# 1. Планируется для реализации два бизнес сценария в рамках канала взаимодействия «Сайт».

* 1. **Бизнес-событие:**

Клиент перешел на страницу сайта БПС-Сбербанк и просматривает разные разделы посредством перехода на разные страны через:

* Оглавление;
* Плитки;
* Баннеры
* Вызов отдельных форм

Каждому посетителю сайта БПС-Сбербанк присваивается свой уникальный идентификатор сайта Банка GUID, и вся история навигации клиента на сайте в увязке с его GUID передает от Фронта Сайт в Систему принятия решения, в которой автоматически:

накапливается информация о его посещении сайта (какие страницы и как часто);

осуществляется идентификация пользователя – в случае, если клиент зашел в СБОЛ и установилась связь между GUID-идентификатором пользователем Сайта и CRM-идентификатора Клиента Банка;

создаются бизнес-правила для запуска в CRM маркетинговых предложений исходя:

идентифицирован клиент или нет;

количества посещений страниц сайта БПС-Сбербанк;

результатов расчет предсказательный моделей продуктового проникновения для идентифицированных клиентов;

* 1. На стороне CRM в рамках канала Сайт предусматривается создание двух типов маркетинговых компаний:

**Продуктовая компания** – как для идентифицированных и не идентифицированных клиентов;

Цель продуктовой компании – выстроить последовательность баннеров в слайдере на главной странице сайта БПС в соответствии с предпочтениями клиентов.

*Например. Предсказательная модель рассчитала, что клиент с большой вероятностью приобретет: в порядке убывания:*

*КартаFun*

*Кредит на безграничные мечты*

*Витаю, Apple Pay*

*Карта болельщика БАТЭ*

Сейчас в Слайдере на Сайте следующая последовательность баннеров

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Место 1 | Место 2 | Место 3 | Место 4 | Место 5 |
| **Витаю, Apple Pay**  **(группа – Карта)** | **Карта болельщика БАТЭ** | **КартаFun** | **Разбуди свой бизнес** | **Кредит на безграничные мечты** |
| Приоритет Баннера | Приоритет Баннера | Приоритет Баннера | Приоритет Баннера | Приоритет  Баннера |
| 700 | 600 | 500 | 400 | 300 |

После направления маркетингового предложения расположение баннеров будет следующим

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Место 1 | Место 2 | Место 3 | Место 4 | Место 5 |
| **КартаFun** | **Кредит на безграничные мечты** | **Витаю, Apple Pay** | **Карта болельщика БАТЭ** | **Разбуди свой бизнес** |
| Приоритет Баннера | Приоритет Баннера | Приоритет Баннера | Приоритет Баннера | Приоритет Баннера |
| 790 | 780 | 770 | 760 | 400 |

**Как это работает.**

1. Специалисты маркетинга для каждого баннера проставляет:
   1. Приоритет в диапазонах: От 0 по 700 и от 901 по 1000. Значение от 901 по 1000 указывается для случаев, когда необходимо закрепить место баннера(-ов) в слайдере независимо от приоритетов, указанных в поступаемых маркетинговых предложениях *(диапазон от 701 по 900)*;
   2. Группу продукта в соответствии со справочником классов и групп продуктов.

2. Система принятия решения определило вероятность приобретения группы продуктов Клиентом БПС-Сбербанк, на основании простого математического вычисления вероятность пересчитана в приоритет для сайта в диапазоне от 701 по 800 и инициировало на стороне СРМ запуск соответствующей маркетинговой компании. CRM, в свою очередь, передал на Фронт Сайта посредством Бэк Сайта группы и их приоритеты для отображения баннеров в слайдере.

3. Фронт Сайта осуществляет поиск, есть ли в поступившем маркетинговом предложении группы продуктов, которые соответствуют группам продуктов, заполненных у Баннеров на слайдере на главной странице сайта. Если группы найдены, то у баннеров меняется текущий приоритет на полученный приоритет из запроса. Если группы не найдены, то у баннера(-ов) остается текущий приоритет.

**Персонализированная компания** –для идентифицированных Клиентов Банка и неидентифированных клиентов (посетители сайта, часто посещающие одни и те же страницы сайта);

Цель продуктовой компании – добавить для клиента в слайдере дополнительный персонализированный баннер со своим текстом:

в заголовке;

в описании баннера под заголовком;

в кнопке.

*Например. На основании результатов предсказательная модели и истории взаимодействия клиента с БПС-Сбербанк Розничный блок считает необходимым для отдельной группы клиентов показать персональный баннер «Депозит Приумножай».*

Сейчас в Слайдере на Сайте

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Место 1 | Место 2 | Место 3 | Место 4 | Место 5 |
| **Витаю, Apple Pay** | **Карта болельщика БАТЭ** | **КартаFun** | **Разбуди свой бизнес** | **Кредит на безграничные мечты** |
| Приоритет Баннера | Приоритет Баннера | Приоритет Баннера | Приоритет Баннера | Приоритет  Баннера |
| **700 – 1 вариант**  901 – 2 вариант | 600 | 500 | 400 | 300 |

После направления маркетингового предложения расположение баннеров будет следующим:

1 вариант – когда значение приоритета для **Персонального баннера «Депозит Приумножай»** выше значений приоритетов баннеров, находящихся в слайдере.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Место 1 | Место 2 | Место 3 | Место 4 | Место 5 | Место 6 |
| **Депозит**  **Приумножай** | **Витаю, Apple Pay** | **Карта болельщика БАТЭ** | **КартаFun** | **Разбуди свой бизнес** | **Кредит на безграничные мечты** |
| Приоритет Баннера | Приоритет Баннера | Приоритет Баннера | Приоритет Баннера | Приоритет  Баннера | Приоритет  Баннера |
| 850 | **700** | 600 | 500 | 400 | 300 |

2 вариант – когда значение приоритета для Персонального баннера **«Депозит Приумножай»** ниже значения приоритета баннера **«Витаю, Apple Pay»,** находящегося в слайдере.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Место 1 | Место 2 | Место 3 | Место 4 | Место 5 | Место 6 |
| **Витаю, Apple Pay** | **Депозит**  **Приумножай** | **Карта болельщика БАТЭ** | **КартаFun** | **Разбуди свой бизнес** | **Кредит на безграничные мечты** |
| Приоритет Баннера | Приоритет Баннера | Приоритет Баннера | Приоритет Баннера | Приоритет  Баннера | Приоритет  Баннера |
| **901** | 850 | 600 | 500 | 400 | 300 |

**Как это работает.**

1. Специалисты маркетинга создают по запросу Розничного бизнеса персонализированный баннер.
2. Специалисты маркетинга для каждого персонализированного баннера проставляет Группу продукта в соответствии со справочником классов и групп продуктов.

2. Розничный бизнес в CRM создает маркетинговое предложение: выбирает доступные баннеры, задает текст заголовка баннера, текст баннера, текст кнопки, URL на кнопке, приоритет в диапазоне с 801 по 900. Система принятия решения идентифицировала посетителя Сайта, как Клиента для которого необходимо отображать персонализированный баннер, и инициировало на стороне СРМ запуск соответствующей маркетинговой компании. CRM, в свою очередь, передал на Фронт Сайта посредством Бэк Сайта информацию о персонализированном баннер, а именно:

наименование баннера,

группу продукта;

приоритет;

текст заголовка, описания баннера и кнопки.

3. Фронт Сайта добавляет в слайдер персонализированных баннер с учетом указанного для него приоритета для группы продуктов и значений приоритетов для группы продуктов баннеров в слайдере.

1. **Перечень задач, которые необходимо выполнить на стороне Фронт и Бэк Сайта для реализации двух бизнес сценариев**

**2.1. Задачи на стороне Фронта Сайта**

**Интеграция**:

Запрос на Hadoop в части передачи истории навигации клиента на Сайте

(<https://atlasminsk.sbertech.by/jira/browse/RETAIL-4622>)

Запрос на Бэк отдай мне актуальные продуктовый и персонализированные предложения;

Запрос на Бэк отдай мне актуальный перечень классов и групп продуктов при вызове процесса:

создания новой и/или модификации существующей страницы;

загрузки нового/модификации существующего баннера.

**Функциональность**:

Возможность заполнения класса и группы продуктов на баннере как специалистами маркетинга, так и специалистами розничного бизнеса (новая роль – Retail\_Pers\_Admin). Атрибут не обязателен для заполнения. - <https://atlasminsk.sbertech.by/jira/browse/RETAIL-5805>;

Возможность заполнения класса и группы продуктов на странице как специалистами маркетинга, так и специалистами розничного бизнеса (новая роль - Retail\_Pers\_Admin). Атрибут не обязателен для заполнения. <https://atlasminsk.sbertech.by/jira/browse/RETAIL-5805>;

Заполнение специалистами Маркетинга для баннера значение приоритета в диапазоне: от 0 по 700 и от 901 до 1000. (диапазон значений приоритетов от 701 по 900 будет указываться специалистами Розница на стороне CRM);

Отображение в слайдере:

изменение порядка размещения активных в слайдере баннеров в соответствии приоритетом, полученным от Бэка Сайта;

добавление в перечень баннеров в слайде новых баннеров с типом Персонализированный в соответствии с полученным приоритетом от Бэка Сайта. В случае, если у персонализированного(-ых) баннера(-ов) указанная группа продуктов совпадает с группой продуктов одного из баннеров в слайдере, планируемый к размещению персонализированный(-ые) баннер(ых) в слайдер не добавляется. Со стороны Бэка Сайта планируется передавать не более двух персонализированных предложений для одного пользователя. В случае, если в одном запросе у двух Персонализированных предложений значения приоритета баннеров совпадают, то данные баннеры размещаются в слайдере в произвольном порядке между собой.

**2.2. Задачи на стороне БэкСайта:**

**Интеграция**:

Обработка запрос от СРМ на получение баннеров (отдай);

Обработка Запрос от СРМ по отправке предложений для клиента;

Обработка запрос от СРМ по деактивации всех предложений в рамках одной компании (MQ - Sendoffertemplate). Доработка на КСШ в части маршрутизации двух запросов на RTDM and BackSite;

Обработка запрос от Фронта отдай мне актуальные предложения (отдавать только крайнее предложение по продуктам, и два крайних персонализированных предложения. Параметр количества передаваем персонализированный предложений должен быть настраиваемый). ;

Обработка запроса от Фронта отдай мне справочник классов и групп продуктов;

**Функциональность:**

Отслеживать актуальность продуктовых и персональных предложений с учетом периода действия предложения, полученного от СРМ. По истечению срока действия предложения его необходимо удалять.

**2.3. Задача на Ракурсе (посмотреть задачу Надежды):**

**Добавить в справочник Классов и групп продуктов:**

<https://atlasminsk.sbertech.by/jira/browse/RETAIL-5806>

классы: информационный и прочий

группы продуктов:

«Информационный» для класса «Информационный»;

«Прочие продукты» для класса «Прочий»