

Переходы между элементами

Переходы между элементами кампании

Версия 8.0



Эта документация предоставляется с ограничениями на использование и защищена законами об интеллектуальной собственности. За исключением случаев, прямо разрешенных в вашем лицензионном соглашении или разрешенных законом, вы не можете использовать, копировать, воспроизводить, переводить, транслировать, изменять, лицензировать, передавать, распространять, демонстрировать, выполнять, публиковать или отображать любую часть в любой форме или посредством любые значения. Обратный инжиниринг, дизассемблирование или декомпиляция этой документации, если это не требуется по закону для взаимодействия, запрещены.

Информация, содержащаяся в данном документе, может быть изменена без предварительного уведомления и не может гарантировать отсутствие ошибок. Если вы обнаружите какие-либо ошибки, сообщите нам о них в письменной форме.

Содержание

Переходы между элементами кампании	4
Задержка по времени перед выполнением следующего элемента	5
Переход в зависимости от отклика	6
Переход в соответствии с фильтром	8

Переходы между элементами кампании

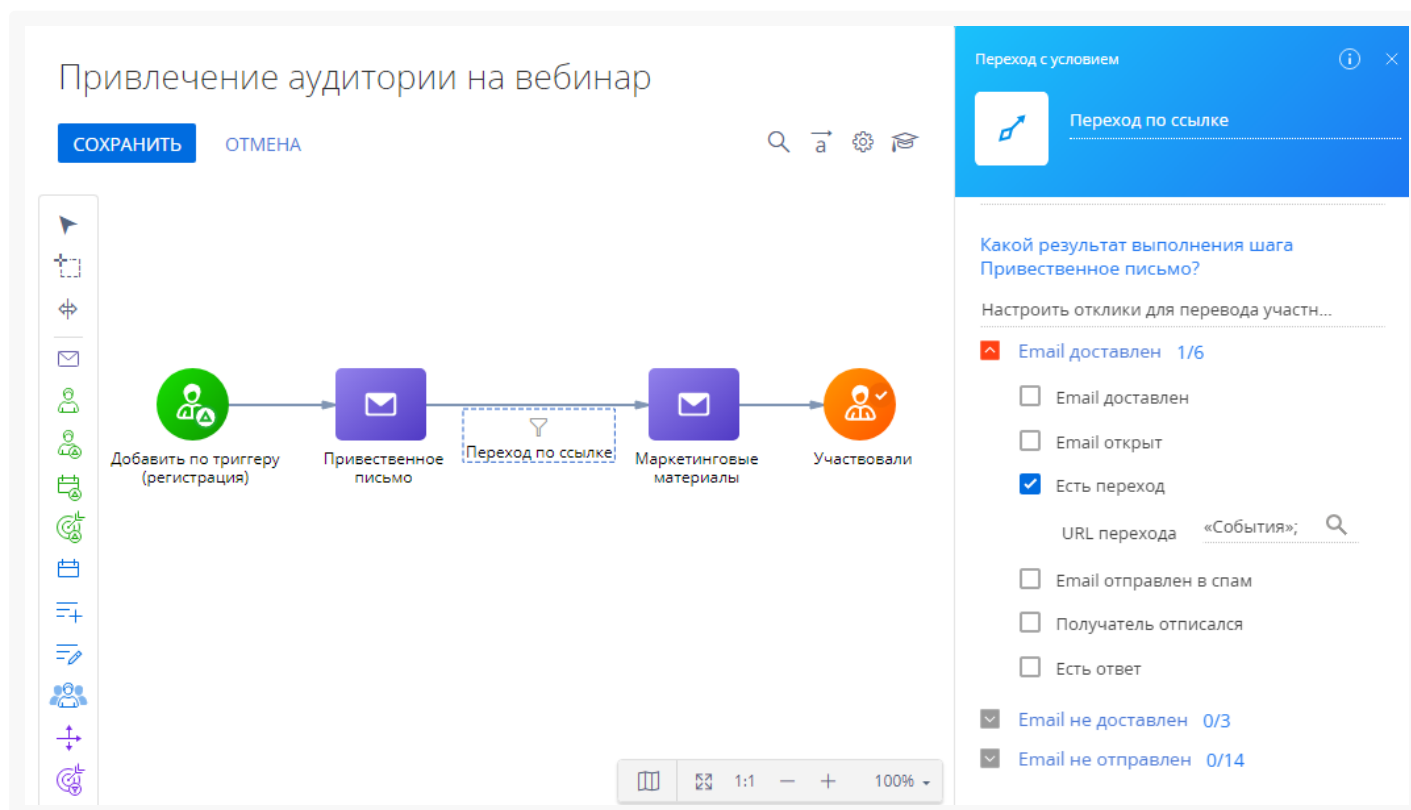
ПРОДУКТЫ: **MARKETING**

Для корректной работы кампании необходимо, чтобы ее элементы были правильно соединены между собой. Переходы между элементами называются **потоками**. Некоторые элементы могут работать и без потоков, например, [*Выход из кампании*].

Потоки могут обрабатывать без дополнительных условий, например, на Рис. 1 все контакты, которые были добавлены по триггеру, перейдут к следующему элементу и получат поздравительное письмо. Также переход к следующему элементу может осуществляться только при соблюдении определенных условий. Например, на Рис. 1 перейдут на шаг добавления в мероприятие только те участники, которые открыли ссылку в полученном на предыдущем шаге письме. Настройка условий для перехода к следующему элементу позволит разделить кампанию на несколько веток с разными шагами.

Для добавления переходов выделите мышью необходимый элемент — появится стрелка для настройки переходов между элементами кампании (Рис. 1).

Рис. 1 — Настройка перехода между элементами



Переходы с условием переводят участников на следующий шаг кампании только в случае его выполнения. Например, переход будет выполнен, только если от участника был получен определенный отклик, либо только через определенное время. Для сегментирования участников в ходе кампании используются переходы со следующими типами условий:

- [условие задержки по времени](#) перед выполнением следующего элемента;

- [условие перехода в зависимости от отклика](#);
- [условие перехода по настроенным фильтрам](#).

При определении свойств перехода для него можно настроить одно или несколько условий. Если для перехода на следующий шаг кампании настроено несколько условий, то перейти на него смогут только те участники кампании, которые соответствуют всем настроенным условиям перехода. Если вы не настроите условия перехода, то участники перейдут на следующий шаг кампании, независимо от отклика и/или условий фильтрации.

Задержка по времени перед выполнением следующего элемента

Условие задержки по времени позволяет отложить переход участников кампании на следующий шаг на указанный промежуток времени. Например, на Рис. 2 участники кампании, которые открыли письмо с приглашением на вебинар и перешли по ссылке, получают письмо с напоминанием о предстоящем мероприятии спустя три дня.

У переходов с условием есть параметр [*Нужна ли задержка перед выполнением элемента?*], у которого может быть два значения:

- **“Нет, выполнить сразу после предыдущего”**. Если в области свойств перехода выбран вариант без задержки, то участники перейдут на следующий шаг кампании в соответствии с периодичностью выполнения кампании по умолчанию.
- **“Да, на указанный промежуток времени”**. Если выбран вариант перехода с задержкой в несколько часов или дней, то участники перейдут на следующий шаг через указанный период в указанное время (Рис. 2).

Рис. 2 — Пример настройки задержки перед выполнением элемента

Привлечение аудитории на вебинар

СОХРАНИТЬ ОТМЕНА

Добавить по триггеру (регистрация) → Приветственное письмо → Условия рассылки (3 дн 10:00) → Маркетинговые материалы → Участвовали

Переход с условием

Условия рассылки

Настройки элемента

Выбрать из справочника Сохранить

Нужна ли задержка перед выполнением элемента?

Да, на указанный промежуток времени

Единицы задержки

Дни

Количество

3

Время запуска

☒ В точное время

10:00

Какой результат выполнения шага Приветственное письмо?

Шаг, переход на который осуществляется с задержкой по времени, выполняется каждый день в указанное в свойствах перехода время. Выберите единицы задержки (дни или часы) и укажите количество дней (часов) в поле [*Количество*].

При этом:

- 1 день задержки соответствует 24 часам. Периоды, указанные в днях, система всегда пересчитывает в часы.
- Если установлена задержка в 1 день, то участник кампании перейдет на следующий шаг не ранее, чем через 24 часа, в указанное время.
- Если задержка составляет более 1 дня, то участник перейдет на следующий шаг только через установленное количество дней в указанное время.

Установка признака [*В точное время*] позволит указать точное время перехода к элементу.

Переход в зависимости от отклика

Элементы кампании [*Email-рассылка*] и [*Добавить в мероприятие*] могут обрабатывать различные отклики от участников. Это позволяет по-разному взаимодействовать с участниками кампании в зависимости от их действий на предыдущем шаге.

Например, при настройке исходящих потоков элемента [*Email-рассылка*] доступны следующие отклики:

1. “Email доставлен”:

- “Email открыт”.
- “Есть переход”.

- “Email отправлен в спам”.
- “Получатель отписался”.

2. “Email не доставлен”:

- “Ошибка отправки”.
- “Soft Bounce”.
Этот отклик устанавливается при временных проблемах с адресом получателя, например, если почтовый ящик получателя переполнен, или возникли другие временные проблемы.
- “Hard Bounce”.
Этот отклик устанавливается при постоянной ошибке доставки, например, если у контакта указан email в несуществующем домене, или если в домене не существует указанного адреса.

3. “Email не отправлен”:

- “Ограничение коммуникаций”.
- “Отклонено”.
- “Не отправлено (отписан от всех email)”.
- “Не отправлено (имя отправителя невалидно)”.
- “Не отправлено (домен отправителя не подтвержден)”.
- “Не отправлено (email дублирован)”.
- “Не отправлено (email не указан)”.
- “Некорректный адресат”.
- “Не отправлено (некорректный email)”.
- “Не отправлено (неактуальный email)”.
- “Не отправлено (шаблон отсутствует)”.
- “Не отправлено (отписан по типу рассылки)”.

На Рис. 3 для участников, которые открыли письмо и участников, которые перешли по ссылке в письме, следующие шаги кампании будут отличаться.

Рис. 3 — Переход в зависимости от отклика

Привлечение аудитории на вебинар

СОХРАНИТЬ
ОТМЕНА

🔍
↔
⚙️
🎓

Переход с условием

🔗 Проявлен интерес. Открыта ссылка

Настройки элемента ⓘ

🔍 Выбрать из справочника 💾 Сохранить

Нужна ли задержка перед выполнением элемента?

Нет, выполнить сразу после предыдущего

Какой результат выполнения шага Приглашение на вебинар?

Настроить отклики для перевода участн...

📶 Email доставлен 2/6

- ☐ Email доставлен
- ☐ Email открыт
- ☒ Есть переход
- URL перехода https:academ 🔍
- ☐ Email отправлен в спам
- ☐ Получатель отписался
- ☐ Есть ответ

📶 Email не доставлен 0/3

📶 Email не отправлен 0/14

Каким условиям должны соответствовать контакты для перехода на шаг Данные регистрации?

📄
🔍 1:1
—
+
100%

Переход в соответствии с фильтром

Фильтрация списка участников позволит перевести на следующий шаг только тех участников кампании, которые соответствуют заданным условиям (Рис. 4).

Чтобы отобразить фильтр, в поле [*Каким условиям должны соответствовать контакты для перехода на шаг?*] выберите “Настроить условия фильтрации” и задайте нужные параметры фильтра.

Вы можете настроить любые условия фильтрации по контакту и по связанным с ним объектам системы. Например, на Рис. 4 участник добавляется в кампанию автоматически по триггеру при регистрации на мероприятие и сразу же получает приветственное письмо. Дальнейший переход осуществляется в случае соответствия условиям фильтрации: маркетинговые материалы будут отправлены только тем контактам, которые участвовали в мероприятии и только в том случае, если связанный объект — мероприятие уже выполнено.

Рис. 4 — Переход к следующему элементу по условиям фильтрации

Привлечение аудитории на вебинар

СОХРАНИТЬ
ОТМЕНА

🔍
→
⚙️
🎓

```

graph LR
    A((Добавить по триггеру  
(регистрация))) --> B[Приветственное  
письмо]
    B --> C[Переход по ссылке]
    C --> D[Маркетинговые  
материалы]
    D --> E((Участвовали))
  
```

Переход с условием

Переход по ссылке

Какой результат выполнения шага
Приветственное письмо?

Перевести участников независимо от...

Каким условиям должны соответствовать
контакты для перехода на шаг
Маркетинговые материалы?

Настроить условия фильтрации

По какой сущности выполнить фильтрацию
участников?

Участник мероприятия

Действия ▾

☒
 Мероприятие.Состояние мероприятия = Выполнено

☒ И

☒
 Отклик = Участвовал(а)

+ Добавить условие

Важно. При настройке фильтрации на основании связанных сущностей может возникать ошибка из-за несоответствия объекта рассылки и кампании. Например, если вы добавите в качестве связанного объекта лид, а в рассылку будет передана информация об участнике мероприятия, то произойдет ошибка в логе выполнения кампании, поскольку связанной сущностью кампании является участник мероприятия, а не лид.