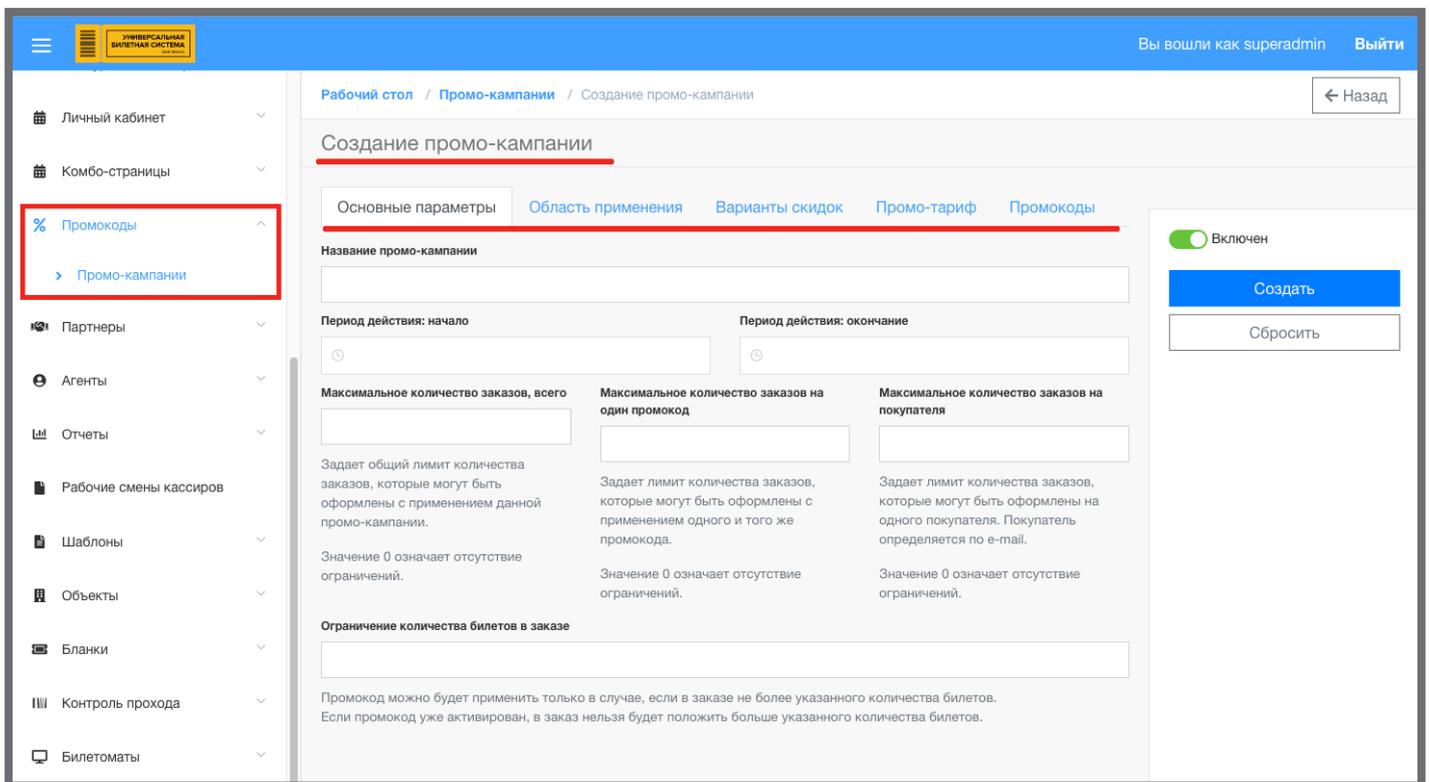


ПРОМОКОДЫ

Настройка промо-кампании
в Универсальной Билетной Системе





Содержание

Общая информация

Настройка промо-кампании:

1. Вкладка «Основные параметры»

- Название промо-кампании
- Начало и окончание действия
- Максимальное количество заказов, всего
- Максимальное количество заказов на один промокод
- Максимальное количество заказов на покупателя
- Ограничение количества билетов в заказе

2. Вкладка «Область применения»

сущности, на которые действует указанный тариф

3. Вкладка «Варианты скидок»

скидка в процентах, скидка от суммы заказа, активация специального тариф

4. Вкладка «Промо-тариф»

тариф, действующий только с промо-кодом. Тариф действует только в случае, если активирован один из указанных промо-кодов

5. Вкладка «Промокоды»

Применение промокодов

Включение/отключение полей ввода промокода

Общая информация

Промокоды позволяют организовать продажу билетов со скидкой либо с иным тарифом.

Используемые понятия и их описание:

- **Промо-кампания:** описывает конфигурацию промо-акции. В рамках промо-кампании задается вся совокупность правил: правила применения скидок, область действия, лимиты, спецтарифы и т.д. К промо-кампании генерируются промокоды, которые позволят активировать скидку по условиям этой промо-кампании.
- **Промокод:** некий код (произвольная строка), привязанный к промо-кампании. Любой промокод однозначно указывает на промо-кампанию, к которой он относится: иными словами, коды являются уникальными в пределах инстанса.
- **Активация промокода:** действие, при котором пользователь вводит промокод и тем самым применяет скидки на отображаемые цены. Активация может происходить как путем ввода кода в поле ввода, так и через переход по ссылке. Промокод можно активировать на сайте, в кассе или в билетомате.
- **Промо-тариф** - тариф, который будет применяться на все сущности (события, абонементы, экскурсии и т.д.), охватываемые промо-кампанией. Этот тариф используется вместо обычного тарифа, указанного в настройках сущности. Применение промо-тарифа дает широкие возможности по изменению правил продажи - например, можно организовать предварительную продажу, акции вида “всё по 300” и многое другое.
- **Правила применения скидок** - набор условий и значений скидок. Каждое правило определяет размер скидки и условия, при котором оно может быть применено. Правила не суммируются, а заменяются друг другом - если подходящих правил окажется несколько, то в конечном счете будет действовать то правило, которое дает максимальную скидку.
- **Область действия промо-кампании** - набор правил, определяющих, на какие сущности распространяется действие промо-кампании. Это могут быть события/абонементы/экскурсии, типы, группы, сущности с определенным тарифом и т.д.

Настройка промо-кампании

Настройка промо-кампании состоит из пяти вкладок

Вкладка «Основные параметры»

- **Название промо-кампании:** внутреннее наименование промо-кампании. Вне административной панели нигде не выводится.
- **Начало и окончание действия:** задает период, в который можно активировать промокод. При попытке активации промокода вне заданного периода пользователь получит ошибку “промокод не найден”.
- **Максимальное количество заказов, всего:** задает общий лимит количества заказов, которые могут быть оформлены с применением данной промо-кампании. Например, если указано 10, то может быть создано не более 10 заказов с любыми промокодами из данной промо-кампании.
- **Максимальное количество заказов на один промокод:** такое же ограничение, только не на промо-кампанию, а на каждый отдельный промокод. Например, если стоит значение 3, при этом в промо-кампании создано 200 промокодов, то всего может быть создано не более 600 заказов, при этом с помощью каждого конкретного промокода может быть создано не более трех заказов.
- **Максимальное количество заказов на покупателя:** задает лимит заказов на одного покупателя. В текущей реализации, покупатель привязывается к e-mail, поэтому можно сказать, что это лимит заказов на e-mail. Задав этот лимит, покупатель не сможет сделать заказов больше, чем указано в лимите, даже с применением разных промокодов из данной промокампании. Например, задано значение 1, при этом в кампании сгенерировано несколько промокодов, из которых покупателю известно сразу два. Покупатель сможет оформить заказ только с помощью одного промокода - при попытке активировать второй код на тот же e-mail возникнет ошибка.
- **Ограничение количества билетов в заказе:** промокод можно будет активировать только в случае, если корзина содержит не более указанного количества билетов. Вместе с этим, в корзину нельзя будет добавить билетов больше, чем указано, если активирован промокод. Например: обычный лимит корзины - 10 билетов, но в промо-кампании задан лимит 2. Пользователь активирует промокод на пустой корзине, и пытается добавить билеты. Два билета добавятся, третий - нет: будет достигнут лимит.

* Название промо-кампании, а так же период действия - поля, обязательные для заполнения.

* Лимиты на количество заказов действуют в совокупности: например, если будет задано 100 заказов на покупателя, 50 заказов на промокод и 10 заказов всего - итоговый лимит окажется 10.

* Отсутствие значения в лимитах (или значение 0) означает отсутствие лимита.

Вкладка «Область применения»

Определяет, на что распространяется действие промо-кампании.

Например, мы хотим, чтобы скидка давалась только на абонементы группы “Осень” и “Зима”. В таком случае, в группах абонементов выбираем соответствующие группы и добавляем их в список.

Можно указать как конкретные события/абонементы/экскурсии, так и их группы и типы. Помимо этого, можно указать темы экскурсий, а так же тарифы.

При указании тарифов, промо-кампания будет распространяться на все сущности, на которые распространяются указанные тарифы.

Если вообще ничего не указано, промо-кампания действует на все продаваемые сущности, о чем будет дополнительно сказано сверху вкладки.

The screenshot shows the 'Создание промо-кампании' (Create promotional campaign) interface. The left sidebar contains a navigation menu with items like 'Личный кабинет', 'Комбо-страницы', 'Промокоды', 'Промо-кампании', 'Партнеры', 'Агенты', 'Отчеты', 'Рабочие смены кассиров', 'Шаблоны', 'Объекты', 'Бланки', 'Контроль прохода', 'Билетоматы', 'Кассы', 'Сотрудники', 'Права и пользователи', 'Справочники', and 'Почта'. The main content area has a breadcrumb 'Рабочий стол / Промо-кампании / Создание промо-кампании' and a title 'Создание промо-кампании'. Below the title are tabs: 'Основные параметры', 'Область применения' (highlighted with a red underline), 'Варианты скидок', 'Промо-тариф', and 'Промокоды'. A yellow warning box states: 'Внимание: промо-кампания распространяется на все билеты, так как не указано ни одного ограничения области применения.' Below this are four sections, each with a red underline and a 'Добавить' (Add) button: 'События' (Events) with a 'Выбрать' (Select) dropdown; 'Группы событий' (Event groups) with a 'Выбрать' dropdown; 'Типы событий' (Event types) with a 'Выбрать' dropdown; and 'Услуги' (Services) with a 'Выбрать' dropdown. The 'Группы услуг' (Service groups) section is partially visible at the bottom with a 'Выбрать' dropdown and a 'Добавить' button.

Вкладка «Варианты скидок»

Это набор правил, задающих размер скидки и условия применения правила.

Каждое правило задает процент скидки, минимальную сумму заказа и минимальное количество билетов. Такая система позволяет создать прогрессивную шкалу скидок.

Если подходящих правил несколько, выбирается то правило, которое дает максимальную скидку. В конечном счете, действует либо одно правило с максимальной скидкой, либо ни одного.

Как это работает: допустим, у вас четыре правила:

- 2% при заказе от 0 рублей и 3 билетов,
- 4% при заказе от 2000 рублей и 0 билетов,
- 10% при заказе от 10000 рублей и 10 билетов.
- 1% при заказе от 11000 рублей и 0 билетов.

Допустим, вы заказали 1 билет на сумму 1500 рублей. Под эти условия ни одно правило не подходит - скидки вы не получите.

Допустим, вы заказали 3 билета на сумму 1500 рублей. Под эти условия подходит только первое правило - значит, вы получаете скидку 2%.

Допустим, вы заказали 3 билета на сумму 5000 рублей. Под эти условия подходят два первых правила, но второе правило дает большую скидку. Итог - вы получаете скидку 4%.

Допустим, вы заказали 9 билетов на 12000 рублей. Под эти условия подходят два первых правила и четвертое, но не третье: хотя сумма выше 10000 рублей, количество билетов - меньше. Среди этих трех правил максимальная скидка - 4%.

И наконец, у вас 10 билетов на 10000 рублей. Первые правила покрывают данную ситуацию, получаем максимальную скидку - 10%.

Обратите внимание, что четвертое правило во всех случаях осталось недействующим: хотя оно старше по условиям, скидку оно дает меньшую, и потому никогда не будет действовать.

Рабочий стол / Промо-кампании / Создание промо-кампании

Создание промо-кампании

Основные параметры Область применения **Варианты скидок** Промо-тариф Промокоды

Процент скидки ?	Минимальная сумма заказа ?	Минимальное количество билетов ?
<input type="text" value="0"/> %	<input type="text" value="0"/> руб.	<input type="text" value="0"/> шт. <input type="button" value="x"/>

Вкладка «Промо-тариф»

Промо-кампания может менять цены не только через варианты скидков, но и через замену тарифа. Более того, замена тарифа позволяет поменять не только цены, но и многие другие параметры, такие как даты продажи, каналы продаж, деление по социальным группам и т.д.

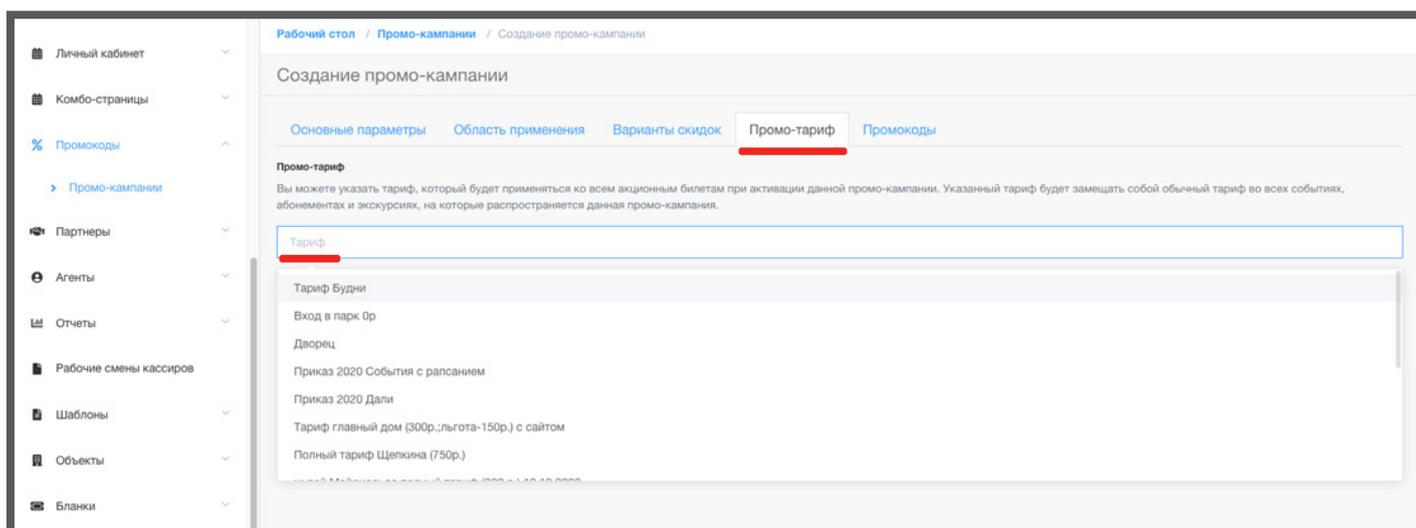
Основное предназначение промо-тарифа - организовать предварительную продажу, создав копию тарифа с другими датами начала продаж.

Как это работает: для всех сущностей из области применения начинает действовать указанный промо-тариф, вне зависимости от того, какой тариф был для них настроен изначально.

Пример: событие “Эксклюзивная лекция”, дата проведения - с 1 по 30 октября. Событию назначен тариф “Лекции - осень”, в котором указана общая цена 100 рублей, и разрешена продажа начиная с 10 сентября. Допустим, сегодня 1 сентября - тариф “Лекции - осень” ещё не действует, поэтому купить билет мы не сможем.

Теперь, создадим промо-кампанию “Предпродажа осени” с кодом PRESALE и следующими параметрами: период действия - с 1 по 10 сентября, область применения - событие “Эксклюзивная лекция”, и выберем промо-тариф - “Лекции - осень - предпродажа”, который будет копией тарифа “Лекции - осень”, но разрешает продажу с 1 сентября. Тогда, введя промокод PRESALE в период с 1 по 10 сентября, мы сможем открыть событие “Эксклюзивная лекция” и купить на него билеты. Без промокода мы этого сделать не сможем.

Применение промотарифа можно сочетать с вариантами скидков: например, можно устроить предпродажу и давать скидку за заказы начиная с определенной суммы.



Вкладка «Промокоды»

Промокоды служат для того, чтобы активировать условия, заданные в промо-кампании. Чтобы промо-кампанию можно было активировать, нужно создать хотя бы один промокод. Вообще говоря, код может быть как один, так и несколько.

Как правило, **встречаются три случая:**

1. Один общий промокод, который публикуется широкой публике (например, размещается на наружной рекламе)
2. Множество одноразовых промокодов, которые либо рассылаются индивидуально, либо печатаются на флаерах и т.д.
3. Множество многоразовых промокодов, которые как правило используются для реферальной программы.

Так или иначе, лимиты использования промокодов задаются во вкладке «Основные параметры», а генерируются - во вкладке «Промокоды».

Для того, чтобы создать коды, их надо сгенерировать. Для этого укажите количество и значение (или префикс) кода. Если код один - значение будет использовано как есть, если больше одного - то будет использован как префикс, а окончание будет сгенерировано случайным образом.

Генерация промокодов возможна только после создания промо-кампании. Сгенерированные коды можно экспортировать в Excel для того, чтобы потом работать с ними - например, отправить в типографию или разослать по почте.

Применение промокодов

Активация промокода может быть произведена различными способами.

Сайт:

- через ввод кода в правой панели при оформлении заказа
- через ввод кода на странице корзины,
- через переход по ссылке вида <http://example.com/tickets/#/promo-code?code=PRESALE>

Касса:

через ввод кода в правой панели при оформлении заказа.

Билетомат:

через ввод кода в правой панели с помощью виртуальной клавиатуры при оформлении заказа.

Промокоды реализованы в виде **модуля PromoCampaign**.

Включение/отключение полей ввода промокода задается настройками **enabled модуля PromoCampaign** отдельно для каждого вида каналов продаж (сайт, билетомат, кассы).

Отображение полей ввода по умолчанию отключено - для начала использования их необходимо включить.

Отключение модуля целиком отключает отображение полей ввода.