

Функциональности системы

# **Banza Loyalty for Creatio**





## Содержание

ГЛОССАРИЙ.....	3
ОПИСАНИЕ ФУНКЦИОНАЛЬНОСТИ BANZA LOYALTY.....	4
Введение.....	4
Управление номенклатурными справочниками.....	4
Управление продуктами.....	4
Управление группами продуктов.....	4
Управление участниками ПЛ.....	5
Ведение УПЛ.....	5
Уровни УПЛ.....	5
Управление «Семейным» счётом.....	6
RFM-Анализ.....	6
Управление картами ПЛ.....	6
Управление поощрениями.....	8
Управление бонусами и скидками.....	8
Управление купонами.....	12
Лотерея.....	13
Ограничение срабатываний правила ПЛ.....	14
Взаимоисключение срабатывания правил ПЛ.....	14
АНТИФРОД.....	15
ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ.....	16





## ГЛОССАРИЙ

Термин	Описание
Участник ПЛ , УПЛ	Физическое лицо, зарегистрированное в программе лояльности с заполненными анкетными (персональными) данными
Кассовое ПО	Кассовая система, установленная в торговых точках Заказчика
ЛК	Личный кабинет
МП	Мобильное приложение
Бонусный счет	Бонусный счёт участника программы лояльности, на котором хранится весь учёт начисления и списания бонусов в рамках программы лояльности
Система	Система управления программой лояльности на основании CRM-решения bpm`online





## ОПИСАНИЕ ФУНКЦИОНАЛЬНОСТИ BANZA LOYALTY

### Введение

Banza Loyalty – Enterprise решение для эффективного управления программами лояльности клиентов. Продукт Banza Loyalty, позволяет решать задачи настройки программ лояльности, управление участниками программы лояльности, управление дисконтами, бонусами, купонами, привилегиями и непокупательскими активностями, позволяет влиять на формирование клуба лояльных клиентов, способствуя росту повторных продаж.

Banza Loyalty основан на принципах:

- наличия единого хранилища информации, содержащего полную историю всех взаимоотношений с клиентами;
- унификации регламентов работы с клиентами
- постоянного анализа собранной информации для принятия верных решений для работы с клиентами компании.

Система обеспечит эффективное управление автоматизированным каталогом продукции Вашей компании для формирования клиентам целевых предложений конкретных групп товаров. Banza Loyalty обладает широким спектром возможностей в части автоматизации директ-маркетинга.

### Управление номенклатурными справочниками

Заведение номенклатуры является одной из основных функций системы.

Основными возможностями, которые предоставляет данный функционал, являются:

1. Заведение\изменение продуктов в Системе как из внешних источников, так и непосредственно в интерфейсе Системы
2. Заведение статических групп продуктов из внешних источников
3. Формирование статических и динамических групп продуктов внутри Системы

### Управление продуктами

Система предоставляет возможность вести множество характеристик продукта, такие как:

1. Наименование
2. Бренд
3. Производитель
4. Категория
5. Возможность начисления или списания бонусов за продукт
6. И т.п.

Данные о продуктах могут быть заведены или изменены в Системе как оператором программы, так и непосредственно с помощью интеграции с внешними системами.

### Управление группами продуктов

В рамках управления продуктовыми справочниками Система позволяет сегментировать продукты с помощью добавления их в статические и динамические группы посредством коробочного функционала системы bpm`online, а также с помощью любых внешних аналитических систем интегрирую их с Системой.





## Управление участниками ПЛ

Управление участниками программы лояльности является одной из основных функциональностей Системы. Основными возможностями, которые предоставляет данное решение являются:

1. Ведение единой базы клиентов (УПЛ)
2. Управление балансами баллов
3. Управление «семейным» счетом
4. RFM-сегментация
5. Управление картами УПЛ

## Ведение УПЛ

Управление участниками программы лояльности, является одной из основных функций системы, позволяющая управлять следующими бизнес-процессами:

1. Регистрация участника программы лояльности
2. Изменение анкетных данных УПЛ
3. Ведение баланса баллов
4. Управление сегментами УПЛ
5. Получение истории покупок

## Уровни УПЛ

Управление уровнем участника программы лояльности – позволяет настроить условия перехода на тот или иной «уровень», по следующим критериям:

- Возможность понижения уровня клиента за период
  - Например: Если клиент накопил N сумму денег за период X, то его уровень «Gold», если условие не выполнено, то клиент будет понижен на уровень «Silver»
- Возможность обнуления накопления, при переходе на следующий уровень:
  - Например: Если клиент накопил N сумму денег за период X, он будет повышен до следующего уровня, и его N накопление, будет обнулено для следующего уровня
- Период расчета накопления, для расчёта уровней
  - Без ограничений
  - День
  - Неделя
  - Месяц
  - Квартал
  - Год
- Настройка уровня:
  - Порядковый номер уровня
  - Наименование уровня
  - Сумма накопленных бонусов
  - Сумма потраченных денег





## Управление «Семейным» счётом

Система позволяет объединять нескольких участников программы лояльности в единый «семейный» счёт, что в свою очередь позволяет им совместно накапливать и тратить бонусы, купоны.

Функционал «семейного» счёта позволяет гибко настроить роль для каждого участника данного счёта, например:

1. Ограничить количество бонусов, списываемых за покупку (от 0 так и до полного списания)
2. Ограничить возможность применения купонов

## RFM-Анализ

Функционал RFM-Анализа позволяет настроить расчётные группы в разрезах **R**есенсу(давность), **F**requency(частота), **M**onetary(деньги) в разрезе как конкретной торговой точки, так и для группы торговых точек.

При совершении покупки УПЛ, система автоматически рассчитает его группу RFM, в зависимости от настроенных групп.

В дальнейшем, на основании рассчитанных групп RFM, возможно воздействовать посредством коммуникаций с клиентом, так и применение их в правилах программы лояльности.

## Управление картами ПЛ

Управление картами в системе позволяет создавать новые карты и управлять их жизненным циклом

### Управление жизненным циклом карт

В системе существует понятие «Жизненный цикл карт», который подразумевает изменение состояния карты в течении всего срока ее жизни, от состояния «Отправлена на эмиссию» до «Заблокирована».

В зависимости от состояния карты, доступны различные операции в системе, такие как проведение покупки, начисление\списание бонусов.

## Эмиссия

В системе предусмотрен механизм генерации карт, он позволяет быстро создать карты, и передать их на завод на выпуск.

Генерация карт осуществляется по следующим параметрам:

- Префикс (серия) карт
- Диапазон карт

## Совершение покупки

При совершении покупки по карте, которая еще не привязана к анкете УПЛ и находится в состоянии «Новая», состояние карты будет изменено на «Выдана», в таком состоянии клиент может получать поощрения в виде накопления бонусов, но без права их списания.

## Активация





Активации карты осуществляется в момент привязки пластиковой карты к анкете УПЛ.

Все виртуальные карты становятся активными сразу в момент регистрации УПЛ в системе.

### Блокировка

Блокировка карт возможна, как вручную оператором программы, так и самим клиентом в интерфейсах сторонних систем, интегрированных с программой лояльности с помощью REST API

### Замена

Замена карт возможна, как вручную оператором программы лояльности, так непосредственно самим клиентом в интерфейсах сторонних систем, интегрированных с программой лояльности с помощью REST API.

Замена карты производится как правило, при утере либо при физическом повреждении карты, при этом система не теряет историю взаимоотношений клиента с ПЛ, такую как:

- Покупки
- Истории начислений\списаний бонусов
- Купоны
- И прочее





## Управление поощрениями

Поощрение УПЛ рассматривается как основной процесс по привлечению и удержанию клиентов внутри сети, бренда. Поощрение базируется на различных типах активностей УПЛ: покупки, участия в опросах, а также любые действия, которые могут быть зарегистрированы в системе – например, регистрация, наступление ДР клиента, заполнение дополнительных анкетных данных, и т.д.

Настройка условий программы лояльности осуществляется в системе bpm`online с помощью гибкого конструктора правил программы лояльности. Он позволяет пользователю без каких-либо осуществимых усилий и знаний в языках программирования, задать параметры правила программы лояльности практически любой сложности и, буквально за пару минут запустить акцию на всех торговых точках сети.

При непосредственном взаимодействии с POS-терминалом в онлайн режиме результатом применения правила, помимо регистрации самого чека, может быть обработка мягкого чека (препроцессинга покупки), который не изменяет балансы баллов на карте, состояния карты и прочее, а предварительно даёт оценку о количестве начисленных бонусах, о количестве максимально допустимых бонусам к списанию в рамках покупки, сумме скидки и прочее.

## Управление бонусами и скидками

### Начисление бонусов и предоставление скидок

#### Покупательские активности

Под покупательской активностью подразумевается совершение покупки УПЛ через POS-терминал, интегрированный с процессингом программы лояльности в режиме онлайн

В системе заложены механики и условия программы лояльности, такие как:

#### Механики

Механика	Описание
Счастливый чек	При совершении каждой N-ой покупки покупатель получает дополнительное вознаграждение в виде бонусов либо скидки
Знаменательные события клиента	При совершении покупки в день рождения либо в любое другое знаменательное событие установленное маркетологом - клиент получает дополнительное вознаграждение в виде бонусов либо скидки
Счастливые часы	При совершении покупки в заданное число месяца, день недели, либо временной промежуток времени, клиент получает дополнительное вознаграждение в виде бонусов либо скидки
Виртуальная примотка (1+1=3)	Приобрети X любых продуктов, и получи на Y продуктов дополнительную скидку, либо дополнительный бонус.
Сочетание товаров в покупке	Приобрети комплект продуктов и получи дополнительное вознаграждение за весь комплект в виде бонусов либо скидки







Механика	Описание
«Желтые ценники»	Специальная цена на определенные товары.
Каскадные поощрения	Дополнительное вознаграждение в зависимости от количества купленного товара в позиции (строке чека)
Конвертация скидки в бонусы	При обрыве связи POS-терминала с процессинговым центром возможность клиенту конвертировать непредставленную скидку клиенту в виде бонусов, по заданному коэффициенту

## Условия

Условие	Описание
Вид поощрения	Доступна возможность задавать вид расчета поощрения. <b>Например:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Абсолютное значение поощрения;</li><li>• % от суммы покупки / продукта в покупке.</li><li>• Денежное соотношение к бонусу</li></ul>
Целевая аудитория	Доступна возможность задавать целевую аудиторию, на которую будет распространяться правило программы лояльности. <b>Например:</b> Для всех клиентов сегмента VIP – дополнительно начислить 5% бонусов за покупку.
Торговые точки	Доступна возможность задавать торговые точки, на которых будет работать правило программы лояльности. <b>Например:</b> При открытии нового магазина, покупатели получают +3% дополнительных бонусов от суммы оплаты чека.
Типы карт	Доступна возможность задавать типы карт, на которые будет работать правило программы лояльности. <b>Например:</b> При предъявлении виртуальной карты в мобильном приложении, получи дополнительно 1% бонусов.
Типы оплат	Доступна возможность задавать типы оплат, на которые будет работать правило программы лояльности. <b>Например:</b> При оплате покупке картой Visa получи дополнительно 1% скидки на всю покупку.
Источники покупки	Доступна возможность задавать источники покупки, на которые будет работать правило программы лояльности. <b>Например:</b> При проведении покупки на «Кассе самообслуживания» клиент получает дополнительно 1% бонуса / скидки
Типы карт	Доступна возможность задавать типы карт на которые будет работать правило программы лояльности. <b>Например:</b> Для всех покупателей с картой Gold предоставить дополнительно 4% скидки.





Условие	Описание
Продукты\группы продуктов	<p>Доступна возможность задавать продукты, группы продуктов, бренды, на которые будет работать правило программы лояльности.</p> <p><b>Например:</b> Четверг - рыбный день. На всю рыбу - дополнительно 5% скидки.</p>
Продукты исключения	<p>Доступна возможность исключать продукты, группы продуктов, бренды, из правила программы лояльности.</p> <p><b>Например:</b> На все продукты начислить 2% бонусов от суммы оплаты, кроме все продуктов из категорий "Алкоголь" и "Табачные изделия".</p>





Дополнительные возможности правила:

Возможность	Описание
Печать на чеке	Доступна возможность дополнительно задавать статический так и динамический текст для дальнейшей печати на чеке.

### Непокупательские активности

Система позволяет начислять дополнительные бонусы за выполнение действий вне покупки, например:

Условие	Описание
Welcome-бонус за регистрацию	При регистраций контакта в программе лояльности, начислить N бонусов
Заполнение дополнительных анкетных данных	За заполнение анкетных данных, указанных в правиле ПЛ, УПЛ получает дополнительное вознаграждение
Реферальная программа лояльности	Возможность начислить дополнительные бонусы за реферальную программу. При настройке таких правил ПЛ, бонусы будут начислены: <ul style="list-style-type: none"><li>Клиенту, который регистрируется по коду реферала</li><li>Клиенту, который пригласил нового участника ПЛ, и он осуществил свою первую покупку</li></ul>
Любое действие вне системы	При выполнении любого действия вне системы ПЛ, есть возможность осуществить начисление бонусов по заданным условиям в правиле ПЛ

### Начисление бонусов сотрудника

В системе предусмотрена возможность дополнительно поощрять сотрудников компании, в виде начисления бонусов сотрудника.

Для этого существует ряд веб-интерфейсов, позволяющих начислять бонусы на сегмент сотрудников, с указанием параметров для начисления, таких как:

- Сумма бонусов
- Даты активации\сгорания бонусов
- Причина начисления

### Мелочь в баллы

В системе предусмотрена возможность конвертировать деньги в бонусы, зачастую данный функционал используется, когда в кассе физически нет денег для выдачи клиенту сдачи, либо клиент не хочет получать мелочь в виде сдачи за покупку.





## Списание бонусов

В системе предусмотрен механизм списания бонусов, который заводится через конструктора правила программы лояльности.

Механизм списания бонусов позволяет настроить следующие критерии списания:

- Признак на продукте, позволяющий списывать бонусы
- Курс бонуса к деньгам
- Максимальный процент оплаты покупки бонусами
- Перечень торговых точек, в которых будет производиться списания бонусов по заданному максимальному проценту оплаты покупки бонусами

## Управление купонами

В рамках системы одним из видов поощрения УПЛ за активности является купон.

Купон может быть эмитирован как в ручном режиме оператором программы лояльности через интерфейс конструктора правил, так и непосредственно по условиям преднастроенного правила программы лояльности за покупательские активности.

Купоны могут быть следующего вида:

- Дисконтный (предоставление дополнительное скидки при предъявлении купона)
- Бонусный (начисление дополнительных бонусов при предъявлении купона)

Условия **ЭМИССИИ** купона:

Условие	Описание
Счастливые часы	При совершении покупки в заданное число месяца, день недели, либо временной промежуток времени, клиенту выдать купон.
Целевая аудитория	Доступна возможность задавать целевую аудиторию, на которую будет распространяться правило программы лояльности. <b>Например:</b> Для всех клиентов сегмента VIP при совершении покупки, выдать купон.
Торговые точки	Доступна возможность задавать торговые точки, на которых будет работать правило программы лояльности. <b>Например:</b> При открытии нового магазина, все покупатели получают купон на следующую покупку.
Продукты\группы продуктов	Доступна возможность задавать продукты, группы продуктов, бренды, на которые будет работать правило программы лояльности. <b>Например:</b> При покупке продукции Nivea больше чем на 500 грн., получи купон с 50 грн. скидкой на следующую покупку продукции Nivea.





## Условия применения купона

Условие	Описание
Счастливые часы	Купон может быть применен только в определенные временные интервалы (Число месяца, день недели, часы).
Торговые точки	Доступна возможность задавать торговые точки, на которых возможно применить купон.
Продукты\группы продуктов	Доступна возможность задавать продукты, группы продуктов, бренды, на которые распространяется действие купона.

### Лотерея

Функционал, позволяющий создать правило программы лояльности, с типом «Лотерея», который, по заданным критериям, предоставляем участникам программы лояльности, право на участие в розыгрыше ценных призов.

Критерии:

- Торговые точки
- Аудитория
- Период расчета траты денег
- Сумма траты





## Ограничение срабатываний правила ПЛ

Функционал, позволяющий задать условия, ограничения срабатывания правила программы лояльности, по следующим критериям:

- Срезы
  - Всего (расчет по всему правилу)
  - Клиент (расчет условия по конкретному клиенту)
  - Торговая точка (расчет условия по конкретной торговой точке)
- Условия
  - Количество срабатывания правила
  - Количество выданных бонусов
  - Сумма предоставленной скидки
  - Количество выданных купонов
- Периоды
  - Без ограничений
  - День
  - Неделя
  - Месяц
  - Квартал
  - Год

## Взаимоисключение срабатывания правил ПЛ

В системе предусмотрен механизм взаимоисключения и приоритизации срабатывания правил ПЛ.

Данный функционал позволяет оператору программы лояльности, без особых усилий настроить, приоритет срабатывания правил по следующим критериями:

- Абсолютная монополия – срабатывает только то правило, которое соответствует выполненным условиям в покупке, и имеет наивысший приоритет
- Монополия внутри группы – срабатывает только одно правило из определенной группы правил, которое соответствует выполненным условиям в покупке, и имеет наивысший приоритет. Сумма поощрения суммируется с правилами из других групп, и правилами с типом «Без ограничений»
- Без ограничений - срабатывают все бонусные правила программы лояльности, и сумма бонусов суммируется





## АНТИФРОД

Данный функционал позволяет проактивно реагировать на атипичную клиентскую активность путем своевременного информирования заинтересованных сотрудников о потенциальном злоупотреблении (префрод), а также путем своевременной блокировки карты/карт клиента (оперфрод).

Условия срабатывания, доступные для настройки в правилах антифрода:

- Количество чеков за последних X дней
- Сумма начисленных бонусов за последних X дней
- Сумма списанных бонусов за последних X дней
- Сумма покупок за последних X дней
- Сумма скидок за последних X дней
- Количество возвратов за последних X дней
- Количество эмитированных купонов за последних X дней
- Количество примененных купонов за последних X дней
- Остатки бонусов за последних X дней

Несколько условий могут быть комбинированы в рамках одного правила, что позволяет гибко настраивать реакцию процессингового центра на покупательскую активность клиентов.

Помимо условий срабатывания в правиле антифрода указываются торговые точки, для которых применимо правило.

Также в правиле могут быть заданы клиенты или группы клиентов, по которым необходимо исключить срабатывание правила (белый список).

В системе может быть заведено любое количество правил антифрода для покрытия максимального количества требуемых бизнес кейсов реакции на потенциальные и фактические злоупотребления в программе лояльности.





## ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ

В системе реализована модель модульного лицензирования, позволяющая покупать только те функции, которые планируется использовать.

Если позднее появится необходимость добавить больше функций, достаточно просто приобрести дополнительную лицензию – новые функции будут активированы и мгновенно доступны к использованию.

Чтобы упростить принятие решений о выборе лицензий для приложения, мы создали набор пакетов продукта. Эти пакеты лицензий объединяют общие лицензии, необходимые для выполнения задач, наиболее востребованных у наших клиентов. Например, если планируется применять только бонусные механики программы лояльности, достаточно приобрести только одну требуемую лицензию.

