

Инструменты CRM

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

Создать контакт	6
Создать контакт вручную	6
Добавить новый контакт из письма	9
Создать контакт из обращения	10
Интеграция с лендингами и веб-формами	11
Создать статью базы знаний	12
Создать активность	12
Создать активность из реестра раздела	13
Создать связанную активность	14
Создать активность из расписания	15
Добавить сотрудника	17
Заполнить профиль сотрудника	18
Добавить информацию о сотруднике	20
Проверить учетную запись и роли	22
Настроить инструкции для работы по кейсу (Playbook)	22
Создать контрагента	24
Рекомендации по созданию лендинга	28
Внешний вид	29
Поля лендинга	29
Призыв к действию и переадресация	29
Вести информацию о карьере сотрудника	30
Добавить информацию о карьере внутри компании	30
Просмотреть информацию об опыте работы сотрудника	31
Работа с расписанием	32
Анализировать расписание	33
Настроить масштаб расписания	33
Управление групповыми активностями	35
Пригласить участников на встречу	35
Добавить подключение к online-встрече	37
Добавить взаимосвязи контактов и контрагентов	38
Просмотреть диаграмму взаимосвязей	39
Настроить типы взаимосвязей	41
Добавить взаимосвязи на диаграмму	45
Группировать контакты	48
Связать лендинг с Creatio	51
Добавить новую запись в разделе Лендинги и web-формы	52

Настроить страницу для переадресации клиентов	53
Отредактировать уникальный HTML-код	53
Настроить передачу справочных и нестандартных полей	58
Добавить отредактированный HTML-код в код посадочной страницы	59
Вести информацию о бывших сотрудниках	61
Расчет возраста контактов	61
Настроить расчет возраста	62
Настроить автозаполнение полей лидов, полученных с лендингов	62
Настроить раздел [Сотрудники]	64
Настроить должности сотрудников	64
Настроить структуру департаментов компании	65
Настроить предзаполнение веб-формы лендинга данными клиента	66
Как работает автозаполнение формы лендинга	67
Настроить автозаполнение формы лендинга	67
Расчет полноты заполнения профиля	68
Анализировать полноту заполнения профиля	68
Настроить расчет полноты заполнения профиля	69
Ведение средств связи и адресов	71
Добавить средства связи	72
Добавить адреса	73
Определение контактов из веб-форм	74
Стандартный алгоритм определения контактов	74
Настроить алгоритм определения контакта	75
Обновить алгоритм определения контакта	75
Часто задаваемые вопросы при настройке лендингов	76
Для чего нужен раздел Лендинги и web-формы в Creatio?	76
Чем отличается лендинг на сайте от лендинга в Creatio?	76
Как использовать код лендинга?	77
Как использовать поле Домены сайта?	77
Как использовать поле Адрес перехода?	77
Как настроить один лендинг для страницы с несколькими веб-формами?	78
Как настроить один лендинг для нескольких страниц?	79
Почему, несмотря на настроенный лендинг, в Creatio не регистрируются лиды?	79
Как настроить заполнение полей лида значениями по умолчанию при регистрации такого лида через лендинги?	79
Как работает поиск дублей контактов при создании лида через лендинг?	79
Как настроить корректное заполнение времени создания лида в системе?	80
Можно ли настроить трекинг событий сайта для лидов, зарегистрированных в системе вручную?	80
Как настроить передачу данных из одного поля веб-формы лендинга в отдельные поля страницы лида?	80

Ведение карьеры контактов	81
Обогатить данные контакта	83
Обогатить данные контакта из входящих писем	84
Обогатить данные контакта со страницы обращения	85
Обогатить данные со страницы контакта	86
Получить информацию о контакте из Facebook	87
Настроить регистрацию лидов из социальных сетей	91
Обогатить данные контрагента	96
Обогатить данные контрагента из открытых источников в интернете	97
Часто задаваемые вопросы по обогащению данных контрагентов из открытых источников в Интернете	98
Получить информацию о контрагенте из Facebook	100
Отслеживание поведения контакта на сайте	103
Получить данные заполненной формы	104
Получить данные отслеживания из Matomo	104

Создать контакт

ПРОДУКТЫ: **ВСЕ ПРОДУКТЫ**

Контакты в Creatio — это контактные лица клиентов и партнеров, частные клиенты, сотрудники, а также прочие деловые и личные контакты.

Работа с контактами ведется в разделе [*Контакты*]. Здесь вы можете группировать их по различным параметрам, проводить анализ истории взаимоотношений с клиентами и просматривать статистику.

На заметку. В продуктах линейки Financial Services Creatio термину “контакт” соответствует термин “физ. лицо”. Физ. лицами являются клиенты банка, представители юр. лиц, сотрудники банка, а также прочие деловые и личные контакты. Разделу [*Контакты*] в линейке Financial Services Creatio соответствует раздел [*Физ. лица*].

В Creatio персональные данные контактов хранятся в профиле контакта, на деталях [*Средства связи*] и [*Адреса*] вкладки [*Основная информация*], а также на детали [*Карьера*] вкладки [*Место работы*]. В базе данных они соответствуют таблицам: “Contact”, “ContactCommunication”, “ContactAddress” и “ContactCareer”.

Запись контакта в Creatio может быть добавлена следующими способами:

- вручную;
- [импортирована](#) из файла Excel;
- получена с формы [лендинга](#);
- сохранена вручную или автоматически при [квалификации лида](#) (функциональность доступна для продуктов Sales Creatio и Marketing Creatio);
- получена при [синхронизации с социальными сетями](#);
- получена при [синхронизации с Google](#);
- создана при [обработке входящего письма](#);
- создана при аутентификации [по технологии Single Sign-On](#).

Важно. Для синхронизации с внешними ресурсами необходимо выполнить предварительную настройку. Интеграция с социальными сетями, интеграция с Google и использование технологии Single Sign-On рассмотрены в разделе “[Настройка базовых интеграций](#)”.



Создать контакт вручную

1. Перейдите в раздел [*Контакты*].
2. Нажмите кнопку [*Добавить контакт*].

3. В открывшемся окне заполните профиль контакта:

ФИО	Фамилия, имя, отчество контакта. Поле является обязательным для заполнения.
Тип	Тип контакта, например, “Клиент” или “Сотрудник”.
Контрагент	Компания, сотрудником которой является контакт.
Полное название должности	Должность контакта, например, “Директор” или “Руководитель отдела”.
Департамент	Отдел компании, в котором работает контакт.
Мобильный телефон	Номер мобильного телефона контакта. Синхронизируется с деталью [Средства связи] вкладки [Основная информация].
Email	Адрес электронной почты контакта. Синхронизируется с деталью [Средства связи] вкладки [Основная информация].

4. Нажмите кнопку [Сохранить].

5. На открывшейся странице добавьте фото контакта, которое будет отображаться на его странице, а также в реестре разделов и в ленте. Чтобы добавить фото, нажмите кнопку  и загрузите фотографию при помощи стандартного окна выбора файла. Рекомендуем загружать квадратное изображение (с соотношением сторон 1:1). Для удаления фотографии нажмите кнопку . Кнопки отображаются при наведении курсора мыши на область фотографии.

6. На вкладке [Основная информация] укажите основные сведения о контакте:

Тип	Тип: клиент, поставщик, контактное лицо или сотрудник. Если вы заполнили это поле на предыдущем шаге, то данные автоматически отобразятся на вкладке [<i>Основная информация</i>].
Ответственный	Имя контакта, ответственного за текущий контакт.
Обращение	Формальное обращение к контакту, например, “г-н” или “г-жа”.
Пол	Пол контакта.
Приветствие	Предпочитаемое обращение к контакту.
Язык общения	Язык коммуникаций с контактом. На этом языке будут отправляться системные сообщения и email-уведомления. В случае, если поле не заполнено, то уведомления будут отправляться на основном языке системы — английском. Для выбора в поле доступны только те языки, которые отмечены как активные в справочнике [<i>Языки общения</i>].
Возраст	<p>Возраст контакта.</p> <p>Если в системе включена функциональность расчета возраста, то поле заполняется автоматически и недоступно для редактирования. Система рассчитывает возраст контакта на основании его даты рождения. Если дата рождения не указана, то в поле [<i>Возраст</i>] будет записано значение “0”.</p> <p>Если функциональность расчета возраста выключена, то поле доступно для редактирования и заполняется вручную. Подробнее: Расчет возраста контактов.</p>

7. Укажите адреса и средства связи контакта. Подробнее: [Ведение средств связи и адресов](#).
8. Добавьте важные для контакта даты на деталь [*Знаменательные события*]. Поля детали отображаются при выборе соответствующих команд меню кнопки **+** :

Тип	Тип знаменательного события, например, “День рождения” или “День компании”. Определяется при добавлении записи, но может быть изменен.
Дата	Дата знаменательного события.

На заметку. Для знаменательного события “День рождения” в приложении настроена взаимосвязь с полем [*Дата рождения*]. При заполнении поля на детали “Знаменательные события” автоматически появляется запись с типом “День рождения”. И наоборот, при добавлении знаменательного события автоматически заполняется поле [*Дата рождения*]. Аналогично взаимосвязь работает и при изменении данных.

9. Укажите взаимосвязи данного контакта с другими контактами и контрагентами на детали [*Взаимосвязи*]. Подробнее: [Сформировать взаимосвязи компаний и контрагентов](#).

10.Перейдите на вкладку [*Место работы*] и добавьте данные, касающиеся карьеры контакта.

Подробнее: [Ведение карьеры контактов](#).

11.Перейдите на вкладку [*Каналы коммуникации*], чтобы настроить запреты на использование средств связи.

Укажите, какие средства связи не стоит использовать при коммуникации с данным контактом:

Не использовать Email	Признаки указывают, какие средства связи не следует использовать с данным контактом. Информационные поля. Заполняются на детали [<i>Средства связи</i>] вкладки [<i>Основная информация</i>].
Не использовать телефон	
Не использовать SMS	
Не использовать почту	

12.Примените изменения по кнопке [*Сохранить*].

В результате новая запись контакта будет добавлена в систему. Вы можете изменить или дополнить информацию о контакте в любой момент, например, путем [обогащения данных](#).

При сохранении страницы контакта могут выполняться дополнительные действия:

- Расчет возраста контакта на основании указанной на странице даты рождения. Значение, полученное в результате расчета, записывается в поле [*Возраст*].
- Поиск дублей при сохранении записи. При сохранении записи контакта может открыться дополнительная страница результата [поиска дублей](#). Это означает, что создаваемая вами запись, возможно, уже существует в системе. Вы можете вернуться к редактированию создаваемой записи или отметить найденные записи как те, которые не являются дублями.

Добавить новый контакт из письма

При получении входящих писем от новых контактов, в системе данные отправителя отобразятся как нераспознанные. В таких случаях вы можете в несколько кликов создать в системе новую запись контакта прямо из входящего письма. Для этого:


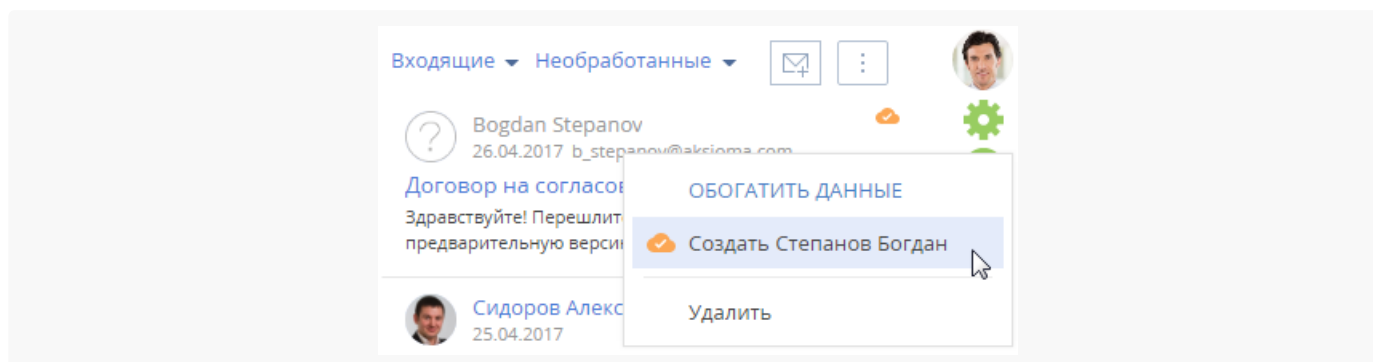
1. Откройте область email-сообщений в коммуникационной панели.
2. Выберите письмо, для автора которого хотите создать в системе контакт.
3. Нажмите кнопку .
4. В меню обогащения данных выберите пункт [*Создать "имя контакта"*] (Рис. 1).

Рис. 1 — Создание нового контакта из цепочки email-сообщений



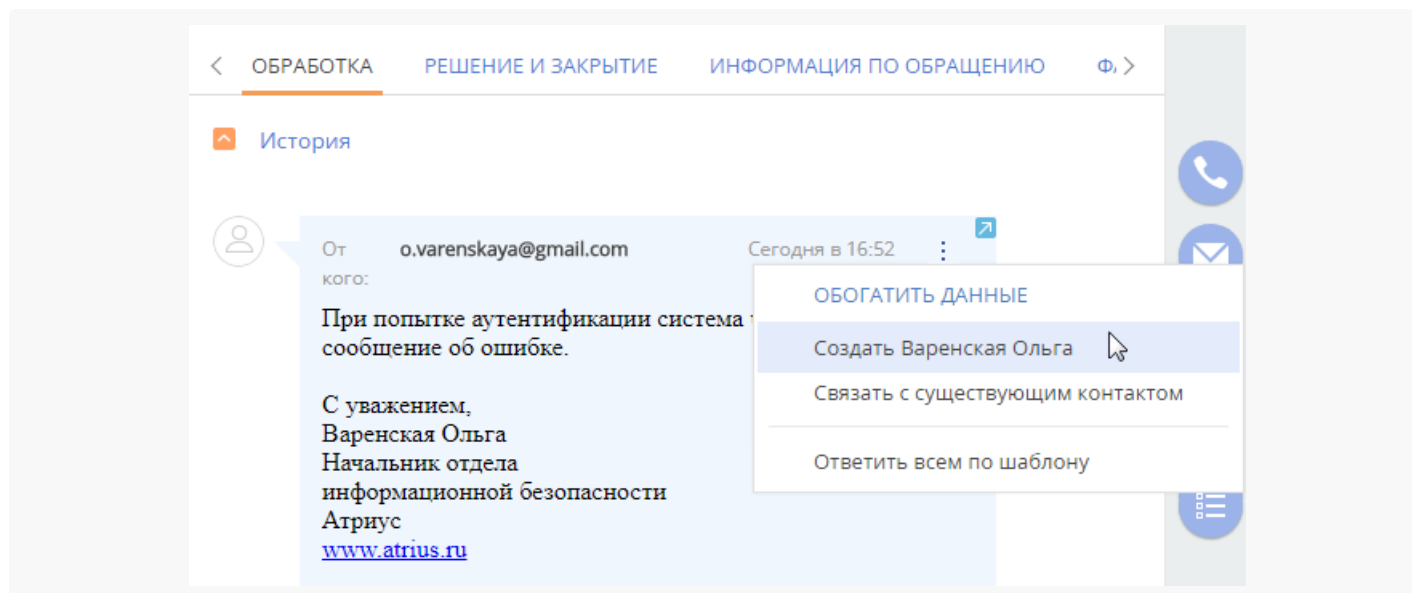
5. В открывшемся окне выберите данные контакта, которые хотите добавить в систему.
6. Сохраните информацию.

В результате в системе будет создан новый контакт. На вкладке [*История*] страницы нового контакта отобразятся все email-сообщения за последние семь дней, в которых он фигурировал как отправитель или получатель. В то же время в email-сообщениях будет автоматически установлена связь с созданным контактом.

Создать контакт из обращения

В продукте Service Creatio если обращение было зарегистрировано по письму неизвестного контакта, вы можете создать новый контакт со страницы обращения. Добавление новой записи происходит аналогично [добавлению контакта из email-сообщения](#) в коммуникационной панели (Рис. 2). Для создания нового контакта достаточно email-адреса и псевдонима заявителя, указанных в поле [*От кого*] email-сообщения, например, "Варенская Ольга <o.varenskaya@gmail.com>".

Рис. 2 — Создание контакта по входящему письму на странице обращения



После сохранения нового контакта письмо отобразится на детали [*Email*] страницы контакта. Система предложит указать выбранный контакт в качестве контакта в обращении.

Интеграция с подписями и веб

интеграция с лендингами и веб-формами

ПРОДУКТЫ: **ВСЕ ПРОДУКТЫ**

Лендинг (“landing page”, посадочная страница) — веб-страница на вашем сайте, которая, предлагая материалы, представляющие ценность для посетителя сайта, позволяет получить информацию о нем и его текущей потребности. Вы можете подключить Creatio к лендингам и использовать эту информацию для формирования базы потенциальных клиентов, возвращения лидов до перевода в продажу и т. п.

Важно. В базовой конфигурации Creatio поддерживается интеграция с CMS, которые позволяют добавление пользовательского кода на языках HTML и JavaScript. Для интеграции с другими CMS, например, WordPress, необходим дополнительный коннектор. Больше информации вы найдете на сайтах [Creatio Community](#) и [Creatio Marketplace](#).

С помощью функциональности лендингов вы можете настроить регистрацию в Creatio любых объектов системы, задействованных в процессе ведения клиента к продаже. Например, после посещения пользователем вашей посадочной страницы и заполнения специальной веб-формы в системе может быть зарегистрирован лид, контакт, участник мероприятия. Лендингом может быть страница подписки на ваши специальные предложения, страница покупки товара, страница регистрации пользователя для просмотра видеоматериалов или документации по вашему продукту и т. п.

На заметку. Все инструкции по выполнению настроек раздела [*Лендинги и web-формы*] описаны на примере настройки регистрации лида в системе. Аналогичным образом вы можете выполнить регистрацию другого объекта системы.

Общий порядок интеграции Creatio с лендингами включает несколько этапов:

- 1. Создание посадочных страниц (лендингов)** с учетом [общих правил и рекомендаций](#).
- 2. Связывание лендинга с Creatio и настройка сопоставления полей страницы лида и формы вашего лендинга.** Для [настройки связи](#) лендинга с Creatio скопируйте уникальный код, сгенерированный для вашего лендинга в Creatio, и внедрите его в код страницы на вашем сайте. Настройка сопоставления (маппинг) полей формы лендинга и полей страницы лида выполняется в HTML-коде, встраиваемом на страницу вашего лендинга. В результате каждый лид, полученный на вашем сайте, будет автоматически сохранен в разделе [*Лиды*] для дальнейшего возвращения в Creatio.
- 3. Настройка обработки заполненных лендингов.** В форме, которую заполнит клиент, будет представлена только часть информации, используемой в Creatio. В зависимости от назначения посадочной страницы вы можете самостоятельно настроить [автоматическое заполнение](#) некоторых полей лида. Например, форма подписки на специальные предложения по компьютерной технике может быть автоматически связана с типом потребности “Компьютерная техника”. Для существующих контактов — адресатов ваших email-рассылок — вы можете облегчить процесс заполнения регистрационной формы на посадочной странице, настроив [предзаполнение](#) полей данными, которые доступны в Creatio при переходе на посадочную страницу из email-сообщения

(например, ФИО, email-адрес, номер телефона).

4. **Настройка трекинга** с целью пополнения профиля клиента событиями сайта и отслеживания каналов и источников лидов. Для [настройки трекинга](#) поместите специальный трекинг-код в исходный HTML-код на каждой странице вашего веб-сайта.

[Алгоритм определения контакта](#) связывает отправленные формы с конкретным контактом на лендингах, которые предполагают создание контактов. Эти данные отображаются на странице контакта → [вкладка \[Привлечение\]](#).

Создать статью базы знаний

ПРОДУКТЫ: **ВСЕ ПРОДУКТЫ**




База знаний представляет собой электронное хранилище справочной информации, необходимой в ежедневной работе сотрудников. Например, здесь вы можете хранить ответы на часто задаваемые вопросы, регламенты, инструкции, шаблоны документов и рекламные материалы. Функциональность позволяет быстро находить нужные статьи, а также обсуждать и оценивать их.

Для добавления новой статьи:

1. Перейдите в раздел [*База знаний*].
2. Нажмите кнопку [*Добавить статью*].
3. На открывшейся странице заполните поля:
 - a. [*Название*] — укажите заголовок статьи базы знаний.
 - b. [*Тип*] — выберите тип статьи базы знаний, например, “Положения и регламенты” или “Часто задаваемые вопросы”.
4. На вкладке [*Основная информация*] добавьте содержимое статьи и отформатируйте его.

На заметку. Если вы хотите вывести поле с содержимым статьи в реестр раздела, то выберите колонку [*Решение*].

Вы также можете добавить ключевые слова и комментарии. Комментарии к статьям базы знаний отображаются в разделе [*Лента*], а также на панели уведомлений.

5. Перейдите на вкладку [*Файлы*] и добавьте файлы и ссылки по статье базы знаний, например, связанные со статьей документы. Это можно сделать, перетащив нужный файл мышью или же при помощи кнопки . Чтобы добавить ссылку, нажмите кнопку  и выберите [*Добавить ссылку*].
6. Перейдите на вкладку [*Взаимосвязи*] и добавьте обращения, которые помогут решить статью, на деталь [*Обращения*]. Для выбора обращений нажмите кнопку .
7. Примените изменения по кнопке [*Сохранить*].

В результате будет создана и добавлена в реестр базы знаний новая статья.

Создать активность

ПРОДУКТЫ: **ВСЕ ПРОДУКТЫ**

Используя активности Creatio, вы можете управлять своим рабочим временем, составлять расписание, планировать работу других сотрудников, отслеживать взаимосвязи активностей с другими разделами, а также вести учет выполнения текущих задач.


В разделе доступны несколько [быстрых фильтров](#).

- По дате (поля [*Начало*] и [*Завершение*] активности) — отображает те активности, которые пересекаются с указанным промежутком времени. Например, если промежуток между началом и завершением активности больше, чем указанный в быстром фильтре, и данные временные промежутки пересекаются, то в результате фильтрации эта активность отобразится.
- По сотруднику — отображает записи активностей, участником которых является выбранный контакт. Фильтрация выполняется по данным детали [*Участники*] страницы активности.

Задача в Creatio может быть добавлена одним из способов:

- создана вручную;
- получена при [синхронизации с MS Exchange](#);
- получена при [синхронизации с Google](#).

Создать активность из реестра раздела

1. Перейдите в раздел [*Активности*].
2. Нажмите кнопку [*Добавить задачу*]. Откроется мини-карточка добавления активности.
3. Введите основную информацию о задаче.
 - [*Заголовок*] — суть активности, например, “Подготовка документации” или “Презентация клиенту”.
 - [*Начало*], [*Завершение*] — дата и время начала и завершения работы по активности. По умолчанию значение в поле [*Завершение*] на 30 минут больше значения в поле [*Начало*]. Используйте значок , планируя активности для участников в разных часовых поясах.
 - [*Состояние*] — состояние активности, например, “В работе” или “Завершена”.
 - [*Роль*] — название роли, любой участник которой сможет выполнить задачу.
 - [*Ответственный*] — имя пользователя, ответственного за выполнение активности. Если на предыдущем шаге вы указали какую-либо роль, то в этом поле будут доступны для выбора только входящие в эту роль пользователи. Если вы оставили поле [*Роль*] незаполненным, то в поле [*Ответственный*] можно указать любого пользователя системы.
 - [*Категория*] — категория активности, например, “Встреча” или “Письменная работа”.
4. Нажмите кнопку [*Сохранить*].

В результате новая задача будет добавлена в реестр раздела [*Активности*].

Отредактировать активность из реестра раздела

1. Откройте реестр раздела [*Активности*]. Выберите нужную запись и нажмите кнопку [*Открыть*].

2. На открывшейся странице дополните информацию о задаче на вкладке [*Основная информация*]:
 - а. В группе полей [*Связи*] добавьте информацию о других объектах системы, с которыми связана активность.
 - [*Контрагент*], [*Контакт*] — компания или частное лицо, по которым создается активность. При выборе контакта автоматически заполняется поле [*Контрагент*] данными страницы контакта.
 - [*Договор*] — договор, с которым связана активность.
 - [*Продажа*] — продажа, в рамках которой выполняется активность. При выборе продажи автоматически заполняются поля [*Контакт*] или [*Контрагент*] данными из полей страницы выбранной продажи.
 - [*Документ*] — документ, с которым связана активность.
 - [*Счет*] — счет, с которым связана активность.
 - [*Заказ*] — заказ, с которым связана активность.
 - [*Лид*] — потенциальный клиент, по которому создается активность. При выборе значения автоматически заполняются поля [*Контакт*] и [*Контрагент*] данными из соответствующих полей страницы лида.
 - [*Проект*] — проект, в рамках которого выполняется задача. При указании проекта поля [*Контакт*], [*Контрагент*] и [*Продажа*] страницы активности заполняются автоматически данными выбранного проекта.
 - б. В группе полей [*Напоминания*] создайте уведомления по активности.
 - [*Ответственному*], [*Автору*] — напомнить ответственному и/или автору об активности в указанное время. Информация о новых напоминаниях отобразится у ответственного и/или автора на панели уведомлений.
 - [*Дата напоминания*] — дата, в которую ответственный или автор задачи получит напоминание.
3. Перейдите на вкладку [*Участники*], чтобы указать перечень контактных лиц, задействованных в выполнении задачи/звонка. После добавления участника из списка контактов на детали по умолчанию отобразятся данные полей [*Должность*] и [*Рабочий телефон*] страницы выбранного контакта. Кроме того, активность отобразится в списке задач каждого участника, добавленного на данную деталь.

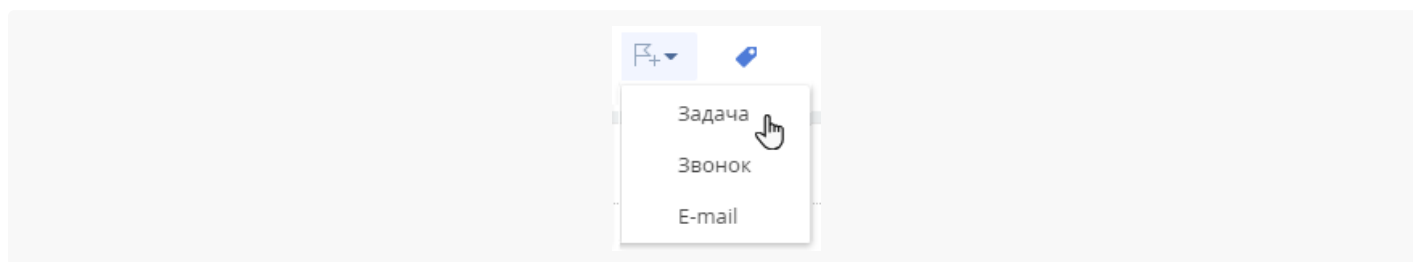
На заметку. Контакт, указанный в поле [*Ответственный*] или [*Контакт*], добавляется на деталь [*Участники*] автоматически. При копировании активности копируется также список ее участников.


4. Перейдите на вкладку [*Файлы и примечания*], чтобы указать дополнительную информацию, которая характеризует задачу, а также файлы и ссылки на веб-ресурсы по данной активности.
5. Примените изменения по кнопке [*Сохранить*].

Создать связанную активность

Связанные активности позволяют в несколько кликов переносить все связи текущей активности в новую, экономя таким образом время сотрудника. Чтобы создать связанную активность:

Рис. 1 — Выбор типа связанной активности



1. Откройте раздел [*Активности*].
2. Откройте страницу задачи, для которой нужно создать связанную активность.
3. На панели инструментов страницы нажмите кнопку  и выберите тип активности, которую необходимо создать (Рис. 1).
4. На открывшейся странице новой активности укажите ее заголовок и, если необходимо, скорректируйте время начала и завершения.
5. Чтобы созданная активность отображалась в вашем расписании, установите признак [*Отображать в расписании*].

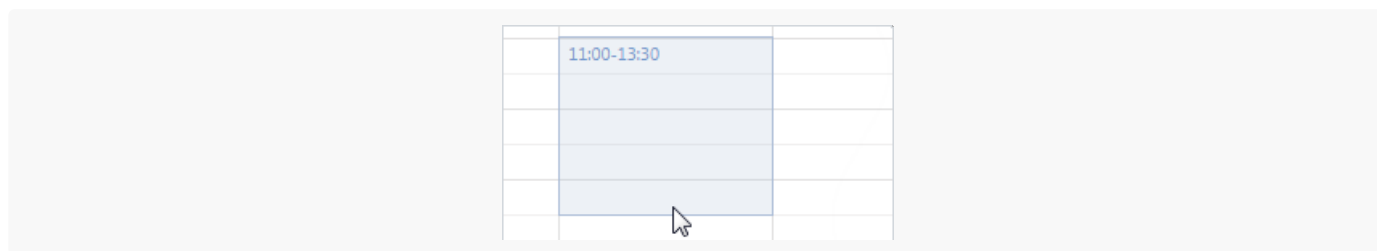
В результате будет создана новая активность, в которую из исходной будут скопированы данные об авторе, ответственном и связанных объектах. Если в исходной активности было заполнено поле [*Результат подробно*], то его значение будет перенесено в заголовок новой активности. Связь между новой и исходной активностями в системе не отображается.

Создать активность из расписания

Задачи можно добавять в раздел непосредственно из области расписания. Для этого:

1. При помощи мыши выделите диапазон времени, в течение которого должна быть выполнена задача (Рис. 2).

Рис. 2 — Выделение диапазона времени в расписании



2. Начните вводить текст заголовка. Откроется мини-карточка добавления новой активности, в которой уже будет отображен введенный текст (Рис. 3).


Рис. 3 — Добавление задачи

- Закончите ввод текста, при необходимости свяжите активность с другими записями в системе и сохраните изменения.

В результате в систему будет добавлена новая задача.

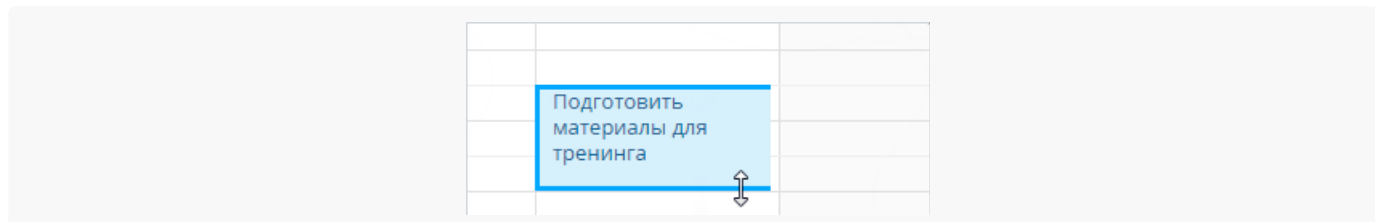
Отредактировать активность из расписания

Чтобы отредактировать существующую активность из расписания:

- В области расписания кликните **по заголовку** необходимой записи. Появится мини-карточка активности.
- Перейдите в режим редактирования мини-карточки по кнопке , внесите необходимые изменения, например, длительность, состояние активности, ответственного, и сохраните их.

Изменить длительность активности можно, не открывая ее мини-карточку. Для этого подведите курсор мыши на границу активности и, удерживая левую клавишу мыши, переместите границу до нужной отметки времени (Рис. 4).

Рис. 4 — Изменение длительности активности в расписании



Перенести активность на другое время или дату можно, перетянув ее мышью в расписании на необходимый временной интервал. Если для активностей указано одинаковое время выполнения, такие активности в расписании отображаются в одном временном интервале.

Добавить сотрудника

ПРОДУКТЫ: **ВСЕ ПРОДУКТЫ**

Новая запись в разделе [*Сотрудники*] создается на основании существующей записи контакта. Личные данные сотрудника, контактные и адресные данные, информация о знаменательных событиях и карьерных изменениях, указанные на странице контакта, отобразятся и на странице сотрудника. Записи сотрудников могут быть добавлены в раздел вручную или [импортированы](#) из файла Excel.

Чтобы **вручную** добавить новую запись в раздел [*Сотрудники*]:

1. Перейдите в раздел [*Сотрудники*] и нажмите кнопку [*Добавить сотрудника*].
2. В открывшемся окне заполните следующие поля:
 - a. [*Контакт*] — зарегистрированный в системе контакт, на основании данных которого будет создана запись сотрудника. Поле является обязательным для заполнения.
 - b. [*Должность*] — должность сотрудника, например, “Руководитель отдела”.
 - c. [*Полное название должности*] — полное название должности сотрудника, например, “Руководитель отдела развития бизнеса”.
 - d. [*Подразделение*] — структурное подразделение компании, в котором работает сотрудник, например, “Отдел развития бизнеса”.

На заметку. Перечень и иерархическая структура отделов настраиваются в справочнике [*Подразделения*]. Подробнее читайте в статье “[Настройки перед началом работы с разделом \[Сотрудники\]](#)”.

- e. [*Контрагент*] — название компании-работодателя.
3. Примените изменения по кнопке [*Сохранить*].
В результате на созданную страницу сотрудника со страницы контакта будут автоматически перенесены следующие данные, если они были указаны:
 - a. средства связи;
 - b. адреса;
 - c. знаменательные события;
 - d. данные о карьере;
 - e. данные о пользователе системы, его организационных и функциональных ролях.

4. Сохраните страницу сотрудника.

При последующем редактировании данных на странице сотрудника изменения также будут отражены на связанной странице контакта.

На заметку. Данные, которые отображаются на панели действий страницы сотрудника, синхронизируются с панелью действий страницы контакта, на основе которого создан данный сотрудник. Например, задача, запланированная с помощью панели действий для сотрудника,

отобразится и на странице контакта.

Заполнить профиль сотрудника

Чтобы добавить или отредактировать общую информацию о сотруднике:

1. Перейдите в раздел [*Сотрудники*] и откройте нужную запись.
2. Заполните следующие поля профиля:

Фото	Фотография сотрудника. Подтягивается со страницы контакта. Может быть изменена только на странице контакта.
ФИО	Фамилия, имя, отчество сотрудника. Поле синхронизируется с данными, указанными на странице контакта. При изменении ФИО на странице сотрудника данные на странице контакта тоже обновятся.
Должность	Должность, занимаемая сотрудником, например, “Директор” или “Руководитель отдела”. Поле заполняется из справочника [<i>Должности сотрудника</i>].
Полное название должности	Поле заполняется автоматически — в нем дублируется название должности, выбранное в справочнике [<i>Должности сотрудника</i>]. При необходимости полное название должности можно отредактировать.
Подразделение	Подразделение вашей компании, в котором работает данный сотрудник. Поле заполняется из справочника [<i>Подразделения</i>]. Если в справочнике указан руководитель подразделения, то его данные автоматически отобразятся в профиле руководителя на странице сотрудника.
Контрагент	В поле указывается название контрагента — работодателя данного сотрудника. В окне выбора доступны только контрагенты с типом “Наша компания”. При заполнении этого поля также обновится контрагент у связанного контакта.
Рабочий телефон	Номер рабочего телефона сотрудника. В поле отображается значение с детали [<i>Средства связи</i>] вкладки [<i>Основная информация</i>] страниц сотрудника и контакта.
Email	Адрес электронной почты сотрудника. В поле отображается значение с детали [<i>Средства связи</i>] вкладки [<i>Основная информация</i>] страниц сотрудника и контакта.
Дата рождения	Дата рождения сотрудника. В поле отображается значение с детали [<i>Знаменательные события</i>] вкладки [<i>Основная информация</i>] страниц сотрудника и контакта.
Пол	Пол сотрудника. В поле отображается значение с вкладки [<i>Основная информация</i>] страницы контакта. На странице сотрудника не редактируется.
Ответственный	Пользователь приложения, который создает новую запись в разделе [<i>Сотрудники</i>] а также ведет информацию по данному сотруднику. Поле заполняется автоматически при создании записи.

3. Проверьте информацию о руководителе сотрудника. Информация о руководителе автоматически подтягивается на страницу сотрудника в случае, если руководитель подразделения, выбранного на

странице сотрудника, указан в справочнике [*Подразделения*]. Если в справочнике руководитель не указан, то его можно указать вручную, выбрав из списка сотрудников компании.

После заполнения поля [*Руководитель*] автоматически будут заполнены следующие поля:

Фото	Фотография руководителя. Подтягивается со страницы контакта. Может быть изменена только на странице контакта.
ФИО	Фамилия, имя, отчество руководителя. В поле отображаются данные со страницы контакта. На странице сотрудника не редактируется.
Мобильный телефон	В поле отображаются данные, указанные на странице контакта. На странице сотрудника не редактируются.
Рабочий телефон	

4. Перейдите на вкладку [*Файлы примечания*], чтобы добавить дополнительную информацию о сотруднике, а также файлы и ссылки на веб-ресурсы по сотруднику.

Добавить информацию о сотруднике

На вкладке [*Основная информация*] содержатся основные сведения о сотруднике: контактные и адресные данные, а также записи о знаменательных событиях сотрудника. Данные вкладки синхронизируются с аналогичными на странице контакта. При изменении средств связи или любых других данных достаточно внести новую информацию на странице сотрудника, и она отобразится также на странице контакта.

Добавить средства связи

На детали [*Средства связи*] содержится список средств связи сотрудника, а также запретов на использование отдельных средств связи. Деталь отображает данные детали [*Средства связи*] страницы контакта. После редактирования средств связи на странице сотрудника также обновятся данные на странице связанного контакта.

Чтобы добавить информацию на поля детали, нажмите кнопку [+](#) и выберите нужный вариант:

Рабочий телефон	Номера телефонов, по которым можно связаться с сотрудником. Тип средства связи определяется при добавлении записи, но может быть изменен.
Мобильный телефон	
Домашний телефон	
Skype	Учетная запись сотрудника в “Skype”.
Email	Адреса веб-сайта и электронной почты сотрудника.
Web	
Facebook	Имена, под которыми сотрудник зарегистрирован в социальных сетях. Заполнение полей осуществляется при помощи отдельной страницы, где можно найти пользователя соц. сети и связать его с сотрудником.
Twitter	
Не использовать Email	Признаки указывают, какие средства связи не следует использовать с данным сотрудником. Например, если в коммуникациях с сотрудником не используются SMS, установите признак [<i>Не использовать SMS</i>].
Не использовать телефон	
Не использовать SMS	
Не использовать почту	
Не использовать факс	

Добавить адреса

На детали [*Адреса*] содержится список всех доступных адресов сотрудника. Здесь отображены данные детали [*Адреса*] вкладки [*Основная информация*] страницы контакта.

Чтобы добавить информацию на поля детали, нажмите кнопку **+** и выберите нужный вариант:

Тип адреса	Тип адреса сотрудника, например, “Домашний”, “Рабочий”. Определяется при добавлении записи, но может быть изменен.
Адрес	Улица, номер дома и/или квартиры сотрудника.
Город	Местоположение сотрудника. Поля [<i>Область</i>] и [<i>Город</i>] связаны с полем [<i>Страна</i>]. Например, если город относится к определенной стране, то при заполнении поля [<i>Город</i>] автоматически заполнится поле [<i>Страна</i>]. Аналогично будет заполнено поле [<i>Страна</i>] при заполнении поля [<i>Область</i>]. Если поле [<i>Страна</i>] уже заполнено, то в справочниках полей [<i>Область</i>] и [<i>Город</i>] будут отображаться только те регионы и города, которые связаны с выбранной страной. Связать регион с определенной страной вы можете в справочнике [<i>Области/штаты</i>], а город — в справочнике [<i>Города</i>].
Страна	
Индекс	Почтовый индекс сотрудника.

Добавить знаменательные события

На детали [*Знаменательные события*] содержится перечень знаменательных событий сотрудника. Здесь отображаются данные, указанные на детали [*Знаменательные события*] [страницы](#) контакта.

Чтобы добавить информацию на поля детали, нажмите кнопку **+**, выберите тип нужного события и укажите его дату на открывшейся странице.

Проверить учетную запись и роли

Если связанный с сотрудником контакт является пользователем Creatio, то информация о пользователе и все его роли будут отображены на вкладке [*Администрирование*] страницы сотрудника. После того как будет зарегистрирована учетная запись пользователя, все данные отобразятся на странице сотрудника автоматически.

Логин пользователя и признак [*Активен*] на детали [*Информация о пользователе*] страницы сотрудника отображаются в информационных целях и не редактируются.

Вы можете отредактировать данные на деталях [*Организационные роли*] и [*Функциональные роли*] на странице сотрудника. При этом они обновятся и на странице пользователя.

Настроить инструкции для работы по кейсу (Playbook)

ПРОДУКТЫ: **SALES ENTERPRISE**

В Creatio вы можете настроить подсказки и инструкции для получения оперативной информации из базы знаний на каждом шаге работы по динамическому кейсу с лидом, продажей или другим объектом. Инструкции помогут сотрудникам в выполнении задач и сократят затраты времени на поиск нужной информации. Например, добавьте рекомендации по подготовке презентации, которые будут доступны пользователям при переходе на шаг “Презентация” [процесса корпоративных продаж](#). Вы можете

использовать любую статью базы знаний в качестве подсказки в нескольких стадиях одного или разных кейсов. Но для каждой стадии кейса может быть настроена только одна подсказка.

Для настройки инструкции (Playbook):

1. Перейдите в раздел [*База знаний*].
2. Откройте статью, которую планируете использовать в качестве подсказки, или [создайте новую](#).

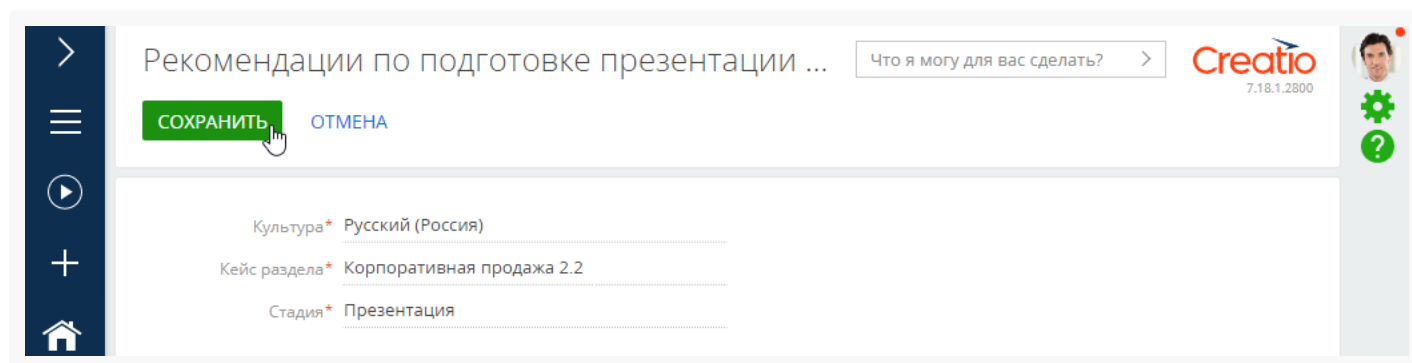
На заметку. Чтобы в дальнейшем можно было легко найти статью с инструкцией в базе знаний, рекомендуем указывать в ее названии кейс и стадию, на которой используется подсказка. Это позволит быстро внести изменения в статью, если возникнет такая необходимость.

3. Перейдите на вкладку [*Playbook*].
4. На детали [*Playbook*] нажмите кнопку **+** и на открывшейся странице укажите параметры отображения подсказки:
 - a. [*Культура*] — выберите культуру (язык интерфейса), для которой будет отображаться данная инструкция. Например, “Русский (Россия)”. Если вы хотите, чтобы одна и та же инструкция отображалась для нескольких культур, то для каждой из них необходимо добавить отдельную запись на детали [*Playbook*].
 - b. [*Кейс раздела*] — выберите версию кейса, в которой будет использоваться подсказка, например, “Корпоративная продажа 2.2”.
 - c. [*Стадия*] — выберите шаг кейса, на котором будет показана инструкция, например, “Презентация”.

На заметку. Обратите внимание, на одном шаге кейса вы можете указать только одну статью.

5. Примените изменения по кнопке [*Сохранить*] (Рис. 1).

Рис. 1 — Настройки инструкции (Playbook)



В результате соответствующая подсказка будет отображаться для пользователя при [переходе](#) на указанный шаг бизнес-кейса (Рис. 2).

Рис. 2 — Переход к инструкции (Playbook) из бизнес-кейса

The screenshot displays the Creatio CRM interface. At the top, the header shows the title '079 / Флагман / Продажа услуг' and the Creatio logo with version 7.18.1.2800. Below the header, there are buttons for 'ЗАКРЫТЬ', 'ДОБАВИТЬ ЗАКАЗ', and 'ДЕЙСТВИЯ'. A progress bar indicates the current stage is 'Презентация', with previous stages being 'Квалификация', 'Коммерческое пр...', and 'Контрактация'. The final stage is 'Завершена с поб...'. Below the progress bar, there are icons for 'СЛЕДУЮЩИЕ ШАГИ (0)' and 'Playbook'. The main content area shows a client card for 'Флагман' with a smiley face icon, a 30% probability, and 46 days in the funnel. Below this, there is a section for 'BANT' (Budget, Authority, Need, Timing) with fields for 'Бюджет клиента' (0,00), 'ЛПР', 'Тип потребности', 'Дополнительные услуги', and 'Дата закрытия'. To the right, there is a section for 'ДАННЫЕ О ПРОДАЖЕ' with a list of sales opportunities. The first opportunity is 'Повторная продажа' with a sum of 1 200,00, a probability of 30%, and a responsible person 'Мирный Евгений'. The second opportunity is 'Первая продажа данному клиенту'. The interface also includes a sidebar with various icons and a top right corner with a search bar and user profile.

Создать контрагента

ПРОДУКТЫ: **ВСЕ ПРОДУКТЫ**

Все сведения о компаниях-клиентах, партнерах, подрядчиках, поставщиках или конкурентах в Creatio легко собрать воедино, чтобы иметь актуальные и доступные в любой момент данные.

При помощи раздела [*Контрагенты*] вы можете вести учет контактных данных, отслеживать взаимосвязи компаний, сегментировать их по различным параметрам и анализировать статистику. Например, данные о количестве сотрудников могут использоваться для оценки размера компании.

На заметку. В продуктах линейки Financial Services Creatio термину “контрагент” соответствует термин “юр. лицо”. Юр. лицами являются компании-клиенты, партнеры, конкурирующие банки, филиалы и отделения вашего банка, а также страховые компании, с которыми осуществляется или планируется взаимодействие. Разделу [*Контрагенты*] в линейке Financial Services Creatio соответствует раздел [*Юр. лица*].

Запись контрагента в Creatio может быть добавлена следующими способами:



- вручную;

- [импортирована](#) из файла Excel;
- сохранена вручную или автоматически при [квалификации лида](#) (функциональность доступна для продуктов Sales Creatio и Marketing Creatio).

Чтобы добавить новую запись контрагента:

1. Перейдите в раздел [*Контрагенты*].
2. Нажмите кнопку [*Добавить контрагента*].
3. В открывшемся окне заполните профиль контрагента:


Название	Официальное название компании. Поле является обязательным для заполнения.
Основной телефон	Основной номер телефона, который используется для связи с компанией.
Основной контакт	Имя основного контактного лица по контрагенту, например, менеджер, с которым вы контактируете в процессе сотрудничества.
Web	Адрес веб-сайта компании.

4. Нажмите кнопку [*Сохранить*].
В результате запись контрагента отобразится в реестре раздела. Чтобы добавить другие данные о контрагенте, нажмите кнопку [Открыть], выделив запись контрагента в реестре раздела.
5. На открывшейся странице добавьте логотип контрагента, который будет отображаться на его странице, а также рядом с названием контрагента в списках разделов и в ленте. Чтобы добавить фото, нажмите кнопку  и загрузите фотографию при помощи стандартного окна выбора файла. Рекомендуем загружать квадратное изображение (с соотношением сторон 1:1). Для удаления фотографии нажмите кнопку . Кнопки отображаются при наведении курсора мыши на область фотографии.
6. Добавьте информацию о контрагенте в профиль записи:

Тип	Тип контрагента в зависимости от его роли по отношению к вашей компании, например, “Партнер” или “Клиент”. Типы контрагентов могут использоваться для фильтрации в других полях, поэтому не рекомендуем удалять значения из справочника [<i>Типы контрагентов</i>].
Ответственный	Имя менеджера, ответственного за взаимоотношения с контрагентом.
Категория	Категория контрагента, определяющая его значимость для вашей компании, например, “А” — наивысшая значимость, “D” — низкая.
Отрасль	Отрасль, к которой принадлежит контрагент, например, “IT-компании”, “Услуги” или “Производство”.
Прайс-лист	Персональный прайс-лист, используемый для заказов контрагента. По умолчанию поле [<i>Прайс-лист</i>] не отображается на странице контрагента. Вы можете добавить поле в мастер разделов, как в профиль записи, так и на любую вкладку, например на вкладку [<i>Основная информация</i>]. Подробнее: Настроить поля страницы . Значения для заполнения поля [<i>Прайс-лист</i>] содержатся в справочнике [<i>Прайс-листы</i>]. Цены для каждого прайс-листа указываются на детали [<i>Цены</i>] вкладки [<i>Цены и остатки</i>] страницы продукта. Подробнее: Управлять ценами . Поле доступно для продуктов Sales Creatio, commerce edition и Sales Creatio, enterprise edition.

7. На вкладке [*Основная информация*] заполните следующие поля:

Альтернативные названия	Альтернативное название контрагента, например, сокращенное название компании.
Код компании	Код контрагента. Используется для того чтобы различить компании между собой, если у них одинаковые названия. Код контрагента формируется автоматически в соответствии с заданным шаблоном. Автонумерация кода настраивается при помощи системной настройки “Маска кода контрагента”.

8. На детали [*Категоризация*] укажите дополнительную информацию о контрагенте. Поля детали отображаются при выборе соответствующих команд меню кнопки  :

Количество сотрудников	Приблизительное число сотрудников в компании, например, “51-100” или “501-1000”.
Форма собственности	Форма собственности контрагента, например, “ООО”, “ОАО” или “ЗАО”.
Годовой оборот	Значение ориентировочного годового оборота компании, например, “15-20 млн” или “20-30 млн”.

9. Укажите адреса и средства связи контакта. Подробнее: [Ведение средств связи и адресов](#).

10. Укажите платежные реквизиты компании на детали [*Платежные реквизиты*]. Поля детали отображаются при выборе соответствующих команд меню кнопки **+** :

Контрагент	Название компании, которой принадлежат платежные реквизиты. Поле недоступно для редактирования.
Название	Название платежных реквизитов контрагента, например, “Основной расчетный счет”.
Руководитель	ФИО руководителя и главного бухгалтера компании.
Главный бухгалтер	
Страна	Страна, в которой зарегистрированы платежные реквизиты контрагента. Если для выбранной страны в справочнике [<i>Страны</i>] указан шаблон платежных реквизитов, то этот шаблон отобразится в поле [<i>Платежные реквизиты</i>].
Платежные реквизиты	Полная информация о платежных реквизитах контрагента (номер счета и МФО банка, код компании и т. д.).
Описание	Дополнительная информация о платежных реквизитах.

11. Добавьте важные для компании даты на деталь [*Знаменательные события*]. Поля детали отображаются при выборе соответствующих команд меню кнопки **+** .

Тип	Тип знаменательного события, например, “День компании”. Определяется при добавлении записи, но может быть изменен.
Дата	Дата знаменательного события.

12. Перейдите на вкладку [*Контакты и структура*], чтобы добавить информацию о контактных лицах компании, а также об ее организационной структуре.

- а. На детали [*Структура организации*] внесите данные о структуре компании и ее подразделениях, нажав кнопку **+** и выбрав один из вариантов: [*Добавить корневой элемент*], например, департамент компании или [*Добавить подчиненный элемент*], например отдела к департаменту.

Контрагент	Название компании, для которой фиксируется структура организации. Поле недоступно для редактирования.
Родительское подразделение	Подразделение, в состав которого входит данное подразделение. Поле недоступно для редактирования. Отображается только на странице подразделения, для которого существует родительский элемент.
Подразделение	Наименование подразделения компании. При выборе значения в поле [<i>Департамент</i>] заполняется значением, выбранным в этом поле.
Департамент	Название департамента компании.
Руководитель	Имя руководителя подразделения компании.
Описание	Дополнительная информация о подразделении компании.

- б. Чтобы добавить в систему новое контактное лицо контрагента, используйте кнопку **+** детали [*Контакты контрагента*]. Откроется новая страница контакта, на которой в поле [Контрагент] будет указан текущий контрагент. При сохранении страницы на деталь [*Карьера*] будет добавлена запись о месте работы контакта.

13.Перейдите на вкладку [*Взаимосвязи*], чтобы добавить взаимосвязи данного контрагента с другими контрагентами и контактами. Подробнее: [Сформировать взаимосвязи компаний и контрагентов](#).

14.Примените изменения по кнопке [*Сохранить*].

В результате новая запись контрагента будет добавлена в систему. Вы можете изменить или дополнить информацию о контрагенте в любой момент, например, путем [обогащения данных](#).

Рекомендации по созданию лендинга

ПРОДУКТЫ: **ВСЕ ПРОДУКТЫ**

Первый этап [интеграции](#) Creatio с лендингом — это создание посадочной страницы.

Для каждого из ваших предложений важно создать уникальный лендинг, направленный на конкретную целевую аудиторию с учетом уровня зрелости потребности клиента. Например, вы можете использовать следующие варианты:

- Для клиентов, которые впервые зашли на сайт и только знакомятся с вашим предложением, создайте форму ввода email-адреса для подписки на ваши новости.
- Для посетителей, заинтересованных в скачивании полезного материала, подготовьте отдельную контактную форму.

- Для клиентов, которые готовы оформить заявку, заказать услугу или пообщаться лично, создайте наиболее полную форму лендинга.

Чем продуманнее лендинг с точки зрения зрелости потребности, тем больше потенциальных клиентов решатся начать общение с брендом вне зависимости от стадии принятия решения.

Чтобы ваш сайт обеспечивал максимальные показатели конверсии, при создании лендингов важно придерживаться универсальных рекомендаций к внешнему виду, полям и другим элементам лендинга.

Внешний вид

- Создавайте один уникальный лендинг для одного предложения.
- Максимально конкретизируйте суть вашего предложения в заголовке лендинга.
- Дизайн лендинга должен быть приятным и разрабатываться с учетом целевой аудитории лендинга.
- Используйте лаконичные формулировки, не размещайте в лендингах большой объем неструктурированной текстовой информации.

Поля лендинга

- Сконструируйте форму для сбора информации таким образом, чтобы получить от клиента самую необходимую информацию, не перегружая его вводом избыточных данных.
- Важно, чтобы хотя бы одно из полей формы лендинга предназначалось для ввода контактных данных — email-адреса или телефона. Рекомендуем обозначить такие поля как обязательные для заполнения.
- Убедитесь, что клиент, заполняя форму на посадочной странице, понимает, что предоставляет вам свою контактную информацию (например, телефон или email-адрес) и готов к коммуникации с вашим брендом. Добавьте в форму лендинга поле для подтверждения клиентом согласия на получение маркетинговых материалов (“opt-in”).
- Дополнительная проверка корректности ввода в наиболее важных полях формы позволит вам получить актуальные данные для дальнейшего контакта с клиентом.

На заметку. Для повышения конверсии лендингов и обеспечения корректности заполнения регистрационной формы существующими контактами, которые перешли на посадочную страницу по ссылке в вашей email-рассылке, можно настроить [автоматическое заполнение](#) полей формы данными контакта Creatio (например, ФИО, email-адрес, номер телефона).

Призыв к действию и переадресация

- Обязательно предусмотрите наличие кнопки призыва к действию, например, “Купить”, “Подписаться”, “Посмотреть демо” и т. п.
- Создайте страницу переадресации, на которую ваш клиент будет перенаправлен после нажатия кнопки призыва к действию.

После создания посадочной страницы переходите к следующему шагу — [настройке связи](#) лендинга

и Creatio.

Вести информацию о карьере сотрудника

ПРОДУКТЫ: **ВСЕ ПРОДУКТЫ**

Вкладка [*Карьера*] страницы сотрудника отображает всю информацию о его карьерных изменениях, включая текущие и предыдущие должность и место работы. При редактировании данных на вкладке [*Карьера*] страницы сотрудника изменения отобразятся и на вкладке [*Место работы*] страницы связанного с сотрудником контакта.

Чтобы добавить информацию о карьере сотрудника:

- 1. Перейдите в раздел [*Сотрудники*] и откройте нужную запись.
- 2. Перейдите на вкладку [*Карьера*] и в группе полей [*Основная информация*] добавьте или отредактируйте информацию о датах выхода на работу и увольнения, испытательном сроке и причине увольнения сотрудника.
Для работающих сотрудников в этих полях укажите информацию о работе на текущей должности.

Начало карьеры	Дата выхода на работу в вашей компании.
Испытательный срок до	Дата окончания испытательного срока на текущей должности.
Причина увольнения	Поле заполняется из справочника [<i>Причины смены места работы</i>].
Завершение карьеры	Дата увольнения.

- 3. Примените изменения по кнопке [*Сохранить*].

Добавить информацию о карьере внутри компании

Добавьте информацию о карьерных перемещениях сотрудника внутри компании, заполнив следующие поля на детали [*Карьера в нашей компании*]:

Контрагент	Название контрагента — работодателя данного сотрудника.
Подразделение	Подразделение компании, в котором работает сотрудник, например, “Продажи” или “Маркетинг”.
Должность	Должность, занимаемая сотрудником, например, “Руководитель отдела”. Поле заполняется из справочника [<i>Должности сотрудника</i>].
Полное название должности	Уточнение названия должности, например, “Руководитель отдела продаж”. Данное поле автоматически заполняется значением, которое выбрано в поле [<i>Должность</i>], но при необходимости может быть отредактировано.
Начало	Дата начала работы сотрудника в компании на этой должности.
Завершение	Дата смены места работы.
Текущее	Признак указывает позицию, на которой сотрудник работает на текущий момент.

Данные на детали [*Карьера в нашей компании*] синхронизируются с полями основной информации о карьере и данными в профиле сотрудника. Например, если на детали [*Карьера в нашей компании*] изменить дату в поле [*Начало*], то дата в поле [*Начало карьеры*] группы полей [*Основная информация*] также изменится. При установке даты завершения карьеры признак [*Текущее*] с последнего места работы автоматически снимается.

Пример. Требуется заполнить данные при необходимости перевода сотрудника в другое подразделение/отдел в рамках вашей компании.

1. На детали [*Карьера в нашей компании*] выберите запись, в которой указана текущая позиция сотрудника.
2. По команде [*Изменить*] в меню действий детали перейдите в режим редактирования записи. Укажите дату завершения работы на данной должности и сохраните изменения.

На заметку. Если в ходе редактирования вы заполнили поля [*Дата завершения*] и [*Причина увольнения*], то с записи о месте работы автоматически снимется признак [*Текущее*].

3. По кнопке **+** добавьте запись о новой позиции сотрудника, заполнив все необходимые данные (например, новую должность, дату начала работы на ней, подразделение, признак [*Текущее*]). В результате данные в группе полей [*Основная информация*] также обновятся.

Просмотреть информацию об опыте работы сотрудника

Чтобы получить информацию обо всех местах работы сотрудника: перейдите в раздел [*Сотрудники*] и откройте нужную запись —> вкладка [*Карьера*] —> деталь [*Карьера*].

Здесь отображаются данные, указанные на детали [*Карьера*] страницы связанного [контакта](#). Данные детали необходимо обновить при приеме сотрудника на работу и его увольнении.

Работа с расписанием

ПРОДУКТЫ: **ВСЕ ПРОДУКТЫ**

Представление [*Расписание*] раздела [*Активности*] ([Рис. 1](#)) отображает активности в виде электронного ежедневника.

Рис. 1 — Представление [*Расписание*]

Расписание

Что я могу для вас сделать?

GO

Добавить

Действия

Открыть

Копировать

Удалить

Вид

1

7

✓

27.10.2014 по 02.11.2014

×

Отвественный

Фильтр

27, Пн

28, Вт

29, Ср

30, Чт

31, Пт

1, Сб

2, Вс

8						
9						
10			Магнит: Подготовить предложение	Презентация новых продуктов корпоративным клиентам	Альфабизнес: Перезвонить клиенту, уточнить информацию	Корпоративный тренинг
11	Альфабизнес: Встреча с клиентом	Подготовить материалы для клиента				
12			Блик-Инвест: Детальная информация по продукту		Альфабизнес: Подготовить материалы для клиента	
13		Альфабизнес: Встреча с клиентом		Персонал: Подготовить коммерческое предложение		
14	Альфабизнес: Перезвонить клиенту, уточнить время встречи	Вектор: Составить список замечаний с комментариями юриста	Альфабизнес: Уточнить сроки по договору		Альфабизнес: Подготовить протокол переговоров Елисееву	
15				Подготовить материалы для клиента	Подготовить материалы для тренинга в субботу	
16	Камелия: Презентация	Альфабизнес: Подтверждение получения документов	Привлечение новых клиентов			
17				17:45-20:00 Подг протокол телефонных переговоров, отправить копию клиенту		
18	Аксиома: Уточнить сроки поставок	Альфабизнес: Перезвонить Андрею Николаевичу	Аксиома: Подготовить пакет документов			18:00-18:30
19						
20						
21						

Используя кнопки панели инструментов, вы можете добавить, скопировать, удалить активность или

открыть ее для просмотра либо изменения. При копировании активности, копируется также список ее участников. Фильтрация активностей в расписании осуществляется стандартными средствами.

Анализировать расписание

Область расписания

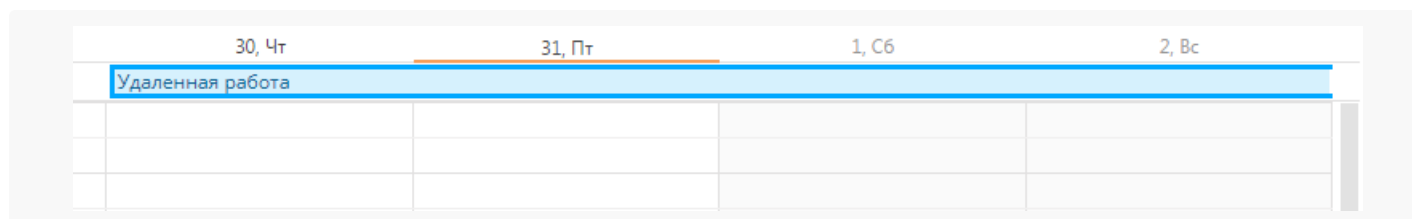
Область расписания разбита на временные промежутки по дням. В заголовке каждого дня указаны соответствующий день недели и число. Для текущего дня заголовок выделен визуально.

Активности в области расписания отображаются в виде прямоугольников, высота которых соответствует продолжительности активности. Текущее время отмечено оранжевой чертой. Для навигации по расписанию используйте полосу прокрутки в правой части расписания или стрелки [*Вверх*] — [*Вниз*] клавиатуры.

Длительные активности

Длительными считаются активности, продолжительность которых превышает 24 часа (например, командировка или отпуск). Такие активности отображаются вверху расписания ([Рис. 2](#)).

Рис. 2 — Отображение длительной активности в расписании



30, Чт	31, Пт	1, Сб	2, Вс
Удаленная работа			

Если дата начала или завершения активности не входит в период, отображаемый в расписании, то для такой активности будет отображаться дата ее начала или завершения.

Цвет активностей в расписании

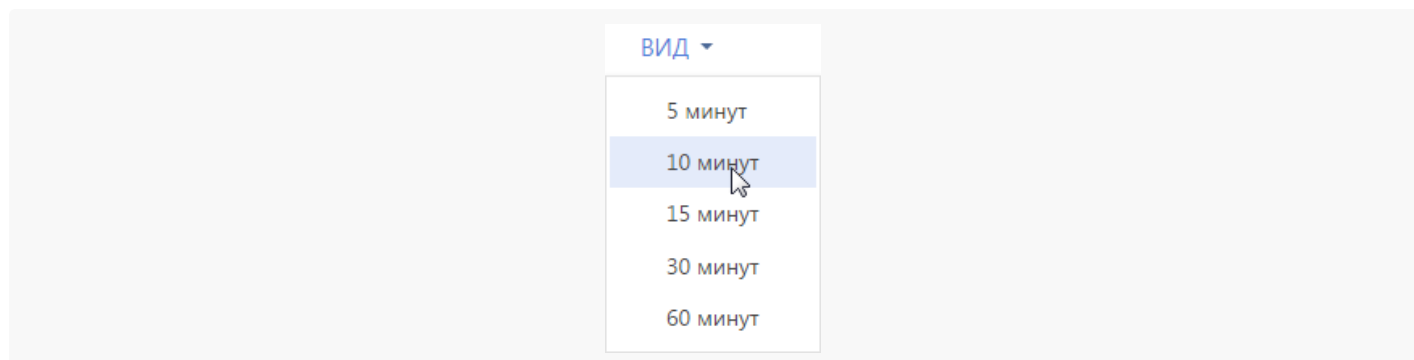
Цвет активностей в расписании зависит от их состояния и времени выполнения.

- Красный — активности не в конечном состоянии, время завершения которых уже прошло (просроченные активности).
- Синий — активности не в конечном состоянии (запланированные, а также находящиеся в работе), время завершения которых еще не прошло.
- Серый — активности в конечном состоянии (завершенные или отмененные).

Настроить масштаб расписания

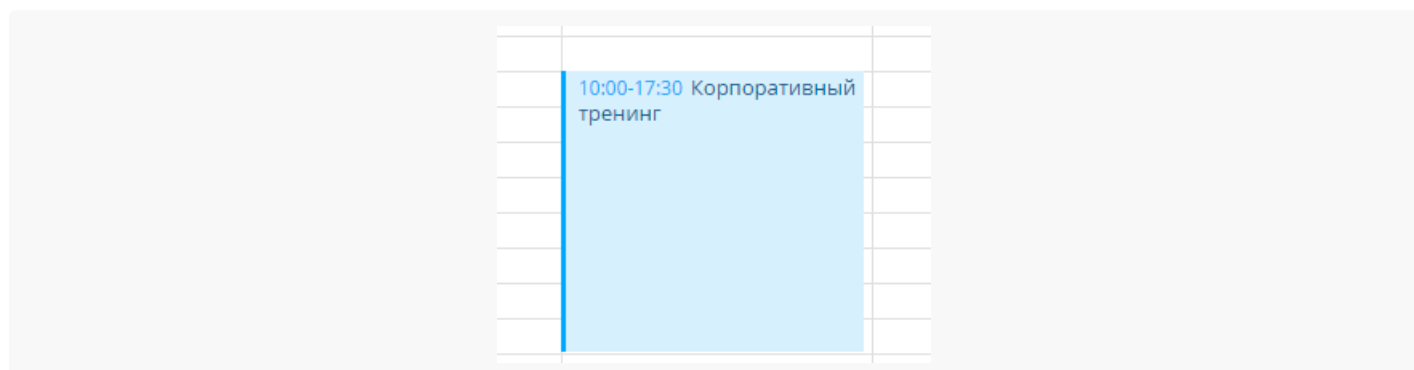
Одна ячейка расписания может отображать интервал от 5 до 60 минут. Вы можете изменить масштаб расписания, выбрав соответствующую команду меню кнопки [*Вид*] ([Рис. 3](#)).

Рис. 3 — Изменение масштаба отображения расписания



Масштаб расписания влияет на точность, с которой отображены активности (ячейка расписания может быть занята только полностью). Например, при масштабе отображения “60 минут” активность длительностью 1 час и 20 минут будет занимать две ячейки. В таких случаях в активности отображается точное значение времени ее начала и завершения ([Рис. 4](#)).

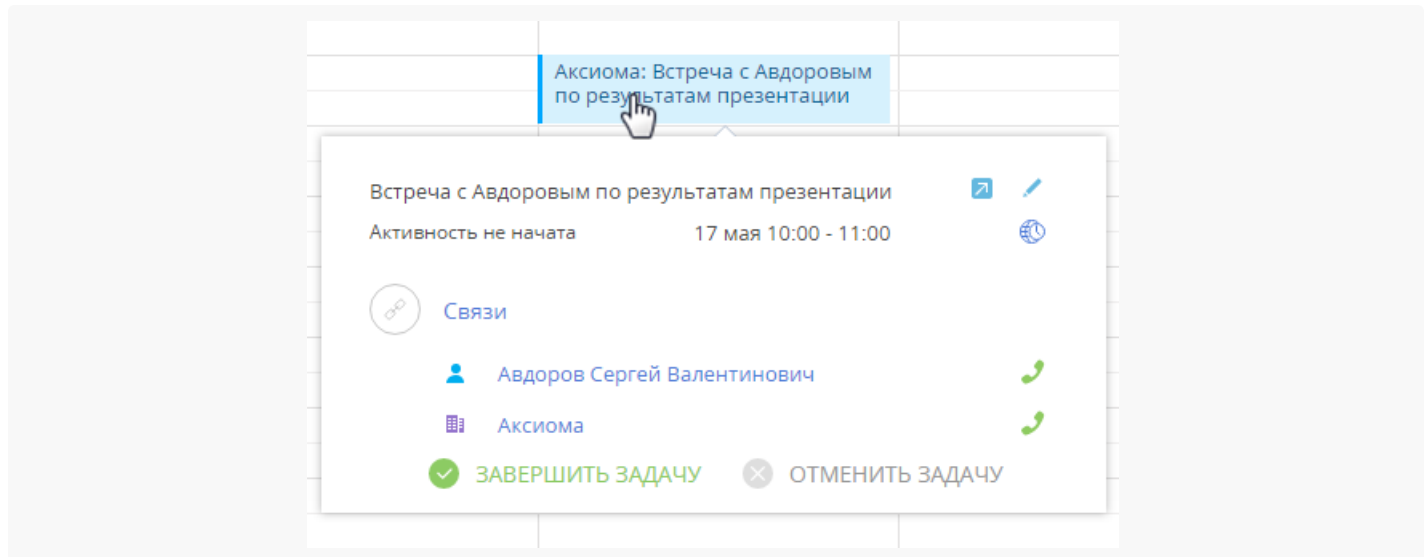
Рис. 4 — Отображение времени начала и завершения активности в расписании



На заметку. Если для активности указан контрагент, то в расписании перед заголовком отображается его название.

Если в текущем масштабе в активности недостаточно места для отображения времени, то точное время ее начала и завершения вы можете посмотреть в мини-карточке, которая появляется при наведении курсора мыши на заголовок активности. Кроме времени, мини-карточка содержит основные данные об активности ([Рис. 5](#)).

Рис. 5 — Мини-карточка активности в расписании



На заметку. Объем информации, отображаемый в [мини-карточке](#), зависит от того, какие поля заполнены на странице активности.

Управление групповыми активностями

ПРОДУКТЫ: [ВСЕ ПРОДУКТЫ](#)

Вы можете планировать в Creatio активности, выполнение которых требует участия нескольких людей, например, встречи, обучения, совещания. Эти активности отобразятся в расписании у всех сотрудников, чье участие необходимо.

Чтобы активность стала групповой, необходимо добавить данные на деталь [*Участники*]. Для этого:

1. Откройте реестр раздела [*Активности*]. Выберите нужную запись и нажмите кнопку [*Открыть*].
2. Перейдите на вкладку [*Участники*], чтобы указать перечень контактных лиц, задействованных в выполнении задачи/звонка.
3. Нажмите **+**. В открывшемся окне укажите необходимых контактов и нажмите [*Выбрать*].

Контакты, указанные в полях [*Ответственный*] и [*Контакт*], добавляются на деталь [*Участники*] автоматически.

После добавления участников на детали отобразятся данные полей [*Должность*] и [*Рабочий телефон*] выбранных контактов.

На заметку. При копировании активности копируется также список ее участников.

Пригласить участников на встречу

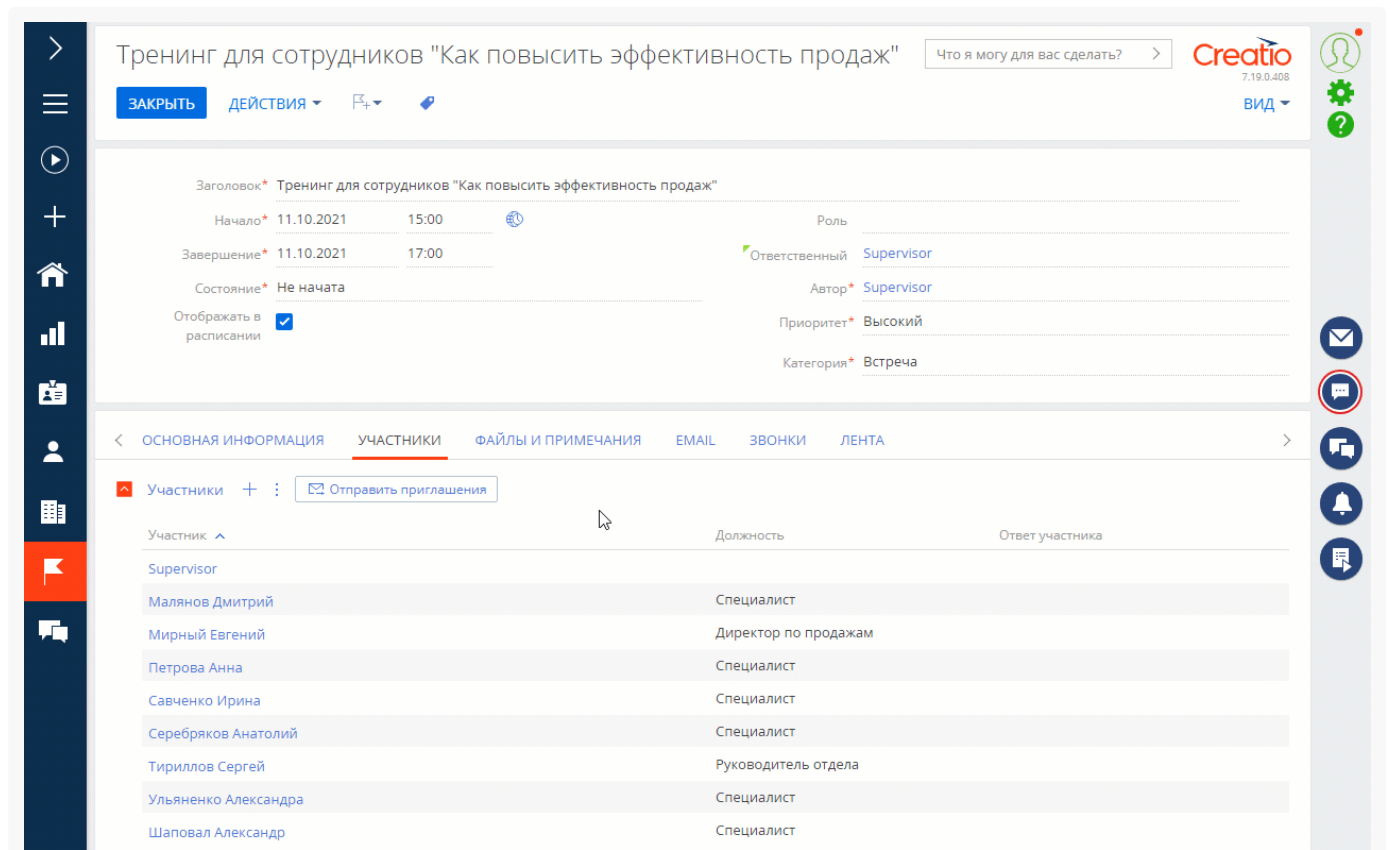
Вы можете отправлять приглашения участникам встречи со страницы активности в Creatio. Список приглашенных и их ответы отобразятся на детали [*Участники*].

Данная функциональность доступна после настройки синхронизации с календарями и контактами Exchange. Подробнее: [Настройка почты, контактов, расписания MS Exchange / Microsoft 365](#).

Чтобы отправить приглашения:

1. Откройте реестр раздела [*Активности*].
2. Выберите нужную запись и нажмите кнопку [*Открыть*].
3. Перейдите на вкладку [*Участники*] и нажмите кнопку [*Отправить приглашения*] (Рис. 1).

Рис. 1 — Отправка приглашений участникам встречи



В результате все участники активности, у которых на странице контакта указан email-адрес, получат приглашение с описанием встречи и несколькими вариантами ответа:

- принять приглашение;
- отклонить приглашение;
- отправить предварительное согласие;
- предложить перенести встречу на другое время.

Все полученные ответы отобразятся на вкладке [*Участники*] страницы встречи. Если участники не ответили на приглашение, то вы можете **повторно отправить** его со страницы активности по кнопке [*Отправить повторные приглашения*].

После отправки приглашений участникам право на редактирование встречи остается только у ее организатора. Другим сотрудникам активность будет доступна только для чтения.

В случае изменения **ключевых параметров** встречи обновленные приглашения будут отправлены

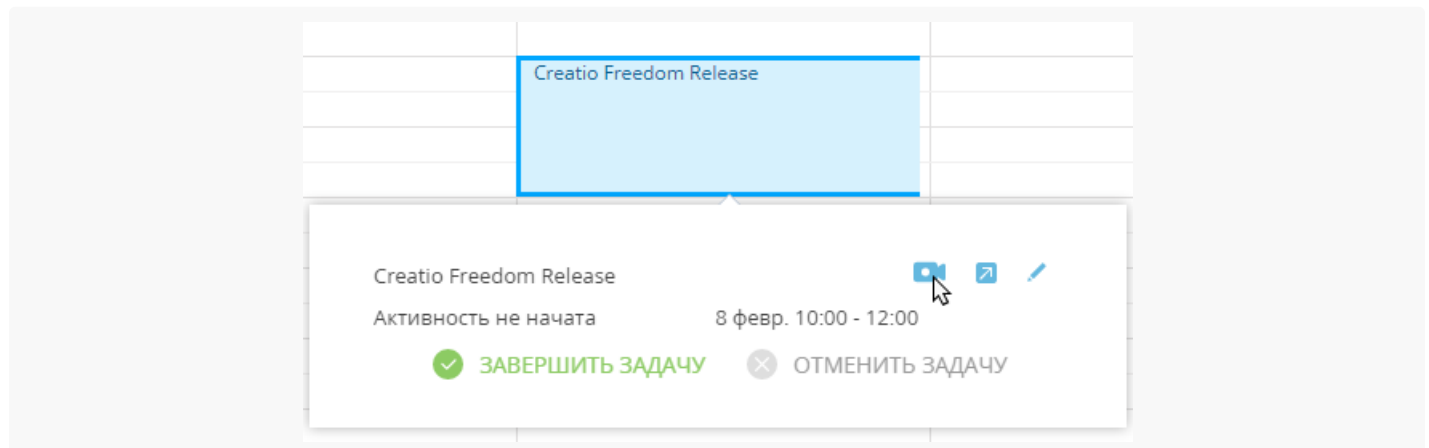
участникам автоматически. Ключевыми в Exchange являются следующие параметры:

- заголовок встречи (Title);
- место встречи (Location);
- дата начала (Start Date);
- дата окончания (Due Date);
- приоритет (PriorityID);
- описание встречи (Body);
- часовой пояс (TimeZone);
- список участников (Participants).

Добавить подключение к online-встрече

Вы можете подключаться к online-встречам и видеоконференциям на платформах [Microsoft Teams](#), [Zoom](#), [Cisco Webex](#), [Join.Me](#), [AnyMeeting](#), [GoToMeeting](#), [Google Meet](#) непосредственно из расписания активностей Creatio (Рис. 2).

Рис. 2 — Переход к видео-конференции из расписания





Данная функциональность доступна после настройки синхронизации с календарями Exchange. Подробнее: [Настройка почты, контактов, расписания MS Exchange / Microsoft 365](#).

Чтобы добавить в активность переход к online-встрече:

1. Откройте существующую активность или создайте новую. Подробнее: [Создать активность](#).
2. Перейдите на страницу редактирования встречи, например, дважды кликнув по заголовку необходимой записи в расписании раздела [*Активности*].
3. Откройте вкладку [*Файлы и примечания*] и добавьте на деталь [*Примечания*] URL-адрес видеоконференции.

На заметку. Если на деталь [*Примечания*] были добавлены несколько ссылок, то Creatio использует для подключения к видеоконференции первую, которая подходит по маске URL-адреса сервиса online-встреч. Маски URL-адресов для различных сервисов хранятся в справочнике [*Ссылки на онлайн сервисы встреч*].

4. Нажмите [*Сохранить*].

В результате на мини-карточке активности отобразится кнопка  , а на странице этой активности — кнопка  **ПРИСОЕДИНИТЬСЯ** . По нажатию любой из этих кнопок будет выполнен переход к запланированной online-встрече.

На заметку. Если вы добавили в активность ссылку на видеоконференцию, но кнопки на мини-карточке и странице активности не появились, то проверьте корректность ссылки. В ней не должно быть пробелов или других символов, не соответствующих маске URL-адреса данного сервиса. Если ссылка указана корректно, то обратитесь к администратору приложения, возможно, в справочнике [*Ссылки на онлайн сервисы встреч*] отсутствует маска для указанного в активности сервиса.

Добавить взаимосвязи контактов и контрагентов

ПРОДУКТЫ: **ВСЕ ПРОДУКТЫ**

В Creatio вы можете добавлять любые типы взаимосвязей между контактами и контрагентами.

Вы можете отобразить все внутренние и внешние связи контактов и контрагентов в виде диаграммы (Рис. 1).

Отслеживать изменения внешних связей между объектами, например, между контактами и контрагентами вы можете в журнале изменений. По умолчанию логирование изменений отключено.

Чтобы изменения логировались, выполните дополнительные настройки. Подробнее: [Настроить журнал изменений](#).

Взаимосвязи могут иметь вертикальную иерархию или же находиться на одном уровне.

Например, для централизованного общения и ведения сделок с группой компаний фиксируйте в Creatio взаимосвязи между контрагентами. Используя наглядную структуру холдинга, вы можете вести взаимодействие как с дочерними компаниями контрагента, так и напрямую с родительским контрагентом. Также вы можете отобразить иерархию сотрудников любого из контрагентов, указать связи между контактами различных контрагентов, в том числе и неформальные.

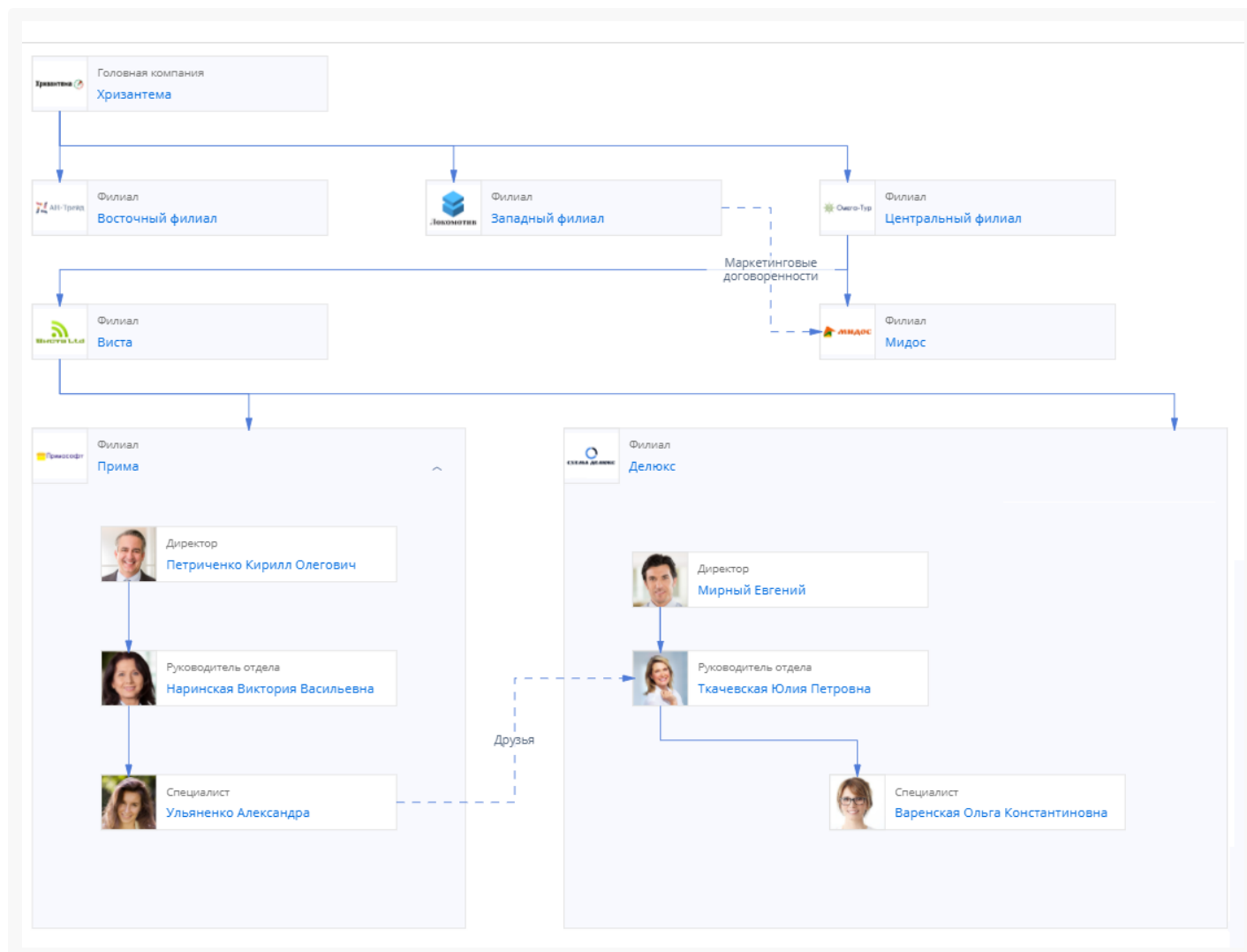
Взаимосвязи отображаются на вкладке [*Взаимосвязи*] страниц контактов и контрагентов. Подробнее: [Просмотреть диаграмму](#).

Для работы с диаграммой необходимо настроить все используемые типы взаимосвязей в справочнике [*Типы взаимосвязей*]. Подробнее: [Настроить типы взаимосвязей](#).

После настройки всех необходимых типов взаимосвязей вы можете перейти к формированию диаграмм для контактов и контрагентов. Подробнее: [Добавить взаимосвязи на диаграмму](#).

Также, используя функциональность диаграммы, вы можете сгруппировать контакты по нужным критериям. Подробнее: [Группировать контакты](#).

Рис. 1 — Диаграмма взаимосвязей



На заметку. На диаграмме отображаются все контакты и контрагенты, даже если у вас нет прав доступа на них. Контакты и контрагенты, к которым у вас нет прав доступа, отмечены серым цветом, более детальная информация по ним недоступна для просмотра.

Просмотреть диаграмму взаимосвязей

Диаграмма отображается на вкладке [*Взаимосвязи*] страниц контактов и контрагентов.

Действия с диаграммой

- **Перемещать диаграмму:** перетяните диаграмму при помощи мыши.
- **Развернуть диаграмму на всю страницу:** нажмите кнопку ↗.
- **Разворачивать и сворачивать блоки диаграммы:** используйте кнопки ^ и v.
- **Удалить элемент или связь на диаграмме:** выделите нужный элемент, нажмите 🗑 и подтвердите удаление.
- **Отредактировать связь между блоками контактов и контрагентов:** дважды кликните по связи

и внесите изменения на открывшейся справа панели настройки.

- **Перейти к элементу диаграммы:** кликните по нужному элементу.
- **Просмотреть детальную информацию:** дважды кликните по блоку контакта или контрагента.

Профиль взаимосвязей

Профиль взаимосвязей (Рис. 2) открывается по двойному клику на диаграмме по блоку контакта или контрагента. Профиль взаимосвязей содержит:

- Общую информацию о контакте или контрагенте, включая адрес и средства связи.

На заметку. Информация о контакте или контрагенте отображается в профиле взаимосвязей, если она есть на странице соответствующего контакта или контрагента. Если данные не заполнены, то в профиле не будут отображены пустые поля. Чтобы отредактировать информацию, вы можете перейти к странице записи по кнопке в правом верхнем углу профиля взаимосвязей.

- [Группы контактов](#). Здесь вы можете объединять контакты по произвольным критериям. Используется только для контактов.

На заметку. Группы контактов на диаграмме взаимосвязей не стоит принимать за группы раздела [*Контакты*].

- [Связанные контакты и контрагенты](#). Здесь отображаются все контакты и контрагенты, с которым у текущей записи установлена связь любого типа.




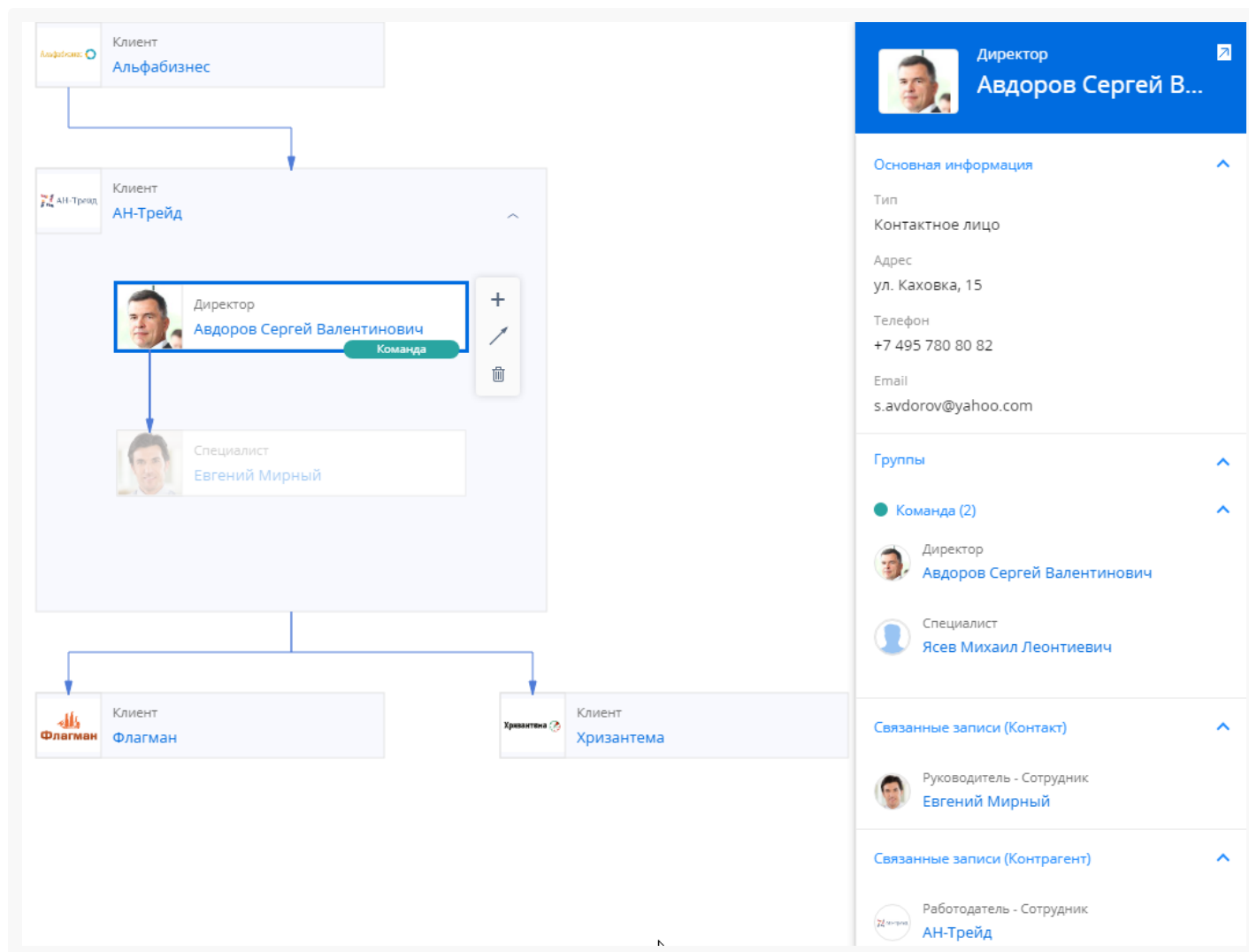
Вы можете отредактировать или удалить связь непосредственно из профиля взаимосвязей. Для этого нажмите  возле соответствующей связи и выберите  или  соответственно.


Рис. 2 — Профиль взаимосвязей контакта



Настроить типы взаимосвязей

Чтобы создавать взаимосвязи на диаграмме, предварительно необходимо добавить все возможные варианты связей в справочник [*Типы взаимосвязей*]. В данном справочнике уже сформирован список наиболее используемых значений, вы можете просмотреть и дополнить его. Не рекомендуется удалять уже добавленные связи, поскольку они могут использоваться в системе.

Добавить новый тип взаимосвязи

1. Перейдите в дизайнер системы, например, по кнопке .
2. В группе "Настройка системы" нажмите ссылку "Справочники" и откройте наполнение справочника [*Типы взаимосвязей*].

На заметку. Для перехода к настройке справочника у вас должны быть права доступа на выполнение системной операции "Доступ к разделу "Справочники" (код "CanManageLookups").

3. Нажмите кнопку [*Добавить тип взаимосвязи*].

4. Заполните поля новой записи в справочнике (Рис. 3).

- a. [*Название*] — название взаимосвязи, которая будет использоваться на диаграмме.
- b. [*Обратная взаимосвязь*] — реверсная сторона данной взаимосвязи. Если настраивается взаимосвязь с позицией “Горизонтальная”, то в данном поле необходимо указать эту же запись справочника, создав таким образом ссылку связи, которая ведет на саму себя.

Важно. Для корректного добавление взаимосвязей поле [*Обратная взаимосвязь*] должно быть заполнено во всех записях справочника.

На заметку. Если нужной парной записи еще не существует, то оставьте это поле пустым, затем создайте запись реверсной взаимосвязи и вернитесь к заполнению поля.

[Примеры](#) создания обратной связи приведены ниже.

- c. [*Тип связи*] — “Формальная” или “Неформальная”. Подробнее: [Параметры взаимосвязи](#).
- d. [*Контакт-Контакт*], [*Контакт-Контрагент*], [*Контрагент-Контрагент*] или [*Контрагент-Контакт*] — установите признаки в одной или нескольких колонках, исходя из того, для какой пары записей актуальна данная взаимосвязь.
- e. [*Включить в контейнер*] — колонка заполняется автоматически и недоступна для редактирования. Установленный признак означает, что на диаграмме контакт будет расположен внутри блока соответствующего контрагента. Подробнее: [Параметры взаимосвязи](#).
- f. [*Позиция*] — местоположение элемента на диаграмме. Подробнее: [Параметры взаимосвязи](#).

Рис. 3 — Настройка взаимосвязи между партнерами

Название	Обратная взаимосвязь	Тип связи	Контрагент-К...	Контрагент-К...	Контакт-Конт...	Контакт-Конт...	Включить в к...	Позиция
Партнер	Партнер	Формальная	Да	Нет	Нет	Нет	Нет	Горизонтальная связь

Параметры взаимосвязи

В Creatio при настройке типов взаимосвязей задаются следующие параметры:

- Тип** — параметр, который определяет, является ли связь формально установленной:
 - “**Формальная**” — используется для создания явной, структурной взаимосвязи. Выберите этот тип для отображения взаимоотношений между руководителями и их подчиненными или управляющими и дочерними компаниями и их филиалами.
Формальную связь между контактами можно установить, если один из них имеет формальную связь с контрагентом.
 - “**Неформальная**” — используется для создания неявной связи. Выберите этот тип для

отображения связи, которая может использоваться без иерархического подчинения.

2. **Позиция** — параметр, который отвечает за местоположение элемента на диаграмме, в зависимости от того, является ли данная связь иерархической:

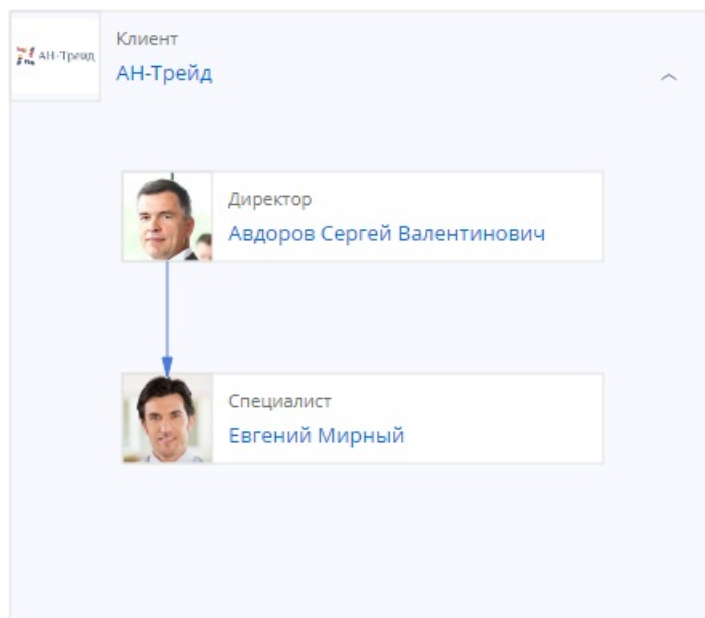
- **“Горизонтальная связь”** — связь между элементами на одном уровне иерархии. Например, между двумя руководителями отделов одной компании.
- **“Прямая связь”** — связь, которая создает элемент на диаграмме подчиненным тому элементу, для которого выполняется настройка. Например, прямая связь используется во взаимосвязях с типом “Работодатель-Сотрудник”, “Руководитель-Сотрудник”, “Управляющая компания-Филиал”.
- **“Обратная связь”** — связь, которая создает подчиненный элемент на диаграмме. Например, это связи с типом “Сотрудник-Руководитель”, “Сотрудник-Работодатель”, “Филиал-Управляющая компания”.

3. **Включение в контейнер** — параметр, отвечающий за расположение контактов относительно контрагентов. Определяется автоматически в зависимости от типа и объектов связи (контакт или контрагент).

- **Признак [Включить в контейнер] установлен** всегда для формальных взаимосвязей “Контакт-Контакт”, “Контакт-Контрагент” или “Контрагент-Контакт”.

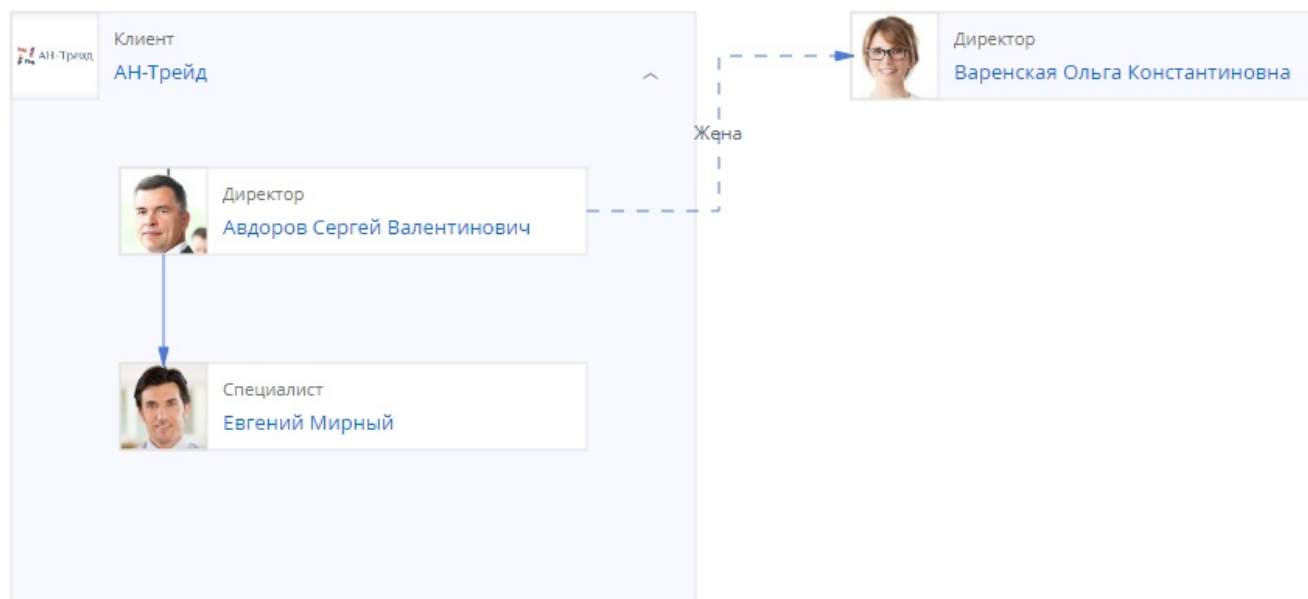
Например, для формальной связи “Руководитель-Подчиненный” автоматически будет установлен признак в колонке [Включить в контейнер] и, таким образом, оба контакта будут размещены в рамках блока контрагента АН-Трейд (Рис. 4).

Рис. 4 — Признак [Включить в контейнер] установлен



- **Признак [Включить в контейнер] отключен** всегда для неформальных взаимосвязей “Контакт-Контакт”, “Контакт-Контрагент” или “Контрагент-Контакт”, а также для всех взаимосвязей “Контрагент-Контрагент”. Например, для неформальной связи “Родственник-Родственник” признак в колонке [Включить в контейнер] не будет установлен и, таким образом, контакт на диаграмме будет отображаться вне блока контрагента (Рис. 5).

Рис. 5 — Признак [Включить в контейнер] снят



При настройке параметров важно учитывать следующие особенности:

- Элементы с **формальной** взаимосвязью на диаграмме, как правило, выстраиваются **вертикально**: выше или ниже относительно друг друга в зависимости от выбранной позиции.
- Для **формальных** взаимосвязей между двумя контактами или контактом и контрагентом всегда указывается позиция **“Прямая связь”** или **“Обратная связь”**. Такие связи существуют только попарно. Например, если вы создаете взаимосвязь “Головная компания-Дочерняя компания” (прямая связь), то обязательно необходимо добавить еще одну запись для взаимосвязи “Дочерняя компания-Головная компания” (обратная связь).
- **Формальная** связь с **горизонтальной позицией** может существовать только для связи между двумя контрагентами.
- Элементы с **неформальной** взаимосвязью на диаграмме, как правило, выстраиваются на одном уровне и требуют наличия **горизонтальной позиции**. Если все же требуется отобразить неформальное подчинение, то это можно сделать, установив для такой взаимосвязи позицию **“Прямая связь”** или **“Обратная связь”** по аналогии с формальной связью.

Примеры добавления типов взаимосвязей

Пример. Настроить взаимосвязь между юристом и клиентом.

Задача решается настройкой пары связей “Юрист” и “Клиент”.

Настройки для связи “Юрист”:

- Название: “Юрист”.
- Обратная связь: “Клиент”.

На заметку. Если связи “Клиент” еще не существует, то оставьте колонку [*Обратная связь*]

пустой и вернитесь к ней позже.

- Тип связи: “Формальная”.
- Признак в колонке [*Контакт-Контакт*].
- Позиция: “Прямая связь”.

Настройки для связи “Клиент”:

- Название: “Клиент”.
- Обратная связь: “Юрист”.
- Тип связи: “Формальная”.
- Признак в колонке [*Контакт-Контакт*].
- Позиция: “Обратная связь”.

Пример. Настроить взаимосвязь без подчинения между компаниями-партнерами.

Задача решается **добавлением связи “Партнер”** со ссылкой на саму себя.

1. Название: “Партнер”.
 - a. Тип связи: “Формальная”.
 - b. Признак в колонке [*Контрагент-Контрагент*].
 - c. Позиция: “Горизонтальная связь”.

После сохранения связи добавьте в колонку [*Обратная связь*] только что созданную связь “Партнер”.

Добавить взаимосвязи на диаграмму

После добавления всех необходимых типов взаимосвязей в справочник [*Типы взаимосвязей*] вы можете перейти к формированию диаграмм для контактов и контрагентов. Рассмотрим добавление взаимосвязей на диаграмму на примере контакта.

Пример. Необходимо добавить для контакта взаимосвязь с руководителем и с сотрудником другого контрагента, который является отцом данного контакта.

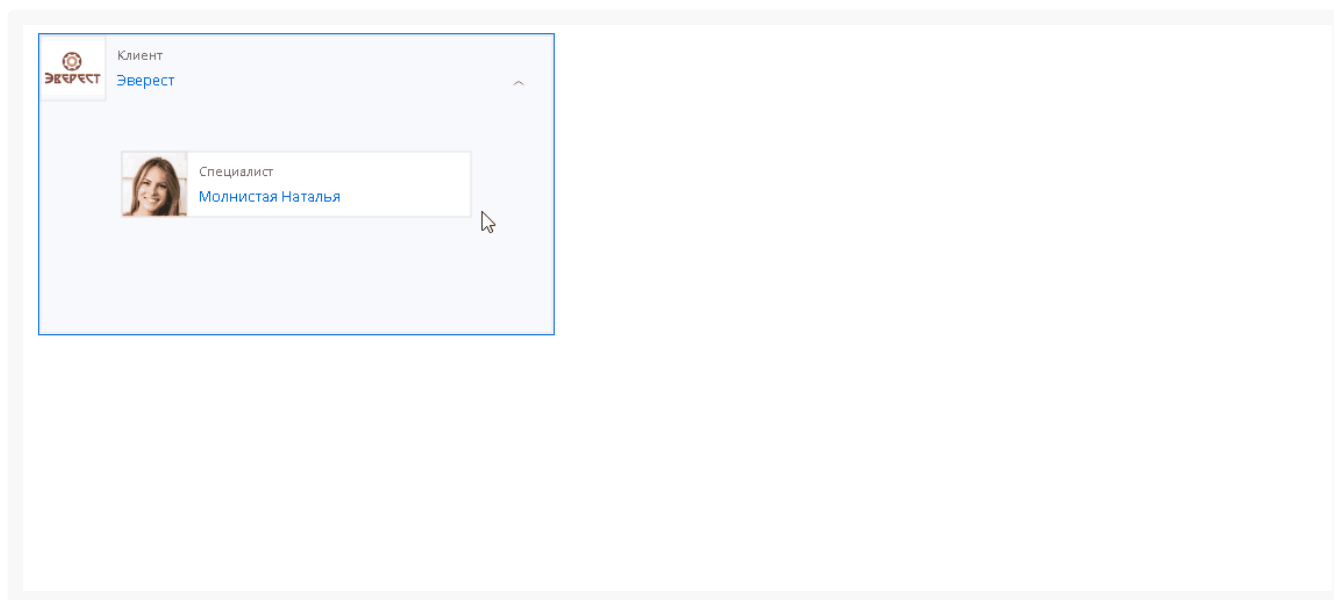
Для этого необходимо добавить формальную связь “Руководитель-Сотрудник” и неформальную “Родственник-Родственник”:


1. Перейдите в раздел [*Контакты*] и откройте нужную запись.
2. Перейдите на вкладку [*Взаимосвязи*].

Откроется блок с фото сотрудника, его ФИО и названием должности.
3. Выделите блок и нажмите кнопку [+] справа.
4. Укажите информацию о добавляемой взаимосвязи (Рис. 6):

- a. В верхней части профиля взаимосвязей оставьте значение “Формальная”.
- b. [*Тип связи*] — выберите “Сотрудник-Руководитель”. Доступны для выбора все типы формальных связей.
- c. [*Контакт*] — выберите нужный контакт из списка доступных.
- d. Добавьте комментарий при необходимости. Этот комментарий будет отображен на диаграмме. Если необходимо отредактировать комментарий после его добавления на диаграмму, то кликните два раза на стрелку и на открывшейся панели настройки внесите изменения в поле [*Комментарий*].

Рис. 6 — Указать информацию о взаимосвязи

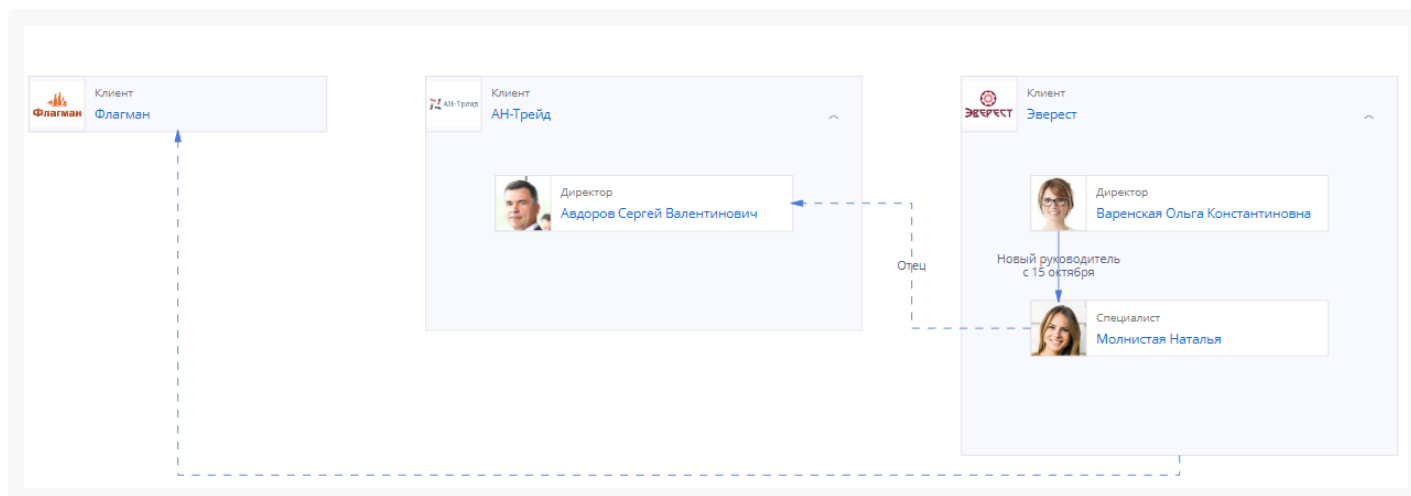


На заметку. Если вы создали связь ошибочно, то кликните на кнопку  на панели справа и подтвердите, что необходимо выполнить удаление.

5. Аналогичным образом добавьте неформальную связь с типом “Родственник-Родственник”. Степень родства вы можете указать, заполнив поле [*Комментарий*].

В результате на диаграмму ко всем имеющимся связям будут добавлены новые. Если для этих взаимосвязей ранее были добавлены связи с другими контактами/контрагентами, то они тоже отобразятся на диаграмме (Рис. 7).

Рис. 7 — Пример настроенной диаграммы контакта



В данном примере: у контрагента АН-Трейд есть связь с сотрудниками и другим контрагентом. При установке связи между двумя сотрудниками, работающими в разных компаниях, на диаграмме будут отображены все связи, в том числе и с тем контрагентом, который связан с работодателем одного из сотрудников.

Важно. Контакт может являться сотрудником только одного контрагента. Если для контакта и контрагента уже установлена формальная связь с типом “Сотрудник-Работодатель”, то при попытке установить формальную связь между сотрудником и другой компанией вы получите уведомление о том, что такую связь установить нельзя. В этом случае вы можете устанавливать неформальные связи.


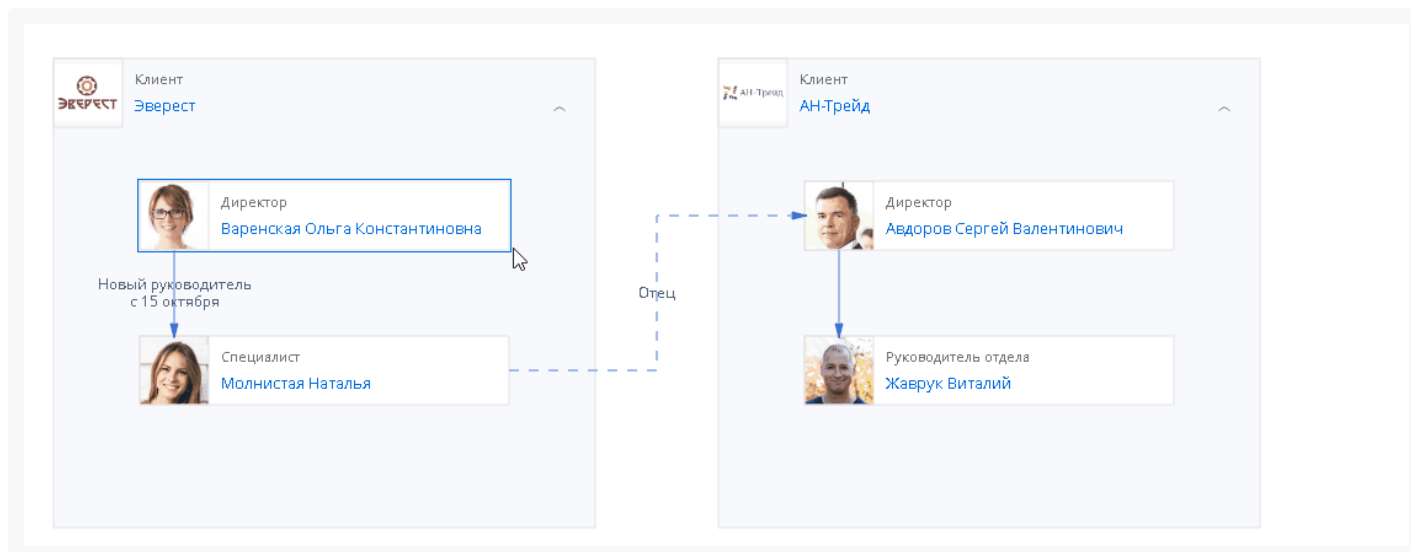
Если необходимо, вы можете **установить связь** между уже добавленными элементами непосредственно на диаграмме. Для этого выделите один из двух элементов, для которых вы хотите настроить связь, нажмите кнопку , протяните стрелочку ко второму объекту и заполните информацию о взаимосвязи (Рис. 8).

Рис. 8 — Добавление новой связи на диаграмме



Примеры добавления взаимосвязей на диаграмму

Пример. Добавить дочерний контрагент на диаграмму головной компании.

- Старт настройки: страница головного контрагента.
- Добавить: [*Контрагент*].
- Значение в верхней части профиля взаимосвязей: “Формальная”.
- Тип взаимосвязи: “Головная компания-Дочерняя компания”.
- Контрагент: запись дочернего контрагента.

Пример. Добавить филиал на диаграмму компании.

- Старт настройки: страница управляющей компании.
- Добавить: [*Контрагент*].
- Значение в верхней части профиля взаимосвязей: “Формальная”.
- Тип взаимосвязи: “Управляющая компания-Филиал”.
- Контрагент: запись филиала.

Пример. Добавить бывшего работодателя на диаграмму сотрудника.

- Старт настройки: страница контакта.
- Добавить: [*Контрагент*].
- Значение в верхней части профиля взаимосвязей: “Неформальная”.
- Тип взаимосвязи: “Бывший работодатель-Сотрудник”.
- Контрагент: запись бывшего работодателя.

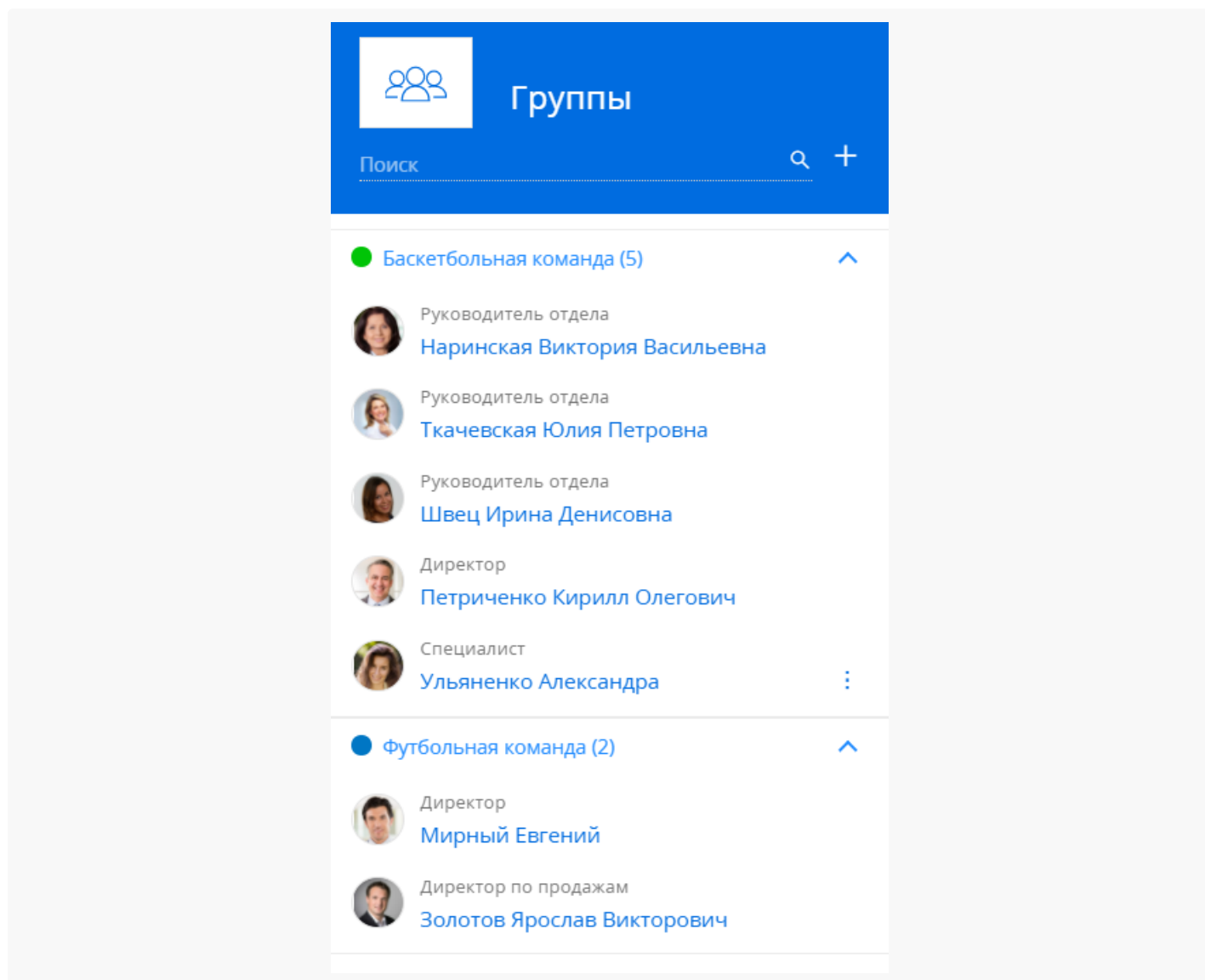
Группировать контакты

Группы взаимосвязей позволяют объединять контактов на основании любых признаков, даже если между ними не установлены какие-либо другие связи. Вы можете группировать контакты как в пределах организации, так и вне ее. Например, вы можете сгруппировать членов спортивных команд, которые являются сотрудниками разных контрагентов и не имеют других формальных или неформальных связей между собой (Рис. 9).

Принадлежность к группе отображается в профиле взаимосвязей контакта и на диаграмме при наведении мыши на блок данного контакта.

На заметку. Группы контактов на диаграмме взаимосвязей не стоит принимать за группы раздела [*Контакты*].

Рис. 9 — Группы взаимосвязей контактов



Добавить новую группу


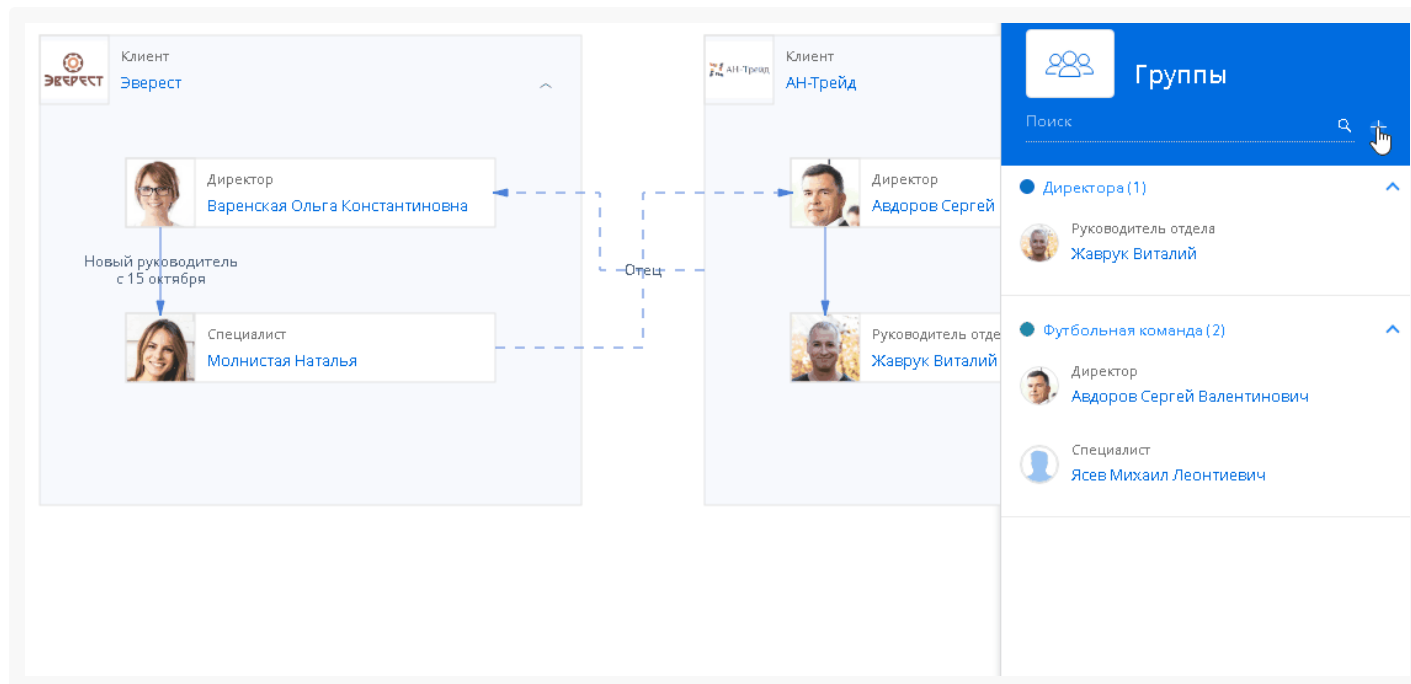




1. Перейдите на вкладку [*Взаимосвязи*] контакта или контрагента и нажмите кнопку .
2. Нажмите кнопку [+].
3. В поле [*Имя*] укажите название группы. Цвет группы устанавливается автоматически, но вы можете его изменить.
4. При необходимости добавьте комментарий.
5. Примените изменения по кнопке [*Сохранить*] (Рис. 10).

Рис. 10 — Добавить новую группу на диаграмму



В результате в список групп контактов будет добавлена новая.

По кнопке  возле названия группы доступны следующие опции:

- **Отредактировать название группы и/или добавить комментарий:** нажмите  .
- **Удалить группу:** нажмите  и подтвердите изменения.
- **Выделить на диаграмме все контакты, которые входят в группу:** нажмите  . Контакты, которые не входят в группу, будут неактивны на диаграмме.

Добавить контакт в группу


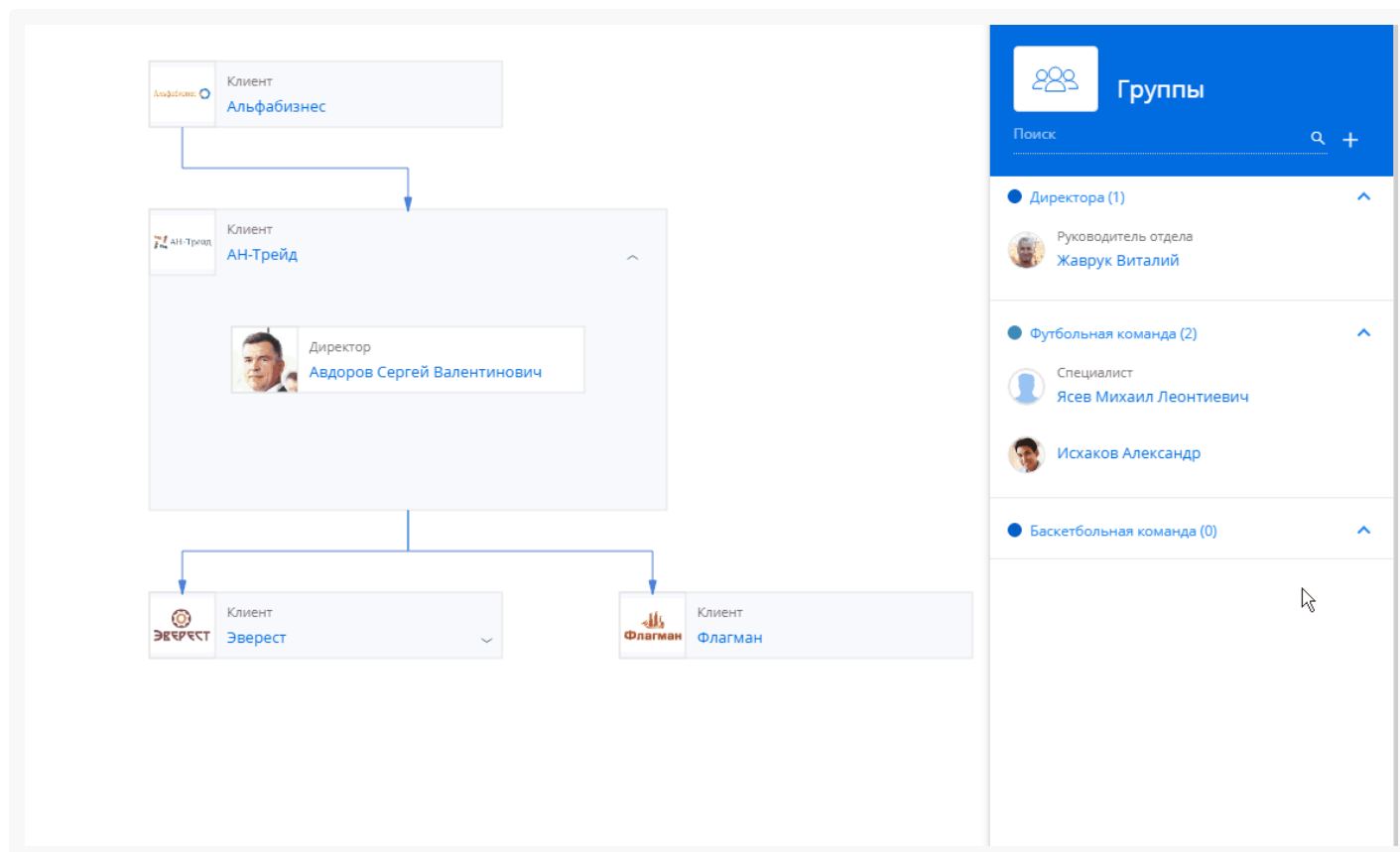


1. Перейдите на вкладку [*Взаимосвязи*] контакта или контрагента и нажмите кнопку .
2. Выберите нужную группу и нажмите [+] рядом с ее названием.
3. В открывшемся окне выберите нужный контакт.
4. При необходимости добавьте комментарий.
5. Примените изменения по кнопке [*Сохранить*] (Рис. 11).

Рис. 11 — Добавить новый контакт в группу



В результате новый контакт будет добавлен в группу.

По кнопке  возле имени участника доступны следующие опции:

- **Добавить комментарий к участнику группы:** нажмите .
- **Удалить участника из группы:** нажмите  и подтвердите изменения.

Связать лендинг с Creatio

ПРОДУКТЫ: [ВСЕ ПРОДУКТЫ](#)

После того как вы [разместили посадочную страницу](#) на вашем сайте, выполните следующие действия:

1. Добавьте [новую запись](#) в разделе [*Лендинги и web-формы*].
2. Настройте [страницу переадресации](#) клиентов.
3. Отредактируйте полученный [уникальный HTML-код](#).
4. Настройте [передачу](#) справочных и нестандартных полей.
5. Разместите уникальный HTML-код [в коде](#) посадочной страницы.
6. Настройте [автоматическое заполнение](#) полей лида (или другого объекта системы), которые не заполняются клиентом.

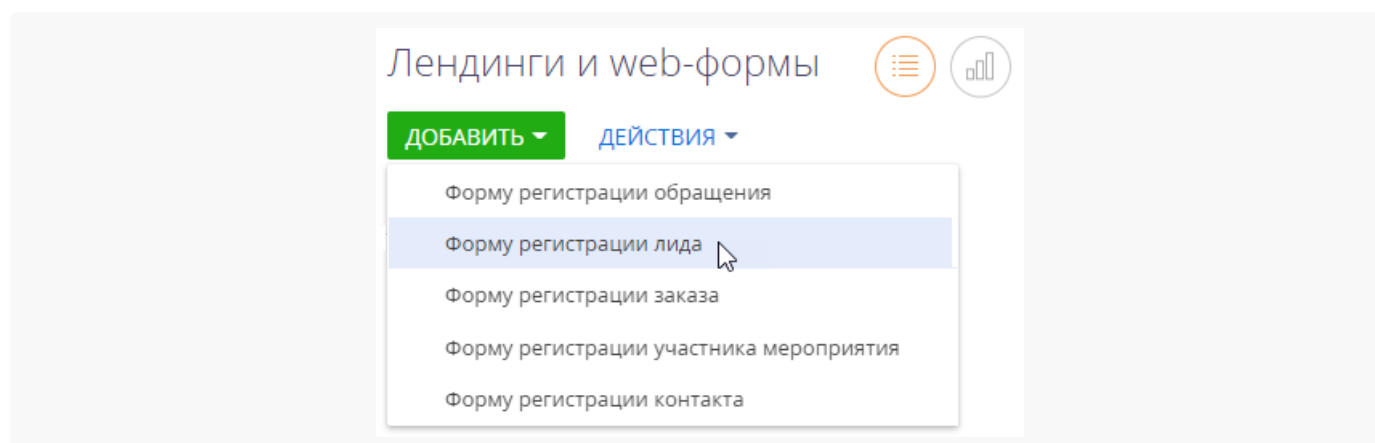
На заметку. Действия по настройке лендингов выполняются web-разработчиком сайта.

Важно. В базовой конфигурации Creatio поддерживается интеграция с CMS, которые позволяют добавление пользовательского кода на языках HTML и JavaScript. Для интеграции с другими CMS, например, WordPress, необходим дополнительный коннектор. Больше информации вы найдете на сайтах [Creatio Community](#) и [Creatio Marketplace](#).

Добавить новую запись в разделе [*Лендинги и web-формы*]

1. Перейдите в раздел [*Лендинги и web-формы*], нажмите кнопку [*Добавить*] и выберите форму объекта, который хотите регистрировать в системе, например, форму регистрации лида (Рис. 1).

Рис. 1 — Создание нового лендинга



2. На открывшейся странице заполните поля:
 - a. [*Название*] — заголовок лендинга в Creatio.
 - b. [*Домены сайта*] — URL посадочной страницы.

На заметку. В поле [*Домены сайта*] можно указать через запятую несколько доменов, для которых настраивается лендинг.

Рис. 2 — Пример заполнения страницы лендинга

Название*

Вебинар

Домены сайта*

Описание

Состояние*

Активен

Создавать контакт

☒

Процесс поиска контакта

Поиск и создание контакта

Лидогенерация Facebook

НАСТРОЙКА ЛЕНДИНГА

ФАЙЛЫ И ПРИМЕЧАНИЯ

ЗНАЧЕНИЯ ПО УМОЛЧАНИЮ

ШАГ 1. Настройте страницу переадресации (опционально)

Адрес перехода

ШАГ 2. Скопируйте код и настройте в нем соответствие полей

```
<script src="https://ajax.googleapis.com/ajax/libs/jquery/1.11.2/jquery.js">
<script src="https://webtracking-v01.bpmonline.com/JS/track-cookies.js">
<script src="https://webtracking-v01.bpmonline.com/JS/create-object.js">
</script>

/**
 * Замените выражение в кавычках "css-selector" в коде ниже значением селектора
 * Вы можете использовать #id или любой другой CSS селектор, который будет
 * Пример: "Email": "#MyEmailField".
 * Если Ваша лендинговая страница не содержит одного или нескольких полей
 */
var config = {
  fields: {
```

ШАГ 3. Вставьте настроенный код на страницу лендинга. Настройте запуск

- с. [Описание] — дополнительная информация о лендинге.
- д. [Создавать контакт] — установите этот признак, чтобы при заполнении клиентом формы на посадочной странице в Creatio автоматически создавался не только лид, но и контакт.
- е. Выберите бизнес-процесс для [определения контакта](#) в поле [Процесс поиска контакта].
- ф. [Адрес перехода] — URL страницы, на которую переходит клиент после регистрации на посадочной странице.

3. Нажмите кнопку [Сохранить].

Настроить страницу для переадресации клиентов

Вы можете выполнить в Creatio настройку, чтобы посетитель вашего сайта после заполнения формы был автоматически перенаправлен на определенную страницу, например, на страницу благодарности. Для этого на вкладке [Настройка лендинга] в поле [Адрес перехода] введите ссылку страницы переадресации, например, `http://mysite.com/submit/thank-you-page`. В результате в HTML-коде, встраиваемом на вашу посадочную страницу, будет использоваться указанный адрес страницы перехода, например:

`redirectUrl: "http://mysite.com/submit/thank-you-page"`

Важно. Настройку страницы переадресации следует выполнить перед внедрением HTML-кода со страницы лендинга Creatio в код вашей посадочной страницы. Если на вашем сайте уже настроена переадресация с посадочной страницы, то поле [Адрес перехода] можно оставить пустым.

Отредактировать уникальный HTML-код

Важно. Кейс описан на примере настройки регистрации лида в системе.

Для корректного заполнения полей лида, созданного после регистрации на посадочной странице, необходимо отредактировать уникальный HTML-код, а затем — разместить его в коде посадочной страницы.

Перечень полей страницы лида, которые заполняются после регистрации клиента на посадочной странице, содержится в блоке “fields” HTML-кода. В этом блоке необходимо настроить соответствие полей веб-формы и страницы лида. Пример такого блока представлен ниже.

```
fields: {

  "Name": "css-selector", // Name of a visitor, submitting the page

  "Email": "css-selector", // Visitor's email

  "Zip": "css-selector", // Visitor's ZIP code

  "MobilePhone": "css-selector", // Visitor's phone number

  "Company": "css-selector", // Name of a company (for business landing pages)

  "Industry": "css-selector", // Company industry (for business landing pages)

  "FullJobTitle": "css-selector", // Visitor's job title (for business landing pages)

  "UseEmail": "css-selector" // Logical value: 'true' equals to visitor's opt-in to receive emails
}
```

Для корректной регистрации лида, HTML-код на посадочной странице должен содержать хотя бы одно поле из блока “contactFields”. Пример такого блока представлен ниже.

```
contactFields: {
  "FullName": "css-selector", // Name of a contact
  "Phone": "css-selector", // Contact's mobile phone
  "Email": "css-selector" // Contact's email
}
```

Выбрать поля для передачи в лид

Вы можете настроить соответствие полей как для стандартных полей лида, так и для пользовательских. Настройка передачи на страницу лида [справочных и нестандартных](#) полей описана в отдельном блоке.

Ниже приведены значения стандартных полей из HTML-кода и соответствующие им поля на странице лида:

- “Name” —> [*ФИО контакта*].
- “Email” —> [*Email*], заполняется электронным адресом клиента.

- “Zip” —> [*Индекс*].
- “MobilePhone” —> [*Мобильный телефон*].
- “Company” —> [*Название контрагента*].
- “Industry” —> [*Отрасль*].
- “FullJobTitle” —> [*Должность*].
- “EventId” —> [*Мероприятие*] . Если уникальный идентификатор мероприятия указан в коде страницы, то он будет иметь приоритет перед настроенными в записи лендинга значениями по умолчанию.
- “UseEmail” —> чек-бокс для подтверждения клиентом согласия на получение маркетинговых материалов.

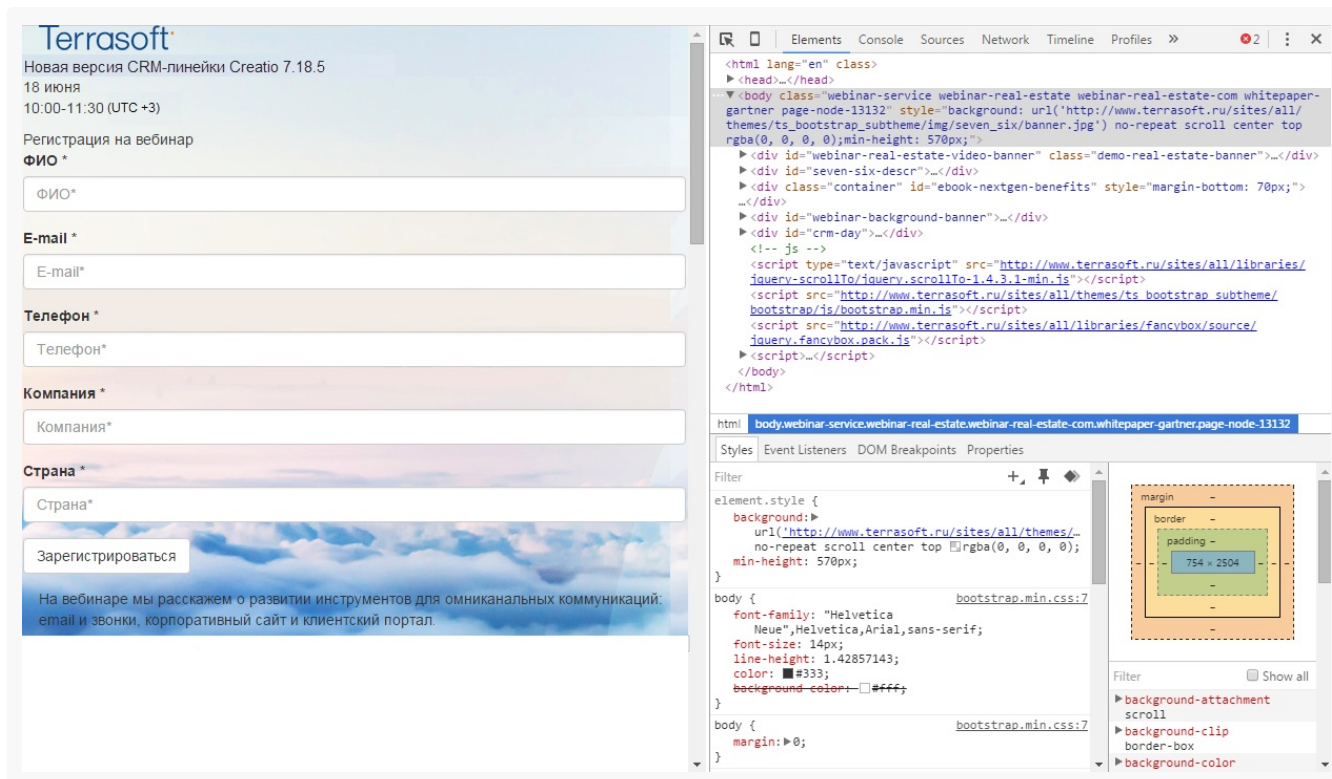
Поля, которые не используются в веб-форме лендинга, можно удалить из HTML-кода при настройке соответствия полей веб-формы и страницы лида.

Настроить соответствие полей веб-формы и страницы лида

Для заполнения страницы лида замените выражение “css-selector” на id либо class соответствующего поля в форме лендинга:

1. Скопируйте уникальный HTML-код в любой текстовый редактор.
2. Замените выражение “css-selector” в полученном коде на название селектора, который содержится на посадочной странице. В разных браузерах процедура вызова исходного кода страницы различается. Рассмотрим пример настройки заполнения поля [*ФИО*] в браузере Chrome.
 - a. Перейдите на посадочную страницу и отобразите исходный код страницы (Рис. 3).

Рис. 3 — Отображение посадочной страницы с исходным кодом




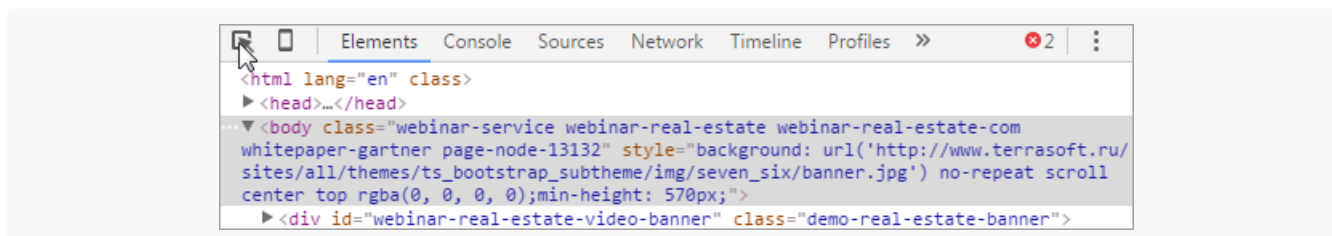
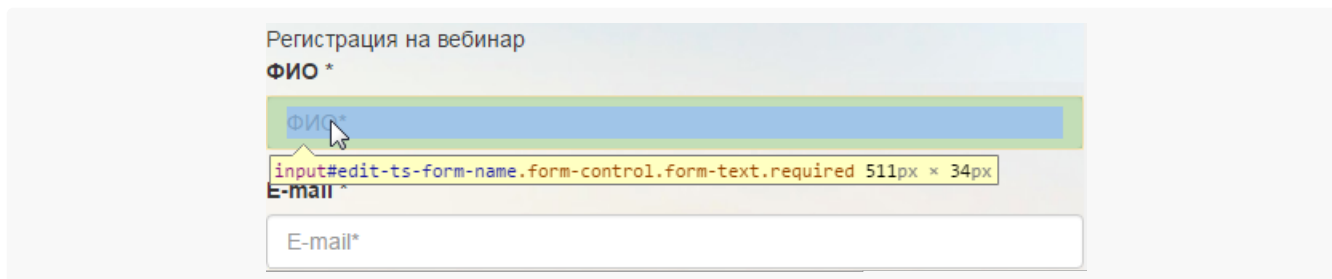
b. В области исходного кода страницы нажмите на иконку  (Рис. 4).

Рис. 4 — Выбор элемента кода на странице



c. Нажмите на поле [ФИО] посадочной страницы (Рис. 5).

Рис. 5 — Выбор элемента для просмотра кода



В области исходного кода страницы выделится часть кода, соответствующая выбранному полю (Рис. 6).

Рис. 6 — Выделенный фрагмент кода, соответствующий выбранному полю [ФИО]


```
<label for="edit-ts-form-name">...</label>
<input placeholder="ФИО*" class="form-control form-text
required" type="text" id="edit-ts-form-name" name=
"ts_form_name" value size="60" maxlength="128" aria-
required="true">
</div>
```

- d. Скопируйте значение, которое содержится в параметре “id” исходного кода посадочной страницы (Рис. 7).

Рис. 7 — Копирование значения параметра “id” исходного кода посадочной страницы

```
<input placeholder="ФИО*" class="form-control form-text
required" type="text" id="edit-ts-form-name" name=
"ts_form_name" value size="60" maxlength="128" aria-
required="true">
```

- e. Замените “css-selector” значения [Name] в уникальном коде:

```
fields: {

  "Name": "#edit-ts-form-name", // Name of a visitor, submitting the page

  "Email": "css-selector", // Visitor's email

  "Zip": "css-selector", // Visitor's ZIP code
}
```

Важно. Используйте значения параметров id или class для замены “css-selector”. Если для замены “css-selector” используется значение параметра “id”, то перед значением необходимо поставить #. Например, #edit-ts-form-name.

3. Аналогичным образом замените “css-selector” других полей, которые используются в форме.

На заметку. Если поле, указанное в HTML-коде, не используется на посадочной странице, то удалите его.

Рекомендации по настройке соответствия полей

- С одним полем формы может быть сопоставлено несколько полей в Creatio. Например, значением, которое клиент укажет в поле “ФИО” вашей формы, могут быть заполнены поля [ФИО] (данные контакта) и [Название] (данные контрагента) на странице лида в Creatio.
- Для одного поля лида в Creatio можно настроить соответствие только одному полю вашей формы. Не следует настраивать заполнение поля лида одновременно из двух полей вашей формы, т.к. в этом случае на странице лида данные из одного поля будут перезаписаны данными другого поля.
- Рекомендуем, чтобы сопоставляемые поля формы и страницы лида имели один и тот же тип и формат. Но в случае, если в справочном поле будет найдено значение, введенное клиентом в поле

другого формата, поле будет заполнено. Например, если в вашей форме поле “Страна” имеет текстовый формат и клиент ввел значение “Россия”, которое содержится в справочнике стран в Creatio, то справочное поле [Страна] на странице лида будет заполнено. Кроме того, для заполнения полей лида [Страна], [Область/штат] и [Город] настроена дополнительная логика. Если в Creatio не будут найдены введенные клиентом значения этих полей, то они сохранятся в дополнительных полях текстового формата, которые отобразятся на странице лида в блоке [Требуется проверки].

- Рекомендуем при работе со справочными полями передавать в лид уникальный код, поскольку название не идентифицирует запись и может являться не уникальным в рамках системы. Если у пользователя установлен другой язык интерфейса (культура), то в случае передачи названия в системе будет создана новая запись, в большинстве случаев являющаяся дублем существующей.
- Вы можете использовать для справочных полей с локализуемыми названиями радиокнопки или выпадающие списки в качестве элемента взаимодействия пользователя с системой, сохраняя в значениях уникальные коды записей системы (Id). Подробнее: [Настроить передачу справочных и нестандартных полей](#).
- Рекомендуем при работе с полями даты и времени (тип данных “DATETIME”) использовать формат передачи данных с указанием часового пояса. Например, чтобы передать значения в часовом поясе UTC-1, используйте формат 4/12/2008 9:30:00 AM -01:00, а в часовом поясе UTC — 4/12/2008 9:30:00 AM +00:00.

Далее [разместите](#) уникальный html-код в коде посадочной страницы.

Настроить передачу справочных и нестандартных полей

В веб-формах посадочных страниц могут использоваться нестандартные поля, например, радиокнопки либо выпадающие списки с данными из справочников.

Важно. Приведенные ниже настройки выполняются администратором веб-сайта и описаны на примере настройки регистрации лида.

Настроить передачу данных, выбранных с помощью радиокнопки

1. Добавьте в html-разметку посадочной страницы скрытое поле. Значение id данного поля может быть произвольным:

```
<input type="hidden" id=" idOfRadiobutton" />
```

2. В коде лендинга в Creatio в блоке “fields” настройте соответствие полей между нужным полем лида и созданным скрытым полем:

```
"UsrField": "#idOfRadiobutton"
```

3. Значение, выбранное с помощью радиокнопки, необходимо передать в ранее созданное скрытое поле. Добавьте полученное выражение, содержащее это значение, в код лендинга перед фрагментом, вызывающим функцию создания лида — createLead:

```
var idOfRadiobutton = $('input[ name=name_of_your_radiobutton ]:checked').val();
```

4. Сохраните изменения.

Настроить передачу значений, выбранных из выпадающего списка

1. Добавьте в html-разметку посадочной страницы скрытое поле. Значение id данного поля может быть произвольным:

```
<input type="hidden" id="fieldId" />
```

2. В коде лендинга в блоке “fields” настройте соответствие между нужным полем лида и созданным скрытым полем:

```
"UsrField": "#fieldId"
```

3. Перед вызовом функции по созданию лида необходимо вычислить значение, которое было выбрано из выпадающего списка и передать это значение в ранее созданное скрытое поле. Затем разместите полученное выражение, содержащее это значение, в код лендинга перед фрагментом, вызывающим функцию createLead:

```
var fieldId = $("#name_of_dropdown option:selected").text();
```

```
$("#fieldId").val(fieldId);
```

4. Сохраните изменения.

После выполнения приведенных настроек данные, выбранные пользователем с помощью радиокнопки либо из выпадающего списка веб-формы, будут передаваться на страницу лида в Creatio.

Добавить отредактированный HTML-код в код посадочной страницы

Важно. Приведенный ниже кейс описан на примере настройки регистрации лида в системе.

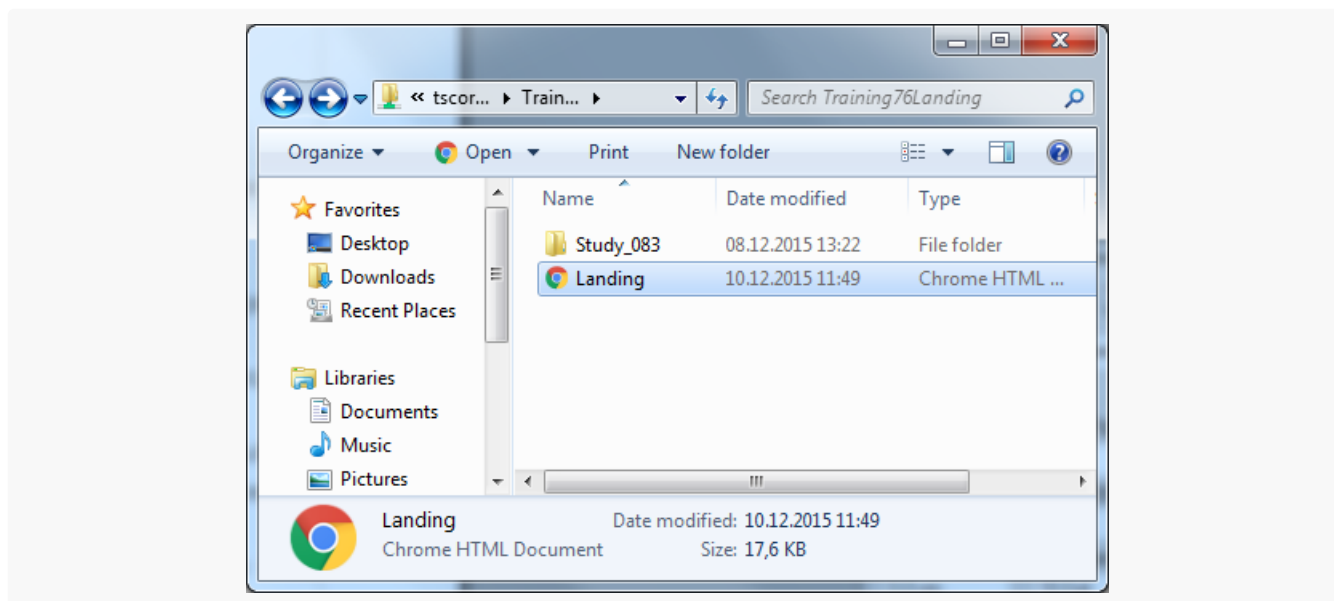
После того как в уникальный HTML-код были внесены все изменения для заполнения страницы лида, разместите его в коде посадочной страницы. Для этого:

1. Полностью скопируйте HTML-код, который вы ранее [отредактировали в текстовом редакторе](#).

2. Разместите исходный код на посадочной странице:

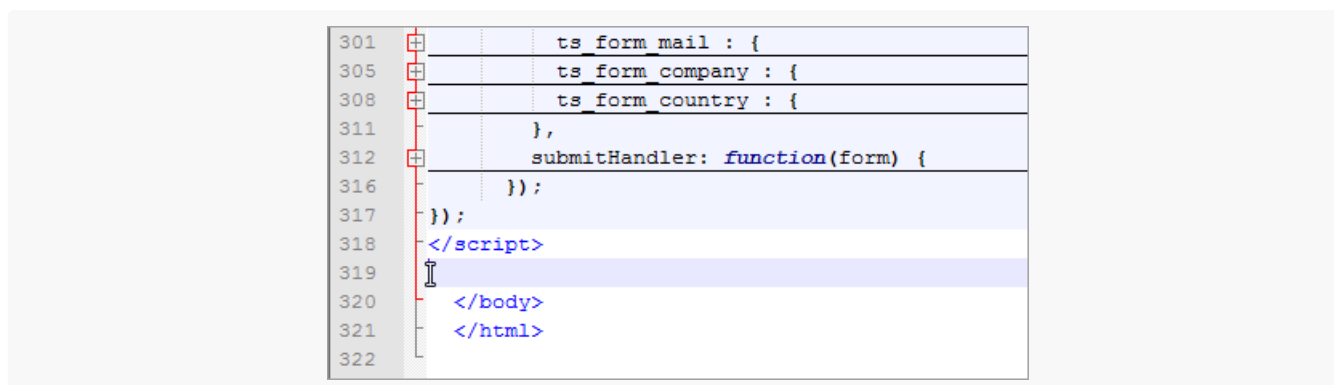
- a. Перейдите в папку на сервере, в которой расположена посадочная страница (Рис. 8).

Рис. 8 — Расположение посадочной страницы на сервере



- b. Откройте лендинг в любом текстовом редакторе.
- c. Вставьте уникальный HTML-код в исходный код посадочной страницы, например, перед закрывающим тегом `</body>` (Рис. 9).

Рис. 9 — Внедрение уникального HTML-кода в исходный код посадочной страницы



- d. Сохраните изменения.
- ## 3. Добавьте событие, которое запускает функцию CreateLead(), в код посадочной страницы. Для этого используется код: `onSubmit="createLead(); return false"`. Чтобы разместить событие в коде посадочной страницы:
- a. В коде посадочной страницы перейдите в часть кода "form action":

```
<span class="registration">Регистрация на вебинар</span>
```

```
<form action="/webinar-creatio-7-6" method="post" id="ts-form-universal-form" accept-charset="utf-8">
```

- b. Добавьте в открывающий тег `<form>` код `OnSubmit="createLead(); return false"`, например:

```
<span class="registration">Регистрация на вебинар</span>
```

```
<form action="/webinar-creatio-7-6" method="post" id="ts-form-universal-form" accept-charset="utf-8">
```

- c. Сохраните изменения.

После настройки связи лендинга и Creatio перейдите к [настройке автозаполнения полей](#) для лидов, полученных с лендинга.

Вести информацию о бывших сотрудниках

ПРОДУКТЫ: [ВСЕ ПРОДУКТЫ](#)

Вы можете вести в разделе [*Сотрудники*] информацию обо всех работниках вашей компании, как нынешних, так и бывших. Максимально полная база контактов поможет при возвращении сотрудника в компанию, работе с рекрутинговыми агентствами или черными списками соискателей. Чтобы настроить список сотрудников:

1. Добавьте в раздел данные о бывших сотрудниках. Вы можете сделать это [импортом](#) или [вручную](#).
2. На странице сотрудника откройте вкладку [*Карьера*] и заполните поля [*Завершение карьеры*] и [*Причина увольнения*].

На заметку. Работающим в системе считается сотрудник, у которого дата завершения карьеры не заполнена или еще не наступила.

3. Если вы располагаете информацией о дальнейшей карьере сотрудника, то внесите ее на деталь [*Карьера*].
4. Сохраните изменения.

По умолчанию в реестре раздела и группах выводятся только записи работающих сотрудников. Чтобы отобразить полный список, снимите быстрый фильтр “Работающие”.

Расчет возраста контактов

ПРОДУКТЫ: [ВСЕ ПРОДУКТЫ](#)

В Creatio для сегментации клиентской базы по возрасту реализован механизм расчета возраста контакта на основании даты его рождения. Если дата рождения контакта не указана на его странице, то в поле

[*Возраст*] будет установлено значение “0”. Это необходимо учитывать при настройке фильтров по возрасту.

Расчет возраста выполняется в Creatio несколькими способами:

- **При сохранении** новой записи контакта или если была изменена дата рождения. В этом случае рассчитывается возраст только для текущего контакта.
- **При запуске действия** [*Обновить возраст*] раздела [*Контакты*]. В этом случае возраст будет обновлен у всех контактов в системе.
- **По расписанию** один раз в сутки. В этом случае пересчет выполняется только для тех контактов, у кого день и месяц рождения совпадают с датой запуска обновления.

Настроить расчет возраста

Вы можете управлять настройками расчета возраста в системе:

- настроить время выполнения ежедневного обновления возраста;
- отключить ежедневное обновление возраста;
- отключить всю функциональность расчета возраста.

Для этого используется группа [системных настроек](#) “Автообновление возраста”.

На заметку. Подробно о системных настройках читайте в статье “Описание системных настроек”. Для управления настройками расчета возраста вам необходимо иметь право на выполнение системной операции “Возможность запускать процесс актуализации данных физ. лиц” (CanRunActualizeContactAgeProcess).

Чтобы **настроить время ежедневного обновления возраста**, в разделе [*Контакты*] выполните действие [*Настроить время обновления возраста*]. Изменения, сделанные через действие раздела [*Контакты*] применятся при ближайшем запуске авторасчета.

Чтобы **отключить ежедневное обновление** возраста для именинников, необходимо снять признак в системной настройке “Запустить ежедневную актуализацию возраста”. После этого функция расчета возраста будет доступна только при сохранении новой записи или по действию в разделе [*Контакты*].

Чтобы полностью **отключить расчет возраста** контактов, снимите признак в системной настройке “Актуализировать возраст”. После этого вся функциональность расчета возраста будет недоступна, независимо от значений других системных настроек группы, а действия [*Обновить возраст*] и [*Настроить время обновления возраста*] перестанут отображаться в перечне действий раздела [*Контакты*]. При отключенной функциональности значение в поле [*Возраст*] будет доступно для редактирования, вы сможете изменять его вручную.

Настроить автозаполнение полей лидов, полученных с лендингов

ПРОДУКТЫ: [ВСЕ ПРОДУКТЫ](#)

После [связывания](#) лендинга с Creatio некоторые поля, используемые в Creatio на странице лида, могут не быть представлены в форме, которую заполнит клиент. Для таких полей вы можете настроить автоматическое заполнение в зависимости от специфики и назначения вашего лендинга.

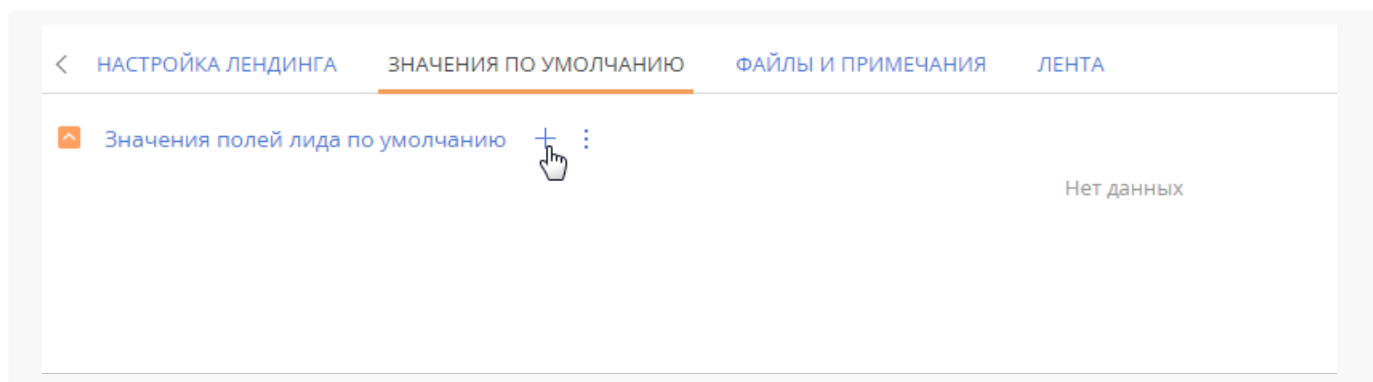
Рекомендуем настроить заполнение по умолчанию для полей [*Тип потребности*] и [*Зрелость потребности*]. Например, форма подписки на специальные предложения по компьютерной технике может быть автоматически связана с типом потребности “Компьютерная техника”. А форму для клиентов, которые готовы к личному общению или заказу вашего предложения, можно связать со зрелостью потребности “Проявлен интерес” или “Готов к продаже”.

Настройка заполнения полей лида значениями по умолчанию выполняется на вкладке [*Значения по умолчанию*]. Вы можете настроить автоматическое заполнение полей любого типа, в том числе и тех, для которых настроено сопоставление. В этом случае значение по умолчанию на странице лида будет указано только в случае, если клиент оставил поле незаполненным.

Чтобы настроить автоматическое заполнение поля лида:

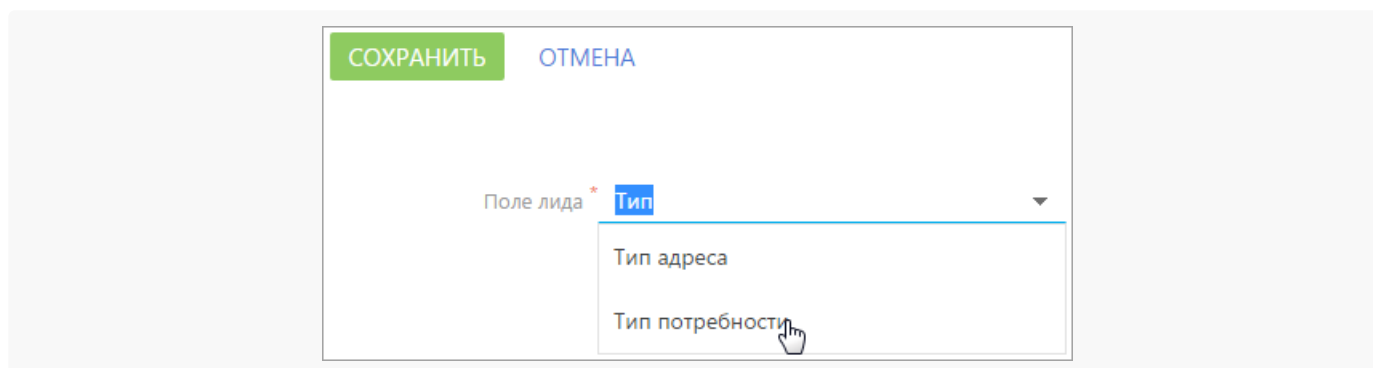
1. Перейдите на вкладку [*Значения по умолчанию*] страницы лендинга. На детали [*Значения полей лида по умолчанию*] нажмите кнопку + ([Рис. 1](#)).

Рис. 1 — Заполнение детали [*Значения полей лида по умолчанию*]



2. Выберите поле [*Тип потребности*] ([Рис. 2](#)).

Рис. 2 — Выбор поля, которое должно заполняться автоматически



3. В поле [*Значение*] выберите значение, которым будет заполнен тип потребности, например, “Потребность в наших продуктах”.
4. Нажмите кнопку [*Сохранить*] ([Рис. 3](#)).

Рис. 3 — Сохранение настроек автоматического заполнения полей

Значения полей лида по умолчанию

СОХРАНИТЬ ОТМЕНА

Поле лида * Тип потребности

Значение * Потребность в наших продуктах

В результате после регистрации на посадочной странице поле лида [*Тип потребности*] будет заполняться автоматически ([Рис. 4](#)).

Рис. 4 — Фрагмент страницы лида

ЗАКРЫТЬ ДЕЙСТВИЯ КВАЛИФИЦИРОВАТЬ

Тип потребности * Потребность в наших продуктах

Стадия лида * Квалификация

Дата создания 25.12.2015 16:03

После настройки автозаполнения полей перейдите к настройке [предзаполнения веб-формы](#) лендинга данными клиента.

Настроить раздел [Сотрудники]


ПРОДУКТЫ: **ВСЕ ПРОДУКТЫ**

Для начала работы с разделом [*Сотрудники*] необходимо выполнить ряд предварительных настроек:

- Настройте перечень должностей сотрудников, принятых в вашей компании.
- Настройте иерархическую структуру департаментов и отделов, чтобы наиболее точно отобразить в системе структуру компании и все внутренние перемещения сотрудников.

Настроить должности сотрудников


Штатное расписание вашей компании может отличаться от штатного расписания, принятого в других компаниях. Для удобства работы отдела кадров в Creatio данные о должностях контактов и сотрудников находятся в разных справочниках. Чтобы настроить должности сотрудников согласно штатному расписанию:

1. Откройте дизайнер системы, нажав кнопку  в правом верхнем углу приложения.
2. В группе “Настройка системы” кликните по ссылке “Справочники”.
3. В открывшемся каталоге справочников выберите группу [*Сотрудники*].

- Откройте наполнение справочника [*Должности сотрудника*].
- Добавьте новую запись в справочник при помощи кнопки [*Добавить*].
- Введите название должности и ее описание.
- Повторите пункты 5 – 6 для всех должностей, предусмотренных штатным расписанием вашей компании.

Настроить структуру департаментов компании

Для ведения полной информации о сотрудниках и внутренних карьерных перемещениях в компании необходимо настроить в системе иерархическую структуру департаментов и отделов вашей компании. Эта настройка выполняется в справочнике [*Подразделения*]. Чтобы настроить структуру:

- Откройте дизайнер системы, нажав кнопку  в правом верхнем углу приложения.
- В группе “Настройка системы” кликните по ссылке “Справочники”.
- В открывшемся каталоге справочников выберите группу [*Сотрудники*].
- Откройте наполнение справочника [*Подразделения*].
- Добавьте новую запись в справочник при помощи кнопки [*Добавить*].

На заметку. Начинать добавление подразделений компании рекомендуется с верхних ступеней иерархической структуры. Это поможет быстрее установить связи между департаментами и корректно сформировать полные названия департаментов и отделов.


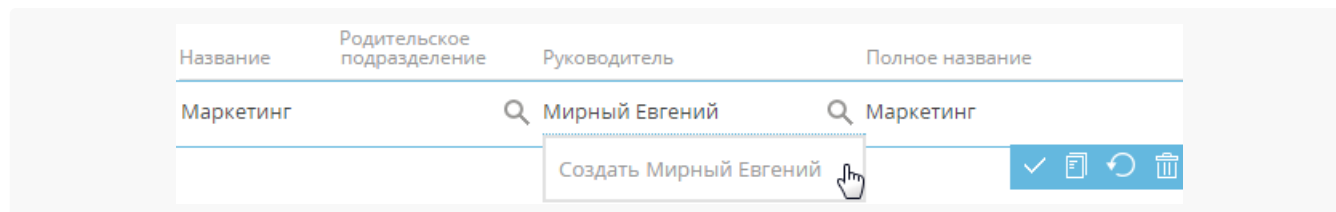

- Введите название подразделения, например, “Совет директоров”.
В поле [*Руководитель*] необходимо указать сотрудника, который возглавляет данное подразделение. Нажмите кнопку  и выберите из списка сотрудников начальника отдела. Если раздел [*Сотрудники*] еще не наполнен, то добавить руководителя подразделения можно двумя способами:
 - Введите имя сотрудника в поле [*Руководитель*]. Система предложит создать запись в разделе [*Сотрудники*] с указанными именем и фамилией (Рис. 1). По клику мышкой в поле с предложением создать запись откроется мини-карточка добавления записи в раздел [*Сотрудники*]. Заполните все поля мини-карточки и нажмите кнопку [*Сохранить*]. В результате созданная запись сотрудника будет указана в поле [*Руководитель*] справочника [*Подразделения*].

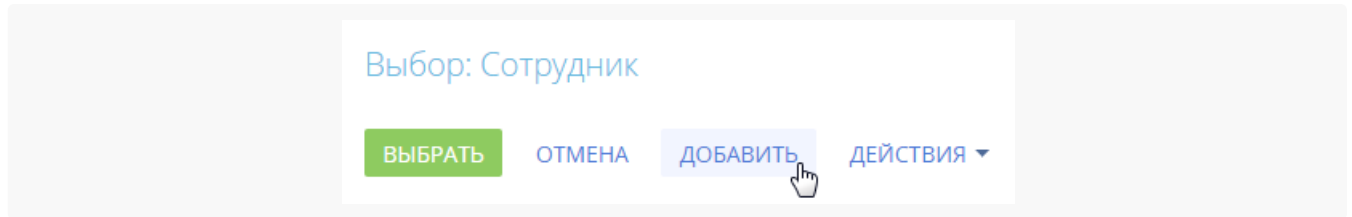
Рис. 1 — Создание новой записи в разделе [*Сотрудники*] из справочника [*Подразделения*]



- Нажмите кнопку  и в появившемся окне выбора значения нажмите кнопку [*Добавить*] (Рис. 2). Откроется страница добавления новой записи сотрудника. Укажите запись контакта, из которой на страницу сотрудника будут перенесены основные персональные данные и средства связи. Укажите для сотрудника контрагента, подразделение и должность. Сохраните страницу. В

результате созданный сотрудник будет указан руководителем подразделения в справочнике [*Подразделения*].

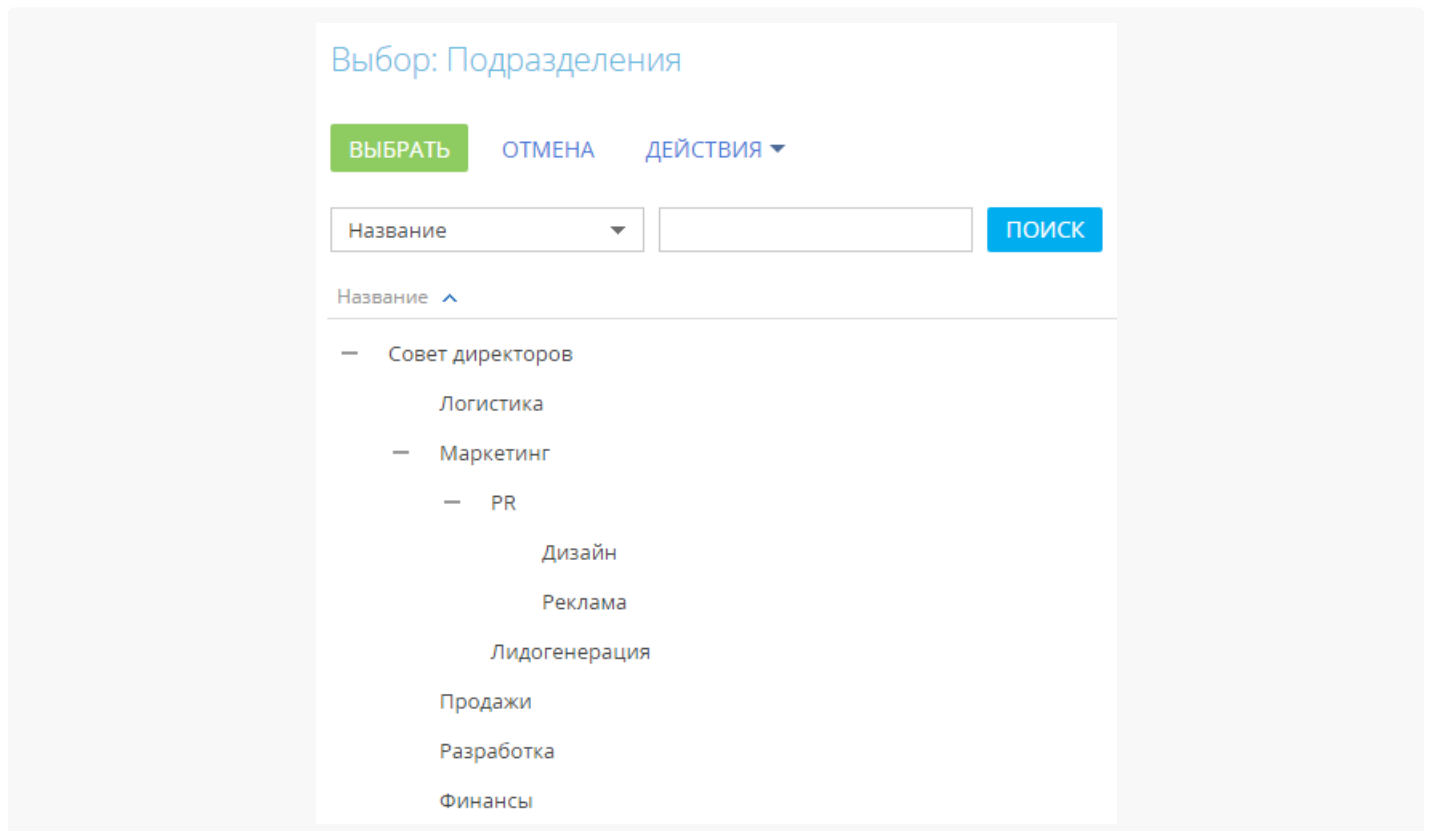
Рис. 2 — Добавление новой записи в раздел [*Сотрудники*] из окна выбора значения



7. Настройте положение созданного отдела в иерархической структуре компании, указав для него родительское подразделение.
8. Повторите шаги 5 – 8 для всех департаментов и отделов вашей компании.
9. Полное название подразделения будет сформировано автоматически. Для этого система использует значения полей [*Название*] и [*Родительское подразделение*].

В результате в системе будет создана полная иерархическая структура компании, которая будет отображаться при выборе подразделения, в котором работает сотрудник (Рис. 3). На основании информации о подразделении на странице сотрудника также будет заполнен профиль руководителя.

Рис. 3 — Окно выбора подразделения страницы сотрудника



Настроить предзаполнение веб-формы

лендинга данными клиента

ПРОДУКТЫ: **ВСЕ ПРОДУКТЫ**

На вашем лендинге в форме обратной связи клиентам предлагается указать информацию о себе (например, ФИО, email-адрес, номер телефона). Полученные таким образом данные фиксируются в Creatio и используются для формирования клиентской базы.

Если ваш лендинг ориентирован на существующих клиентов, то вы можете настроить автозаполнение формы данными из Creatio. Если клиент перейдет на страницу лендинга по ссылке из письма, то некоторые поля формы (например, ФИО, email-адрес, номер телефона) уже будут заполнены. Это облегчит процесс регистрации получателя рассылки, а также позволит избежать ошибок при заполнении полей веб-формы вручную и, как следствие, появления дублирующих записей в Creatio.

Важно. Для использования автоматического заполнения формы на сайте предварительно должна быть настроена связь Creatio с вашей посадочной страницей, а также настроен трекинг событий сайта. Выполнение этих настроек описано в статьях "[Связать лендинг с Creatio](#)" и "[Настроить трекинг событий сайта](#)".

Как работает автозаполнение формы лендинга

Автозаполнение формы посадочной страницы (лендинга) можно настроить для существующей базы контактов. Процесс заключается в добавлении в URL, которая ведет на вашу посадочную страницу из email-рассылки, макроса, который заменяется на значение соответствующего поля для каждого конкретного контакта при отправке рассылки. При переходе такого контакта по ссылке поля формы автоматически заполняются его данными.

В поля веб-формы можно передавать данные как основного объекта системы, так и связанных с ним. Например, это могут быть ФИО и email-адрес контакта, а также номер телефона контрагента, связанного с контактом.

Настроить автозаполнение формы лендинга


Настройка автоматического заполнения веб-формы выполняется в процессе подготовки email-рассылки на этапе добавления в тело рассылки ссылки на вашу посадочную страницу.

Пример. Необходимо передать ФИО и email-адрес контакта Creatio в форму лендинга.

1. Добавьте новую рассылку в разделе [*Email*]. Заполните все необходимые поля на странице рассылки (заголовок рассылки, тему, имя и email отправителя), выберите шаблон (тело) сообщения из предварительно сформированных или сформируйте новый. Детально процесс создания рассылок описан в статьях "[Создать массовую рассылку](#)" и "[Создать триггерное письмо](#)".
2. Перейдите в режим редактирования шаблона рассылки по кнопке [*Редактировать*].
3. В режиме редактирования шаблона выберите элемент, в который необходимо добавить ссылку на

вашу посадочную страницу и нажмите кнопку  панели инструментов.

4. В открывшемся окне укажите URL лендинга с веб-формой, которую будет необходимо заполнить. В конец URL добавьте параметры для автозаполнения формы лендинга в таком формате:
`?Name=[#Адресат.ФИО#]&Email=[#Contact.Email#]`
 В приведенном выше выражении “Name” и “Email” — это названия полей веб-формы на сайте, содержащих ФИО контакта и его электронный адрес. А значения [#Адресат.ФИО#] и [#Contact.Email#] — макросы, добавляемые в тело рассылки. Детально работа с макросами описана в статье [“Персонализировать контент с помощью макросов”](#).

На заметку. Названия полей веб-формы содержатся в блоке “fields” в HTML-коде посадочной страницы. Макросы, соответствующие полям веб-формы, можно получить, перейдя в режим редактирования шаблона рассылки в дизайнера контента и нажав кнопку .

5. Нажмите кнопку [OK]. В редактируемом вами элементе шаблона будет сформирована ссылка на посадочную страницу с веб-формой.
6. Сохраните изменения, внесенные в шаблон письма, а затем сохраните созданную email-рассылку.

В результате, перейдя на посадочную страницу по ссылке в письме, получатель данной рассылки увидит форму лендинга, в полях “ФИО” и “Email” которой уже будут указаны его данные из Creatio.

Расчет полноты наполнения профиля

ПРОДУКТЫ: **ВСЕ ПРОДУКТЫ**

В Creatio вы можете отслеживать качество наполнения профилей клиентов (контактов и контрагентов), а также качество ведения данных о сделках при помощи удобного визуального инструмента.

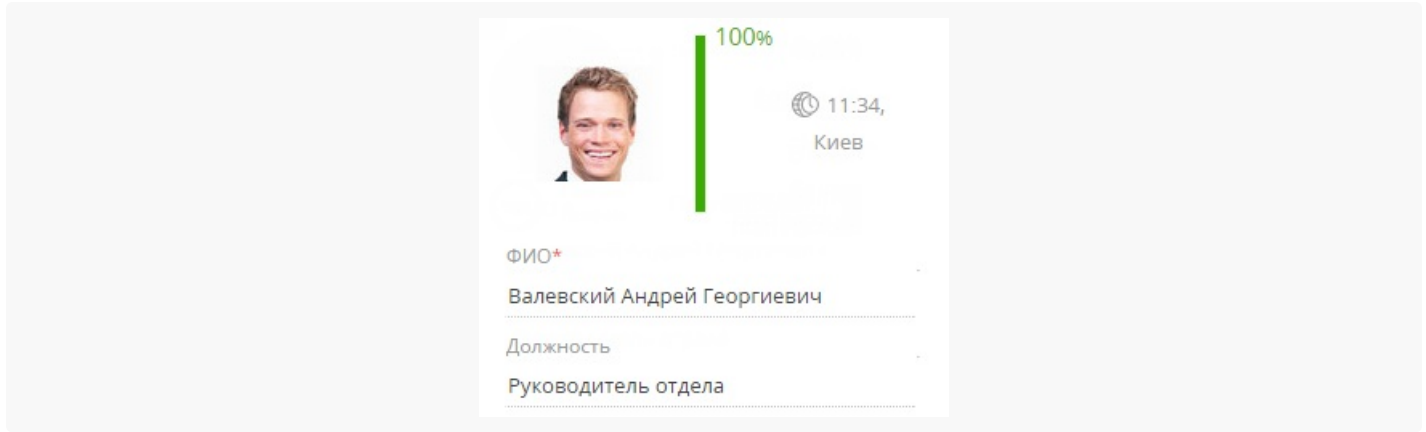
Настраивайте расчет полноты профиля в соответствии с требованиями вашего бизнеса, чтобы ответственным менеджерам всегда были доступны подсказки, напоминающие о том, какими данными необходимо дополнить страницу контакта, контрагента или продажи.

Настройте аналитику, отображающую полноту наполнения профилей в разрезе ответственных, чтобы мотивировать менеджеров вашей компании и качественно вести клиентскую базу и сделки.

Анализировать полноту наполнения профиля

Степень наполненности данными профиля можно оценить на странице контакта, контрагента или продажи при помощи индикатора полноты профиля (Рис. 1). Индикатор полноты профиля находится в левом верхнем углу страницы.

Рис. 1 — Пример индикатора полноты профиля на странице контакта



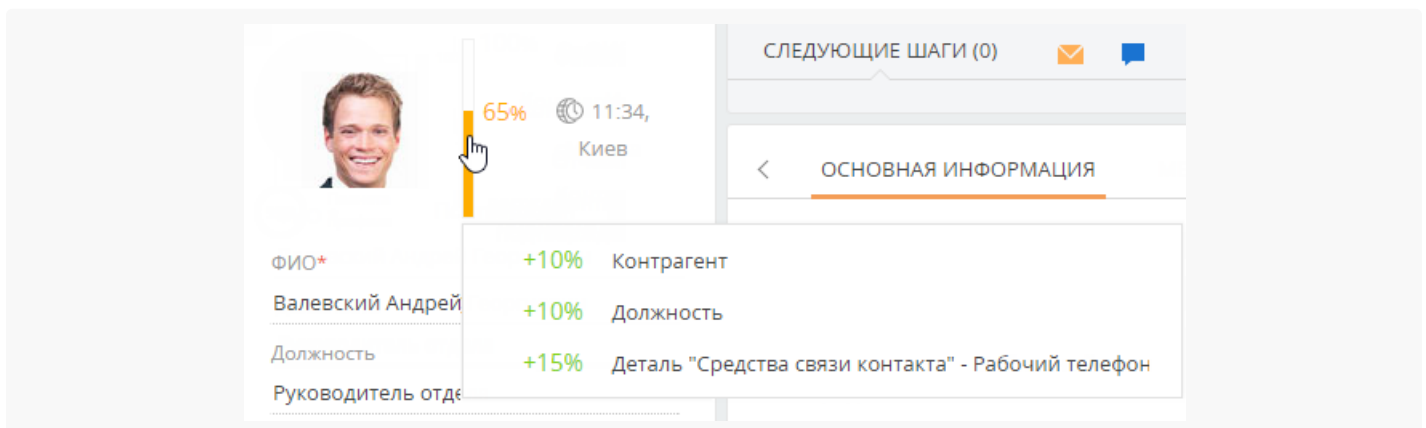
На заметку. Перерасчет показателя полноты заполнения профиля выполняется при открытии страницы контакта или контрагента а также сохранении или изменении правил пересчета в справочнике. Для массового пересчета показателя полноты профиля, к примеру, после [импорта данных](#) из Excel необходимо запустить бизнес-процесс “Обновить полноту профиля”.

Цветовая схема индикатора отображает диапазон значений, в котором находится показатель, — красный цвет для неудовлетворительного диапазона, желтый для удовлетворительного и зеленый для достаточного.

Также на индикаторе отображается суммарный процентный показатель полноты данных. Процентный показатель определяется внесением данных в те или иные поля или на детали на странице. Для каждого элемента на странице вы можете указать его роль в формировании суммарного показателя. Например, можно настроить расчет показателя таким образом, чтобы заполнение роли на странице контакта добавляло 10% к полноте профиля.

Нажмите на индикатор, чтобы отобразить подсказку, содержащую информацию о том, какие поля или детали необходимо заполнить на странице, чтобы увеличить значение показателя. При наличии нескольких незаполненных элементов подсказки будут отсортированы по убыванию процента, который будет просуммирован к показателю полноты профиля при их заполнении (Рис. 2).

Рис. 2 — Подсказки по заполнению страницы контакта



Настроить расчет полноты заполнения профиля

В Creatio можно настроить параметры, по которым выполняется расчет полноты наполнения профиля. Вы можете отрегулировать градацию шкалы индикатора, который отображается на странице записи контакта, контрагента или продажи, а также определить атрибуты, из которых складывается суммарный процентный показатель наполненности профиля данными.

Настройка расчета полноты профиля доступна для записей разделов [*Контакты*], [*Контрагенты*] и [*Продажи*]. Для данных разделов настройка выполняется аналогично.

Для того чтобы настроить параметры расчета полноты профиля контакта, контрагента или продажи:

1. Откройте дизайнер системы по кнопке



в правом верхнем углу приложения.

2. В группе “Настройка системы” кликните по ссылке “Справочники”.

На заметку. Доступ к разделу может быть ограничен при помощи [системной операции](#) [*Доступ к разделу “Справочники”*].

3. В списке справочников найдите справочник [*Полнота наполнения данными*]. Выделите его и нажмите кнопку [*Открыть наполнение*].
4. На открывшейся странице выберите, для записей какого из разделов настроить расчет полноты профиля: [*Контакты*], [*Контрагенты*] или [*Продажа*].
5. Например, рассмотрим настройку расчета полноты профиля для контактов. Для этого необходимо выделить в реестре запись [*Контакты*] и нажать кнопку [*Открыть*].
6. На открывшейся странице можно настроить шкалу и атрибуты индикатора.

Настроить шкалу индикатора

На цветовой схеме шкалы красным цветом отображается отрезок с диапазоном неудовлетворительных значений (в процентах), желтым — удовлетворительных, зеленым — достаточных (Рис. 3).

Чтобы настроить шкалу полноты профиля, определите диапазоны значений, которые соответствуют неудовлетворительному, удовлетворительному и достаточному уровню наполненности профиля данными. Для этого:

1. Укажите верхнюю границу диапазона, соответствующего неудовлетворительному уровню наполненности данными. Это же значение является нижней границей диапазона удовлетворительного уровня. Например, введите значение “50%”.
2. Укажите верхнюю границу диапазона, соответствующего удовлетворительному уровню наполненности данными. Это же значение является нижней границей диапазона, соответствующего достаточному уровню. Например, введите значение “80%”.

Рис. 3 — Шкала полноты наполнения данными профиля



Нижняя граница диапазона неудовлетворительных значений недоступна для редактирования и всегда равна “0%”. Аналогично верхняя граница диапазона достаточных значений недоступна для редактирования и всегда равно “100%”.

Настроить атрибуты индикатора

Настройка атрибутов позволяет определить, какие данные, указанные в профиле, в какой мере влияют на индикатор полноты заполнения профиля данными. Например, вы можете указать, что заполнение компании, в которой работает контакт, добавляет к полноте его профиля 15%.

Для настройки:

1. На панели инструментов детали [*Атрибуты*] нажмите кнопку



На заметку. Общий процент заполнения в справочнике атрибутов равен 100%. Вы сможете добавить на деталь новый атрибут только в том случае, если общий процент заполнения уже добавленных атрибутов ниже 100%.

2. В появившейся строке выберите из выпадающего списка необходимый атрибут. В качестве атрибута могут выступать:
 - a. Значение в поле на странице. Например, роль контакта.
Поля с числовым типом данных считаются заполненными, если в них указано значение, отличное от 0.
 - b. Записи на связанных деталях. Например, звонки, связанные с контактом.
На детали [*Активности*] учитываются только записи с типом “Задача”.
 - c. Значение для каждого из типов типизированной детали.
В Creatio типизированными являются детали [*Адреса*] и [*Средства связи*] страницы контакта и контрагента. Каждый тип адреса (например, доставки, юридический), а также каждый тип средства связи (например, мобильный телефон, email) выступают отдельными атрибутами.
3. Для выбранного атрибута введите значение в процентах, которое соответствует его влиянию на индикатор наполненности профиля. Например, укажите, что заполнение мобильного телефона на страницеконтакта добавляет 25% к полноте профиля.
Аналогичным образом настройте остальные необходимые атрибуты.
При добавлении нового атрибута в колонке [*Процент заполнения*] автоматически указывается максимальное допустимое значение.
По завершении настройки сохраните изменения, внесенные в справочник [*Полнота заполнения данными*]. В результате показатели полноты профиля в записях всех контактов, контрагентов или продаж автоматически актуализируются.

Ведение средств связи и адресов

ПРОДУКТЫ: **ВСЕ ПРОДУКТЫ**

В Creatio управление средствами связи и адресами осуществляется на вкладке [*Основная информация*] страниц контактов и контрагентов. Вы можете добавлять адреса и средства связи, просматривать их на карте и устанавливать запрет на использование отдельных типов средств связи.

Добавить средства связи

На детали [*Средства связи*] вы можете указать все контактные данные контрагента или контакта. Для этого:

1. Перейдите в раздел [*Контакты*] или [*Контрагенты*] и откройте нужную запись.
2. Вкладка [*Основная информация*] → деталь [*Средства связи*] → нажмите кнопку **+**.
3. Выберите средство связи, которое необходимо добавить:
 - [*Рабочий телефон*], [*Мобильный телефон*], [*Домашний телефон*]. Номера телефонов, по которым можно связаться с контактом. Тип средства связи определяется при добавлении записи, но может быть изменен. Поля доступны для учетных записей контактов.
 - [*Основной телефон*], [*Дополнительный телефон*], [*Факс*]. Номера телефонов, которые будут использоваться для связи с компанией. Тип средства связи определяется при добавлении записи, но может быть изменен. Поля доступны для учетных записей контрагентов.
 - [*Web*], [*Email*]. Адреса веб-сайта и электронной почты контакта или контрагента. В реестре записей отображается последний из введенных email-адресов.
 - [*Facebook*], [*Twitter*]. Имена, под которыми контрагент или контакт зарегистрирован в социальных сетях. Заполнение полей осуществляется при помощи отдельной страницы, где можно найти аккаунт соц. сети и связать его с контрагентом или контактом.
 - [*Skype*]. Учетная запись контакта в Skype. Поле доступно для учетных записей контактов.
4. Введите данные в стандартном для данного средства связи формате.
5. Примените изменения по кнопке [*Сохранить*].

Вы можете использовать типы средств связи, настроенные по умолчанию, или добавить собственные. Добавление пользовательских типов средств связи осуществляется в справочнике [*Типы средств связи*]. Для корректной работы пользовательских типов средств связи в справочнике [*Типы средств связи*] укажите для каждого из них на детали [*Типы коммуникаций*]: телефон, социальная сеть, web, email и т.д.

Важно. Если настроена интеграция с MS Exchange, то не рекомендуется менять настроенные по умолчанию типы средств связи — это может привести к проблемам в [синхронизации данных](#).

Настроить запрет на использование средств связи контактов

Если контакт предпочитает одни средства связи и не приемлет использование других, то вы можете отобразить эту информацию на детали [*Средства связи*]. Для этого нажмите кнопку **+** → [*Запрет на использование*] → выберите нужный вариант:

- [*Не использовать Email*].
- [*Не использовать телефон*].
- [*Не использовать SMS*].
- [*Не использовать почту*].
- [*Не использовать факс*].

Признаки указывают, какие средства связи не следует использовать с данным контактом. Например, если контакт не желает получать бумажную корреспонденцию, установите признак [*Не использовать почту*]. Если контакт не давал согласия на получение электронных писем, установите признак [*Не использовать Email*].

Если установлена системная настройка “Отписывать пользователя от всех рассылок”, то признак [*Не использовать Email*] автоматически устанавливается для всех контактов, которые отписались от рассылок. Функциональность доступна для продуктов Sales Creatio и Marketing Creatio.


При отправке массовых рассылок с помощью элемента [*Отправить email*] в ходе выполнения бизнес-процесса или кейса Creatio игнорирует признак [*Не использовать Email*], установленный на детали [*Средства связи*].

Вы также можете отметить средства связи контактов как неактуальные. Функциональность доступна для продукта Marketing Creatio:

- [*Неактуальный*]. Установленный признак свидетельствует о том, что данное средство связи временно не используется. Поле заполняется автоматически при снятии признака [*Актуальный*]. Не отображается на детали [*Средства связи*], но может быть использовано при настройке фильтрации в группах.
- [*Причина неактуальности*]. Причина, по которой данное средство связи является неактуальным: “Hard Bounce” или “Установлено вручную”. Поле заполняется автоматически. Не отображается на детали [*Средства связи*], но может быть использовано при настройке фильтрации в группах.
- [*Не актуален с*]. Дата, начиная с которой данное средство связи является неактуальным. Поле заполняется автоматически. Не отображается на детали [*Средства связи*], но может быть использовано при настройке фильтрации в группах.

Добавить адреса

На детали [*Адреса*] вы можете указать все контактные данные контрагента или контакта. Для этого:

1. Перейдите в раздел [*Контакты*] или [*Контрагенты*] и откройте нужную запись.
2. Вкладка [*Основная информация*] → деталь [*Адреса*] → нажмите кнопку .
3. Выберите тип адреса, который необходимо добавить.
4. На открывшейся странице адреса заполните следующие поля:
 - [*Тип адреса*]. Тип адреса контакта или контрагента. Например, для контакта можно выбрать “Домашний” или “Рабочий”, а для контрагента — “Юридический” или “Фактический”. Тип адреса определяется при добавлении записи, но может быть изменен.
 - [*Основной*]. Признак определяет, что адрес является основным. Основным адрес контакта или контрагента отображается в реестре и профиле записи. По умолчанию признак [*Основной*] устанавливается первому адресу, добавленному на деталь [*Адреса*]. При необходимости вы можете установить признак [*Основной*] любому адресу на детали. Основным может быть только один из адресов.
 - [*Адрес*]. Улица, номер дома, квартиры или офиса. В реестр записей выводится тот из адресов контакта, для которого на странице редактирования адреса установлен признак [*Основной*].
 - [*Город*], [*Страна*]. Местоположение контакта или контрагента. Поля [*Область*] и [*Город*]

связаны с полем [Страна]. Например, если город относится к определенной стране, то при заполнении поля [Город] автоматически заполнится поле [Страна]. Аналогично будет заполнено поле [Страна] при заполнении поля [Область]. Если поле [Страна] уже заполнено, то в справочниках полей [Область] и [Город] будут отображаться только те регионы и города, которые связаны с выбранной страной. Связать регион с определенной страной вы можете в справочнике [Области/штаты], а город — в справочнике [Города].

- [Индекс]. Почтовый индекс контакта или контрагента.

После заполнения одного или нескольких адресов контрагента становится доступно действие раздела [Показать на карте], открывающее окно с картой, на которой отмечены выбранные в реестре контрагенты. Если у контрагента заполнено несколько адресов, например фактический и адрес доставки, то на карте отображаются все указанные адреса. Чтобы увидеть детальное описание, кликните по одному из адресов.

Также адрес контрагента можно увидеть, кликнув при клике по нужной строке на детали [Адреса]. При неточном отображении позиции контрагента установите на карте точку, соответствующую локации контрагента, и сохраните изменения.

Важно. Для отображения адресов используется интеграция с сервисом OpenStreetMap. Сервис разрабатывается и поддерживается сторонней организацией. Creatio не несет ответственности за функционирование сервиса и содержание карт OpenStreetMap.

Определение контактов из веб-форм

ПРОДУКТЫ: **ВСЕ ПРОДУКТЫ**

В Creatio версии 7.18.3 и выше вы можете определить контакт при заполнении веб-формы на новом лендинге. Функциональность доступна для лендингов, которые предполагают создание контактов с помощью бизнес-процесса “Поиск и создание контакта”

Стандартный алгоритм определения контактов

При запуске бизнес-процесса “Поиск и создание контакта” выполняется поиск данных контакта, указанного при отправке формы. Для этого используется набор правил поиска по следующим полям в порядке снижения приоритета:

1. [ФИО], [Email], [Номер телефона];
2. [Email], [Номер телефона];
3. [ФИО], [Номер телефона];
4. [Email].

Если правило с самым низким приоритетом не выявляет совпадений, то создается новый контакт.

Если бизнес-процесс определяет контакт, а данные из формы лендинга содержат новый email-адрес или номер телефона, то Creatio добавит эти данные на деталь контакта [Средства связи] и отметит вариант как актуальный. Если Creatio найдет дубли контактов, то обновит информацию о средствах связи контакта с самой ранней датой создания.

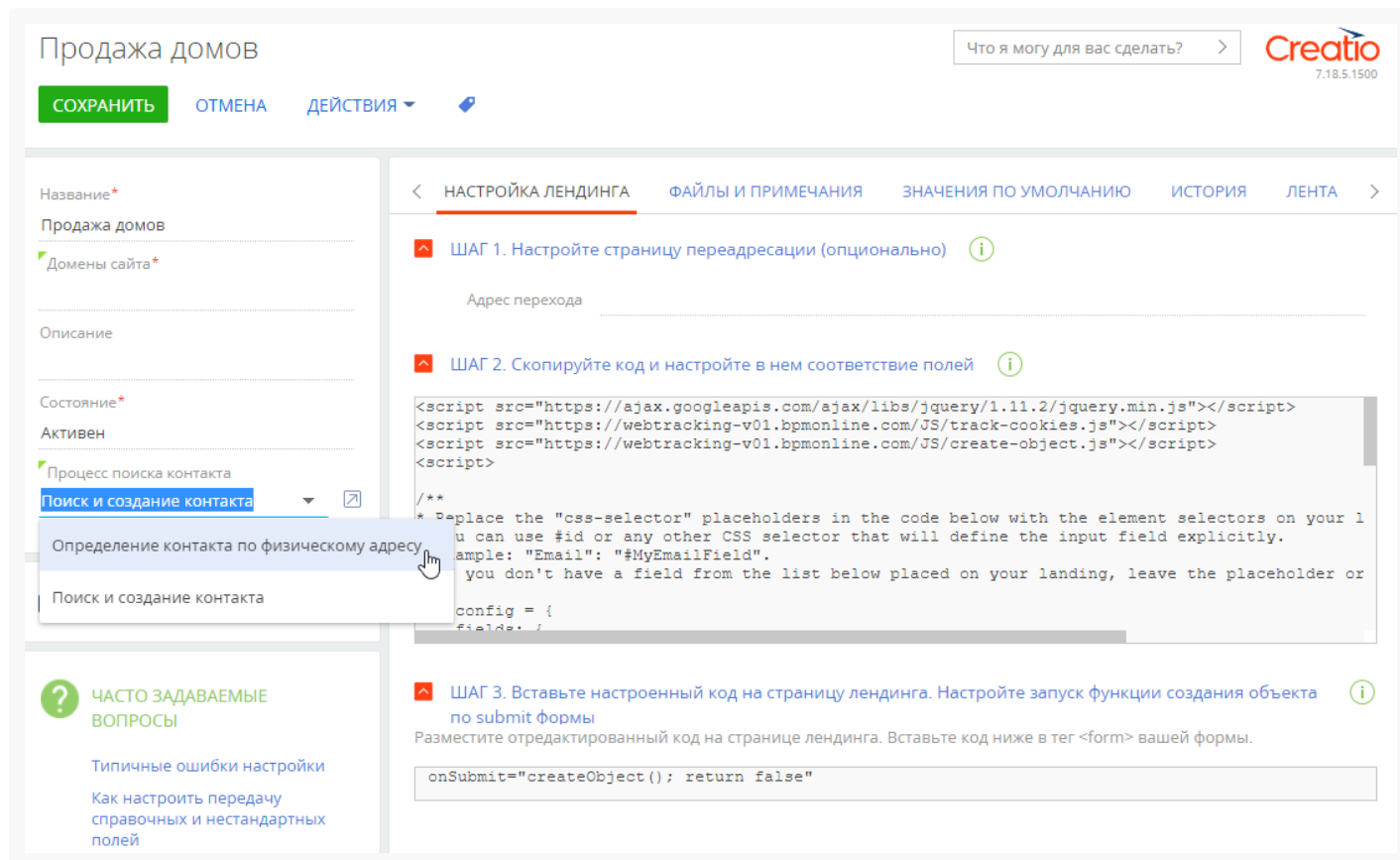
Бизнес-процесс сравнивает цифровые значения полей [*Номер телефона*] найденных контактов без учета других символов. Значения полей [*ФИО*] сравниваются полностью, как в виде комбинаций имени, отчества и фамилии, так и посимвольно. Значения в полях [*Email*] найденных контактов сравниваются посимвольно.

Настроить алгоритм определения контакта

По умолчанию на всех лендингах, где предполагается создание контакта, Creatio использует бизнес-процесс “Поиск и создание контакта”. Для настройки алгоритма определения контакта измените бизнес-процесс “Поиск и создание контакта”. Также вы можете заменить процесс для всех или отдельных лендингов. Для этого:

1. Создайте [бизнес-процесс](#) с пользовательским алгоритмом определения контактов.
2. Добавьте новый процесс в [справочник](#) [*Процесс идентификации контакта с лендинга*].
3. Перейдите в раздел [*Лендинги и web-формы*] → запись нужного лендинга.
4. Выберите созданный бизнес-процесс в поле [*Процесс поиска контакта*] (Рис. 1).
5. Нажмите кнопку [*Сохранить*].
6. Повторите шаги 3–5 для всех необходимых лендингов.

Рис. 1 — Выбор пользовательского бизнес-процесса для определения контакта



Обновить алгоритм определения контакта

Стандартный и пользовательский алгоритмы определения контактов из лендингов, которые использовались в более ранних версиях Creatio, остаются без изменений. Для их обновления:

1. При необходимости настройте существующий [алгоритм определения контактов](#).
2. Перейдите в раздел [*Лендинги и web-формы*] → запись необходимого лендинга.
3. Выберите необходимый бизнес-процесс для определения контакта в поле [*Процесс поиска контакта*].
4. Замените фрагмент кода лендинга, добавленный для версии Creatio ниже 7.18.3, фрагментом на детали [*ШАГ 2. Скопируйте код и настройте в нем соответствие полей*] вкладки [*Настройка лендинга*].

Если веб-форма содержит поля, не указанные в новом фрагменте кода, то выполните дополнительную настройку:

- a. Добавьте во фрагмент кода сопоставления необходимых полей. Подробнее: [Связать лендинг с Creatio](#).
 - b. Добавьте соответствующие столбцы в объект “Данные из веб-формы” (код “WebFormData”).
5. Нажмите кнопку [*Сохранить*] на странице записи раздела.

Часто задаваемые вопросы при настройке лендингов

ПРОДУКТЫ: [ВСЕ ПРОДУКТЫ](#)

Для чего нужен раздел [*Лендинги и web-формы*] в Creatio?

Чтобы формировать базу потенциальных клиентов, основываясь на их потребностях (лидах), вы можете настроить автоматическую регистрацию в Creatio лидов, контактов, участников мероприятий и т. п. Для этого достаточно создать на вашем сайте посадочную страницу, “landing-page”, где заинтересовавшиеся вашим продуктом клиенты будут оставлять свои контактные данные, а также настроить связь между посадочной страницей и Creatio.

Для настройки связи между Creatio и посадочной страницей на вашем сайте используется раздел [*Лендинги и web-формы*]. В нем создается отдельная запись — лендинг, которая содержит основную информацию о вашей посадочной странице, а уникальный HTML-код такой записи необходимо интегрировать в HTML-код вашей посадочной страницы.

После выполнения таких настроек данные потенциального клиента, внесенные в веб-форму, например, ФИО, email-адрес, номер телефона, будут передаваться в Creatio, а на основании этих данных в системе будет автоматически создаваться новый лид или другой объект системы (например, контакт).

Чем отличается лендинг на сайте от лендинга в Creatio?

В процессе создания и настройки посадочной страницы мы имеем дело с двумя сущностями:

- Лендинг — посадочная страница на вашем сайте.

- Лендинг — запись, которая создается в разделе [*Лендинги и web-формы*] Creatio. Содержит информацию о созданной посадочной странице, например, ее название, ссылку и т. д. Такая запись служит для настройки связи между посадочной страницей и Creatio.

И посадочная страница, и запись в разделе [*Лендинги и web-формы*] имеют свой уникальный HTML-код, который используется для связывания этих сущностей. Уникальный код записи из раздела [*Лендинги и web-формы*] интегрируется в HTML-код посадочной страницы на вашем сайте.

Как использовать код лендинга?

HTML-код лендинга необходим для того, чтобы по факту регистрации пользователя на посадочной странице в системе автоматически создавался лид или другой объект (например, участник мероприятия или контакт). Данный код используется для настройки передачи данных с посадочной страницы в Creatio. Предварительно фрагмент кода настраивается для конкретного лендинга, а затем интегрируется в HTML-код посадочной страницы. Детально последовательность работы с HTML-кодом описана в статье [“Связать лендинг с Creatio”](#).

Как использовать поле [*Домены сайта*]?

В поле [*Домены сайта*] необходимо указать URL посадочной страницы.

Например, вы владеете сайтом под названием `www.example.com`. На этом сайте размещена посадочная страница, адрес которой — `www.example.com/landing`. Данный адрес необходимо указать в поле [*Домены сайта*] на странице лендинга в Creatio.

Важно. Адрес, указанный в данном поле, должен совпадать с адресом посадочной страницы, в код которой интегрирован HTML-код лендинга.

На заметку. В поле [*Домены сайта*] можно указать через запятую несколько доменов, для которых настраивается лендинг.

Как использовать поле [*Адрес перехода*]?

Поле [*Адрес перехода*] в коде лендинга определяет страницу, на которую попадет пользователь после того, как заполнит веб-форму. Вы можете указать в данном поле адрес любой страницы вашего сайта, на которую вы хотите переадресовать пользователя. Если настройками вашего сайта предусмотрено другое действие, то оставьте данное поле незаполненным.

Если при создании новой записи в разделе [*Лендинги и web-формы*] вы заполнили поле [*Адрес перехода*], то после сохранения в уникальном HTML-коде данной записи в блоке “`redirectUrl`” будет содержаться ссылка на страницу, указанную в поле [*Адрес перехода*].

Таким образом, для корректной работы необходимо заполнить поля страницы лендинга, включая поле [*Адрес перехода*], сохранить запись, а далее — связать запись лендинга с посадочной страницей. Детально последовательность работы с HTML-кодом описана в статье [“Связать лендинг с Creatio”](#).

Как настроить один лендинг для страницы с несколькими веб-формами?

Если на вашей посадочной странице реализовано несколько веб-форм, то вы можете использовать один лендинг Creatio для настройки связи с ними.

Важно. Приведенные ниже настройки выполняются администратором веб-сайта и описаны на примере настройки регистрации лида.

В стандартном HTML-коде лендинга в Creatio содержится блок “config”, в котором настраивается соответствие полей веб-формы посадочной страницы и полей лида. Чтобы в одном коде настроить соответствие полей лида и **нескольких веб-форм**, необходимо создать в коде столько блоков “config”, сколько веб-форм имеется на посадочной странице. Для каждого из таких блоков необходимо настроить отдельную функцию createLead.

Например, на вашей посадочной странице реализовано две веб-формы. Первая из них содержит поля “ФИО” и “Email”, а вторая – “ФИО” и “Мобильный телефон”. Чтобы использовать один лендинг для посадочной страницы с двумя веб-формами, внесите в код следующие изменения:

1. Скопируйте существующий блок “config” столько раз, сколько веб-форм вы хотите настроить, в данном случае — дважды.
2. Дайте уникальные названия блокам “config”, параметры которых передаются в функцию createLead. Например: “config1” и “config2”.
3. В блоке “config1” настройте соответствие полей с полями первой веб-формы:

```
Name: "#..."
Email: "#..."
```

4. В блоке “config2” настройте соответствие полей с полями второй веб-формы:

```
Name: "#..."
Phone: "#..."
```

5. Настройте две функции createLead:

```
function createLead1() { landing.createLeadFromLanding(config1) }

function createLead2() { landing.createLeadFromLanding(config2) }
```

6. Для каждой из веб-форм настройте вызов отдельной функции createLead:

```
onsubmit="createLead1(); return false"
```

```
onsubmit="createLead2(); return false"
```

После выполнения всех настроек, по факту заполнения пользователем любой из двух веб-форм на вашей посадочной странице в Creatio будет создаваться лид.

Как настроить один лендинг для нескольких страниц?

Если на нескольких посадочных страницах вашего сайта, находящихся в одном домене, реализованы веб-формы с одинаковой структурой полей, то вы можете использовать для них один лендинг Creatio. Для этого в поле [*Домены сайта*] страницы лендинга в Creatio необходимо указать через запятую адреса таких посадочных страниц. Например: <https://www.terrasoft.ua/trial?product=marketing>, <https://www.terrasoft.ua/trial?product=ru-marketing>.

В результате по факту заполнения веб-формы на любой из страниц веб-сайта, в код которой интегрирован HTML-код данного лендинга, в системе будет успешно зарегистрирован лид, участник мероприятия или другой объект системы, регистрация которого настроена.

Почему, несмотря на настроенный лендинг, в Creatio не регистрируются лиды?

После создания лендинга и выполнения [необходимых настроек](#) по факту заполнения веб-формы вашего лендинга в Creatio должен регистрироваться лид или другой объект, для регистрации которого настроен лендинг. Если этого не происходит, возможно, одно из полей страницы объекта (например, лида) является обязательным для заполнения, но оно отсутствует в веб-форме вашей посадочной страницы либо осталось незаполненным.

В таком случае вы можете:

- Снять признак [*Является обязательным*] с необходимых полей на странице лида (или другого объекта) в Creatio. Как изменять поля на страницах, описано в статье "[Настроить поля страницы](#)".
- [Настроить](#) заполнение таких полей значениями по умолчанию.

Как настроить заполнение полей лида значениями по умолчанию при регистрации такого лида через лендинги?

В форме, которую заполнит клиент на посадочной странице, могут быть представлены не все поля, используемые в Creatio на странице лида. Для отдельных полей вы можете настроить автоматическое заполнение значениями по умолчанию. Детальная информация о настройке заполнения полей лида значениями по умолчанию доступна в статье "[Настроить автозаполнение полей лидов, полученных с лендингов](#)".

Как работает поиск дублей контактов при создании лида

через лендинг?

Как только клиент заполнит форму вашего лендинга, в Creatio будет зарегистрирован новый лид. Также автоматически запустится бизнес-процесс “Поиск и создание контакта”, с помощью которого система определит, нужно ли привязать этот лид к существующему контакту или создать новый. Таким образом в приложении работает дедупликация контактов, созданных на основании зарегистрированных через лендинг лидов.

На заметку. Процесс “Поиск и создание контакта” выполняет проверку и создает новый контакт либо привязывает лид к существующему контакту только в том случае, если в лендинге установлен признак [*Создавать контакт*].

Вы можете ознакомиться с процессом “Поиск и создание контакта” и, в случае необходимости, кастомизировать его в библиотеке процессов. Подробнее об алгоритме определения контактов читайте в статье [Определение контактов из веб-форм](#).

Как настроить корректное заполнение времени создания лида в системе?

Возможна ситуация, что при регистрации лида с лендинга (посадочной страницы) в поле [*Дата создания*] фиксируется некорректное время регистрации лида.

Для исключения такой ситуации рекомендуем проверить часовой пояс, который установлен на сервере, где размещается приложение Creatio. Чтобы время создания лида фиксировалось корректно, необходимо убедиться, что часовой пояс на сервере приложения соответствует вашему фактическому часовому поясу.

Можно ли настроить трекинг событий сайта для лидов, зарегистрированных в системе вручную?

Для созданных вручную лидов трекинг событий сайта настроить невозможно.

Трекинг событий сайта осуществляется на основании записей об истории переходов конкретного интернет-пользователя по страницам сайта. В процессе трекинга фиксируется определенная сессия в браузере, для чего используются cookie. Если лид создан вручную, то связи с сессией браузера определенного интернет-пользователя нет. Соответственно, нет возможности проследить историю его переходов между страницами.

Если же интернет-пользователь, совершив несколько переходов по страницам, заполнит веб-форму на посадочной странице вашего сайта, то история его переходов будет передана в Creatio.

На заметку. Если перед заполнением веб-формы посадочной страницы пользователь очистит cookie браузера, то записи об истории его переходов будут удалены и в систему не попадут.

Как настроить передачу данных из одного поля веб-

формы лендинга в отдельные поля страницы лида?

В HTML-коде посадочной страницы есть блок “config”. В данном блоке настраивается сопоставление (маппинг) полей веб-формы посадочной страницы и полей лида. Чтобы настроить соответствие одного поля веб-формы на посадочной странице нескольким полям лида, потребуется добавить в HTML-код посадочной страницы скрытое поле, настроить для него маппинг, а затем настроить отдельную функцию createLead.

Например, в веб-форме вашей посадочной страницы реализовано одно поле “ФИО”. А в Creatio на странице лида данному полю соответствует два отдельных поля — [*Имя*] и [*Фамилия*].

Важно. Описанные ниже настройки выполняются администратором веб-сайта.

Чтобы поля [*Имя*] и [*Фамилия*] страницы лида заполнялись корректно, внесите в код следующие изменения:

1. Добавьте в html разметку два скрытых поля:

```
<input type="hidden" id="selectedNameCaption" />

<input type="hidden" id="selectedSecondNameCaption" />
```

2. В блоке “config” настройте маппинг на скрытые поля:

```
"Name": "#selectedNameCaption"

"SecondName": "#selectedSecondNameCaption"
```

3. Перед вызовом функции по созданию лида добавьте функцию, в которой опишите логику присвоения полям [*Имя*] и [*Фамилия*] значения из поля [*ФИО*].

Ведение карьеры контактов

ПРОДУКТЫ: [ВСЕ ПРОДУКТЫ](#)

Информация о текущем месте работы и карьере контакта, включая текущую и предыдущие должности, хранится в Creatio на вкладке [*Место работы*] страницы контакта.

Чтобы добавить информацию о текущей должности контакта:



1. Перейдите в раздел [*Контакты*] и откройте нужную запись.
2. Заполните следующие поля на вкладке [*Место работы*]:

Должность	Должность, занимаемая контактом, например, “Руководитель отдела”.
Полное название должности	Уточнение названия должности, например, “Руководитель отдела продаж”. При выборе значения поле [<i>Должность</i>] автоматически заполняется этим значением.
Департамент	Подразделение компании, в котором работает контакт, например, “Продажи” или “Маркетинг”.
Роль	Роль контакта в принятии решений на уровне подразделения или компании, например, “ЛПР” (лицо, принимающее решение), “ЛВР” (лицо, влияющее на решение).

Данные вкладки [*Место работы*] автоматически добавляются на деталь [*Карьера*].

При этом указывается название компании, дата начала работы, а также устанавливаются признаки [*Основное*] и [*Текущее*]. При добавлении новой записи о месте работы на детали [*Карьера*] в ней устанавливаются признаки [*Основное*] и [*Текущее*], а поле [*Начало*] заполняется текущей датой. При этом в записи о предыдущем месте работы автоматически снимается признак [*Текущее*], а также заполняется текущей датой поле [*Завершение*].

Если вам необходимо добавить дополнительную информацию о текущей и предыдущих должностях контакта, то выполните следующие действия:

1. Откройте страницу нужного контакта и перейдите на вкладку [*Место работы*].
2. На детали [*Карьера*] нажмите кнопку  , чтобы добавить новую запись.
Чтобы изменить существующую запись, выделите ее в реестре детали, нажмите кнопку  и выберите [*Изменить*].
На открывшейся странице вы можете заполнить или отредактировать следующие поля:

Контакт	Текущий контакт. Поле недоступно для редактирования.
Контрагент	Работодатель контакта.
Должность	Должность, занимаемая контактом, например, “Руководитель отдела”.
Полное название должности	Уточнение названия должности, например, “Руководитель отдела продаж”.
Департамент	Подразделение компании, в котором работает контакт.
Роль	Роль контакта в принятии решений на уровне подразделения или компании, например, “ЛПР” (лицо, принимающее решение), “ЛВР (лицо, влияющее на решение).
Начало	Дата начала работы сотрудника в компании на этой должности.
Завершение	Дата смены места работы.
Основное	Признак указывает, что данное место работы является основным.
Текущее	Признак указывает компанию, в которой контакт работает на текущий момент.
Причина смены места работы	Причина, по которой сотрудник решил сменить должность, например, “Интересная работа” или “Карьерный рост”.
Описание	Дополнительная информация о месте работы контакта.

На заметку. Информация о том месте работы, для которого установлены признаки [Основное] и [Текущее], будет отображаться в группе полей [Место работы].

Данные на детали [Карьера] синхронизируются с информацией группы полей [Место работы]. Если в записи детали [Карьера] с установленными признаками [Основное] и [Текущее] снять один из признаков, то в группе полей [Место работы] автоматически очистятся поля с данными о месте работы. При изменении записи с признаками [Основное] и [Текущее] автоматически обновляется информация о месте работы в группе полей [Место работы]. Если для какой-либо записи детали [Карьера] установить признак [Основное], но на детали уже есть другая запись, в которой этот признак установлен, то он снимется автоматически.

Обогатить данные контакта

ПРОДУКТЫ: [ВСЕ ПРОДУКТЫ](#)

В Creatio вы можете поддерживать максимальную наполненность и актуальность клиентской базы благодаря функциональности обогащения данных. Обогащение данных контактов позволяет поддерживать в системе актуальную информацию об их средствах связи, адресах, знаменательных событиях и контрагентах.

В несколько кликов вы можете добавить в систему новых пользователей, а также обогатить данные контактов из переписки, профилей в социальных сетях и других доступных источников.

Важно. Для использования функциональности обогащения данных из писем и открытых источников пользователям Creatio on-site необходимо указать в [системной настройке](#) “Включить обогащение данных контакта из входящих писем” (код “EnableEmailMining”) персональный ключ облачных сервисов.


Обогатить данные контакта из входящих писем

Интеллектуальное обогащение позволяет поддерживать актуальные контактные данные и создавать новые контакты в несколько кликов. При получении письма система автоматически ищет новую информацию о контакте в тексте письма, например:

- ФИО контакта;
- название контрагента контакта;
- номера телефонов;
- email-адреса;
- учетные записи в социальных сетях;
- web-сайты.

Если информация найдена, то вам необходимо выбрать — добавить ее в профиль контакта или создать новый контакт.

Если тип средств связи, обнаруженных при проверке письма, не был указан в подписи, то при обогащении таким средством связи будет присвоен тип, установленный в системе по умолчанию. Например, для номеров телефонов это будет “Рабочий телефон”. Изменить тип загруженных данных можно будет на странице контакта. Типы средств связи по умолчанию устанавливаются в системной настройке [*Тип средства связи контакта по умолчанию*].

Проверка писем на наличие новой информации производится системой в момент загрузки почты. Система определяет не только отдельные письма, но также и всю цепочку переписки, анализируя данные всех ее участников. При этом сравниваются подписи входящих email-сообщений и зарегистрированных в системе контактов. Если обнаружены данные для обогащения, то рядом с заголовком письма в области email-сообщений коммуникационной панели появляется кнопка .

Для обогащения данных контакта:


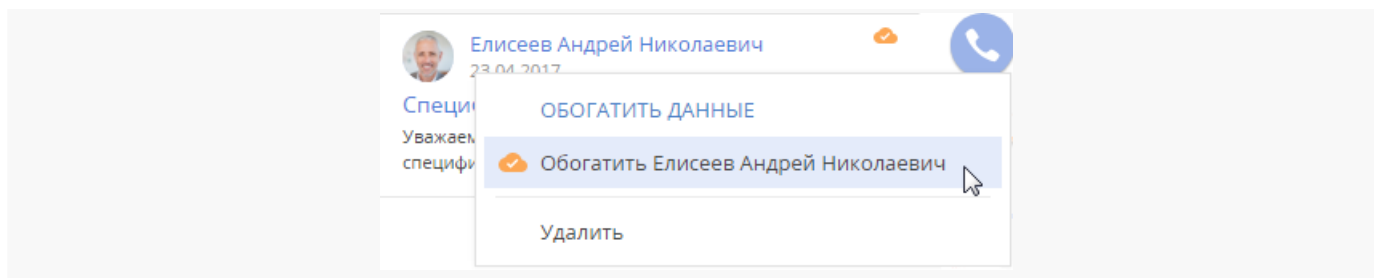
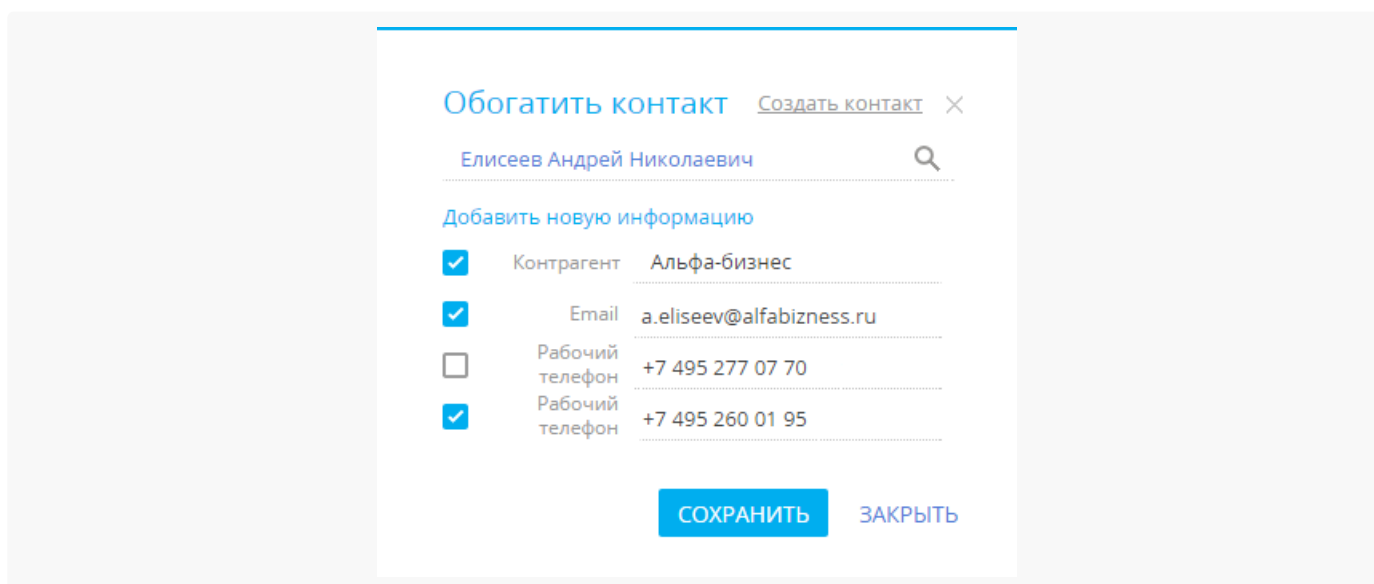
1. Нажмите кнопку .
2. В появившемся меню отобразится перечень всех контактов, по которым можно создать или обновить записи. Выберите действие [*Обогатить “имя контакта”*] ([Рис. 1](#))

Рис. 1 — Обогащение данных контакта из письма



3. В открывшемся окне выберите из найденных в подписи email-сообщения те данные, которые хотите добавить на страницу контакта (Рис. 2).

Рис. 2 — Окно данных для обогащения



На заметку. Если письмо входит в цепочку сообщений, то в окне контактных данных может быть представлена не только информация о текущем контакте, но и дополнительные данные, обнаруженные системой в письмах из переписки, например, email-адрес из пересланного сообщения. Проверьте список данных для обогащения, прежде чем добавлять их в систему.

4. Сохраните новые данные.

В результате найденная в письмах и подтвержденная вами информация будет добавлена на страницу контакта и обновлена во всей переписке за предыдущие дни. Новые данные отразятся также на шкале полноты заполнения профиля контакта.

Данные контакта, предложенные для обогащения, но не выбранные пользователем, система запомнит и больше не будет предлагать для этого контакта.

Обогатить данные контакта со страницы обращения


В продукте Service Creatio функциональность обогащения данных контактов из писем доступна в


истории переписки на страницах зарегистрированных по этим письмам обращений. Она ускоряет обработку обращений оператором, позволяя в несколько кликов:

- дополнить информацию о контакте новыми данными, если они были обнаружены в подписи email-сообщения;
- добавить новый email-адрес на страницу контакта;
- создать новый контакт по email-адресу и псевдониму заявителя и указать его в качестве контакта обращения.

Важно. Добавление нового email-адреса на страницу контакта и создание нового контакта из лица из истории переписки в обращении доступно только в том случае, когда в системе не настроено автоматическое создание контактов по неопознанным email-адресам. Управление поведением системы при получении писем с неизвестного адреса осуществляется при помощи системной настройки [*Создавать контакты по неопознанным email-адресам*].

Обогатить данные со страницы контакта

Вы можете запустить интеллектуальное обогащение данных контакта не только из области email-сообщений коммуникационной панели, но и прямо со страницы контакта. При наличии данных для обогащения в профиле контакта появится кнопка . Обогащение данных происходит аналогично [обогащению данных из email-сообщения](#).

После добавления на страницу контакта данных, обнаруженных системой в переписке, кнопка  исчезнет из email-сообщений в коммуникационной панели и со страницы контакта.

Функциональность обогащения данных контактов из писем доступна в истории переписки на страницах зарегистрированных по этим письмам обращений. Она ускоряет обработку обращений оператором, позволяя в несколько кликов:

- дополнить информацию о контакте новыми данными, если они были обнаружены в подписи email-сообщения;
- добавить новый email-адрес на страницу контакта;
- создать новый контакт по email-адресу и псевдониму заявителя и указать его в качестве контакта обращения.

Важно. Добавление нового email-адреса на страницу контакта и создание нового контакта из истории переписки в обращении доступно только в том случае, когда в системе не настроено автоматическое создание контактов по неопознанным email-адресам. Управление поведением системы при получении писем с неизвестного адреса осуществляется при помощи системной настройки [*Создавать контакты по неопознанным email-адресам*].


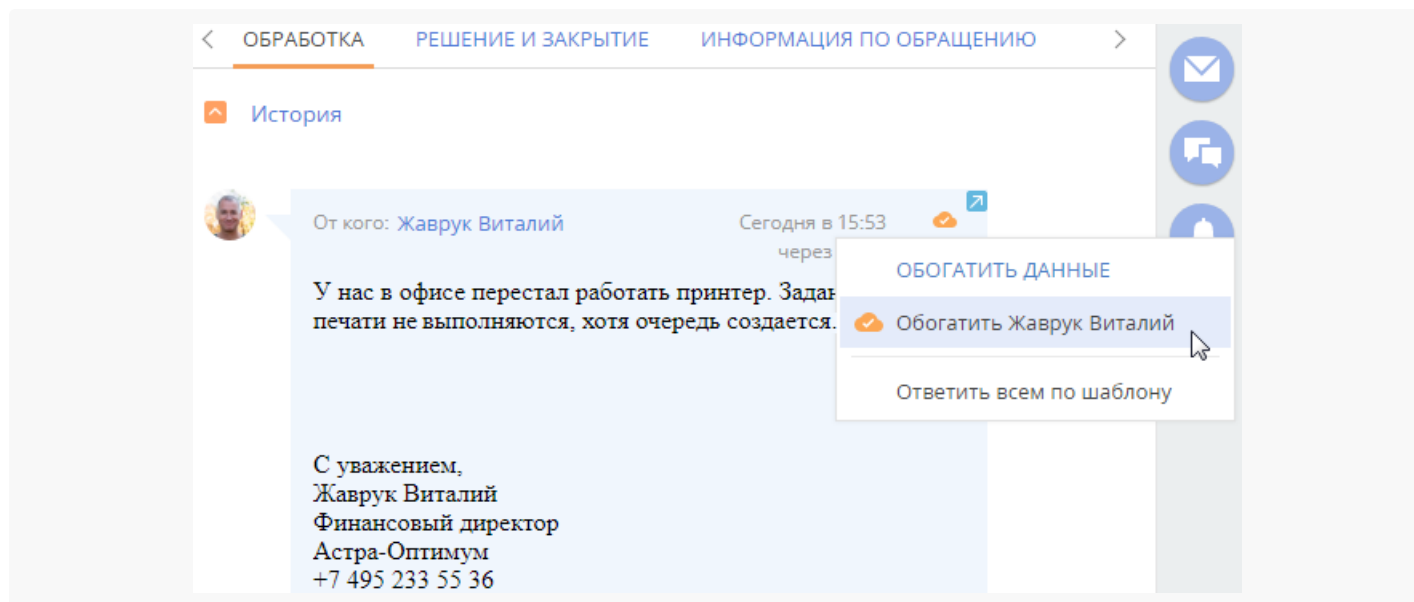
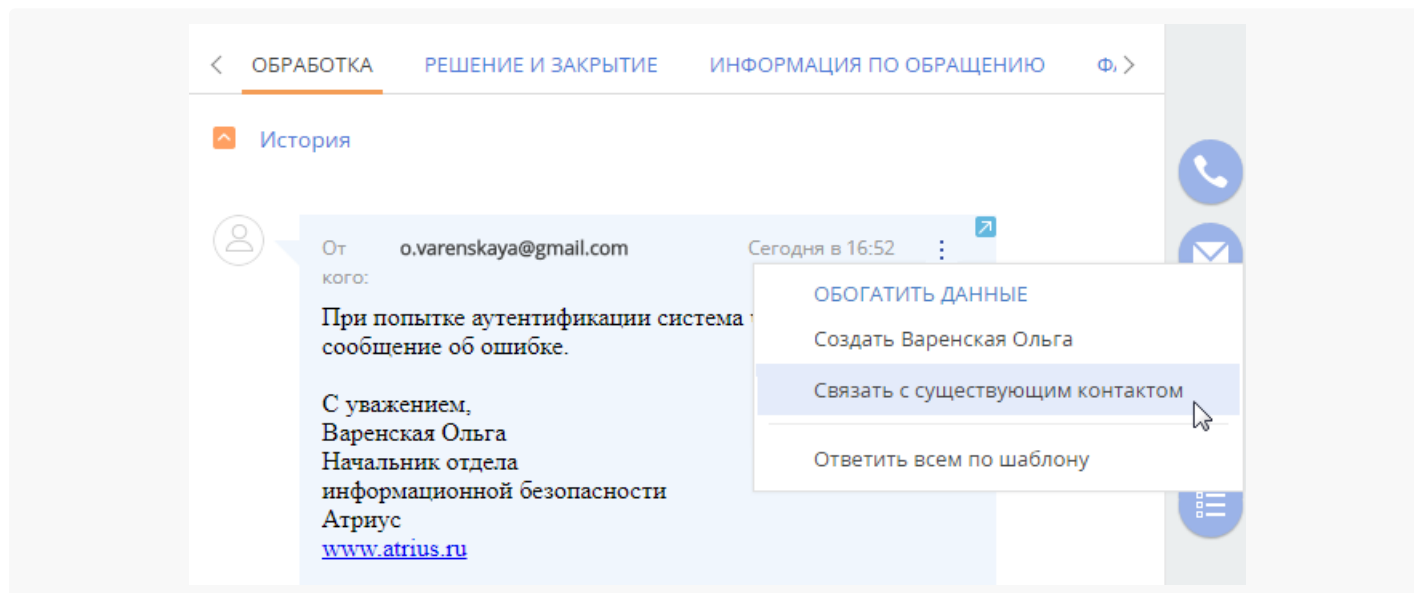
Если в подписи входящего письма от известного контакта система обнаружит новые данные, то в цепочке переписки на странице обращения появится кнопка  ([Рис. 1](#)). Обогащение данных происходит аналогично [обогащению данных из email-сообщения](#) в коммуникационной панели.

Рис. 1 — Обогащение данных контакта со страницы обращения



Если обращение было зарегистрировано по письму с неизвестного адреса существующего контакта, вы можете в несколько кликов добавить этот адрес в систему прямо со страницы обращения. Для этого нажмите кнопку [*Связать с существующим контактом*] и укажите контакт, на страницу которого нужно добавить новый адрес ([Рис. 2](#)).

Рис. 2 — Добавление email-адреса для существующего контакта



После добавления нового email-адреса в средства связи контакта письмо отобразится на детали [*Email*] страницы контакта. Система предложит указать выбранный контакт в качестве контакта в обращении.



Получить информацию о контакте из Facebook

Поддерживайте данные о зарегистрированных в системе контактах в актуальном состоянии, используя возможности интеграции Creatio с Facebook.

Для получения дополнительной информации о контакте из Facebook предназначено действие

[*Обогатить данными из соц. сетей*]. Чтобы выполнить данное действие, необходимо указать учетную запись Facebook на детали [*Средства связи*] контакта.

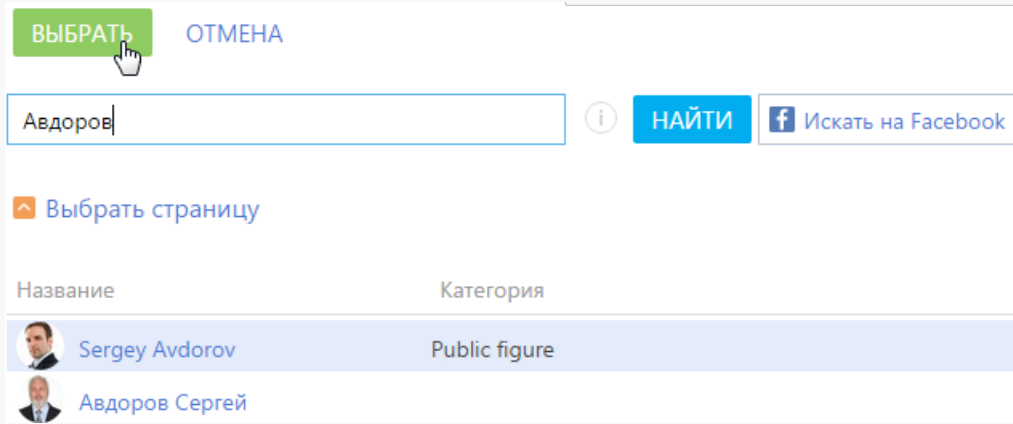
Связать контакт с его учетной записью в Facebook

1. На странице контакта разверните деталь [*Средства связи*] и нажмите кнопку .
На странице контакта можно добавить только одно средство связи с типом “Facebook”.
Если вы ранее не использовали интеграцию с Facebook, то при нажатии на кнопку  откроется окно авторизации в Facebook.
2. На открывшейся странице поиска в Facebook отобразятся удовлетворяющие условиям поиска публичные страницы и профили Facebook контакта, если они есть. Вы можете изменить условия поиска или указать в поле поиска ссылку на страницу контакта в Facebook, если она вам известна.

На заметку. Если ссылка на профиль контакта в Facebook не содержит числовой ID пользователя, то искомый профиль не отобразится в результатах.

3. Выберите учетную запись, которую необходимо добавить на деталь [*Средства связи*] контакта ([Рис. 1](#)).



Рис. 1 — Выбор учетной записи контакта



ВЫБРАТЬ ОТМЕНА

НАЙТИ
Искать на Facebook

Выбрать страницу

Название	Категория
 Sergey Avdorov	Public figure
 Авдоров Сергей	

В результате на деталь [*Средства связи*] контакта будет добавлена новая запись с типом “Facebook”.
Если у контакта не было фотографии, она также будет добавлена из его страницы Facebook.

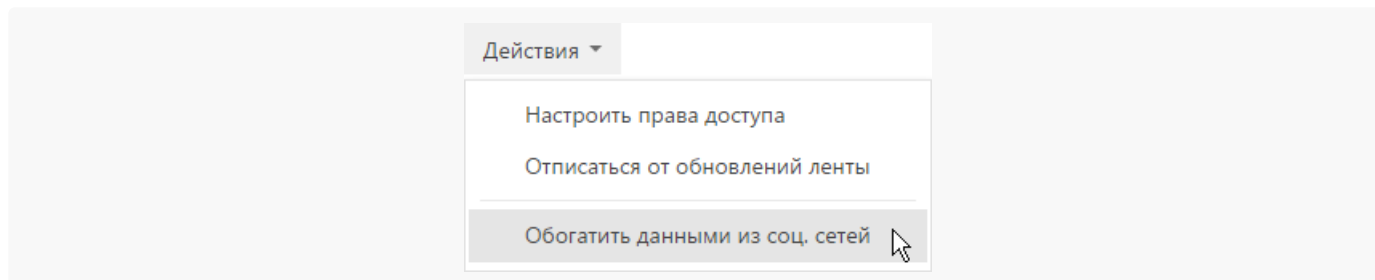
Если у контакта на Facebook зарегистрированы профиль и публичная страница, то рекомендуется добавлять на деталь [*Средства связи*] публичную страницу, т.к. с публичной страницы можно получить больше данных о контакте.

Обогатить данными из Facebook страницу контакта

Рассмотрим пример обогащения страницы контакта фотографией с личной страницы. Операция обогащения данными с публичной страницы подробнее рассмотрена в статье “Обогатить данные контрагента”.

1. На странице контакта разверните деталь [Средства связи] и убедитесь, что контакт связан с той учетной записью Facebook, информацию из которой вы бы хотели получить.
2. В меню кнопки [Действия] выберите [Обогатить данными из соц. сетей] ([Рис. 1](#)).

Рис. 1 — Выбор действия [Обогатить данными из соц. сетей]



3. На открывшейся странице вы можете выбрать обновленную фотографию контакта и нажать на кнопку [Сохранить] страницы.

В результате на странице контакта будет изменена фотография.

Часто задаваемые вопросы о получении данных контакта из Facebook

Почему поиск по адресу страницы пользователя Facebook не дает результата?

В социальной сети Facebook у пользователя может быть зарегистрирована не только персональная страница — профиль, но и так называемая публичная страница. Публичные страницы на Facebook видны всем, независимо от того, являются ли они зарегистрированными пользователями Facebook или же поклонниками этой страницы.

В связи с изменением [политики конфиденциальности Facebook](#) поиск **профиля** пользователя по уникальному названию страницы для внешних приложений недоступен. Если ссылка на профиль контакта в Facebook не содержит числовой ID пользователя, искомый профиль не отобразится в результатах поиска. Например, поиск по запросу “www.facebook.com/zuck” результатов не даст, а по “https://www.facebook.com/4” будет найдена страница пользователя Mark Zuckerberg.

Правила поиска для **публичных страниц** не изменились, их можно найти по прямой ссылке любого вида.

Почему среди результатов поиска по имени и фамилии пользователя Facebook не отображаются некоторые существующие страницы?

Данные поиска на Facebook предоставляются через API Facebook. Если пользователь в персональных настройках Facebook запретил индексацию своей страницы поисковыми системами, то данные такого пользователя не будут найдены в Creatio.

Чтобы поиск персональных страниц мог осуществляться внешними приложениями, пользователю необходимо в настройках безопасности Facebook разрешить поисковым системам выводить свой профиль в результатах поиска ([Рис. 1](#)).

Рис. 1 — Страница персональных настроек конфиденциальности в Facebook

- Общие
- Безопасность
- Конфиденциальность**
- Хроника и метки
- Заблокировать
- Язык
- Уведомления
- Моб. устройства
- Подписчики
- Приложения
- Реклама
- Платежи
- Входящие от службы п...
- Видео

Настройки конфиденциальности и инструменты

Кто может видеть мои материалы?	Кто может видеть ваши публикации в будущем?	Доступно всем	Редактировать
	Пересмотрите все ваши публикации и те объекты, в которых вы отмечены.	Воспользуйтесь Журналом действий	
	Ограничить аудиторию публикаций, которые открыты для друзей друзей или всех пользователей?	Ограничьте доступ к прежним публикациям	
Кто может связаться со мной?	Кто может отправлять вам запросы на добавление в друзья?	Все	Редактировать
Кто может меня найти?	Кто может вас найти с помощью указанного вами адреса эл. почты?	Все	Редактировать
	Кто может вас найти с помощью указанного вами номера телефона?	Все	Редактировать

Вы хотите, чтобы поисковые системы за пределами Facebook выводили ваш профиль в результатах поиска?

- При включенных настройках ваш профиль можно будет найти в поисковых системах.
- Если вы выключите эту настройку, спустя некоторое время поисковые системы перестанут выводить ваш профиль в результатах поиска. Люди по-прежнему смогут найти ваш профиль на Facebook по имени.

☒ Разрешить поисковым системам за пределами Facebook выводить ваш профиль в результатах поиска

Закрыть

Почему при обогащении страниц контактов данными из Facebook в Creatio сохраняется разное количество информации?

В связи с изменением [политики конфиденциальности Facebook](#), внешние приложения могут получить ограниченное количество данных с персональных страниц пользователей социальной сети. Если у контакта на Facebook зарегистрированы профиль и публичная страница, рекомендуется добавлять на деталь [Средства связи] публичную страницу, т.к. с публичной страницы можно получить больше данных о контакте.

Почему после добавления ссылки на профиль контакта в Facebook поле становится нередактируемым?

При добавлении новой ссылки на профиль Facebook поле становится нередактируемым, поскольку для каждого контакта ссылка индивидуально генерируется API Facebook.

Как получить доступ к странице контакта на Facebook, если она защищена настройками конфиденциальности?

Если персональная страница контакта в Facebook защищена настройками конфиденциальности, обогатить данные контакта с такой страницы невозможно. Это обусловлено [политикой конфиденциальности Facebook](#). Чтобы иметь возможность быстро переходить из Creatio к данным контакта в Facebook, добавьте ссылку на профиль пользователя социальной сети на страницу контакта в поле средства связи с типом "Web". Получить эту ссылку можно в результате [обогащения данных контакта из входящего письма](#), если в подписи контакта указаны ссылки на профили в социальных сетях, или в результате поиска, выполняемого непосредственно в Facebook.

Настроить регистрацию лидов из социальных сетей

ПРОДУКТЫ: **MARKETING**

Вы можете настроить в Creatio автоматическую регистрацию лидов по заполнению клиентом формы в социальных сетях Facebook или Instagram.

Данная настройка доступна для всех, у кого настроен рекламный аккаунт в Facebook Ads Manager.

Важно. Перед настройкой лидогенерации из социальных сетей убедитесь, что в вашем приложении заполнены системные настройки “Адрес Identity сервера” (код “IdentityServerUrl”), “Идентификатор приложения для Identity сервера” (код “IdentityServerClientId”) и “Секретный ключ для Identity сервера” (код “IdentityServerClientSecret”). Если данные системные настройки не заполнены, обратитесь в службу поддержки Creatio.

Чтобы настроить регистрацию лидов из социальных сетей:

1. **Перейдите** в раздел [*Лендинги и web-формы*].
2. **Нажмите** [*Добавить*] —> [*Форму регистрации лида*].
3. На открывшейся странице **заполните** поля:
 - a. [*Название*] — заголовок записи, который будет отображаться в реестре раздела и связанных записях;
 - b. [*Домены сайта*] — facebook.com.
4. **Сохраните** запись.
5. Откройте сохраненную запись и **установите переключатель** [*Лидогенерация Facebook*].

Включение лидогенерации Facebook

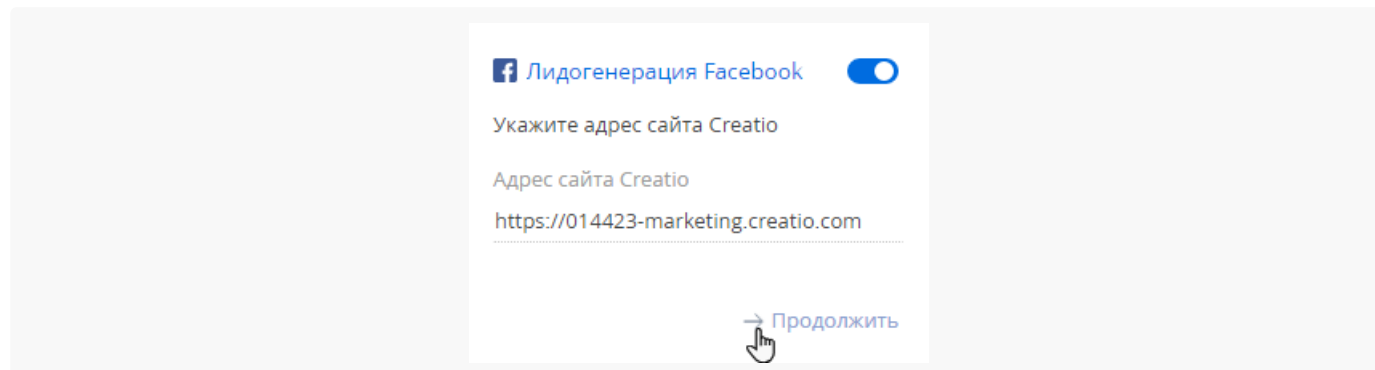


6. **Нажмите** ссылку [*Настройка URL сайта Creatio*].
7. В появившемся поле [*Адрес сайта Creatio*] **укажите** адрес вашего приложения. Если вы используете прокси-сервер для работы с внешними запросами, то в поле [*Адрес сайта Creatio*] укажите адрес вашего прокси-сервера. Нажмите [*Продолжить*].

На заметку. Если ваше приложение развернуто on-site, убедитесь, что адрес, который вы указываете, открыт для получения входящих запросов (webhook) из Интернета. Если в рамках политики безопасности вы используете фильтрацию по IP-адресам для получения входящих запросов, то обратитесь в службу поддержки Creatio для получения IP-адресов, с которых

приходят запросы на лидогенерацию.

Указание адреса сайта Creatio

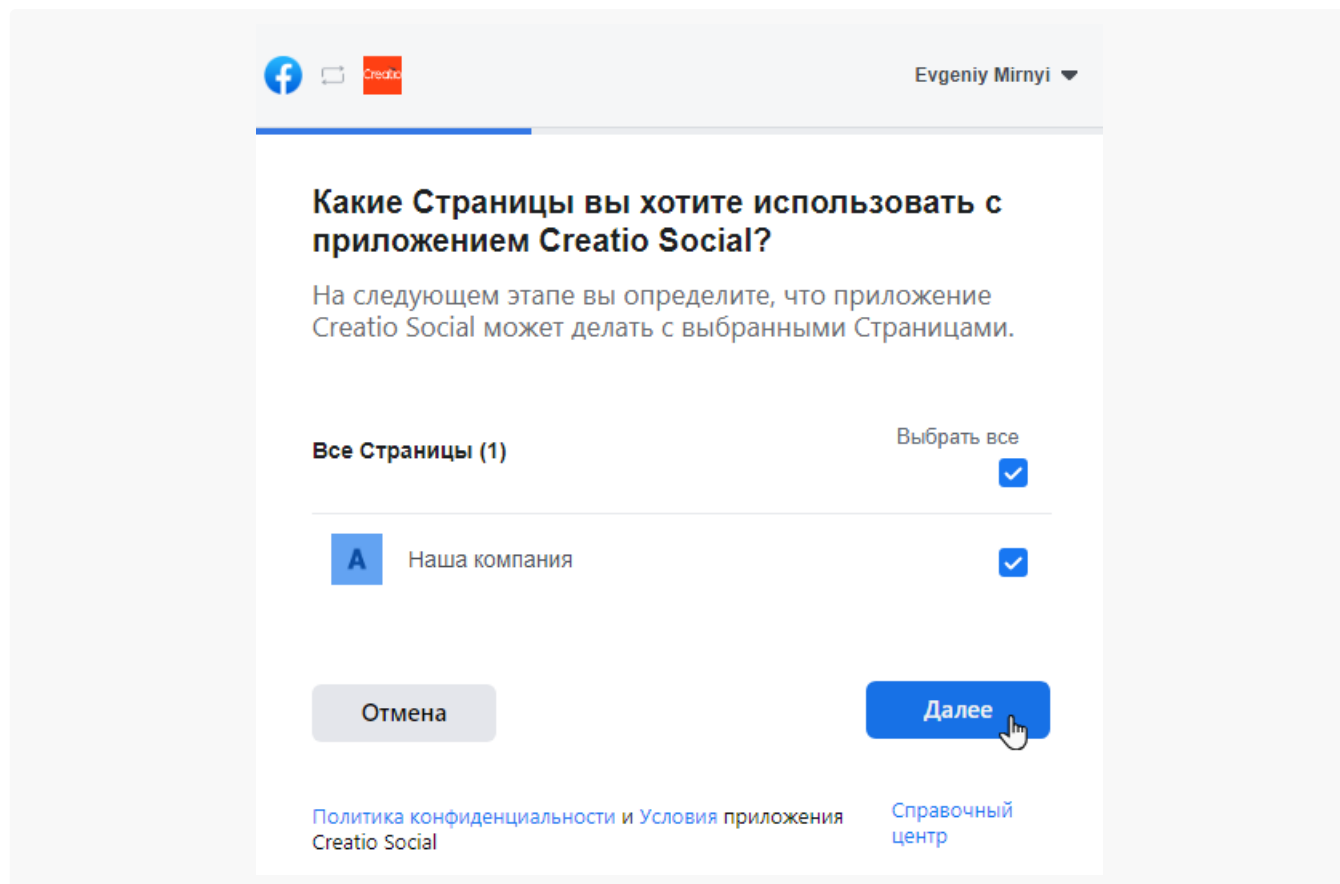


8. Нажмите [*Выбрать источник*].
9. Если в Creatio **уже настроена синхронизация** с социальными сетями, то перейдите к шагу 10 данного руководства.
Если вы **впервые настраиваете** регистрацию лидов из социальных сетей и Creatio не синхронизировано с учетной записью Facebook, то на открывшейся странице нажмите кнопку [*Управление страницами*].
 - a. **Авторизуйтесь** в Facebook. Для корректной настройки необходимо выполнить авторизацию в учетную запись пользователя, которому на стороне Facebook предоставлены права администратора вашей публичной страницы и роль “Рекламодатель рекламного аккаунта” в Facebook Ads Manager.

Важно. После настройки интеграции права данного пользователя не должны понижаться, это может привести к некорректной работе функциональности.

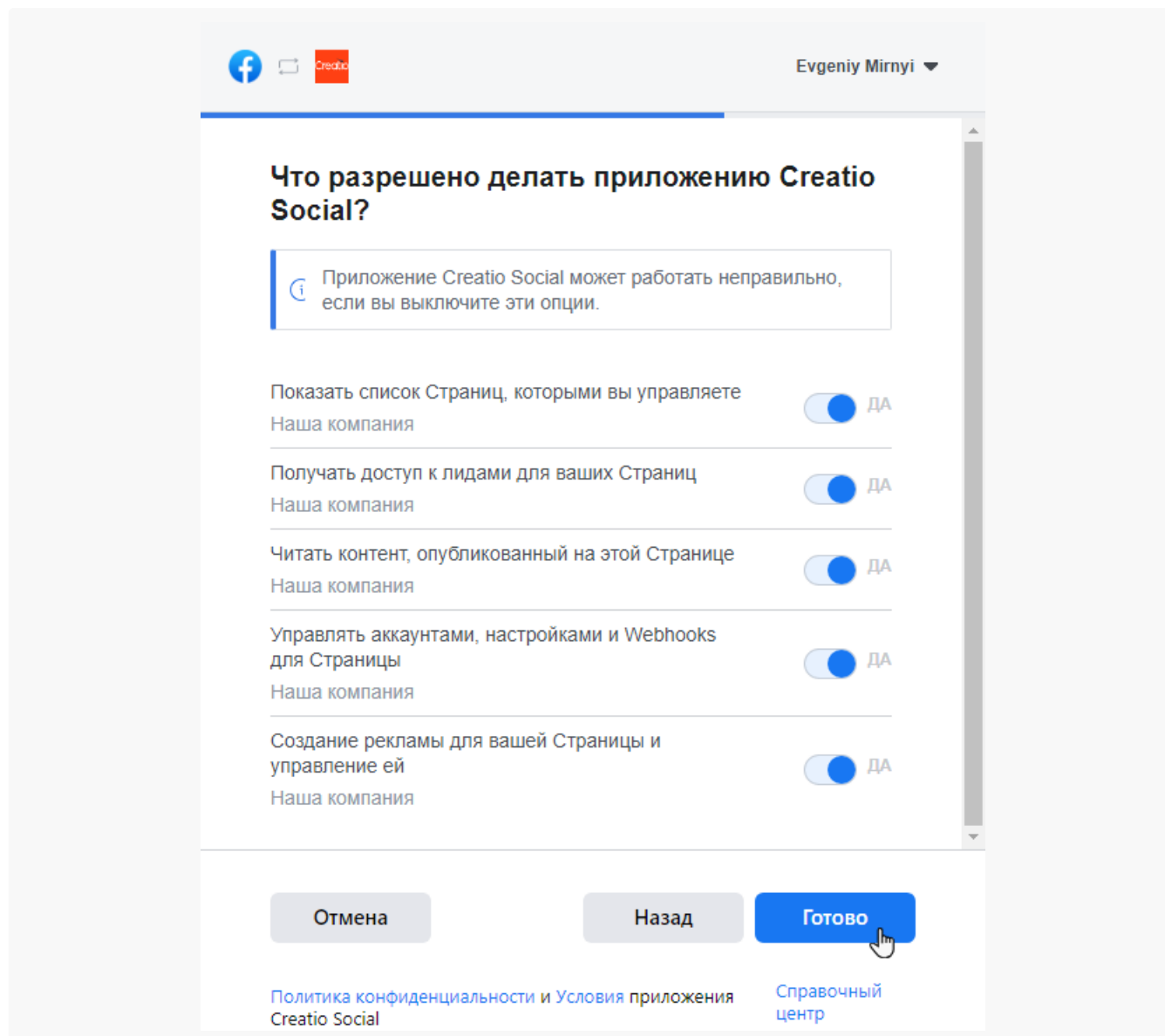
- b. **Выберите** одну или несколько страниц, для которых необходимо настроить синхронизацию с Creatio. Нажмите [*Далее*].

Выбор страницы Facebook для интеграции с Creatio



- с. Разрешите Creatio **доступ к управлению вашей публичной страницей**. Это позволит передавать данные форм из социальных сетей в Creatio. Ограничение доступа к управлению страницей может привести к сбоям при регистрации лидов.

Настройка доступа Creatio к публичной странице

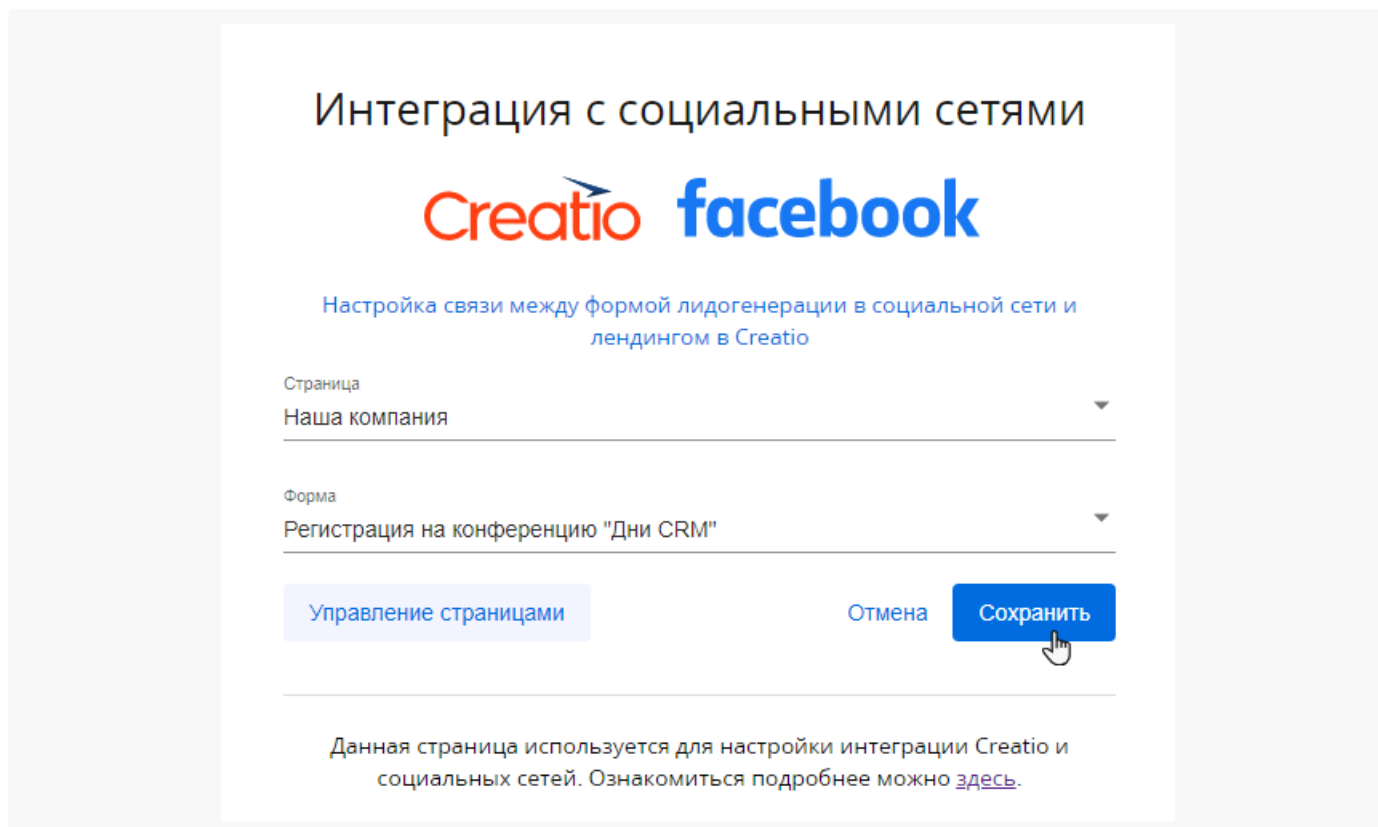


10. На странице выбора формы укажите:

- a. **страницу в Facebook**, для которой настроена кампания;
- b. **форму регистрации лида**, созданную для этой страницы в Ads Manager.

11. Нажмите [*Сохранить*].

Выбор страницы и формы Facebook для интеграции с Creatio



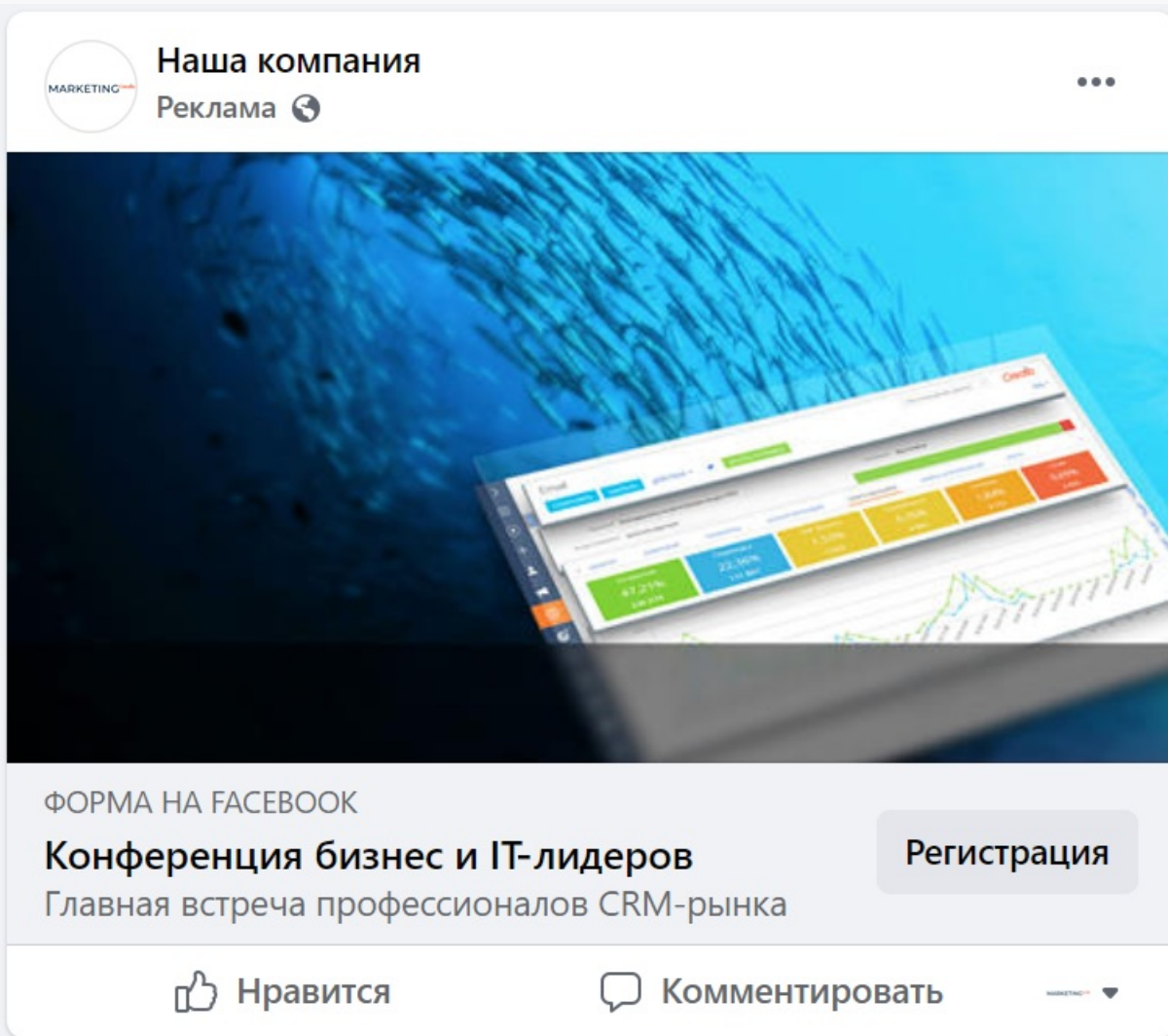
12. Закройте окно настройки и вернитесь на **страницу лендинга в Creatio**.

13. Нажмите [*Обновить*]. В результате блок [*Лидогенерация Facebook*] заполнится данными синхронизированной страницы Facebook.

14. **Сохраните** запись лендинга.

В результате после запуска кампании в Facebook и Instagram рекламная запись, которую будут видеть пользователи, будет связана с формой. При каждом заполнении формы в Creatio будет создаваться лид.

Пример отображения в ленте Facebook рекламной записи с формой регистрации лида



В лиды, зарегистрированные через социальные сети, можно передать из формы следующие значения: email-адрес, номер телефона, адрес, город, область, страна, индекс, ФИО, имя, фамилия, должность, рабочий телефон, рабочий email-адрес, название контрагента. Если вы добавите в форму Facebook другие поля, то их значения будут сохранены в созданном лиде на детали [[Примечания](#)]. Из-за ограничений на стороне Facebook в Creatio возможно передать только текстовые значения полей.

На заметку. При изменении заголовков полей формы, заданных по умолчанию в Facebook Ads Manager, передача значений данных полей в Creatio может выполняться некорректно.

Обогатить данные контрагента

ПРОДУКТЫ: [ВСЕ ПРОДУКТЫ](#)

В Creatio вы можете поддерживать максимальную наполненность и актуальность клиентской базы благодаря функциональности обогащения данных.

В несколько кликов вы можете добавить в систему контактную информацию контрагента из открытых


источников в интернете и обогатить его страницу данными из их профилей в социальных сетях.

Важно. Для использования функциональности обогащения данных из писем и открытых источников пользователям Creatio on-site необходимо указать в [системной настройке](#) “Включить обогащение данных контакта из входящих писем” (код “EnableEmailMining”) персональный ключ облачных сервисов.

Функциональность обогащения данных в Creatio представлена тремя составляющими:

- Добавление на страницу web-адреса и логотипа при создании нового контрагента. Выполняется, если при заполнении поля [*Название*] выбрать контрагента из списка найденных записей.
- Добавление на страницу контактной информации — номеров телефонов, email-адресов и профилей в социальных сетях. Выполняется по действию [*Обогатить данные*].
- Добавление на страницу информации с публичных страниц в социальных сетях. Выполняется по действию [*Обогатить данными из соц. сетей*].

Обогатить данные контрагента из открытых источников в интернете

Используйте действие [*Обогатить данные*] чтобы система выполнила поиск информации, предоставив возможность быстро добавить контактные данные контрагента. Для запуска действия нажмите кнопку  в профиле записи.

Для работы с обогащением у вас должно быть право доступа на системную операцию [*Возможность обогащать данные контрагентов*].

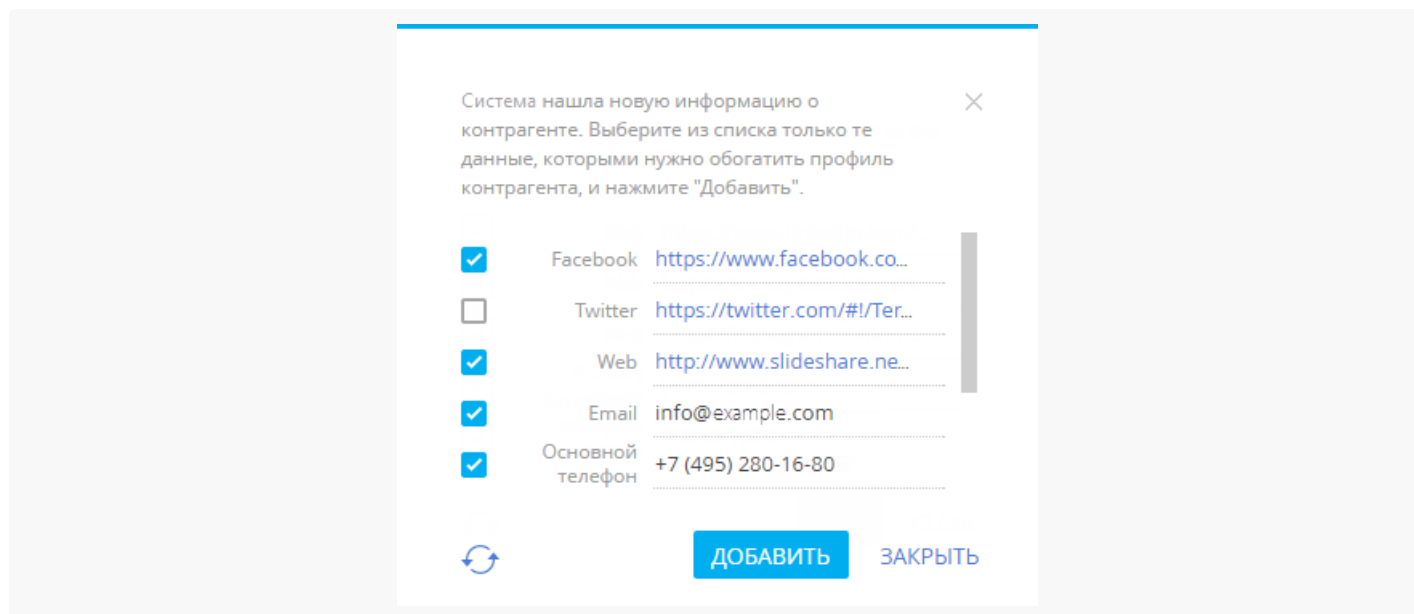
Перед запуском поиска убедитесь, что страница контрагента содержит название и, по меньшей мере, web-адрес контрагента.

В результате выполнения действия в открытых источниках будет осуществлен поиск таких данных по контрагенту:

- email-адресов;
- телефонов;
- профилей контрагента в социальных сетях Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+, Youtube, Instagram, SlideShare, Pinterest.


По завершению поиска откроется окно со списком контактных данных, которых еще нет на странице контрагента (Рис. 1).

Рис. 1 — Окно найденных данных для обогащения



Если необходимо, то отредактируйте данные в списке результатов поиска. Далее отметьте те записи, которые следует добавить на страницу контрагента, и нажмите [*Добавить*]. Найденные данные будут сохранены в соответствующие поля:

- email-адреса — в поле [*Email*];
- номера телефонов — в поле [*Основной телефон*];
- адреса страниц в Facebook — в поле [*Facebook*];
- адреса страниц в Twitter — в поле [*Twitter*];
- адреса страниц в социальных сетях LinkedIn, Google+, Youtube, Instagram, SlideShare, Pinterest — в поле [*Web*].

Для повторного запуска поиска нажмите кнопку  в окне результата поиска. Количество средств связи каждого типа, которое будет отображаться в окне найденных данных, можно настроить.

Часто задаваемые вопросы по обогащению данных контрагентов из открытых источников в Интернете

Почему система не находит данные по контрагенту?

Поиск данных для обогащения выполняется в открытых источниках, список которых не разглашается, — данная информация является конфиденциальной. Если при выполнении действия по обогащению данных информация о контрагенте не была найдена, то рекомендуем вам выполнить следующие действия:

- Убедитесь, что в вашем приложении [настроена](#) функциональность обогащения данных.
- Убедитесь, что название контрагента соответствует названию компании так, как она его позиционирует.
- Укажите хотя бы один веб-адрес компании в поле [*Web*] контрагента. Если веб-адрес компании указан, то убедитесь, что он корректный.

- Укажите корпоративный электронный адрес компании.
- Убедитесь, что значения системных настроек “Максимальное количество найденных ссылок на соц. сети при обогащении данных”, “Максимальное количество найденных номеров телефонов при обогащении данных”, “Максимальное количество найденных email-ов при обогащении данных” больше нуля.

Если и в этом случае информация о контрагенте не была найдена, то это может означать следующее:

- В открытых источниках нет информации о запрашиваемой компании, или по имеющейся информации система не смогла определить контактные данные. В таком случае мы рекомендуем обратиться в техническую поддержку Creatio и передать список компаний, информация о которых не была найдена. Такие примеры будут анализироваться и использоваться для дальнейшего развития функциональности обогащения данных.
- Система не нашла новой информации о компании, т.е. страница контрагента уже наполнена актуальной информацией.

В новых версиях Creatio будет расширяться список источников, из которых система получает информацию о компании, также будут совершенствоваться алгоритмы распознавания данных.

Почему в списке найденных данных отображаются некорректные значения?

Creatio ищет информацию в неструктурированных данных из открытых источников при помощи алгоритмов искусственного интеллекта, которые умеют работать с нечеткими данными. Может возникнуть ситуация, когда в окне найденных данных в некоторых полях будут отображаться некорректные значения. Поэтому рекомендуем перед сохранением просмотреть найденные данные и выбрать те из них, которые не нужно добавлять на страницу контрагента.

Алгоритмы распознавания данных совершенствуются с каждой новой версией Creatio.

Как настроить ограничение количества записей в окне найденных данных?

В открытых источниках для некоторых компаний могут быть найдены десятки различных средств связи, например, email-адреса различных департаментов, сотрудников и т.п. Для того чтобы отображать в окне найденных данных только часть из них, используются системные настройки:

- “Максимальное количество найденных ссылок на соц. сети при обогащении данных”;
- “Максимальное количество найденных номеров телефонов при обогащении данных”;
- “Максимальное количество найденных email-ов при обогащении данных”.

По умолчанию в системе настроено отображение 10-ти средств связи каждого типа.

Рассмотрим пример, как настроить, чтобы в окне найденных данных для каждой компании отображалось 5 найденных email-адресов.

1. Из дизайнера системы перейдите в раздел [*Системные настройки*].
2. В группе “Creatio cloud services” —> “Обогащение данных” откройте настройку “Максимальное количество найденных email-ов при обогащении данных”.
3. В поле [*Значение по умолчанию*] введите значение “5” и сохраните настройку.

Теперь при поиске контактной информации в окне найденных данных будет отображаться только пять

первых найденных email-адресов контрагента.

Получить информацию о контрагенте из Facebook

Поддерживайте данные о зарегистрированных в системе контрагентах в актуальном состоянии, используя возможности интеграции Creatio с Facebook.

Для получения дополнительной информации о контрагенте из Facebook предназначено действие [*Обогатить данными из соц. сетей*]. Чтобы выполнить данное действие, необходимо указать хотя бы одну учетную запись Facebook на детали [*Средства связи*] контрагента.

Связать контрагента с его учетной записью в Facebook



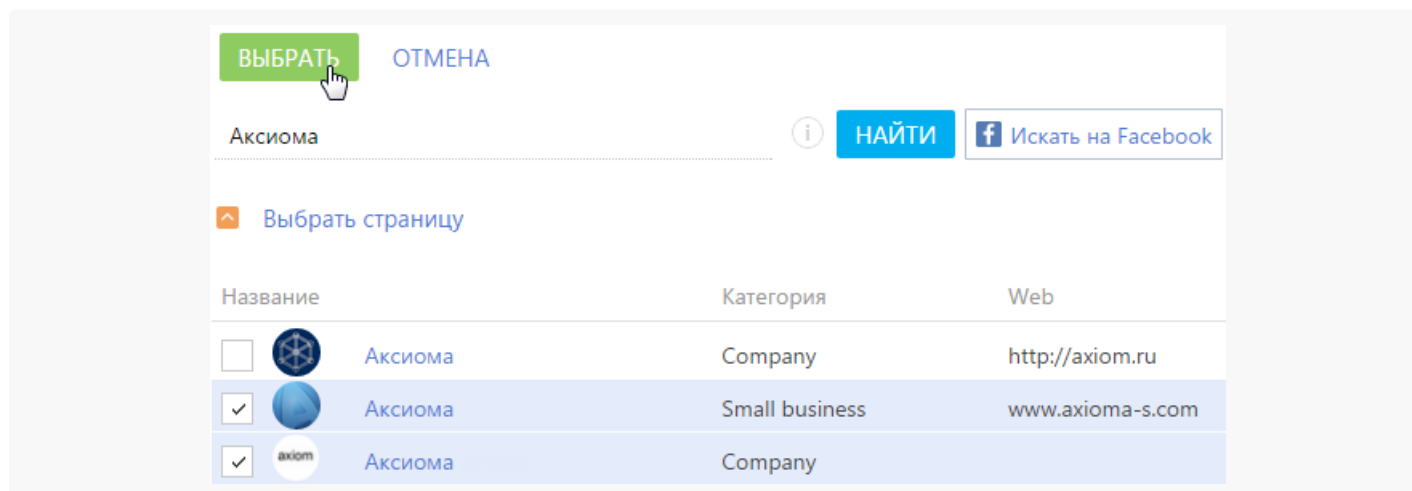
1. На странице контрагента разверните деталь [Средства связи] и нажмите кнопку .
2. Если вы ранее не использовали интеграцию с Facebook, то при нажатии на кнопку  откроется окно авторизации в Facebook.
3. Если у контрагента уже добавлено средство связи с типом “Facebook”, то для добавления нового средства связи с типом “Facebook” используйте меню кнопки [*Добавить*] —> [*Социальные сети*]—> [*Facebook*].
4. На открывшейся странице поиска в Facebook отобразится перечень публичных страниц контрагента, удовлетворяющих условиям поиска. Вы можете изменить условия поиска или указать в поле поиска ссылку на страницу контрагента в Facebook, если она вам известна.
5. Отметьте флажками те учетные записи, которые необходимо добавить на деталь (Рис. 2).

Рис. 2 — Выбор публичных страниц контрагента



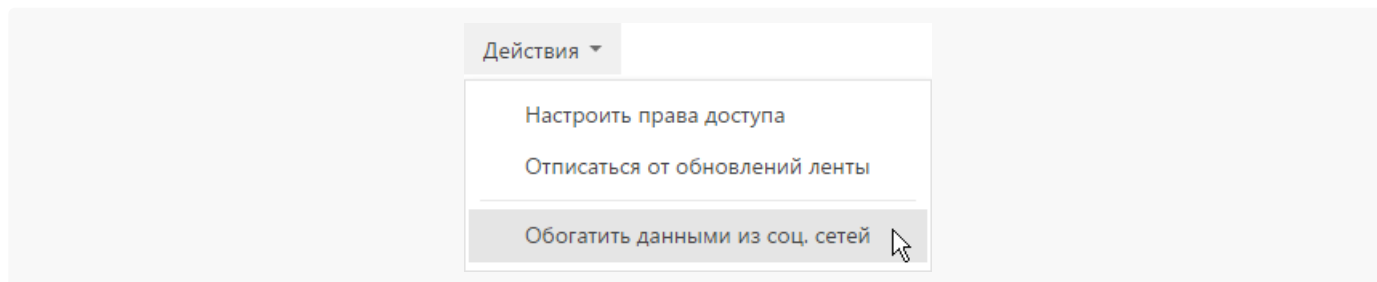
В результате на деталь [*Средства связи*] контрагента будут добавлены новые записи с типом “Facebook”.

Обогатить данными из Facebook страницу контрагента

1. На странице контрагента разверните деталь [*Средства связи*]. Убедитесь, что на деталь добавлены те страницы контрагента в Facebook, информацию из которых вы хотели бы получить.

2. В меню кнопки [*Действия*] выберите команду [*Обогатить данными из соц. сетей*] (Рис. 3).

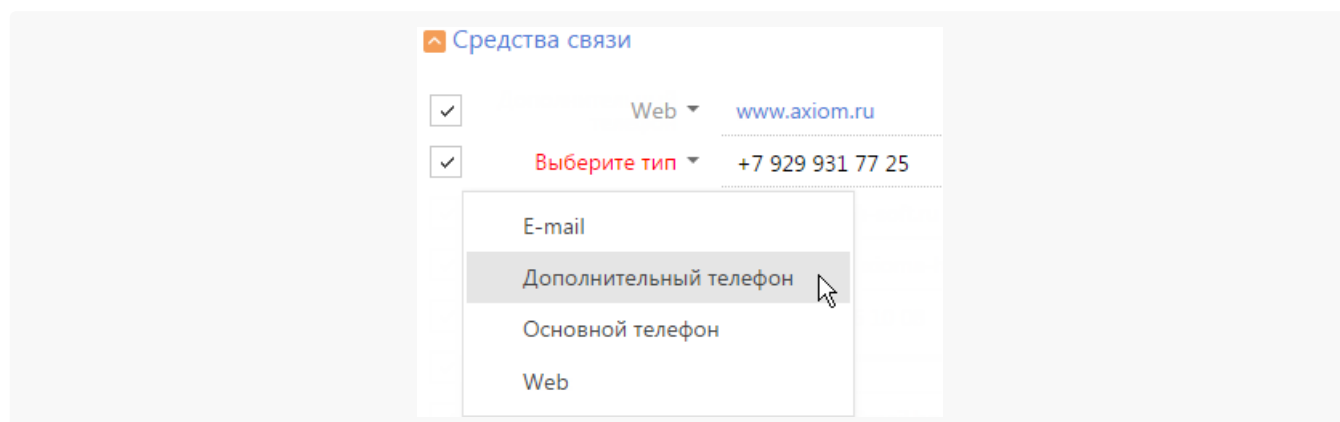
Рис. 3 — Выбор действия [Обогатить данными из соц. сетей]



На открывшейся странице отобразятся зафиксированные в Creatio данные контрагента и информация, полученная со всех публичных страниц Facebook контрагента, которые указаны на детали [*Средства связи*].

3. Проанализируйте и выберите данные, которыми необходимо дополнить существующую информацию об контрагенте:
- На детали [*Средства связи*] отметьте флажками те средства связи, которые должны быть зафиксированы в Creatio. Для добавления номера телефона необходимо указать его тип, например, “Основной телефон” или “Дополнительный телефон” (Рис. 4).

Рис. 4 — Выбор типа средства связи



- На детали [*Адреса*] укажите значение в поле [*Тип адреса*]. При необходимости отредактируйте поля: [*Город*], [*Область/штат*], [*Страна*] (Рис. 5). Отметьте флажками те адреса, которые необходимо зафиксировать в Creatio.

Рис. 5 — Выбор типа адреса

Адреса

Тип адреса	Адрес	Город	Область/штат	Страна	Индекс
<input checked="" type="checkbox"/>	ул. Заречная, 48, офис 16	Москва	Московская область	Россия	129626

Доставки
Фактический
Юридический

- Отредактируйте информацию детали [*Знаменательные события*], указав тип события, например, “День компании”.
- При необходимости внесите корректировки на детали [*Примечания*].
- После того как вы отредактируете и выберете все необходимые вам данные из Facebook, нажмите на кнопку [*Сохранить*] страницы.
В результате данные контрагента будут дополнены выбранной информацией на соответствующих деталях страницы.

Важно. Если на странице обогащения данных снять флажок с информации, которая ранее была зафиксирована в Creatio, например, с одного из адресов, то такая информация будет удалена со страницы контрагента при сохранении результатов обогащения данными.

Какие поля можно заполнить в Creatio из публичной страницы Facebook

Сопоставим перечень полей, которые можно заполнить на странице контрагента в Creatio на основании данных, зафиксированных в Facebook. Поля публичной страницы, значения которых можно получить в Creatio, расположены на вкладке [*Информация*] публичной страницы Facebook и рассмотрены в таблице:

Наименование поля в Facebook	Наименование поля в Creatio
Веб-сайт	Web-сайт. Фиксируется на детали [Средства связи].
Телефон	Чтобы добавить информацию о телефоне, в Creatio необходимо указать его тип, например, “Рабочий телефон” или “Мобильный телефон”. Фиксируется на детали [Средства связи].
Эл. адрес	Email. Фиксируется на детали [Средства связи].
Дата начала	Дата. Фиксируется на детали [Знаменательные события].
Адрес	Адрес. Фиксируется на детали [Адреса].
Краткое описание	Примечания. Фиксируются на детали [Файлы и примечания].

Отслеживание поведения контакта на сайте

ПРОДУКТЫ: [ВСЕ ПРОДУКТЫ](#)

Вы можете получить представление о поведении контактов на вашем сайте, используя заполненные ими веб-формы или данные отслеживания, полученные из сервиса аналитики Matomo. Например, определите источник, который привел контакт на ваш веб-сайт или получите информацию о продуктах, которые его больше всего интересуют. Эти данные отображаются на странице контакта → вкладка [Привлечение].

На заметку. На вкладке [Привлечение] не отображаются события сайта, которые [отслеживаются в Creatio](#).

Рис. 1 — Вкладка [Привлечение] на странице контакта

Следующие шаги (0)

ОСНОВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ | **ВЗАИМОСВЯЗИ** | **ОБСЛУЖИВАНИЕ** | **ХРОНОЛОГИЯ** | **ПРИВЛЕЧЕНИЕ** | **СОБЫТИЯ САЙТА** | **КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ**

Заполненные веб-формы

Дата создания	Лендинг	Website domains	ФИО	Email	Номер телефона
26.08.2021 15:26	Marketing Creatio тест-драйв	creatio.com	Сергей Авдоров	avdorov@gmail.com	+77 1457772

Сессии на сайте

Начало	Страна	Город	Источник	Канал	URL источника перехода	Длительность, сек	Действий
01.01.1970 3:00	United States	Los Angeles	marketing creatio	Веб: поисковая реклама		0	2
01.01.1970 3:00	Lithuania	Vilnius	Facebook	Веб: социальные сети	http://facebook.com/creatio	0	2

Действия на сайте

Дата начала действия	Тип	Веб страница	URL-адрес страницы
26.08.2021 15:26	Заполнение формы	Marketing Creatio тест-драйв	https://www.creatio.com/trial?product=marketing
26.08.2021 15:26	Переход на страницу	Marketing Creatio тест-драйв	https://www.creatio.com/trial?product=marketing

Получить данные заполненной формы

Контакты из веб-форм [лендингов](#), которые предполагают создание контактов, Creatio [определяет](#) автоматически. Например, при отправке формы регистрации контакта. Отправленные формы отображаются на вкладке [*Привлечение*] → деталь [*Заполненные веб-формы*] и обновляются в режиме реального времени.

Каждой **отправке формы** соответствует запись, которая содержит следующие данные:

- дата отправки формы;
- лендинг, на котором находится форма;
- домен сайта;
- поля, которые заполнил контакт.

Установите и настройте приложение “[Matomo connector for Creatio](#)”, чтобы в записях форм сохранялась более детальная информация о контакте, которая передана из Matomo. Например, местоположение пользователя.

На заметку. Записи форм не имеют справочных полей, поскольку содержат исходные данные, предоставленные пользователем или переданные с веб-сайта.

Получить данные отслеживания из Matomo

Вы можете получить данные о сессиях и действиях контактов на сайте, записанные Matomo в течение предыдущих 12 месяцев. Для этого установите и настройте приложение “[Matomo connector for Creatio](#)”. Данные связываются с контактом несколькими способами:

- [Алгоритм определения контакта](#) используется при отправке формы, которая предполагает создание контакта. Например, “Регистрационная форма контакта”.

- **Email-адрес** используется, когда контакт переходит по ссылке в [массовой email-рассылке](#), отправленной с помощью инструментов Creatio Marketing.

Как только данные связываются с контактом, Creatio импортирует информацию о них, полученную за последние 12 месяцев. Данные отображаются на вкладке [*Привлечение*] → деталях [*Сессии на сайте*] и [*Действия на сайте*] вкладки [*Привлечение*] соответственно.

Если контакт определен после отправки формы, то Creatio импортирует данные Matomo немедленно. По умолчанию дальнейшие обновления выполняются один раз в сутки. Время и частоту обновления можно настроить в приложении **“Matomo connector for Creatio”** для Creatio.

Если контакт определяется после перехода по ссылке в массовой email-рассылке, то Creatio импортирует данные Matomo при следующем обновлении, запланированном в приложении **“Matomo connector for Creatio”**.

Каждой веб-сессии на сайте соответствует отдельная запись, которая содержит следующие данные:

- дата начала сессии;
- местонахождение пользователя;
- источник трафика;
- маркетинговый канал;
- URL-адрес реферера страницы;
- продолжительность сессии;
- количество действий пользователя;
- платформа (операционная система);
- устройство.

Каждому действию на сайте соответствует отдельная запись, которая содержит следующие данные:

- дата начала действия;
- тип действия;
- название соответствующей веб-страницы;
- URL-адрес соответствующей веб-страницы.