Program lojalnościowy
w WAPRO B2C

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 7
3.1. PROCES ZARABIANIA PUNKTÓW 7
3.2. PROCES WYDAWANIA PUNKTÓW 7
3.3. DEFINICJA REGUŁY PROGRAMU LOJALNOŚCIOWEGO 8
3.4. OGRANICZENIA W ZAKRESIE PRODUKTÓW/KLIENTÓW PROGRAMU LOJALNOŚCIOWEGO 10
3.4.1. Definicja nagród w programie lojalnościowym 11
3.5. DEFINIOWANIE REGUŁ DOTYCZĄCYCH POJEDYNCZYCH PRODUKTÓW 11
4. ZARZĄDZANIE PUNKTAMI KLIENTÓW 13
4.1. PRZEGLĄD SALDA PUNKTÓW U DANEGO KLIENTA 13
4.2. RĘCZNA ZMIANA SALDA PUNKTÓW 14
5. PROGRAM LOJALNOŚCIOWY W SKLEPIE 15
5.1. MIEJSCE PREZENTACJI PROGRAMU LOJALNOŚCIOWEGO W SKLEPIE 15
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 19
5.2.4. Saldo punktów 20
6. PRZYKŁADY UŻYCIA 21
6.1. KONFIGURACJA OGÓLNA – WSPÓLNE REGUŁY DLA WSZYSTKICH KLIENTÓW I PRODUKTÓW 21
6.1.1. Opis 21
6.1.2. Konfiguracja w Panelu administracyjnym 21
6.1.3. Efekt w sklepie 22
6.2. REGUŁY ZARABIANIA I WYDAWANIA PUNKTÓW – KATEGORYZACJA KLIENTÓW (GRUPY KLIENTÓW) 23
6.2.1. Opis 23
6.2.2. Konfiguracja w Panelu administracyjnym 23
6.2.3. Efekt w sklepie 25
6.3. REGUŁY DOTYCZĄCE PRODUKTÓW 26
6.3.1. Opis 26
6.3.2. Konfiguracja w Panelu administracyjnym 27
6.3.3. Efekt w sklepie 28
6.4. OGRANICZENIA PRODUKTÓW W UDZIALE W PROGRAMIE 30
6.4.1. Opis 30

6.4.2. Konfiguracja w Panelu administracyjnym 30
6.4.3. Efekt w sklepie 32
6.5. OGRANICZENIA KLIENTÓW W UDZIALE W PROGRAMIE 33
6.5.1. Opis 33
6.5.2. Konfiguracja w Panelu administracyjnym 33
6.5.3. Efekt w sklepie 34
6.6. ZDEFINIOWANIE NAGRÓD ZA UDZIAŁ W PROGRAMIE 35
6.6.1. Opis 35
6.6.2. Konfiguracja w Panelu administracyjnym 35
6.6.3. Efekt w sklepie 37
7. SPIS RYSUNKÓW 39

1. Założenia biznesowe

Program lojalnościowy to moduł systemu **WAPRO B2C** dedykowany obsłudze programów lojalnościowych. W ramach programu klient może otrzymywać punkty za zakupione towary oraz wydawać je przy okazji kolejnych zamówień lub otrzymywać jako nagrody. Program lojalnościowy może mieć wiele reguł, definiowanych dla różnych grup klientów i produktów.

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



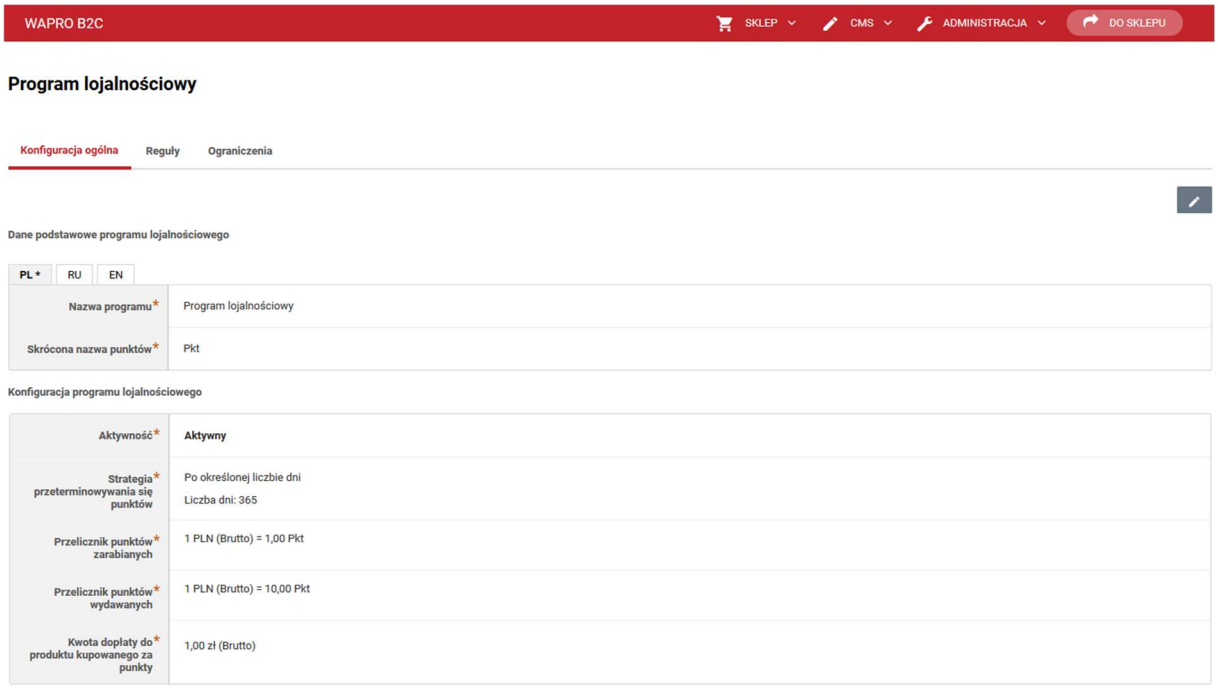
Rys. 1 Sklep – Program lojalnościowy

Najważniejsze funkcje:

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

2. Konfiguracja ogólna

Program lojalnościowy jest całkowicie zarządzany z Panelu administracyjnego **WAPRO B2C**.



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;
- 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 klientów, 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 klient musi wydać za 1 PLN wartości produktu; dodatkowo można okreslić, czy 1 PLN to wartość netto czy brutto; taka reguła będzie obowiązywała dla klientów, dla których nie ustawiono żadnych dedykowanych reguł;
- Kwota dopłaty do produktu kupowanego za punkty – jest to kwota netto, jaką musi dopłacić klient, 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 (promocja, dostawa, grupy klientów itd.). Reguły posiadają też kontekst produktowy (etykiety, kategorie) oraz przelicznik.

Jeżeli dla danego klienta 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 klienta. 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.

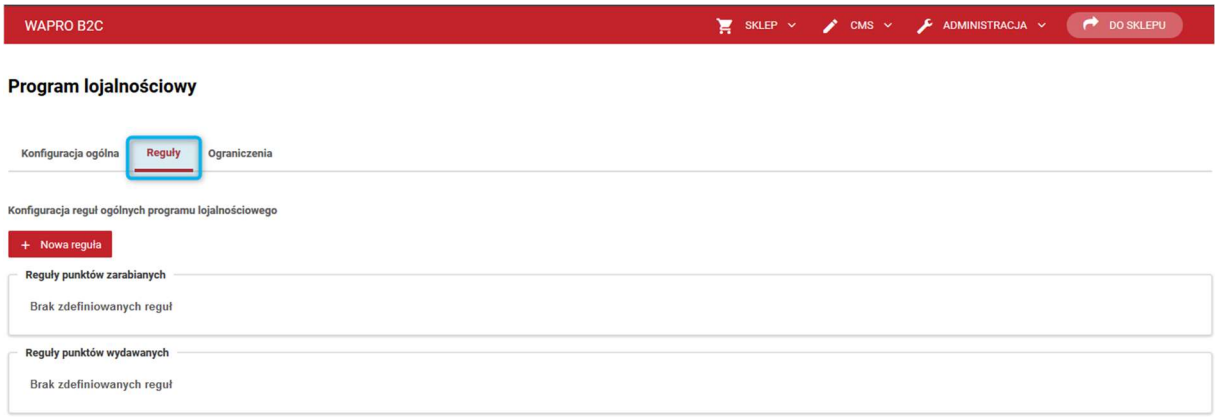
3.2. Proces wydawania punktów

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

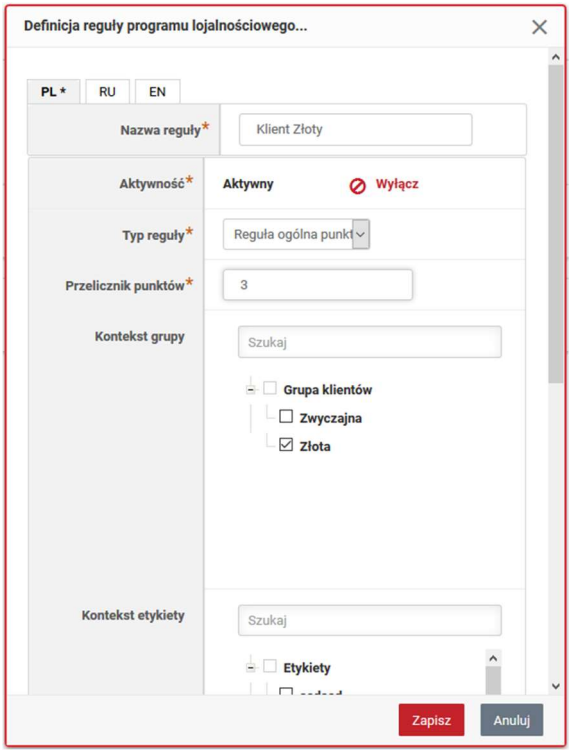
W programie lojalnościowym można ustanawiać wiele reguł dotyczących zarówno zarabiania punktów przez klienta, jak i ich wydawania. Reguły programu lojalnościowego dodaje się w zakładce *Reguły* w module Programu lojalnościowego.



Rys. 3 Program lojalnościowy – reguły

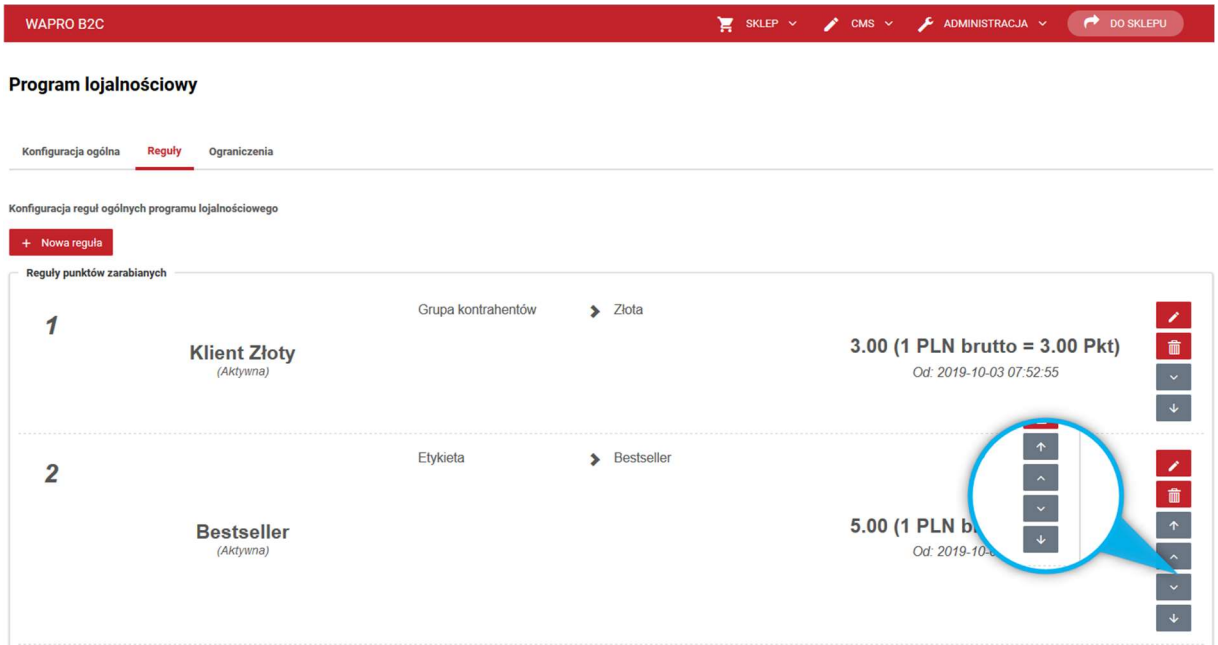
Przy dodawaniu reguły wyznaczane są poniższe opcje:

- 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 klienta czy wydawanych;
- Kontekst grupy klientów – zawężenie listy grupy klientów do uwzględnionych w regule;
- Kontekst etykiety – zawężenie reguły do określonych etykiet produktów (np. Bestseller, Nowość);
- Kontekst kategorii – zawężenie reguły do określonych kategorii produktowych (np. Koszulki, Szaliki);
- 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 klient/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 po prawej stronie okna z listą reguł.



Rys. 5 Program lojalnościowy – zmiana kolejności reguł

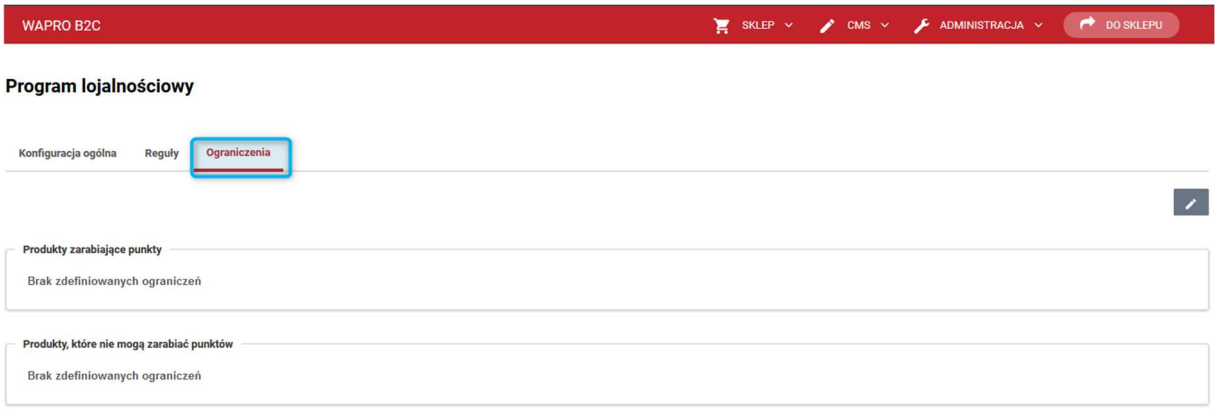
3.4. Ograniczenia w zakresie produktów/klientów programu lojalnościowego

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:

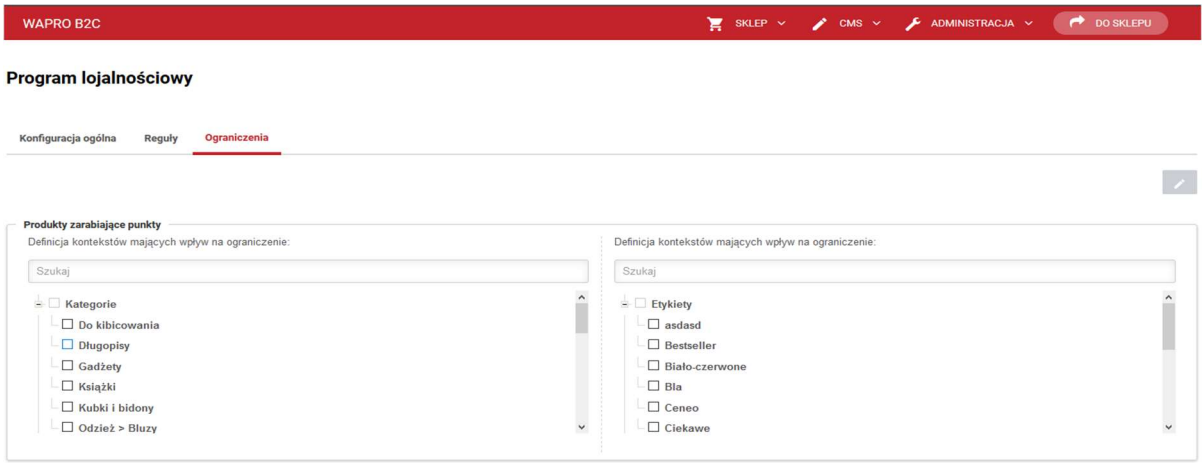
- produktów (etykiet lub kategorii), które biorą udział w zarabianiu lub wydawaniu punktów;
- produktów (etykiet lub kategorii), które nie mogą brać udziału w zarabianiu lub wydawaniu punktów;
- produktów (etykiet lub kategorii), które są nagrodami w programie lojalnościowym;
- klientów, którzy mogą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

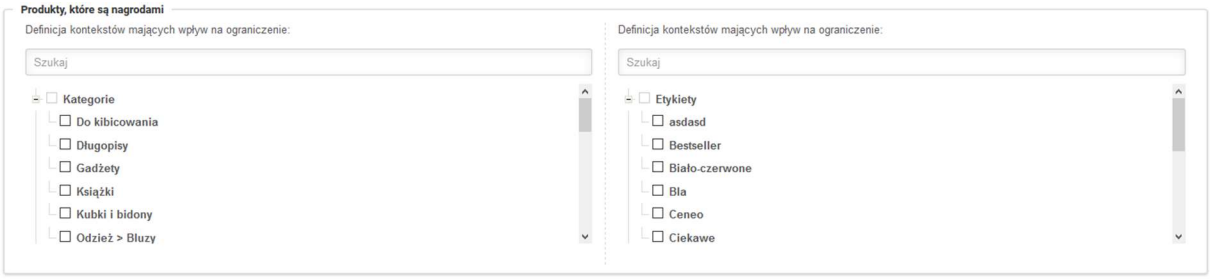


Rys. 7 Program lojalnościowy – definicja ograniczeń (produkty zarabiające punkty)

3.4.1. Definicja nagród w programie lojalnościowym

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

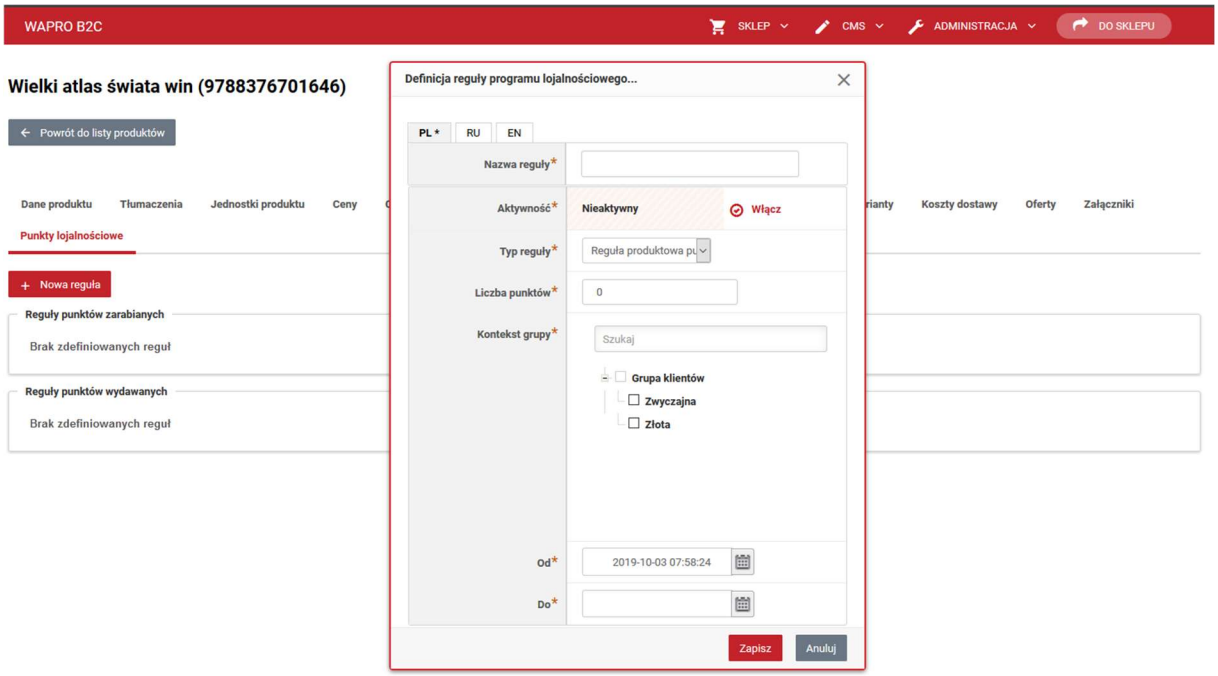
- mogą być zamawiane za punkty lub za punkty z dopłatą;
- pojawią się w module *Nagrody,* o ile ten został dodany do sklepu np. w menu głównym (patrz. Miejsce prezentacji programu lojalnościowego w sklepie).



Rys. 8 Program lojalnościowy – definicja nagród

3.5. Definiowanie reguł dotyczących pojedynczych produktów

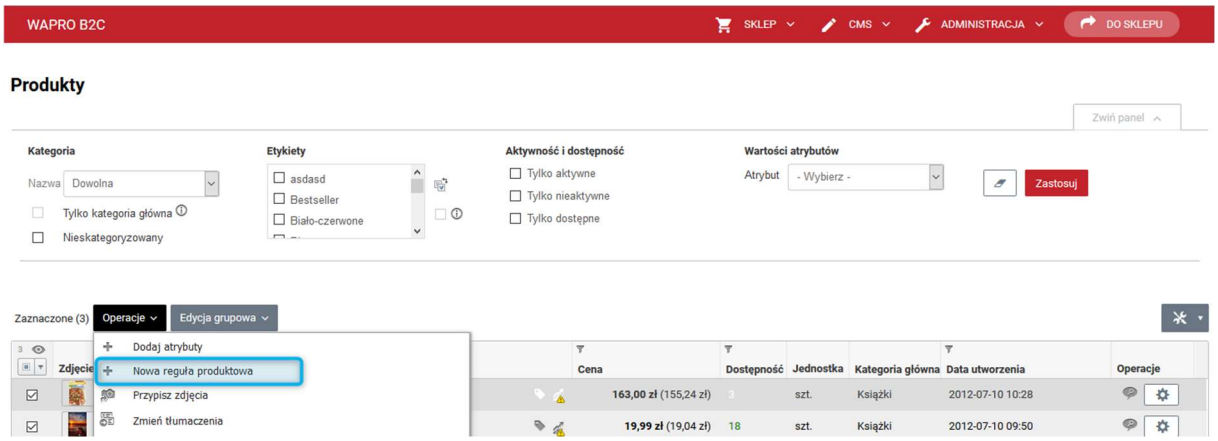
W module *Program lojalnościowy* można dodawać ograniczenia dla wszystkich produktów należących do określonej kategorii lub etykiety. Istnieje jednak możliwość ustawienia dedykowanych reguł dla pojedynczych produktów. W tym celu należy wejść do menu Sklep → Asortyment → Produkty, przejść do zakładki *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.



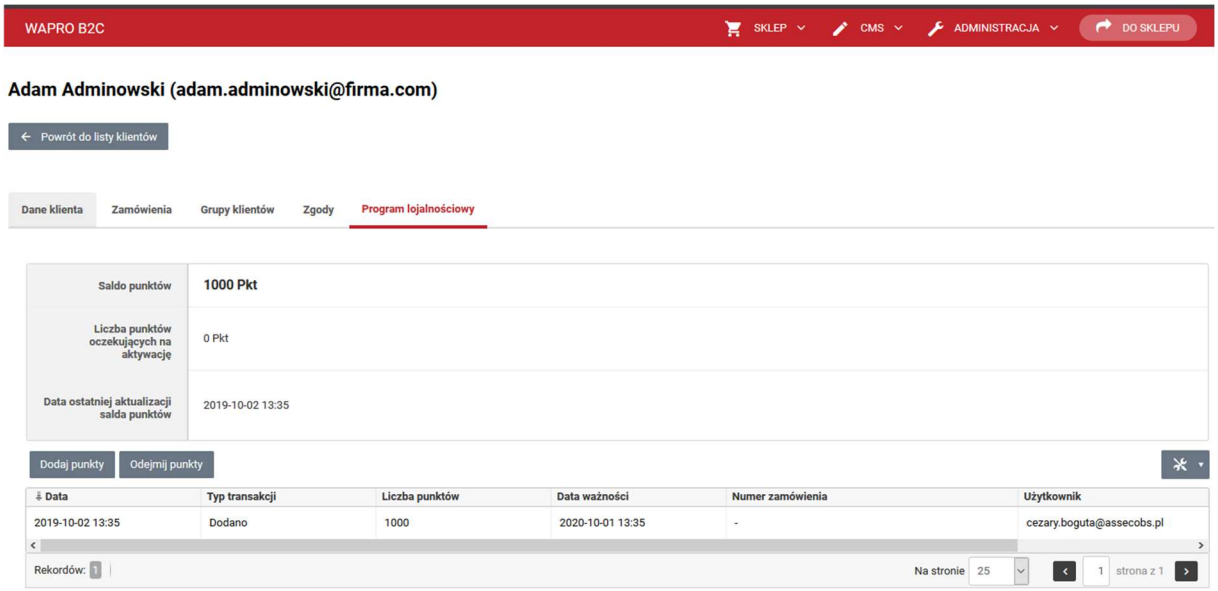
Rys. 10 Definiowanie dedykowanej reguły dla wielu produktów

4. Zarządzanie punktami klientów

4.1. Przegląd salda punktów u danego klienta

Panel administracyjny **Connector B2B** umożliwia przegląd salda i szczegółów naliczania/wygasania punktów dla danego klienta.

W Panelu administracyjnym należy wejść do Sklep → Sprzedaż → Klienci, wejść w kartę danego klienta, a następnie w zakładkę *Program lojalnościowy.*



Rys. 11 Klient – przegląd salda punktów

Zakładka z saldem punktów zawiera informacje:

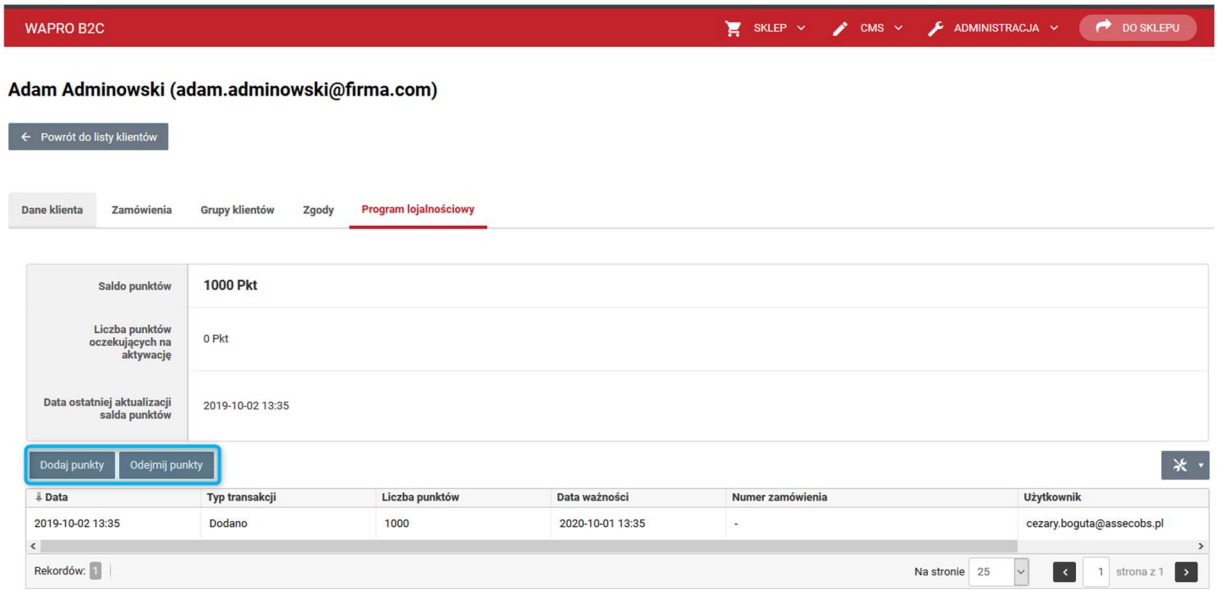
- saldo punktów – ilość punktów dostępnych do wykorzystania;
- liczba punktów oczekujących na aktywację – ilość punktów pochodzących z wykonanych, ale jeszcze nie sfinalizowanych zamówień;
- data ostatniej aktualizacji salda punktów – data ostatniej transakcji, która miała wpływ na zmianę liczby punktów;
- tabelę z transakcjami, które miały wpływ na zwiększenie lub zmniejszenie punktów – mogą to być zamówienia, ręczna zmiana salda w Panelu administracyjnym **Connector 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

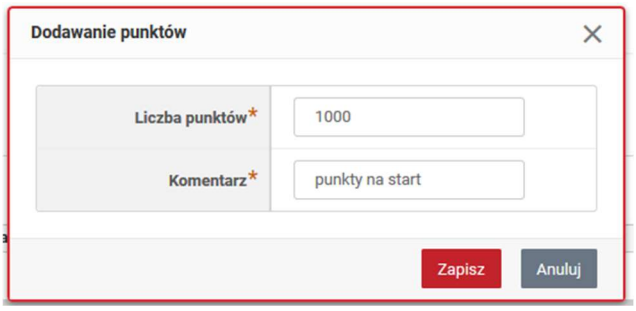
W większości przypadków klienci uzyskują punkty za zrealizowanie zamówienia. W Panelu administracyjnym operatorzy mogą ręcznie dodać lub odjąć punkty danemu klientowi. Punkty dodane w ten sposób są od razu aktywne i można je wykorzystać w procesie zakupowym.

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



Rys. 12 Klient – ręczne dodanie punktów

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:

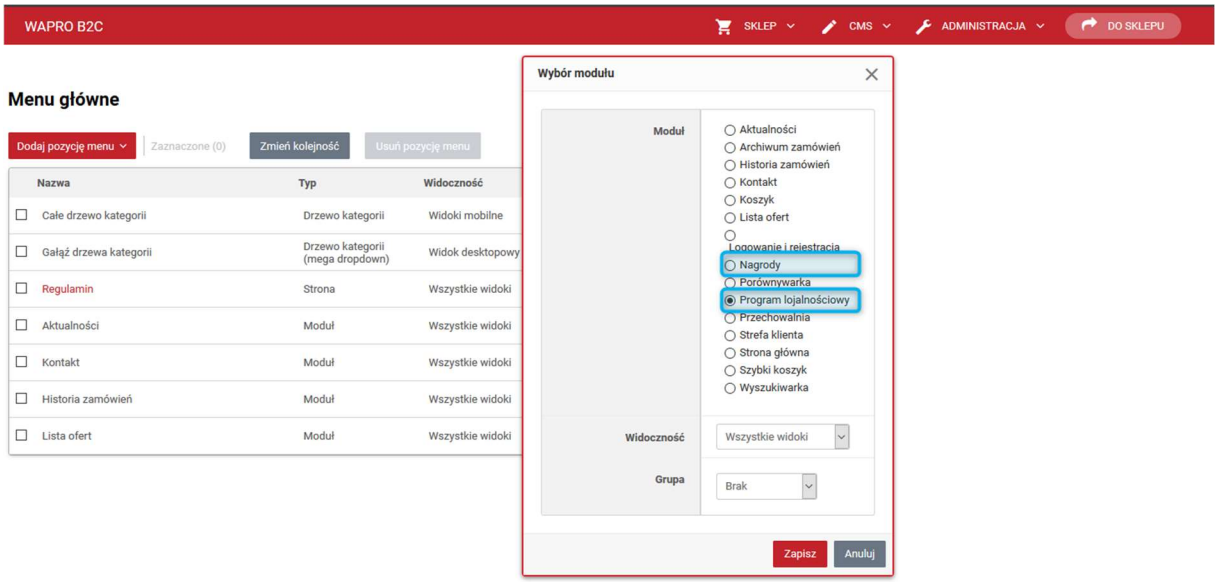
- Program lojalnościowy – pokazujący saldo punktów oraz historię ich zarabiania i wydawania;
- Nagrody – moduł z listą nagród i możliwością ich zamówienia.

5.1. Miejsce prezentacji Programu lojalnościowego w sklepie

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

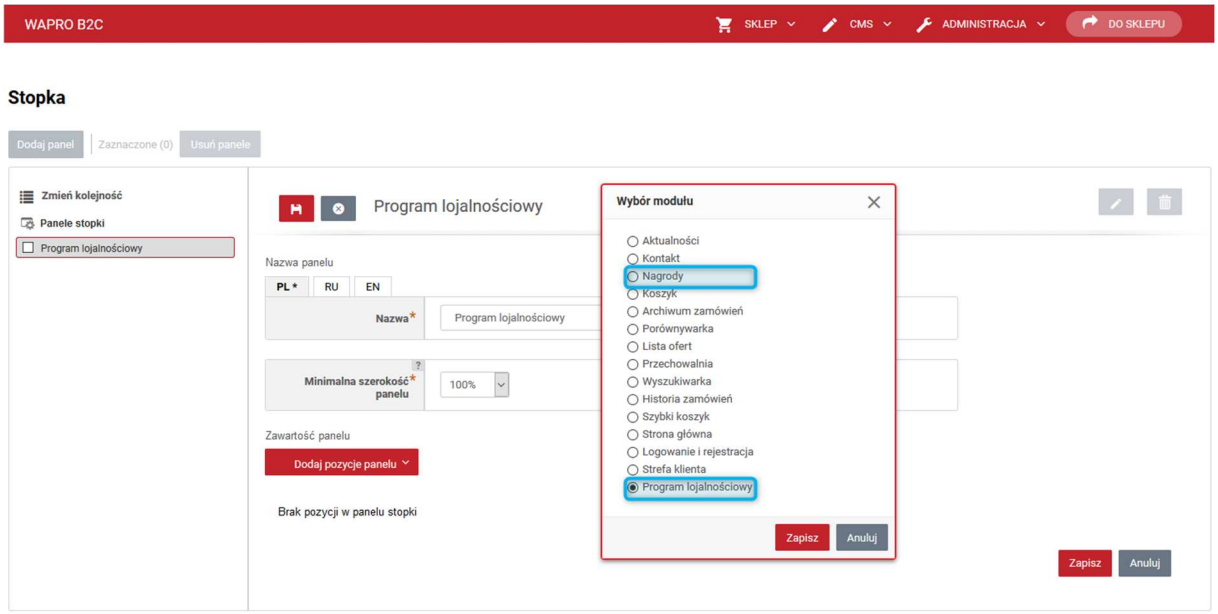
- jako moduł w menu głównym;
- jako odnośnik do mogułu w stopce.

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. Program lojalnościowy), a następnie dodać powyższe moduły jako elementy tego panelu.



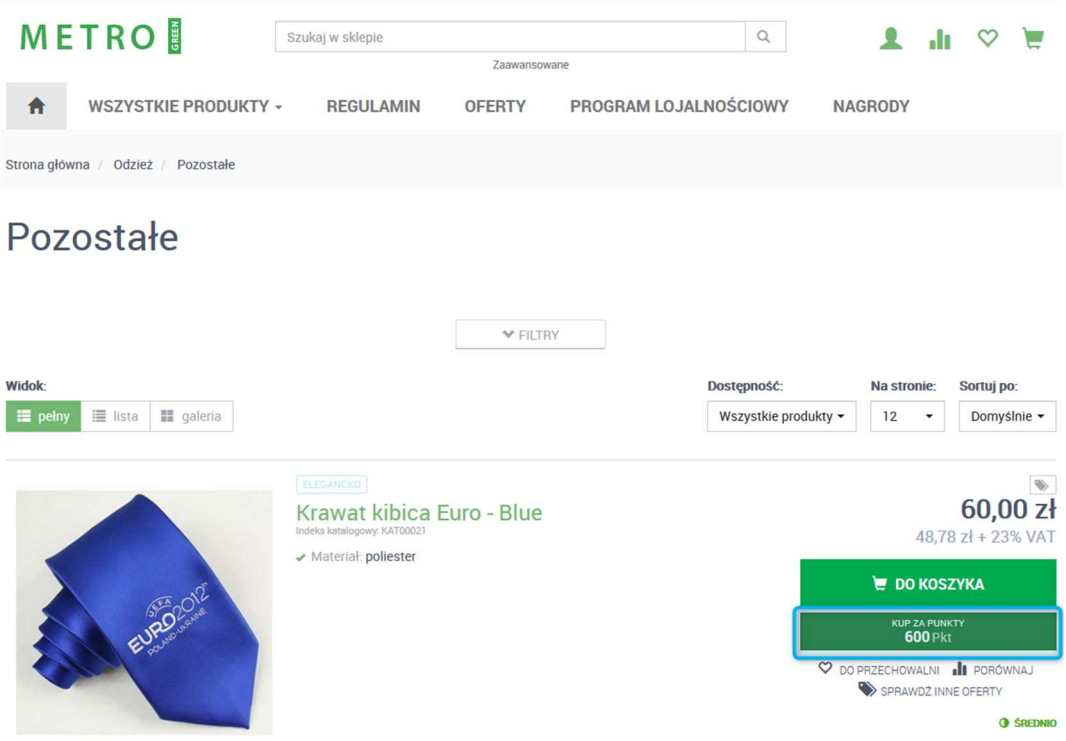
Rys. 15 Moduły Program Lojalnościowy i Nagrody w sklepie – stopka

5.2. Widok programu lojalnościowego w sklepie

W sklepie Program lojalnościowy został zaprezentowany na kilka sposobów.

5.2.1. Zakup produktów za punkty

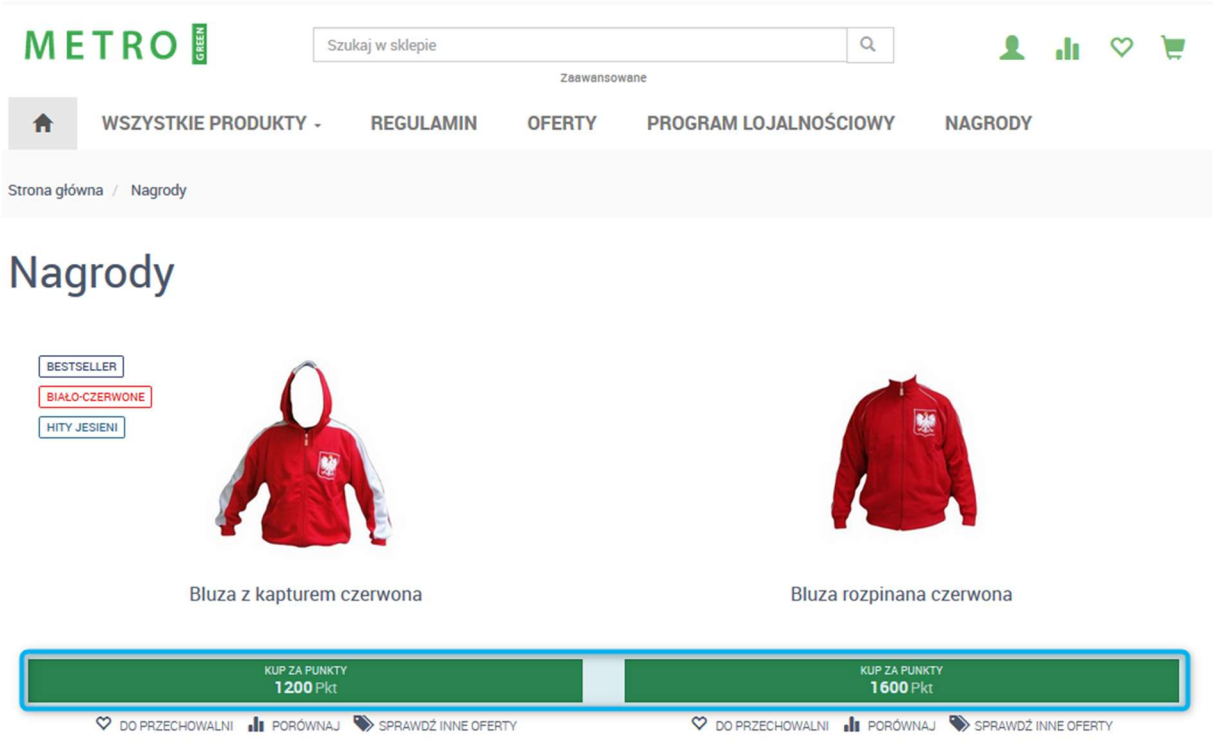
Produkty, dla których zdefiniowano reguły wydawania (i nie są nagrodami), można kupić zarówno za punkty, jak i w sposób tradycyjny.



Rys. 16 Sklep – zakup produktów za punkty

5.2.2. Wybór nagród za punkty

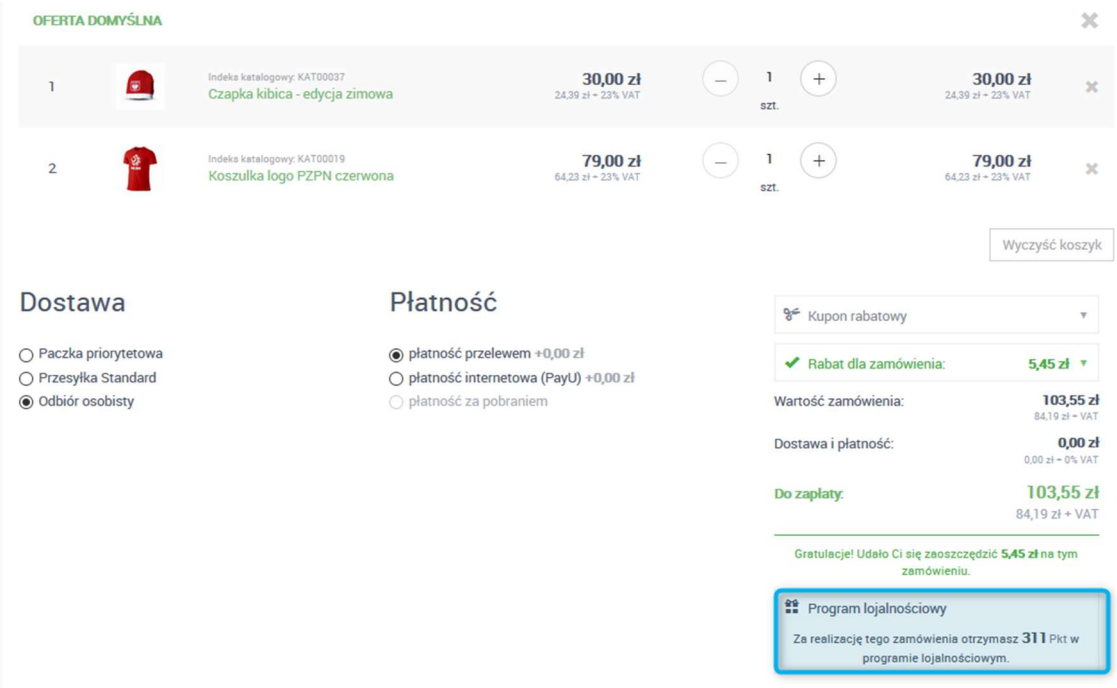
Lista nagród znajduje się w osobnym module *Nagrody.* Takie produkty można kupić tylko za punkty.



Rys. 17 Sklep – wybór nagród za punkty

5.2.3. Punkty za transakcję

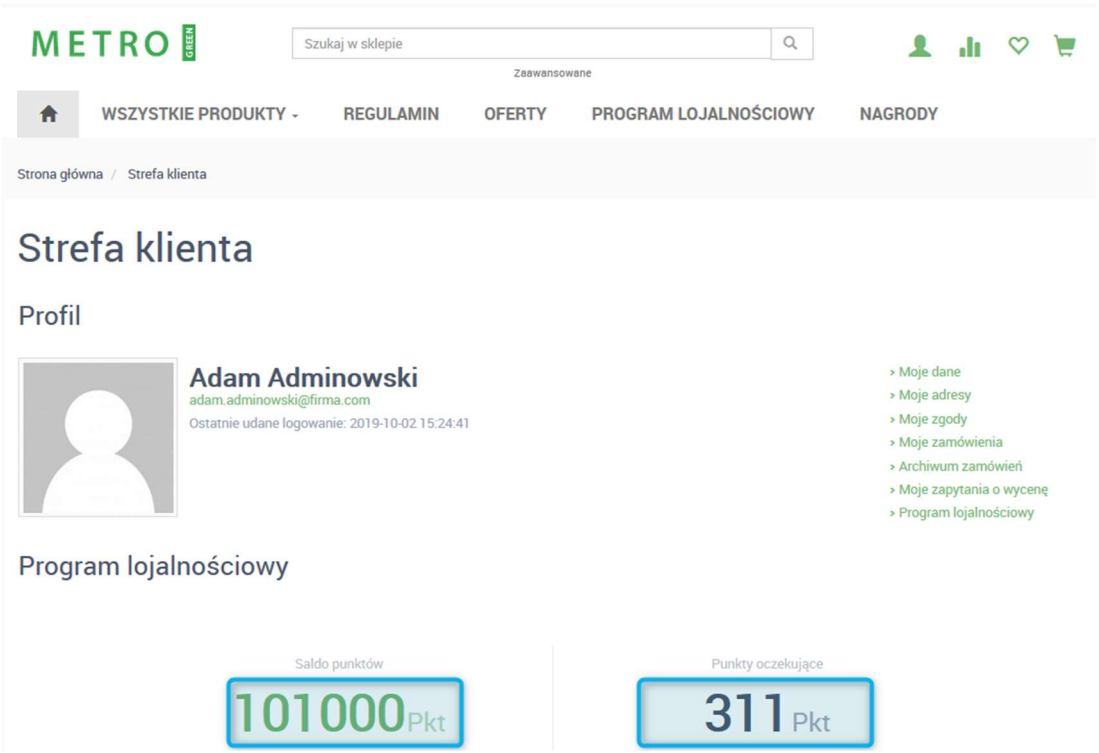
Jeżeli dla danego odddziału i zamawianych produktów zdefiniowano regułę zarabiania punktów, wtedy w koszyku pojawia się łączna wartość otrzymanych punktów.



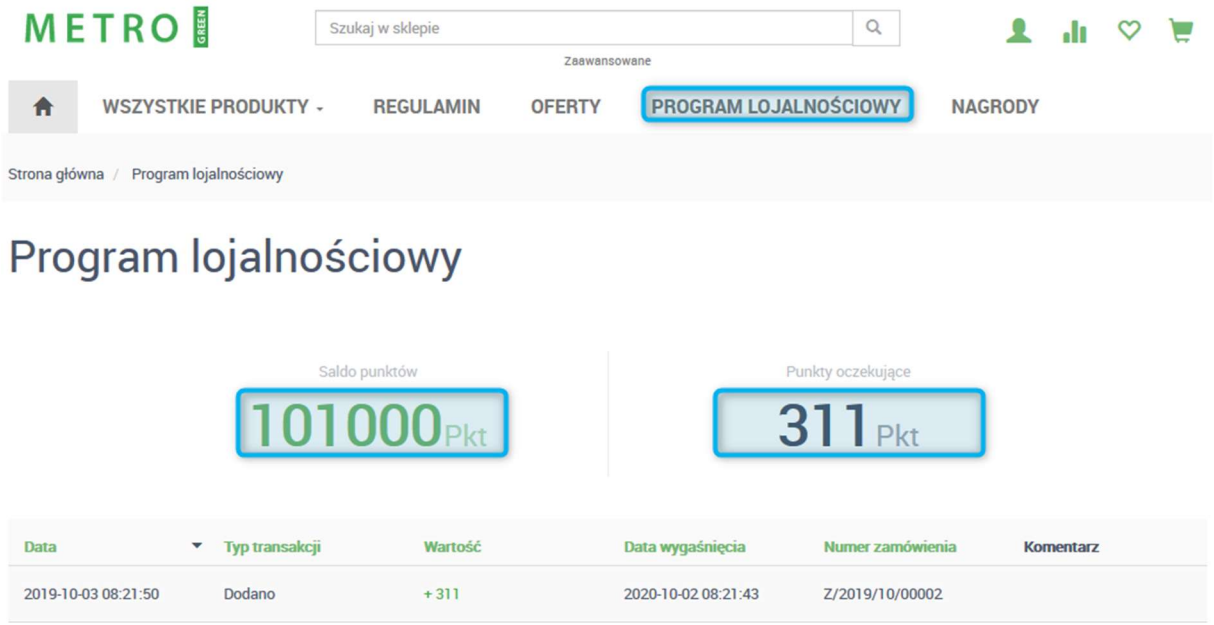
Rys. 18 Sklep – koszyk – informacja o punktach za transakcję

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 klientów i produktów

6.1.1. Opis

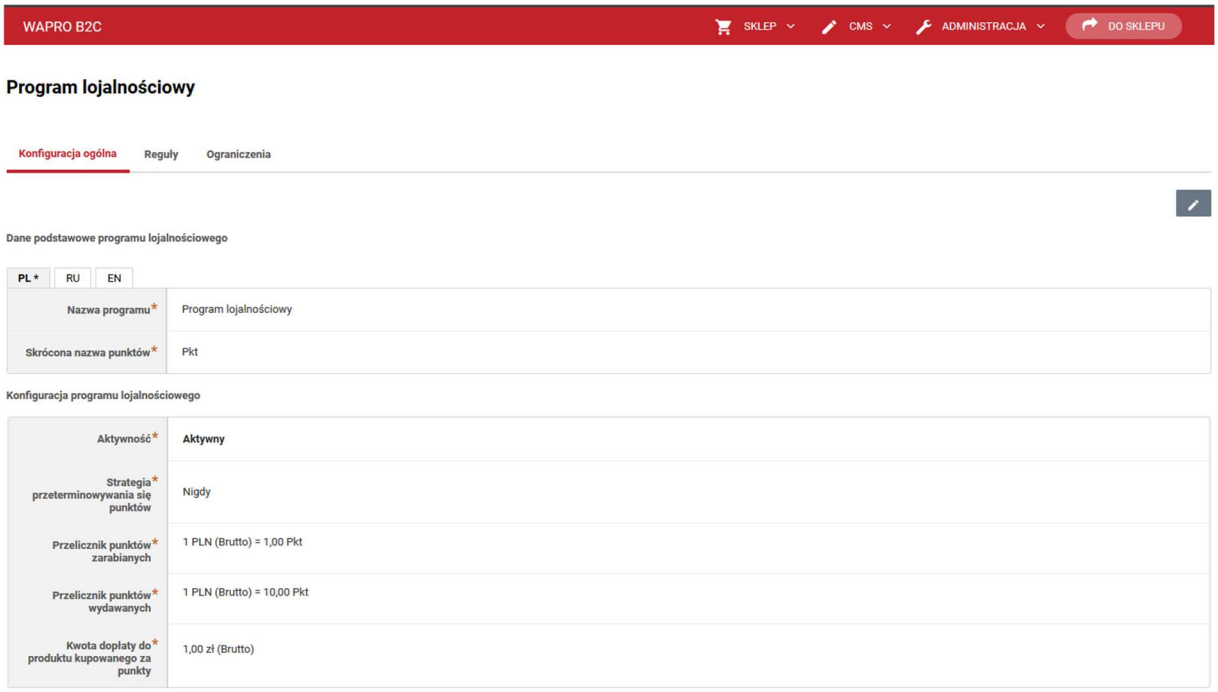
Firma SuperSales wprowadza Program lojalnościowy u swoich klientów. W pierwszym etapie zasady programu są uproszczone i obejmują wszystkich klientów i produkty.

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

Wydawanie punktów: 1 PLN brutto = 10 punktów.

6.1.2. Konfiguracja w Panelu administracyjnym

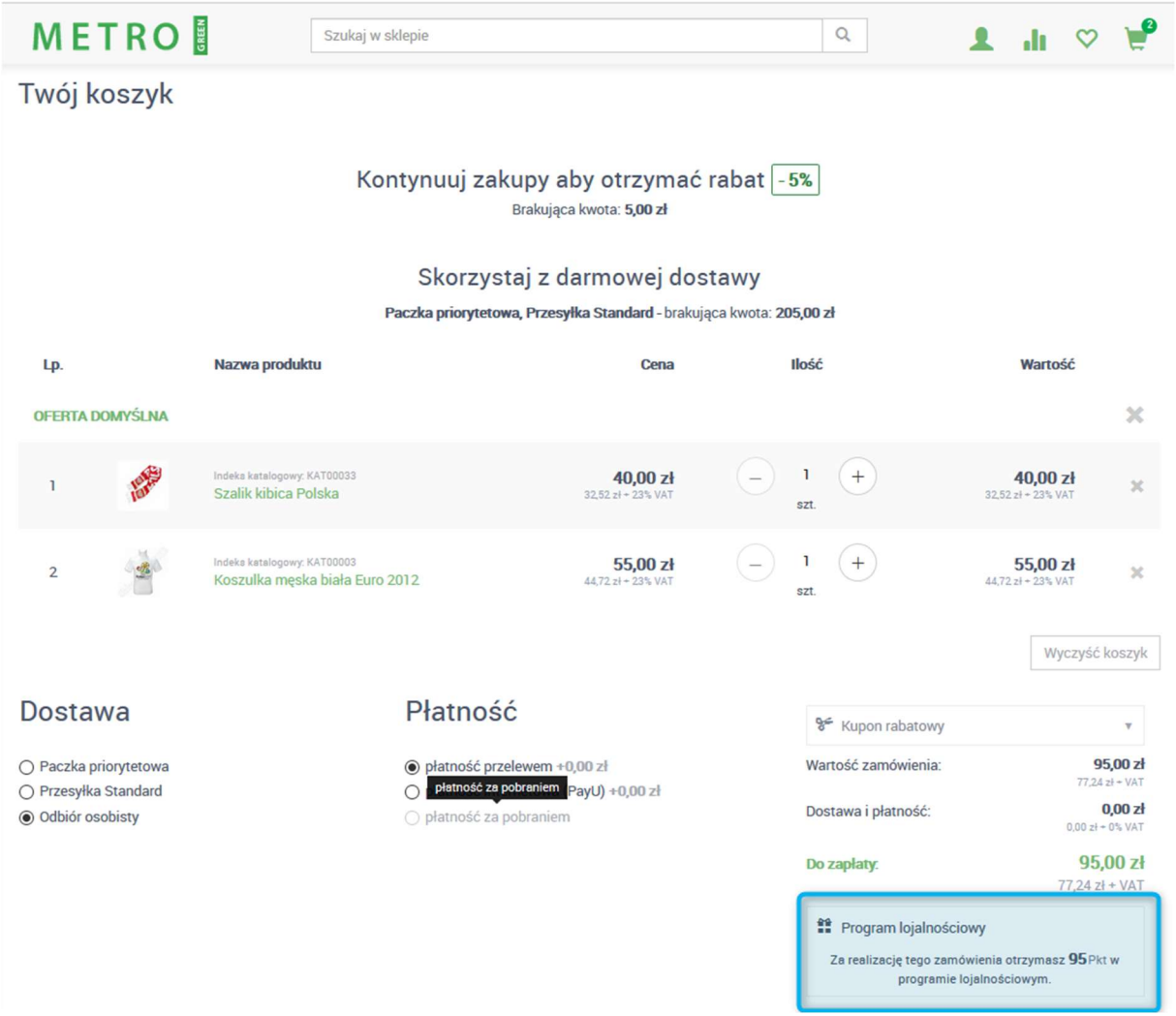
Wystarczy wypełnić zakładkę *Konfiguracja ogólna:*



Rys. 21 Przykład użycia – konfiguracja ogólna

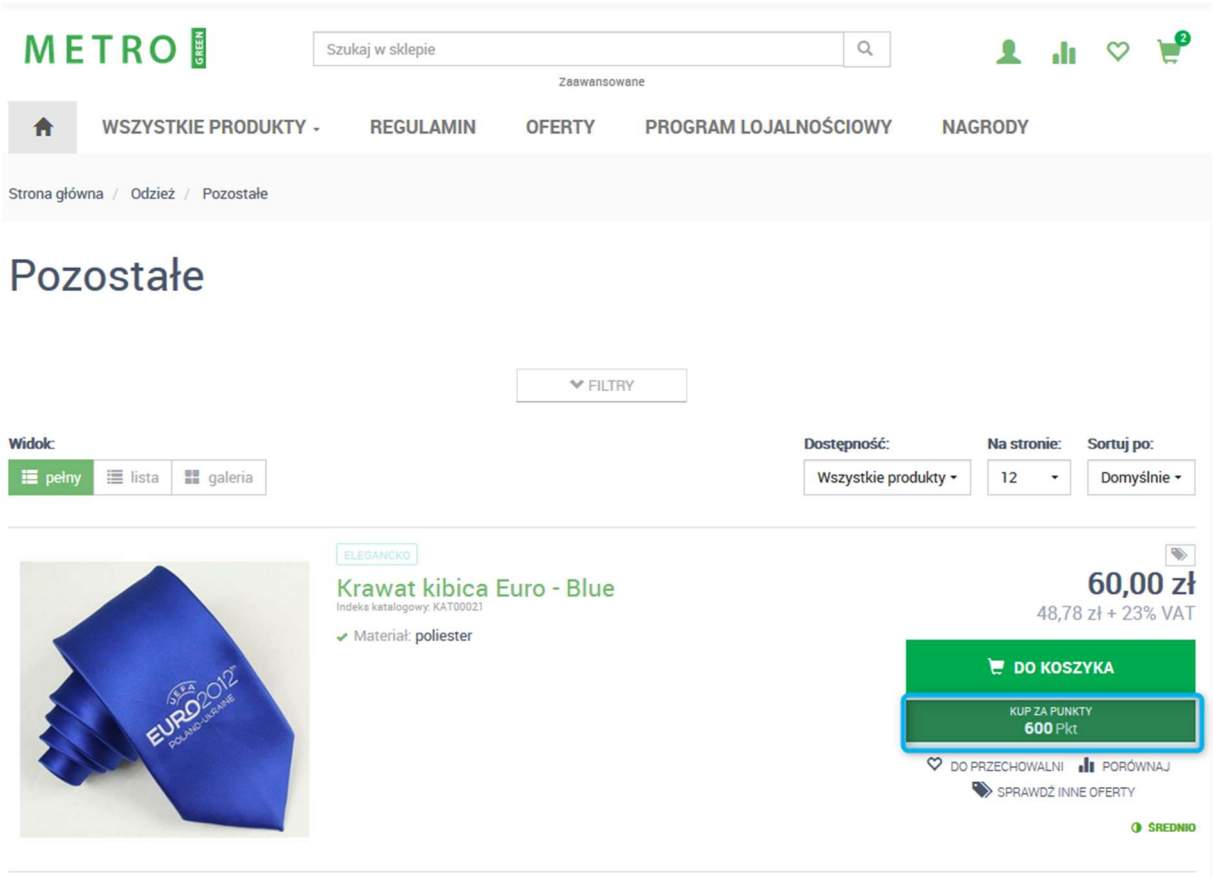
6.1.3. Efekt w sklepie

Po skompletowaniu zamówienia, w koszyku pojawi się informacja o łącznej liczbie punktów uzyskanych w ramach składanego zamówienia. W omawianym przykładzie, niezależnie od klienta i produktu, 1 PLN = 1 punkt, dlatego w poniższym zamówieniu 95,00 PLN wartości zamówienia = 95 punktów (w przypadku wystąpienia wartości dziesiętnych ilość punktów zostałaby zaokrąglona do dołu).



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

W zakresie wydawania punktów, niezależnie od klienta 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

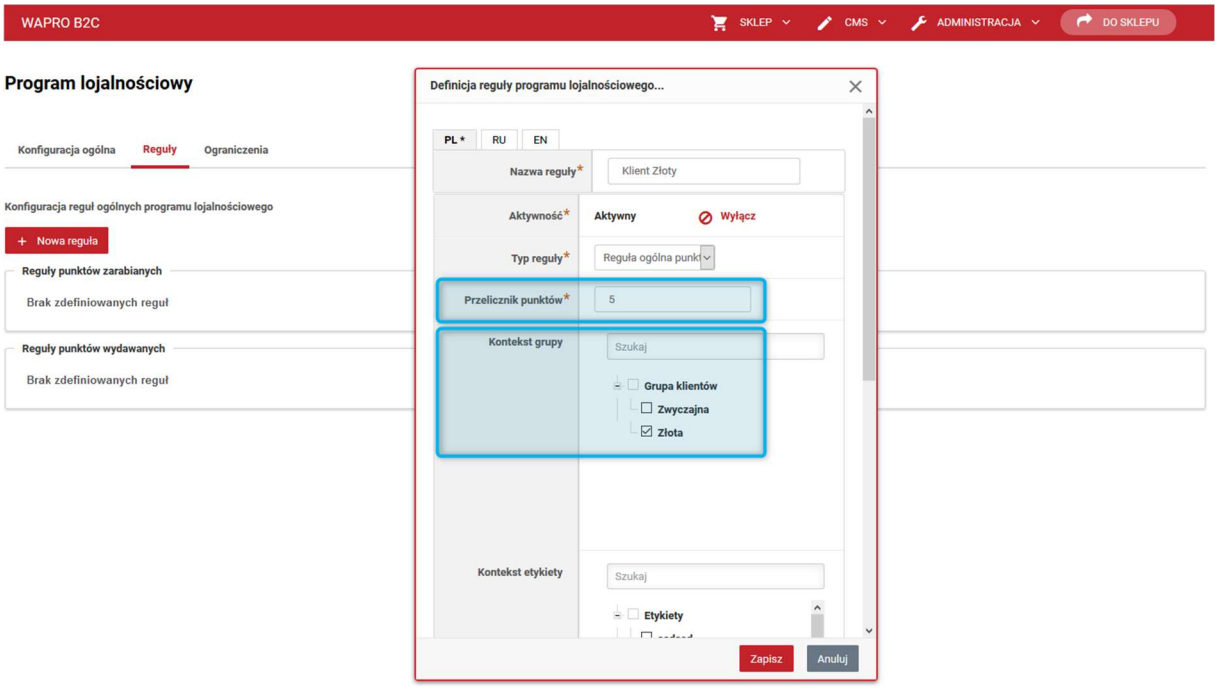
6.2. Reguły zarabiania i wydawania punktów – kategoryzacja klientów (grupy klientów)

6.2.1. Opis

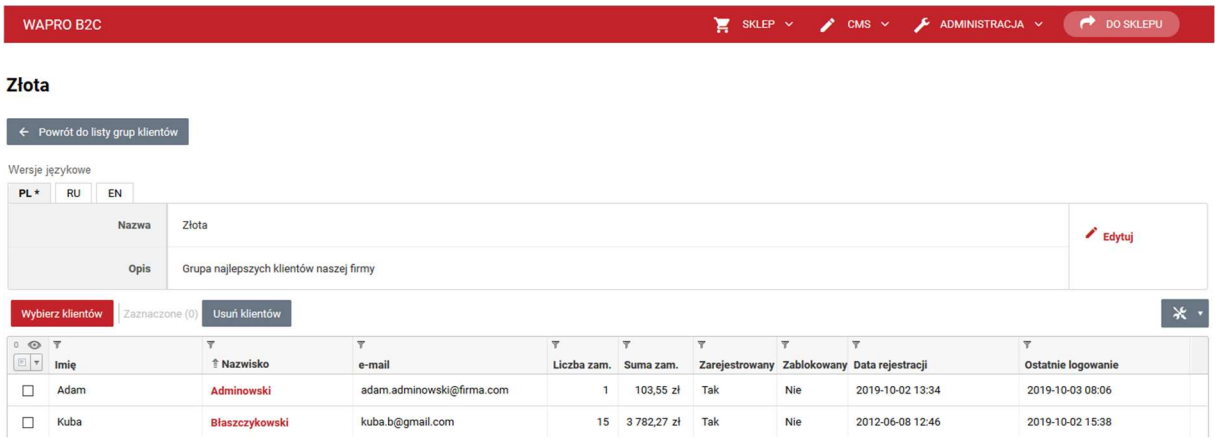
W kolejnym etapie firma SuperSales dodaje specjalny warunek dla Klientów Złotych. Dla takich klientów reguła wydawania punktów zmienia przelicznik punktów z 10 na 5, co skutkuje tym, że Klienci Złoci mogą zakupić produkty za mniejszą ilość punktów. Pozostałych klientów obowiązują ogólne reguły z poprzedniego przykładu.

6.2.2. Konfiguracja w Panelu administracyjnym

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



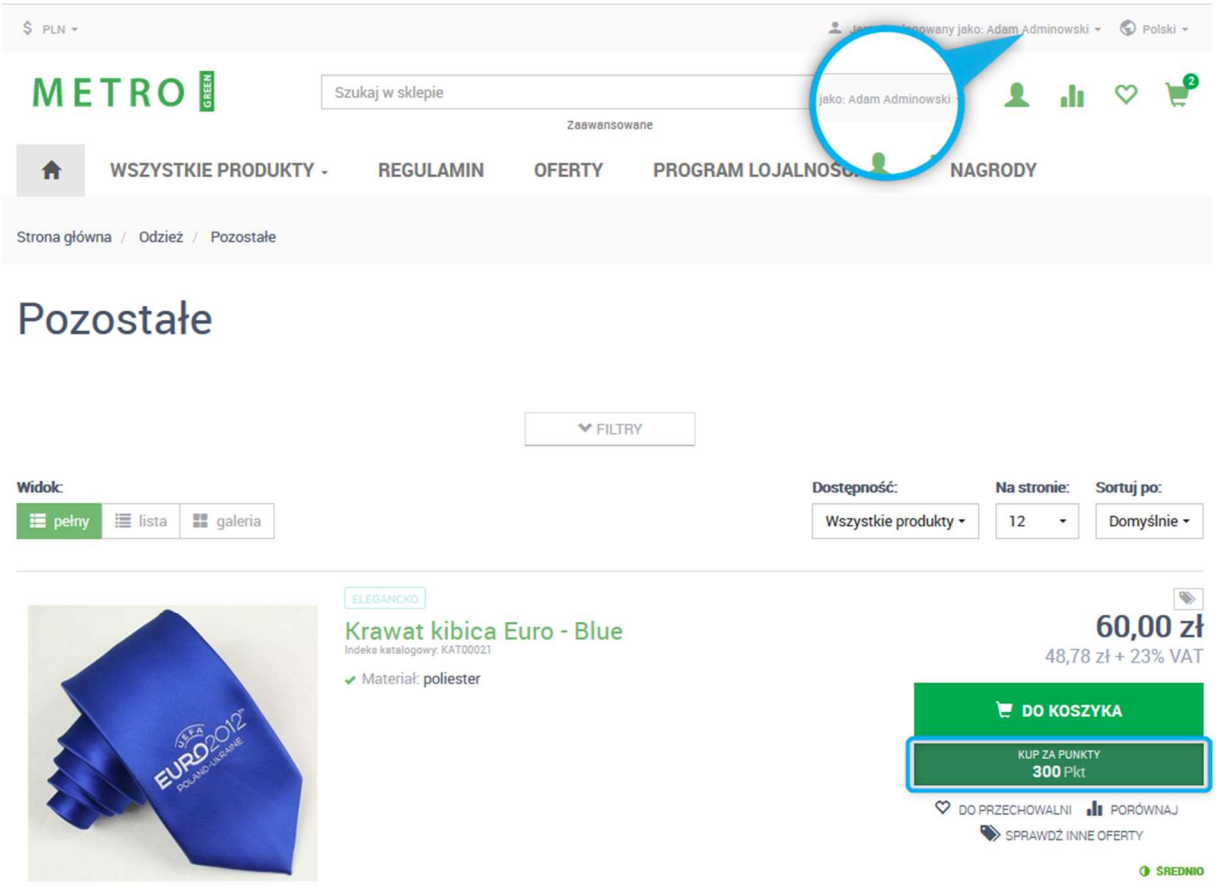
Rys. 24 Przykład użycia – nowy przelicznik dla grupy klientów – konfiguracja w Panelu administracyjnym



Rys. 25 Przykład użycia – grupa klientów z nowym przelicznikiem

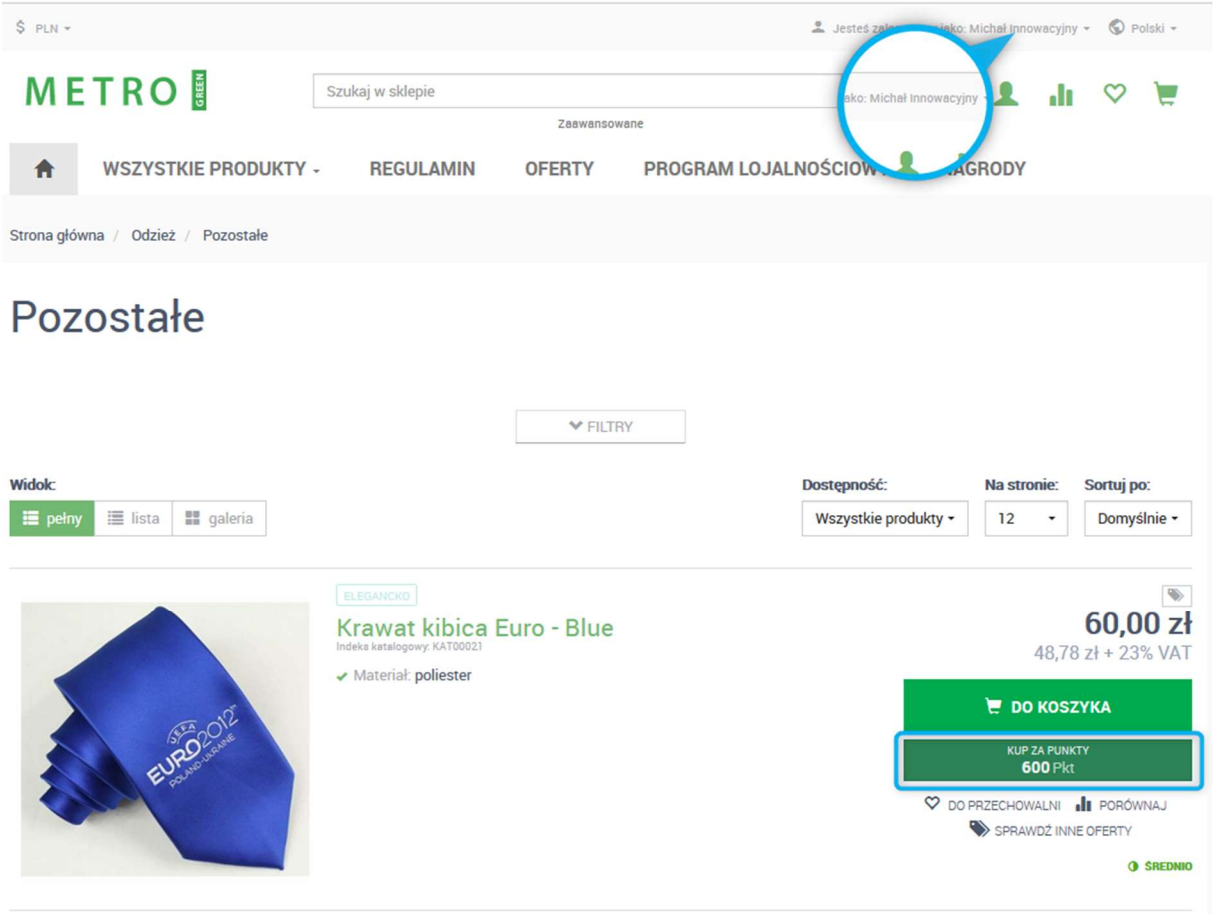
6.2.3. Efekt w sklepie

Ten sam produkt, za który w punktach należy zapłacić 10 punktów za 1 PLN, dla Klienta Złotego jest dostępny w przeliczniku 5 punktów za 1 PLN.



Rys. 26 Przykład użycia – nowy przelicznik dla Klienta Złotego – widok w sklepie

Dla klienta innego niż Klient Złoty, ten sam produkt jest dostępny w przeliczniku 10 punktów za 1 PLN.



Rys. 27 Przykład użycia – przelicznik dla klienta innego niż Złoty – widok w sklepie

6.3. Reguły dotyczące produktów

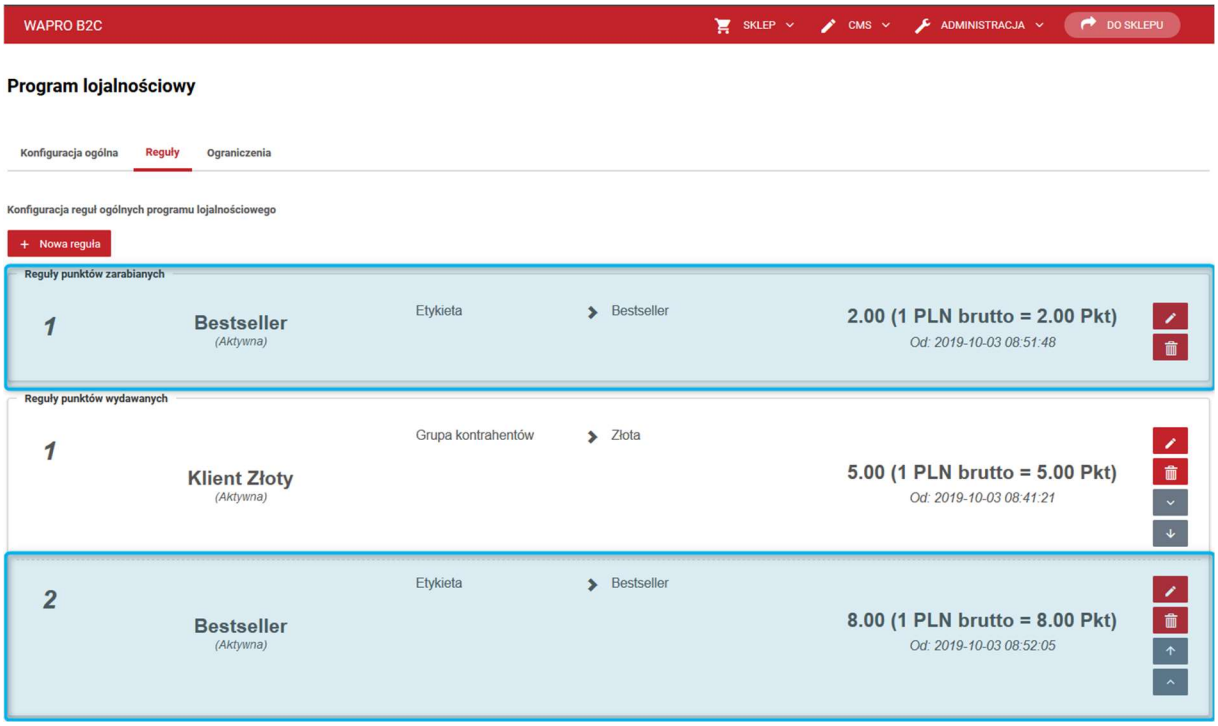
6.3.1. Opis

Oprócz dedykowanych warunków dla Klientów Złotych, 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 klient otrzymuje 2 punkty (ogólne warunki: 1 PLN = 1 punkt). Natomiast reguła wydawania punktów na zakup produktów z etykietą *Bestseller* dla klientów spoza grupy Złoci została zmieniona na przelicznik 1 PLN = 8 punktów (ogólny przelicznik dla pozostałych produktów 1 PLN = 10 punktów). W przypadku Klientów Złotych pozostaje tu 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.

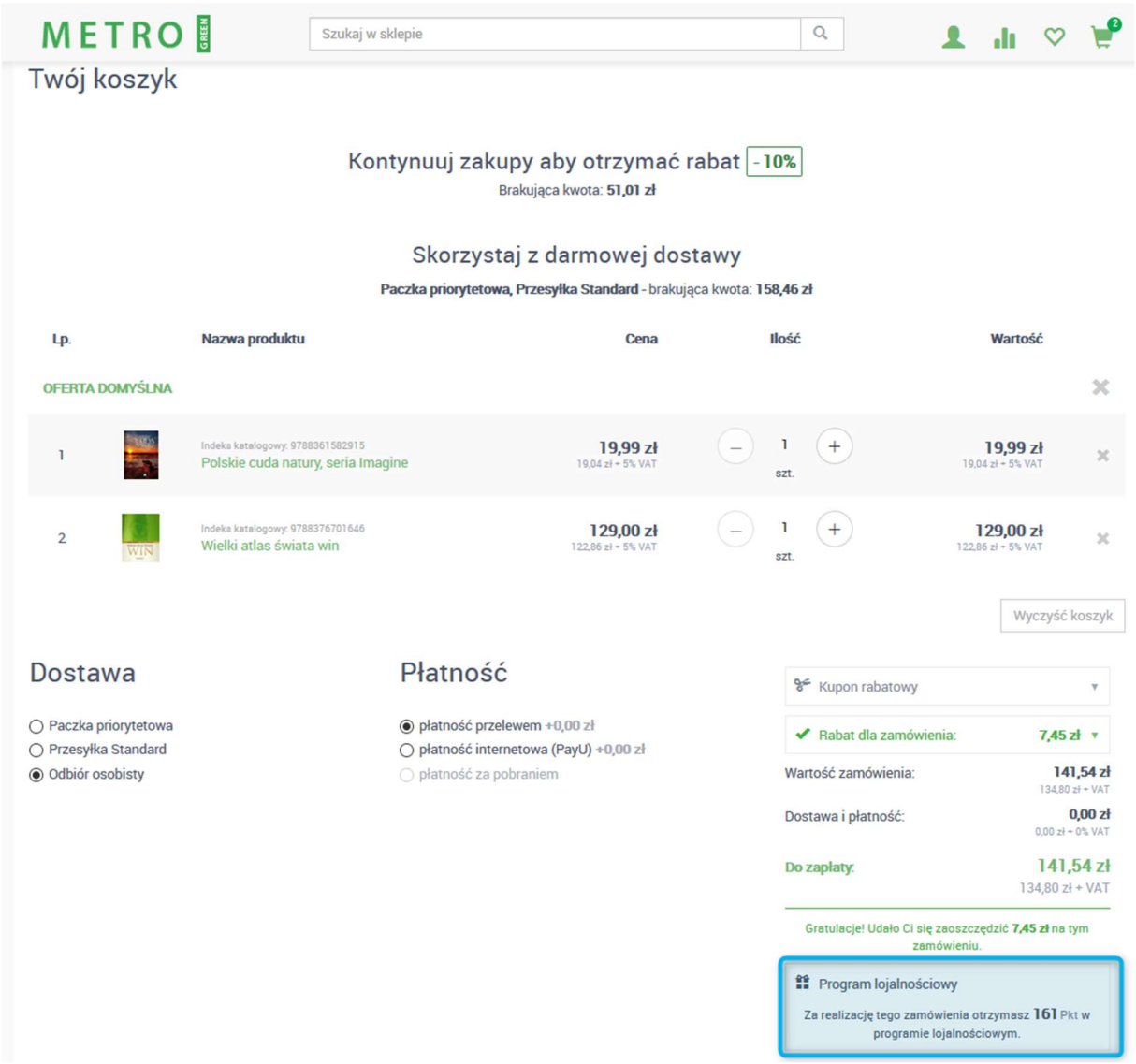


Rys. 28 Przykład użycia – reguły dla grupy produktów – konfiguracja w Panelu administracyjnym

Należy zwrócić uwagę, że reguła *Bestseller* dla punktów wydawanych ma niższy priorytet niż reguła *Klient Złoty,* aby Klienci Złoci mieli korzystniejsze warunki zakupu produktów.

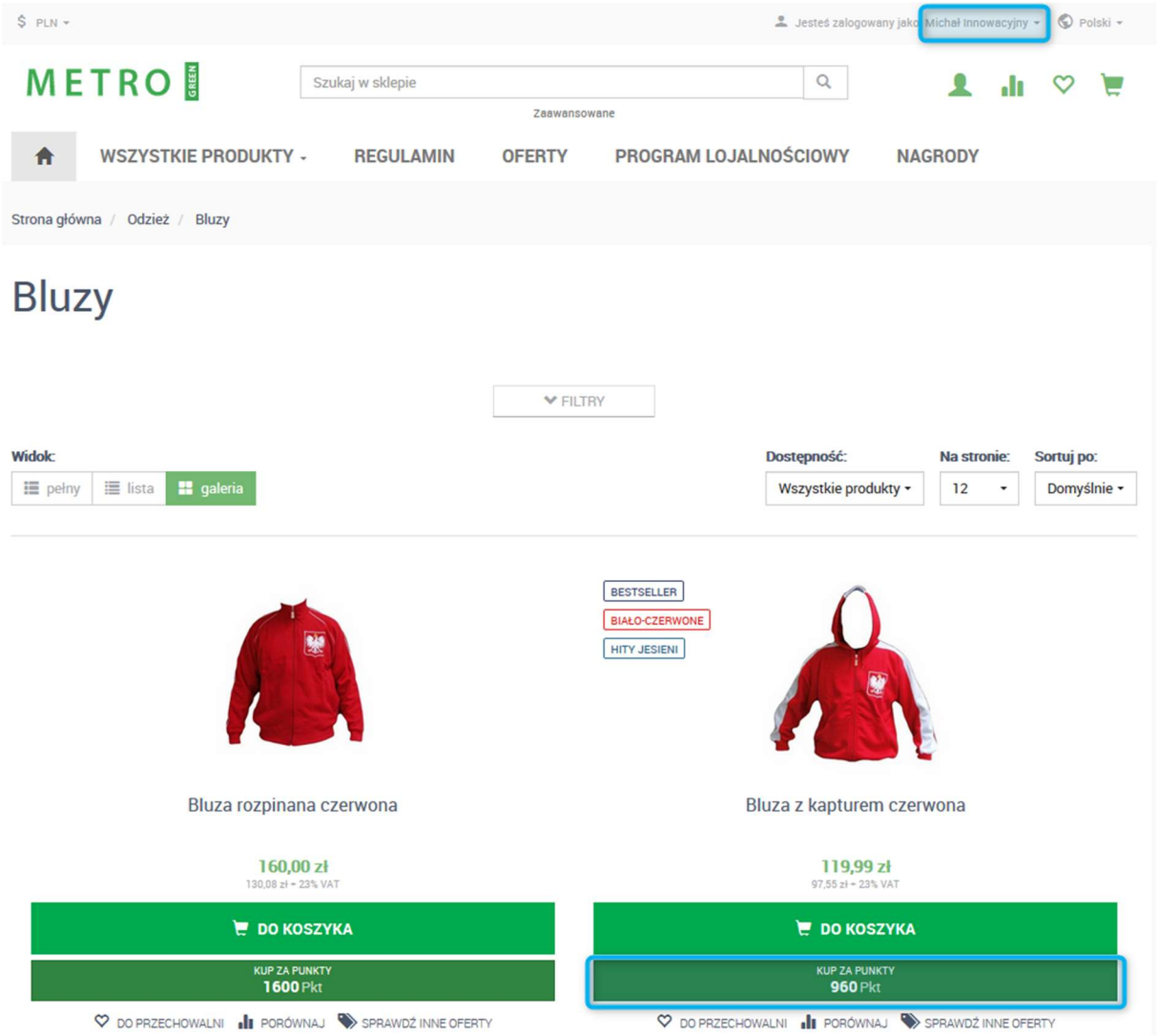
6.3.3. Efekt w sklepie

Wszyscy klienci za zakup produktów z etykiety *Bestseller* zyskują 2 punkty za 1 PLN, za pozostałe produkty 1 punkt za 1 PLN. W poniższym zamówieniu produkt „Polskie cuda natury, seria Imagine" jest *Bestsellerem* i w efekcie ilość punktów zarobionych w wyniku tego zamówienia to 161 a nie 141.



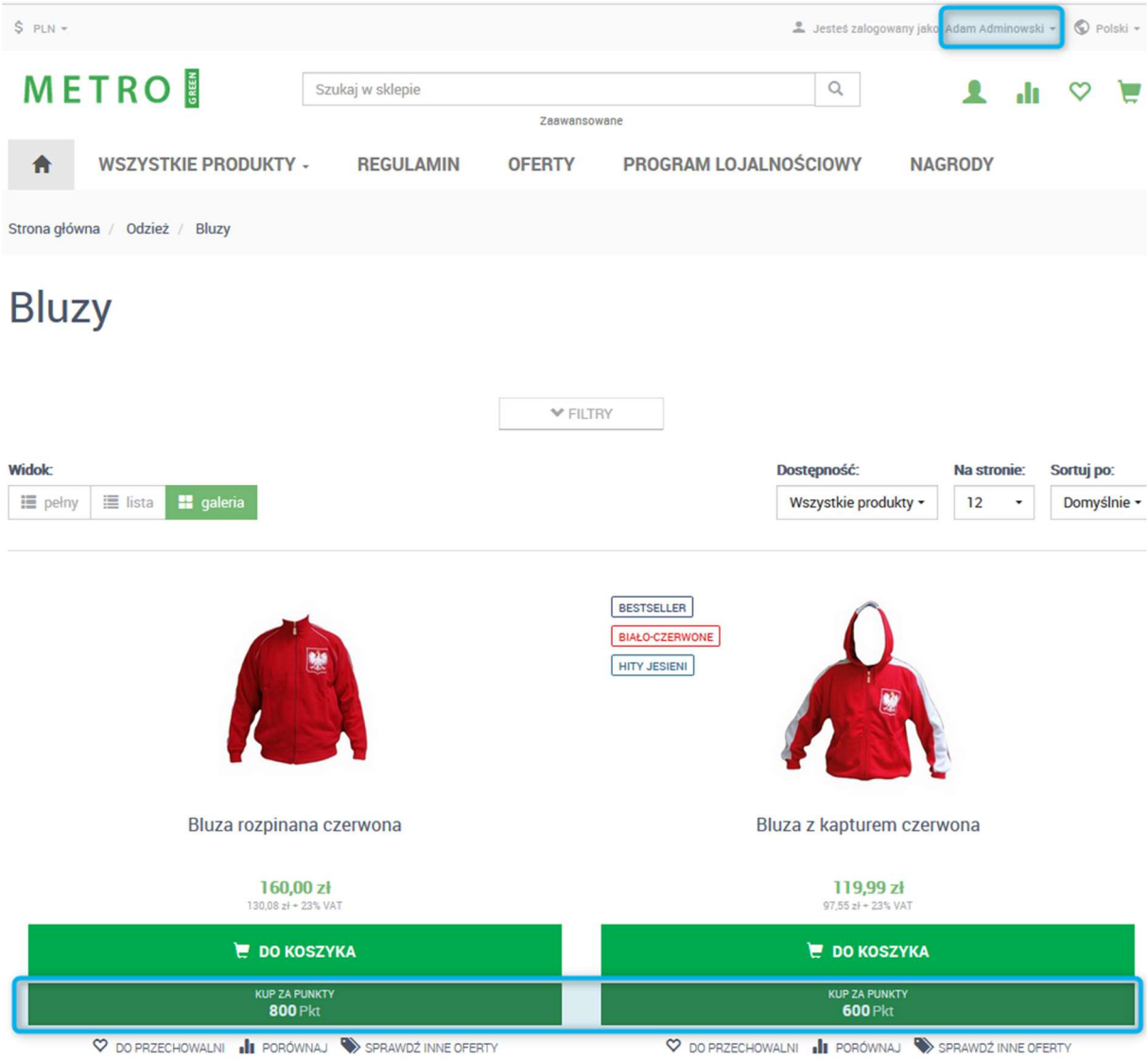
Rys. 29 Przykład użycia – przelicznik zarabiania zależny od etykiety – widok w sklepie

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 – przelicznik wydawania zależny od etykiety – widok w sklepie

Klient Złoty, niezależnie od produktu, kupi go w przeliczniku 5 punktów = 1 PLN.



Rys. 31 Przykład użycia – lista produktów – reguła dla Klientów Złotych (brak zależności od etykiety produktów) – widok w sklepie

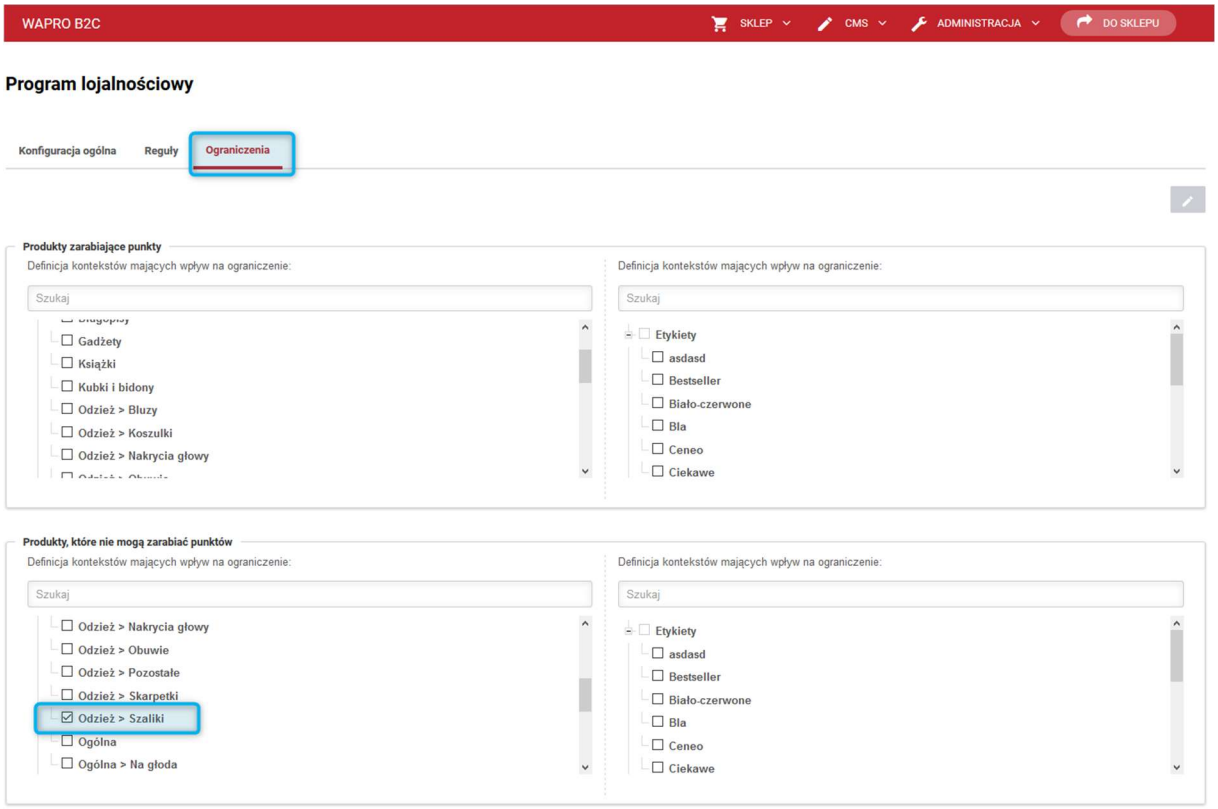
6.4. Ograniczenia produktów w udziale w programie

6.4.1. Opis

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

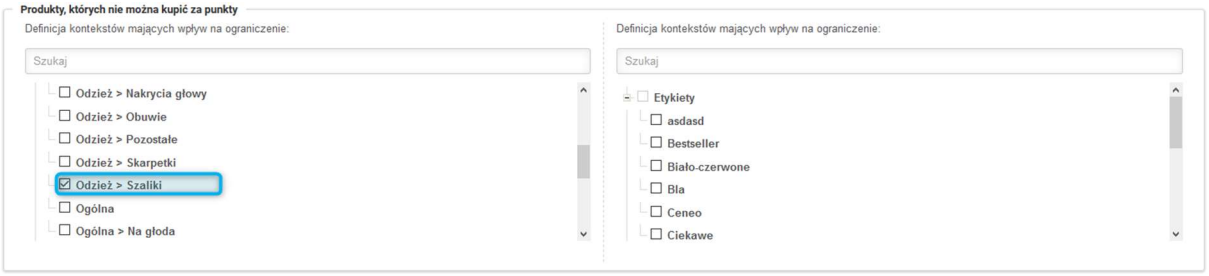
6.4.2. Konfiguracja w Panelu administracyjnym

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*:

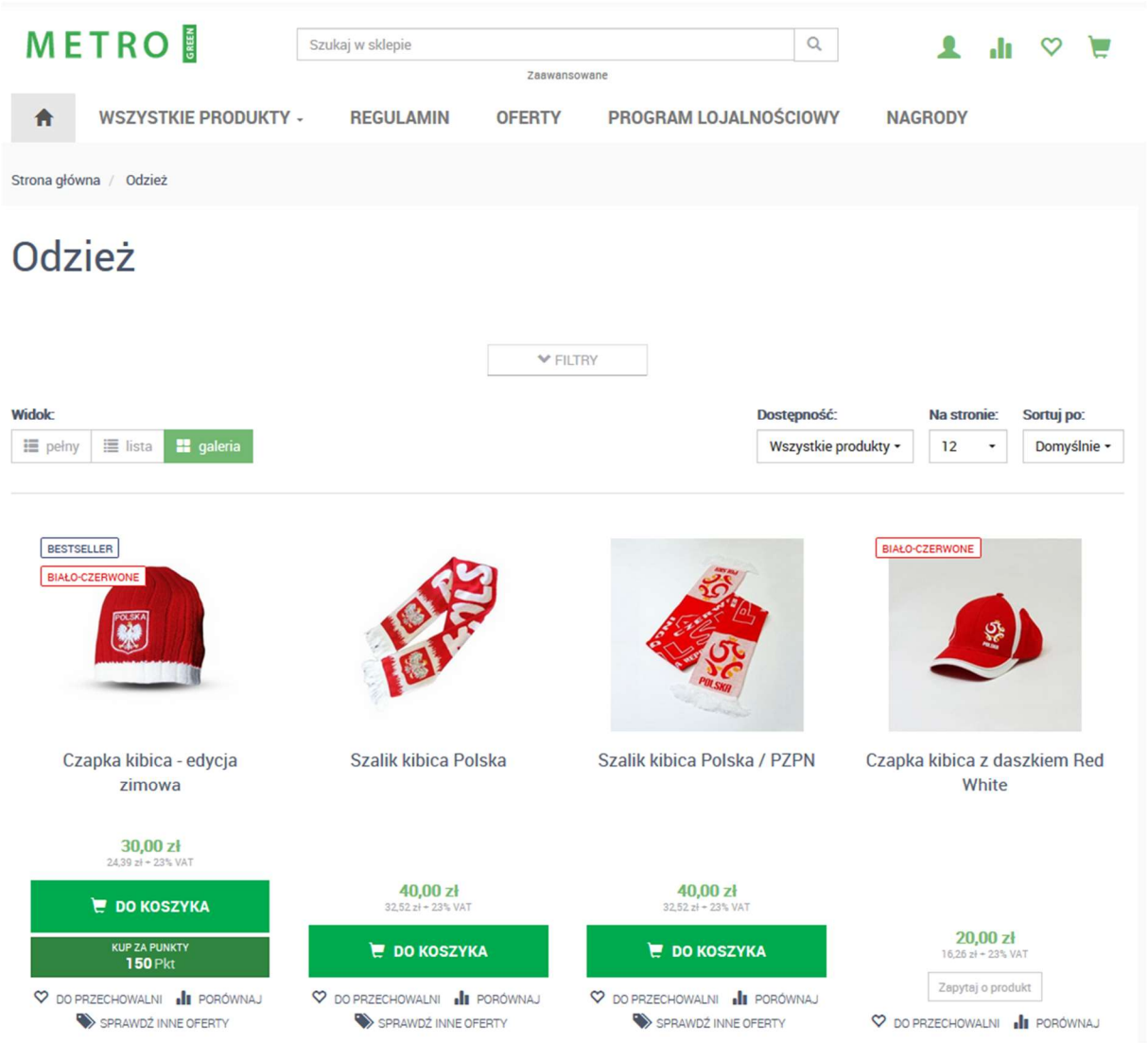


Rys. 33 Przykład użycia – produkty wykluczone z programu (wydawanie punktów) – konfiguracja w Panelu administracyjnym

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 klientów. W takim przypadku należy wykluczyć kategorię produktów z panelu *Produkty, które nie mogą zarabiać punktów*. Możliwa jest też odwrotna konfiguracja.

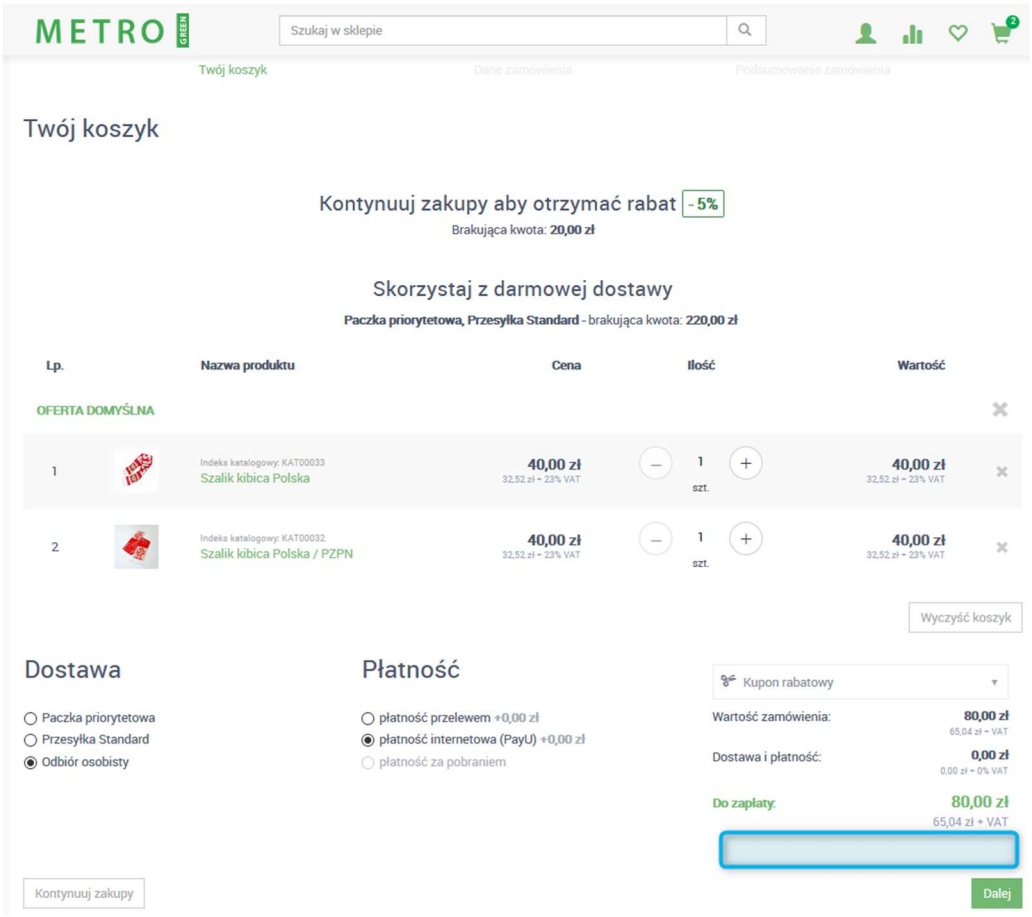
6.4.3. Efekt w sklepie

W związku z wykluczeniem szalików z Programu lojalnościowego na poniższej liście produktów widać, że szaliki można tylko dodać do koszyka, czyli zakupić tradycyjnie, natomiast inne przedmioty 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 szalików nie naliczają się punkty w Programie lojalnościowym.



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

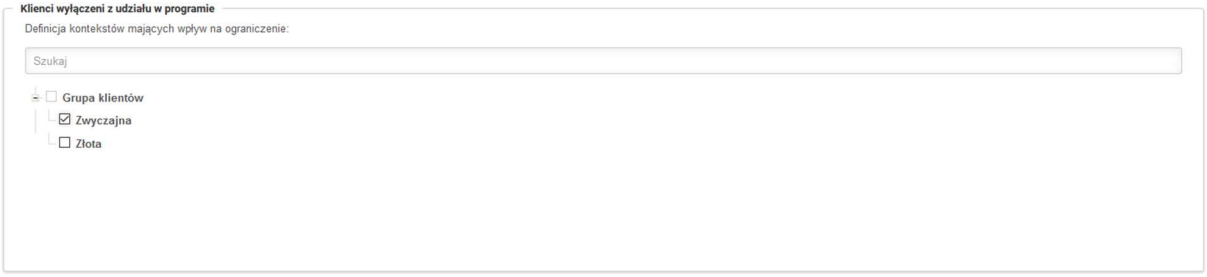
6.5. Ograniczenia klientów w udziale w programie

6.5.1. Opis

Firma SuperSales postanowiła, że wykluczy z Programu lojalnościowego kleintów z grupy *Zwyczajny*. Jednym z klientów z tej grupy jest *Michał Innowacyjny.*

6.5.2. Konfiguracja w Panelu administracyjnym

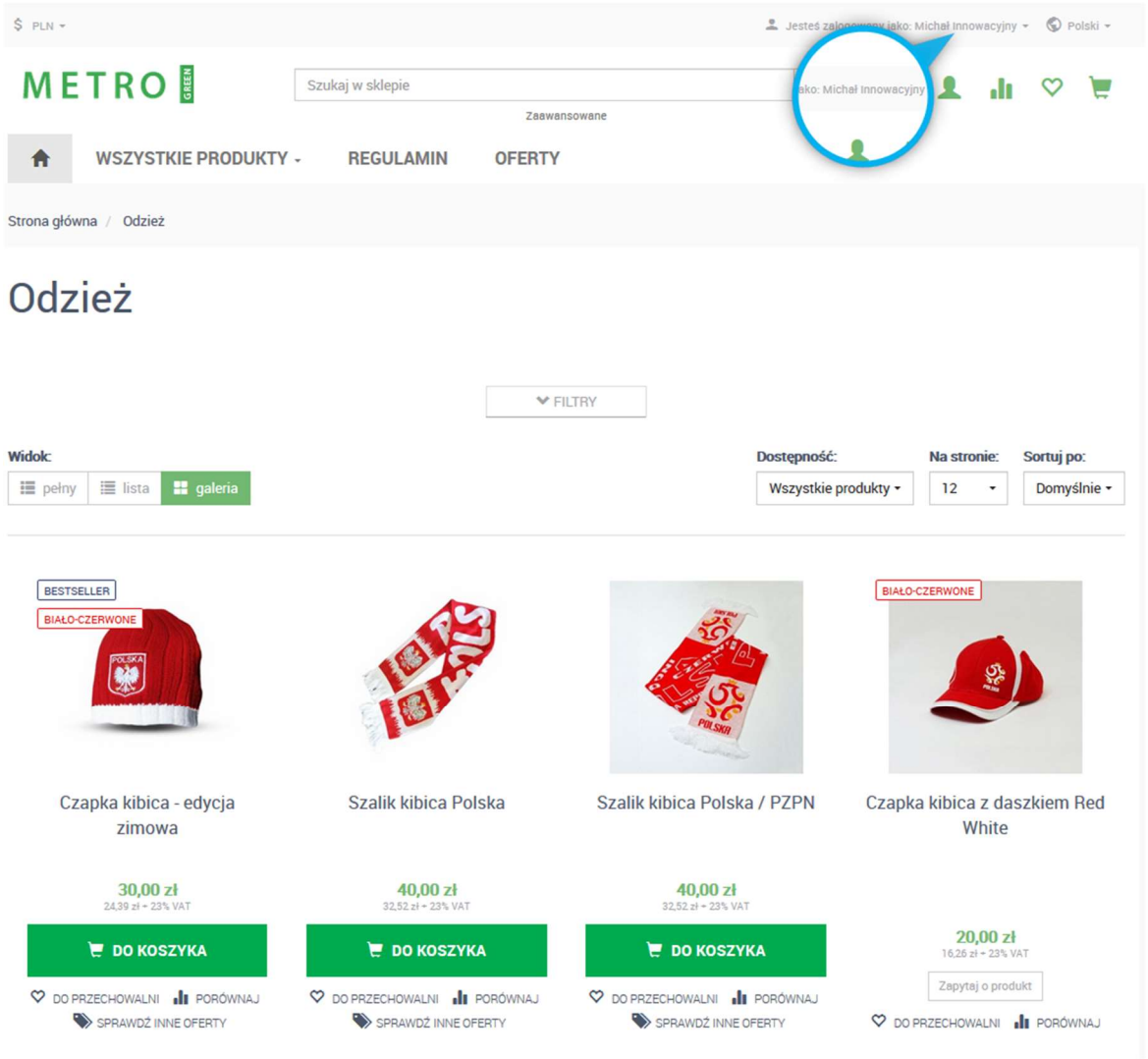
W module Program lojalnościowy w zakładce *Ograniczenia* należy dodać ograniczenie w panelu *Klienci wyłączeni z udziału w programie*.



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

6.5.3. Efekt w sklepie

Klient Zwyczajny nie będzie miał możliwości zamówienia produktów za punkty. Na poniższym obrazie widoczna jest tylko opcja zakupu tradycyjnego. Dodatkowo, moduły: Program Lojalnościowy i Nagrody nie będą widoczne w menu głównym czy stopce.



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

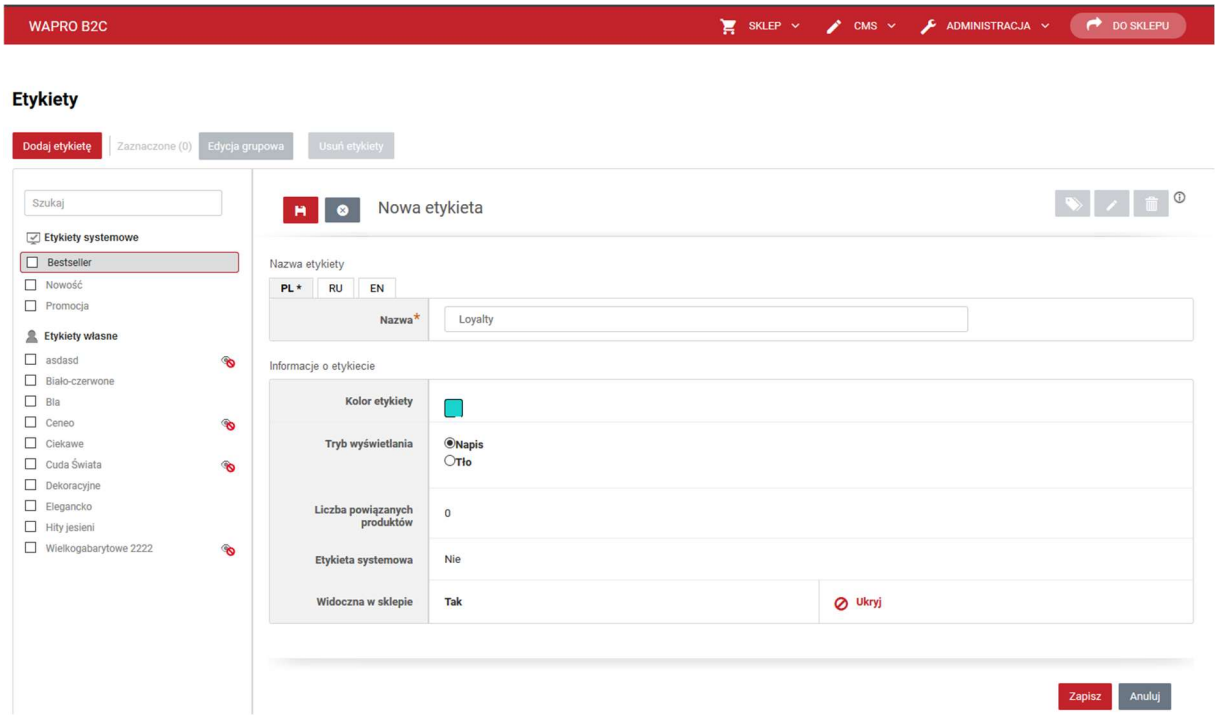
6.6. Zdefiniowanie nagród za udział w programie

6.6.1. Opis

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

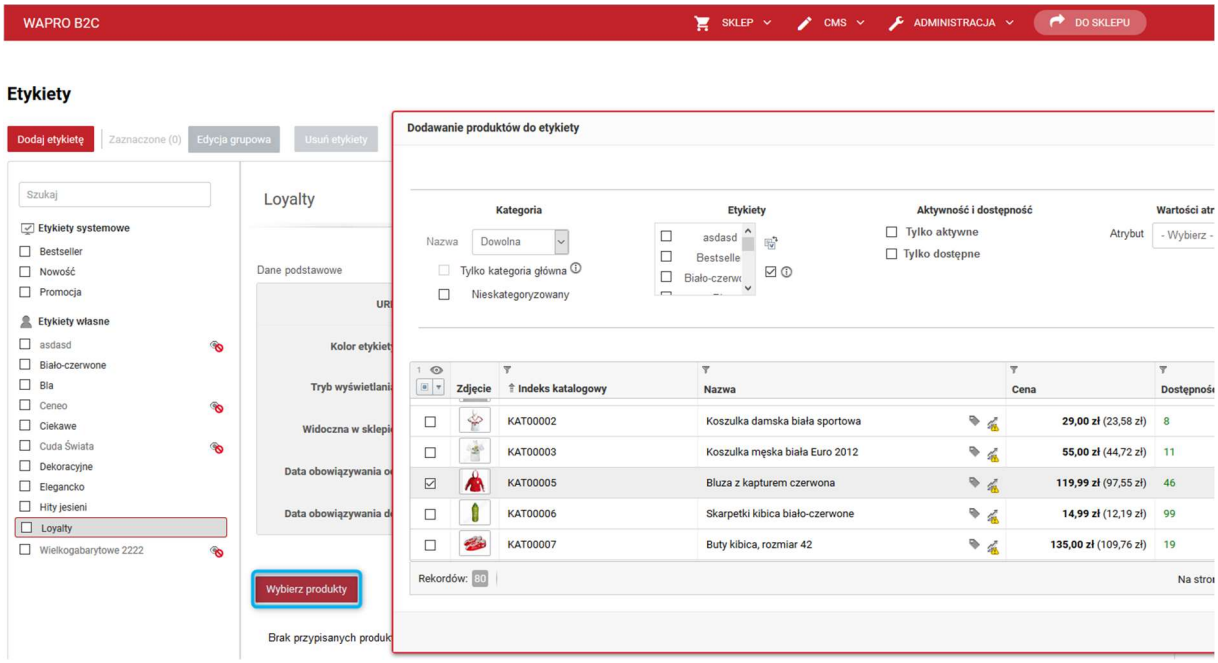
6.6.2. Konfiguracja w Panelu administracyjnym

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



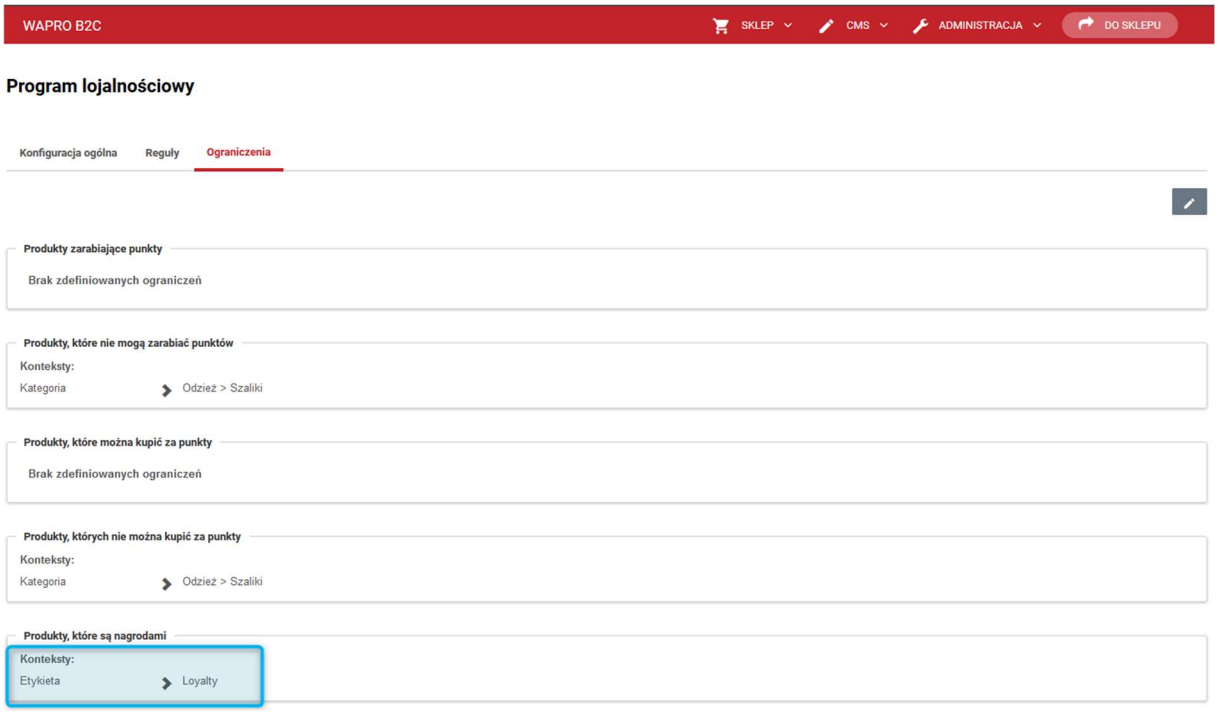
Rys. 38 Przykład użycia – definicja nowej etykiety – konfiguracja w Panelu administracyjnym

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



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

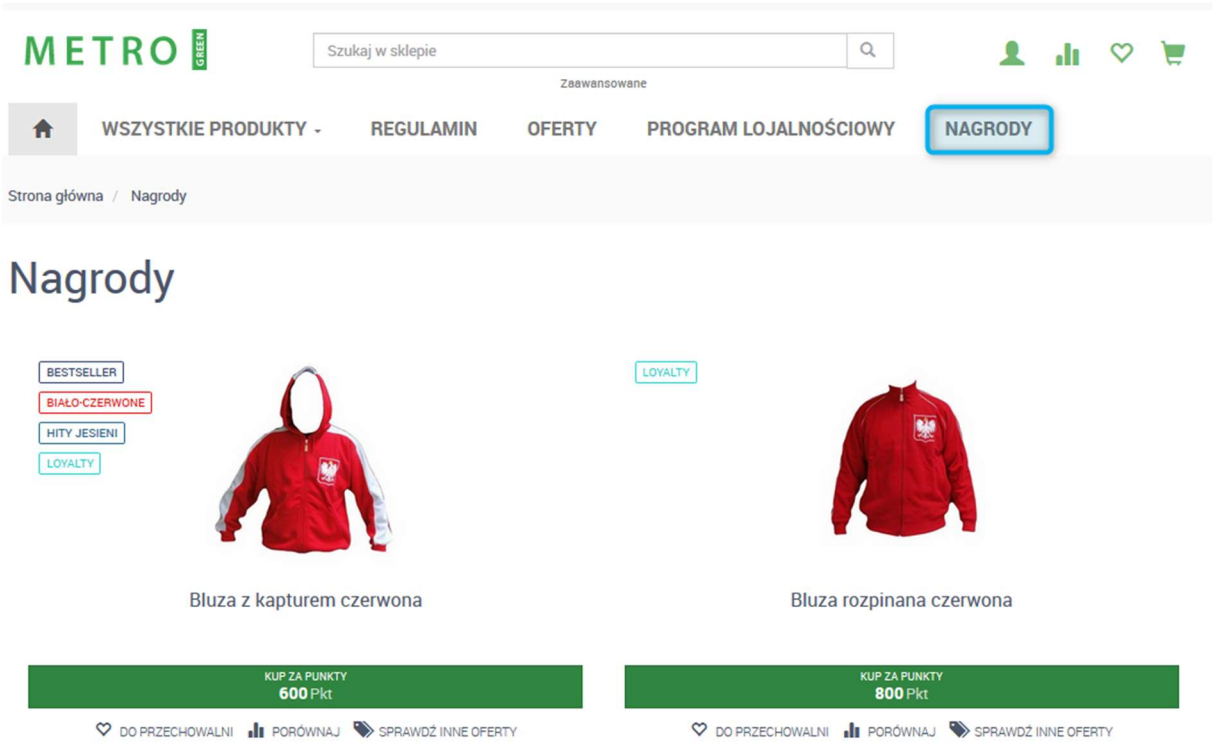
Ostatni etap to ustanowienie produktów z etykiety *Loyalty* nagrodami w Programie lojalnościowym. W tym celu należy w Programie Lojalnościowym, w zakładce *Ograniczenia* wybrać etykietę *Loyalty* w panelu *Produkty, które są nagrodami*.



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 8
Rys. 4 Program lojalnościowy – definicja reguły dedykowanej 9
Rys. 5 Program lojalnościowy – zmiana kolejności reguł 9
Rys. 6 Program lojalnościowy – ograniczenia 10
Rys. 7 Program lojalnościowy – definicja ograniczeń (produkty zarabiające punkty) 10
Rys. 8 Program lojalnościowy – definicja nagród 11
Rys. 9 Definiowanie dedykowanej reguły dla pojedynczego produktu 11
Rys. 10 Definiowanie dedykowanej reguły dla wielu produktów 12
Rys. 11 Klient – przegląd salda punktów 13
Rys. 12 Klient – ręczne dodanie punktów 14
Rys. 13 Klient – ręczna zmiana salda punktów w Programie lojalnościowym 14
Rys. 14 Moduły Program Lojalnościowy i Nagrody w sklepie – menu główne 15
Rys. 15 Moduły Program Lojalnościowy i Nagrody w sklepie – stopka 16
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 19
Rys. 19 Sklep – strefa klienta – saldo punktów 20
Rys. 20 Sklep – moduł Program lojalnościowy 20
Rys. 21 Przykład użycia – konfiguracja ogólna 21
Rys. 22 Przykład użycia – realizacja w sklepie – naliczenie punktów w koszyku 22
Rys. 23 Przykład użycia – realizacja w sklepie – zakup towarów za punkty 23
Rys. 24 Przykład użycia – nowy przelicznik dla grupy klientów – konfiguracja w Panelu administracyjnym 24
Rys. 25 Przykład użycia – grupa klientów z nowym przelicznikiem 24
Rys. 26 Przykład użycia – nowy przelicznik dla Klienta Złotego – widok w sklepie 25
Rys. 27 Przykład użycia – przelicznik dla klienta innego niż Złoty – widok w sklepie 26
Rys. 28 Przykład użycia – reguły dla grupy produktów – konfiguracja w Panelu administracyjnym 27
Rys. 29 Przykład użycia – przelicznik zarabiania zależny od etykiety – widok w sklepie 28
Rys. 30 Przykład użycia – przelicznik wydawania zależny od etykiety – widok w sklepie 29
Rys. 31 Przykład użycia – lista produktów – reguła dla Klientów Złotych (brak zależności od etykiety produktów) – widok w sklepie 30
Rys. 32 Przykład użycia – produkty wykluczone z programu (zarabianie punktów) – konfiguracja w Panelu administracyjnym 31
Rys. 33 Przykład użycia – produkty wykluczone z programu (wydawanie punktów) – konfiguracja w Panelu administracyjnym 31
Rys. 34 Przykład użycia – wykluczenie kategorii produktów z programu – widok w sklepie 32
Rys. 35 Przykład użycia – produkty wyłączone z programu w koszyku 33
Rys. 36 Przykład użycia – klienci wykluczeni z programu – konfiguracja w Panelu administracyjnym. 34
Rys. 37 Przykład użycia – opcje zakupu produktów – klient wykluczony z programu 34
Rys. 38 Przykład użycia – definicja nowej etykiety – konfiguracja w Panelu administracyjnym 35

Rys. 39 Przykład użycia – przypisanie produktów do etykiety – konfiguracja w Panelu administracyjnym 36
Rys. 40 Przykład użycia – zdefiniowanie nagród w programie – konfiguracja w Panelu administracyjnym 37
Rys. 41 Przykład użycia – nagrody w Programie lojalnościowym – widok w sklepie 38

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

