13.08.2015

**סקריפט התראה על חריגות / אי מימוש תקציב ואי עמידה ביעדים**

1. הבדיקה תיעשה ברמת Label ללקוח:
   1. לקוח יכול להיות מוגדר כ-:
      1. חשבון אחד - יועבר ה- ID של חשבון הלקוח
      2. MMC ללקוח – יועבר ה- ID של ה- MCC, אשר מתחתיו יש מספר חשבונות אדוורדס של הלקוח.

במקרה כזה, יש לרוץ ולחפש את ה- Label הרלוונטי **בכל** חשבונות הלקוח

1. נתוני הפעילויות אותם צריך הסקריפט לבדוק יעודכנו אחת ליום בקובץ אקסל אשר יהיה ב- Google Docs מוגן סיסמא ! (החלטה על המיקום הסופי תיעשה בהמשך)

הקובץ יכיל שורות עם הנתונים הבאים:

|  |  |
| --- | --- |
| **Field Name** | **Example** |
| **Customer Name** | Bezeq |
| **Account ID** | 752-427-1221 |
| **Label** | brand - moving jun15 |
| **Budget** | 125,000 |
| **Start Date** | 5 July 2015 |
| **End Date** | 27 September 2015 |
| **Conversions** | 1,600 |
| **Cost conversion** | 78 |

שדות בצהוב הם השדות שעליהם יעשו התראות של חריגה מתקציב / אי עמידה ביעדים. על הסקריפט לרוץ ולדווח גם אם לא הוגדר יעד המרות (Conversion) ועלות להמרה (Cost Conversion).

יכול להיות חשבון אדוורדס יחיד או MCC אשר מתחתיו יש חשבונות אוודרס. או MCC, אשר מתחתיו יש חשבונות MCC נוספים אשר מתחתם יש חשבונות אדוורדס.

הכלל הוא:

תמיד מחפשים את ה-Label הרלוונטי בכל הרמות של החשבונות / קמפיינים מתחת לחשבון עם ה- ID שנמסר.

1. נתוני הפעילויות המחושבים לסוף תקופת הפעילות (End Date) וחישובים נוספים, יעודכנו באותו קובץ אקסל בהמשך השורה המתייחסת לכל סוג פעילות.

יש להוסיף ולעדכן את השדות הבאים:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Field Name** | **Example** | **Description** |
| **Customer Name** | Bezeq | שם הלקוח לצורכי נוחות בלבד. אין משמעות בסקריפט |
| **Account ID** | 752-427-1221 | מס' החשבון אדוורדס של הלקוח. יכול להיות חשבון רגיל או MCC. |
| **Label** | brand - moving jun15 | הלייבל המדוייק כפי שהוא מופיע בחשבונות אדוורדס |
| **Budget** | 125,000 | התקציב המותכנן לכלל הפעילות. יוכנס ידנית ע"י מנהלי החשבונות |
| **Start Date** | 5 July 2015 | תאריך תחילת הפעילות. יוכנס ידנית ע"י מנהלי החשבונות |
| **End Date** | 27 September 2015 | תאריך סיום הפעילות. יוכנס ידנית ע"י מנהלי החשבונות |
| **Conversions** | 1,600 | יעד המרות. יוכנס ידנית ע"י מנהלי החשבונות |
| **Cost conversion** | 78 | יעד עלות המרות. יוכנס ידנית ע"י מנהלי החשבונות |
| **Check Date** | 12 Jul 15 | תאריך הבדיקה שהסקריפט מבצע - פעמיים בשבוע מיום תחילת הפעילות כפי שהוגדר (Start Date) |
| **Spend Forecast** | 207,912 | תוצאת החישוב של חיזוי ההוצאה (Cost) שיצא עד סוף הפעילות, באם קצב ההוצאה ימשיך כפי שהוא עכשיו |
| **Spend Deviation** | +66% | הפער בין התקציב שנקבע לפעילות לבין תחזית ההוצאה בפועל |
| **Conversions Forecast** | 1128 | תוצאת החישוב של חיזוי המרות (Conversions) שיצא עד סוף הפעילות, באם קצב ההמרות ימשיך כפי שהוא עכשיו |
| **Conversions Deviation** | -30% | הפער בין יעד ההמרות שנקבע לפעילות לבין תחזית ההמרות |
| **Cost Conv. Forecast** | 184.32 | תוצאת החישוב של חיזוי עלות המרות (Cost/Conversions) שיצא עד סוף הפעילות, באם קצב ההמרות וקצב ההוצאה ימשיכו כפי שהם עכשיו |
| **Cost Conv. Deviation** | +136% | הפער בין יעד עלות המרות שנקבעה לפעילות לבין תחזית עלות המרות |

1. מבנה הקובץ אקסל והצורת הצגת הנתונים:

כדי לאפשר תצוגה נוחה וקלה של הנתונים, יש להציג את כל הנתונים בשורות בצורה הבאה, כך שבכל שורה יש את כל העמודות נתונים לכל Label שהוגדר לכל Account / לקוח.

את החישובים יש להוסיף בעמודות לכל שורה. לדוגמא:

נתוני מקור:



שבוע לאחר מכן:



שבוע לאחר מכן:



וכן הלאה...

1. הסקריפט ירוץ בשעה 1:00 לפנות בוקר.
2. הסקרפיט יבצע את החישובים לתקופה שתימדד מתחילת הפעילות (Start Date) ועד חצות בלילה של היום הקודם (כלומר עד סוף היממה שהסתיימה שעה קודם).
3. חישובים:

הערה: המערכת תמיד תבצע את כל החישובים על הנתונים המצטברים מתחילת הפעילות ועד תאריך הסיום שלו, ללא התחשבות בחודש הקלנדרי שבו היא נמצאת.

1. **חישוב Forecast – כל שדה חיזוי של נתון עתידי יחושב בצורה הבאה:**

X= הנתון אותו מחשבים (נצבר מתחילת החודש עד יום אתמול).

את החישוב עושים על שני נתונים: על Cost ועל Conversions

Y = החיזוי לסוף החודש (Forecast)

D1 = Start Date - תאריך תחילת הפעילות – *כפי שהוגדר במערכת*

D2 = Yesterday - תאריך יום אתמול שעד אליו מצברים הנתונים במערכת אדוורדס

T = End Date - תאריך סיום הפעילות – *כפי שהוגדר*

החישוב:

ערך ממוצע יומי

**Y** (forecast) = [ **X** / **(D2** – **D1** + **1**) x **(T** – **D1** + **1**) ]

כמות הימים מתחילת הקמפיין ועד אתמול

כמות הימים מתחילת הקמפיין ועד סופו

חיזוי Spend Forecast יעשה בשיטה זו על נתוני Cost.

חיזוי Conversions Forecast יעשה באותה שיטה על נתוני המרות.

1. **חישוב Deviation**

Spend Deviation **= (**Spend Forecast **–** Budget**)** **/** Budget

Conversion Deviation **= (**Conversion Forecast **–** Conversion Target**)** **/** Conversion Target

Cost Conv. Deviation **= (**Cost Conv. Forecast **–** Cost Conv. Target**)** **/** Cost Conv. Target

1. התראות:

את ההתראות יש לשלוח כאשר:

Spend Deviation – גדול מ- 5%+ או קטן מ- 10%- (כלומר מעל 5% או החל ממינוס -11% ואילך)

Conversion Deviation – קטן מ- 20%- (כלומר החל ממינוס 21%- ואילך)

Cost Conv Deviation – גדול מ- 15%+ (כלומר מעל 15%)

את ההתראות יש לשלוח למיילים הבאים:

[Einat@gim.co.il](mailto:Einat@gim.co.il)

[Itamar.h@gim.co.il](mailto:Itamar.h@gim.co.il)

[Anat.n@gim.co.il](mailto:Anat.n@gim.co.il)

[Adir@gim.co.il](mailto:Adir@gim.co.il)

\* כתובות המייל יכול שישתנו בהמשך. יש ליצור את האפשרות לשנות זאת בסקריפט בקלות. (אולי דרך הקובץ אקסל?)

ההתראה צריכה להכיל הפניה בלינק לקובץ אקסל עם כל הנתונים ובנוסף את הנתונים הבאים בגוף המייל:

|  |  |
| --- | --- |
| **Field Name** | **Example** |
| Customer Name | Bezeq |
| Account ID | 752-427-1221 |
| Label | brand - moving jun15 |
| Spend Deviation | +66% |
| Conversions Deviation | -30% |
| Cost Conv. Deviation | +25% |

המייל ישלח אחת ליום עם כל ההתראות הרלוונטיות לאותו יום (שחושבו ב- 1:00 לפנות בוקר באותו יום)

<סוף>