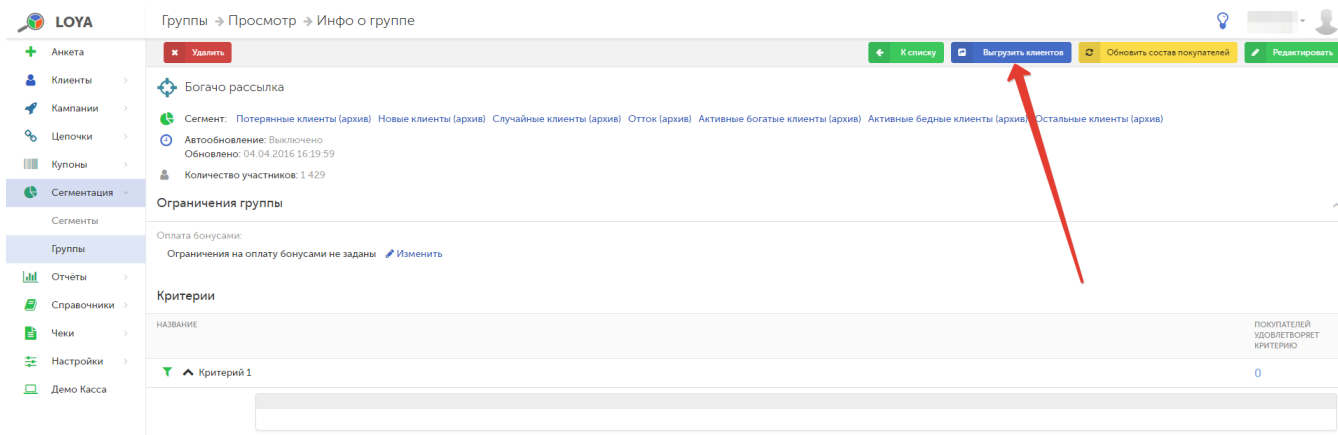
При редактировании группы можно:

- задать новое название для группы;
- добавить/удалить сегменты, формирующие группу;
- добавить новые или изменить имеющиеся критерии отбора клиентов в группу.

Чтобы удалить группу в статусе **Активна** или **Черновик**, воспользуйтесь соответствующей кнопкой на странице **Инфо о группе**.

Выгрузка состава группы

Современный маркетинг требует от работы с клиентами все более детального и персонализированного подхода. Чтобы обеспечить маркетологам доступ к наиболее подробной информации о клиентах, в LOYA существует возможность выгрузки всех клиентов из группы в Excel-файл (CSV). Для этого необходимо воспользоваться кнопкой **Выгрузить клиентов**, находясь в режиме просмотра информации о группе:



При активации функции появляется всплывающее окно с фильтрами для выгрузки карт (согласно статусу карты) и выбором выгрузки графы **Социальное положение**:

Опции выгрузки для группы Богачо рассылка

Выгружать карты со статусом:

- ☐ Исходная
- ☐ Выдана
- ☐ Заблокирована
- ☐ Архив

Выгружать социальное положение:

- ☐ Социальное положение

Отменить



Выгрузить

По умолчанию, выгружаются только **Активные** карты клиента и не выгружается графа **Социальное положение**.

Информация выгружается в документ со следующими названиями столбцов:

- ID клиента;
- Номер карты;
- Статус карты;
- Категория;
- Фамилия;
- Имя;
- Отчество;
- Пол;
- Социальное положение;
- Телефон;
- Использовать SMS;
- Дата рождения;
- Возраст;
- E-mail;
- Использовать E-mail;
- Город;
- Сумма бонусов (активный баланс);
- Заголовок блока критериев.

В столбец **Заголовок блока критериев** выгружаются названия критериев, выполнив условия которых, клиент попал в группу. Благодаря этому столбцу сразу видно, по какому именно критерию клиент попал в группу, если она формировалась по нескольким альтернативным критериям (то есть по правилу "Критерий 1 или Критерий 2"). Если клиент подошел сразу по нескольким критериям, в этом столбце будут перечислены они все:

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R
1	ID клиент	Номер карты	Статус карты	Категория	Фамилия	Имя	Отчество	Пол	Соц	Мобильный	Использовано	Дата рождения	Возраст	E-mail	Использовано	Город	Сумма бонусов	Заголовок блока критериев
2	13	9997142730777	Активна	Потенциальная	Иван	Виктор				7,93E+10	ДА			example@ДА	ДА	Москва	50	Приобретал товар1 в Кафе
3	13	7018179247	Заблокир	Потенциальная	Иван	Виктор				7,93E+10	ДА			example@ДА	ДА	Москва	50	Приобретал товар1 в Кафе
4	14	7770124024	Активна	Потенциальная	Петр	Елена		Женский		7,89E+10	ДА	#####	25	example@ДА	ДА	Москва	0	Приобретал товар2 в Кулинарии
5	14	90600000005	Активна	Потенциальная	Петр	Елена		Женский		7,89E+10	ДА	#####	25	example@ДА	ДА	Москва	0	Приобретал товар2 в Кулинарии
6	14	111222	Активна	Потенциальная	Петр	Елена		Женский		7,89E+10	ДА	#####	25	example@ДА	ДА	Москва	0	Приобретал товар2 в Кулинарии
7	15	9004351791	Активна	Лояльный	Фомин	Алексей	Викторов	Мужской		7,93E+10	ДА	#####	71	example@ДА	ДА		0,06	Приобретал товар1 в Кафе, Приобретал товар2 в Кулинарии
8	17	9021000320	Активна	Потерянный	Люби	Венедикт	Алексеев	Женский		7,92E+10	ДА	#####	35	example@ДА	ДА		10	Приобретал товар2 в Кулинарии
9	17	90600000002	Активна	Потерянный	Люби	Венедикт	Алексеев	Женский		7,92E+10	ДА	#####	35	example@ДА	ДА		10	Приобретал товар2 в Кулинарии
10	18	9021000411	Активна	Потерянный	Иван	Аркадий		Женский			ДА			example@ДА	ДА		0,41	Приобретал товар1 в Кафе, Приобретал товар2 в Кулинарии
11	19	9021001199	Активна	Потерянный	Иван	Борис					ДА			example@ДА	ДА		2,03	Приобретал товар1 в Кафе, Приобретал товар2 в Кулинарии
12	20	9021001305	Активна	Потерянный	Иван	Василий		Женский			ДА			example@ДА	ДА		2,66	Приобретал товар1 в Кафе, Приобретал товар2 в Кулинарии
13	21	9021001366	Активна	Потерянный	Иван	Геннадий		Женский			ДА			example@ДА	ДА		30,07	Приобретал товар1 в Кафе
14	24	9021001779	Активна	Лояльный	Рефеев	Иван		Женский		7,11E+10	ДА			example@ДА	ДА		2,23	Приобретал товар1 в Кафе
15	26	9021002649	Активна	Потерянный	Покруг	Наталья		Женский			НЕТ			example@НЕТ	НЕТ		0	Приобретал товар1 в Кафе
16	27	9021002729	Активна	Спящий	Покруг	Артем					ДА			example@ДА	ДА		7,29	Приобретал товар1 в Кафе

Файл формируется с именем, соответствующим названию группы. В имени файла также указано точное время и дата выгрузки.

Примечание. При нескольких значениях полей **Номер карты** и/или **Социальное положение** строка по клиенту дублируется для соответствующих номеров карт и/или соц. положений:

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R
1	ID клиент	Номер карты	Статус карты	Категория	Фамилия	Имя	Отчество	Пол	Социальное	Мобильный	Использовано	Дата рождения	Возраст	E-mail	Использовано	Город	Сумма бонусов	
2	252050	9,7E+12	Активна		*****	Татьяна	Александровна	Пенсионер		ДА				example@ДА			80	
3	252051	9,7E+12	Активна		*****	Рамзия	Киямутдиновна	Пенсионер	7,93E+10	ДА	#####			57 example@ДА			0	
4	252052	9,7E+12	Активна		*****	Гилмибая	Салахутдиновна	Пенсионер		ДА	#####			91 example@ДА			0	
5	252054	9,71E+12	Активна		*****	Анатолий	Аркадьевич	Пенсионер	7,99E+10	ДА	#####			70 example@ДА			0	
6	252055	9,71E+12	Активна		*****	Наиля	Асадулловна	Пенсионер		ДА	#####			71 example@ДА			0	
7	252058	9,71E+12	Заблокирована		*****	Тамара	Константиновна	Пенсионер		ДА	#####			69 example@ДА			0	
8	252058	9,96E+12	Активна		*****	Тамара	Константиновна	Пенсионер		ДА	#####			69 example@ДА			0	
9	252059	9,71E+12	Заблокирована		*****	Гульсина	Магсумовна	Пенсионер		ДА	#####			70 example@ДА			0	
10	252059	9,96E+12	Активна		*****	Гульсина	Магсумовна	Пенсионер		ДА	#####			70 example@ДА			0	
11	252060	9,71E+12	Активна		*****	Юрий	Александрович	Пенсионер		ДА	#####			80 example@ДА			0	
12	252060	9,96E+12	Активна		*****	Юрий	Александрович	Пенсионер		ДА	#####			80 example@ДА			0	
13	252061	9,71E+12	Активна		Лояльная	Мария		Женский	Пенсионер	8E+10	ДА	#####		75 example@ДА		Барнаул	0	
14	252061	9,96E+12	Заблокирована		Лояльная	Мария		Женский	Пенсионер	8E+10	ДА	#####		75 example@ДА		Барнаул	0	
15	252062	9,71E+12	Активна		*****	Назиба	Шайхайдоровна	Пенсионер	7,92E+10	ДА	#####			70 example@ДА			0	
16	252063	9,96E+12	Активна		*****	Алия	Айсиновна	Пенсионер	7,94E+10	ДА	#####			77 example@ДА			0	
17	252064	9,96E+12	Активна		*****	Наиль	Закариевич	Пенсионер		ДА	#####			34 example@ДА			0	
18	252065	9,96E+12	Активна		*****	Надежда	Николаевна	Пенсионер	7,91E+10	ДА	#####			69 example@ДА			0	
19	252066	9,96E+12	Активна		*****	Татьяна	Александровна	Пенсионер		ДА	#####			64 example@ДА			0	
20	252067	9,96E+12	Активна		*****	Зуфар	Исмагилович	Пенсионер		ДА	#####			64 example@ДА			0	
21	252068	9,96E+12	Активна		*****	Татьяна	Александровна	Пенсионер		ДА	#####			63 example@ДА			0	
22	252069	9,96E+12	Активна		*****	Нурания	Рахимулловна	Пенсионер		ДА	#####			71 example@ДА			0	
23	252070	9,96E+12	Активна		*****	Валентин	Ильинична	Пенсионер		ДА	#####			64 example@ДА			0	

Пенсионеры 2019-12-02 11:59:26

⊕

⌵

готово

📊

📄

🖨

—

Для каждой следующей выгрузки для фильтров по умолчанию проставляются значения из предыдущей выгрузки.

Ограничения группы

Существует возможность установить ограничение на оплату бонусами для созданной группы клиентов. Раздел **Ограничения группы** доступен только для групп в статусе **Активна**.

Параметр **Оплата бонусами** может принимать следующие значения:

- Ограничения на оплату бонусами не заданы;
- **Оплата бонусами ограничена по кампаниям и купонным правилам** (с возможностью выбора и добавления кампаний в список ограничений);
- Оплата бонусами полностью запрещена;
- **Оплата бонусами ограничена на позиции со скидкой кассы;**
- **Игнорируются все ограничения на оплату бонусами.**

А/Б-тесты в группах (Р)

Как лучше всего проверить эффективность одной или сразу нескольких маркетинговых гипотез? Конечно же, посмотрев на них в действии! Однако, увлекшись такими масштабными экспериментами и перебирая одну маркетинговую акцию за другой, можно потерять не только уйму драгоценного времени, но и немалую часть прибыли: ведь далеко не каждая гипотеза на деле оправдывает свою эффективность...

Гораздо быстрее, выгоднее и проще проверять жизнеспособность различных коммерческих идей с помощью функционала А/Б-тестов в LOYA, который был специально разработан под данную цель.

Суть метода заключается в следующем: отбирается одна или несколько частей (подгрупп) от общей целевой аудитории покупателей и на каждой из данных частей в течение определенного времени тестируется та или иная маркетинговая гипотеза (в форме применения различных кампаний, отправки рассылок и т.п.). По истечении времени, отведенного на тестирование, проводится сравнительный анализ показателей эффективности примененных гипотез между выделенными подгруппами, а также по отношению к референтной группе (то есть, ко всем оставшимся покупателям, не вошедшим ни в одну подгруппу) и делается вывод о том, какая из гипотез является предпочтительной.

Функционал А/Б-тестов доступен для любой опубликованной группы покупателей в разделе **Сегментация – Группы**. Это дает возможность еще более точно подбирать контингент для участия в той или иной акции: чтобы вести отбор в тестировочные подгруппы из числа всех покупателей, нужно создать группу, включающую в себя всех УПЛ, и формировать подгруппы внутри нее; чтобы выбирать из более узкого круга покупателей, объединенных по какому-либо признаку, нужно сначала сформировать группу УПЛ по данному признаку, а затем создавать подгруппы для А/Б-тестов уже внутри данной группы.

К примеру, торговая сеть столкнулась с проблемой падения спроса на форель, но не уверена, какой способ привлечения внимания к данному продукту окажется более эффективным. Маркетолог предлагает опробовать две гипотезы:

- 1) увеличивать размер скидки покупателю пропорционально количеству приобретаемой им форели;
- 2) выдавать каждому покупателю любого количества форели купон на скидку в 300 рублей при следующей покупке от 1500 рублей.

В данном случае, отбор в тестировочные подгруппы следует вести не из числа всех покупателей, а лишь среди тех, кто предпочитает форель. Для этого в разделе **Сегментация – Группы** необходимо создать соответствующую группу, в состав которой будут отбираться из общего числа УПЛ лишь те покупатели, в чеках которых часто фигурируют один или несколько из девяти видов форели, реализуемых торговой сетью:

СУПЕРМАГ LOYA

Группы → Просмотр → Инфо о группе

- + Анкета
- Клиенты >
- Кампании >
- Цепочки >
- Купоны >
- Сегментация ▾**
 - Сегменты
 - Группы**
 - Отчёты >
 - Справочники >
 - Чеки >
 - Настройки >
 - Демо Касса

💡 [Progress Bar] 👤

✖ Отменить ✔ Сохранить

🔗 Поклонники форели

📊 Все клиенты

🔄 Автообновлять группу

⬇️ Ручная группа

Критерии

НАЗВАНИЕ	ПОКУПАТЕЛЕЙ УДОВЛЕТВОРЯЕТ КРИТЕРИЮ
👍 ⬆️ <input type="text" value="Критерий 1"/> ⚠️ ➖	
<div style="background-color: #f0f0f0; padding: 10px; margin-bottom: 10px;"> <div> +05 Предпочитаемые товары ➖ </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center; margin-top: 10px;"> Выбрано товаров (9) 👁️ ✖ Без исключений </div> </div>	

После того, как группа поклонников форели будет создана и опубликована, в ее настройках станет доступна кнопка **А/Б Тест**:

Группы → Просмотр → Инфо о группе

+ Анкета
✖ Удалить
← К списку
📄 Клонировать
🔄 Обновить состав покупателей
✎ Редактировать

Поклонники форели

Все клиенты
 ⌚ Автообновление: Включено
Обновлено: 31.12.2020 12:39:29
 👤 Количество участников: 3029

Ограничения группы

Оплата бонусами:
 Ограничения на оплату бонусами не заданы [Изменить](#)

Критерии

НАЗВАНИЕ	ПОКУПАТЕЛЕЙ УДОВЛЕТВОРЯЕТ КРИТЕРИЮ
⬇ ⬆ Критерий 1	0

+ Предпочитаемые товары
 Выбрано товаров (9) 👁

При нажатии на эту кнопку открывается страница формирования подгрупп для тестирования, условно называемых "группами А". Чтобы начать работать с группами А, необходимо нажать кнопку **Редактировать**:

СУПЕРМАГ
LOYA

+

 Анкета

Клиенты

 >

Кампании

 >

Цепочки

 >

Купоны

 >

Сегментация

 ▾

Сегменты

Группы

Отчёты

 >

Справочники

 >

Чеки

 >

Настройки

 >

Демо Касса

Группы → A/B Тестирование

Удалить

← К группе

✎ Редактировать

Поклонники форели

Количество участников: 3029

Группы А

Группы А не заданы

Клиенты не в группах А

Количество клиентов: 3029
Доля от общего количества: 100.00%

Распределение клиентов по группам

Группа	Доля
Клиенты	100.00 %

© 2021 Copyright.

1.48 (Build 67-develop)

Создание каждой новой группы А для тестирования отдельной маркетинговой акции происходит при помощи кнопки **+Добавить**:

СУПЕРМАГ
LOYA

+

 Анкета

Клиенты

 >

Кампании

 >

Цепочки

 >

Купоны

 >

Подарочные сертификаты

 >

Сегментация

 ▾

Сегменты

Группы

Отчёты

 >

Справочники

 >

Чеки

 >

Настройки

 >

Демо Касса

Группы → A/B Тестирование

Отменить

Сохранить

Поклонники форели

Количество участников: 3029

Группы A

Группы A не заданы

+

 Добавить

Клиенты не в группах A

Количество клиентов: 3029
Доля от общего количества: 100.00%

Распределение клиентов по группам

Клиенты: 100.00 %

© 2021 Copyright. 1.48 (Build 58-develop)

На странице появится форма создания первой группы A, где с помощью специального регулятора (указан стрелкой на скриншоте ниже) можно выбирать количество покупателей, которое следует включить в состав этой группы:

СУПЕРМАГ
LOYA

+

 Анкета

Клиенты

 >

Кампании

 >

Цепочки

 >

Купоны

 >

Подарочные сертификаты

 >

Сегментация

 ▾

Сегменты

Группы

Отчёты

 >

Справочники

 >

Чеки

 >

Настройки

 >

Демо Касса

Группы → A/B Тестирование

Отменить

Сохранить

Поклонники форели

Количество участников: 3029

Группы A

Группы A не заданы

Название

 A1: Поклонники форели: прогрессивная скидка

Количество клиентов в группе

 1 3029 797 шт

Количество клиентов в группе: 797
% от общего количества: 26.32 %

Отменить

Сохранить

Клиенты не в группах A

Количество клиентов: 2232
Доля от общего количества: 73.68%

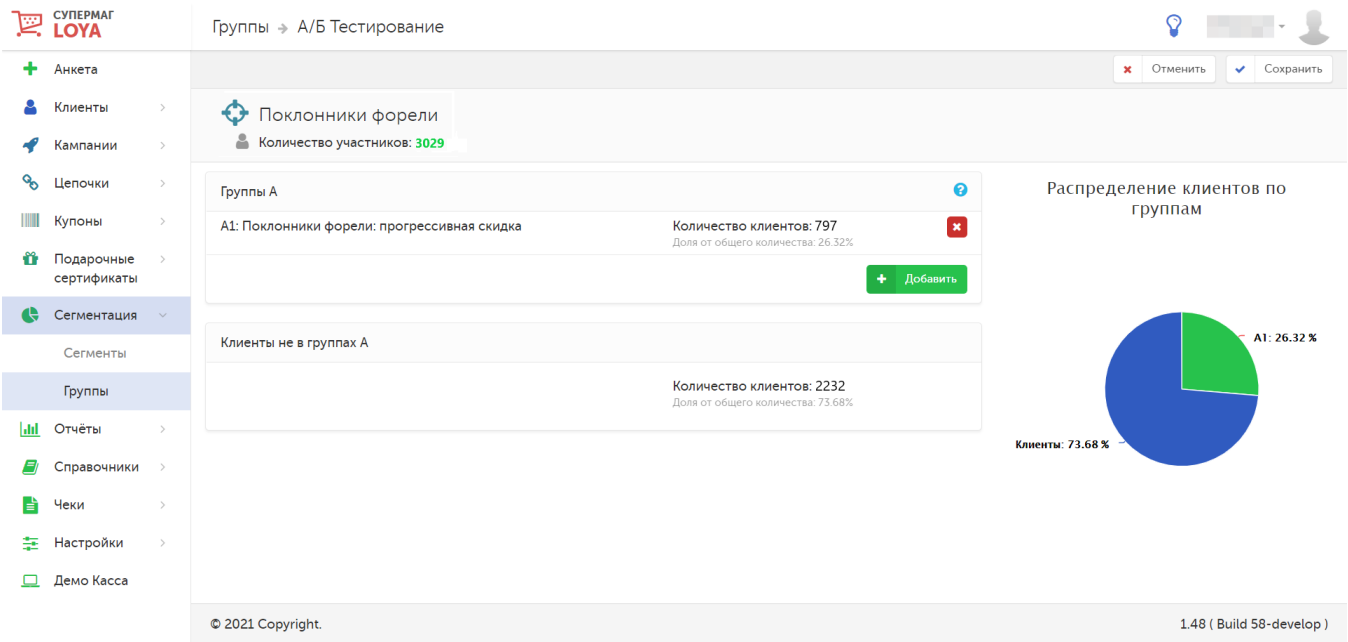
Распределение клиентов по группам

Клиенты: 73.68 %

A1: 26.32 %

© 2021 Copyright. 1.48 (Build 58-develop)

Для удобства, в поле **Название** можно задать уточняющее наименование группе А, чтобы впоследствии легко отличать ее в отчетах. Количество покупателей для внесения в группу также можно указать от руки или с помощью стрелок в специальном поле рядом со шкалой регулятора количества. В зависимости от указанного количества покупателей, на диаграмме справа будет высчитана и отображена процентная часть, которую составит данное количество от общего числа УПЛ в группе, в рамках которой проводится А/Б-тест. Отрегулировав количество покупателей, можно нажать кнопку **Отменить**, чтобы прервать процесс создания группы А, либо воспользоваться кнопкой **Сохранить**, после чего первая группа А появится в списке созданных:



Отбор покупателей в каждую группу А производится системой автоматически и случайным образом. Клиенты, попавшие в определенную группу, не могут быть зачислены в какую-либо иную группу. Состав групп А является фиксированным и неизменным. В группы А нельзя загружать клиентов через API.

Добавить еще одну группу А для параллельного тестирования другой маркетинговой акции можно вновь при помощи кнопки **+Добавить**. Одновременно возможно создать не более пяти групп А (что обеспечивает возможность быстрой и параллельной проверки до пяти маркетинговых гипотез в равных условиях). При создании, группы А автоматически нумеруются системой последовательно: А1, А2, А3, А4 и А5. После создания каждой группы А, на странице отображается строка с количеством клиентов, не вошедших в различные группы А. Это и есть покупатели референтной группы (группы Б).

Когда будут созданы все группы А, необходимые для тестирования соответствующих акций, нужно нажать кнопку **Сохранить**, расположенную вверху страницы:

СУПЕРМАГ

LOYA

Группы → A/B Тестирование

Отменить

Сохранить

Поклонники форели

Количество участников: 3029

Группы A

A1: Поклонники форели: прогрессивная скидка	Количество клиентов: 797 Доля от общего количества: 26.32%	✖
A2: Поклонники форели: купон	Количество клиентов: 797 Доля от общего количества: 26.32%	✖

Добавить

Клиенты не в группах A

Количество клиентов: 1435
Доля от общего количества: 47.37%

Отчёты

Справочники

Чеки

Настройки


Демо Касса

© 2021 Copyright.

1.48 (Build 58-develop)

Распределение клиентов по группам

Группа	Количество клиентов	Доля от общего количества
Клиенты	1435	47.37 %
A1: Поклонники форели: прогрессивная скидка	797	26.32 %
A2: Поклонники форели: купон	797	26.32 %

До момента запуска акций, участниками которых являются члены соответствующих групп A, любую созданную группу A можно удалить по кнопке . Участники удаленной группы A автоматически попадают в группу B. После сохранения настроек и запуска акций, "привязанных" к созданным группам A, удалить группы A становится невозможно.

После сохранения, открывается страница просмотра выполненных настроек. По кнопке **К группе** можно вернуться к просмотру сведений о родительской группе, в рамках которой были созданы группы A. С помощью кнопки **Редактировать** можно перейти в режим правки, где можно удалить уже созданные или добавить новые группы A. Также, после сохранения настроек, названия групп A превращаются в гиперссылки на эти группы, нажав на которые можно просмотреть информационную сводку по интересующей группе:

СУПЕРМАГ
LOYA

+

 Анкета

Клиенты

 >

Кампании

 >

Цепочки

 >

Купоны

 >

Подарочные сертификаты

 >

Сегментация

 ▾

Сегменты

Группы

Отчёты

 >

Справочники

 >

Чеки

 >

Настройки

 >

Демо Касса

Группы → A/Б Тестирование

Удалить

← К группе

✎ Редактировать

Поклонники форели

Количество участников: 3029

Группы A

A1: Поклонники форели: прогрессивная скидка

Количество клиентов: 797
Доля от общего количества: 26.32%

A2: Поклонники форели: купон

Количество клиентов: 797
Доля от общего количества: 26.32%

Клиенты не в группах A

Количество клиентов: 1435
Доля от общего количества: 47.37%

Распределение клиентов по группам

Клиенты: 47.37 %

A1: 26.32 %

A2: 26.32 %

© 2021 Copyright. 1.48 (Build 58-develop)

На странице просмотра информации о группе A можно использовать ссылку на название родительской группы, чтобы ознакомиться с информацией о ней, а также открыть список покупателей в составе группы A по ссылке в строке с отображением количества входящих в нее клиентов:

СУПЕРМАГ
LOYA

+

 Анкета

Клиенты

 >

Кампании

 >

Цепочки

 >

Купоны

 >

Подарочные сертификаты

 >

Сегментация

 ▾

Сегменты

Группы

Отчёты

 >

Справочники

 >

Чеки

 >

Настройки

 >

Демо Касса

Группы → Просмотр → Инфо о группе

← К списку

A1: Поклонники форели: прогрессивная скидка

Группа участвует в A/Б тестировании

Родительская группа: [Поклонники форели](#)

Автообновление: Выключено
Обновлено: 12.01.2021 15:57:11

Количество участников: 797

Ограничения группы

Оплата бонусами:
Ограничения на оплату бонусами не заданы [Изменить](#)

Критерии

НАЗВАНИЕ

ПОКУПАТЕЛЕЙ
УДОВЛЕТВОРЯЕТ
КРИТЕРИЮ

Привязанные клиенты

797

© 2021 Copyright. 1.48 (Build 58-develop)

По кнопке **К списку** происходит возврат на главную страницу раздела **Сегментация – Группы** с общим списком созданных групп.

Следующим этапом после формирования групп А является создание и запуск маркетинговых акций (кампаний), эффективность которых необходимо протестировать на покупателях из определенной группы А:

- Анкета
- Клиенты
- Кампании
- Купоны
- Сегментация**
- Сегменты
- Группы
- Отчёты
- Справочники
- Чеки
- Настройки
- Демо Касса

Сегментация → Группы

Статусы

По обновлению

По ручной группе

Новая группа

Наименование группы клиентов

Поиск

НАЗВАНИЕ	СЕГМЕНТЫ	КОЛИЧЕСТВО УЧАСТНИКОВ
A1 Отток на 23.02.2021	По всем клиентам	1689
A2 Отток на 23.02.2021	По всем клиентам	1689
Покупка после рассылки на 23.02.2021	По всем клиентам	704
Без покупки после рассылки на 23.02.2021	По всем клиентам	1406
Потерянные 8 марта	По всем клиентам	5426
A3 Потерянные 8 марта (без рассылки)	По всем клиентам	2686
A4 Потерянные 8 марта (рассылка)	По всем клиентам	2686

© 2021 Copyright.

1.51 (Build 95)

Подробнее о том, как создать и запустить кампанию в LOYA и включить в нее нужную группу клиентов, можно узнать [здесь](#).

Как только время, отведенное на тестируемые акции, истечет и они завершатся, можно приступить к сравнительному результату их эффективности. Удобнее всего делать это с помощью [отчетов LOYA](#). При составлении отчетов необходимо указать группы А, по которым они будут составляться:

- Анкета
- Клиенты
- Кампании
- Цепочки
- Купоны
- Подарочные сертификаты
- Сегментация
- Отчёты
 - Отчёты
 - Справочники
 - Чеки
 - Настройки
 - Демо Касса

- Динамика расходов на скидки.
- Расходы на скидки кампаний.
- Динамика расходов на подарки.
- Расходы на подарки кампаний.
- Динамика расходов на SMS рассылки ПЛ.
- Динамика расходов на E-mail рассылки ПЛ.
- Расходы на E-mail рассылки кампаний.
- Динамика среднего чека.
- Динамика начисленных бонусов ПЛ.

