



relationship marketing group

SPECIFICHE TECNICHE LRP

GRUPPO ODOLINI

Rev. 1.0

18/03/2010

Sommario

1	INTRODUZIONE	4
2	SCHEMA DEL PROGRAMMA	5
2.1	RICONOSCIMENTO DEI CLIENTI	5
2.2	MODULO DI ADESIONE	5
2.3	ANAGRAFICA DEI CLIENTI.....	5
2.4	VENDITE E PROMOZIONI	5
2.5	CIRCOLARITÀ	6
2.6	RITIRO DEI PREMI.....	6
2.7	IMPOSTAZIONE DELLE PROMOZIONI	6
2.8	ANALISI E REPORTING.....	6
3	PROCESSI FUNZIONALI	6
3.1	EMISSIONE DELLE CARTE E REGISTRAZIONE DEI CLIENTI	6
3.2	ALLINEAMENTO DEGLI AMBIENTI OPERATIVI	6
3.3	REGISTRAZIONE DELLE VENDITE	6
3.4	MATURAZIONE PUNTI IN "LOCALE"	6
3.5	MATURAZIONE PUNTI IN "CIRCOLARITÀ"	6
4	DENOMINAZIONE DEI FILE	6
4.1	ALGORITMO DI CONVERSIONE DEL NOME FILE	6
4.2	SPOOL "FLUSSI.TXT"	6
4.3	MECCANISMO DI GARANZIA PER TRASMISSIONE SUCCESSIVA DELLO STESSO FLUSSO	6
4.4	ORDINE DI INVIO DEI FILE	6
5	STRUTTURA DEI FLUSSI.....	6
6	TECNICHE DI SCAMBIO DATI	6
7	FLUSSI DI SCAMBIO DATI CON LE SOCIETÀ DEL GRUPPO.....	6
7.1	FILE GERARCHIE PRODOTTI (GE)	6
7.2	FILE PRODOTTI (PD).....	6
7.3	REPARTI CASSA (RC).....	6
7.4	PUNTI DI VENDITA (PV)	6
7.5	PROMOZIONI GENERICHE (PG).....	6

7.6	ASSORTIMENTI (AS)	6
8	FLUSSI DI SCAMBIO DATI CON I PUNTI DI VENDITA.....	6
8.1	ANAGRAFICA CLIENTE (AC)	6
8.2	GESTIONE CARTE	6
8.2.1	<i>Sostituzione / Trasferimento carta (ST)</i>	6
8.2.2	<i>Black List (VS)</i>	6
8.3	DATA COLLECT (DC).....	6
8.3.1	<i>Struttura del file</i>	6
8.3.2	<i>Record di testata</i>	6
8.3.3	<i>Record di Movimento</i>	6
8.3.4	<i>Movimento</i>	6
8.3.5	<i>Nota</i>	6
8.4	PROMOZIONI ATTIVE (PF)	6
8.5	PUNTI.....	6
8.5.1	<i>Saldo Punti (PN)</i>	6
8.5.2	<i>Punti in Circolarità (PS e PP)</i>	6
8.6	FLUSSI GESTIONALI	6
8.6.1	<i>File Promozioni (PR, SF)</i>	6
8.6.1.1	<i>Note sull'invio dei file di Promozione</i>	6
8.6.2	<i>Lotti Tessere (TS)</i>	6

1 INTRODUZIONE

Il Programma Fidelity del Gruppo Odolini si attiva attraverso la costituzione di un sistema centralizzato che dovrà cooperare con i sistemi di ogni singola Società del Gruppo per svolgere le funzioni operazionali e di analisi assegnate al Programma.

In questo schema di collaborazione i singoli sistemi godono di autonomia operativa, ma devono scambiare informazioni sull'operato attraverso flussi di dati che servono ad innescare elaborazioni differite per completare lo svolgimento delle operazioni condivise.

Il programma di fedeltà richiede l'introduzione nella struttura di vendita di processi nuovi e la revisione di quelli tradizionali; per questo motivo, in questo documento sono fornite le specifiche di dettaglio di tutti i processi interessati ai quali i sistemi coinvolti dovranno attenersi.

2 SCHEMA DEL PROGRAMMA

Il Programma Fedeltà del Gruppo Odolini parte dalla costituzione di un meccanismo di identificazione dei clienti aderenti attraverso codice univoco EAN e carta con banda magnetica, rispettivamente necessari per l'utilizzo attraverso le barriere casse dei negozi del Gruppo (EAN) e presso gli esercizi convenzionati di partner esterni (banda magnetica). EAN e banda magnetica riporteranno lo stesso identificativo, in modo da rendere indifferente il metodo di lettura della Carta.

2.1 Riconoscimento dei Clienti

La consegna della Carta è legata alla sottoscrizione di un modulo di adesione che dovrà contenere i dati identificativi del cliente assieme ad altri dati accessori; la consegna fisica della Carta è condizionata dalla verifica sulla esistenza dei dati obbligatori di identificazione del Cliente all'interno del modulo di adesione.

2.2 Modulo di adesione

I moduli di adesione compilati dai Clienti saranno inviati alla sede centrale del Gruppo Odolini per ottemperare al caricamento dei dati ed alla custodia di legge, trattandosi di un vero e proprio contratto fra le parti con firma autografa del Cliente.

2.3 Anagrafica dei Clienti

I dati anagrafici dei clienti saranno condivisi fra le Società del Gruppo per lo svolgimento delle rispettive pratiche connesse al Programma. La notifica dei dati da parte della Società Centrale del Gruppo Odolini alle altre Società partecipanti avverrà con appositi flussi telematici o scambio diretto dei dati.

2.4 Vendite e Promozioni

Il riconoscimento del Cliente attraverso la sua Carta permetterà la registrazione degli atti di vendita di ogni Cliente in modo nominativo e consentirà di poter erogare benefici specifici (promozioni) in forma immediata (sconti in cassa) e in forma differita (accumulo punti per le Collection).

Vendite e promozioni attive costituiscono accoppiamento inscindibile per la corretta lettura dei dati e le successive analisi. I due flussi informativi, per giorno e per PdV,

devono arrivare strettamente sincronizzati perché l'elaborazione centrale dei dati di vendita non avviene se non esiste il corrispondente flusso delle promozioni attive del negozio di quel dato giorno.

Questo particolare flusso promozionale è distinto ed indipendente da quelli, sempre delle promozioni, descritti successivamente per scopi gestionali di impostazione delle promozioni; questo flusso è a consuntivo della giornata di vendita ed è esclusivamente impiegato per l'interpretazione dei dati di vendita.

2.5 Circolarità

Il riconoscimento dei clienti sarà uniformato in tutti i negozi del gruppo e la concessione dei benefici sarà a carico dell'Ente che effettua la singola vendita. Gli sconti immediati non costituiscono alcuna difficoltà perché contestuali alla vendita. I benefici differiti, tipicamente l'accumulo dei punti, dovranno essere conservati nel contatore di punti residente presso il PdV di emissione della Carta; bisognerà quindi convogliare tutti i punti maturati nei negozi del "circuito" verso lo specifico PdV di competenza sul Cliente. Infatti, il ritiro dei premi sarà possibile solo presso tale PdV, opportunamente denominato PdV di "Elezione".

L'invio dei punti maturati in regime di circolarità verso il PdV di elezione, vale a dire maturati attraverso spese fatte negli altri negozi diversi da quello di elezione, avverrà con flusso telematico, usando il sistema centrale del Programma del Gruppo Odolini come ponte di scambio.

Il transito dei punti di circolarità nel sistema centrale del Gruppo Odolini servirà anche ad alimentare un meccanismo di "camera di compensazione" per regolare il dare/avere periodico fra le varie Società del Gruppo rispetto alle spese effettuate dai Clienti in regime di circolarità.

2.6 Ritiro dei premi

L'accumulo dei punti consente il ritiro di premi contenuti nel Catalogo del Gruppo Odolini. I sistemi di vendita dovranno essere in grado di far ritirare i premi decurtando i punti necessari dal saldo dei punti del Cliente e registrare il versamento dell'eventuale contributo in denaro. La registrazione di tale operazione dovrà generare una riga particolare nello scontrino del cliente o dovrà generare uno scontrino separato del tutto analogo allo scontrino di vendita. Ricordiamo che l'operazione di ritiro dei premi sarà possibile solo all'interno del punto vendita di "elezione".

2.7 Impostazione delle Promozioni

Le promozioni del Programma Fidelity avranno la particolarità di dover essere applicate in modo selettivo ad alcuni tipi di clienti, in linea di massima ai possessori delle Carte; per questo motivo le casse dovranno essere in grado di individuare i tipi di cliente ed applicare in modo selettivo il beneficio impostato nelle promozioni precedentemente diffuse.

Le promozioni fidelity sono impostate centralmente attraverso un modulo gestionale denominato "Campaign Management" e notificate alle Società del Gruppo attraverso flusso telematico. Le Società del Gruppo faranno pervenire le informazioni di tale flusso alle barriere casse per la presa in carico e l'erogazione in fase di vendita.

Il meccanismo di notifica alle barriere casse sarà a scelta della singola Società del Gruppo per meglio adattarsi alla situazione in essere e per non introdurre vincoli verso autonome evoluzioni future della gestione dei PdV.

I meccanismi promozionali in essere possono continuare ad operare, assumendo però l'impegno di comunicare al Campaign Management centrale ogni nuova attivazione o modifica di promozioni tradizionali. Tale necessità è determinata dal fatto che una serie di controlli del Campaign Management riguardano la verifica di conflittualità fra le varie promozioni attive nello stesso momento. La notifica delle promozioni tradizionali al sistema centrale del Programma Fidelity del Gruppo Odolini avverrà attraverso apposito flusso telematico.

2.8 Analisi e Reporting

Il sistema centralizzato del Gruppo Odolini dispone di funzioni sofisticate di analisi interattiva con produzione di report.

Sebbene il sistema si basi su una singola base di dati con le informazioni complessive delle aziende del Gruppo, un'opportuna configurazione dei profili degli utenti protegge la visione di dati al di fuori della loro competenza.

Gruppo Odolini si impegna ad individuare e fornire alle Società del Gruppo i report di interesse per ogni singola Società del Gruppo, offrendo anche il supporto marketing per lo sfruttamento ottimale delle analisi disponibili.

3 PROCESSI FUNZIONALI

Le attività legate al Programma Fidelity sono concatenate per svolgere funzioni ben precise caratterizzate da regole, sincronizzazioni temporali e controlli da svolgere.

Le funzioni, opportunamente legate tra loro da regole, sequenza temporale e finalità, costituiscono i Processi; l'esame di tali processi consente di individuare le azioni che ogni sistema cooperante nel Programma deve compiere.

Di seguito sono elencate le specifiche di ogni processo funzionale, partendo da quelli più autonomi e preliminari, fino ad arrivare a quelli più articolati ed interdipendenti.

3.1 Emissione delle Carte e registrazione dei Clienti

L'intero processo parte dall'identificazione dei Clienti grazie alla loro partecipazione al Programma. Per consentire l'immediato utilizzo delle Carte e la corretta gestione delle operazioni collegate, le carte devono risultare associate al PdV di elezione non appena sono disponibili per la distribuzione. Ciò determina la necessità di caricamento preventivo delle Carte assegnate ad ogni PdV, per avere disponibile il contatore del saldo punti associato ad ogni codice carta di competenza del PdV.

Analoga operazione sarà fatta sul sistema centrale del Gruppo Odolini per mantenere il preciso allineamento sui sistemi nei due diversi livelli centrale e periferico.

La sincronizzazione di tale operazione è data da un flusso telematico che comunica i "range" di tessere assegnate ad ogni singolo negozio, in termini di prima ed ultima carta che identificano un lotto. Con tale indicazione il sistema di PdV dovrà inizializzare la propria banca dati con tutti i codici Carta tra la prima e l'ultima indicata, compresi gli estremi, con tutti i contatori necessari ad ogni specifica applicazione di gestione del PdV.

Le Società del Gruppo avranno visibilità sulle Carte distribuite nei propri PdV e il sistema centrale del Gruppo Odolini sarà a conoscenza della distribuzione in tutto il Gruppo.

3.2 Allineamento degli ambienti operativi

I sistemi coinvolti nel Programma Fidelity hanno bisogno di scambiare i dati comuni che sono alla base del funzionamento delle diverse procedure. L'allineamento operativo comprende dati che dalla sede centrale del Gruppo Odolini sono trasferiti alle Società del Gruppo e viceversa.

Tali scambi sono costituiti da:

- **Calendario del Tempo**

Il calendario del Tempo serve a mantenere un'identica visione rispetto alla classificazione del tempo in termini di Settimane, Mesi, Trimestri, Semestri ed Anni. In realtà il calendario non è sincronizzato in modo esplicito, ma si opera un caricamento iniziale e periodico, almeno di un anno, utilizzando criteri comuni a tutti i sistemi. Nella pratica sono recepiti i criteri che sono alla base della costituzione del calendario e con tali criteri si compone una struttura che una volta approvata sarà adottata definitivamente come calendario ufficiale. Non è predisposto alcun metodo definitivo per il caricamento del calendario, in quanto non è possibile adottare un criterio generalmente valido per ogni periodo; di volta in volta bisognerà apportare aggiustamenti discrezionali per minimizzare gli scostamenti rispetto ad una suddivisione non precisa dell'anno. Lo stesso metodo sarà quindi impiegato ad ogni nuovo caricamento di sezioni future di calendario.

- **Anagrafica dei Clienti**

Si tratta dei dati identificativi dei clienti ottenuti attraverso il caricamento del modulo di adesione. Tali dati sono forniti dal sistema centrale del Gruppo Odolini per usi propri della singola Società del Gruppo. Il flusso telematico per questo scambio è costituito normalmente dal delta rispetto agli invii precedenti; solo in condizioni particolari è possibile fornire l'anagrafica completa, per consentire il ripristino complessivo di una anagrafica andata persa.

- **Elenco dei Punti di Vendita**

L'elenco dei negozi partecipanti al programma deve essere preventivamente comunicato per poter predisporre l'assegnazione dei lotti di Carte, permettere l'attivazione delle promozioni e consentire la ricezione delle vendite. La classificazione unificata dei negozi secondo il

metodo del Gruppo Odolini richiede il contributo fondamentale della sede centrale che dovrà ricevere tutte le segnalazioni di nuove aperture e variazioni degli attributi fondamentali per ufficializzarne lo stato. Tale flusso si originerà con intervento diretto del personale operativo del Gruppo Odolini di sede che opererà gli adeguamenti alle informazioni esistenti attraverso una form di modifica del DB centrale su segnalazione delle singole Società del Gruppo.

Oltre a denominazione e caratteristiche del negozio debbono essere indicati lo stato rispetto alla fidelity (attivo o meno), la data di attivazione e la data a partire dalla quale è indispensabile acquisire gli scontrini. Tenere presente che l'elenco dei negozi può includere anche quelli non aderenti al Programma di Fidelizzazione ed è possibile acquisirne gli scontrini per svolgere le normali analisi delle vendite; le date di cui sopra sono quindi indispensabili per segnalare le volontà al riguardo. Ogni PdV è abbinato alla società primaria di appartenenza (Società del Gruppo) e alla società di primo livello (generalmente la ragione sociale del PdV) che può coincidere con quella primaria. La form di gestione dei PdV si occuperà anche di gestire le società coinvolte e mantenere i corretti abbinamenti.

- **Elenco dei Prodotti e relativa Gerarchia**

La classificazione dei prodotti è univoca all'interno di ciascuna società del Gruppo, ma non lo è all'interno del Gruppo delle diverse società; è però indispensabile ottenere una comune identificazione trasversale fra le varie società, per cui si può sfruttare il codice EAN come elemento di identificazione comune, solo in caso di sovrapposizione della merceologia. Si permette così un'implicita analogia fra prodotti uguali perché hanno lo stesso EAN, sebbene siano codificati con referenza indipendente. Il codice "referenza" mantiene il suo significato all'interno della codifica dei prodotti di una singola Società del Gruppo, ma non si dispone di alcun metodo di relazione fra le referenze di diverse Società del Gruppo. Anche le gerarchie hanno strutture diverse e per costituire la necessaria compatibilità sono inseriti in una struttura comune di sette livelli alimentata a partire dal basso (codice referenza) ed utilizzata in modo aderente alla classificazione di ogni Società del Gruppo

- **Assortimenti dei Negozi**

Per conoscere in modo esplicito il tipo di assortimento dei vari negozi è richiesto l'elenco dei prodotti potenzialmente disponibili per la vendita; in questo modo i moduli gestionali, in particolare il Campaign Management, possono stabilire in via di impostazione se una particolare promozione è inibita in uno specifico negozio per un dato prodotto perché questo non fa parte dell'assortimento del negozio. In caso di mancanza del flusso degli assortimenti, la totalità dei prodotti in anagrafica è considerato potenzialmente disponibile per ogni negozio, vanificando il controllo di indisponibilità del prodotto perché fuori dell'assortimento tipico del negozio.

- **Promozioni Generiche**

Elenco dei prodotti in promozione secondo il metodo tradizionale. Tale elenco serve al Campaign Management per impedire la contemporanea attivazione di promozioni diverse a fronte dello stesso prodotto con coincidenza temporale e di PdV. Tale segnalazione è preventiva, ha finalità gestionale per l'attivazione di ulteriori promozioni e non sostituisce la segnalazione a consuntivo (fine giornata) delle promozioni in corso per ogni giorno in ogni PdV.

3.3 Registrazione delle vendite

La registrazione delle vendite avviene attraverso il file degli scontrini ricevuti ogni giorno da ogni PdV in modo distinto.

Il flusso deve contenere le spese di un solo giorno per ciascun PdV; non ci può essere la mescolanza di più giorni nello stesso flusso, né uno stesso giorno può essere suddiviso in più flussi. Tale eventualità deve essere segnalata, in modo tale da consolidare le diverse frazioni di una stessa giornata o da stornare la frazione incompleta, caricata separatamente, prima del caricamento complessivo della giornata intera.

Il flusso degli scontrini, denominato anche Data Collect, dovrà pervenire tutti i giorni, chiusure comprese, per ogni singolo negozio, a partire dalla "Data Scontrini" indicata nell'anagrafica di ogni singolo negozio. Per i giorni di chiusura è sufficiente far pervenire un flusso vuoto ma con la corretta denominazione di data e negozio interessato.

La registrazione delle vendite richiede obbligatoriamente la presenza del flusso delle promozioni attive del giorno e non si potrà procedere al caricamento degli scontrini se manca il rispettivo flusso delle promozioni; inoltre, il flusso delle promozioni è

strettamente sequenziale e non si può procedere al caricamento di una giornata di promozioni per un PdV se non siano già state caricate tutte le giornate precedenti. Anche per il flusso delle promozioni si può usare la tecnica del flusso vuoto per le giornate di chiusura e per le giornate che non contengono variazioni rispetto il giorno precedente; infatti, la registrazione delle promozioni attive si limita ad annotare le variazioni rispetto alla situazione precedente, cosicché due flussi successivi uguali non generano alcuna variazione.

3.4 Maturazione Punti in “Locale”

La maturazione dei Punti, a qualunque titolo, avviene con metodi distinti secondo il fatto che il cliente beneficiario abbia come negozio di elezione quello dove avviene l'evento o meno.

Nel caso di cliente che si trova presso il negozio di elezione, la maturazione dei punti deve provocare un immediato aggiornamento del saldo dei punti del cliente, oltre all'accantonamento di tale variazione, assieme al nuovo saldo, da trasmettere a fine giornata verso il sistema centrale del Gruppo Odolini per scopi di sincronizzazione operativa.

Il nuovo saldo, prodotto immediatamente a livello di negozio, deve essere utilizzato in caso di immediata richiesta di ritiro di un premio.

Le registrazioni accantonate (log della movimentazione dei punti) saranno inserite nel flusso dei punti che ciascun PdV deve trasmettere quotidianamente al sistema centrale del Gruppo Odolini.

3.5 Maturazione Punti in “Circolarità”

I Punti maturati in circolarità non possono produrre immediato aggiornamento del saldo del cliente, ma saranno comunque accantonati per una successiva trasmissione al sistema centrale del Gruppo Odolini per l'accredito al PdV di competenza.

Sempre nel “fine giornata”, questo ulteriore flusso, distinto da quello precedente, è trasmesso al sistema Fidelity del Gruppo Odolini che provvederà a ripartire per competenza i punti maturati in circolarità ai negozi di elezione di ogni singolo cliente che ha fatto spese presso altri negozi.

Un analogo flusso, contenente i punti in circolarità di competenza dei clienti del negozio, sarà quindi restituito dal sistema centrale Fidelity. Il sistema di back-office

dei negozi dovrà provvedere ad utilizzare tale secondo flusso per aggiornare il saldo operativo dei punti dei clienti compresi nel flusso.

4 DENOMINAZIONE DEI FILE

Lo scambio di informazioni tra sede del GRUPPO ODOLINI ed i vari PdV avviene tramite file di testo chiamati flussi. Ognuno di questi è individuato da un nome ben preciso, stabilito in base a regole descritte di seguito.

Il formato del nome file dei flussi gestiti dall'applicazione Fidelity prevede una lunghezza pari a 22 caratteri, così suddivisi:

TTXXXXXXXXMMMMSSS.FFF

dove:

- **TT: tipologia del flusso**

Campo di due caratteri alfanumerici che contengono la codifica mnemonica del tipo di flusso dati, dal quale si può dedurre direzione, verso e procedura di elaborazione.

Esempio:

DC = Data Collect, flusso di dati che parte dai PdV e arriva in sede centrale per l'elaborazione dei dettagli di spesa.

- **XXXXXXXX: identificativo temporale o ID univoco**

Campo di otto caratteri numerici che contengono la data in formato AAAAMMGG per i flussi mono-giornalieri. Oppure un identificativo sequenziale per i flussi non cadenzati temporalmente.

- **MMMM: mittente o destinatario**

Campo di cinque caratteri numerici che identifica il mittente o destinatario del flusso, tipicamente coincidente con il **Codice PdV**. Si dovrà assegnare un codice analogo per gli Host di sede ed uno per l'ambiente Fidelity della sede (potrebbero essere 99998 per l'Host, 99999 per Fidelity di sede, qualora non fossero già utilizzati).

- **SSS: numero di sequenza**

Campo di tre caratteri numerici utilizzato nel caso di trasmissione ripetuta del flusso (vedere par. 4.3). Le applicazioni che originano il flusso (e pertanto assegnano il nome del file) dovranno sempre inizializzare questo campo al valore **001**, mentre tutti i meccanismi di trasporto operano la verifica di non "sovrascrittura"; in ognuno di tali casi si opera la ricerca del primo numero di sequenza libero per il tipo di file in questione.

- **. : punto separatore**

- **FFF: formato del file**

Campo di tre caratteri alfanumerici che identifica le tipologie di dati diversi per lo stesso tipo di flusso; esso serve ad identificare il tipo di processo che deve elaborare il file. Ad oggi sono previsti solo due formati di file:

- DAT per dati da caricare in banca dati;
- TXT per dati di testo libero.

Esiste una relazione univoca tra la tipologia di flusso ed il formato del file. Vale a dire che, ad esempio, un flusso Data Collect (DC) sarà sempre con formato file del tipo convenuto.

4.1 Algoritmo di Conversione del nome file

Il formato del nome file di Fidelity (18.3) non è compatibile con quello di alcune piattaforme tecnologiche utilizzate nell'ambiente target, cioè MS-DOS (8.3) o AS400 (8).

Pertanto è necessario utilizzare un algoritmo di compattazione (ed espansione) del nome del file. Si è deciso di adottare il seguente algoritmo di conversione:

A) Tipologia del flusso

Si passa da due caratteri ad un carattere mediante tabella di conversione. Tale tabella sarà contenuta nel file **flussi.txt** (descritto di seguito).

Per esempio:

- Da DC ad A;
- Da PF a B.

B) Identificativo temporale

Si passa da otto a sei caratteri nel seguente modo:

- In caso di data, l'anno passa da quattro a due cifre (quando si dovrà ritornare da 2 a 4 cifre si imporrà il secolo 2000 per gli anni da 00 a 50 e si imporrà il secolo 1900 per gli anni da 51 a 99)

C) Mittente o Destinatario

Questa informazione diventa implicita nel nome della directory utilizzata come casellario, pertanto è un'informazione che è omessa dal nome del file. Ciò implica che bisognerà utilizzare cartelle distinte per ogni sistema coinvolto. La suddivisione in cartelle distinte non è applicabile ai singoli PdV perché questi ultimi non operano in modalità autonoma nei confronti del sistema Fidelity.

D) Numero di Sequenza

Si passa da un numero di tre cifre ad un numero di una cifra, non consentendo così più di nove trasmissioni ripetute dello stesso file nello stesso giorno; fatto, peraltro, estremamente improbabile e sintomo sicuro di grosse anomalie. (Vedere par. 4.3 per ulteriori dettagli).

E) Formato del file

Essendoci, ad oggi, un rapporto 1:1 tra questa informazione e tipo di flusso, questa informazione si evince direttamente dal tipo di flusso mediante tabella specifica di assegnazione.

- Sulla piattaforma MS-DOS è un'informazione che può rimanere (sfruttando i tre caratteri dopo il punto);
- Sulle piattaforme di tipo AS400 è un'informazione che andrà tolta e rimessa seguendo la tabella sopra menzionata.

4.2 Spool "flussi.txt"

Nel file di "spool" sono inseriti tutti i tipi di flusso che possono essere scambiati tra sede e PdV.

Il record deve contenere, nell'ordine indicato, i seguenti campi:

Field 1:	TIPO FLUSSO
Field 2:	TIPO FLUSSO RIDOTTO
Field 3:	FORMATO DEL FILE (.TXT, .DAT)
Field 4:	IDENTIFICATIVO TEMPORALE (I, D)
Field 5:	CODICE_ORIGINE
Field 6:	CODICE_DESTINAZIONE

CODICE_ORIGINE, CODICE_DESTINAZIONE possono assumere, per le tipologie di sistemi coinvolti, i seguenti valori:

FID: Host fidelity;

PDV: Back-Office del PdV;

HST: Host del gestionale di sede.

Per esempio:

```
PK;A;TXT;I;FID;HST
GE;B;DAT;D;HST;FID
FO;C;DAT;D;HST;FID
PD;D;DAT;D;HST;FID
RC;E;DAT;D;HST;FID
PV;F;DAT;D;HST;FID
SS;G;DAT;D;HST;FID
PG;H;DAT;D;HST;FID
DC;I;DAT;D;PDV;FID
RT;J;DAT;D;FID;PDV
.....
```

4.3 Meccanismo di garanzia per trasmissione successiva dello stesso flusso

Anche se è un fatto assolutamente anomalo nelle condizioni di normale operatività, può capitare che per qualche operazione manuale, oppure per altri vari motivi, si debba ritrasmettere un flusso più volte nello stesso giorno. Anche se ciò fosse una cosa non voluta, sarà l'applicazione Fidelity o quella su Host o sui PDV a dovere eventualmente scartare i dati doppi, mentre i sistemi di trasmissione avranno solo il compito di ritrasmettere il flusso al suo destinatario, senza però ricoprirne eventuali copie disseminate nelle varie directory di appoggio lungo il percorso.

A questo proposito si dovrà utilizzare il campo del nome file denominato **Numero di Sequenza**.

Come già accennato prima, le applicazioni che generano un flusso inizieranno questo campo sempre al valore **001**.

L'applicazione che inserisca tale flusso all'interno di una directory di output, prima di copiarvi il file dentro, dovrà verificare se esista già un file con lo stesso nome (tutti i campi assolutamente uguali).

In caso negativo, l'applicazione copierà semplicemente il file dentro la directory.

In caso positivo, l'applicazione dovrà incrementare di un'unità il campo **Numero di Sequenza** nel nome del file, verificare di nuovo se esiste già nella directory un file con nome uguale e ripetere questo giro finché non troverà un nome libero (si assegnerà pertanto il primo Numero di Sequenza libero che si trova, senza verificare se non ce ne sono di più elevati già assegnati).

- ♦ Per esempio, nel caso si debba porre il file *PF2006070199999**001**.DAT* nella directory di output del PdV, si verificherà se non vi sia già un file con lo stesso nome;
- ♦ Nel caso ci sia, si verificherà se esista nella directory un file col nome *PF2006070199999**002**.DAT*;
- ♦ Se non esiste, allora l'applicazione copierà il file originale dentro la directory di output del PdV rinominandolo con il nome *PF2006070199999**002**.DAT*. Se invece anche questo file esiste, ci riproverà incrementando ancora di uno il numero sequenziale, fino a trovarne uno libero.

4.4 Ordine di invio dei file

La spedizione dei flussi verso i destinatari deve essere fatta seguendo un ordine per nome file, garantendo così che, nell'ambito della stessa tipologia, i flussi siano trasmessi con una sequenzialità crescente.

Ciò è principalmente vero per i file che contengono nel nome il campo **XXXXXXXXX uguale ad un ID univoco**, in quanto tale identificativo sarà un numero sempre crescente.

Si tratta di flussi che vanno dal DW ai Punti Vendita e viceversa.

5 STRUTTURA DEI FLUSSI

All'interno del programma di Fidelity Card più sistemi sono chiamati a contribuire ad aspetti di gestione, acquisizione dati e supporto al processo operativo.

Per consentire l'interoperabilità dei vari ambienti è costruita un'architettura di scambio dati per i diversi scopi: tali scambi sono identificati come "Flussi di scambio dati".

Ogni flusso è costituito da un file di dati, ognuno con la propria struttura in base al tipo di flusso, e da un secondo file, detto anche file di controllo, che serve ad indicare lo stato della trasmissione ed alcuni parametri accessori.

Fondamentalmente il file di controllo serve ad indicare il completamento della trasmissione del file dati; infatti, il file di controllo ha il nome esattamente uguale al file di dati abbinato, eccezion fatta per il suffisso che invece di essere "DAT" è "CTL".

Il file di controllo con il suffisso CTL deve essere inserito solo dopo la positiva conclusione del trasferimento del file di dati associato. La presenza di tale file è utilizzata come condizione per innescare il relativo processo di elaborazione.

La cancellazione dalle cartelle di transito dei file già processati è a carico del destinatario o utilizzatore principale, che potrà utilizzare propri criteri per l'eliminazione dei file utilizzati. Si suggerisce di eliminare in sequenza prima i file di controllo e poi quelli dei dati associati.

Ogni sistema dovrà operare a fronte di due cartelle distinte per l'input e per l'output; è evidente che l'output di un sistema diventa input per un altro.

Poiché bisogna conciliare necessità di trasformazione dei nomi dei file sui vari sistemi e permettere l'abbinamento di mittenti e destinatari multipli e variabili nel tempo, un apposito modulo di interscambio sarà interposto per collegare le cartelle di tutti i sistemi.

6 TECNICHE DI SCAMBIO DATI

Lo scambio di dati fra i vari sistemi avverrà mediante due tecniche distinte in base alle caratteristiche degli scambi: diretto intervento di operatori attraverso form per modificare il contenuto del DB e scambi batch con file trasferiti attraverso FTP server.

Per l'intervento diretto degli operatori sul DB saranno a disposizione applicazioni Web meglio descritte all'interno della documentazione operativa.

In questo documento l'attenzione è dedicata alle specifiche per la sincronizzazione automatica fra sistemi ed alla descrizione delle tecniche per gli scambi FTP.

I sistemi coinvolti sono identificati ognuno con apposito codice ed hanno l'assegnazione sul server FTP di due cartelle rispettivamente per l'input e l'output.

L'impostazione di opportuni privilegi consentirà la protezione dei dati depositati sui server di scambio verso accessi non autorizzati.

7 FLUSSI DI SCAMBIO DATI CON LE SOCIETÀ DEL GRUPPO

7.1 File Gerarchie Prodotti (GE)

Un elemento fondamentale in un sistema LRP (Loyalty & Rewarding Program) è la possibilità di suddividere i prodotti secondo una o più classificazioni merceologiche che sono chiamate gerarchie. Ciascuna di queste è costituita da un certo numero di livelli legati tra loro da un preciso ordine gerarchico. Ad ogni livello appartiene un insieme di elementi che può variare nel tempo. I dati di vendita sono aggregati secondo questa organizzazione/disposizione, che permette quindi di definire dei modelli di analisi sui prodotti.

Occorre precisare che:

- Il numero di gerarchie non è limitato;
- Il numero di livelli di una gerarchia è predefinito;
- Gli elementi di ciascun livello possono cambiare nel tempo;
- La gerarchia ha nel codice referencia il suo ultimo livello.

Esisterà quindi un flusso dall'ambiente Host di Sede a quello Fidelity che trasmetterà le gerarchie ed i livelli che le compongono.

Il flusso deve essere mandato con frequenza giornaliera e sempre nella sua totalità. Una volta definite le gerarchie di interesse, il numero dei campi di questo tracciato sarà pari al numero massimo di livelli delle gerarchie.

La gerarchia è stata strutturata per contenere fino a sette livelli. Ogni Società del Gruppo potrà trasmettere la propria gerarchia, fatta di n-livelli, completando il tracciato a partire dal basso e, quindi, a partire dall'ennesimo livello indicato nel tracciato, corrispondente al codice di referencia. Una volta inseriti tutti i livelli gerarchici della Società, gli ulteriori livelli del tracciato rimasti devono essere lasciati vuoti fino a raggiungere il Tipo Gerarchia (che in questo caso è un valore fisso pari a 01).

Il tracciato record è il seguente:

Nome	Tipo	Osservazioni
Tipo Gerarchia	A(2)	È la gerarchia di riferimento della quale si stanno trasmettendo i livelli 01=Gerarchia 01
Codice del 1° Livello della gerarchia di riferimento	A(4)	Codice del livello (n-6) della gerarchia (allineato a sinistra e blank filled)
Descrizione del 1° Livello della gerarchia di riferimento	A(40)	Descrizione livello (n-6) della gerarchia
Codice del 2° Livello della gerarchia di riferimento	A(6)	Codice del livello (n-5) della gerarchia (allineato a sinistra e blank filled)
Descrizione del 2° Livello della gerarchia di riferimento	A(40)	Descrizione livello (n-5) della gerarchia
Codice del 3° Livello della gerarchia di riferimento	A(8)	Codice del livello (n-4) della gerarchia (allineato a sinistra e blank filled)
Descrizione del 3° Livello della gerarchia di riferimento	A(40)	Descrizione livello (n-4) della gerarchia
Codice del 4° Livello della gerarchia di riferimento	A(10)	Codice del livello (n-3) della gerarchia (allineato a sinistra e blank filled)
Descrizione del 4° Livello della gerarchia di riferimento	A(40)	Descrizione livello (n-3) della gerarchia
Codice del 5° Livello della gerarchia di riferimento	A(10)	Codice del livello (n-2) della gerarchia (allineato a sinistra e blank filled)
Descrizione del 5° Livello della gerarchia di riferimento	A(40)	Descrizione livello (n-2) della gerarchia
Codice del 6° Livello della gerarchia di riferimento	A(10)	Codice del livello (n-1) della gerarchia (allineato a sinistra e blank filled)
Descrizione del 6° Livello della gerarchia di riferimento	A(40)	Descrizione livello (n-1) della gerarchia
Codice del 7° Livello della gerarchia di riferimento	A(10)	Codice referenza, livello n della gerarchia (allineato a sinistra e blank filled)
Descrizione del 7° Livello della gerarchia di riferimento	A(40)	Descrizione referenza (livello n della gerarchia)

Si tenga presente che la codifica delle referenze e dei livelli è alfanumerica; ciò comporta che il set di caratteri ammessi comprenda i numeri da 0-9, i caratteri da A-Z ed i blank interni al codice. Inoltre, i caratteri significativi del codice dovranno essere allineati a sinistra (eventuali spazi a sinistra saranno eliminati) e blank filled.

7.2 File Prodotti (PD)

Flusso di anagrafica dei prodotti. Il flusso deve essere mandato da ogni Società del Gruppo verso la Sede Fidelity con frequenza giornaliera e sempre nella sua totalità.

Le cancellazioni non sono considerate, perché il DW potrà eliminare elementi della gerarchia prodotti solo quando non ci sarà più alcun riferimento in tutti i fatti associati.

Occorrerà definire un intervallo di codici prodotti da utilizzare per gestire gli articoli fittizi (servono per appoggiare operazioni non riconducibili ad un prodotto specifico: es. punti a reparto, vendita di un prodotto non in assortimento, ecc.).

I flag: Marchio, Osso e Primo_Prezzo sono stati inseriti solo a livello indicativo; il loro numero e tipo potrà essere modificato in base alle esigenze delle Società.

Occorrerà definire i prodotti premio e gli opportuni criteri di identificazione.

Il tracciato record è il seguente:

Nome	Tipo	Osservazioni
Codice Referenza	A(10)	Codice interno che coincide con l'ultimo livello della gerarchia (ennesimo). Allineato a sinistra e blank filled
Descrizione	A(50)	
Campo non in uso	A(10)	Lasciare vuoto
Categoria del prodotto	A(2)	'PZ': pezzi 'KG': peso
Unità di misura	A(25)	Descrizione unità di misura: <ul style="list-style-type: none">- GRAMMI;- PEZZI.

Nome	Tipo	Osservazioni
Pezzatura	N(5)	Allineato a destra e "zero filled" (1 fisso)
Flag Marchio	N(1)	1 = Si; 0 = No
Flag Osso	N(1)	1 = Si; 0 = No
Flag Primo Prezzo	N(1)	1 = Si ; 0 = No
Iva1	N(5)	Moltiplicata per 100 (senza il punto decimale), allineata a destra e "zero filled"
Iva2	N(5)	Moltiplicata per 100 (senza il punto decimale), allineata a destra e "zero filled". Qualora non sia valorizzabile, il campo va lasciato vuoto.
Data decorrenza Iva2	A(8)	Nel formato GGMMAAAA
Codice EAN Interno	A(13)	Codice EAN usato internamente, come ricodifica o come codifica "veloce". Allineato a sinistra e "blank filled"
Codice EAN Fornitore	A(13)	Codice EAN utilizzato dal Fornitore. Questo è il codice di collegamento con la gerarchia ufficiale del Gruppo Odolini. Allineato a sinistra e "blank filled".

- Considerazioni sui campi **IVA**

La presenza di due campi IVA: IVA1 e IVA2, serve per gestire le variazioni dell'aliquota IVA nel tempo. Il meccanismo è il seguente: se la data in cui è esaminato il prodotto è inferiore alla data di IVA2, l'IVA valida è IVA1; se è maggiore o uguale, l'IVA valida è IVA2.

- Considerazioni sui campi **Codice livello Gerarchia**

Dovranno essere presenti tanti campi di questo tipo per quanti sono i livelli scelti per la classificazione gerarchica dei prodotti.

- Considerazioni sul campo **Codice fornitore del prodotto**

Il codice fornitore deve essere inviato solo, quando tale informazione è disponibile. Nel caso invece di prodotti con fornitori multipli, dovrà essere trasmesso solo quello più significativo; nella pratica, qualora

l'informazione non sia disponibile, è possibile valorizzare il campo con il codice EAN interno.

7.3 Reparti Cassa (RC)

Il flusso deve essere mandato da ogni Società del Gruppo verso la Sede con frequenza giornaliera e sempre nella sua totalità.

I reparti cassa sono un elemento di organizzazione/classificazione dei prodotti adottata presso i Punti di Vendita. In particolare è utilizzata dai sistemi delle casse per le vendite non riconducibili ad un prodotto definito e per alcune tipologie di promozione che erogano benefici a fronte degli acquisti complessivamente effettuati su un particolare reparto.

Il sistema delle casse è in grado di identificare per ogni articolo il reparto cassa di appartenenza; se a questo si aggiunge il fatto che per ogni vendita il sistema casse registra se la vendita è avvenuta a Pezzi, a Peso oppure a Valore, da ciò scaturisce un metodo imperfetto, ma con ogni probabilità il migliore realizzabile, per registrare le vendite di articoli che per diversi motivi risultano sconosciuti al sistema. Per ogni reparto cassa il sistema costruisce tre articoli fittizi; questi articoli hanno un codice di 10 cifre nel quale:

- Le prime due cifre identificano un codice fittizio. Devono essere scelte in modo tale che è garantita la non sovrapposizione con i codici di articoli reali;
- La terza cifra assume i valori 0= pezzi, 1=peso, 2=valore;
- Le ultime 7 cifre identificano il reparto cassa ("zero filled").

Quando in un Data Collect è presente un codice articolo che risulta sconosciuto in anagrafica, con il metodo sopra citato è costruito un articolo fittizio e la vendita è riferita a tale articolo.

- Gli articoli fittizi, costruiti sul reparto POS, sono inseriti a tutti gli effetti nella gerarchia dei prodotti. Per questo motivo sarà necessario indicare per ogni reparto cassa il livello più basso di ogni gerarchia da abbinare.

Il tracciato record è il seguente:

Nome	Tipo	Osservazioni
Tipo gerarchia reparti	A(2)	01=tipo gerarchia 1
Codice Reparto Cassa	N(4)	Codice Reparto Cassa (allineato a destra, zero filled)
Codice del 1° Livello della Gerarchia 1	A(10)	Chiave di collegamento tabella gerarchie (tipo gerarchia='01'). Allineato a sinistra e "blank filled".
Iva media	N(5)	Moltiplicata per 100 (senza il punto decimale), allineato a destra e "zero filled"
Descrizione	A(40)	Descrizione

7.4 Punti di Vendita (PV)

Flusso di anagrafica dei punti di vendita. Di particolare importanza sono il campo Stato, che individua se presso il PdV è attiva o meno la Fidelity Card, ed il campo Data Scontrini, che indica la data in cui inizia il caricamento dei Data Collect del PdV.

Il flusso deve essere mandato con frequenza giornaliera e sempre nella sua totalità.

La necessità di uniformare la codifica a livello di Gruppo ed il mantenimento del controllo rispetto all'adesione al programma fa ricadere la responsabilità di alimentare queste informazioni sulla Sede centrale della Fidelity da parte di un referente unico del Gruppo Odolini.

Qualora risulti disagevole la predisposizione di tale flusso da parte del Gruppo Odolini per l'assenza di un sistema istituzionale preposto alla funzione di gestione della lista dei Punti di vendita, possiamo fornire un'analoga funzione interattiva per utilizzare il DB Fidelity come fonte istituzionale di tale informazione ed operare in modo interattivo su tale sistema.

Il tracciato record è il seguente:

Nome	Tipo	Osservazioni
Codice PDV	A(5)	Codice PdV Gruppo Odolini
Insegna	A(25)	Descrizione abbreviata
Descrizione PDV	A(50)	Descrizione Completa
Codice Società	A(5)	Codice del Gruppo Odolini
Descrizione Società	A(50)	Descrizione Completa
Codice Gruppo	A(7)	Codice Gruppo
Descrizione Gruppo	A(50)	Descrizione Completa
Giorno_Chiusura1	N(1)	Si deve indicare il giorno della settimana di chiusura. I valori ammessi vanno da 1 a 7
Modo_Chiusura1	A(1)	P=Pomeridiano; A=Antimeridiano
Giorno_Chiusura2	N(1)	Si indica un altro giorno di chiusura settimanale, qualora ci sia (altrimenti il campo va lasciato vuoto)
Modo_Chiusura2	A(1)	P=Pomeridiano; A=Antimeridiano
Indirizzo	A(35)	Indirizzo con numero civico
Città	A(35)	
Provincia	A(2)	
Regione	A(25)	
Cap	A(5)	
Prefisso	A(10)	
Telefono	A(16)	
Telefono Breve	A(7)	Interni
Fax	A(16)	
Centro Commerciale	A(5)	PDV inseriti in un Centro Commerciale
Codice Area	A(2)	Zona Clienti
Area	A(35)	Descrizione Codice Area
Stato	A(1)	A=Attivo; D=Disattivo
Data Apertura	A(8)	Data apertura PdV. Nel formato GGMMAAAA
Data Fidelity	A(8)	Data di quando diventa attivo. Nel formato

Nome	Tipo	Osservazioni
		GGMMAAAA
Data Scontrini	A(8)	Data invio primo Data Collect. Nel formato GGMMAAAA.
Piazza	A(25)	Suddivisione territoriale Marketing
Classe Territoriale	A(10)	Indicare se il PDV è in centro o periferia.
Superficie totale	N(5)	Indicare i metri quadrati del PDV
Superficie di vendita	N(5)	Indicare i metri quadrati di vendita del PDV
Posti_Auto	N(4)	
Numero addetti	N(4)	
Classificazione Merceologica	A(2)	Tipo gerarchia reparto cassa. Campo fisso "01" (=tipo gerarchia 1)

7.5 Promozioni Generiche (PG)

Questo flusso permette di memorizzare le informazioni necessarie per la registrazione delle promozioni non legate alla carta fedeltà e quindi rivolte a tutti i clienti. Le promozioni generiche sono generalmente di due tipi: Taglio Prezzo e NxM.

Il taglio prezzo non è di solito individuabile dalla lettura del Data Collect in quanto non è registrato come beneficio; l'azione promozionale dal punto di vista del sistema delle casse è riconducibile ad una variazione del prezzo di vendita. Tramite le informazioni contenute sul flusso *Promozioni Generiche*, il prezzo effettivo di vendita degli articoli è confrontato con il prezzo promozionale e sono così individuati e registrati i benefici effettivi.

Le informazioni contenute su tale flusso permettono inoltre di individuare eventuali concomitanze di beneficio tra promozioni generiche e promozioni carta fedeltà; quest'ultima funzionalità è relativa al modulo di gestione delle promozioni.

Il flusso deve essere mandato con frequenza giornaliera e sempre nella sua totalità. Le promozioni presenti sul file devono essere quelle in corso alla data di riferimento, oppure quelle future; in altre parole quelle con Data di Fine maggiore della Data di Riferimento.

Il tracciato record è il seguente:

Nome	Tipo	Osservazioni
Codice EAN	A(13)	
Codice PDV	A(5)	Codice del punto di vendita
Data Inizio Promozione nel PDV	A(8)	Nel formato GGMMAAAA
Data Fine Promozione nel PDV	A(8)	Nel formato GGMMAAAA
Tipo Promozione	A(2)	TP taglio prezzi, MM mix match o 3x2, MP mix percentuale o 2xP
Prezzo Intero	N(8)	Valorizzato solo per le Promo TP
Prezzo Scontato	N(8)	Valorizzato solo per le Promo TP
Codice Promozione	A(9)	Codice promozione
Codice Campagna	A(9)	Codice campagna

7.6 Assortimenti (AS)

Con questo flusso sono specificati i prodotti in assortimento in ciascun PdV. Queste informazioni saranno utili per la parte gestionale delle promozioni. In particolare si potrà verificare se un articolo sul quale si intende attivare una promozione sia in assortimento presso i PdV.

Il flusso deve essere mandato con frequenza giornaliera e sempre nella sua totalità. In caso di flusso vuoto, si intende assenza di gestione degli assortimenti e quindi la totalità dei prodotti disponibili nella anagrafica della Società del Gruppo è associata a tale negozio.

Il tracciato record è il seguente:

Nome	Tipo	Osservazioni
Codice PDV	A(5)	Codice del Punto di vendita
Codice Prodotto	A(10)	Codice del prodotto (allineato a sinistra e blank filled)

8 FLUSSI DI SCAMBIO DATI CON I PUNTI DI VENDITA

8.1 Anagrafica cliente (AC)

Si tratta di un flusso da sistema Fidelity verso i negozi delle Società del Gruppo e ai rispettivi punti di vendita.

I file contengono l'anagrafica essenziale dei clienti che hanno aderito alla Fidelity-Card e quindi informazioni sintetiche estratte dal modulo di adesione del cliente.

Ad ogni invio sono trasferite tutte le variazioni.

Il tracciato record è il seguente:

Nome	Tipo	Descrizione
Codice Carta	A(13)	Codice carta fedeltà
Codice Pdv	A(5)	Codice Pdv di elezione
Cognome	A(35)	
Nome	A(35)	
Indirizzo	A(40)	
Civico	A(5)	
Cap	A(5)	
Città	A(35)	
Provincia	A(2)	
Prefisso	A(4)	
Telefono	A(15)	
Data di nascita	A(8)	GGMMAAAA
Sesso	A(1)	

8.2 Gestione Carte

I flussi permettono di trasferire ai punti di vendita informazioni riguardanti:

- La sostituzione e il trasferimento tra le carte;
- Le associazioni tra le carte;
- La black list;

I file sono inviati alle Società del Gruppo che provvederanno alla replica verso i database dei PDV remoti.

8.2.1 Sostituzione / Trasferimento carta (ST)

In caso di **sostituzione**, il PdV deve spostare tutti i riferimenti dalla vecchia carta sulla nuova (info anagrafiche, saldo punti, Cluster).

In caso di **trasferimento**, tutte le operazioni saranno eseguite in sede sui db di LRP che manderà informazioni per movimentare del saldo dei punti e per la disabilitazione della carta vecchia. In particolare saranno spostati i saldi dei punti dal Pdv vecchio al Pdv nuovo.

Qualora il trasferimento implichi anche la sostituzione della tessera, sarà effettuato solo il trasferimento perché in tale operazione è anche compresa la sostituzione.

Il tracciato record è il seguente:

Nome	Tipo	Descrizione
Operatore	A(30)	
Data Richiesta	A(8)	GGMMAAAA
Tipo Operazione	A(1)	T=Trasferimento S=Sostituzione
Causale	A(2)	Usi futuri
Carta vecchia	A(13)	Codice carta fedeltà vecchia
Carta nuova	A(13)	Codice carta fedeltà nuova
Nuovo PDV	A(5)	Codice nuovo PdV di Elezione

8.2.2 Black List (VS)

Il flusso contiene il puro e semplice elenco delle carte che non devono essere accettate dalle casse. In questo caso non sono inviate le sole variazioni; il file contiene sempre l'elenco completo aggiornato delle carte non valide.

Nome	Tipo	Descrizione
Carta	A(13)	Codice carta fedeltà bloccata

Potrebbe essere necessario fissare un limite massimo al numero massimo di Carte in Black List.

8.3 Data Collect (DC)

A seguito dell'operazione di "fine giornata", ogni PdV deve inviare in sede i propri dati di vendita, comprensivi di tutte le informazioni di dettaglio degli scontrini. Dovrà essere generato un flusso che è denominato Data Collect, contenente i dettagli di tutte le transazioni effettuate in un particolare giorno. Ogni flusso è relativo ad una ed una sola giornata e deve essere inviato quotidianamente anche nei giorni di chiusura (in tal caso vuoto).

8.3.1 Struttura del file

Il file è composto di record di formato variabile in base al tipo record; una prima distinzione sussiste fra record di Testata e record di movimento, perché la testata è unica per ogni scontrino ed i movimenti sono molteplici per ogni scontrino.

Mentre le testate contengono le informazioni generali dello scontrino, i record di movimento contengono informazioni quali:

- Singole vendite (dirette, resi o storni);
- Benefici (Sconti erogati, fedeltà e non, Punti, ecc.)
- Movimenti di controllo (Forme di pagamento, Totali e sotto totali).

La successione dei record all'interno del file è fondamentale perché esiste una relazione di dipendenza fra i record di uno stesso scontrino con le seguenti regole:

- La Testata apre un nuovo scontrino;
- Il Movimento di controllo di Totale scontrino chiude lo scontrino attivo;
- Le righe di vendita sono comprese fra la Testata ed il Movimento di Totale;
- Le righe di beneficio possono essere molteplici rispetto alla singola riga di vendita;
- Ogni riga di beneficio deve essere preceduta dalla rispettiva riga di vendita o da altra riga di beneficio corrispondente alla stessa riga di vendita. Per benefici erogati direttamente sullo "scontrino" in quanto tale, la corrispondente riga di vendita referencia l'articolo "0000000000" (articolo zero) e per benefici sul "reparto" riporta la vendita a reparto con l'indicazione del reparto interessato;
- I movimenti di controllo possono essere in qualunque posizione dello scontrino, a parte il movimento di Totale che chiude la sequenza dei record di uno stesso scontrino, ma non possono interrompere una catena di benefici di una stessa riga di vendita.

In base alle suddette regole la struttura dello scontrino può essere considerata da un punto di vista gerarchico nel seguente modo:

Scontrino 1

Record di Testata Scontrino 1 - Eventuale Identificazione Tessera Cliente

Record di Vendita 1 dello Scontrino 1

Record di Beneficio 1 relativa alla Vendita 1 dello Scontrino 1

Record di Beneficio 2 relativa alla Vendita 1 dello Scontrino 1

...

Record di Beneficio K relativa alla Vendita 1 dello Scontrino 1

Record con Movimento di Controllo (eventuale)

Record di Vendita 2 dello Scontrino 1

...

Record di Vendita M dello Scontrino 1

Record con Movimento di Controllo (eventuale)

Record di Totale Scontrino 1

Scontrino 2

...

Scontrino N

Quindi nel file ci sono una serie di scontrini, ognuno dei quali ha sempre un record di testata ed un numero variabile di record di movimenti. I record di movimento differiscono per il tipo di movimento interessato (vendita, reso, sconto, totale, forma di pagamento, punti, ecc.).

I movimenti di beneficio devono sempre far riferimento ad una riga di vendita perché da questa derivano il loro necessario completamento informativo; senza eccezioni, anche quando si tratta di benefici (sconti e punti) sullo scontrino, sul reparto o del ritiro di articoli premio. Infatti, nel caso di ritiro di un premio, la riga di vendita serve ad indicare l'eventuale contributo, da inserire nel campo "valore dell'operazione" per quadratura degli incassi, mentre il record di beneficio, che nel caso specifico sarà un record di movimento "Premio Collection", deve vedere valorizzato il campo "Valore dell'operazione" con il numero di punti redenti per il ritiro del premio.

Con lo storno della vendita di un articolo devono essere presenti anche gli eventuali storni dei benefici dello stesso articolo.

I movimenti "Punti a Reparto" e "Punti a Transazione" sono comunque benefici legati a record di movimento vendita.

Gli "Sconti a Reparto" e "Sconti Transazione", dovendo essere ventilati sugli articoli pertinenti, sono attribuiti ai singoli articoli in modo proporzionale agli importi al netto degli sconti. La tecnica di ventilazione di tali sconti deve esattamente riflettere tutte le regole di attribuzione degli sconti; un'eventuale esclusione di particolari merceologie dalla attribuzione degli sconti deve escluderli anche dalla conseguente ventilazione.

Il file di Data Collect delle vendite ha il seguente tracciato:

Nome	Tipo	Descrizione
Data Riferimento	A(8)	Nel formato GGMMAAAA
Numero Sequenza	N(8)	Numero di record nel data collect; allineato a destra e "zero filled". ES: 00000122
Codice PDV	A(5)	Codice del punto di vendita
Identificativo Tipo record	N(1)	0 = Record di testata 1 = Record di movimento
Dettaglio Transazione	A(87)	

Il campo Dettaglio Transazione assume significato diverso in base al valore dell'identificativo del Tipo Record. Nel caso in cui il Tipo Record è 0 (Record di testata) abbiamo la seguente suddivisione:

8.3.2 Record di testata

Nome	Tipo	Descrizione
Tipo transazione	A(2)	04=trans. di vendita oppure altri valori
Numero della transazione	N(4)	Numero dello scontrino.
Numero cassa	N(4)	Identificativo della cassa
Numero cassiere	N(6)	Identificazione (codice) del cassiere
Data	A(8)	Nel formato GGMMAAAA
Ora	A(4)	Nel formato HHMM
Carta	A(13)	Va valorizzato se si tratta di una transazione con tessera fedeltà, altrimenti il campo va lasciato vuoto.

Nome	Tipo	Descrizione
Tipo acquisizione codice carta	N(1)	1 = lettura manuale 0 = lettura da scanner

Le righe di testata possono contenere informazioni di carattere diverso riguardanti i movimenti di cassa. Tra queste, l'unica significativa ai fini dell'elaborazione del DW è quella con Tipo Transazione di vendita impostata a '04'. Tale record contiene, infatti, l'intestazione dello scontrino e l'eventuale identificazione della carta fedeltà del cliente.

8.3.3 Record di Movimento

I record di movimento, contraddistinti dal Tipo Record uguale a 1 (Record di movimento), contengono informazioni quali:

- Vendite (dirette, resi o storni);
- Benefici (Sconti erogati, fedeltà e non, Punti)
- Movimenti di controllo (Forme di pagamento, Totali e sotto totali).

Il tracciato record è il seguente:

Nome	Tipo	Descrizione
Tipo Operazione	N(1)	0=Diretta 1=Inversa (ovvero Storno)
Movimento	N(2)	Vedi la tabella dei tipi movimento, par. 8.3.4
Codice EAN	A(13)	Codice a barre dell'articolo. Il campo va lasciato vuoto per quei record i cui movimenti non sono contraddistinti da un codice EAN.
Flag reparto	A(1)	Y = Vendita a reparto (prodotti senza EAN) N = Vendita PLU (prodotti con EAN).
Reparto Cassa	A(4)	Codice del Reparto Cassa (allineato a destra, zero filled). Il campo va lasciato vuoto (valorizzato a blank) per quei record relativi a movimenti che non prevedono la specifica di un reparto.

Nome	Tipo	Descrizione
Valore dell'operazione	N(9)	A seconda dell'operazione: <ul style="list-style-type: none"> • Importo della vendita (in centesimi di euro, sempre di segno positivo con segno)/contributo redenzione premio; • Sconto Erogato; • Numero di punti.
Unità di misura	N(1)	3=item del sacchetto prodotti (nel caso in cui non sia possibile l'identificazione); 2=sacchetto prodotti (non dettagliato per problemi sulla sincronia con il data collect delle bilance); 1=quantità in grammi; 0=quantità in pezzi;
Quantità	N(9)	Moltiplicato per 1000 se pezzi, espressa in grammi se peso. Significativo solo per movimenti 01, 70,71, 96, 97. Per i record relativi a movimenti non caratterizzati da una quantità, il campo va valorizzato a zero.
Codice Campagna	A(9)	Codice Campagna di Sede per Sconto /Punti Fedeltà
Codice Promozione	A(9)	Codice Promozione di Sede per Sconto /Punti Fedeltà
Numero SET	N(2)	Se tipo movimento 96/97 contiene il numero dei SET chiusi
Codice Prodotto	A(10)	Codice prodotto, corrispondente al codice referenza (ultimo livello della gerarchia), allineato a sinistra e blank filled; il campo va lasciato vuoto (valorizzato a blank) in tutti i casi in cui non sia possibile una corretta valorizzazione.
Carta	A(13)	Valorizzata solo per movimenti di tipo Premi Collection (90,92), altrimenti il campo va lasciato vuoto (valorizzato a blank).
Tipo Acquisizione codice carta	N(1)	1 = da tastiera 0 = lettura da scanner

8.3.4 Movimento

Il movimento può assumere i seguenti valori (in grassetto i numeri operazione effettivamente in uso).

Riga di Vendita	01 Vendita
Reso	02 Reso
Sconto Generico	08 Sconto Generico n x m 09 Sconto Generico Tipo B 10 Sconto Generico Tipo C 11 Sconto Generico Tipo D
Totale e SottoTotale	20 Totale
Forme di Pagamento	21 Contante 22 Assegno 23 Bancomat 24 Buono Sconto 25 Valuta Estera / Ticket Restaurant / Pag. Differito 26 Carta Di Credito 27 Carta Prepagata 28 Pagamento Rateale
Sconto	91 Sconto Articolo 94 Sconto Multitarget 62 Sconto MultiTarget Marca 85 Sconto Reparto 86 Sconto Transazione
Buoni Sconto	70 Buono Sconto Articolo 71 Buono Sconto Articolo Fornitore 75 Buono Sconto Reparto 87 Buono Sconto Transazione
Buoni Punto	73 Buoni Punto Scontrino
Punti Collection	89 Punti Articolo 74 Punti a Reparto 93 Multitarget 77 Punti Transazione 90 Premio Collection 92 Premio Collection Precedente 98 Punti Set
Punti Collection Marca	60 Punti Articolo 61 Punti MultiTarget 63 Punti Premio 64 Punti Ticket
Sconto set	96 Sconto Set 97 Referenza Set
Cash Back	80 Emesso Reparto 81 Emesso Transazione 82 Redento

8.3.5 Nota

È previsto l'invio di un file da parte di ogni PdV e per ogni giorno del calendario, compresi quelli di chiusura. In quest'ultimo caso, il PdV dovrà inviare in sede centrale un file vuoto.

8.4 Promozioni attive (PF)

In stretta correlazione con il flusso del Data Collect vi è il file delle promozioni attive su ogni specifico PdV.

Tale flusso è analogo al flusso gestionale PR descritto di seguito, ma ha valenza distinta perché consente di notificare la situazione promozionale attiva sul PdV per ogni giorno.

Di fondamentale importanza è la preventiva presenza dei prodotti ai quali la promozione fa riferimento nell'anagrafica dei prodotti e nelle gerarchie.

Le promozioni contenute nel flusso PF possono essere diverse da quelle contenute nel flusso PR perché vi possono essere promozioni direttamente inserite sul Back-Office di negozio che non sono quindi contenute nel file PR.

Siccome il file PF serve a tracciare la situazione promozionale del PdV, esso non deve contenere record di tipo "Campagna", perché le Campagne sono impostate solo centralmente, come Campagne Fidelity o come Campagne Generiche.

Per tali motivi il flusso PF è propedeutico alla elaborazione di ogni Data Collect, perché bisogna utilizzare le informazioni necessarie alla decodifica di quest'ultimo.

Gli aspetti importanti delle promozioni attive sono le variazioni che intervengono nel tempo, quindi situazioni promozionali costanti possono anche essere notificate attraverso la fornitura di file vuoti; è invece importante la sequenza, perché file di un certo giorno non saranno elaborati in assenza di tutti i file precedenti dello stesso tipo (PF) per lo stesso PdV.

Il tracciato record del file PF è il seguente:

Nome	Lunghezza	Tipo Record	Tipo Campo	Note
Tipo_record	1	C,P,S,N	C	
Id_trasmissione	6	C,P,S	C	
Data_Ora_Elaborazione	14	C,P,S	C	GGMMAAAhhmmss

Nome	Lunghezza	Tipo Record	Tipo Campo	Note
Codice_PDV	5	C,P,S	C	
Codice_Campagna	9	C,P,N	C	
Slot_Fornitore	1	C	N	Non in uso
Codice_Promozione	9	P,S,N	C	
Descrizione	50	C,P,S,N	C	
Tipologia	2	C,P	C	
Data_inizio	8	C,P,S,N	C	
Data_fine	8	C,P,S,N	C	
Data_Ultima_Ritiro_Premi	8	C	C	Non in uso
Calendario	7	P	C	Non attivo
Frequenza_Giornaliera	1	P	N	Non in uso
Ora Inizio	4	P	N	Non attivo
Ora Fine	4	P	N	Non attivo
Classe	4	P	N	Non attivo
Tipo_Actività	1	C,P,S	C	
Codice_Articolo	10	P,S	A	Non attivo
Codice EAN	13	P,S	C	
Codice_Reparto	8	P	N	Non attivo
Slot_Reparto	1	P	N	Non attivo
Raggruppamento	1	S	N	Non attivo
Flag_Pezzi_Valore	1	S	C	Non attivo
Pezzi_Valore	8	S	N	Non attivo
Parametro1	8	P,N	N	
Parametro2	8	P	N	
Parametro3	8	P	N	
Parametro4	8	P	N	
Parametro5	8	P	N	
Parametro6	8	P	N	
Parametro7	8	P	N	
Parametro8	8	P	N	
Parametro9	8	P	N	
Parametro10	8	P	N	
Parametro11	8	P	N	

Nome	Lunghezza	Tipo Record	Tipo Campo	Note
Parametro12	8	P	N	
Stato	2	C,P,S	C	In uso sui Flussi di ritorno
Codice Anomalia	5	C,P,S	C	In uso sui Flussi di ritorno (MVFxx con xx da 00 a 99)

La struttura del file deve essere rispettata anche per i campi previsti per uso futuro, non attivi al momento o validi solo in alcuni casi.

I Campi indicati con tipologia di campo numerico (tipo campo = N) sono da intendersi allineati a destra e zero filled.

Essendo del tutto uguale al tracciato del file PR, si rimanda alla sezione dei flussi gestionali per il significato dei campi.

8.5 Punti

Lo scambio dei dati relativi ai punti tra sistema fidelity e PdV prevede i seguenti flussi:

- La sede fidelity riceverà quotidianamente il saldo dei punti di tutte le carte (Flusso PN).
- La sede fidelity potrà contribuire alla variazione del saldo dei punti su singola carta per effetto di circolarità e con azioni promozionali specifiche a consuntivo (Flusso PP).

8.5.1 Saldo Punti (PN)

Flusso da sede-PdV a fidelity contenente il Saldo dei Punti. È un flusso che deve pervenire tutti i giorni; anche vuoto.

Il tracciato record è il seguente:

Nome	Tipo	Descrizione
Data Riferimento	A(8)	Nel formato GGMMAAAA
Codice Pdv	A(5)	Codice del punto vendita

Carta	A(13)	Identificativo della Tessera
Punti (saldo)	N(7)	Saldo punti della carta (potranno essere in positivo o in negativo). Allineato a destra e zero filled. Il primo carattere indica il segno (valori ammessi +/-).
Codice campagna collection	A(9)	Codice della Collection

8.5.2 Punti in Circolarità (PS e PP)

Flussi da sede/PdV a sistema fidelity (PS) e viceversa (PP).

Contengono la quantità di punti da sommare o sottrarre al saldo esistente, con una causale specifica.

Sono flussi giornalieri obbligatori che prevedono prima la ricezione di tutti i PS dai PdV ed una successiva spedizione dei file consolidati con la circolarità ad ogni PdV di elezione.

Nel caso di assenza di circolarità, bisogna produrre file vuoti per la data in questione.

Il tracciato record è il seguente:

Nome	Tipo	Descrizione
Data Riferimento	A(8)	Nel formato GGMMAAAA
Codice Pdv	A(5)	Codice del punto vendita
Carta	A(13)	Identificativo della Tessera
Punti	N(7)	Saldo punti carta (potranno essere in positivo o in negativo). Allineato a destra e zero filled. Il primo carattere indica il segno (valori ammessi +/-).

Nome	Tipo	Descrizione
Causale	A(2)	CA = Punti non erogati per errori sulle casse; ST = Reso su articolo in promozione punti; CO = Trasferito saldo punti da altra collection; Ulteriori causali potranno essere definite successivamente
Codice campagna collection	A(9)	Codice della Campagna

8.6 Flussi Gestionali

8.6.1 File Promozioni (PR, SF)

Le promozioni fidelity sono definite centralmente utilizzando la procedura di Gestione Centralizzata del "Campaign Management". Una funzione opportuna permette la generazione di file, contenenti tutte le informazioni necessarie, da inviare ai punti di vendita, i quali dovranno provvedere all'attivazione delle promozioni presso le barriere delle casse nei tempi previsti.

A fronte dei file inviati è previsto il flusso di ritorno SF contenente l'esito delle verifiche effettuate al momento dell'acquisizione.

I file di ritorno avranno lo stesso contenuto del file inviato, eccezion fatta per i campi:

- Data_Ora_Elaborazione;
- Stato;
- Codice Anomalia;

Il tracciato record del file PR è il seguente:

Denominazione Campo	Tipo	Tipo Record	Note
Tipo_record	C(1)	C,P,S,N	

Denominazione Campo	Tipo	Tipo Record	Note
Id_trasmissione	C(6)	C,P,S	
Data_Ora_Elaborazione	C(14)	C,P,S	
Codice_PDV	C(5)	C,P,S	
Codice_Campagna	C(9)	C,P,N	
Slot_Fornitore	N(1)	C	Non in uso
Codice_Promozione	C(9)	P,S,N	
Descrizione	C(50)	C,P,S,N	
Tipologia	C(2)	C,P	
Data_inizio	C(8)	C,P,S,N	
Data_fine	C(8)	C,P,S,N	
Data_Ultima_Ritiro_Premi	N(8)	C	Non in uso
Calendario	C(7)	P	Non attivo
Frequenza_Giornaliera	N(1)	P	Non in uso
Ora Inizio	N(4)	P	Non attivo
Ora Fine	N(4)	P	Non attivo
Classe	N(4)	P	Non attivo
Tipo_Attività	C(1)	C,P,S	
Codice_Articolo	C(10)	P,S	Non attivo
Codice EAN	C(13)	P,S	
Codice_Reparto	C(8)	P	Non attivo
Slot_Reparto	N(1)	P	Non attivo
Raggruppamento	N(1)	S	Non attivo
Flag_Pezzi_Valore	C(1)	S	Non attivo
Pezzi_Valore	N(8)	S	Non attivo
Parametro1	N(8)	P,N	
Parametro2	N(8)	P	
Parametro3	N(8)	P	
Parametro4	N(8)	P	
Parametro5	N(8)	P	
Parametro6	N(8)	P	
Parametro7	N(8)	P	
Parametro8	N(8)	P	
Parametro9	N(8)	P	

Denominazione Campo	Tipo	Tipo Record	Note
Parametro10	N(8)	P	
Parametro11	N(8)	P	
Parametro12	N(8)	P	
Stato	C(2)	C,P,S	In uso sui Flussi di ritorno
Codice Anomalia	C(5)	C,P,S	In uso sui Flussi di ritorno

I Campi indicati con tipologia di campo numerico (tipo campo=N) sono da intendersi allineati a destra e "zero filled".

Il significato dei campi è il seguente:

Tipo_record: il tracciato utilizza due diversi tipi di record:

- C utilizzato per la definizione delle Campagne;
- P utilizzato per le definizioni delle Promozioni.

La tabella riporta per ogni campo l'indicazione della presenza all'interno del tipo-record. I tipi record S e N, citati all'interno della tabella, non sono attualmente previsti.

Id_trasmissione: è un codice numerico di sei caratteri che è utilizzato anche all'interno del nome del file di trasmissione.

Data_Ora_Elaborazione: è la data e l'ora in cui è stato prodotto il file in ambiente gestionale Fidelity.

Codice_PDV: codice del punto di vendita su cinque caratteri.

Codice_Campagna: il campo Codice Campagna è prodotto centralmente dal gestionale nella forma aaxnnnn dove:

- aa è composto dalle ultime 2 cifre dell'anno;
- xx è un numero da 00 a 99;
- nnn è un numero da 1 a 255 (tipo byte);

Ad esempio, il primo codice generato sarà (se nel 2010) 1000001, il successivo 1000002 e così via; una volta generato il codice 0200255 il successivo codice generato sarà il 1001001. Nel 2011 si ripartirà da 1100001.

Il campo destinato ad ospitare il codice Campagna, così come quello destinato al codice Promozione, è stato predisposto a nove caratteri. Il dato sarà quindi inserito allineato a sinistra lasciando due blank sulla destra.

Slot_Fornitore (Non in uso)

Codice_Promozione: il campo codice Promozione segue le stesse specifiche del campo codice Campagna.

Descrizione: il campo descrizione contiene, secondo il tipo record, la descrizione della Campagna oppure della Promozione.

Tipologia: il campo identifica, secondo il tipo record, la tipologia della Campagna oppure della Promozione.

Lo schema riporta le tipologie di campagna e, per ognuna di loro, le tipologie di promozione previste.

SC Campagna Sconti	CO Campagna Collection
AP Sconto Percentuale Articolo	BJ Punti Articolo
AV Sconto a Valore Articolo	BP Premi
TP Sconto Scontrino Percentuale	BT Punti Transazione
TV Sconto Scontrino Valore	

Data_inizio: data di inizio della Campagna oppure della Promozione, secondo il tipo di record.

Data_fine: data di fine della Campagna oppure della Promozione, secondo il tipo di record.

Data_Ultima_Ritiro_Premi (Non in uso)

Calendario (Non attivo): sette caratteri alfabetici con valori S oppure N che indicano i giorni della settimana in cui la promozione sarà attiva. Ad esempio SNSNNN indica che la promozione sarà attiva solo il Lunedì ed il Mercoledì.

Ora Inizio / Ora Fine (Non attivo): i campi sono utilizzati per Promozioni valide in momenti particolari della giornata (Happy Hour). Per le Promozioni valide tutto il giorno i valori riportati sono rispettivamente 0000 e 2359.

Classe (Non attivo): indica la classe dei clienti cui i valori di promozione sono riferiti.

Frequenza_Giornaliera (Non in uso)

Tipo_Activita: il campo è impostato a

- I = Inserimento/modifica;

- C = Cancellazione.

Codice_Articolo (Non in uso): codice dell'articolo su dieci caratteri alfanumerici.

Codice EAN: codice EAN di tredici caratteri previsto sulle promozioni per articolo.

Codice_Reparto (Non attivo)

Slot_Reparto (Non attivo)

Raggruppamento (Non attivo): indica il codice (da 1 a 5) del raggruppamento definito all'interno dello Sconto Set

Flag Pezzi_Valore (Non attivo): indica se la numerosità del raggruppamento è espressa in Pezzi oppure in Valore (P oppure V). Nel caso di Set Reparto la numerosità è espressa obbligatoriamente in Valore.

Pezzi_Valore (Non attivo): indica la Numerosità del Paniere, espressa in pezzi o in valore (centesimi di Euro) secondo l'impostazione di Flag_Pezzi_Valore.

Parametro N: per il tipo record P, i campi parametro assumono significati diversi secondo la tipologia di promozione.

Tipo Promozione	1	2	3	4	5	6	7	8	9
AP Sconto Percentuale Articolo	sp								
AV Sconto a Valore Articolo	sv								
TP Sconto Scontrino Percentuale	lm1	sp1	lm2	sp2	lm3	sp3	lm4	sp4	
TV Sconto Scontrino Valore	lm1	sv1	lm2	sv2	lm3	sv3	lm4	sv4	
BJ Punti Articolo	pt								
BP Premi	pta	cca	ptb	ccb					
BT Punti Transazione	so	ps	pa	pp					

Il significato delle sigle è il seguente:

SIGLA	TIPOLOGIA DI CAMPO	NOTE
sp	sconto percentuale	
sv	sconto valore	
pt	punti	
lm	limite di spesa	Il valore limite di spesa sugli sconti set (SP,SV) , se valorizzato, inibisce la ripetitività dello sconto (viene premiato solo il primo set)

SIGLA	TIPOLOGIA DI CAMPO	NOTE
pta	punti premio	
cca	contributo cliente	
ptb	punti premio	
ccb	contributo cliente	
so	soglia	
ps	punti erogati al raggiungimento della soglia	
pa	passo	
pp	punti erogati per ogni passo (pa) di spesa	

I campi che contengono un valore sono espressi in centesimi di Euro, mentre i campi che contengono punti e percentuali sono espressi come valori unitari senza decimali.

Ad esempio per indicare 15 Euro è registrato 1500, mentre per indicare 10 punti è registrato 10.

Stato: solo sui flussi SF. OK oppure ER secondo l'esito dei controlli sul record.

Codice Anomalia: causale dell'anomalia.

MVFxx (con xx da 00 a 99) sui flussi SF

I codici sono assegnati in funzione dei controlli effettuati in fase di acquisizione;

Ad esempio:

- 01 EAN inesistente;
- 02 Articolo già presente in promozione generica.

8.6.1.1 Note sull'invio dei file di Promozione

La definizione di una Campagna è composta da un unico record (per ogni PdV).

La definizione di Promozione è composta da tanti record quanti sono gli elementi (es. EAN) coinvolti, oppure da un unico record nel caso di promozione sulla transazione. È ovviamente necessario che i "prodotti premio" coinvolti dalla Promozione siano stati precedentemente inseriti nelle anagrafiche dei prodotti con la relativa gerarchia.

Alcuni campi della definizione della Promozione si ripetono uguali per tutti i record:

- codice_campagna;

- Codice_promozione;
- Descrizione;
- Tipo_promozione;
- Date di inizio e fine;
- Calendario;
- Ora di inizio e fine.

Ogni Promozione è definita su una ed una sola Campagna.

La definizione di Campagna precede la definizione della promozione ed è presente sullo stesso file oppure su un file precedente.

Le Promozioni e le Campagne possono essere inviate con tipo operazione "I" oppure "C".

- "I" significa inserimento/variazione;
- "C" significa cancellazione.

Al primo invio di una Campagna/Promozione tutti i record sono inviati con tipo operazione uguale ad "I"; da quel momento in avanti sono prodotte le modifiche inviate con il tipo operazione impostato ad "I" in caso di nuovo inserimento/modifica oppure a "C" in caso di eliminazione di un elemento.

In caso di cancellazione di un'intera Promozione, sono inviati tutti i record con tipo operazione impostato a "C".

8.6.2 Lotti Tessere (TS)

Il flusso contiene l'elenco dei lotti di tessere attivati sui singoli pdv. Le informazioni contenute permettono al singolo punto vendita di predisporre la base dei dati locale per ospitare informazioni sui clienti (es. il saldo dei punti relativi) che hanno scelto come punto vendita di elezione quello in oggetto. Tale flusso è inoltre utile per riconoscere le tessere valide all'interno del progetto carta fedeltà. Il flusso è inviato a tutti i punti di vendita ogni qual volta ci sia una variazione (cioè ogni volta che è aggiunto un nuovo lotto).

Il tracciato record del file TS è il seguente:

Denominazione Campo	Tipo	Descrizione
Id_trasmissione	A(6)	È un codice numerico di sei caratteri che è utilizzato anche all'interno del nome del file di trasmissione.
Data_Ora_Elaborazione	A(14)	È la data e l'ora in cui è prodotto il file in ambiente LRP.
Codice_PDV	A(5)	Codice del punto di vendita su cinque caratteri.
Codice_Inizio	A(12)	Codice carta iniziale del lotto, su dodici caratteri (senza il check digit).
Codice_Fine	A(12)	Codice carta finale del lotto, su dodici caratteri (senza il check digit).

I Campi indicati con tipologia di campo numerico (tipo campo = N) sono da intendersi allineati a destra e "zero filled".