

Italmark



LOYALTY PROGRAM NIMIS

MODULI GESTIONALI

Ver. 1.0

16/06/2010

Sommario

1	STRUTTURA GESTIONALE DEL PROGRAMMA	3
2	GESTIONE CAMPAGNE.....	5
2.1	Definizione Liste Punti di Vendita	6
2.2	Definizione Campagna.....	8
2.2.1	Descrizione della Campagna	8
2.2.2	Tipo della Campagna	8
2.3	Definizione Promozione	10
2.3.1	Tipo Promozione	11
2.3.2	Lista PDV o PDV.....	12
2.3.3	Cluster di Clienti	12
2.3.4	Data di Inizio e Data di Fine	12
2.3.5	Calendario (LMMGVSD).....	12
2.3.6	Ora inizio e Ora fine	12
2.4	Definizione dei dettagli delle promozioni	13
2.4.1	Promozioni su Articolo	14
2.4.1.1	AP - Sconto Percentuale Articolo	14
2.4.1.2	AV – Sconto Valore Articolo.....	14
2.4.1.3	PF Prezzo Finito.....	16
2.4.1.4	BJ – Punti Articolo.....	17
2.4.1.5	BP – Articoli Premio.....	18
2.4.2	Promozioni su reparti.....	18
2.4.3	Promozioni transazione.....	20
2.4.3.1	BT – Punti Transazione.....	20
2.4.3.2	TP / TV (EP/EV - DP/DV) : Sconto Percentuale/Valore Transazione.....	21
3	GESTIONE CATEGORIE	23
3.1	Definizione categoria.....	24
3.1.1	Composizione categoria	25
3.1.2	Periodo Promozionale	26
3.1.3	Classificazione	26
3.1.4	Invio a PdV delle Classi in uso.....	27
3.2	Definizione Promozione per Categoria	27
3.2.1	Definizione Dettagli della Promozione per Categoria	27
3.2.2	Invio Promozione per Categoria	28
4	ATTIVAZIONE LOTTI DI TESSERE.....	29
5	ALTRE FUNZIONI E PARAMETRI	31

1 STRUTTURA GESTIONALE DEL PROGRAMMA

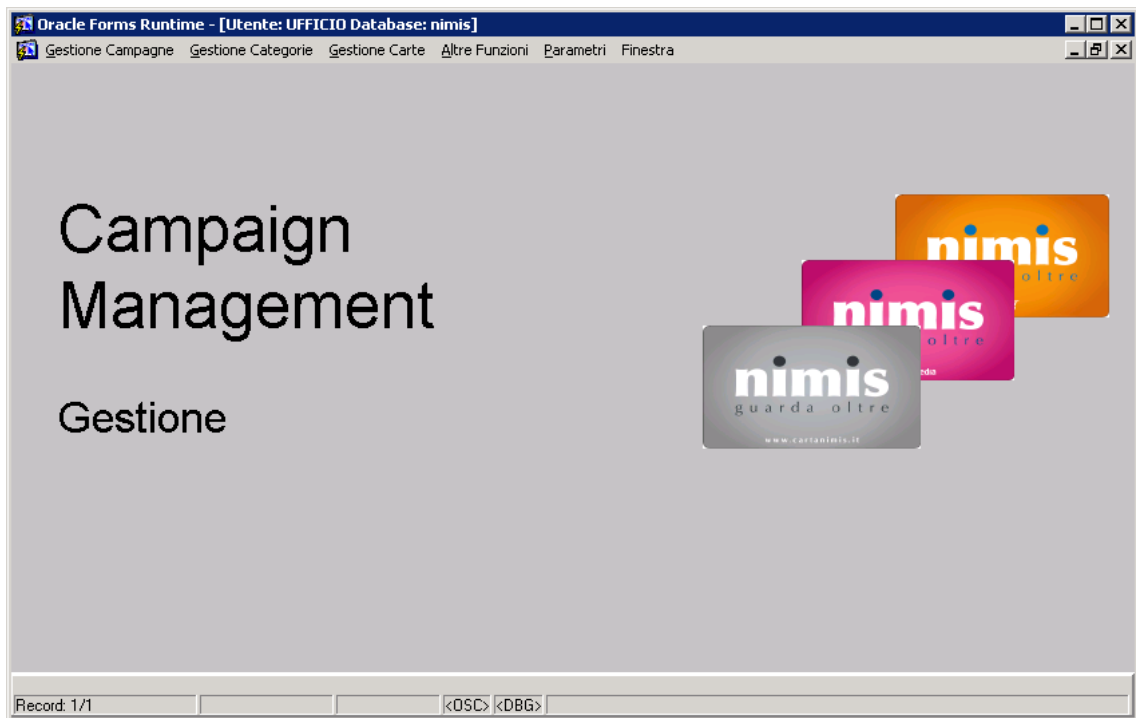
Il sistema di supporto al Loyalty Program è costituito da più Moduli che racchiudono le diverse operazioni da svolgere.

Il Modulo Gestionale è dedicato alle funzioni di impostazione gestionale, per inserire e variare i parametri di funzionamento del sistema.

Le aree di impostazione riguardano:

- Gestione Campagne;
 - Impostazione e Visualizzazione delle Liste di PdV;
 - Impostazione e Visualizzazione delle Campagne;
 - Impostazione e visualizzazione delle Promozioni;
 - Invio e controllo degli invii effettuati nei confronti dei negozi.
- Gestione Categorie (Cluster di Clienti);
 - Definizione e Visualizzazione dei Cluster;
 - Abbinamento Clienti ai Cluster;
 - Definizione dei Periodi Promozionali.
- Gestione Carte;
 - Attivazione Lotti di Tessere;
 -
- Altre Funzioni (non applicabili all'installazione Nimis);
- Parametri (solo di servizio).

Il Modulo gestionale si presenta come raffigurato nell'immagine seguente.



2 GESTIONE CAMPAGNE

Per Campagna si intende un insieme di promozioni che agiscono con tempi e modalità diverse, ma che sono riconducibili ad una stessa finalità di marketing. Sono previste tre tipologie di campagne:

- ∠ CAMPAGNA SCONTI: formata da promozioni che producono uno sconto in percentuale o a valore a fronte dell'acquisto di determinati articoli o della spesa su determinati reparti o a fronte della spesa complessivamente effettuata.
- ∠ CAMPAGNA COLLECTION: formata da promozioni legate ad un concetto di raccolta punti. Le promozioni della campagna Collection erogano punti e premi a fronte degli acquisti effettuati dai clienti.
- ∠ CAMPAGNA CASH-BACK: composta da promozioni di sconto differito, che devono quindi impiegare un associato contatore per accumulare gli sconti di cui il cliente potrà fruire in modalità differita.

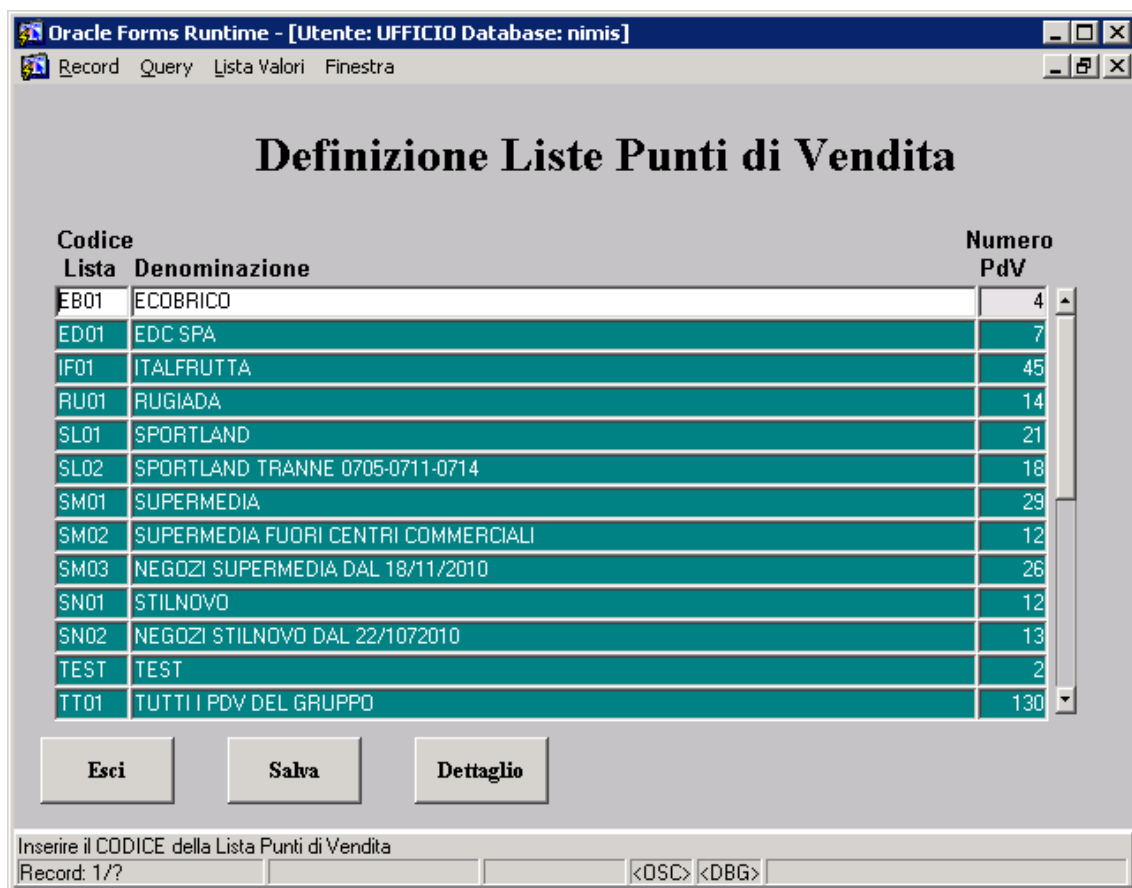
Associate al concetto di Campagna sono previste le seguenti attività:

- ∠ Definire le liste dei punti di vendita sui quali saranno attivate le iniziative promozionali;
- ∠ Definire e visualizzare le iniziative promozionali erogabili ai clienti;
- ∠ Inviare ai Punti di Vendita le informazioni che permettono di attivare le promozioni.

2.1 Definizione Liste Punti di Vendita

Le Liste dei Punti di Vendita permettono di identificare un gruppo di negozi presso cui saranno attivate campagne e promozioni con le stesse caratteristiche; sono identificate da un codice di quattro caratteri, il primo dei quali deve essere alfabetico.

Per definire una nuova lista è necessario richiamare una funzione gestionale e procedere alla relativa definizione.



Codice Lista	Denominazione	Numero PdV
EB01	ECOBRIKO	4
ED01	EDC SPA	7
IF01	ITALFRUTTA	45
RU01	RUGIADA	14
SL01	SPORTLAND	21
SL02	SPORTLAND TRASSE 0705-0711-0714	18
SM01	SUPERMEDIA	29
SM02	SUPERMEDIA FUORI CENTRI COMMERCIALI	12
SM03	NEGOZI SUPERMEDIA DAL 18/11/2010	26
SN01	STILNOVO	12
SN02	NEGOZI STILNOVO DAL 22/10/2010	13
TEST	TEST	2
TT01	TUTTI I PDV DEL GRUPPO	130

Esci Salva Dettaglio

Inserire il CODICE della Lista Punti di Vendita

Record: 1/? <OSC> <DBG>

E la relativa composizione marcando con "X" ogni singolo PdV che deve far parte della Lista:

Oracle Forms Runtime - [Utente: UFFICIO Database: nimis]

Record Query Lista Valori Finestra

Definizione Lista: EB01 ECOBRICO

Flag

App.	Punto di Vendita	Città
	0851 MAG.S.EUFEMIA	S.EUFEMIA
	0898 S.EUFEMIA	S. EUFEMIA
<input checked="" type="checkbox"/>	1001 SONICO	SONICO
<input checked="" type="checkbox"/>	1002 CASTIGLIONE	CASTIGLIONE
<input checked="" type="checkbox"/>	1003 ROE'VOLCIANO	ROE'VOLCIANO
<input checked="" type="checkbox"/>	1004 CASTEL GOFFREDO	CASTEL GOFFREDO
	1501 BARZANO'(IV NOVEMB.)	BARZANO'
	1503 LECCO	LECCO
	1504 MERATE	MERATE
	1505 COMO	COMO
	1506 ALBAVILLA	ALBAVILLA
	1507 GAVIRATE	GAVIRATE
	1598 BARZANO' SEDE	BARZANO'

Esci **Salva** **Solo Lista**

Inserire X per associare il Punto di Vendita alla lista

Record: 101/?

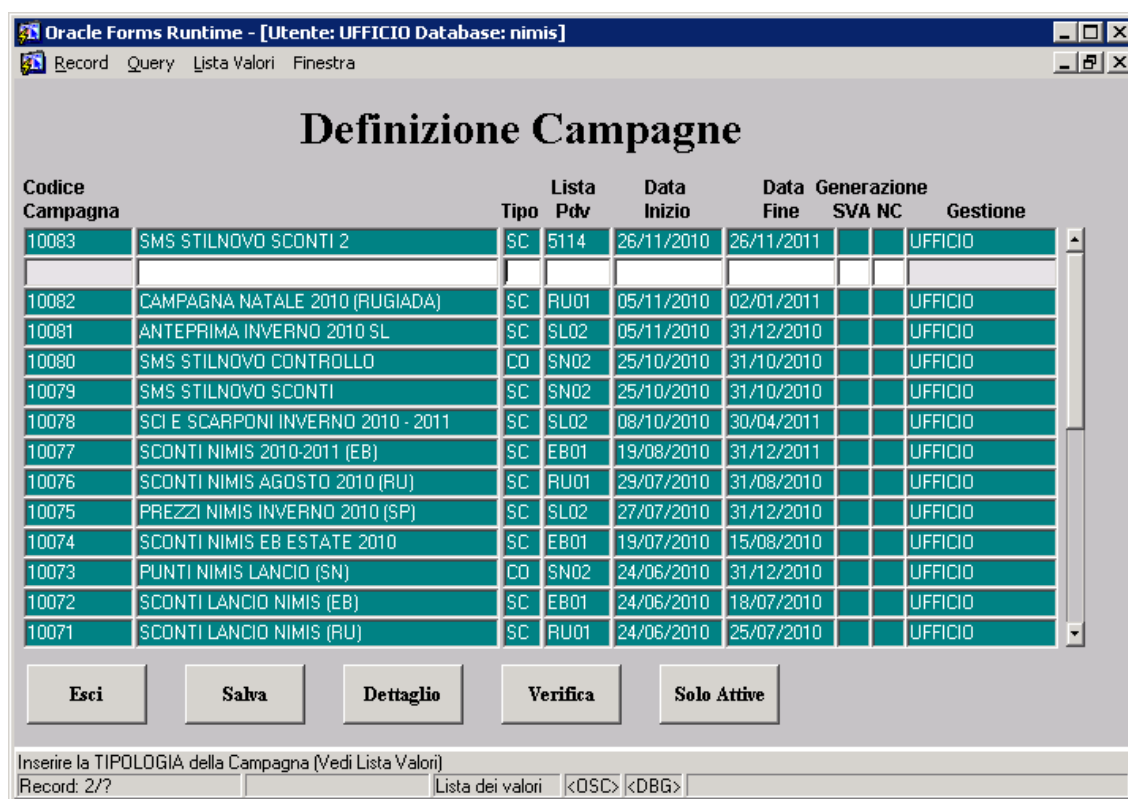
<OSC> <DBG>

Le liste di PdV, una volta associate a Campagne e/o Promozioni, non possono essere modificate.

2.2 Definizione Campagna

Per poter analizzare come un'unica entità più promozioni che operano in periodi simili è stato introdotto il concetto di Campagna. Per Campagna si intende un insieme di promozioni che agiscono in tempi diversi e con modalità diverse ma che sono riconducibili ad una stessa finalità strategica.

Le Campagne sono identificate da un codice numerico attribuito automaticamente dal sistema all'atto dell'inserimento della descrizione della campagna.



Codice Campagna	Tipo	Lista Pdv	Data Inizio	Data Fine	Generazione SVA NC	Gestione
10083	SC	5114	26/11/2010	26/11/2011		UFFICIO
10082	SC	RU01	05/11/2010	02/01/2011		UFFICIO
10081	SC	SL02	05/11/2010	31/12/2010		UFFICIO
10080	CO	SN02	25/10/2010	31/10/2010		UFFICIO
10079	SC	SN02	25/10/2010	31/10/2010		UFFICIO
10078	SC	SL02	08/10/2010	30/04/2011		UFFICIO
10077	SC	EB01	19/08/2010	31/12/2011		UFFICIO
10076	SC	RU01	29/07/2010	31/08/2010		UFFICIO
10075	SC	SL02	27/07/2010	31/12/2010		UFFICIO
10074	SC	EB01	19/07/2010	15/08/2010		UFFICIO
10073	CO	SN02	24/06/2010	31/12/2010		UFFICIO
10072	SC	EB01	24/06/2010	18/07/2010		UFFICIO
10071	SC	RU01	24/06/2010	25/07/2010		UFFICIO

Esci Salva Dettaglio Verifica Solo Attive

Inserire la TIPOLOGIA della Campagna (Vedi Lista Valori)

Record: 2/? Lista dei valori <OSC> <DBG>

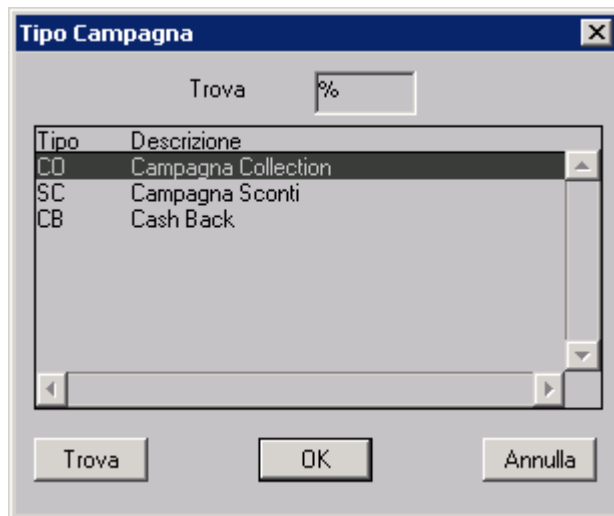
Di seguito sono riportate le caratteristiche salienti di una nuova Campagna.

2.2.1 Descrizione della Campagna

La descrizione della Campagna è composta da un massimo di 50 caratteri e deve essere inserita dall'utente.

2.2.2 Tipo della Campagna

I Tipi di Campagna previsti sono i seguenti:



La Campagna Sconti è formata da promozioni che producono uno sconto percentuale o in valore a fronte dell'acquisto di determinati articoli oppure della spesa su determinati reparti oppure a fronte della spesa complessivamente effettuata.

La Campagna Collection è formata da promozioni legate ad un concetto di raccolta punti. Le promozioni delle campagne collection erogano punti e premi a fronte degli acquisti effettuati dai clienti.

La Campagna Cash-Back è formata da promozioni legate ad un concetto di sconti differiti. Le promozioni delle campagne cash-back erogano sconti di cui si potrà fruire in tempi successivi a fronte degli acquisti effettuati dai clienti.

Non esistono particolari vincoli di tipo teorico sul numero di Campagne che è possibile attivare contemporaneamente sullo stesso punto di vendita, però sussistono limitazioni legate all'attuale funzionamento delle casse.

2.3 Definizione Promozione

Per promozione si intende un'azione presso i PdV con caratteristiche omogenee sia dal punto di vista del periodo di tempo di attivazione, sia dal punto di vista della modalità di erogazione dei benefici e degli elementi coinvolti.

Ad esempio una promozione di sconto percentuale su articolo richiede la definizione di:

- ∠ Periodo di attivazione;
- ∠ Punti di vendita;
- ∠ Articoli in promozione;
- ∠ Sconto percentuale per ogni singolo articolo.

Gli articoli inseriti sulla promozione avranno la stessa percentuale di sconto su tutti i punti di vendita della stessa promozione.

Nella stessa promozione non possono essere inseriti articoli con sconto a valore perché diversa è la modalità di erogazione dello sconto. Per poter avere in uno stesso periodo articoli con sconto percentuale ed articoli con sconto a valore è necessario attivare due promozioni distinte.

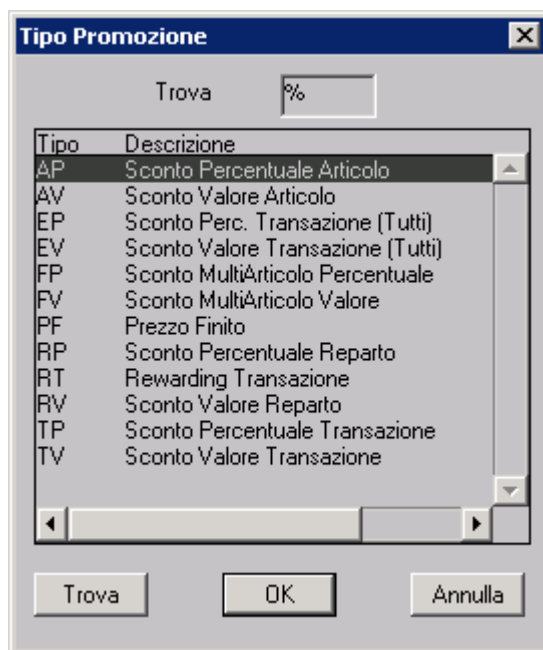
Le promozioni sono identificate da un codice di attribuito automaticamente dal sistema.



2.3.1 Tipo Promozione

Le tipologie di promozione differiscono in base al tipo di campagna di appartenenza. Di seguito è riportata una tabella di corrispondenza tra le tipologie di campagna e le tipologie di promozione:

- Sconti:

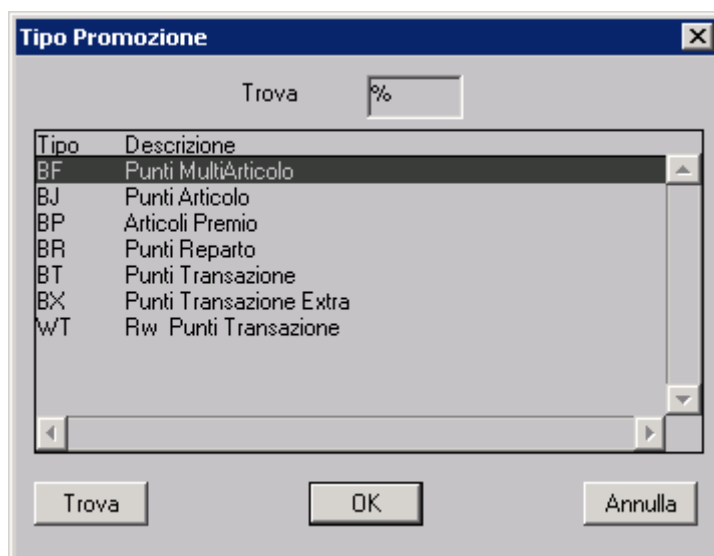


The dialog box 'Tipo Promozione' has a search field 'Trova' with a '%' symbol. Below it is a list with two columns: 'Tipo' and 'Descrizione'.

Tipo	Descrizione
AP	Sconto Percentuale Articolo
AV	Sconto Valore Articolo
EP	Sconto Perc. Transazione (Tutti)
EV	Sconto Valore Transazione (Tutti)
FP	Sconto MultiArticolo Percentuale
FV	Sconto MultiArticolo Valore
PF	Prezzo Finito
RP	Sconto Percentuale Reparto
RT	Rewarding Transazione
RV	Sconto Valore Reparto
TP	Sconto Percentuale Transazione
TV	Sconto Valore Transazione

At the bottom are buttons: Trova, OK, and Annulla.

- Collection:



The dialog box 'Tipo Promozione' has a search field 'Trova' with a '%' symbol. Below it is a list with two columns: 'Tipo' and 'Descrizione'.

Tipo	Descrizione
BF	Punti MultiArticolo
BJ	Punti Articolo
BP	Articoli Premio
BR	Punti Reparto
BT	Punti Transazione
BX	Punti Transazione Extra
WT	Rw Punti Transazione

At the bottom are buttons: Trova, OK, and Annulla.

- Cash-Back:

2.3.2 Lista PDV o PDV

Anche per le promozioni è possibile selezionare una lista di punti di vendita per cui la promozione sarà valida. I punti di vendita su cui è attivata la promozione devono essere tra quelli per cui è stata attivata la campagna.

2.3.3 Cluster di Clienti

Una promozione può essere attivata su differenti tipologie di cluster di clienti.

Di Default è proposto il valore CC – Solo clienti Carta. Con specifica impostazione si possono abbinare le tipologie di cluster differenti. Infatti, non tutte le promozioni possono essere attivate per tutte le tipologie di cluster.

2.3.4 Data di Inizio e Data di Fine

Le date di definizione delle promozioni devono essere all'interno delle date di definizione della Campagna.

2.3.5 Calendario (LMMGVSD)

Le promozioni possono essere attivate solo su alcuni giorni della settimana; in questo caso è necessario inserire l'indicazione per promozione attiva nei diversi giorni.

2.3.6 Ora inizio e Ora fine

La promozione può essere attivata solo in una specifica fascia oraria della giornata.

Questa funzionalità non è inizialmente attiva.

2.4 Definizione dei dettagli delle promozioni

La definizione dei dettagli delle singole promozioni presenta impostazioni differenti in base al tipo di promozione. Possiamo raggruppare le promozioni nelle seguenti diverse tipologie:

- ∠ Promozioni su articoli;
- ∠ Promozioni su reparti;
- ∠ Promozioni transazione;
- ∠ Promozioni Multi Articolo;

Nei paragrafi seguenti per ogni tipologia di promozione è data una breve descrizione e l'elenco dei parametri:

CAMPI OBBLIGATORI: campi da compilare sempre;

CAMPI FACOLTATIVI: campi da compilare solo se necessario per la definizione del dettaglio della promozione;

CAMPI AUTOMATICI: campi valorizzati in automatico dal sistema durante le operazioni di salvataggio e convalida del record;

2.4.1 Promozioni su Articolo

2.4.1.1 AP - Sconto Percentuale Articolo

La promozione Sconto Percentuale Articolo eroga uno sconto percentuale a fronte dell'acquisto di uno degli articoli inseriti nella promozione. Lo sconto percentuale può variare per ogni articolo.

CAMPI OBBLIGATORI

Campo	Descrizione	Tipologia Campo	Range validità	Scalini (*)
Articolo	Codice dell'articolo	Stringa		
Sconto Percentuale	Valore Sconto %	Numerico	Da 1 a 99	1

CAMPI FACOLTATIVI

Campo	Descrizione	Tipologia Campo	Range validità	Scalini (*)
Esposizione	Indica la tipologia di esposizione sulla quale l'articolo è pubblicizzato (volantino, cartello..)	Stringa		

CAMPI AUTOMATICI

Campo	Descrizione	Tipologia Campo	Range validità	Scalini (*)
Pr	Riporta il valore: X se l'articolo risulta essere contemporaneamente su promozioni non collegate all'iniziativa fidelity (3X2 oppure Taglio Prezzo). F se l'articolo risulta essere contemporaneamente su un'altra promozione Fidelity.	Stringa	X,F	
As	Numero dei punti di vendita sui quali l'articolo NON È in assortimento nel momento in cui è visualizzata la maschera	Numerico		
Vendita	PEZZI = Articolo venduto a Pezzi PESO = Articolo venduto a Peso			
S:Famiglia	Sottofamiglia contenente l'articolo			
Fornitore	Fornitore			

(*) Indica lo scostamento tra un valore del campo ed il successivo. Per esempio per un valore dello scalino pari a 2, se il primo valore del campo è 5 i successivi saranno 7,9,11, ...

2.4.1.2 AV - Sconto Valore Articolo

Con la promozione Sconto Valore Articolo è possibile applicare un valore di sconto ad ogni articolo ad essa associato. Poiché i prezzi degli articoli sono molto diversificati sui diversi punti di vendita non è stato possibile definire un dettaglio promozionale che permettesse l'applicazione di un valore di

sconto unico su ogni articolo (per esempio per l'articolo Lemonsoda applico uno sconto di 0,10 €, mentre per l'articolo Formaggino applico uno sconto di 0,20 €).

Per definire lo sconto da applicare ad ogni articolo si deve attribuire il prezzo finale (Prezzo Scontato) e gli sconti percentuali minimi e massimi. Ai punti di vendita è inviato il valore dello sconto calcolato in base alla differenza tra il prezzo dell'articolo (informazione ricevuta con il flusso degli assortimenti) e il prezzo scontato inserito:

valore sconto = prezzo articolo – prezzo scontato (1)

I valori percentuali, minimo e massimo, servono per limitare lo sconto su un intervallo minimo/massimo di valori.

Quando si invia la promozione è anche inviato il prezzo dell'articolo usato al punto (1). Il sistema centrale che prende in carico la promozione controlla la correttezza di tale prezzo ed in caso contrario segnala l'errore.

CAMPI OBBLIGATORI

Campo	Descrizione	Tipologia Campo	Range validità	Scalini (*)
Articolo	Codice dell'articolo	Stringa		
Prezzo Scontato	Prezzo finito dell'articolo (espresso in €)	Numerico	da 0,01 a 999,99	0,01
Sconto % Minimo	Percentuale di sconto minima calcolata sul prezzo reale dell'articolo	Numerico	Da 1 a 99	1
Sconto % Massimo	Percentuale di sconto massima calcolata sul prezzo reale dell'articolo	Numerico	Da 1 a 99	1

CAMPI FACOLTATIVI

Campo	Descrizione	Tipologia Campo	Range validità	Scalini (*)
Esposizione	Indica la tipologia di esposizione sulla quale l'articolo è pubblicizzato (volantino, cartello..)	Stringa		

CAMPI AUTOMATICI

Campo	Descrizione	Tipologia Campo	Range validità	Scalini (*)
Pr	Riporta il valore: X se l'articolo risulta essere contemporaneamente su promozioni non collegate all'iniziativa fidelity (3X2 oppure Taglio Prezzo). F se l'articolo risulta essere contemporaneamente su un'altra promozione Fidelity.	Stringa	X,F	
As	Numero dei punti di vendita sui quali l'articolo NON È in assortimento nel momento in cui è visualizzata la maschera	Numerico		1
Scostamenti	Numero di punti di vendita per i quali lo sconto non è compreso tra i valori percentuali inseriti nei campi Sconto % Minimo e Massimo	Numerico		1

(*) Indica lo scostamento tra un valore del campo ed il successivo. Per esempio per un valore dello scalino pari a 2, se il primo valore del campo è 5 i successivi saranno 7,9,11, ...

2.4.1.3 PF Prezzo Finito

La promozione Prezzo Finito blocca il prezzo di un articolo (o l'importo totale dato dal prezzo dell'articolo moltiplicato per la quantità dello stesso) per tutta la durata della promozione su tutti i punti vendita contenuti nella lista dei punti di vendita associata alla promozione.

Pertanto il prezzo finale dell'articolo promozionato corrisponderà a quello indicato in "Prezzo Finale "solo se la quantità di pezzi acquistati corrisponde a quella indicata in "Quantità".

Ad ogni articolo è associato anche un "Livello di sconto" che fissa un limite massimo di sconto.

Durante l'invio della promozione le informazioni quantità, prezzo finale e livello di sconto sono verificate dal sistema centrale che in caso di superamento della soglia di sconto invia (tramite il flusso verifica promozioni) la segnalazione di errore.

CAMPI OBBLIGATORI

Campo	Descrizione	Tipologia Campo	Range validità	Scalini (*)
Articolo	Codice dell'articolo	Stringa		
Quantità	Numero di pezzi che determina l'applicazione del prezzo finito	Numerico		1
Prezzo Finale	Prezzo dell'articolo durante il periodo promozionale	Numerico		0.01
Livello di sconto	Percentuale di sconto massima calcolata sul prezzo reale dell'articolo	Numerico	Da 1 a 99	1

CAMPI FACOLTATIVI

Campo	Descrizione	Tipologia Campo	Range validità	Scalini (*)
Esposizione	Indica la tipologia di esposizione sulla quale l'articolo è pubblicizzato (volantino, cartello..)	Stringa		

CAMPI AUTOMATICI

Campo	Descrizione	Tipologia Campo	Range validità	Scalini (*)
-------	-------------	-----------------	----------------	-------------

Pr	Riporta il valore: X se l'articolo risulta essere contemporaneamente su promozioni non collegate all'iniziativa fidelity (3X2 oppure Taglio Prezzo). F se l'articolo risulta essere contemporaneamente su un'altra promozione Fidelity.	Stringa	X,F	
As	Numero dei punti di vendita sui quali l'articolo NON È in assortimento nel momento in cui è visualizzata la maschera	Numerico		1
Fornitore	Fornitore	Stringa		

(*) Indica lo scostamento tra un valore del campo ed il successivo. Per esempio per un valore dello scalino pari a 2, se il primo valore del campo è 5 i successivi saranno 7,9,11, ...

2.4.1.4 BJ – Punti Articolo

A fronte dell'acquisto di alcuni articoli specificati il cliente accumula punti che potranno essere utilizzati per ottenere i premi previsti dalle promozioni premi. Il numero di punti erogati possono essere diversi in base all'articolo acquistato.

CAMPI OBBLIGATORI

Campo	Descrizione	Tipologia Campo	Range validità	Scalini (*)
Articolo	Codice dell'articolo	Stringa		
Punti		Numerico	Da 1 a 99	1

CAMPI FACOLTATIVI

Campo	Descrizione	Tipologia Campo	Range validità	Scalini (*)
Esposizione	Indica la tipologia di esposizione sulla quale l'articolo è pubblicizzato (volantino, cartello..)	Stringa		

CAMPI AUTOMATICI

Campo	Descrizione	Tipologia Campo	Range validità	Scalini (*)
Pr	Riporta il valore: X se l'articolo risulta essere contemporaneamente su promozioni non collegate all'iniziativa fidelity (3X2 oppure Taglio Prezzo). F se l'articolo risulta essere contemporaneamente su un'altra promozione Fidelity.	Stringa	X,F	
As	Numero dei punti di vendita sui quali l'articolo NON È in assortimento nel momento in cui è visualizzata la maschera	Numerico		1
Vendita	PEZZI = Articolo venduto a Pezzi PESO= Articolo venduto a Peso			
S:Famiglia	Sottofamiglia contenente l'articolo			
Fornitore	Fornitore	Stringa		

2.4.1.5 BP – Articoli Premio

Anche l'operazione di erogazione dei premi è configurata sul sistema come una promozione.

I premi sono articoli che hanno la particolarità di non essere tra i prodotti che fanno parte dell'assortimento in vendita (non possono essere venduti come normali articoli).

La definizione della promozione consiste nel fornire al sistema l'elenco degli articoli e, per ognuno di essi, il numero dei punti necessari per ottenere il premio e l'eventuale contributo del cliente.

Sono previste fino a due modalità diverse di ritiro premi caratterizzate da combinazioni punti più contributo differenti.

CAMPI OBBLIGATORI

Campo	Descrizione	Tipologia Campo	Range validità	Scalini (*)
Articolo	Codice dell'articolo	Stringa		
Punti 1	Punti necessari per redimere il premio	Numerico	Da 1 a 99	1

CAMPI FACOLTATIVI

Campo	Descrizione	Tipologia Campo	Range validità	Scalini (*)
Contributo cliente 1	Contributo (in valuta) da aggiungere ai punti (campo punti 1) per redimere il premio	Numerico	da 0,01 a 999,99	0,01
Punti 2	Altra soglia di punti necessaria per ritirare il premio	Numerico	Da 1 a 99	1
Contributo cliente 2	Contributo (in valuta) da aggiungere ai punti (campo punti 2) per redimere il premio	Numerico	da 0,01 a 999,99	0,01
Esposizione	Indica la tipologia di esposizione sulla quale l'articolo è pubblicizzato (volantino, cartello..)	Stringa		

CAMPI AUTOMATICI

Campo	Descrizione	Tipologia Campo	Range validità	Scalini (*)
Pr	Riporta il valore: X se l'articolo risulta essere contemporaneamente su promozioni non collegate all'iniziativa fidelity (3X2 oppure Taglio Prezzo). F se l'articolo risulta essere contemporaneamente su un'altra promozione Fidelity.	Stringa	X,F	
As	Numero dei punti di vendita sui quali l'articolo NON È in assortimento nel momento in cui è visualizzata la maschera	Numerico		1

2.4.2 Promozioni su reparti

Le promozioni su reparto erogano uno sconto a valore/percentuale, oppure attribuiscono punti a fronte della spesa effettuata su un reparto. Ad oggi il

paniere di reparti è limitato ad uno a causa delle possibili limitazioni sulla versione del programma casse attualmente in uso.

Per inserire una promozione a reparto è necessario indicare il reparto "oggetto" della promozione ed i parametri della promozione che consistono in quattro sconti diversi al superamento di quattro limiti di importo con un massimo per le promozioni di tipo sconto, e di due montanti punto e due limiti di importo per la promozione a Punti.

Nelle seguenti tabelle è riportato l'elenco dei campi:

CAMPI OBBLIGATORI

Tipo Promozione	Campo	Descrizione	Tipologia Campo	Range validità	Scalini (*)
RP	Codice Reparto	Codice del reparto promozionato	Stringa		
	Limite di spesa 1	Limite di spesa superato il quale è applicato lo sconto	Numerico	Da 0,01 a 99999,99	0.01
	Sconto 1	Valore % di sconto applicato sul totale della spesa a reparto	Numerico	Da 1 a 99	1
RV	Codice Reparto	Codice del reparto promozionato	Stringa		
	Limite di spesa 1	Limite di spesa superato il quale è applicato lo sconto	Numerico	Da 0,01 a 99999,99	0.01
	Sconto 1	Valore di sconto applicato	Numerico	Da 0,01 a 99999,99	0.01
BR	Codice Reparto	Codice del reparto promozionato	Stringa		
	Limite di importo 1	Limite di spesa superato il quale è applicato lo sconto	Numerico	Da 0,01 a 99999,99	0.01
	Punti 1	Punti erogati	Numerico	Da 1 a 99	1

CAMPI FACOLTATIVI

Tipo Promozione	Campo	Descrizione	Tipologia Campo	Range validità	Scalini (*)
RP	Limite di spesa 2, Limite di spesa 3, Limite di spesa 4	Limite di spesa superato il quale è applicato lo sconto	Numerico	Da 0,01 a 99999,99	0.01
	Sconto 2, Sconto 3, Sconto 4	Valore % di sconto applicato sul totale della spesa a reparto	Numerico	Da 1 a 99	1
RV	Limite di spesa 2, Limite di spesa 3, Limite di spesa 4	Limite di spesa superato il quale è applicato lo sconto	Numerico	Da 0,01 a 99999,99	0.01
	Sconto 2, Sconto 3, Sconto 4	Valore di sconto applicato	Numerico	Da 0,01 a 99999,99	0.01

BR	Limite di importo 2	Limite di spesa superato il quale è applicato lo sconto	Numerico	Da 0,01 a 99999,99	0.01
	Punti 2	Punti erogati	Numerico	Da 1 a 99	1

CAMPI AUTOMATICI

Tipo Promozione	Campo	Descrizione	Tipologia Campo	Range validità	Scalini (*)
RP,RV,BR	Pr	Riporta il valore: X se l'articolo risulta essere contemporaneamente su promozioni non collegate all'iniziativa fidelity (3X2 oppure Taglio Prezzo). F se l'articolo risulta essere contemporaneamente su un'altra promozione Fidelity.	Stringa	X,F	
RP,RV,BR	Categoria	Codice e descrizione della categoria	Stringa		

(*) Indica lo scostamento tra un valore del campo ed il successivo. Per esempio per un valore dello scalino pari a 2, se il primo valore del campo è 5 i successivi saranno 7,9,11, ...

2.4.3 Promozioni transazione

2.4.3.1 BT – Punti Transazione

Le promozioni Punti Transazione producono punti a fronte della spesa effettuata sull'intero scontrino.

Queste promozioni sono caratterizzate da:

- ∠ Un limite di importo
- ∠ Una soglia
- ∠ Un numero di punti

I punti sono erogati in funzione della spesa effettuata secondo la formula:

Punti Ottenuti = [(importo scontrino – limite di importo) / soglia * numero di punti].

Superato il limite di importo sono erogati un numero di punti pari al valore assunto dal campo "Punti" per ogni incremento di spesa pari al valore assunto dal campo "Seconda Soglia".

Per Esempio:

Limite per ottenere punti: 5 Euro

Passo 0.50 Euro

Punti emessi a fronte del passo: 3

Importo	Conteggio	Punti Totali
4.00	4-5=-1	0
8.00	8-5= 3 /0.50=6 *3=18	18
12.50	12.50-5=7.5/0.5=15*3=45	45

CAMPI OBBLIGATORI

Campo	Descrizione	Tipologia Campo	Range validità	Scalini (*)
Limite di importo	limite di importo al di sotto del quale non sono erogati punti	Numero	Da 0,01 a 99999,99	0.01
Seconda soglia				
Punti		Numerico	Da 1 a 99	1

CAMPI AUTOMATICI

Campo	Descrizione	Tipologia Campo	Range validità	Scalini (*)
Categoria	Codice e descrizione della categoria	Stringa		

2.4.3.2 TP / TV (EP/EV - DP/DV) : Sconto Percentuale/Valore Transazione

Lo sconto transazione è applicato sul totale della spesa effettuata su un unico scontrino.

Le promozioni sconto transazione sono caratterizzate da quattro limiti di importo al superamento di ognuno dei quali sono erogati sconti diversi.

La differenza tra le promozioni TP/TV- EP/EV e le promozioni DP/DV è che mentre per le prime lo sconto è immediato, per le seconde (DP/DV) lo sconto è stampato su un buono che può essere speso nell'intervallo di tempo determinato dalle date inizio e fine cash-back.

Qui di seguito due esempi di sconto Transazione Percentuale e Valore

Esempio Sconto Transazione Percentuale:

- Limite di spesa 1: Euro 50.00 Sconto1: 10%
- Limite di spesa 2: Euro 250.00 Sconto2: 15%

Nell'esempio sono state utilizzate solo 2 gradini dei 4 previsti.

A fronte per un importo di:

Importo Spesa	Sconto
20.00 €	Non sono erogati sconti
100.00 €	10.00 € (pari a 10% sull'importo)
200.00 €	20.00 € (pari a 10% sull'importo)
300.00 €	45.00€ (pari a 15% sull'importo)
500.00 €	75.00€ (pari a 15% sull'importo)

Esempio Sconto Transazione Valore:

- Limite di spesa 1: Euro 50.00 Sconto1: 5.00
- Limite di spesa 2: Euro 150.00 Sconto2: 20.00
- Limite di spesa 3: Euro 250.00 Sconto3: 40.00

A fronte per un importo di:

Importo Spesa	Sconto
20.00€	Non sono erogati sconti
100.00€	5.00€
200.00€	20.00€
300.00€	40.00€
500.00€	40.00€

CAMPI OBBLIGATORI

Tipo Promozione	Campo	Descrizione	Tipologia Campo	Range validità	Scalini (*)
TP,EP,DP	Limite di spesa 1	limite di importo al di sotto del quale non è erogato lo sconto	Numero	Da 0,01 a 99999,99	0.01
	Sconto 1	Percentuale di sconto sul totale dello scontrino	Numero	Da 1 a 99	1
TV,EV,DV	Limite di spesa 1	limite di importo al di sotto del quale non è erogato lo sconto	Numero	Da 0,01 a 99999,99	0.01
	Sconto 1	Sconto applicato	Numero	Da 0,01 a 99999,99	0.01

CAMPI FACOLTATIVI

Tipo Promozione	Campo	Descrizione	Tipologia Campo	Range validità	Scalini (*)
TP,EP,DP	Limite di spesa 2,3,4	limite di importo al di sotto del quale non è erogato lo sconto	Numero	Da 0,01 a 99999,99	0.01
	Sconto 2,3,4	Percentuale di sconto sul totale dello scontrino	Numero	Da 1 a 99	1
TV,EV,DV	Limite di spesa 2,3,4	limite di importo al di sotto del quale non è erogato lo sconto	Numero	Da 0,01 a 99999,99	0.01
	Sconto 2,3,4	Sconto applicato	Numero	Da 0,01 a 99999,99	0.01

CAMPI AUTOMATICI

Campo	Descrizione	Tipologia Campo	Range validità	Scalini (*)
Categoria	Codice e descrizione della categoria	Stringa		

3 GESTIONE CATEGORIE

Per Categoria si intende un particolare gruppo di clienti.

Le Categorie sono costruite sulla base di una qualsiasi logica di aggregazione; possono essere formate Categorie a partire dal livello di spesa del cliente, oppure dal tipo di consumo, oppure dalle caratteristiche anagrafiche e dalla composizione del nucleo familiare.

I criteri e le metodologie di definizione delle Categorie non sono elementi controllati dal sistema di Gestione delle Promozioni ma, per tale sistema, la creazione di una categoria consiste nel definire:

- Descrizione di una categoria;
- Date di validità;
- Codici (numero di carta) dei clienti che le compongono;

Scopo principale delle Categorie è quello di attivare delle iniziative promozionali privilegiando un particolare gruppo di clienti. A questo riguardo, la problematica è resa complessa dal fatto che il sistema casse potrebbe non essere in grado di gestire l'appartenenza del cliente a più categorie contemporaneamente.

Per superare il problema è stata introdotta la tecnica della attribuzione di una "Classe".

Per classe si intende un codice che è assegnato al cliente e che identifica la combinazione di tutte le categorie cui il cliente appartiene in un determinato periodo di tempo. La tecnica della classificazione è da intendersi come un qualcosa di assolutamente trasparente per l'utente gestore delle promozioni che opera sempre sulle Categorie e mai sulle Classi.

Possono essere definite per Categoria tutte le promozioni.

Le promozioni attivate per Categoria possono prevedere anche valori promozionali riferiti a tutti i clienti non appartenenti alle Categorie associate alla promozione (default).

In Fig.23 è descritto il flusso delle elaborazioni che interessano la creazione delle categorie/classi ed il loro utilizzo nelle iniziative promozionali.

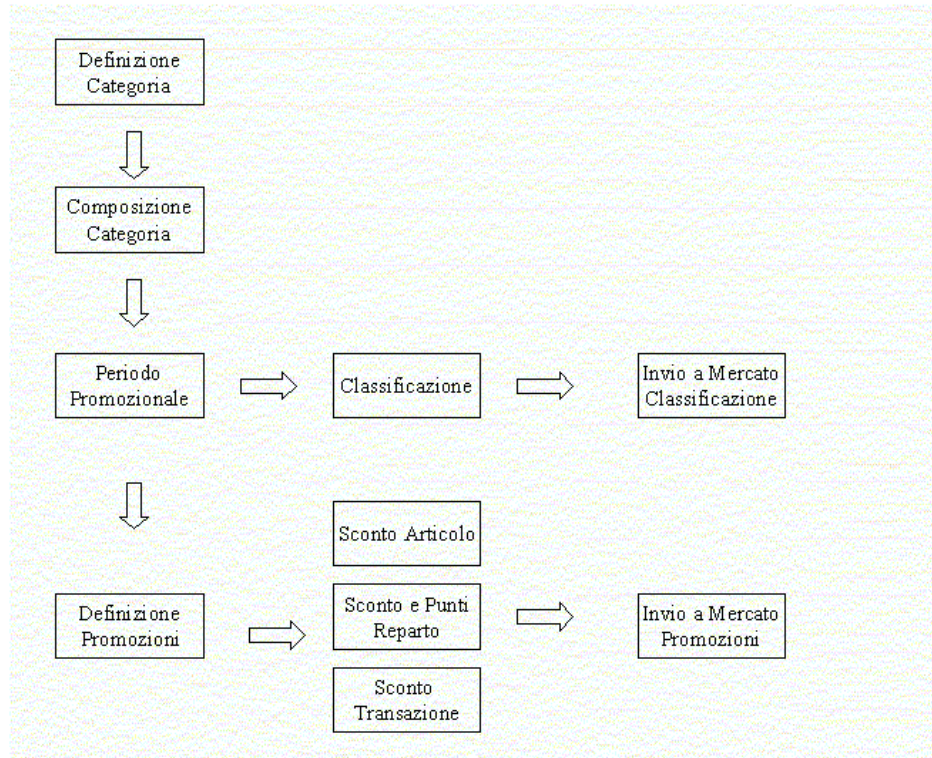
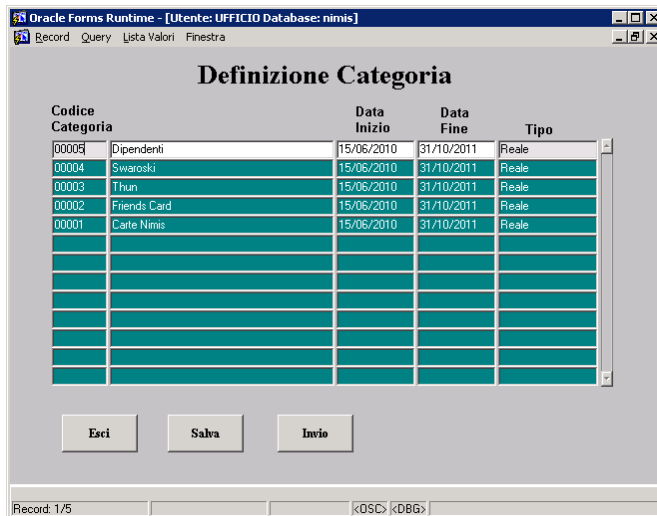


Fig 1

3.1 Definizione categoria

Sono definite nuove categorie fornendo al sistema la descrizione e le date di validità; il sistema fornisce automaticamente il codice.



Oracle Forms Runtime - [Utente: UFFICIO Database: nimis]

Record Query Lista Valori Finestra

Definizione Categoria

Codice Categoria		Data Inizio	Data Fine	Tipo
00005	Dipendenti	15/06/2010	31/10/2011	Reale
00004	Swaroski	15/06/2010	31/10/2011	Reale
00003	Thun	15/06/2010	31/10/2011	Reale
00002	Friends Card	15/06/2010	31/10/2011	Reale
00001	Carte Nimis	15/06/2010	31/10/2011	Reale

Esce Salva Invio

Record: 1/5 <OSC> <DBG>

3.1.1 Composizione categoria

Sono associati i clienti alle categorie sopra definite; il caricamento avviene esclusivamente a partire dai dati contenuti su un file esterno o su specifica tabella del DB.



Oracle Forms Runtime - [Utente: UFFICIO Database: nimis]

Record Query Lista Valori Finestra

Definizione Clienti per Categoria

Numero Clienti	Codice Categoria		Nuovo Codice
138000	00001	CARTE NIMIS	Carica Cambia in Cancella
16656	00002	FRIENDS CARD	Carica Cambia in Cancella
95	00003	THUN	Carica Cambia in Cancella
9	00004	SWAROSKI	Carica Cambia in Cancella
82	00005	DIPENDENTI	Carica Cambia in Cancella
			Carica Cambia in Cancella

Opzioni

☒ In aggiunta all'associazione esistente
 ☒ Controllo sulle altre categorie

☐ In sostituzione all'associazione esistente

Esce Da Excel Da Tabella Dettaglio Aiuto

Record: 1/5 <OSC> <DBG>

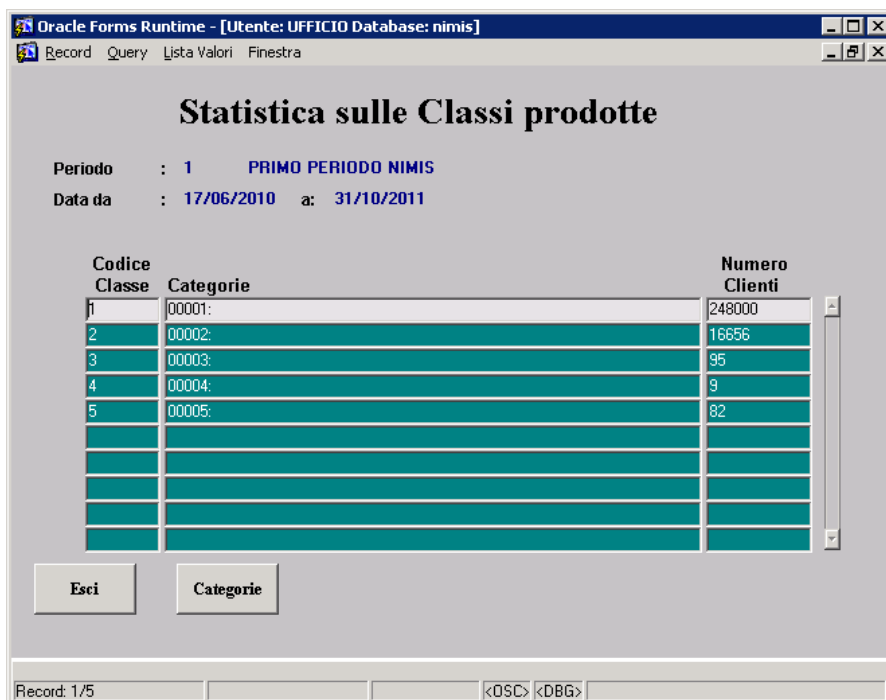
3.1.2 *Periodo Promozionale*

Raggruppa le categorie su cui verranno attivate le promozioni in un certo periodo.

[illegible]

3.1.3 Classificazione

È attivata l'elaborazione che determina le classi per tutti i clienti che compongono le Categorie associate ad un dato periodo promozionale.



Codice Classe	Categorie	Numero Clienti
1	00001:	248000
2	00002:	16656
3	00003:	95
4	00004:	9
5	00005:	82

3.1.4 Invio a PdV delle Classi in uso.

Le classi utilizzate sono associate ad ogni promozione che ne fa uso. Non è necessario conoscere la composizione di ogni singola classe perché nelle interrogazioni informative on-line è riportata la classe di appartenenza del singolo cliente.

3.2 Definizione Promozione per Categoria

Per definire una promozione per categoria è necessario effettuare una dichiarazione esplicita sull'application form di definizione e successivamente indicare le categorie oggetto dell'iniziativa. Le categorie selezionabili sono quelle inserite in un periodo promozionale valido per tutta la durata della promozione e per cui è stata effettuata l'elaborazione di classificazione. Inoltre non possono essere selezionate per una stessa promozione categorie aventi clienti in comune perché in questo caso non è possibile per il sistema stabilire quale valore di promozione assegnare.

3.2.1 Definizione Dettagli della Promozione per Categoria

In questa fase sono inseriti i valori di promozione, diversi secondo la categoria associata alla promozione, e gli eventuali valori di promozione destinati a tutti i clienti non appartenenti a categorie associate alla promozione.

3.2.2 Invio Promozione per Categoria

Le promozioni per Categoria sono inviate al PdV riferite alle Classi, ovvero è inviata al punto vendita l'associazione promozione-classe.

In Fig 2 è stato schematizzato il concetto di periodo di validità di una categoria, periodo di validità di un periodo promozionale e periodo di validità di una promozione.

Ad un periodo promozionale possono essere associate solo le categorie che lo comprendono (Categoria B e Categoria C) e ad una promozione possono essere associate solo le categorie che sono state associate ad un periodo promozionale il cui intervallo di validità include l'intervallo di validità della promozione.

Ovvero il periodo di validità di una categoria include il periodo di validità del periodo promozionale il quale include il periodo di validità della promozione.

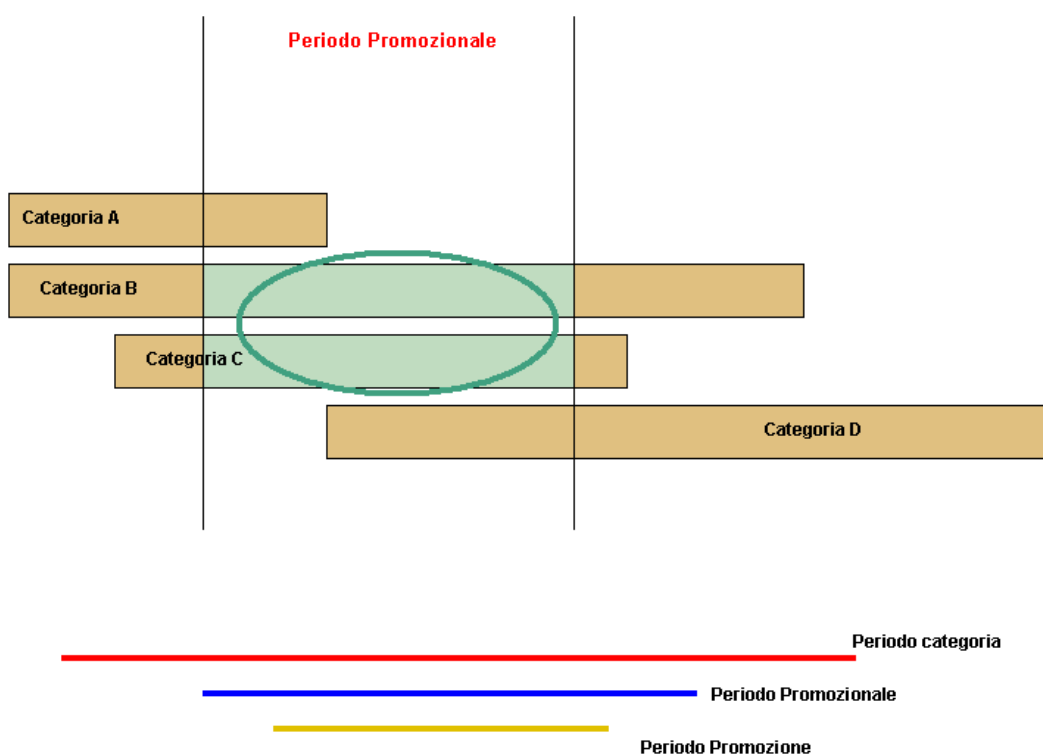


Fig 2

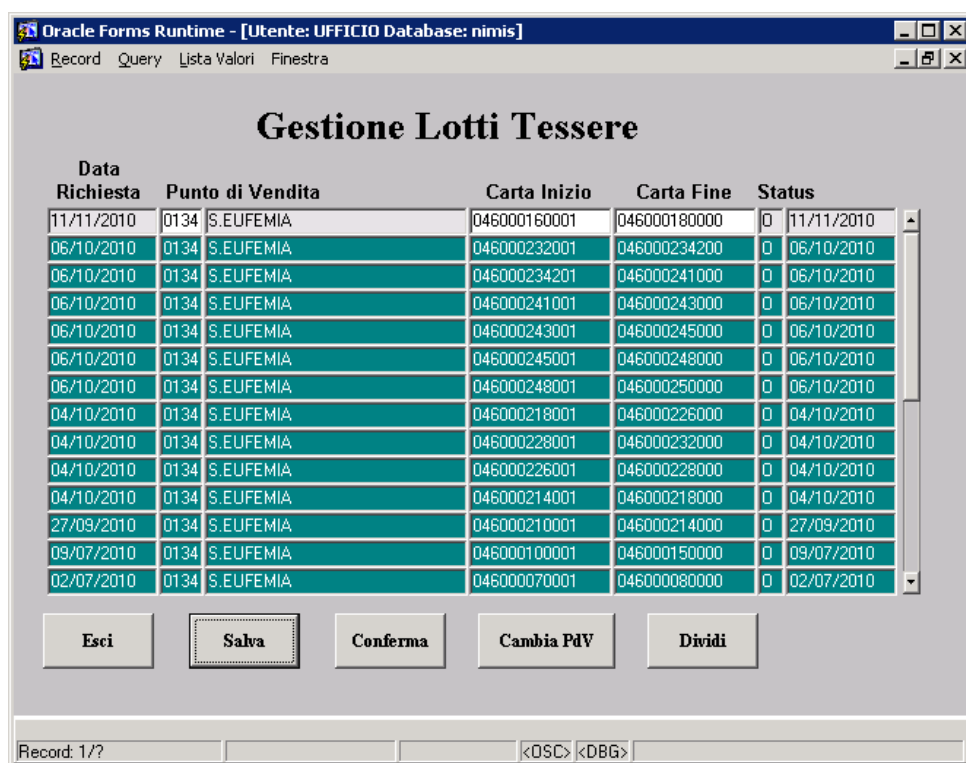
4 ATTIVAZIONE LOTTI DI TESSERE

Il cliente nominativo gestito dal Loyalty Program è associato ad una tessera di riconoscimento che è utilizzata nelle varie transazioni operative del Programma stesso.

Tutte le tessere associate ai clienti devono essere preventivamente attivate. L'attivazione è operata in Lotti e produce il caricamento e l'attivazione della singola Tessera nel DB del Programma

Il singolo Lotto, rappresentato dal numero iniziale e finale (senza check-digit) delle tessere che compongono il Lotto, è inizialmente associato ad un negozio di riferimento (PdV di Elezione) che indica il negozio dove avverrà la distribuzione ai clienti.

L'attivazione dei Lotti imposta le Tessere nello stato di "Attive" con la particolare condizione di "Precaricata", vale dire una situazione di cliente ancora anonimo.



Data	Richiesta	Punto di Vendita	Carta Inizio	Carta Fine	Status
11/11/2010	0134	S.EUFEMIA	046000160001	046000180000	0
06/10/2010	0134	S.EUFEMIA	046000232001	046000234200	0
06/10/2010	0134	S.EUFEMIA	046000234201	046000241000	0
06/10/2010	0134	S.EUFEMIA	046000241001	046000243000	0
06/10/2010	0134	S.EUFEMIA	046000243001	046000245000	0
06/10/2010	0134	S.EUFEMIA	046000245001	046000248000	0
06/10/2010	0134	S.EUFEMIA	046000248001	046000250000	0
04/10/2010	0134	S.EUFEMIA	046000218001	046000226000	0
04/10/2010	0134	S.EUFEMIA	046000228001	046000232000	0
04/10/2010	0134	S.EUFEMIA	046000226001	046000228000	0
04/10/2010	0134	S.EUFEMIA	046000214001	046000218000	0
27/09/2010	0134	S.EUFEMIA	046000210001	046000214000	0
09/07/2010	0134	S.EUFEMIA	046000100001	046000150000	0
02/07/2010	0134	S.EUFEMIA	046000070001	046000080000	0

L'impostazione iniziale del singolo Lotto lo pone nello stato "I" (inserito); a seguito di "conferma" attraverso la pressione del tasto omonimo, avviene

l'effettiva operazione di attivazione, il cui positivo completamento è indicato dallo stato "O".

Le opzioni di "Cambia PdV" e "Dividi" non sono per ora applicabili alla situazione organizzativa del Programma Nimis.

5 ALTRE FUNZIONI E PARAMETRI

Le opzioni di menù "Altre Funzioni" e "Parametri" contengono funzioni non destinate agli utenti, perché sono funzioni di servizio o non applicabili alle condizioni attuali del Programma Nimis.