Program lojalnościowy
w WAPRO B2B

Data wydania: 2019.10.01

Instrukcja użytkownika

Program lojalnościowy

Wszelkie prawa autorskie do niniejszego dokumentu oraz informacji w nim zawartych, w tym do elementów graficznych, niezastrzeżone przez podmioty trzecie, stanowią wyłączną własność Asseco Business Solutions S.A. z siedzibą w Lublinie, ul. Konrada Wallenroda 4c. Wszelkie informacje zawarte w niniejszym dokumencie stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa Asseco Business Solutions S.A. w rozumieniu ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji i podlegają ochronie prawnej. Wykorzystywanie w jakikolwiek sposób, ujawnianie, rozpowszechnianie w całości lub w części, przekazywanie osobom trzecim kopiowanie bez uprzedniej pisemnej zgody Asseco Business Solutions S. A. jest zabronione. Wszelkie osoby, które weszły w posiadanie niniejszego dokumentu zobowiązane są do przestrzegania niniejszej klauzuli.

SPIS TREŚCI

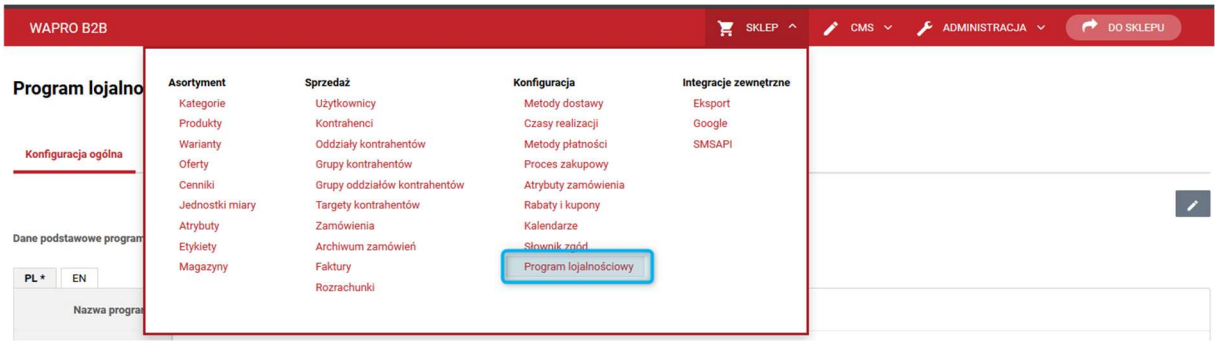
1. ZAŁOŻENIA BIZNESOWE 5
2. KONFIGURACJA OGÓLNA 6
3. REGUŁY 8
3.1. PROCES ZARABIANIA PUNKTÓW 8
3.2. PROCES WYDAWANIA PUNKTÓW 8
3.3. DEFINICJA REGUŁY PROGRAMU LOJALNOŚCIOWEGO 8
3.4. OGRANICZENIA W ZAKRESIE PRODUKTÓW/KLIENTÓW PROGRAMU LOJALNOŚCIOWEGO 11
3.4.1. Definicja nagród w programie lojalnościowym 12
3.5. DEFINIOWANIE REGUŁ DOTYCZĄCYCH POJEDYNCZYCH PRODUKTÓW 12
4. ZARZĄDZANIE PUNKTAMI KONTRAHENTÓW 14
4.1. PRZEGLĄD SALDA PUNKTÓW U DANEGO KONTRAHENTA/ODDZIAŁU KONTRAHENTA 14
4.2. RĘCZNA ZMIANA SALDA PUNKTÓW 15
5. PROGRAM LOJALNOŚCIOWY W SKLEPIE 16
5.1. MIEJSCE PREZENTACJI PROGRAMU LOJALNOŚCIOWEGO W SKLEPIE 16
5.2. WIDOK PROGRAMU LOJALNOŚCIOWEGO W SKLEPIE 17
5.2.1. Zakup produktów za punkty 17
5.2.2. Wybór nagród za punkty 18
5.2.3. Punkty za transakcję 18
5.2.4. Saldo punktów 19
6. PRZYKŁADY UŻYCIA 20
6.1. KONFIGURACJA OGÓLNA – WSPÓLNE REGUŁY DLA WSZYSTKICH ODDZIAŁÓW KONTRAHENTÓW I PRODUKTÓW 20
6.1.1. Opis 20
6.1.2. Konfiguracja w Panelu administracyjnym 20
6.1.3. Efekt w sklepie 21
6.2. REGUŁY ZARABIANIA I WYDAWANIA PUNKTÓW – KATEGORYZACJA KONTRAHENTÓW (GRUPY ODDZIAŁÓW KONTRAHENTÓW) 22
6.2.1. Opis 22
6.2.2. Konfiguracja w Panelu administracyjnym 23
6.2.3. Efekt w sklepie 24
6.3. REGUŁY DOTYCZĄCE PRODUKTÓW 25
6.3.1. Opis 25
6.3.2. Konfiguracja w Panelu administracyjnym 25
6.3.3. Efekt w sklepie 26

6.4. OGRANICZENIA PRODUKTÓW W UDZIALE W PROGRAMIE 28
6.4.1. Opis 28
6.4.2. Konfiguracja w Panelu administracyjnym 29
6.4.3. Efekt w sklepie 30
6.5. OGRANICZENIA KONTRAHENTÓW W UDZIALE W PROGRAMIE 31
6.5.1. Opis 31
6.5.2. Konfiguracja w Panelu administracyjnym 31
6.5.3. Efekt w sklepie 32
6.6. ZDEFINIOWANIE NAGRÓD ZA UDZIAŁ W PROGRAMIE 33
6.6.1. Opis 33
6.6.2. Konfiguracja w Panelu administracyjnym 33
6.6.3. Efekt w sklepie 35
7. SPIS RYSUNKÓW 36

1. Założenia biznesowe

Program lojalnościowy to moduł systemu **Wapro B2B** dedykowany obsłudze programów lojalnościowych. W ramach programu kontrahent może otrzymywać punkty za zakupione towary oraz wydawać je przy okazji kolejnych zamówień lub otrzymywać za nie nagrody. Program lojalnościowy może mieć wiele reguł, definiowanych dla różnych grup oddziałów kontrahentów i produktów.

Konfiguracja modułu jest dostępna w MENU Sklep → Konfiguracja → Program lojalnościowy.



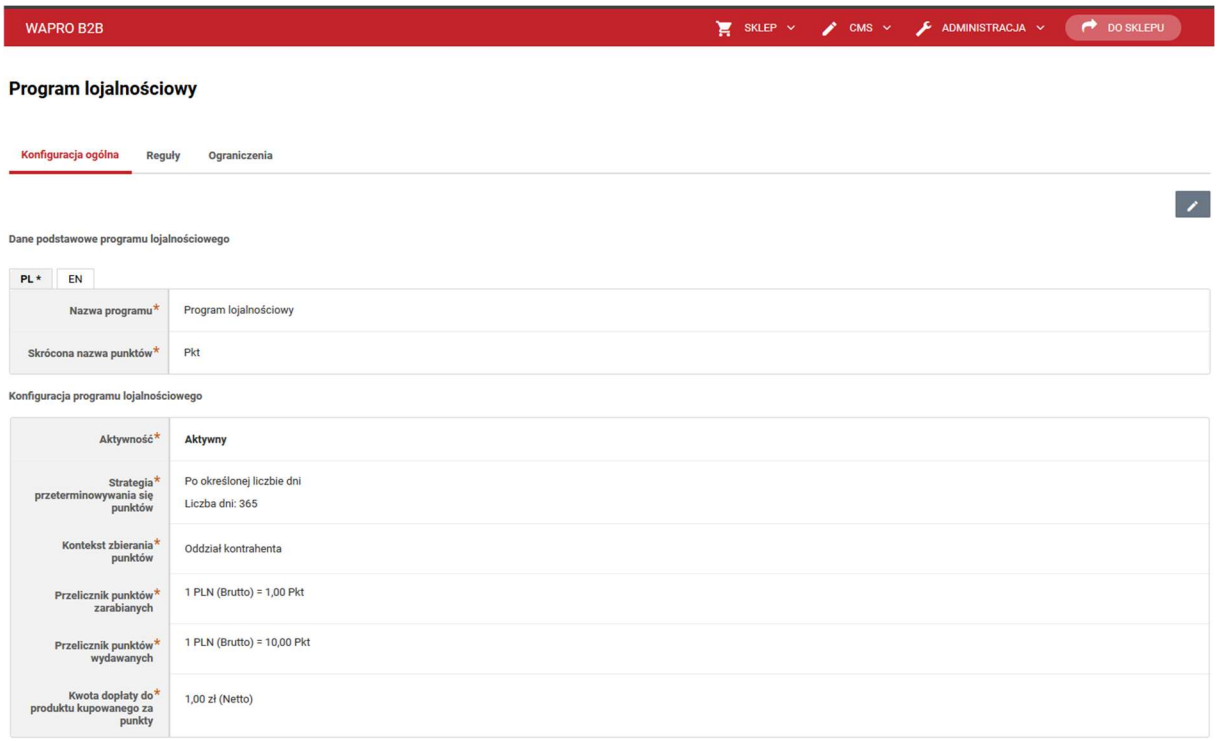
Rys. 1 Sklep – Program lojalnościowy

Najważniejsze funkcje:

- tworzenie programu lojalnościowego,
- zarządzanie widocznością w sklepie,
- zarządzanie regułami programu lojalnościowego,
- definicja ograniczeń per produkt,
- definicja ograniczeń per klient,
- wersje językowe.

2. Konfiguracja ogólna

Program lojalnościowy jest całkowicie zarządzany z Panelu administracyjnego **Wapro B2B**.



Rys. 2 Program lojalnościowy – konfiguracja ogólna

Ustawienia ogólne obejmują opcje:

- Nazwa programu – nazwa identyfikująca program lojalnościowy;
- Skrócona nazwa punktów – przyrostek pokazywany w sklepie za ilością punktów (np. 1000 **Pkt**);
- Aktywność – włączenie programu w sklepie;
- Strategia przeterminowania punktów – ta opcja ma 2 wartości:
    - Nigdy – punkty nigdy nie przeterminowują się,
    - Po określonej liczbie dni – punkty będą się przeterminowywać po X dniach od ich naliczenia; w takim przypadku pojawi się dodatkowe pole, w którym trzeba wpisać ilość dni;
- Kontekst zbierania punktów – określenie, czy punkty są zbierane dla kontrahenta (firmy jako całości) czy na poszczególne oddziały danego kontrahenta; implikuje to ilość punktów dostępnych do wydania;
- Przelicznik punktów zarabianych – określenie domyślnej ilości punktów, które klient może otrzymać za 1 PLN zamówienia; dodatkowo można okreslić, czy 1 PLN to wartość netto czy brutto; taka reguła będzie obowiązywała dla kontrahentów, dla których nie ustawiono żadnych dedykowanych reguł; w tej opcji można ustawiać również wartości dziesiętne (np. 1 PLN netto = 0,20 Pkt);

- Przelicznik punktów wydawanych – określenie domyślnej ilości punktów, które kontrahentmusi wydać za 1 PLN wartości produktu; dodatkowo można okreslić, czy 1 PLN to wartość netto czy brutto; taka reguła będzie obowiązywała dla kontrahentów, dla których nie ustawiono żadnych dedykowanych reguł;
- Kwota dopłaty do produktu kupowanego za punkty – jest to kwota netto, jaką musi dopłacić kontrahent, jeżeli kupuje produkt za punkty (może to być na przykład 1 PLN).

3. Reguły

Punkty są naliczane w momencie złożenia zamówienia, ale aktywowane dopiero po jego realizacji – do tego czasu są one traktowane jako *Oczekujące* i nie mogą być wykorzystane w procesie zakupowym.

Reguły zarabiania i wydawania punktów odnoszą się do transakcji zakupowych. Wszystkie reguły posiadają kontekst transakcyjny (magazyn, promocja, dostawa, grupy kontrahentów itd.). Reguły posiadają też kontekst produktowy (etykiety, kategorie) oraz przelicznik.

Jeżeli dla danego kontrahenta nie jest zdefiniowana żadna reguła, obowiązuje reguła domyślna z zakładki *Konfiguracja ogólna.*

3.1. Proces zarabiania punktów

W wyniku transakcji zakupowej naliczane są punkty zwiększające saldo – pod uwagę są brane pozycje, za które użytkownik systemu płaci pieniędzmi. Jeśli produkt nie posiada skonfigurowanego indywidualnego przelicznika punktów (reguły zarabiania), wtedy punkty są naliczane według reguły ogólnej. Jeśli dla danego produktu nie zostanie znaleziona żadna reguła (produkt został wykluczony z zarabiania punktów), wtedy punkty nie zostaną naliczone.

Punkty są obliczane dla każdej pozycji osobno i są liczone z precyzją do dwóch miejsc po przecinku, sumowane i zaokrąglane w dół do liczby całkowitej. Wartość ta powiększa saldo punktowe kontrahenta/oddziału. Wartość punktów za transakcję do czasu finalizacji zamówienia ma status *Oczekujące* i nie może być wykorzystana w procesie zakupowym. Dopiero punkty w statusie *Aktywne* powiększają saldo punktów dostępnych do wydania. Punkty są anulowane, jeżeli zamówenie nie zostało sfinalizowane.

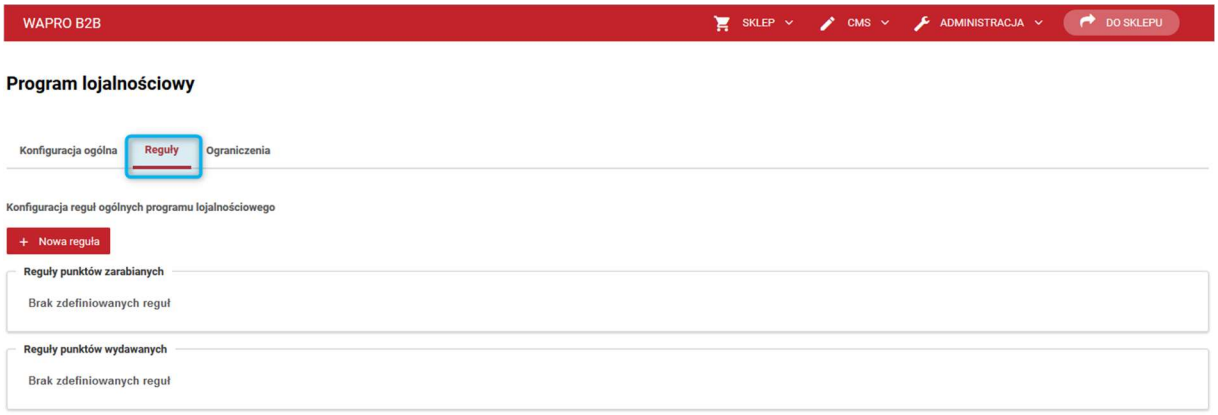
3.2. Proces wydawania punktów

W wyniku transakcji zakupowej naliczane są punkty zmniejszające saldo punktowe klienta. Jeśli produkt nie posiada indywidualnej reguły wydawania punktów, wtedy punkty są przeliczane według reguły ogólnej. Punkty są obliczane dla każdej pozycji osobno i są liczone z precyzją do dwóch miejsc po przecinku, sumowane i zaokrąglane w dół do liczby całkowitej.

W ramach procesu „zakupu” za punkty można także wybrać nagrody – produkty z osobnej oferty. Nagrody muszą mieć określoną liczbę punktów, za które można je nabyć. Produkty te mogą być dostępne wyłącznie za punkty lub za punkty plus określoną w regułach kwotę (np. 1 PLN).

3.3. Definicja reguły programu lojalnościowego

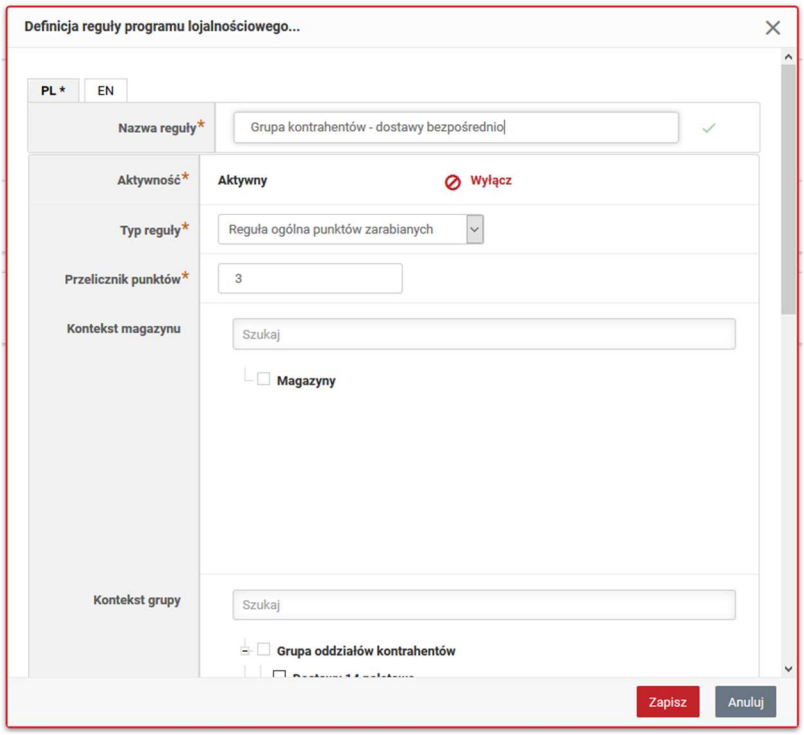
W programie lojalnościowym można ustanawiać wiele reguł dotyczących zarówno zarabiania punktów przez kontrahenta lub oddział, jak i ich wydawania. Reguły programu lojalnościowego dodaje się w zakładce *Reguły* w module Programu Lojalnościowego.



Rys. 3 Program lojalnościowy – reguły

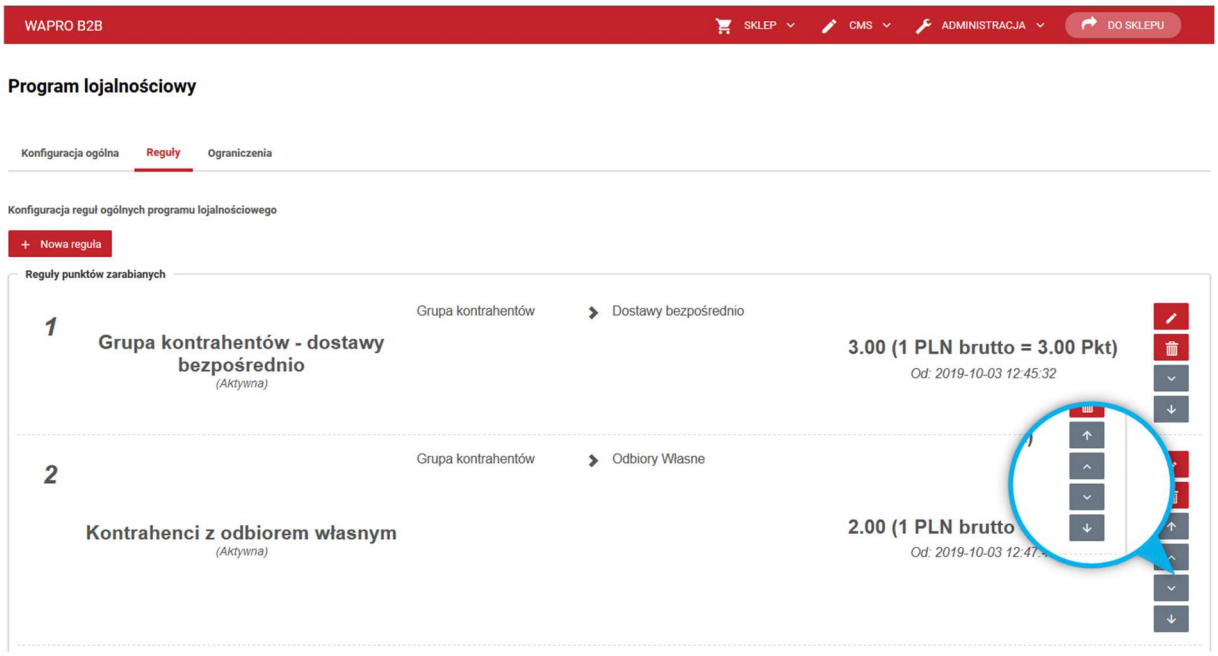
Przy dodawaniu reguły wyznaczane są poniższe opcje:

- Nazwa reguły – nazwa definiująca regułę programu lojalnościowego; nie jest ona widoczna w sklepie;
- Aktywność – włączenie/wyłączenie reguły w sklepie;
- Typ reguły – określenie, czy reguła dotyczy punktów zarabianych przez kontrahenta/oddział kontrahenta czy wydawanych;
- Kontekst magazynu – zawężenie do zamówień z określonego magazynu (jeżeli występuje więcej niż jeden magazyn);
- Kontekst grupy oddziałów kontrahentów – zawężenie listy oddziałów kontrahentów do uwzględnionych w regule;
- Kontekst etykiety – zawężenie reguły do określonych etykiet produktów (np. Bestseller, Nowość);
- Kontekst kategorii – zawężenie reguły do określonych kategorii produktowych (np. Soki, Aparaty kompaktowe);
- Od – początkowa data obowiązywania reguły – domyślnie ustawia się bieżąca data i godzina;
- Do – końcowa data obowiązywania reguły – jeżeli jest pusta, wtedy reguła jest bezterminowa.



Rys. 4 Program lojalnościowy – definicja reguły dedykowanej

Reguły mają priorytety – jeżeli dany oddział kontrahenta/produkt spełnia kryteria kilku reguł, wtedy brana jest pod uwagę tylko reguła o najwyższym priorytecie. Aby zmienić priorytet reguły, należy skorzystać z ikon znajdujących się na prawej stronie okna z listą reguł.



Rys. 5 Program lojalnościowy – zmiana kolejności reguł

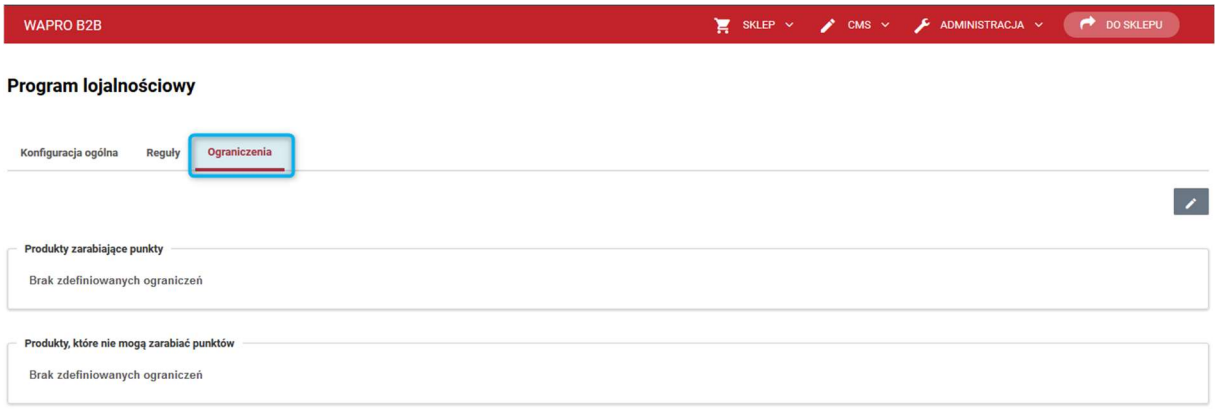
3.4. Ograniczenia w zakresie produktów/klientów programu lojalnościowego

Moduł *Program Lojalnościowy* umożliwia dodanie ograniczeń w postaci wyznaczenia listy produktów lub klientów, którzy mogą lub nie mogą brać udziału w programie lojalnościowym. Ograniczenia nie odnoszą się do konkretnej reguły programu, ale do całego programu.

W ten sposób można wyznaczyć listę:

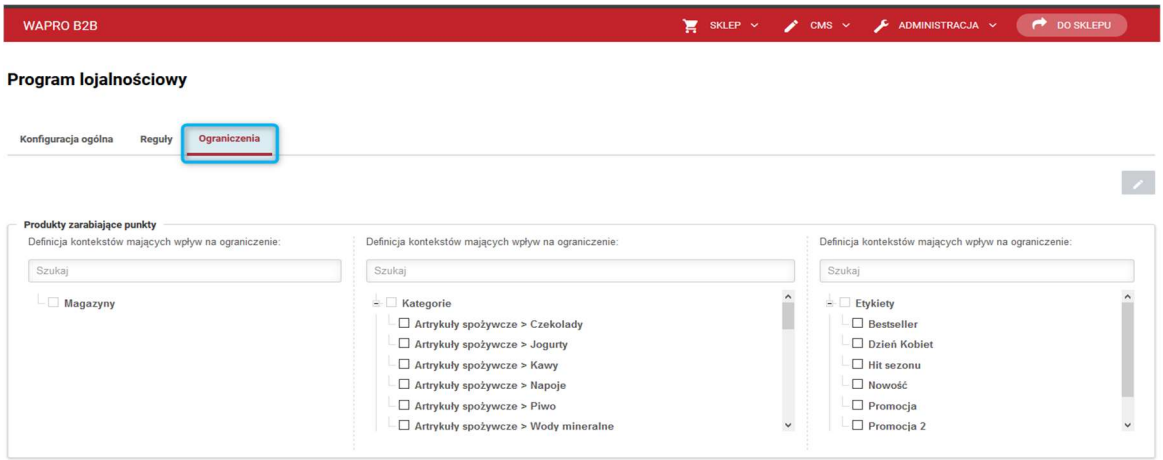
- produktów (etykiet lub kategorii), które biorą udział w zarabianiu lub wydawaniu punktów;
- produktów (etykiet lub kategorii), które nie mogą brać udziału w zarabianiu lub wydawaniu punktów;
- produktów (etykiet lub kategorii), które są nagrodami w programie lojalnościowym;
- klientów, którzy mogą korzystać z programu lojalnościowego;
- klientów wyłączonych z udziału w programie lojalnościowym.

Listę ograniczeń definiuje się w zakładce *Ograniczenia*:



Rys. 6 Program lojalnościowy – ograniczenia

Poszczególne ograniczenia definiuje się poprzez definicję kontekstów mających wpływ na ograniczenie, np. w zakresie produktów zarabiających punkty.

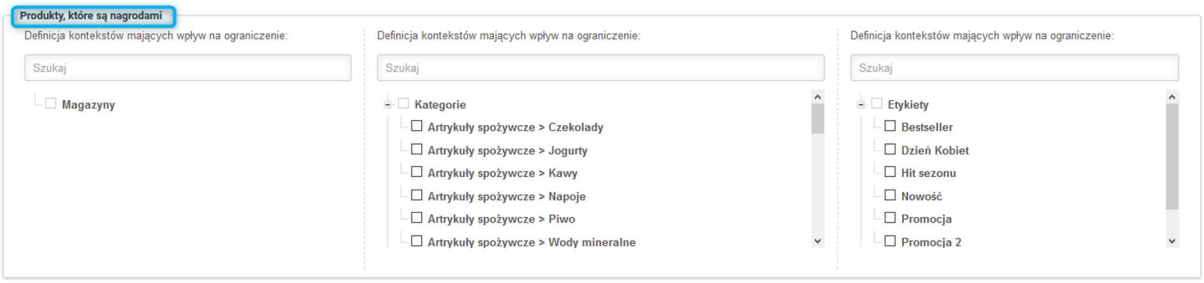


Rys. 7 Program lojalnościowy – definicja ograniczeń (produkty zarabiające punkty)

3.4.1. Definicja nagród w programie lojalnościowym

Szczególnym przypadkiem ograniczeń są produkty definiowane jako nagrody. Takie produkty:

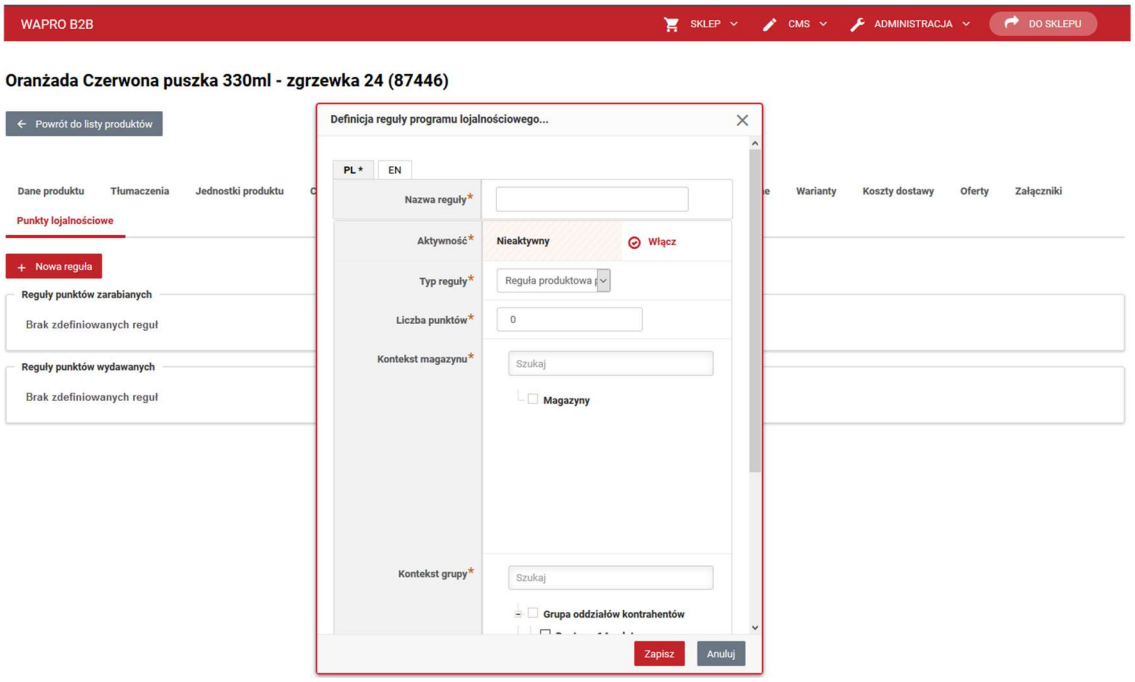
- mogą być zamawiane za punkty lub za punkty z dopłatą;
- pojawią się w module *Nagrody,* o ile ten został dodany do sklepu np. w menu głównym (patrz. Miejsce prezentacji programu lojalnościowego w sklepie).



Rys. 8 Program lojalnościowy – definicja nagród

3.5. Definiowanie reguł dotyczących pojedynczych produktów

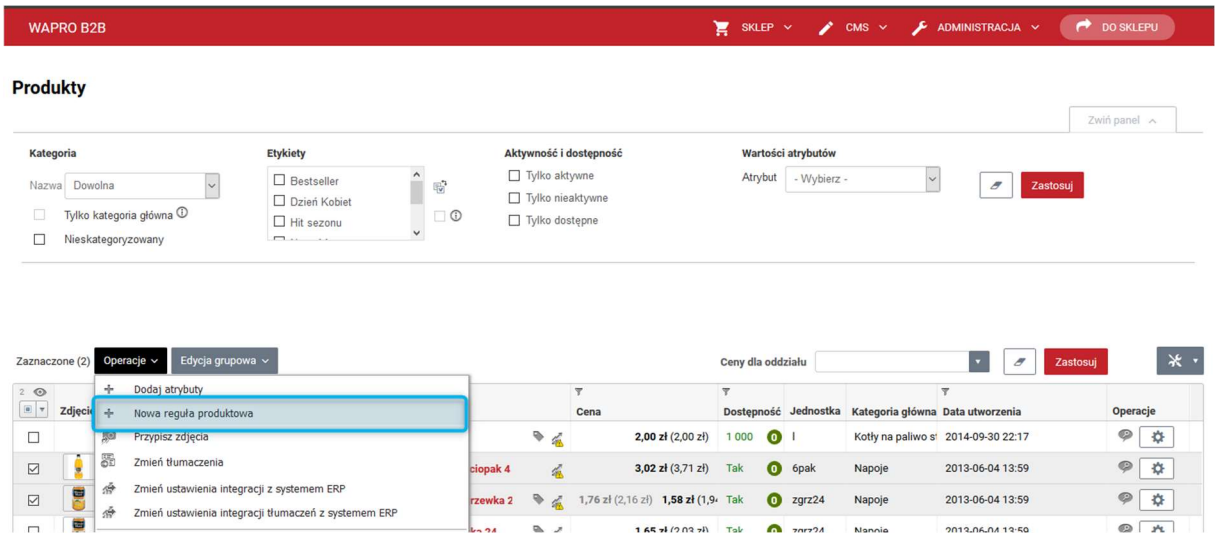
W module *Program lojalnościowy* można dodawać ograniczenia dla wszystkich produktów z określonego magazynu, należących do określonej kategorii lub etykiety. Istnieje jednak możliwość ustawienia dedykowanych reguł dla pojedynczych produktów. W tym celu należy wejść do menu Sklep → Asortyment → Produkty, przejść do zakładki *Punkty lojalnościowe* i zdefiniować odpowiednie reguły dla zarabiania i/lub wydawania punktów w sposób analogiczny, jak w zakładce *Reguły* dla programu lojalnościowego.



Rys. 9 Definiowanie dedykowanej reguły dla pojedynczego produktu

Jeżeli dla danego produktu i klienta są zdefiniowane 2 reguły: dedykowana dla produktu i dedykowana dla kategorii/etykiety – wyższy priorytet ma reguła dedykowana dla produktu.

Aby zdefiniować tę samą regułę dla wielu produktów, na liście produktów należy wybrać opcję Operacje → Nowa reguła produktowa.



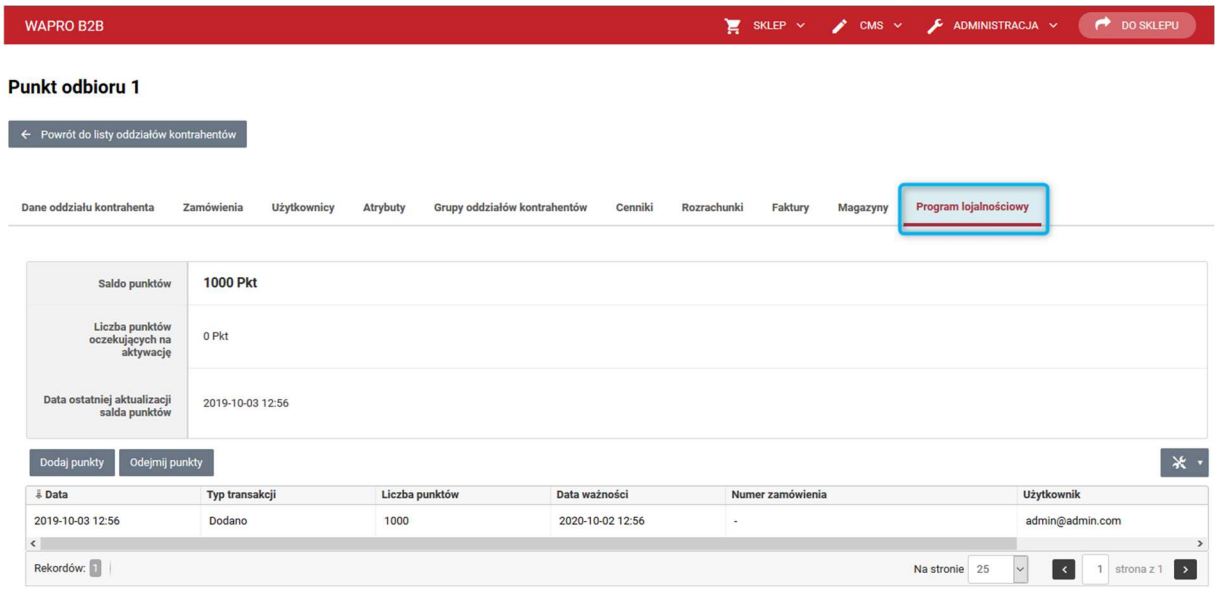
Rys. 10 Definiowanie dedykowanej reguły dla wielu produktów

4. Zarządzanie punktami kontrahentów

4.1. Przegląd salda punktów u danego kontrahenta/oddziału kontrahenta

Panel administracyjny **Wapro B2B** umożliwia przegląd salda i szczegółów naliczania/wygasania punktów dla danego kontrahenta/oddziału kontrahenta.

W Panelu administracyjnym należy wejść do Sklep → Sprzedaż → Oddziały kontrahenta albo Sklep → Sprzedaż → Kontrahenci (wybór kontrahent vs oddział kontrahenta zależy od parametru *Kontekst zbierania punktów* w ustawieniach ogólnych Programu lojalnościowego), a następnie wejść w kartę danego kontrahenta/oddział, a następnie w zakładkę *Program lojalnościowy.*



Rys. 11 Oddział kontrahenta – przegląd salda punktów

Zakładka z saldem punktów zawiera informacje:

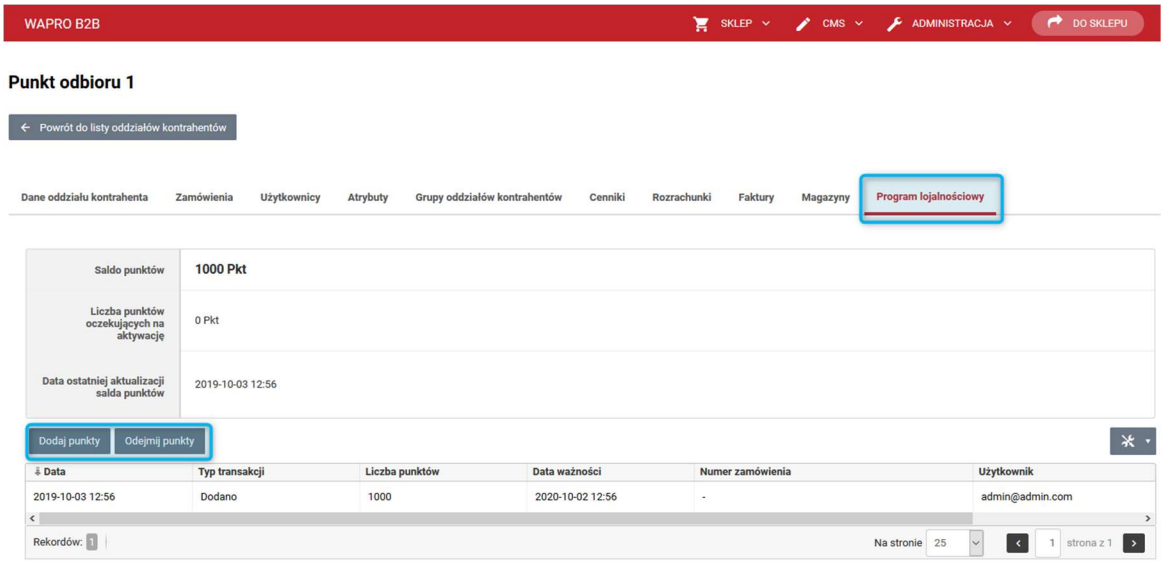
- saldo punktów – ilość punktów dostępnych do wykorzystania;
- liczba punktów oczekujących na aktywację – ilość punktów pochodzących z wykonanych, ale jeszcze nie sfinalizowanych zamówień;
- data ostatniej aktualizacji salda punktów – data ostatniej transakcji, która miała wpływ na zmianę liczby punktów;
- tabelę z transakcjami, które miały wpływ na zwiększenie lub zmniejszenie punktów – mogą to być zamówienia, ręczna zmiana salda w Panelu administracyjnym **Wapro B2B** lub informacja o zmianie salda pochodząca z systemu zewnętrznego. Tabela zawiera informacje:
    - data – data rejestracji transakcji,
    - typ transakcji – zwiększająca lub zmniejszająca saldo punktów,
    - liczba punktów – ilość punktów w ramach transakcji,

- data ważności – jeżeli w programie lojalnościowym ustawiono opcję przedawniania się punktów, wtedy jest to data, kiedy określona ilość punktów straci swoją ważność,
- numer zamówienia – jeżeli saldo punktów zmienia się w wyniku złożenia zamówienia, system wyświetli link do tego zamówienia,
- użytkownik – w przypadku ręcznej zmiany salda w tym miejscu znajduje się informacja o tym, kto dokonał zmiany,
- komentarz – informacja dot. powodu ręcznej zmiany salda punktów.

4.2. Ręczna zmiana salda punktów

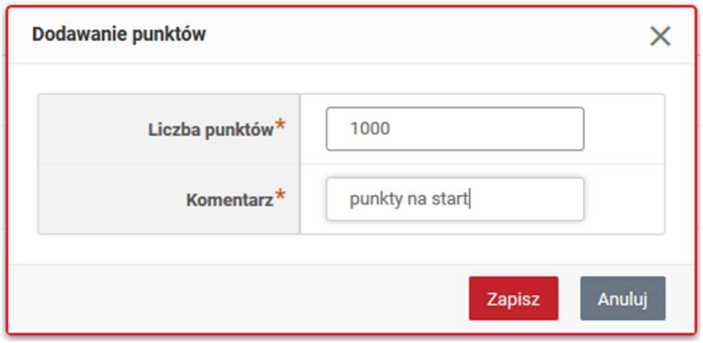
W większości przypadków kontrahenci lub oddziały kontrahentów uzyskują punkty za zrealizowanie zamówienia. W Panelu administracyjnym operatorzy mogą ręcznie dodać lub odjąć punkty danemu kontrahentowi/oddziałowi kontrahenta. Punkty dodane w ten sposób są od razu aktywne i można je wykorzystać w procesie zakupowym.

Aby dodać punkty ręcznie, należy wejść w kartę kontrahenta lub oddziału kontrahenta i wybrać zakładkę *Program lojalnościowy*.



Rys. 12 Kontrahent – ręczne dodanie produktów programu lojalnościowego

Po kliknięciu w przyciski *Dodaj punkty* lub *Odejmij punkty*, pojawi się okno, w którym należy wpisać ilość punktów i komentarz:



Rys. 13 Klient – ręczna zmiana salda punktów w Programie lojalnościowym

5. Program lojalnościowy w sklepie

Moduły dotyczące programu lojalnościowego w sklepie to:

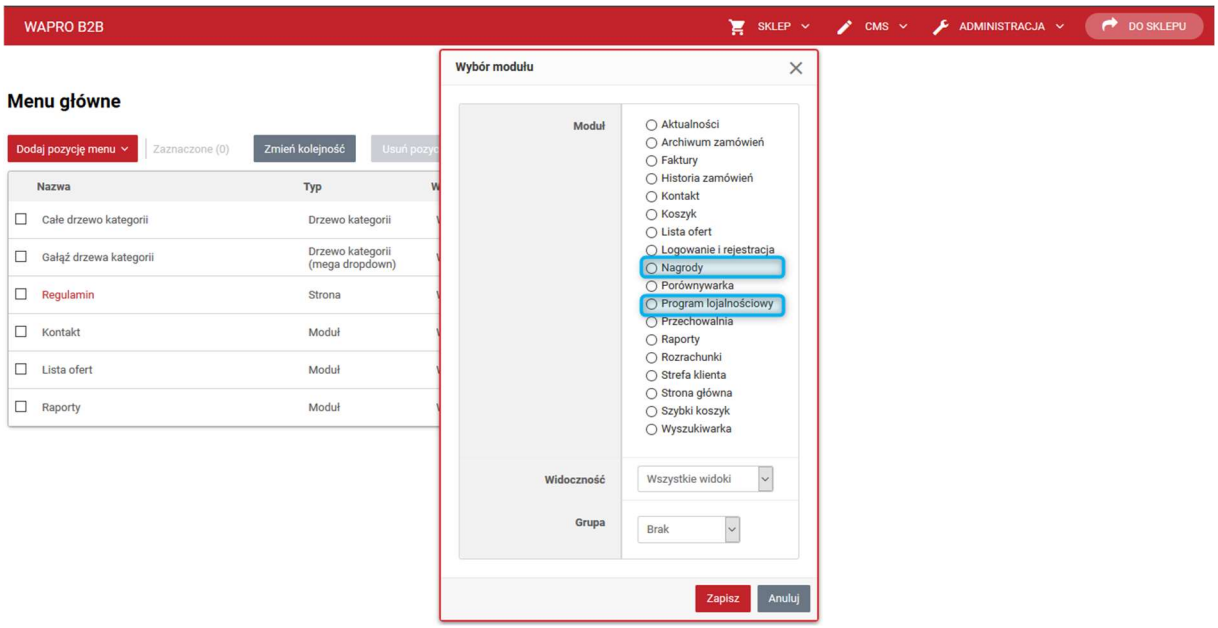
- Program lojalnościowy – pokazujący saldo punktów oraz historię ich zarabiania i wydawania;
- Nagrody – moduł z listą nagród i możliwością ich zamówienia.

5.1. Miejsce prezentacji programu lojalnościowego w sklepie

Moduły *Program lojalnościowy* i *Nagrody* można pokazać:

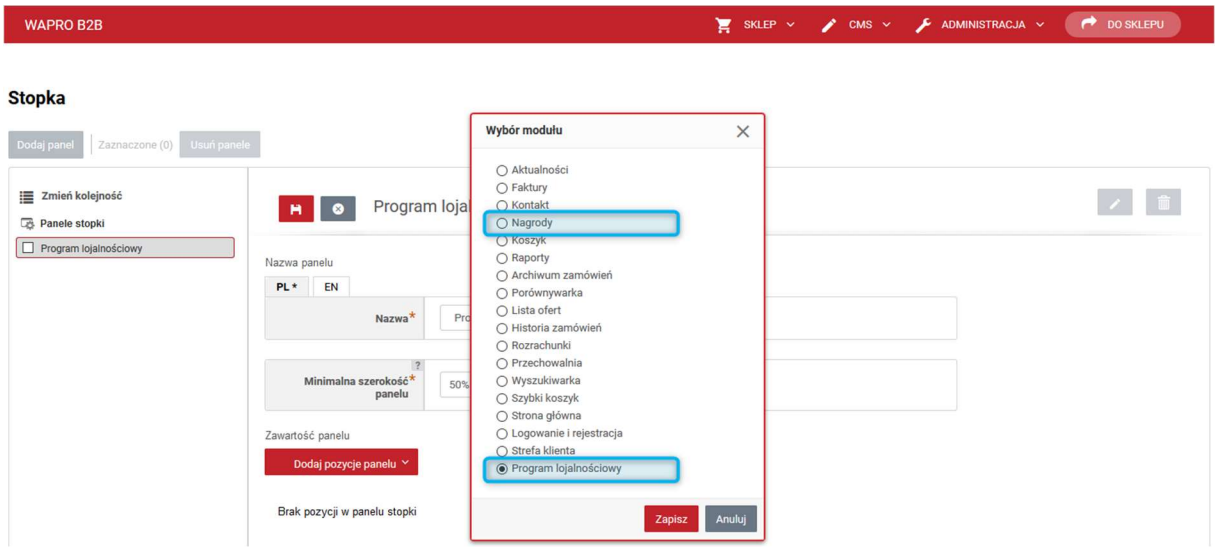
- jako moduł w menu głównym;
- jako odnośnik do mogułu w stopce.

Aby pokazać moduły Programu lojalnościowego w menu głównym, należy w Panelu administracyjnym w module CMS → Konfiguracja układu RWD → Menu główne dodać pozycję menu – moduł i wybrać odpowiedni moduł z listy.



Rys. 14 Moduły Program Lojalnościowy i Nagrody w sklepie – menu główne

Aby pokazać moduły Programu lojalnościowego w stopce, należy w Panelu administracyjnym w module CMS → Konfiguracja układu RWD → Stopka dodać panel lub do istniejącego panelu dodać pozycję panelu (np. Zamówienia), a następnie dodać powyższe moduły jako elementy tego panelu.



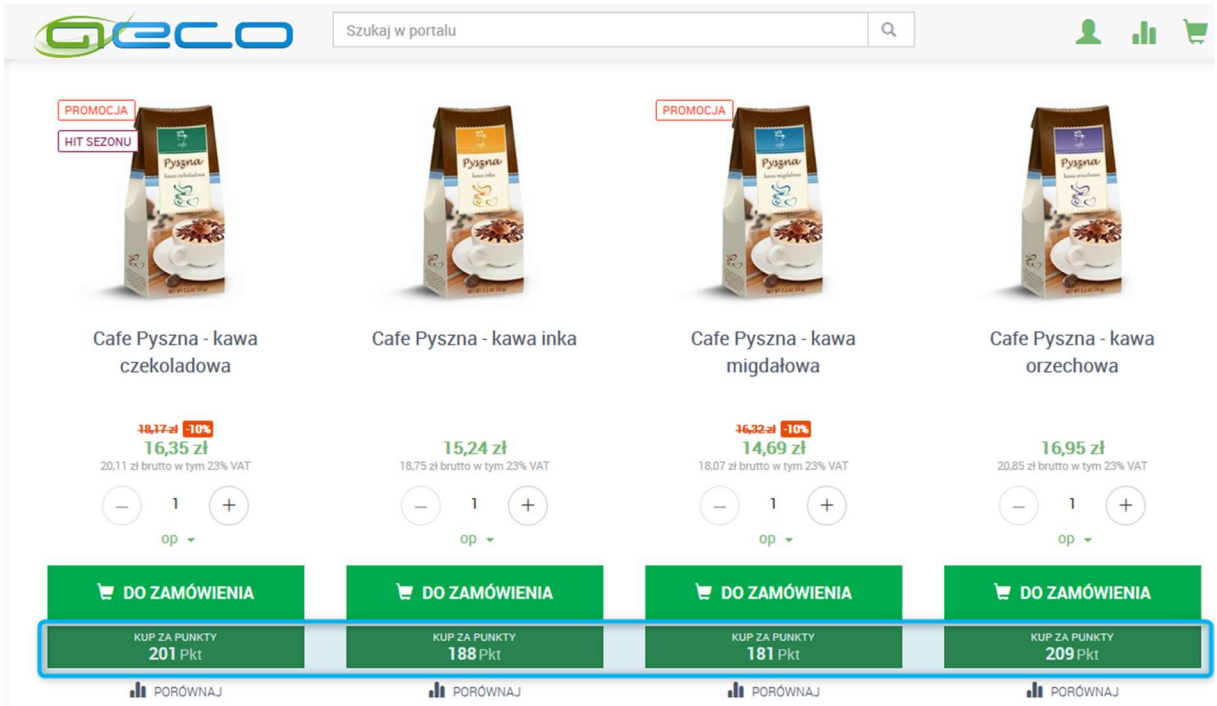
Rys. 15 Moduły Program Lojalnościowy i Nagrody w sklepie – stopka

5.2. Widok programu lojalnościowego w sklepie

W sklepie Program lojalnościowy został zaprezentowany na kilka sposobów.

5.2.1. Zakup produktów za punkty

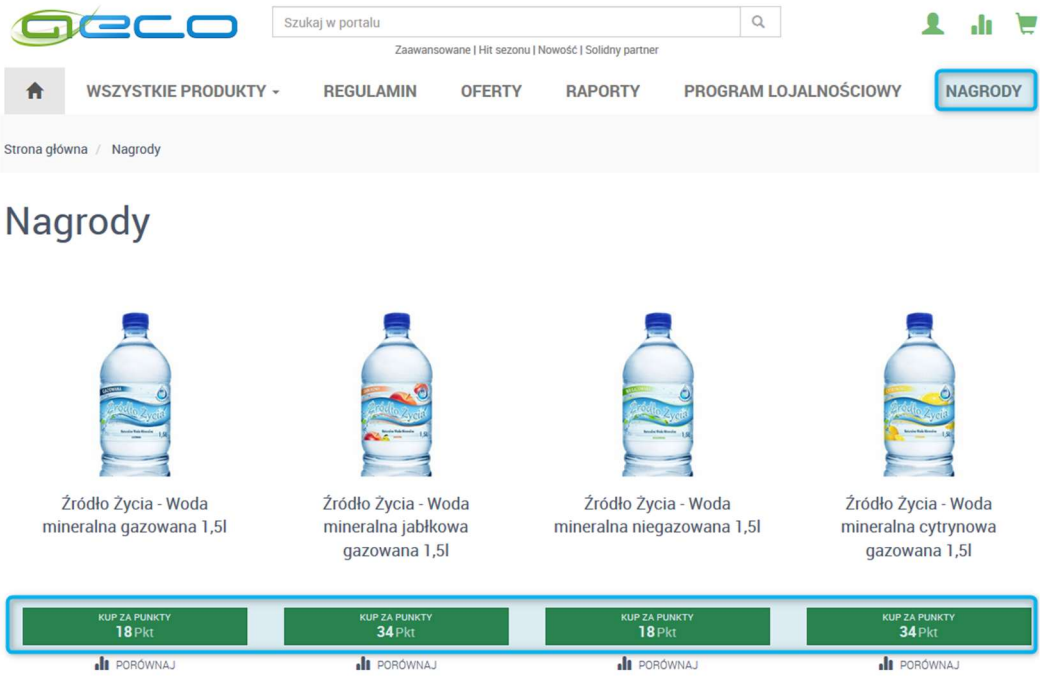
Produkty, dla których zdefiniowano reguły wydawania (i nie są nagrodami), można kupić zarówno za punkty, jak i w sposób tradycyjny.



Rys. 16 Sklep – zakup produktów za punkty

5.2.2. Wybór nagród za punkty

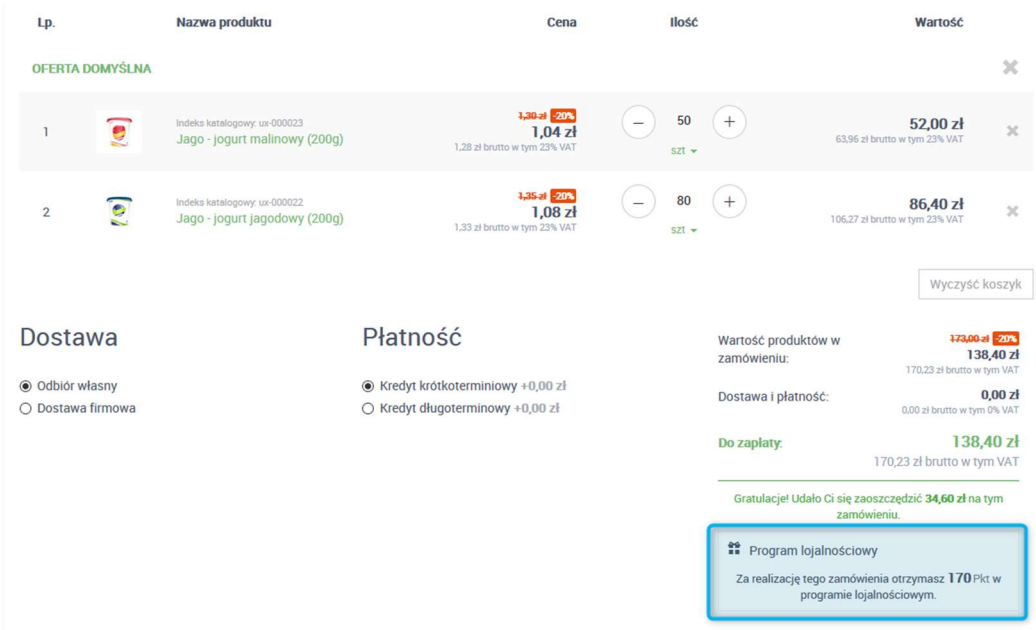
Lista nagród znajduje się w osobnym module *Nagrody.* Takie produkty można kupić tylko za punkty



Rys. 17 Sklep – wybór nagród za punkty

5.2.3. Punkty za transakcję

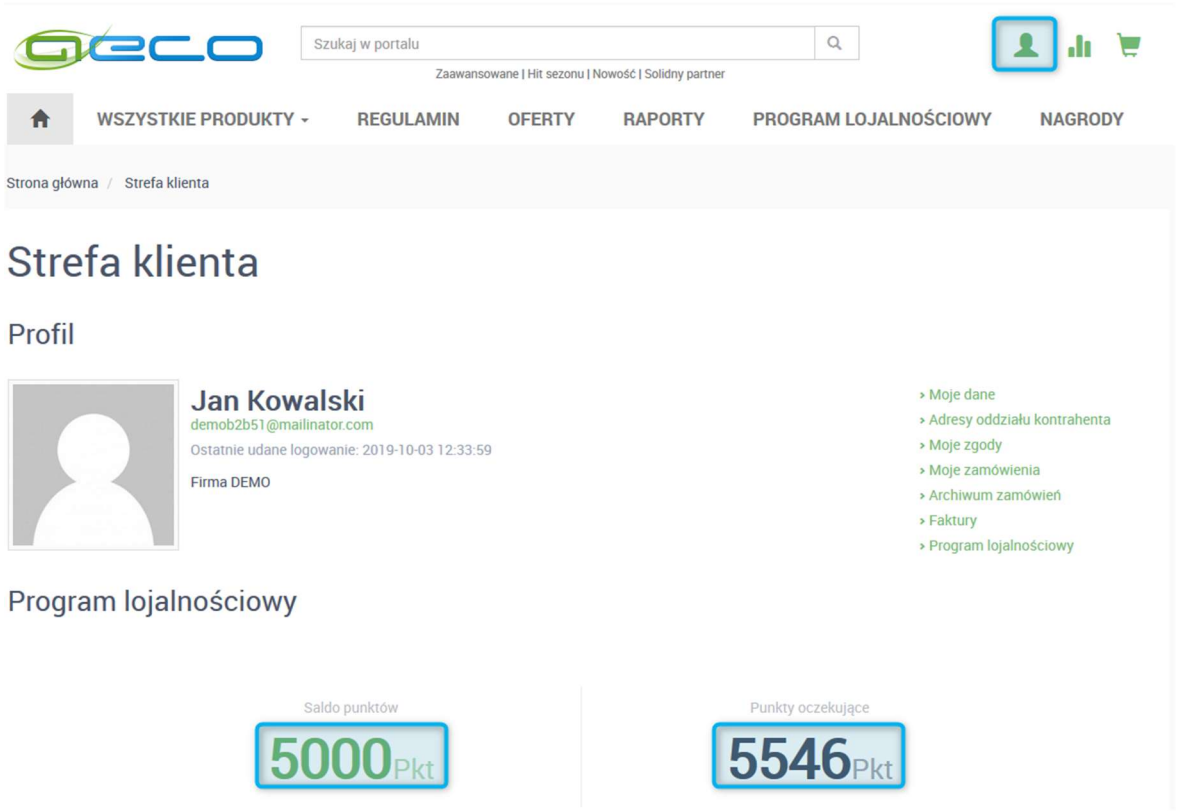
Jeżeli dla danego odddziału i zamawianych produktów zdefiniowano regułę zarabiania punktów, wtedy w koszyku pojawia się łączna wartość otrzymanych punktów.



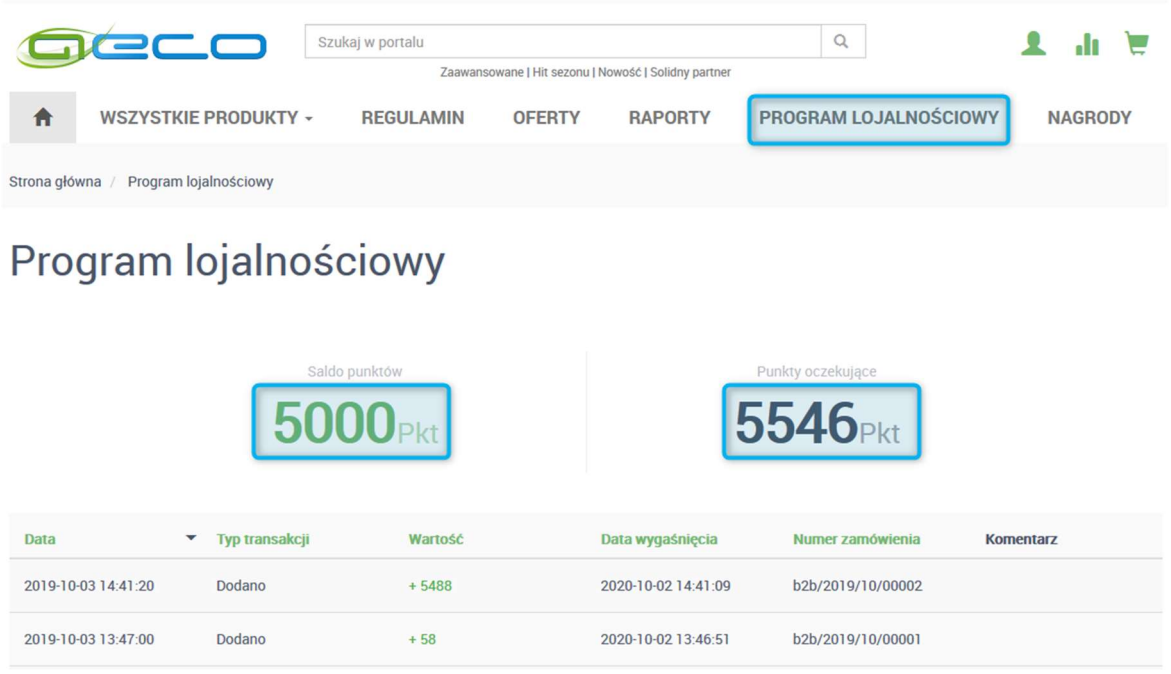
Rys. 18 Sklep – koszyk – informacja o punktach za transakcję

5.2.4. Saldo punktów

Użytkownik jest informowany o saldzie punktów (aktywnych oraz oczekujących) w dwóch miejscach: Strefie klienta oraz w module Program lojalnościowy – można je zaprezentować w Menu głównym na stronie sklepu lub jako odnośnik w stopce.



Rys. 19 Sklep – strefa klienta – saldo punktów



Rys. 20 Sklep – moduł Program lojalnościowy

6. Przykłady użycia

6.1. Konfiguracja ogólna – wspólne reguły dla wszystkich oddziałów kontrahentów i produktów

6.1.1. Opis

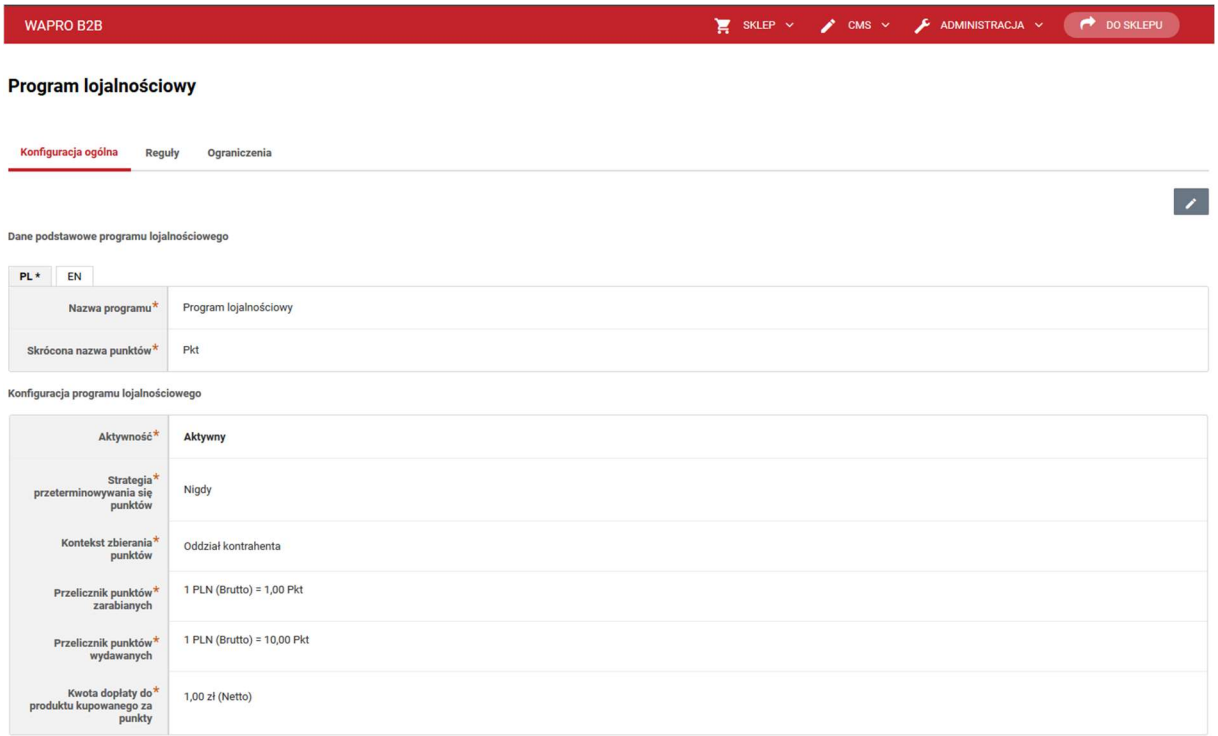
Firma SuperSales wprowadza Program lojalnościowy u swoich kontrahentów. W pierwszym etapie zasady programu są uproszczone i obejmują wszystkie oddziały kontrahentów i produkty.

Zarabianie punktów: 1 PLN wartości zamówienia = 1 punkt w programie.

Wydawanie punktów: 1 PLN = 10 punktów.

6.1.2. Konfiguracja w Panelu administracyjnym

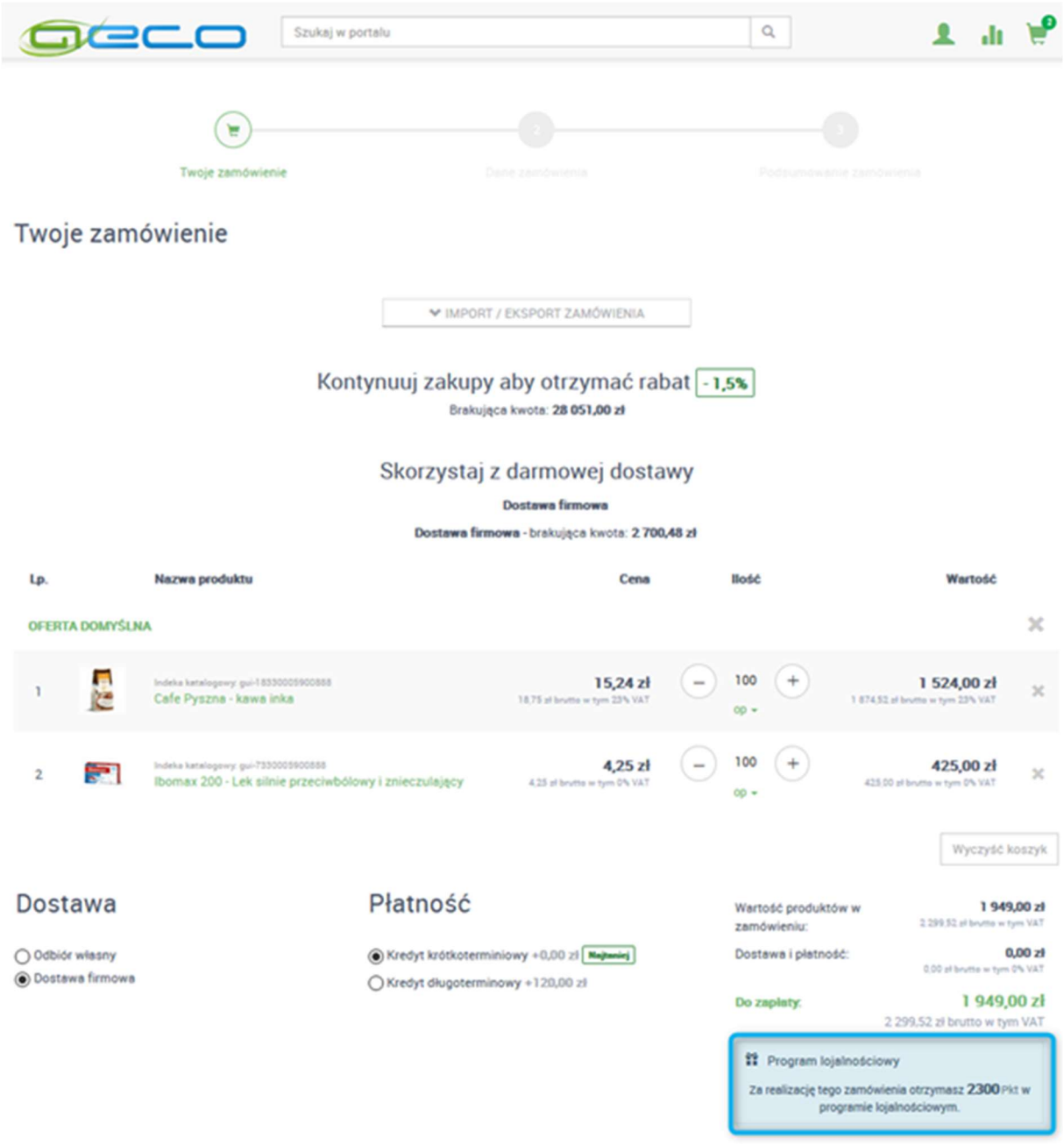
Wystarczy wypełnić zakładkę *Konfiguracja ogólna:*



Rys. 21 Przykład użycia – konfiguracja ogólna

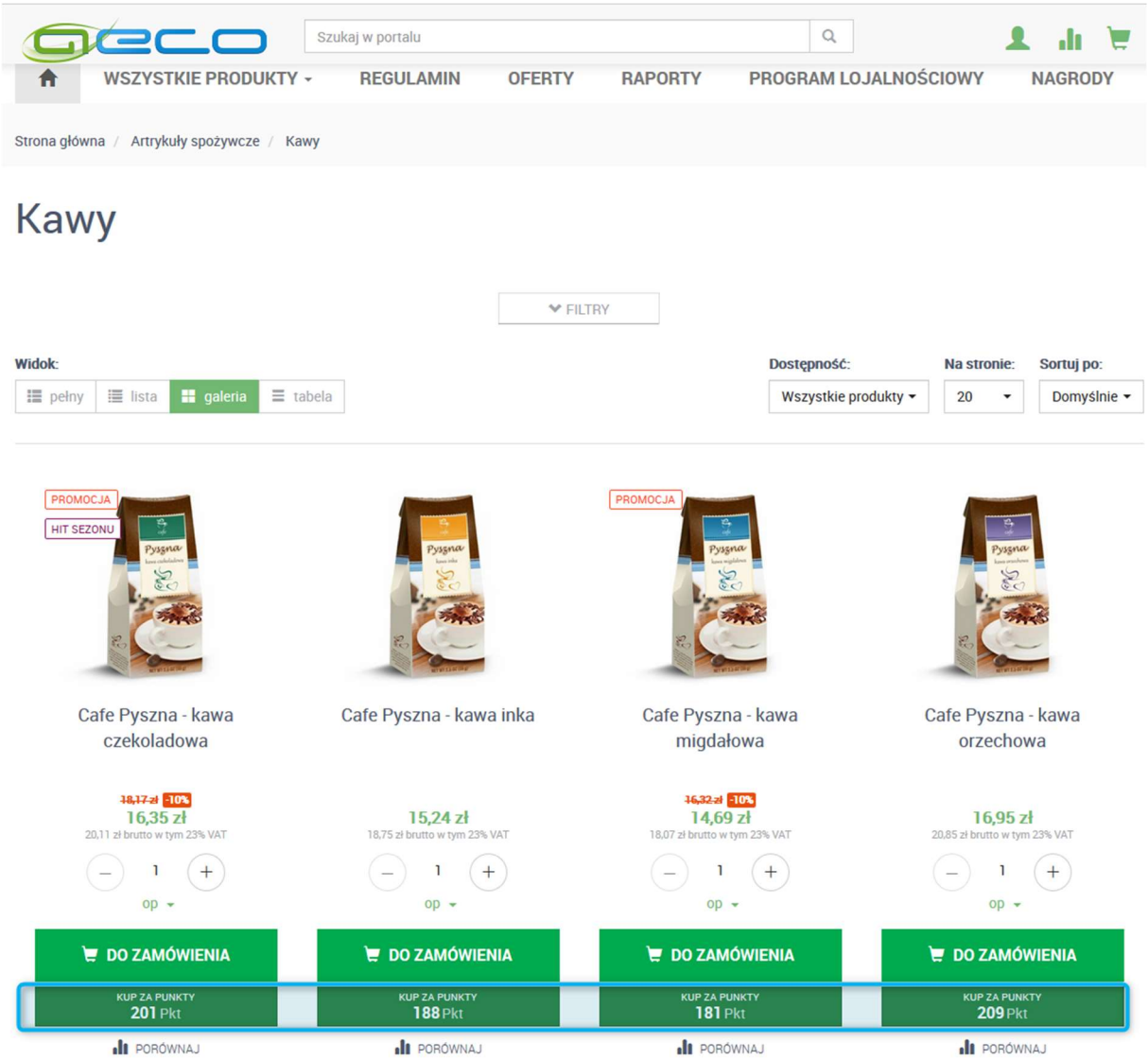
6.1.3. Efekt w sklepie

Po skompletowaniu zamówienia, w koszyku pojawi się informacja o łącznej liczbie punktów uzyskanych w ramach składanego zamówienia. W omawianym przykładzie, niezależnie od kontrahenta i produktu, 1 PLN = 1 punkt, dlatego w poniższym zamówieniu 2299,52 PLN wartości brutto zamówienia = 2300 punktów.



Rys. 22 Przykład użycia – realizacja w sklepie – naliczenie punktów w koszyku

W zakresie wydawania punktów, niezależnie od kontrahenta i produktu, zawsze ilość punktów będzie taka sama, zgodna z regułą ogólną. W tym przypadku 1 PLN = 10 punktów (ilość punktów jest zaokrąglana do góry).



Rys. 23 Przykład użycia – realizacja w sklepie – zakup towarów za punkty

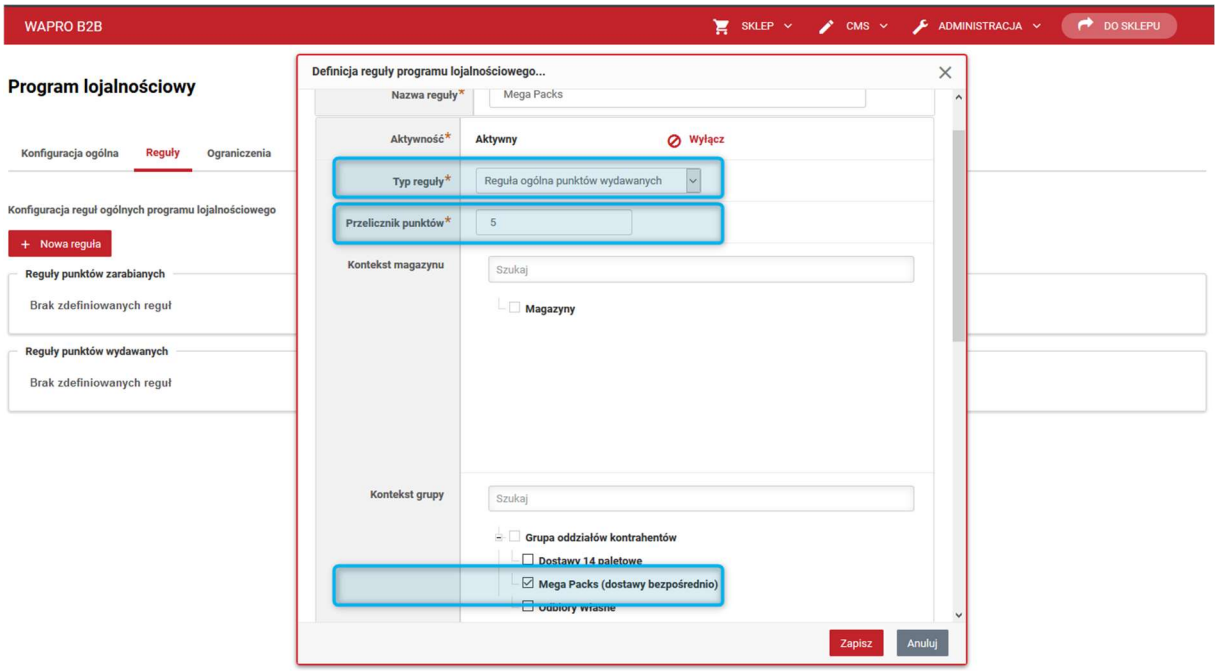
6.2. Reguły zarabiania i wydawania punktów – kategoryzacja kontrahentów (grupy oddziałów kontrahentów)

6.2.1. Opis

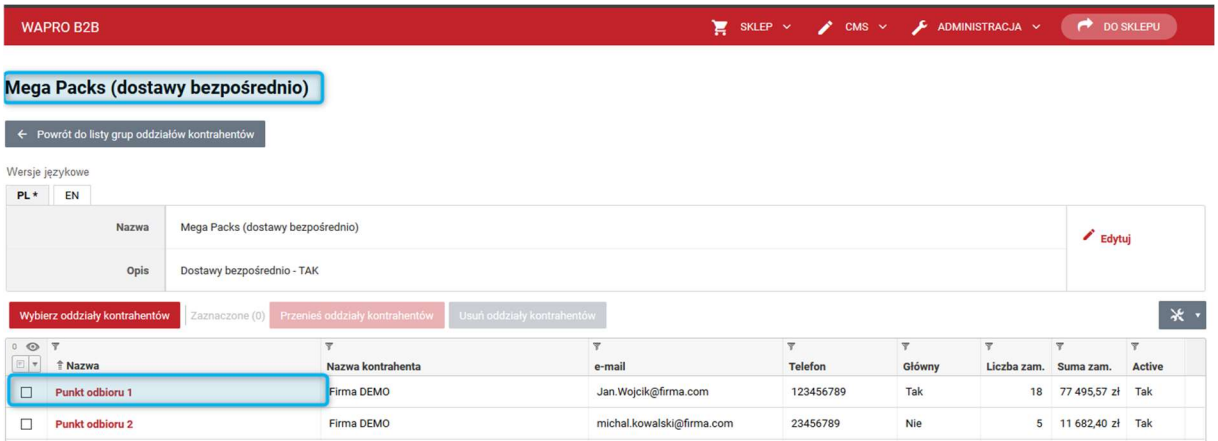
W kolejnym etapie firma SuperSales dodaje specjalny warunek dla oddziałów kontrahentów z grupy Mega Packs. Dla oddziałów z tej grupy reguła wydawania punktów zmienia przelicznik punktów z 10 na 5, co skutkuje tym, że oddziały te mogą zakupić produkty za mniejszą ilość punktów. Pozostałych kontrahentów obowiązują ogólne reguły z poprzedniego przykładu.

6.2.2. Konfiguracja w Panelu administracyjnym

Aby ustawić osobny przelicznik punktów dla wybranej grupy oddziałów kontrahentów, należy skorzystać z zakładki *Reguły* (zakładka *Konfiguracja ogólna* została wypełniona na wcześniejszym etapie).



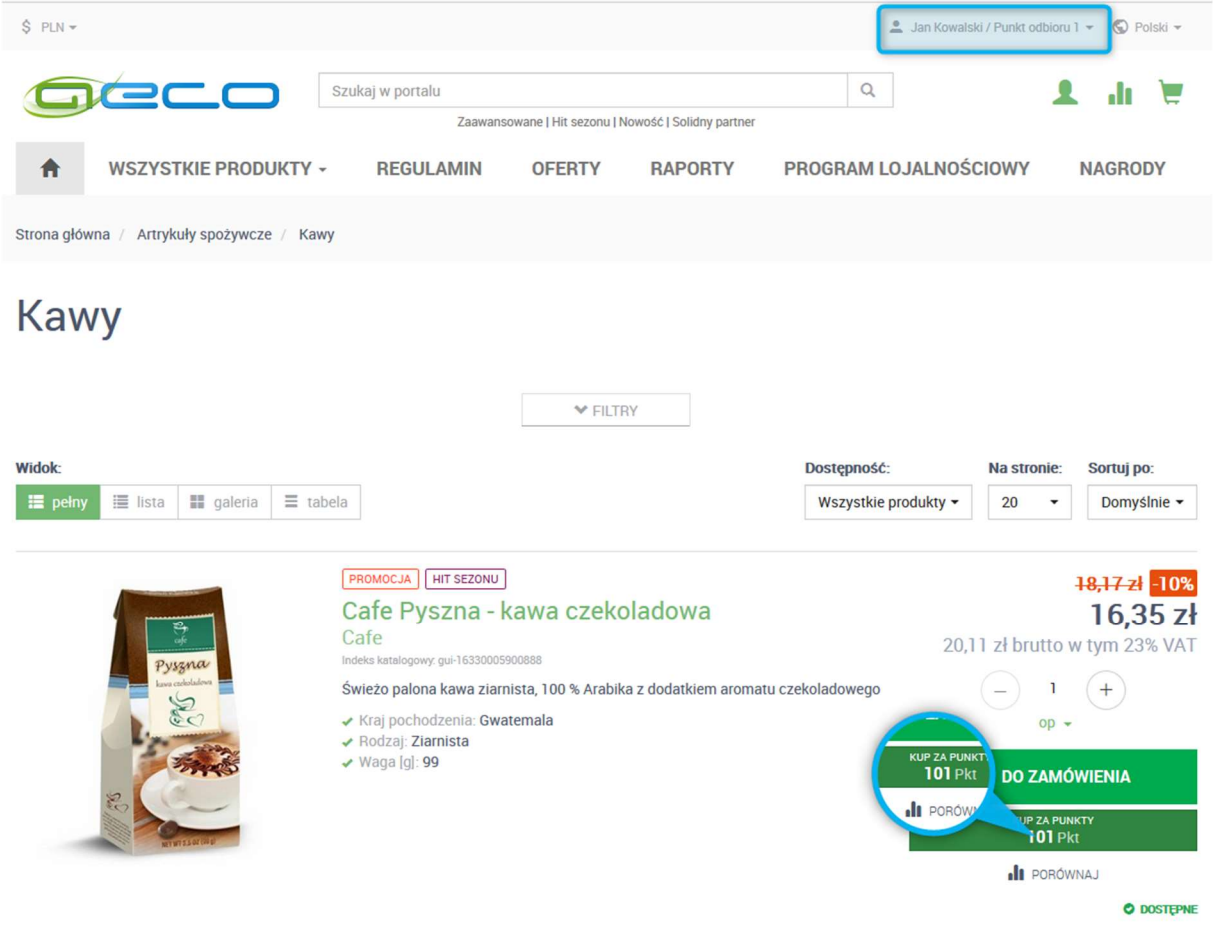
Rys. 24 Przykład użycia – nowy przelicznik dla grupy oddziałów – konfiguracja w Panelu administracyjnym



Rys. 25 Przykład użycia – grupa oddziałów z nowym przelicznikiem

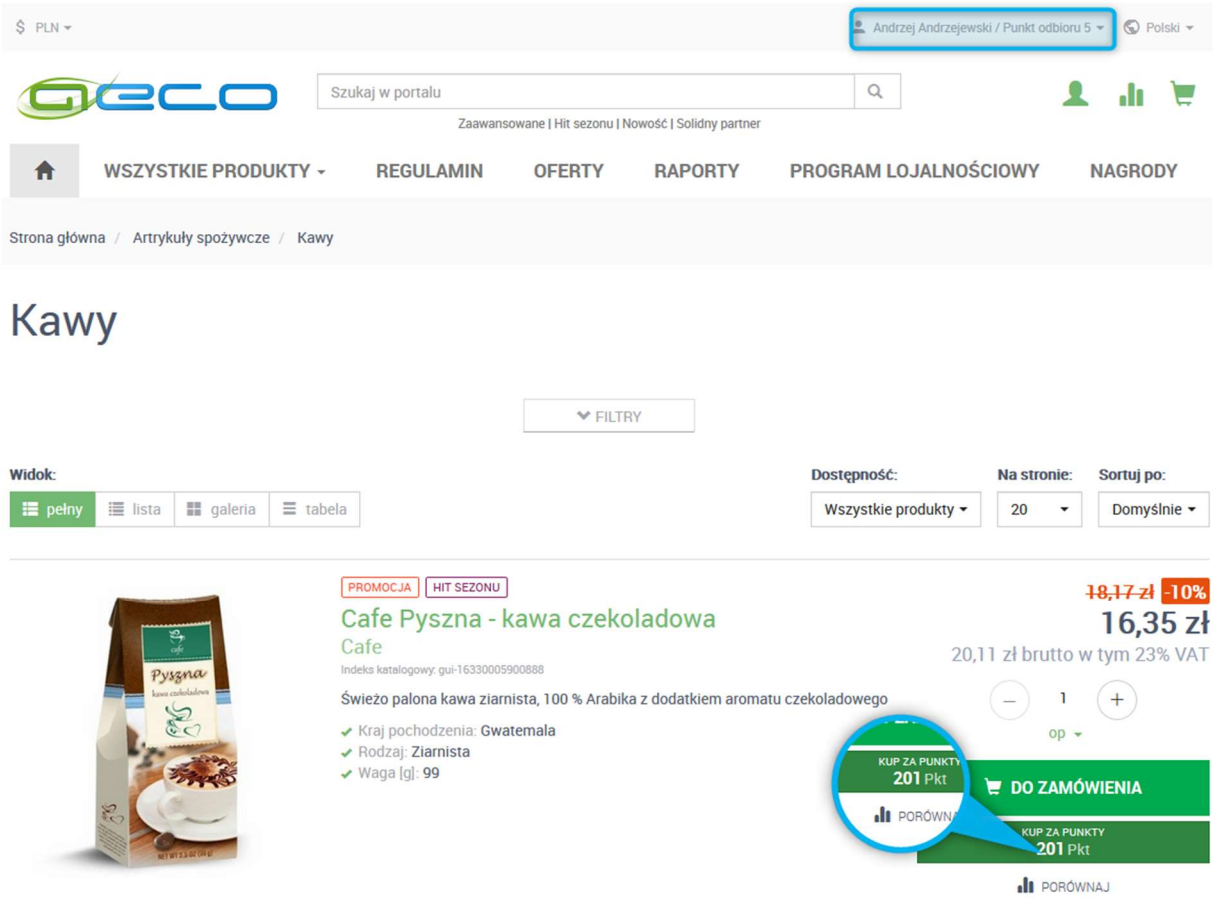
6.2.3. Efekt w sklepie

Ten sam produkt, za który w punktach należy zapłacić 10 punktów za 1 PLN, dla użytkownika oddziału z grupy Maga Packs jest dostępny w przeliczniku 5 punktów za 1 PLN.



Rys. 26 Przykład użycia – nowy przelicznik dla oddziału z wybranej grupy – widok w sklepie

Dla użytkownika z oddziału, który nie należy do grupy Mega Packs, ten sam produkt jest dostępny w przeliczniku 10 punktów za 1 PLN.



Rys. 27 Przykład użycia – przelicznik dla oddziału spoza wybranej grupy – widok w sklepie

6.3. Reguły dotyczące produktów

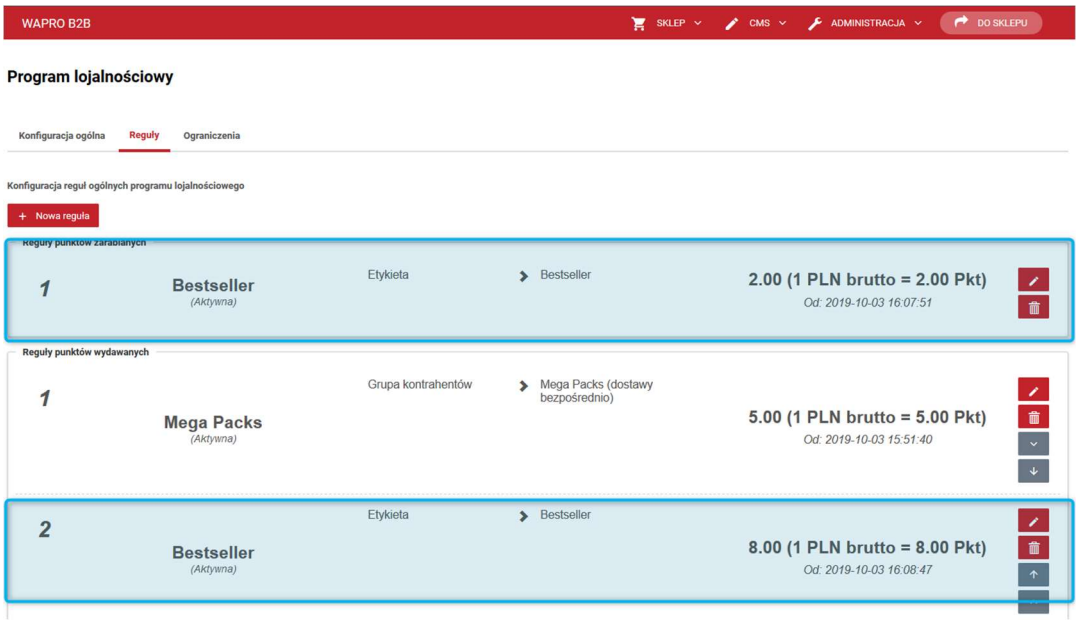
6.3.1. Opis

Oprócz dedykowanych warunków dla grupy Mega Packs, firma SuperSales postanowiła dodać specjalny warunek dla produktów oznaczonych etykietą *Bestseller*. W przypadku takich produktów zmieniona została reguła zarabiania punktów. Za zakup produktów oznaczonych etykietą *Bestseller* za 1 PLN wartości produktów oddział/kontrahent otrzymuje 2 punkty (ogólne warunki: 1 PLN = 1 punkt). Natomiast reguła wydawania punktów na zakup produktów z etykietą *Bestseller* dla kontrahentów spoza grupy Mega Packs została zmieniona na przelicznik 1 PLN = 8 punktów (ogólny przelicznik dla pozostałych produktów 1 PLN = 10 punktów). W przypadku kontrahentów z grupy Mega Packs pozostaje korzystniejszy warunek, gdzie 1 PLN jest przeliczany na 5 punktów.

6.3.2. Konfiguracja w Panelu administracyjnym

Aby uzyskać cel zdefiniowany w opisie, należy w zakładce *Reguły* dodać dwie reguły:

1. Regułę punktów zarabianych – kontekst: etykieta *Bestseller*, przelicznik 2.
2. Regułę punktów wydawanych – kontekst: etykieta *Bestseller*, przelicznik 8.

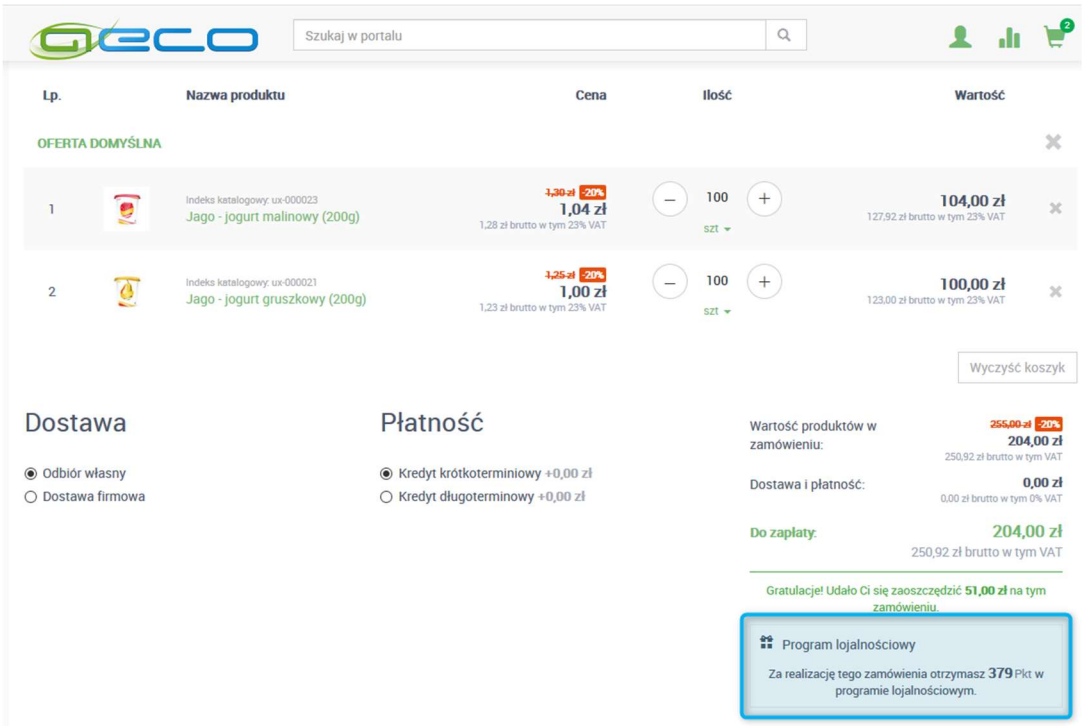


Rys. 28 Przykład użycia – reguły dla grupy produktów – konfiguracja w Panelu administracyjnym

Należy zwrócić uwagę, że reguła *Bestseller* dla punktów wydawanych ma niższy priorytet niż reguła *Mega Packs,* aby oddziały kontrahentów z grupy Mega Packs miały korzystniejsze warunki zakupu produktów.

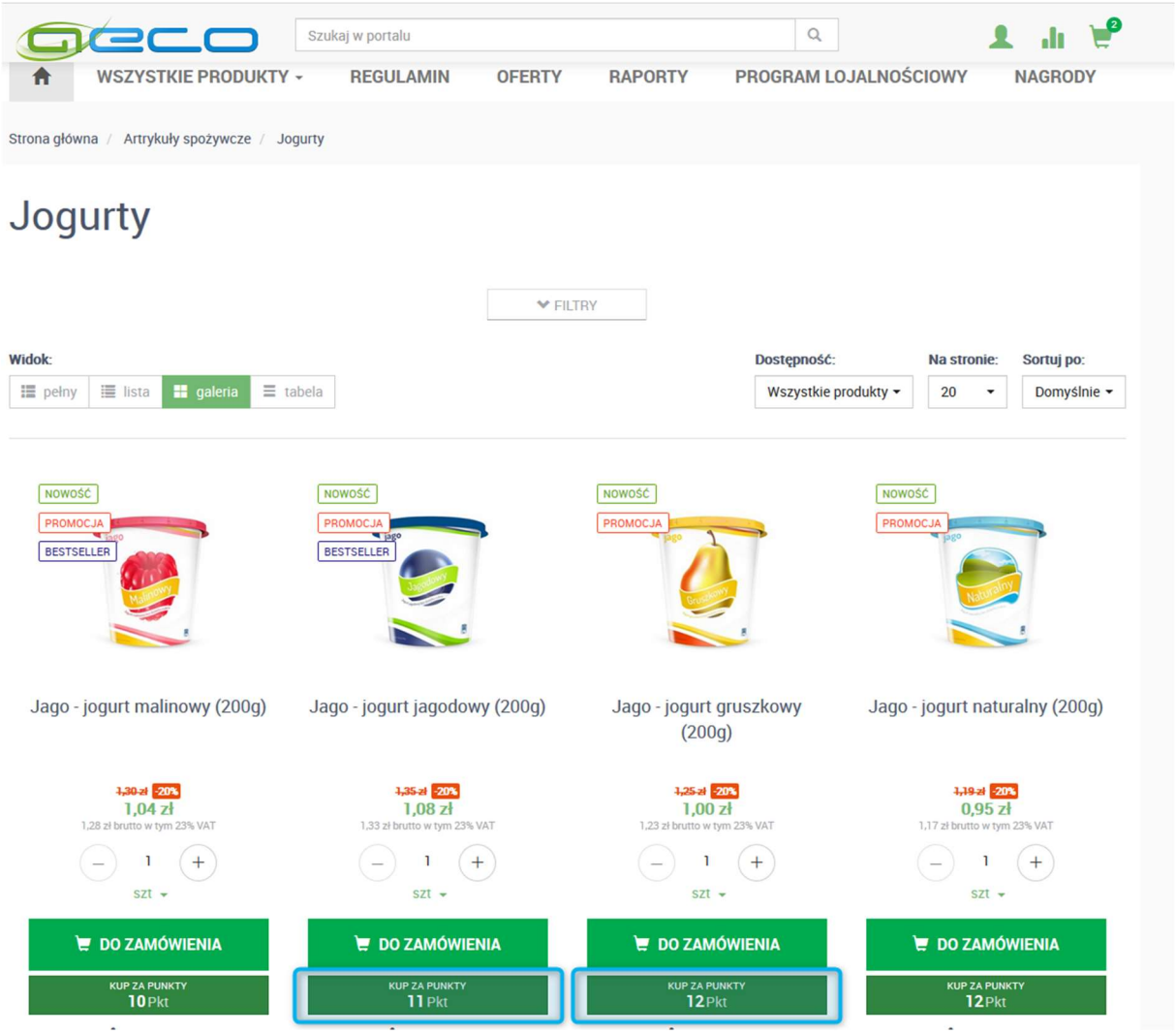
6.3.3. Efekt w sklepie

Wszyscy kontrahenci za zakup produktów z etykiety *Bestseller* zyskują 2 punkty za 1 PLN, za pozostałe produkty 1 punkt za 1 PLN. W poniższym zamówieniu produkt „Jago – jogurt malinowy (200g)" jest *Bestsellerem* i w efekcie ilość punktów zarobionych w wyniku tego zamówienia to 379 a nie 250.



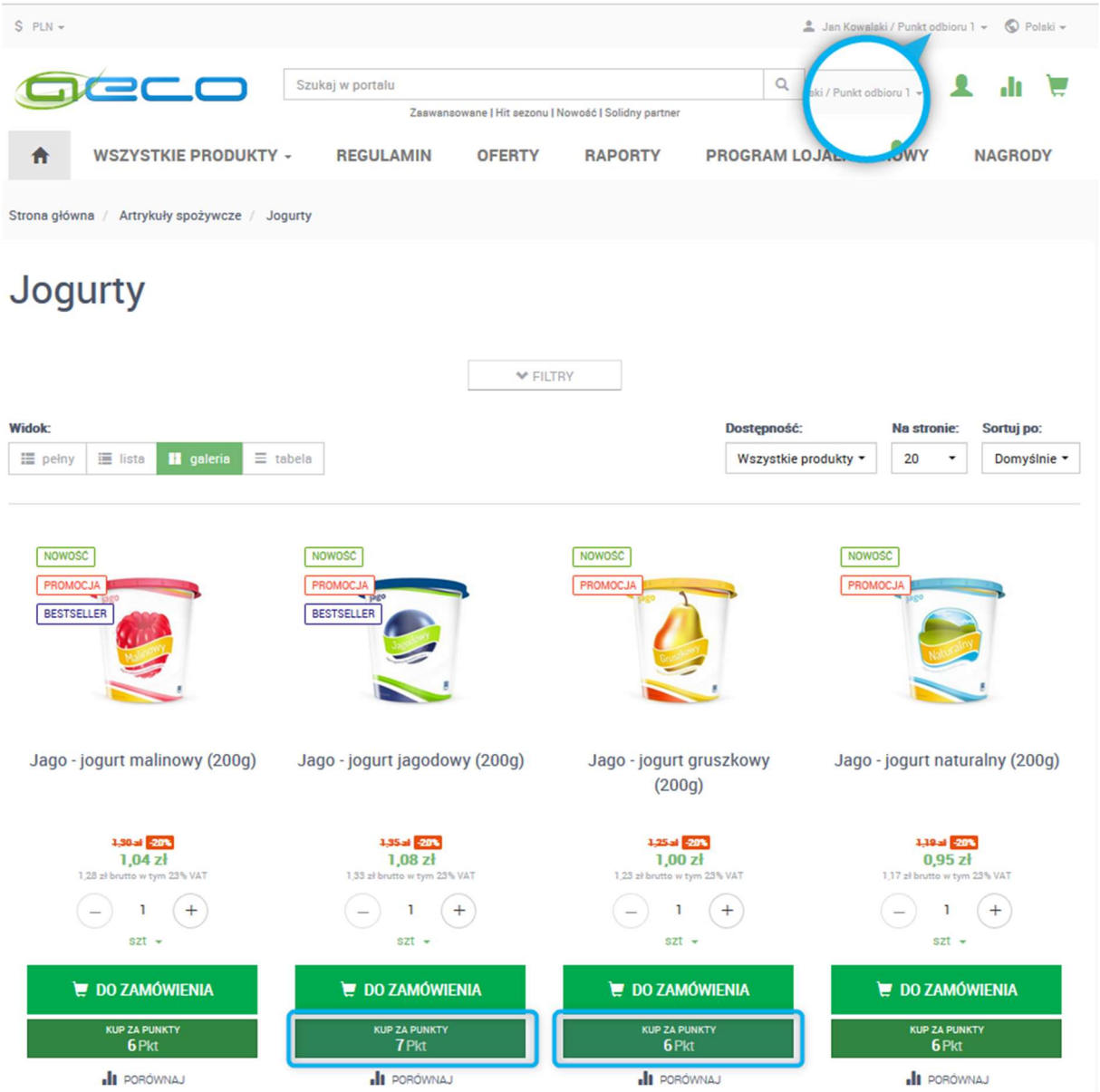
Rys. 29 Przykład użycia – przelicznik zarabiania zależny od etykiety – widok w sklepie

Przy zakupie za punkty widać różnicę w przeliczniku dla bestsellerów i pozostałych produktów. Produkty z etykietą *Bestseller* mają przelicznik 1 PLN = 8 punktów, natomiast produkt bez etykiety 1 PLN = 10 punktów.



Rys. 30 Przykład użycia – przelicznikwydawania zależny od etykiety – widok w sklepie

Użytkownik z oddziału należącego do grupy Mega Packs, niezależnie od produktu, kupi go w przeliczniku 5 punktów = 1 PLN.



Rys. 31 Przykład realizacji – lista produktów – reguła dla oddziałów z grupy Mega Packs (brak zależności od etykiety produktów) – widok w sklepie

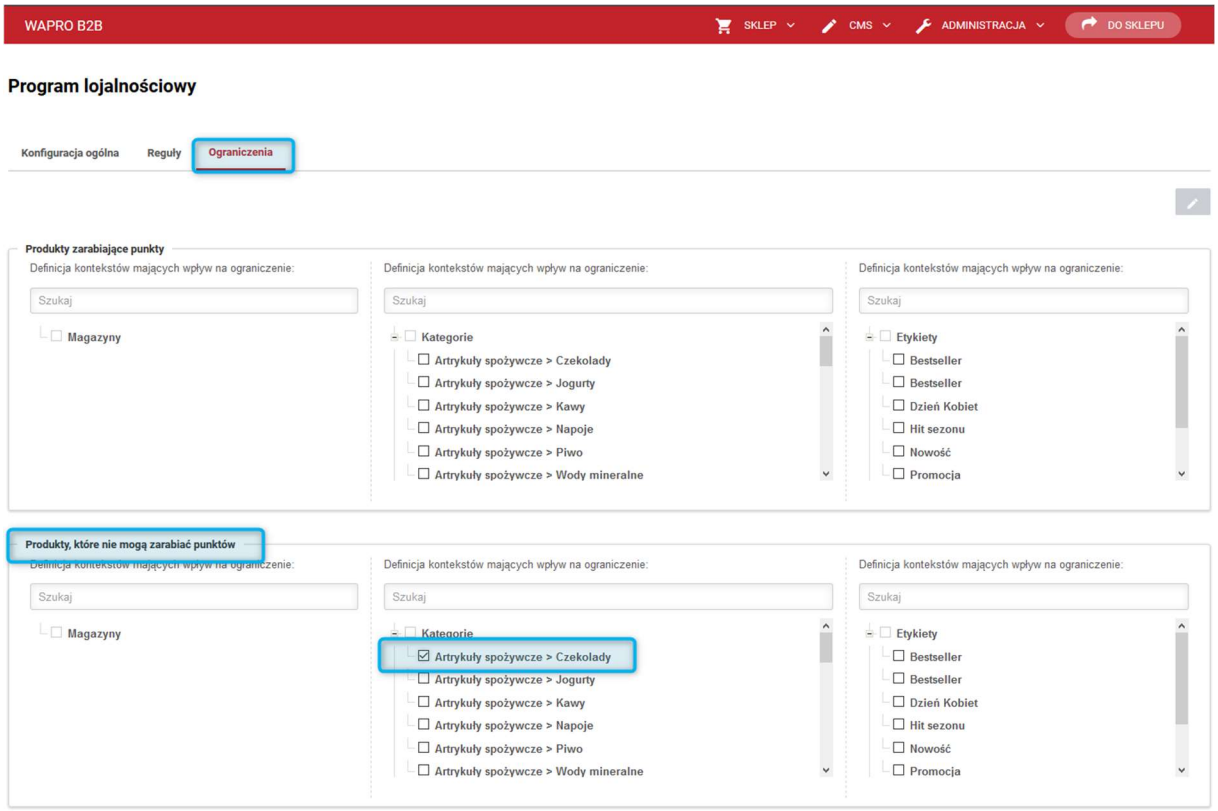
6.4. Ograniczenia produktów w udziale w programie

6.4.1. Opis

Firma SuperSales postanowiła, że wyłączy z Programu lojalnościowego wszystkie produkty z kategorii *Czekolady,* aby nie można było otrzymać za nie punktów ani zamówić ich za punkty.

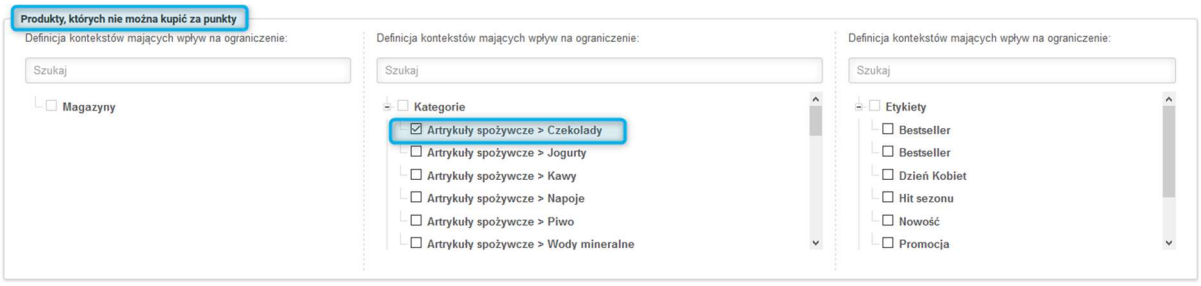
6.4.2. Konfiguracja w Panelu administracyjnym

Aby wykluczyć produkty z udziału w Programie lojalnościowym, należy skorzystać z zakładki *Ograniczenia*. Po wejściu w tryb edycji, w panelu *Produkty, które nie mogą zarabiać punktów* należy wyszukać odpowiednią kategorię.



Rys. 32 Przykład użycia – produkty wykluczone z programu (zarabianie punktów) – konfiguracja w Panelu administracyjnym

Jeżeli produkty mają być całkowicie wykluczone z programu, należy tę samą kategorię zaznaczyć w panelu *Produkty, których nie można kupić za punkty*:

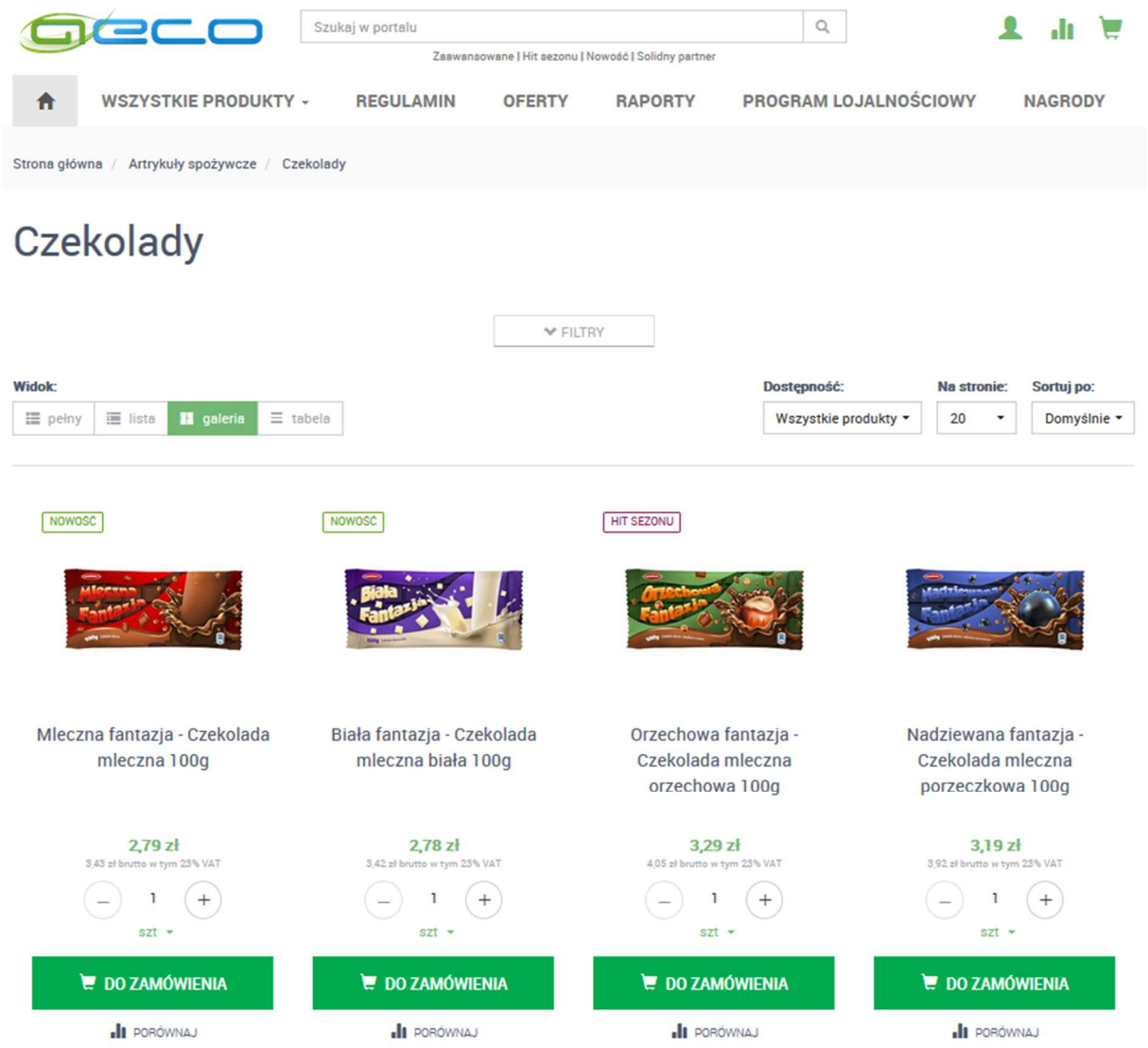


Rys. 33 Przykład użycia – produkty wykluczone z programu (wydawanie punktów) – konfiguracja w Panelu administracyjnym

UWAGA: produkty można wykluczyć również w jednym kontekście (np. zarabiania), jeżeli zakup produktów nie powinien być nagradzany punktami, ale zakup produktów za punkty może być dostępny dla kontrahentów. W takim przypadku należy wykluczyć kategorię produktów z panelu *Produkty, które nie mogą zarabiać punktów*. Możliwa jest też odwrotna konfiguracja.

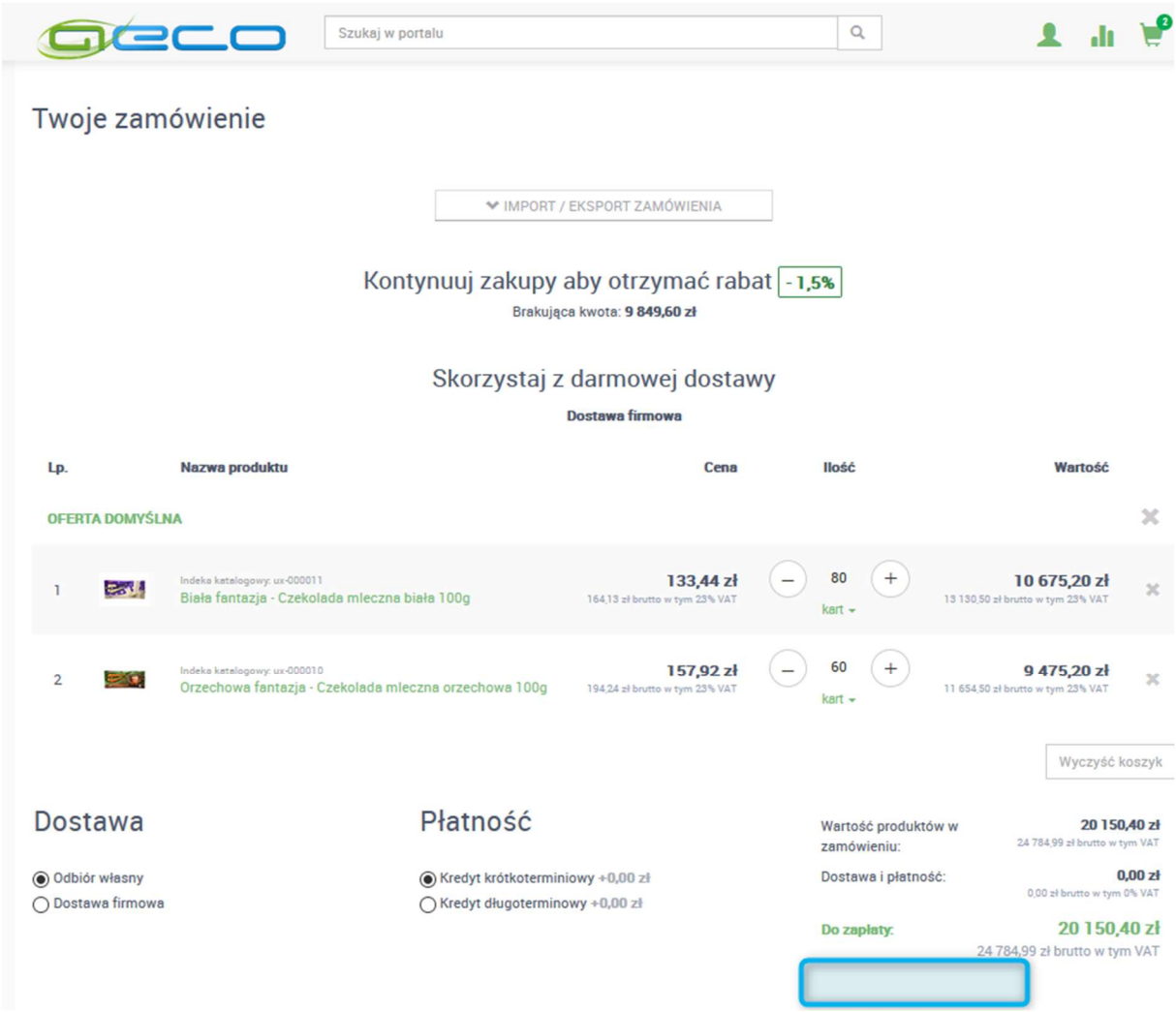
6.4.3. Efekt w sklepie

W związku z wykluczeniem czekolad z Programu lojalnościowego na poniższej liście produktów widać, że jogurty można tylko dodać do koszyka, czyli zakupić tradycyjnie, natomiast inne produkty można kupić tradycyjnie oraz za punkty, gdyż biorą udział w programie.



Rys. 34 Przykład użycia – wykluczenie kategorii produktów z programu – widok w sklepie

Przy zamówieniu czekolad nie naliczają się punkty w Programie lojalnościowym.



Rys. 35 Przykład użycia – produkty wyłączone z programu w koszyku

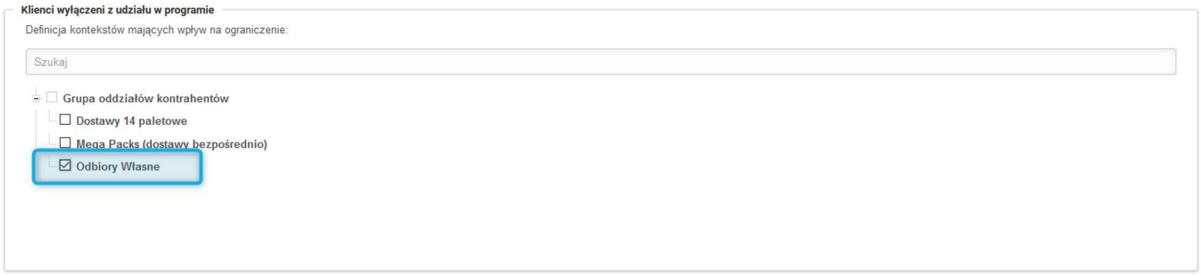
6.5. Ograniczenia kontrahentów w udziale w programie

6.5.1. Opis

Firma SuperSales postanowiła, że wykluczy z Programu lojalnościowego oddziały kontrahentów z odbiorem osobistym. Jednym z takich oddziałów jest *Punkt odbioru 4.*

6.5.2. Konfiguracja w Panelu administracyjnym

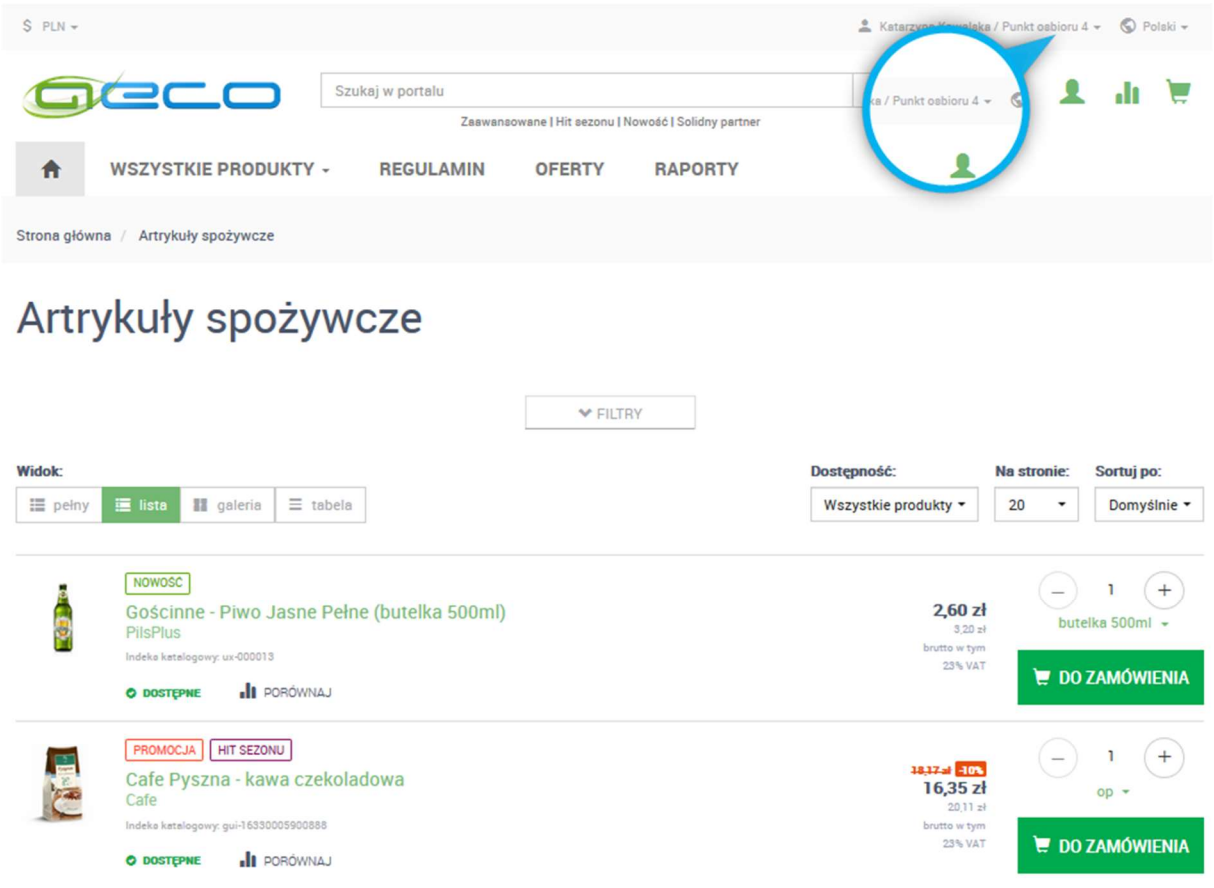
W module Program lojalnościowy w zakładce *Ograniczenia* należy dodać ograniczenie w panelu *Klienci wyłączeni z udziału w programie*.



Rys. 36 Przykład użycia – klienci wykluczeni z programu – konfiguracja w Panelu administracyjnym

6.5.3. Efekt w sklepie

Użytkownik z oddziału Food Network Katowice (z grupy Promo Network) nie będzie miał możliwości zamówienia produktów za punkty. Na poniższym obrazie widoczna jest tylko opcja zakupu tradycyjnego.



Rys. 37 Przykład użycia – opcje zakupu produktów – klient wykluczony z programu

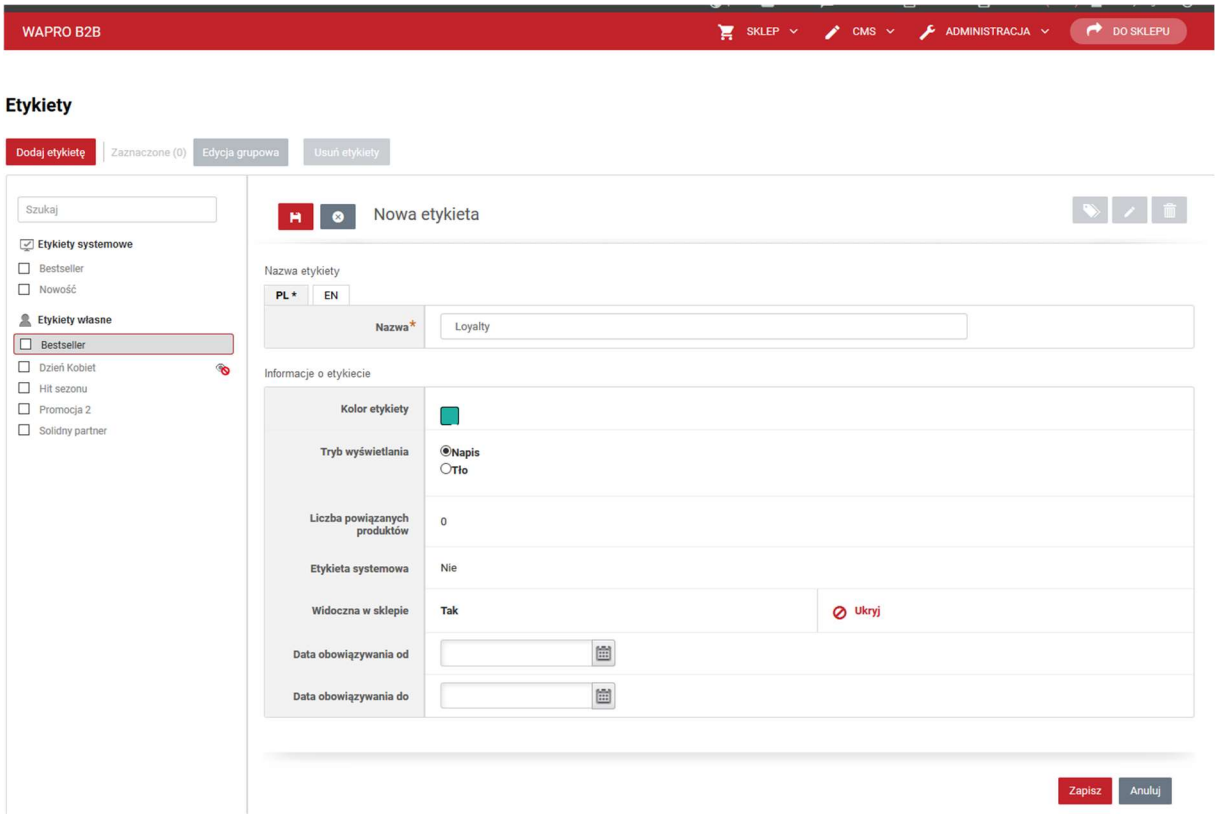
6.6. Zdefiniowanie nagród za udział w programie

6.6.1. Opis

Firma SuperSales postanowiła w swoim programie zdefiniować nagrody, które kontrahent może otrzymać za zarobione punkty. Nagrodami będą produkty oznaczone etykietą Loyalty. Produktów tych nie można kupić z oferty sklepu, są one przeznaczone na nagrody.

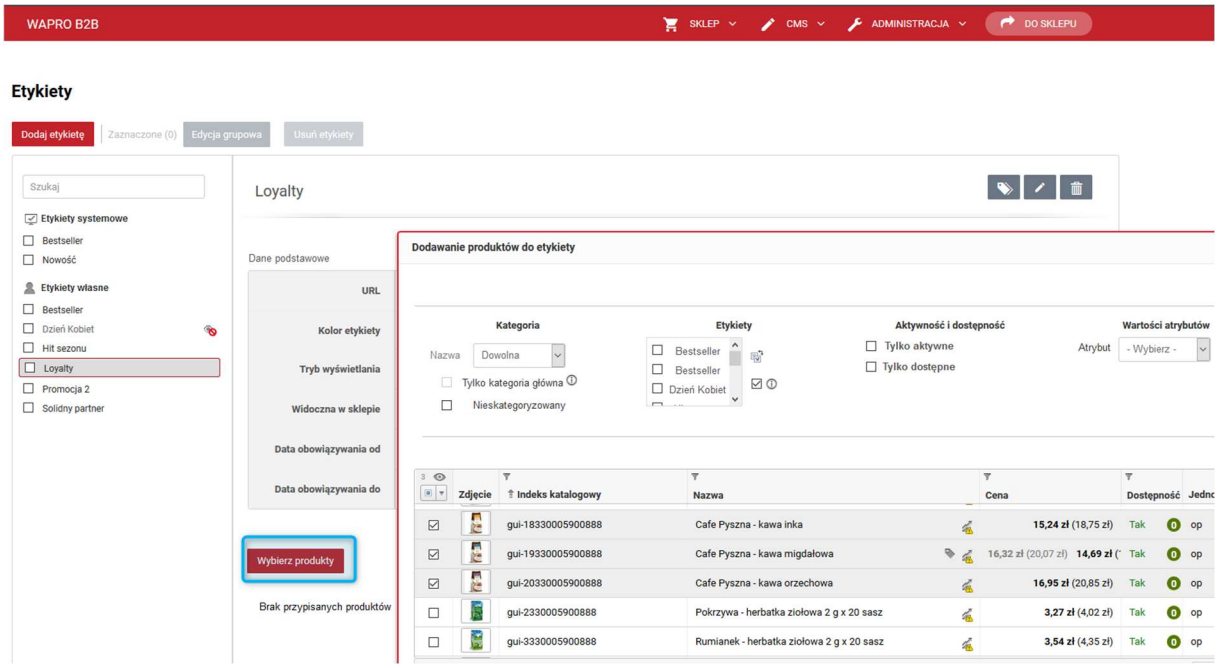
6.6.2. Konfiguracja w Panelu administracyjnym

Aby utworzyć etykietę *Loyalty* i przypisać do niej produkty, należy wejść w menu Sklep → Asortyment → Etykiety i dodać odpowiednie parametry.



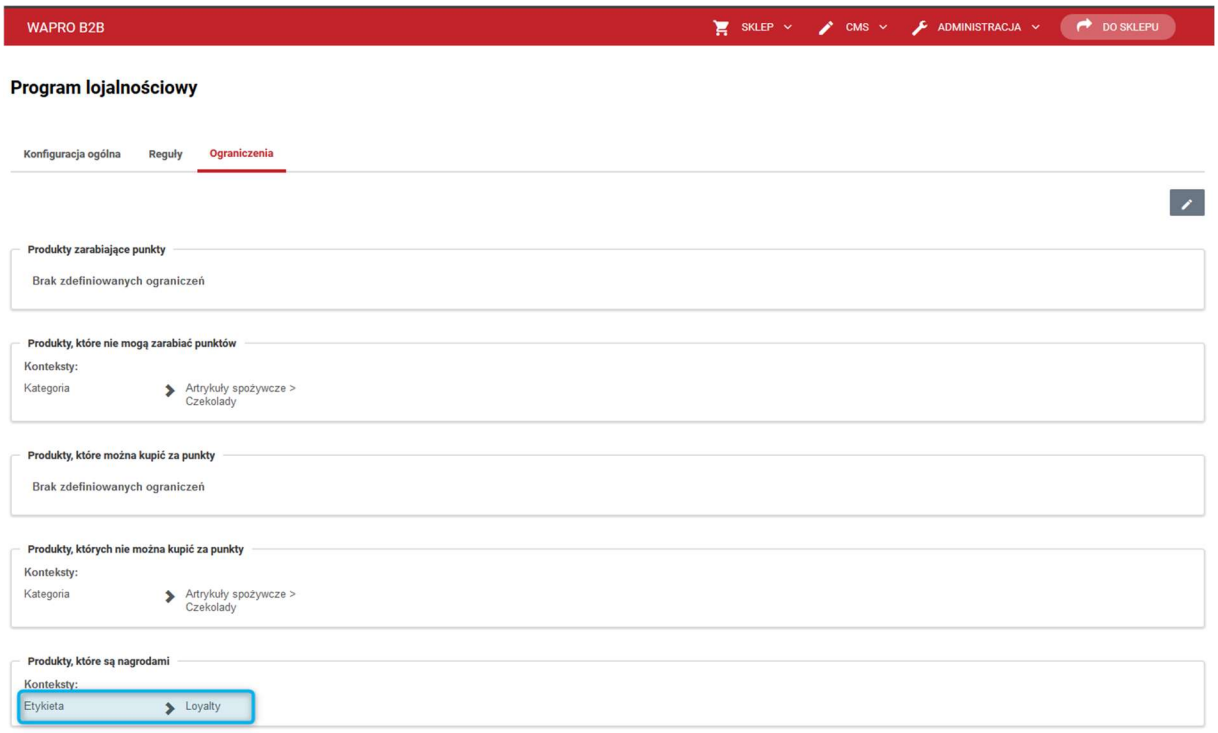
Rys. 38 Przykład użycia – definicja nowej etykiety – konfiguracja w Panelu administracyjnym

Po utworzeniu nowej etykiety, można jej przypisać produkty, które będą nagrodami.



Rys. 39 Przykład użycia – przypisanie produktów do etykiety – konfiguracja w Panelu administracyjnym

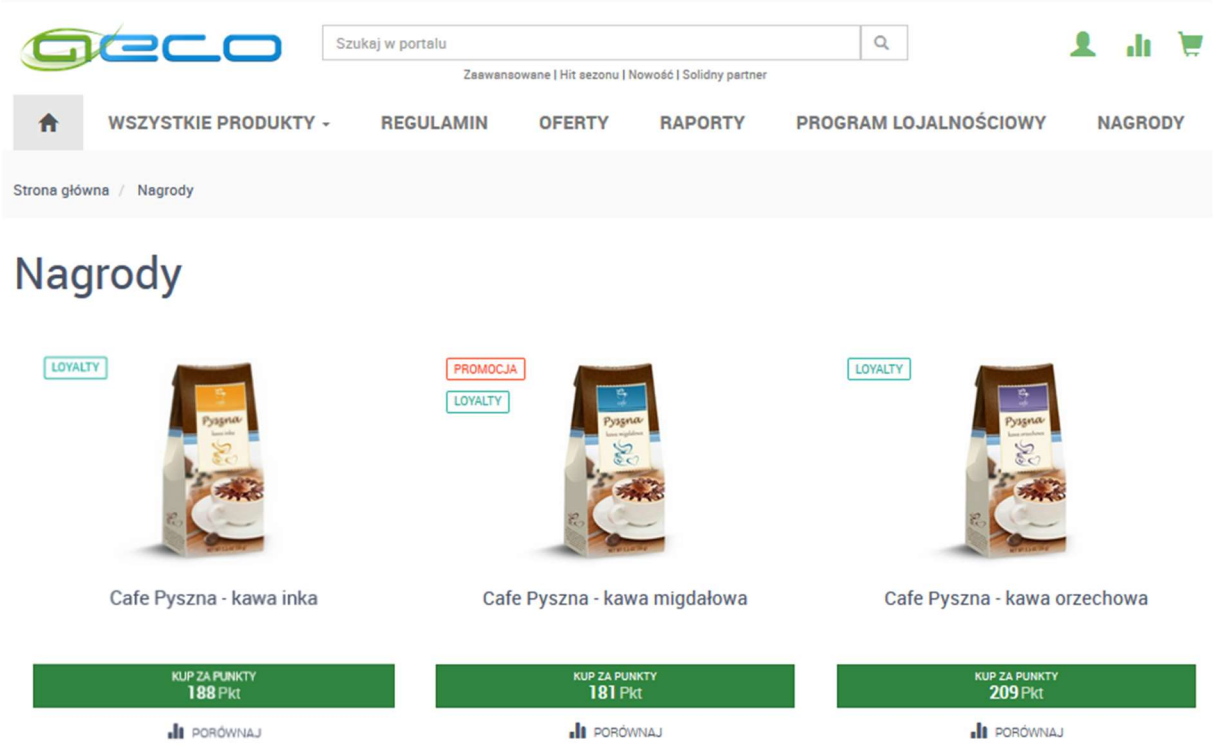
Ostatni etap to ustanowienie produktów z etykiety *Loyalty* nagrodami w Programie lojalnościowym. W tym celu należy w Programie Lojalnościowym, w zakładce *Ograniczenia* wybrać etykietę *Loyalty* w panelu *Produkty, które są nagrodami*.



Rys. 40 Przykład użycia – zdefiniowanie nagród w programie – konfiguracja w Panelu administracyjnym

6.6.3. Efekt w sklepie

Nagrody można przeglądać w module *Nagrody*, który można dodać do menu głównego w sklepie. Z poziomu tego modułu można również wybierać nagrody.



Rys. 41 Przykład użycia – nagrody w Programie lojalnościowym – widok w sklepie

7. Spis rysunków

Rys. 1 Sklep – Program lojalnościowy 5
Rys. 2 Program lojalnościowy – konfiguracja ogólna 6
Rys. 3 Program lojalnościowy – reguły 9
Rys. 4 Program lojalnościowy – definicja reguły dedykowanej 10
Rys. 5 Program lojalnościowy – zmiana kolejności reguł 10
Rys. 6 Program lojalnościowy – ograniczenia 11
Rys. 7 Program lojalnościowy – definicja ograniczeń (produkty zarabiające punkty) 11
Rys. 8 Program lojalnościowy – definicja nagród 12
Rys. 9 Definiowanie dedykowanej reguły dla pojedynczego produktu 12
Rys. 10 Definiowanie dedykowanej reguły dla wielu produktów 13
Rys. 11 Oddział kontrahenta – przegląd salda punktów 14
Rys. 12 Kontrahent – ręczne dodanie produktów programu lojalnościowego 15
Rys. 13 Klient – ręczna zmiana salda punktów w Programie lojalnościowym 15
Rys. 14 Moduły Program Lojalnościowy i Nagrody w sklepie – menu główne 16
Rys. 15 Moduły Program Lojalnościowy i Nagrody w sklepie – stopka 17
Rys. 16 Sklep – zakup produktów za punkty 17
Rys. 17 Sklep – wybór nagród za punkty 18
Rys. 18 Sklep – koszyk – informacja o punktach za transakcję 18
Rys. 19 Sklep – strefa klienta – saldo punktów 19
Rys. 20 Sklep – moduł Program lojalnościowy 19
Rys. 21 Przykład użycia – konfiguracja ogólna 20
Rys. 22 Przykład użycia – realizacja w sklepie – naliczenie punktów w koszyku 21
Rys. 23 Przykład użycia – realizacja w sklepie – zakup towarów za punkty 22
Rys. 24 Przykład użycia – nowy przelicznik dla grupy oddziałów – konfiguracja w Panelu administracyjnym 23
Rys. 25 Przykład użycia – grupa oddziałów z nowym przelicznikiem 23
Rys. 26 Przykład użycia – nowy przelicznik dla oddziału z wybranej grupy – widok w sklepie 24
Rys. 27 Przykład użycia – przelicznik dla oddziału spoza wybranej grupy – widok w sklepie 25
Rys. 28 Przykład użycia – reguły dla grupy produktów – konfiguracja w Panelu administracyjnym 26
Rys. 29 Przykład użycia – przelicznik zarabiania zależny od etykiety – widok w sklepie 26
Rys. 30 Przykład użycia – przelicznikwydawania zależny od etykiety – widok w sklepie 27
Rys. 31 Przykład realizacji – lista produktów – reguła dla oddziałów z grupy Mega Packs (brak zależności od etykiety produktów) – widok w sklepie 28
Rys. 32 Przykład użycia – produkty wykluczone z programu (zarabianie punktów) – konfiguracja w Panelu administracyjnym 29
Rys. 33 Przykład użycia – produkty wykluczone z programu (wydawanie punktów) – konfiguracja w Panelu administracyjnym 29
Rys. 34 Przykład użycia – wykluczenie kategorii produktów z programu – widok w sklepie 30
Rys. 35 Przykład użycia – produkty wyłączone z programu w koszyku 31
Rys. 36 Przykład użycia – klienci wykluczeni z programu – konfiguracja w Panelu administracyjnym. 32
Rys. 37 Przykład użycia – opcje zakupu produktów – klient wykluczony z programu 32
Rys. 38 Przykład użycia – definicja nowej etykiety – konfiguracja w Panelu administracyjnym 33

Rys. 39 Przykład użycia – przypisanie produktów do etykiety – konfiguracja w Panelu administracyjnym 34
Rys. 40 Przykład użycia – zdefiniowanie nagród w programie – konfiguracja w Panelu administracyjnym 34
Rys. 41 Przykład użycia – nagrody w Programie lojalnościowym – widok w sklepie 35

Asseco Business Solutions S.A.

ul. Konrada Wallenroda 4c
20-607 Lublin

tel.: +48 81 535 30 00
fax: +48 81 535 30 05

info@assecobs.pl
assecobs.pl

