

Маркетинговые кампании

Версия 8.0



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

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

Содержание

Создать кампанию	4
Общий порядок настройки кампании	4
Заполнить профиль кампании	4
Настроить схему кампании	6
Возможности дизайнера кампаний	7
Настроить свойства кампании	8
Использовать преднастроенные шаги кампании	9
Элементы кампании	12
Элемент Email-рассылка	14
Элемент Добавление аудитории	16
Элемент Добавить по триггеру	20
Элемент Добавить из мероприятия	24
Элемент Добавить с посадочной страницы	25
Элемент Добавить в мероприятие	27
Элемент [Добавить данные]	29
Элемент [Изменить данные]	33
Элемент Исключить дубли	34
Элемент Произвольное распределение	35
Элемент Лендинг	36
Элемент Таймер	38
Элемент [Выход из кампании]	42
Переходы между элементами кампании	44
Задержка по времени перед выполнением следующего элемента	45
Переход в зависимости от отклика	46
Переход в соответствии с фильтром	48
Отслеживать кампанию	49
Реестр журнала кампаний	50
Типы действий кампании	51
Отслеживать счетчики на вкладке [Схема кампании]	52
Отслеживать участников на вкладке [Аудитория]	53
Горячие клавиши дизайнера кампаний	54
Часто задаваемые вопросы по кампаниям	55
Как понять, когда будет отправлена рассылка в рамках кампании?	55
Какая логика фильтрации рассылок при их добавлении в кампанию?	55
Почему после запуска кампании ничего не отображается в журнале кампаний?	56

Создать кампанию

ПРОДУКТЫ: **MARKETING**

Используйте раздел [*Кампании*] в Creatio для планирования и выполнения маркетинговых кампаний. С помощью этого раздела вы сможете информировать клиентов о ваших мероприятиях и привлекать на них участников, взаимодействовать с заинтересованными контактами, направляя их к старту продажи, и возвращать потребности ваших клиентов (кампании lead nurturing) с помощью цепочек коммуникаций через email.

Общий порядок настройки кампании

Планирование и запуск автоматизированных маркетинговых кампаний в Creatio предполагает помимо добавления новой записи в раздел [*Кампании*] дополнительные действия. Для создания кампании может потребоваться добавление новых записей в другие разделы, например, новых триггерных писем в разделе [*Email*]. Общий порядок создания кампании выглядит следующим образом:

1. **Продумайте цель кампании**, ее целевую аудиторию, цепочку коммуникаций с потенциальными или существующими клиентами.
2. **Создайте новую кампанию** в разделе [*Кампании*] и заполните ее профиль. Постройте схему кампании с помощью элементов дизайнера кампаний.
3. **Создайте записи** в соответствующих разделах системы, которые будут включены в кампанию: email-рассылки, мероприятия, лендинги, настройте динамические группы. Свяжите элементы на схеме кампании с созданными записями и группами.
4. **Запустите кампанию** и отслеживайте ход ее выполнения в журнале кампаний. Creatio будет управлять движением аудитории кампании от шага к шагу, анализируя предыдущий отклик каждого из участников.
5. По завершении кампании **проанализируйте итоги**: была ли достигнута поставленная цель.

Заполнить профиль кампании

Чтобы запустить кампанию в Creatio, необходимо добавить новую запись в раздел [*Кампании*]. Для этого:

1. Откройте раздел [*Кампании*].
2. Нажмите [*Добавить кампанию*]. Откроется страница новой кампании:

На заметку. Если для запуска кампании выбран режим “в указанное время”, то установленное время отображается в соответствии с часовым поясом пользователя, который создал кампанию.

3. На открывшейся странице кампании заполните поля:

Название	Заголовок кампании. Только указав название кампании, вы сможете перейти в дизайнер кампаний для формирования схемы.
Режим запуска	Условия запуска/остановки кампании. Например, можно настроить, чтобы кампания запускалась и останавливалась автоматически в указанное время.
Режим остановки	<ul style="list-style-type: none"> “вручную”— кампания будет запущена/остановлена вручную по кнопке [<i>Запустить кампанию</i>]/[<i>Остановить кампанию</i>]. “в указанное время”— кампания будет запущена/остановлена автоматически в указанные дату и время. <p>После установки даты и времени нажмите кнопку [<i>Запланировать кампанию</i>]. При наступлении указанного времени система запустит кампанию, а поле [<i>Режим запуска</i>] станет недоступным для редактирования (Рис. 1).</p>
Ответственный	Менеджер, ответственный за ход выполнения кампании.
utm_campaign	UTM-метка, в которой значится название кампании. Используется для отслеживания источников лидов, полученных в результате кампании.

Рис. 1— Пример настройки автоматического запуска и остановки кампании в указанное время

4. Нажмите [*Сохранить*].

В результате новая запись кампании будет добавлена в раздел [*Кампании*]. Вы можете перейти к созданию [схемы кампании](#) в дизайнера кампаний.

Настроить схему кампании

ПРОДУКТЫ: **MARKETING**

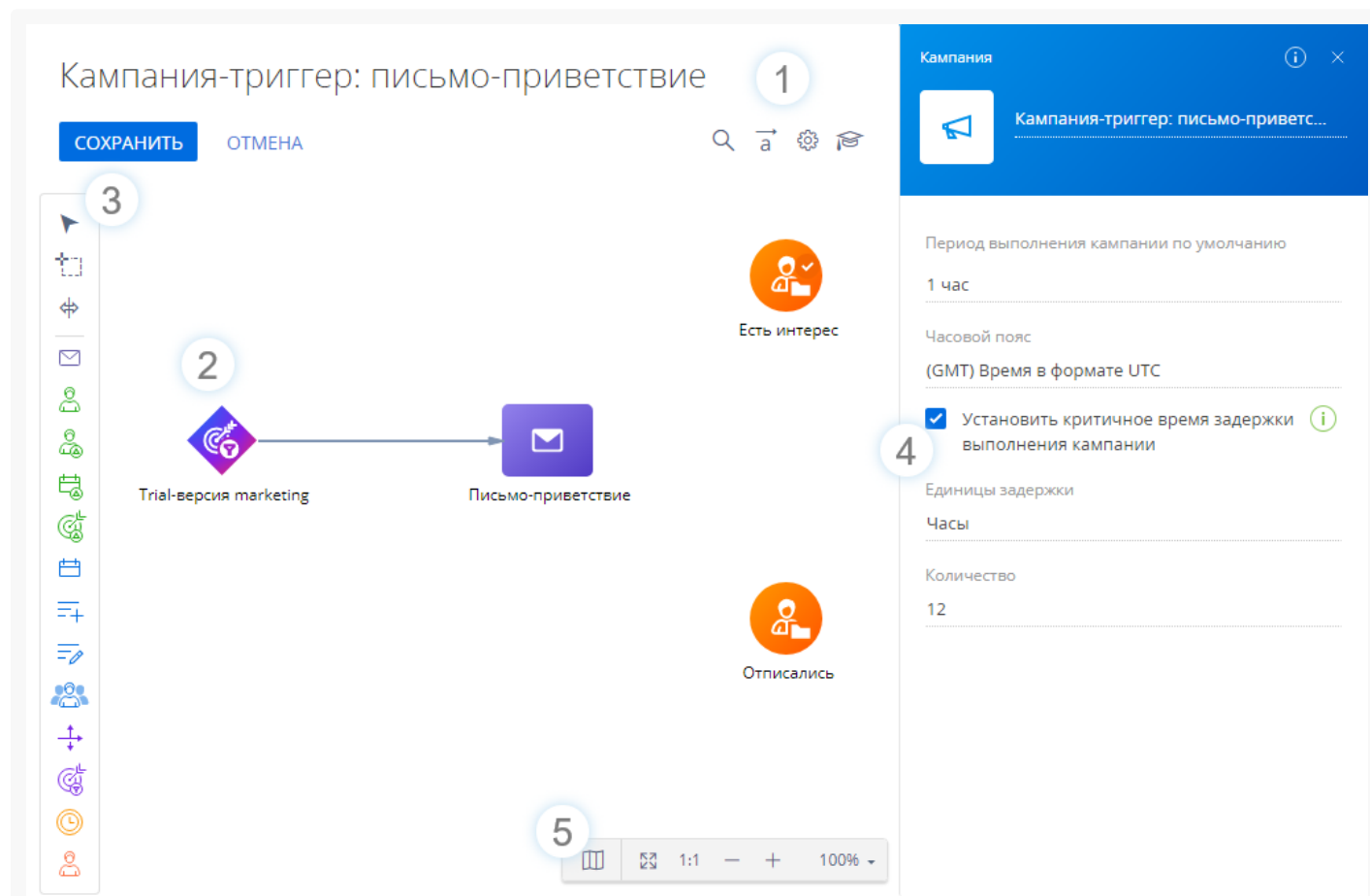
В графическом виде кампания представляет собой схему (Рис. 1), включающую:

- [Элементы](#).
- [Переходы](#) между элементами.
- [Общие настройки](#).

Настройка схем кампаний осуществляется в дизайнера кампаний. Чтобы открыть дизайнер кампаний:

1. Откройте страницу нужной записи в разделе [*Кампании*].
2. Перейдите на вкладку [*Схема кампании*] и нажмите кнопку [**Создать**], если для кампании еще не была создана схема, или [**Изменить**], если вы хотите внести изменения в существующую схему кампании.

Рис. 1 — Общий вид дизайнера кампаний



Возможности дизайнера кампаний

В дизайнере кампаний доступны следующие возможности:

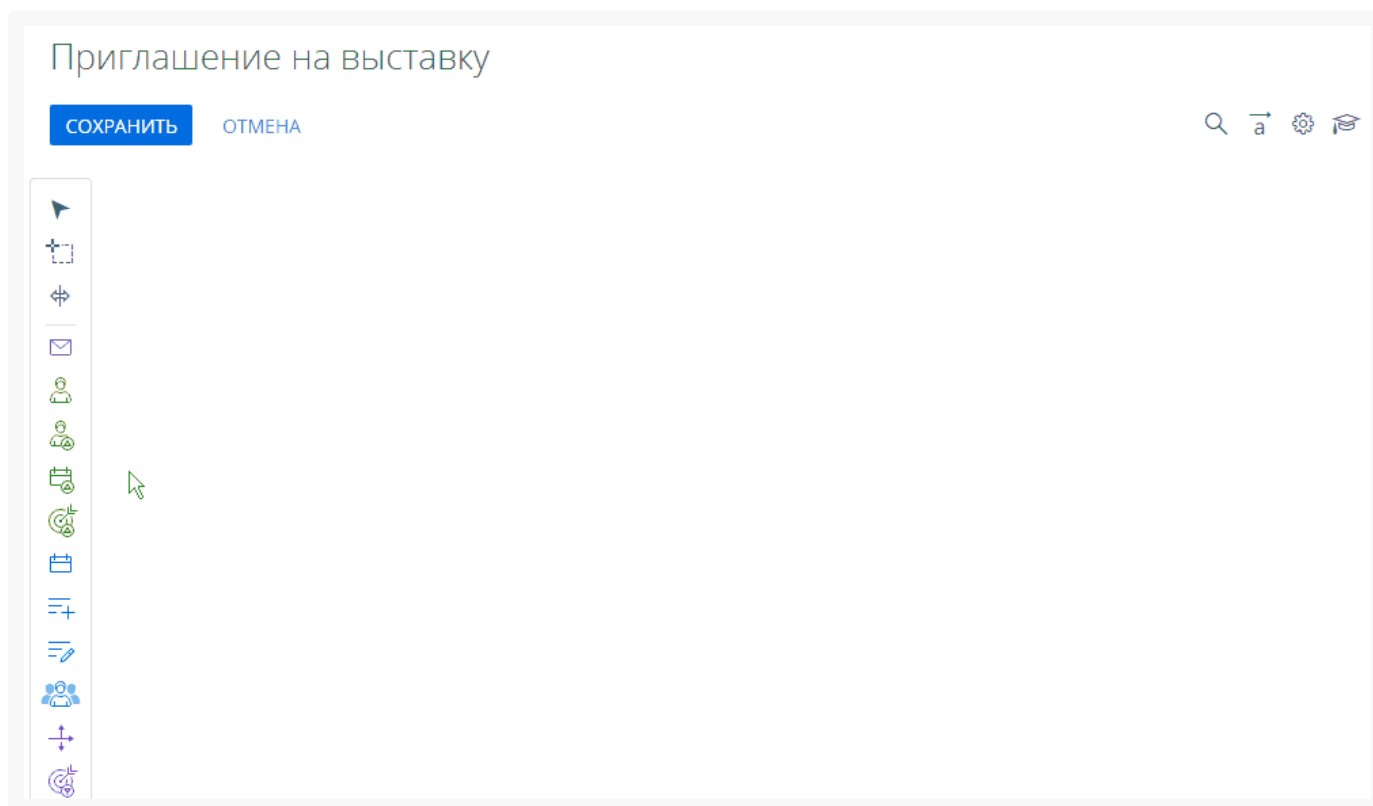
- **Сохранение и отмена** примененных изменений на панели инструментов (1).

На заметку. В Creatio реализовано автосохранение кампаний. Если схема кампании была закрыта без сохранения пользователем, то при повторном открытии можно восстановить несохраненные данные.

Вы также можете при помощи соответствующих кнопок на панели инструментов открыть область настройки элементов, перейти к справочным материалам Академии или воспользоваться поиском элементов на схеме по их названию.

- **Настройка схемы кампании** с использованием [элементов](#) и [поточков](#) в рабочей области дизайнера кампаний (2). Чтобы добавить элемент на схему, выберите его в области [*Элементы*] дизайнера и, удерживая левую кнопку мыши, перетяните в область моделирования кампании (Рис. 2). Чтобы удалить элемент, выделите его мышью и нажмите на клавишу “Delete”.

Рис. 2 — Добавление элементов и потоков в рабочую область




- **Выбор элементов и инструментов** в области элементов (3). Область содержит [элементы кампаний](#) и следующие инструменты:
 - **“Выделение”** позволяет выбрать и переместить элемент в рабочей области дизайнера.
 - **“Лассо”** позволяет выделить сразу несколько элементов диаграммы.
 - **“Произвольное перемещение”** дает возможность передвигать элементы на диаграмме

вправо/влево или вверх/вниз. Например, вы можете зажать правую клавишу мыши и протащить курсор вниз. В этом случае все элементы, которые находятся ниже курсора мыши, сдвинутся вниз. Подробнее эти инструменты описаны в статье [Дизайнер процессов](#).

- **Настройка параметров** кампании и ее элементов на **панели настройки элементов** (4).
- **Управление масштабом** и режимом просмотра схемы (5).

Настроить свойства кампании

Настройка **общих свойств кампании** осуществляется на панели настройки элементов (4). Чтобы перейти к настройке, кликните в рабочей области дизайнера кампаний или нажмите кнопку .

1. В поле [*Период выполнения кампании по умолчанию*] укажите, с какой частотой будут выполняться шаги кампании, для которых не указано точное время выполнения.
С частотой, указанной в данном параметре, будут выполняться:

- Шаги кампании, [переход](#) к которым настроен переход без указания точного времени перевода участников.
- Элемент [[Добавление аудитории](#)], который добавляет новых участников в кампанию.
- Элемент [[Выход из кампании](#)], который выводит участников из кампании.

2. В поле [*Часовой пояс*] определите часовую зону, в которой выполняются все временные настройки кампании, например, время выполнения условных переходов. По умолчанию для кампании устанавливается:

- Часовой пояс, указанный в профиле пользователя, который создал кампанию.
- Часовой пояс, установленный в системной настройке “Часовой пояс по умолчанию”, если в профиле пользователя часовой пояс не указан.

Если часовой пояс не определяется описанными выше способами, то в поле [*Часовой пояс*] новой кампании будет установлено значение “(GMT) Время в формате UTC”. При необходимости часовой пояс может быть изменен.

На заметку. Если часовой пояс выполнения одного или нескольких шагов должен отличаться от часового пояса всей кампании, то настройку можно выполнить с помощью элемента [[Таймер](#)], расположив его перед нужным шагом.

3. Установите признак в поле [*Установить критичное время задержки выполнения кампании*], если вы хотите определить для кампании критичное время задержки. Если в указанный период кампания не начнет выполняться, например, по причине обновления приложения, то она будет автоматически остановлена, а ответственный получит уведомление.
4. После установки признака выберите единицы времени задержки и их количество.

На заметку. Если признак [*Установить критичное время задержки выполнения кампании*] не установлен, то период выполнения кампании по умолчанию будет соответствовать критичному времени задержки выполнения кампании.

Использовать предустановленные шаги кампании

В Creatio вы можете сохранить настройки элемента, чтобы в дальнейшем использовать их при настройке аналогичных шагов, в том числе, в других кампаниях. Это позволит сэкономить время и упростит настройку кампании.

Пример. Необходимо сохранить и повторно использовать настройки элемента [*Добавление аудитории*], который позволит добавлять в кампанию контакты из динамической группы “Клиенты”.

Создать шаблон элемента

1. Поместите на диаграмму кампании элемент [*Добавление аудитории*] и заполните его свойства:
 - a. [*Из какого объекта добавлять аудиторию*] — “Контакт”.
 - b. [*Из какого источника добавлять аудиторию*] — “Папка”.
 - c. [*Из какой группы добавлять участников*] — “Готовы к продаже”. Подробнее: [Элемент \[*Добавление аудитории* \]](#).
2. Нажмите кнопку [*Сохранить*] (Рис. 3).

Рис. 3 — Сохранение настроек элемента

Привлечение аудитории на вебинар

СОХРАНИТЬ ОТМЕНА

Добавление аудитории

Настройки элемента

Выбрать из справочника Сохранить

Из какого объекта добавить аудиторию?

Контакт

Из какого источника добавить аудиторию?

Папка

Из какой группы добавлять участников?

Готовы к продаже

Настройки элемента

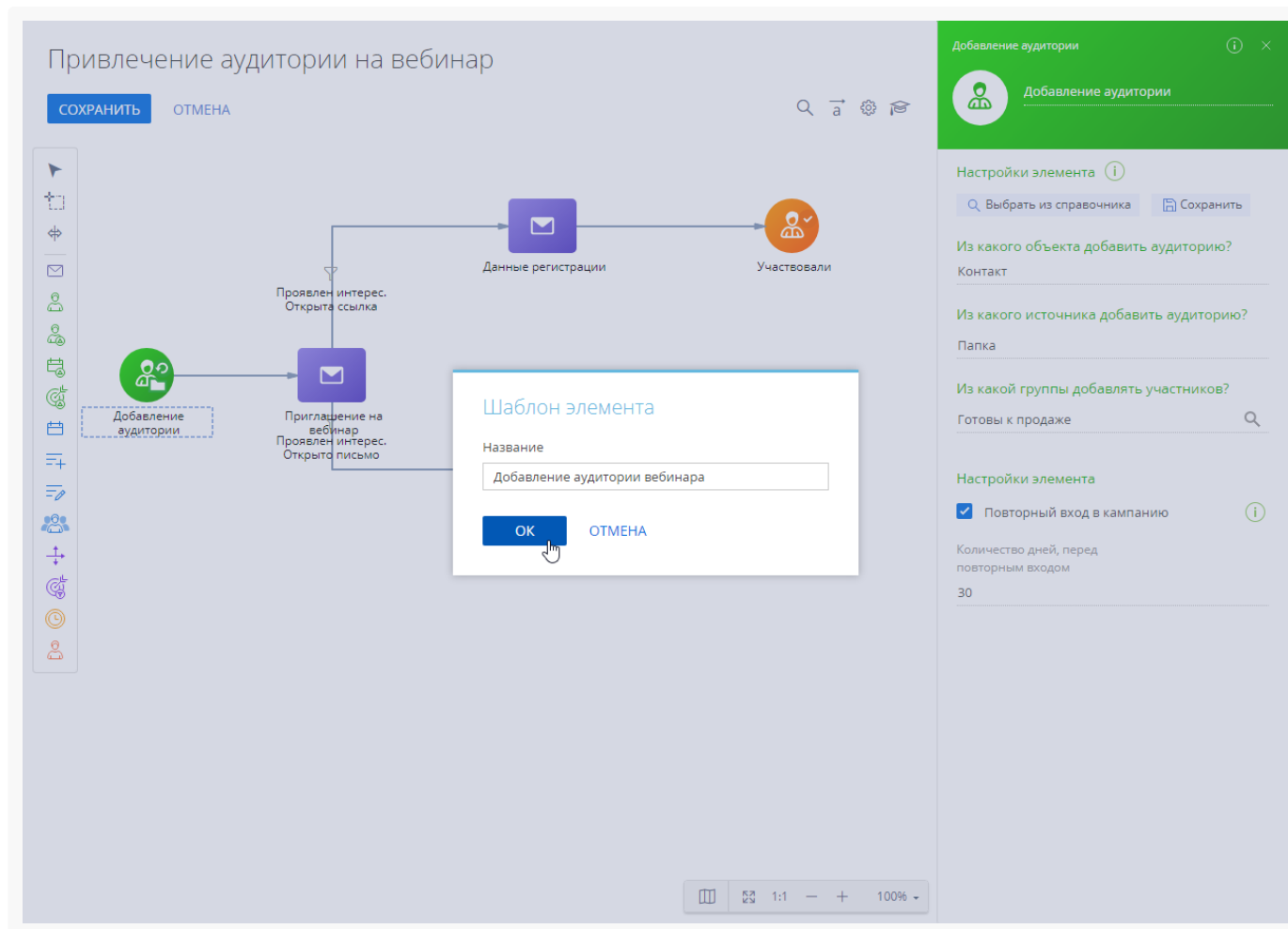
☒ Повторный вход в кампанию

Количество дней, перед повторным входом

30

3. В открывшемся окне введите название шаблона и подтвердите действие по кнопке [OK] (Рис. 4).

Рис. 4 — Сохранение шаблона элемента

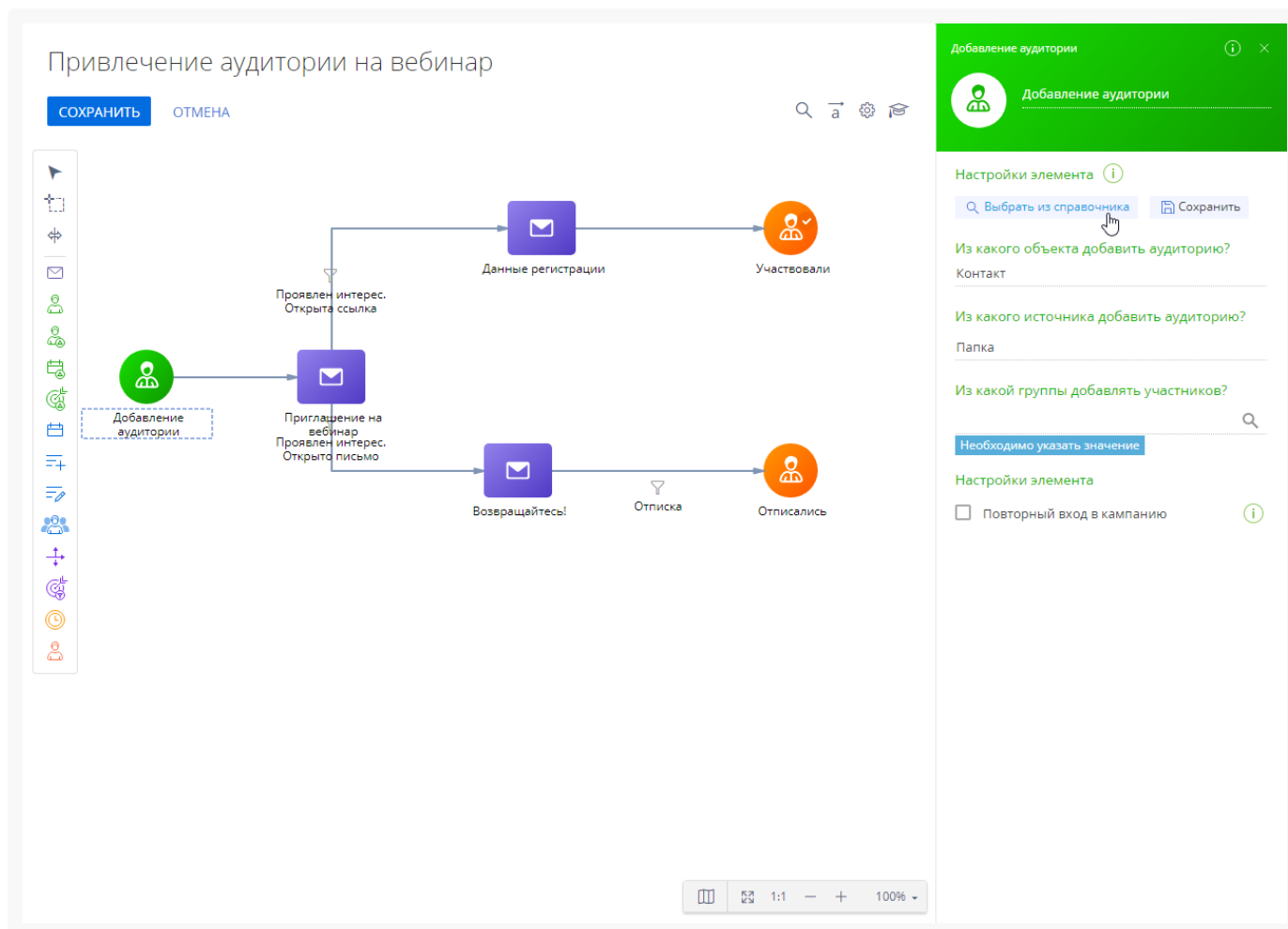


В результате шаблон будет сохранен в справочнике [*Шаблоны элементов кампании*]. В дальнейшем его можно будет использовать при настройке кампаний.

Использовать преднастроенный элемент в кампании

1. Добавьте элемент нужного типа на диаграмму и в его настройках нажмите кнопку [*Выбрать из справочника*] (Рис. 5).

Рис. 5 — Добавление шаблона из справочника



2. Выберите нужный шаблон из списка доступных.



В результате к добавленному на схему элементу будут применены все настройки выбранного шаблона.













Функциональность позволяет копировать не сам элемент, а его настройки. Таким образом, каждый раз при использовании преднастроенного шага необходимо создавать новый элемент соответствующего типа и задавать ему указанные в шаблоне значения.

Элементы кампании


ПРОДУКТЫ: **MARKETING**

Схема кампании строится на основании элементов и условий переходов между ними.

Элементы кампании	Описание
	Email-рассылка Отправляет триггерную рассылку участникам кампании, которые переходят к данному элементу.
	Добавление аудитории

	Добавляет участников кампании из динамической или статической группы , а также по фильтру .
	Добавить по триггеру Добавляет участников в кампанию автоматически, по триггеру.
	Добавить из мероприятия Добавляет в участники кампании аудиторию мероприятия.
	Добавить с посадочной страницы Добавляет участников в кампанию при заполнении формы на лендинге.
	Добавить в мероприятие Добавляет участников из кампании в мероприятие.
	Добавить данные Создает новые записи системы на основании данных участников кампании.
	Изменить данные Вносит изменения в существующие записи.
	Исключить дубли Выполняет проверку аудитории кампании по указанным правилам и останавливает участие для дублей.
	Произвольное распределение Позволяет случайным образом направить участников по разным веткам кампании, например для контрольных групп, сплит-тестов.
	Лендинг Используется для интеграции посадочных страниц с кампаниями.
	Таймер Используется для запуска кампании или активации следующего за ним элемента в указанное время однократно или на регулярной основе.
	Выход из кампании Выводит из кампании участников, которые соответствуют условиям заданного фильтра, а также тех участников, которые переходят к данному элементу.


Элемент [Email-рассылка]

Элемент [Email-рассылка]  позволяет включить в кампанию предварительно созданную в разделе [Email] триггерную рассылку.

Время выполнения данного шага кампании зависит от настроенных условий переходов к нему.

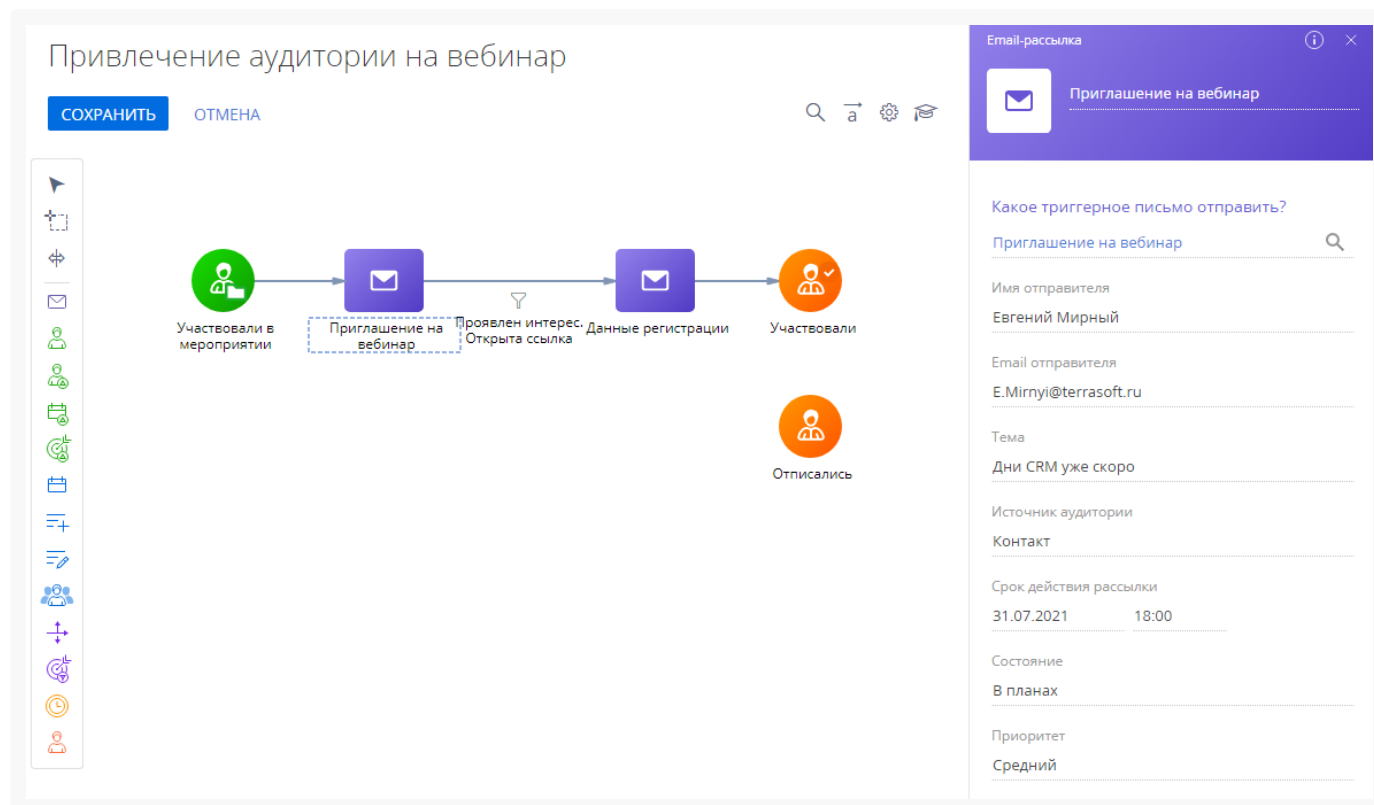
На заметку. Массовые рассылки (email-сообщения с категорией “Рассылка”) в рамках кампании не отправляются.

Для настройки элемента [Email-рассылка]:

1. Добавьте элемент  на диаграмму кампании.
2. В поле [*Какое триггерное письмо отправить*] выберите в разделе [Email] триггерное письмо, которое будет отправлено участникам рассылки (Рис. 1).

Остальные поля недоступны для редактирования и заполняются значениями, указанными при [создании триггерного письма](#).

Рис. 1 — Настройка элемента [Email-рассылка]



The screenshot displays the 'Привлечение аудитории на вебинар' campaign editor. The main workflow diagram shows a sequence of steps: 'Участвовали в мероприятии' (green person icon), 'Приглашение на вебинар' (blue envelope icon, highlighted with a dashed box), 'Проявлен интерес, Открыта ссылка' (funnel icon), 'Данные регистрации' (blue envelope icon), and 'Участвовали' (orange person icon with a checkmark). Below the diagram, there is an 'Отписались' (orange person icon with a minus sign) step. On the right, the 'Email-рассылка' configuration panel is open, showing the selected trigger email 'Приглашение на вебинар'. The configuration fields include: 'Имя отправителя' (Евгений Мирный), 'Email отправителя' (E.Mirnyi@terrasoft.ru), 'Тема' (Дни CRM уже скоро), 'Источник аудитории' (Контакт), 'Срок действия рассылки' (31.07.2021 18:00), 'Состояние' (В планах), 'Приоритет' (Средний), and 'Средний'.

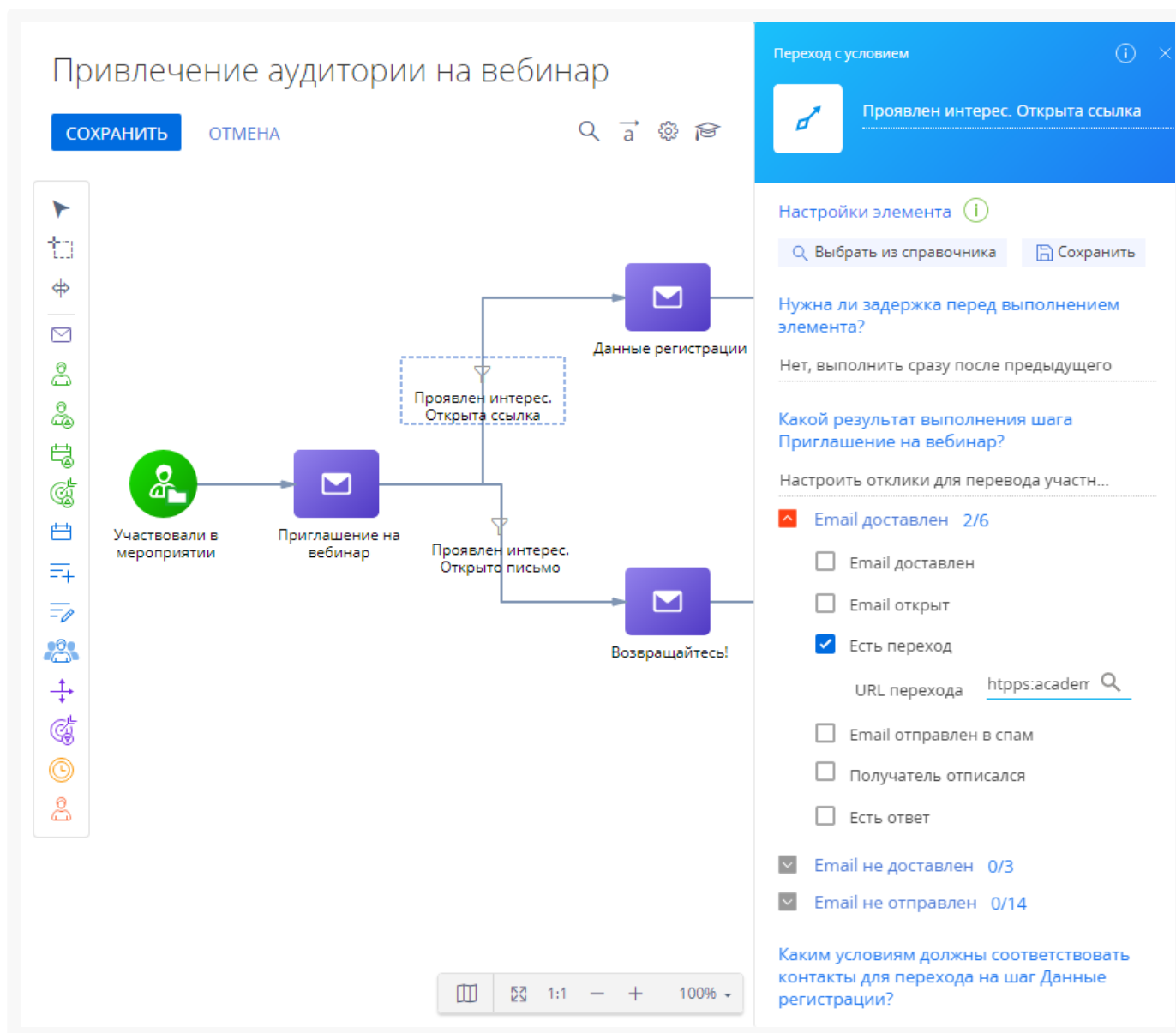
3. При настройке элемента [Email-рассылка] вы можете выбрать отклики для перевода участников, если у элемента есть исходящие условные потоки. Вы можете настроить переход вне зависимости от отклика получателя рассылки либо переводить только участников с конкретными откликами, выбрав соответствующие признаки в области свойств условного перехода.
4. При выборе отклика [*Есть переход*] дополнительно укажите одну или несколько ссылок из шаблона email-сообщения (Рис. 2).

Только те участники, которые перешли по выбранным ссылкам, смогут перейти по данному условному

потоку.

Важно. Если не задан конкретный список ссылок, то переход будет осуществлен при клике на любую ссылку.

Рис. 2 — Переход в зависимости от отклика получателя рассылки




В рассылках с [динамическим контентом](#) для каждой реплики шаблона ссылкам присваиваются уникальные параметры. При заполнении поля [*URL перехода*] для рассылки с динамическим контентом вы увидите перечень ссылок из всех реплик шаблона. Выберите все доступные варианты ссылки, чтобы получатели любой версии письма смогли перейти по данному условному потоку.


Задержка по времени считается с момента перехода участника на элемент. Например, если установить задержку в 3 дня для выполнения потока с условием перехода "Email открыт", то перейдут все участники, которые откроют сообщение в течение 3-х дней.

Важно. Если условием перехода на следующий шаг установлен клик по конкретной ссылке, то в случае изменения такой ссылки в шаблоне письма условие перехода потребуется настроить заново.

Элемент [*Добавление аудитории*]

Стартовый элемент [*Добавление аудитории*]  предназначен для автоматического добавления участников кампании из динамической или статической группы либо по заданным настройкам фильтрации (Рис. 3). Количество элементов [*Добавление аудитории*], используемых в схеме кампании, не ограничено. В аудиторию кампании всегда добавляются контакты, а связанные сущности, например, лиды, контрагенты или заказы, сохраняются в системе.

Для настройки элемента [*Добавление аудитории*]:

1. Добавьте элемент  на диаграмму кампании.
2. В поле [*Из какого объекта добавить аудиторию?*] укажите объект системы, из которого будет импортирована аудитория кампании. К примеру, вы можете импортировать лиды. В этом случае в аудиторию кампании будут добавлены контакты, связанные с ними. Список объектов, доступных для выбора, указывается в справочнике [\[Настройки объекта для сигнала кампании \]](#).
3. В поле [*Из какого источника добавить аудиторию?*] укажите “Папка”, если бы хотите добавить контакты из предварительно настроенной группы, или “Фильтр”, чтобы настроить фильтрацию записей по заданным параметрам.
 - a. Если вы указали значение “Папка”, то в поле [*Из какой группы добавлять участников?*] выберите название нужной группы.
 - b. Если вы выбрали значение “Фильтр”, то настройте параметры фильтрации. Например, выберите только лиды из нужного города и с определенной зрелостью потребности.
4. По умолчанию участники из определенной группы не могут повторно участвовать в кампании после выхода из нее. Установите признак [*Повторный вход в кампанию*], если хотите, чтобы участники могли проходить по шагам кампании многократно. В поле [*Количество дней перед повторным входом*] можно указать количество дней до повторного входа участника в кампанию. Например, вы можете настроить запуск NPS кампании каждые 90 дней, отсчет которых начинается с момента добавления участника.

Если для участников настроен повторный вход в кампанию, но они еще не завершили выполнение шагов, то для них участие в кампании будет приостановлено. Подробнее: [Повторный вход в кампанию](#).

Рис. 3 — Настройка элемента [*Добавить аудиторию*]

Привлечение аудитории на вебинар

СОХРАНИТЬ **ОТМЕНА** 🔍 ↗ ⚙️ 🎓

Участвовали в мероприятии → Приглашение на вебинар → Проявлен интерес. Открыта ссылка → Данные регистрации → Участвовали / Отписались

Добавление аудитории ⓘ ×

Участвовали в мероприятии

Настройки элемента ⓘ

🔍 Выбрать из справочника 📁 Сохранить

Из какого объекта добавить аудиторию?

Лид

Из какого источника добавить аудиторию?

Фильтр

Действия ▾

- ☒ Город = Рига
- ☒ Зрелость потребности = Готов к продаже; Предполагается интерес; Проявлен интерес
- ☒ И
- + Добавить условие

Настройки элемента

☒ Повторный вход в кампанию ⓘ

Количество дней, перед повторным входом

10

📄 1:1 + 100% ▾

Повторный вход в кампанию

Вы можете установить признак [*Повторный вход*] в поле [*Правила участия*] при заполнении свойств элемента [*Добавить по триггеру*] (Рис. 4).

Рис. 4 — Правила участия при повторном добавлении по триггеру

Добавление аудитории

Участвовали в мероприятии

Настройки элемента

Выбрать из справочника Сохранить

Из какого объекта добавить аудиторию?

Лид

Из какого источника добавить аудиторию?

Фильтр

Действия

Город = Рига

И

Добавить условие

Настройки элемента

Повторный вход в кампанию

Признак [Повторный вход] установлен — при повторном добавлении участника по триггеру его текущее участие в кампании будет приостановлено. Используйте эту возможность, если вам необходимо, чтобы при повторном добавлении контакт начинал кампанию сначала. Например, при каждой регистрации лида контакт может получать письмо-приветствие.

Признак [Повторный вход] снят — при повторном входе участника будет выполнен фрагмент кампании до задержки по времени, а контакт продолжит движение по шагам кампании. Используйте эту возможность, к примеру, при отправке писем-подтверждений (транзакционных писем). В этом случае при повторной регистрации лида по триггеру контакт получит соответствующее письмо и продолжит двигаться по шагам кампании дальше, не возвращаясь к ее старту. В противном случае контакт изменит свое положение на диаграмме, и возникнет ошибка при логики кампании.

Добавить объекты в справочник [Настройки объекта для сигнала кампании]

Перечень **доступных объектов** вы можете отредактировать в справочнике [Настройки объекта для сигнала кампании] (Рис. 5).

Рис. 5 — Справочник [Настройки объекта для сигнала кампании]

Справочники

Что я могу для вас сделать? >

Creatio

7.17.2.1728

ДОБАВИТЬ

ЗАКРЫТЬ

ДЕЙСТВИЯ ▾

Вид ▾

Настройки объекта для сигнала кампании

Фильтры/группы ▾

Название	Объект ^	Путь к Контакту
Контрагент	Account	PrimaryContact.Id
Обращение	Case	Contact.Id
Контакт	Contact	Id
Участник мероприятия	Event participant	Contact.Id
Лид	Lead	QualifiedContact.Id
Продажа	Opportunity	Contact.Id
Продукт в продаже	Opportunity product	Opportunity.Contact.Id
Заказ	Order	Contact.Id
Продукт в лиде	Product in lead	Lead.QualifiedContact.Id
Продукт в заказе	Product in order	Order.Contact.Id

Чтобы добавить новый объект:


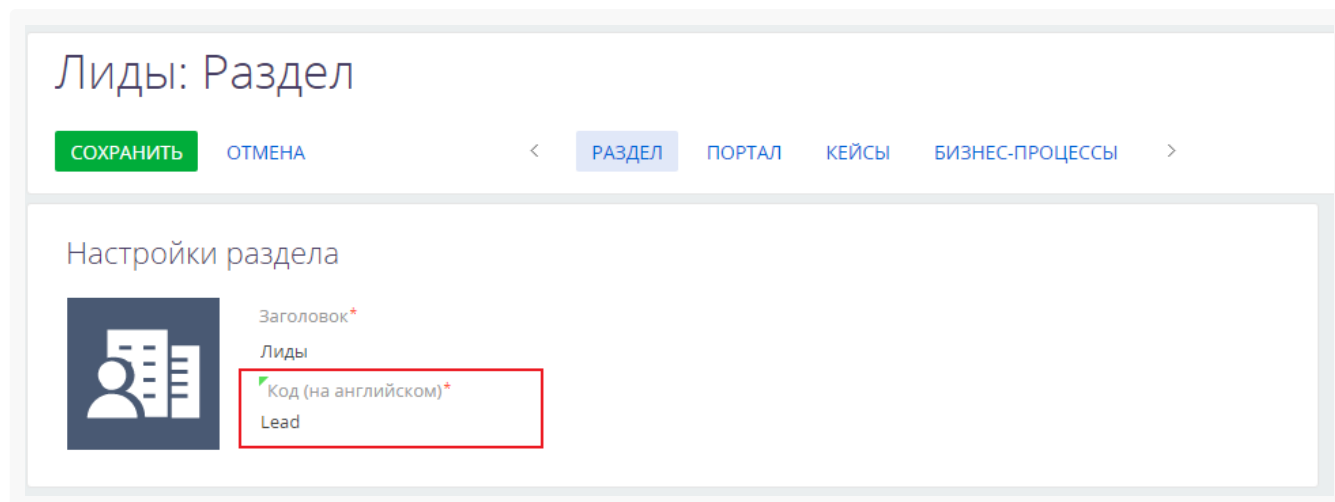

1. Перейдите в дизайнер системы, например, по кнопке .
2. В группе “Настройка системы” нажмите “Справочники”.
3. Откройте наполнение справочника [*Настройки объекта для сигнала кампании*].
4. Нажмите кнопку [*Добавить*].
5. Заполните следующие поля:
 - a. В столбце [*Название*] укажите название объекта. Это название отображается в поле [*Добавлять участников при добавлении/изменении элемента*] области свойств элемента [*Добавить по триггеру*].
 - b. В столбце [*Объект*] укажите, как объект называется в базе данных. Чтобы узнать название объекта в базе данных, используйте [мастер разделов](#) или [мастер деталей](#) (Рис. 6).

Рис. 6 — Определение названия объекта в мастере раздела



- с. Название колонки, по которой необходимый объект связан с объектом “Контакт”, укажите в столбце [*Путь к колонке Контакт*].

Элемент [*Добавить по триггеру*]

Стартовый элемент [*Добавить по триггеру*]  добавляет участников в кампанию автоматически, по триггеру.

В аудиторию кампании всегда добавляются контакты, а связанные сущности, например, лиды, контрагенты или заказы, сохраняются в системе. Например, если в свойствах элемента [*Добавить по триггеру*] указать объект “Лид”, то Creatio добавит в участники кампании контакт, указанный в [профиле лида](#). Параметры взаимосвязи добавленного участника и записи, которая послужила триггером для добавления, указываются отдельно для каждого объекта.


Добавление участников в кампанию происходит сразу же при срабатывании триггера. На вкладке [*Участники*] страницы кампании список аудитории обновляется при запуске кампании (вручную или в указанное время).

Есть два типа событий, наступление которых активирует триггеры:

- **[Изменение существующей записи](#)**. Creatio добавляет участников в аудиторию кампании всякий раз, когда обновляется (изменяется) существующая запись. Поля, изменения в которых отслеживаются, указываются в ходе настройки элемента. При этом обновленная запись должна соответствовать установленным условиям фильтрации.
- **[Добавление новой записи](#)**. Creatio добавляет участников в аудиторию кампании всякий раз при добавлении новой записи в определенный раздел, деталь или справочник. При этом добавленная запись должна соответствовать установленным условиям фильтрации.

Событие-триггер “Изменение записи”

Для настройки элемента [*Добавить по триггеру*] при изменении записи (Рис. 7):

1. Добавьте элемент  на диаграмму кампании.
2. В поле [*Добавлять участников при добавлении/изменении объекта*] выберите объект, запись которого должна служить триггером для добавления нового участника кампании. Список значений, доступный для выбора в данном поле, указывается в справочнике [\[Настройки объекта для сигнала \]](#).

[кампании](#)]. Например, для добавления участников кампании при изменении записи лида (при переходе лида на стадию [*Взращивание*]), выберите объект “Лид”. Все лиды, добавляемые в кампанию, должны иметь связь с контактом, которая настраивается в справочнике [\[Настройки объекта для сигнала кампании \]](#).

3. В поле [*Какое событие должно произойти*] выберите “Изменение записи” и перейдите к заполнению отобразившихся полей.
4. В поле [*Триггер сработает при изменении следующих колонок*] укажите колонки, значения которых должны быть изменены для того, чтобы произошло событие “Изменение записи”. Например, для добавления участников кампании при изменении стадии лида выберите колонку “Стадия лида”.
5. В поле [*После изменения запись должна соответствовать условиям*] укажите условия, которым должна соответствовать запись для активации элемента [*Добавить по триггеру*]. Например, для добавления участников кампании при переходе лида на стадию [*Взращивание*] установите фильтр “Стадия лида = Взращивание”. Если фильтр не настроен, то любые изменения в указанных колонках повлекут за собой добавление нового участника кампании.
6. По умолчанию участники из определенной группы не могут повторно участвовать в кампании после выхода из нее. Установите признак [*Повторный вход в кампанию*], если хотите, чтобы участники могли проходить по шагам кампании многократно. В поле [*Количество дней перед повторным входом*] можно указать количество дней до повторного входа участника в кампанию. Например, вы можете настроить запуск NPS кампании каждые 90 дней, отсчет которых начинается с момента добавления участника.

Если для участников настроен повторный вход в кампанию, но они еще не завершили выполнение шагов, то для них участие в кампании будет приостановлено. Подробнее: [Повторный вход в кампанию](#).

В результате всякий раз, когда новый лид перейдет на стадию [*Взращивание*], элемент [*Добавить по триггеру*] добавит контакт лида в аудиторию кампании.

Рис. 7 — Настройка события-триггера “Изменение записи”

Для настройки элемента [*Добавить по триггеру*] при добавлении записи (Рис. 8):

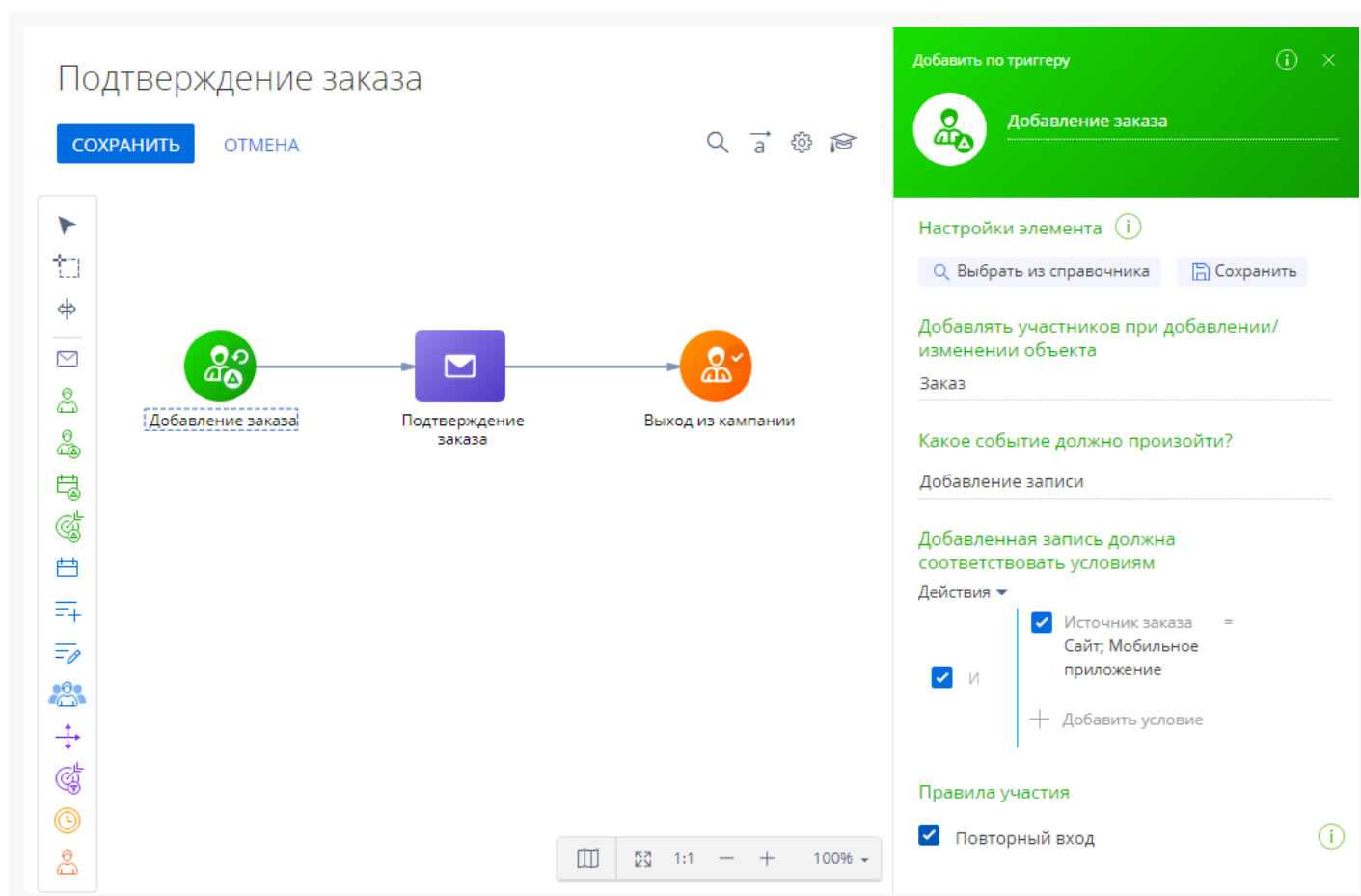
- © 2022 Terrasoft. Все права защищены.

5. По умолчанию участники из определенной группы не могут повторно участвовать в кампании после выхода из нее. Установите признак [*Повторный вход в кампанию*], если хотите, чтобы участники могли проходить по шагам кампании многократно. В поле [*Количество дней перед повторным входом*] можно указать количество дней до повторного входа участника в кампанию. Например, вы можете настроить запуск NPS кампании каждые 90 дней, отсчет которых начинается с момента добавления участника.

Если для участников настроен повторный вход в кампанию, но они еще не завершили выполнение шагов, то для них участие в кампании будет приостановлено. Подробнее: [Повторный вход в кампанию](#).

В результате всякий раз при добавлении нового заказа только на сайте или в мобильном приложении элемент [*Добавить по триггеру*] добавит контакт заказа в аудиторию кампании.

Рис. 8 — Настройка события-триггера “Добавление записи”



Особенности элемента [*Добавить по триггеру*]


- Как только участник добавляется в аудиторию кампании, он выполняет все шаги, пока не дойдет до элемента или перехода, для которого настроены условия задержки по времени.

Так происходит даже в том случае, если элемент [*Добавить по триггеру*] многократно добавляет один и тот же контакт в участники кампании (например, если в разное время два разных лида с одним и тем же контактом активируют элемент).

- Когда такой участник впервые достигает [перехода с условием](#), остальные экземпляры этого

участника не смогут перейти к этому условному переходу. Если какой-то элемент кампании не должен выполняться для участника более одного раза, то разместите элемент [*Переход с условием*] между ним и элементом [*Добавление по триггеру*]. Например, на Рис. 7 один и тот же участник не сможет дважды попасть на переход с условием “Задержка в 2 дня”.

Элемент [*Добавить из мероприятия*]

Стартовый элемент [*Добавить из мероприятия*]  добавляет аудиторию маркетинговых [мероприятий](#) в участники кампании. Элемент [*Добавить из мероприятия*] срабатывает при активации триггера — добавлении новых записей в аудиторию участников мероприятия (Рис. 9). Он действует аналогично элементу [*Добавить по триггеру*], для которого настроены условия добавления участников из аудитории мероприятия.

Добавление участников в кампанию происходит сразу же при добавлении их в участники мероприятия. На вкладке [*Участники*] страницы кампании список аудитории обновляется при запуске кампании (вручную или в указанное время).

Для настройки элемента [*Добавить из мероприятия*]:


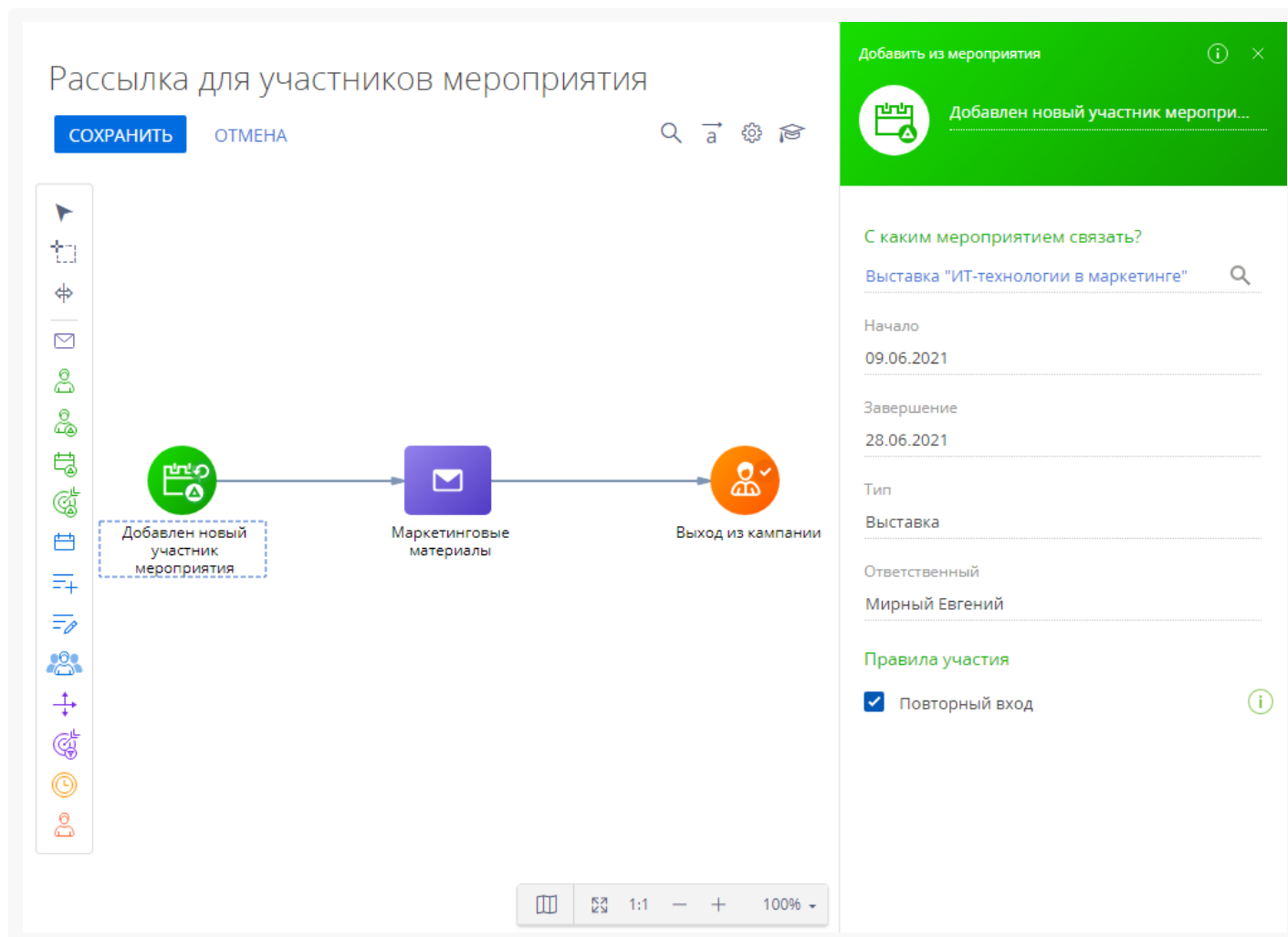

1. Добавьте элемент  на диаграмму кампании.
2. В поле [*С каким мероприятием связать?*] укажите мероприятие, участники которого будут добавлены в аудиторию кампании. При добавлении контакта на деталь [*Контакты*] вкладки [*Аудитория*] мероприятия он сразу же будет добавлен в участники кампании. После того как поле будет заполнено, область свойств элемента отобразит даты, тип и ответственного за мероприятие. Эти поля недоступны для редактирования и заполняются значениями, указанными при [создании мероприятия](#).
3. Установите признак в поле [*Повторный вход*], если вы хотите, чтобы при повторном добавлении контакта в участники мероприятия его текущее участие в кампании приостанавливалось, и выполнение шагов кампании начиналось заново. Подробнее: [Повторный вход в кампанию](#).

Рис. 9 — Настройка элемента [*Добавить из мероприятия*]




Элемент [*Добавить с посадочной страницы*]

Стартовый элемент [*Добавить с посадочной страницы*]  используется для интеграции [посадочных страниц](#) с кампаниями (Рис. 10).

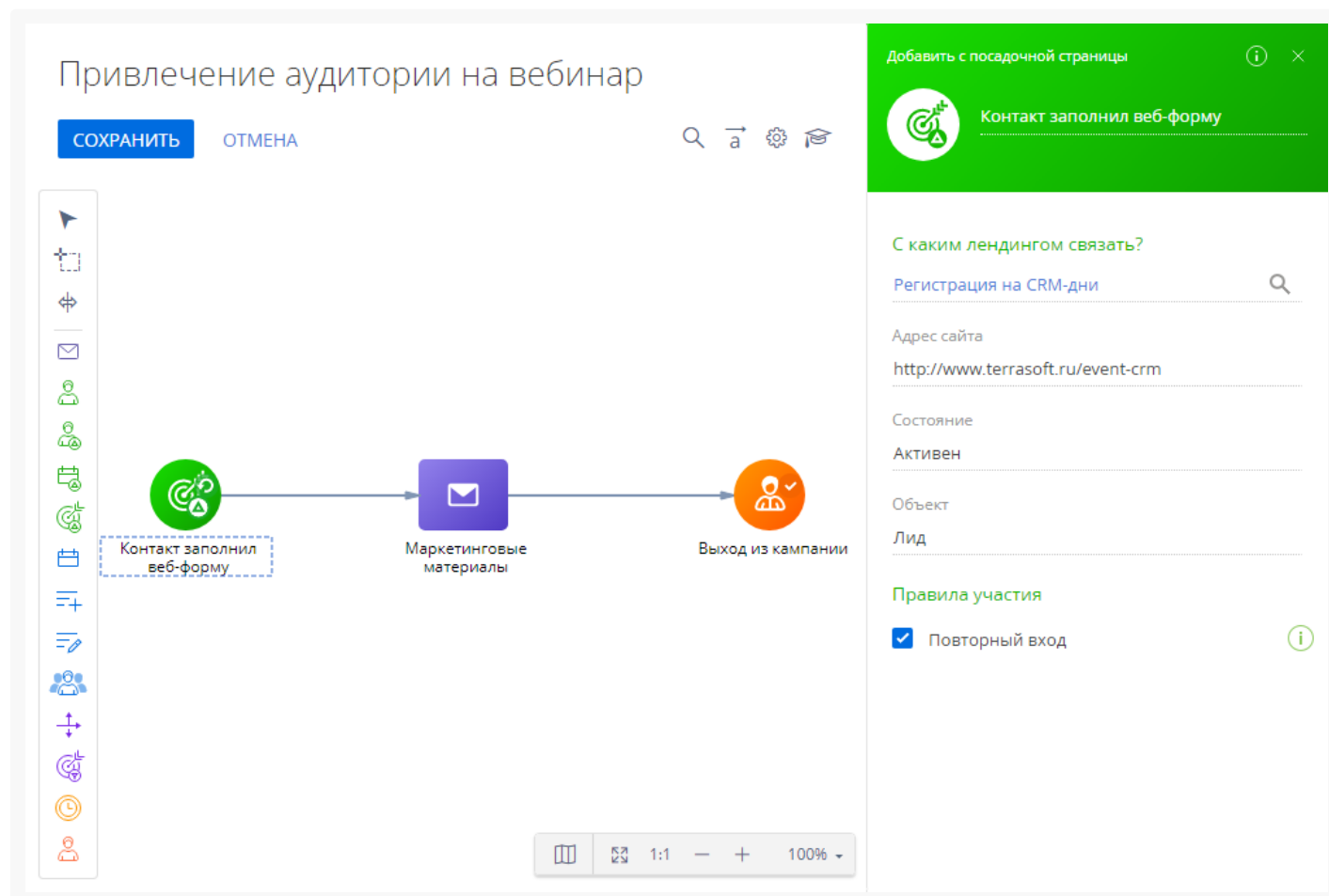
Элемент [*Добавить с посадочной страницы*] срабатывает при активации триггера — заполнении веб-форм на лендинге. Он действует аналогично элементу [*Добавить по триггеру*], для которого настроены условия добавления участников при создании связанного объекта. При заполнении веб-формы на лендинге контакт сразу же будет добавлен в участники кампании. На вкладке [*Участники*] страницы кампании список аудитории обновляется при запуске кампании (вручную или в указанное время).

Для настройки элемента [*Добавить из мероприятия*]:

1. Добавьте элемент  на диаграмму кампании.
2. В поле [*С каким лендингом связать?*] выберите одну из предварительно добавленных посадочных страниц. После того как параметр будет заполнен, область свойств элемента отобразит адрес посадочной страницы и ее состояние и объект системы, по которому настроен лендинг. Эти поля недоступны для редактирования и заполняются значениями, указанными при [создании посадочной страницы](#).
3. Установите признак в поле [*Повторный вход*], если вы хотите, чтобы при повторном добавлении контакта в участники мероприятия его текущее участие в кампании приостанавливалось, и

выполнение шагов кампании начиналось заново. Подробнее: [Повторный вход в кампанию](#).

Рис. 10 — Настройка элемента [*Добавить с посадочной страницы*]



Вы можете настроить условия фильтрации по объекту, указанному в свойствах элемента [*Добавить с посадочной страницы*] при переходе к следующему элементу кампании, например, как показано на Рис. 11.

Рис. 11 — Настройка условного перехода

Привлечение аудитории на вебинар

СОХРАНИТЬ ОТМЕНА

🔍 → ⚙️ 🎓

Контакт заполнил веб-форму

Маркетинговые материалы

Выход из кампании

Переход с условием

Настройки элемента ⓘ

🔍 Выбрать из справочника Сохранить

Нужна ли задержка перед выполнением элемента?

Нет, выполнить сразу после предыдущего

Какой результат выполнения шага Маркетинговые материалы?

Перевести участников независимо от отк...

Каким условиям должны соответствовать контакты для перехода на шаг Выход из кампании?

Настроить условия фильтрации

По какой сущности выполнить фильтрацию участников?

Лид

Действия ▾

- ☒ Зрелость потребности = Предполагается интерес; Проявлен интерес; Готов к продаже
- ☒ И
- + Добавить условие

📄 🖼️ 1:1 — + 100%

Элемент [Добавить в мероприятие]

Элемент [Добавить в мероприятие] 📅 добавляет участников кампании в мероприятие (Рис. 12).

Для настройки элемента [Добавить в мероприятие]:

1. Добавьте элемент 📅 на диаграмму кампании.
2. В поле [С каким мероприятием связать?] выберите мероприятие, в участники которого необходимо добавить аудиторию кампании. После того как поле будет заполнено, область свойств элемента отобразит даты, тип и ответственного за мероприятие. Эти поля недоступны для редактирования и заполняются значениями, указанными при [создании мероприятия](#).

Рис. 12 — Настройка элемента [Добавить в мероприятие]

Привлечение аудитории на вебинар

СОХРАНИТЬ ОТМЕНА

Добавить в мероприятие

Добавление в мероприятие

С каким мероприятием связать?

Вебинар для партнеров "Функциональные в..."

Начало
15.06.2021

Завершение
18.06.2021

Тип
Вебинар

Ответственный
Шевченко Виталий

```

graph LR
    A[Добавление из группы предпринимателей] --> B[Приглашение на вебинар]
    B --> C[Добавление в мероприятие]
    C --> D[Напоминание о мероприятии]
  
```

3. При настройке элемента [*Добавить в мероприятие*] вы можете выбрать отклики для перевода участников, если у элемента есть исходящие условные потоки. Возможные отклики аудитории мероприятия будут добавлены в список условий (Рис. 13).

Рис. 13 — Использование элемента [*Добавить в мероприятие*] с условными переходами

Привлечение аудитории на вебинар

СОХРАНИТЬ
ОТМЕНА

🔍
→
⚙️
🎓

Переход с условием ⓘ ✕

🔍 Нет ответа в течение 3 дней

Настройки элемента ⓘ

🔍 Выбрать из справочника 💾 Сохранить

Нужна ли задержка перед выполнением элемента?

Да, на указанный промежуток времени

Единицы задержки

Дни

Количество

3

Время запуска

☒ В точное время

18:30

Какой результат выполнения шага "Добавление в мероприятие"?

Настроить отклики для перевода участн...

☐ Подтверждено участие

☐ Участвовал(а)

☒ Нет отклика

☐ Отменено

☐ В планах

📄
🔍
1:1
—
+
100%

Таким образом, по потоку перейдут только участники, чей отклик соответствует условиям перехода. При переходе учитываются отклики, зафиксированные на момент выполнения кампании для участников, которые еще не перешли к следующим элементам. Например, если установить задержку в 3 дня для выполнения потока с условием перехода “Нет отклика”, то все участники, у которых по прошествии 3-х дней будет указан отклик “Нет отклика”, перейдут по данному потоку.

На заметку. Вы можете добавлять пользовательские отклики мероприятий при помощи справочника [Статус участия].

Элемент [Добавить данные]

Элемент [*Добавить данные*] создает новые записи в Creatio и заполняет их данными, содержащимися в записи контакта — участника кампании или в других записях, которые напрямую связаны с контактом (Рис. 15).

Для настройки элемента [*Добавить данные*]:


1. Добавьте элемент  на диаграмму кампании.
2. В поле [*В какой объект добавить данные?*] выберите необходимый объект (раздел, деталь, справочник). Например, чтобы в системе создавалась новая активность, выберите объект “Активность”.
3. В области [*Для каких колонок установить значения?*] кликните [+] и выберите поля, которые будут заполняться в созданной записи. Например, для связи новой активности с контрагентом участника кампании выберите поле [*Контрагент*]. Все выбранные поля отобразятся в области свойств элемента [*Добавить данные*]. По умолчанию элемент [*Добавить данные*] позволяет добавлять данные в записи четырех объектов системы — “Звонок”, “Активность”, “Контакт в группе” и “Лид”. Список **доступных объектов** можно [настроить](#) в справочнике [*Элемент “Добавить данные” — разрешенные объекты*].
4. В области [*Для каких колонок установить значения?*] настройте способы заполнения данными каждого поля записи, которую будет создавать элемент [*Добавить данные*]. Все обязательные поля новой записи должны быть заполнены. Вы можете их заполнить следующими способами:
 - **Вручную.** Вы можете указать значение поля вручную, используя те же элементы управления, что и на стандартной странице записи. Например, для создания активности с типом “Звонок” выберите значение “Звонок” в поле [*Тип*].
 - **Стандартный макрос.** Для некоторых колонок существуют преднастроенные макросы. Например, выберите макрос “Дата и время” в поле [*Начало*], чтобы оно заполнялось датой и временем добавления новой записи.
 - **Пользовательский макрос.** Используйте пользовательские макросы для заполнения полей новой записи данными, которые содержатся в записи контакта — участника кампании или в других объектах, связанных с контактом. Например, вы можете заполнить поле [*Ответственный*] новой активности теми же значениями, которые указаны в поле [*Ответственный*] контакта — участника кампании (Рис. 14).

Рис. 14 — Маппинг поля [*Ответственный*]

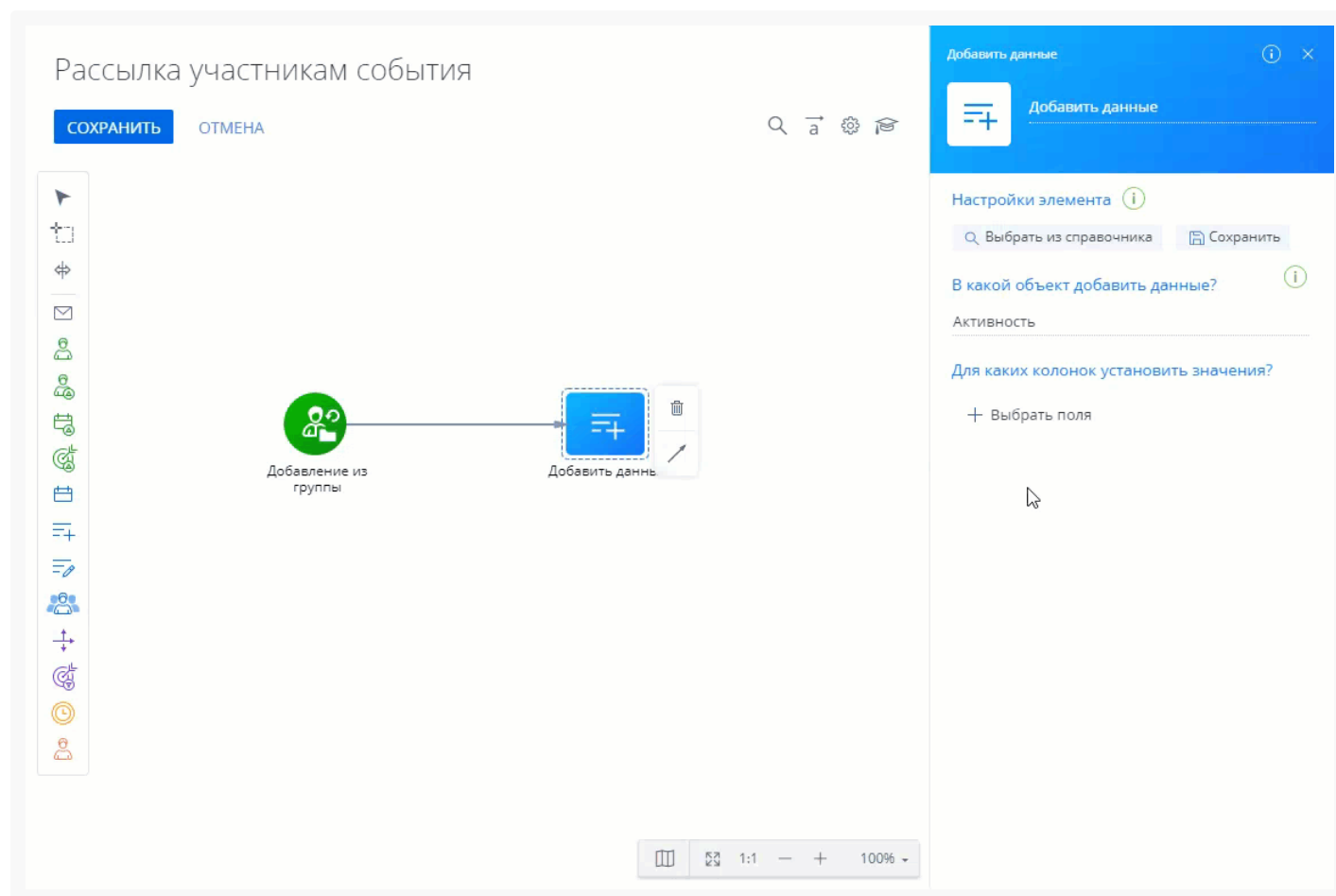
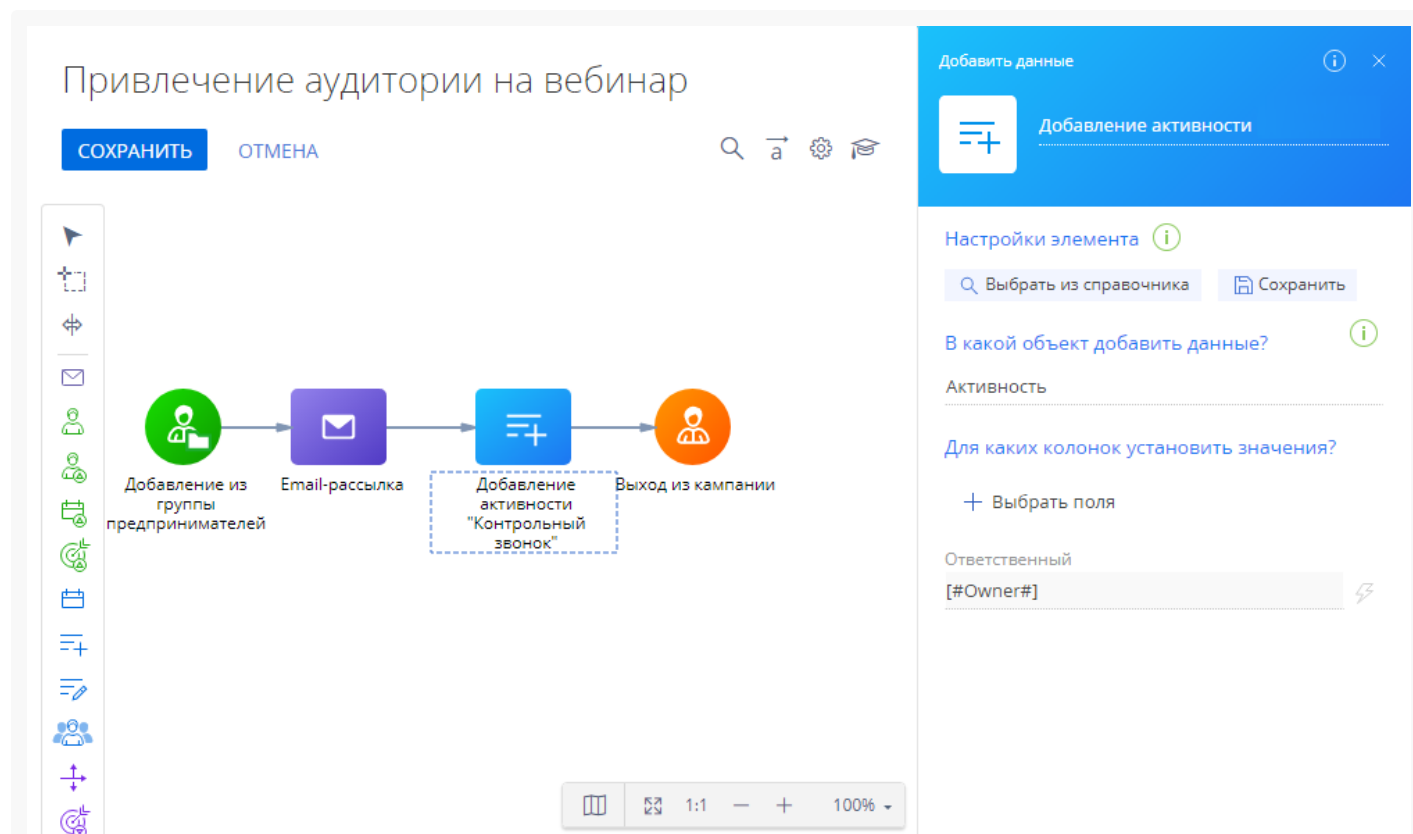


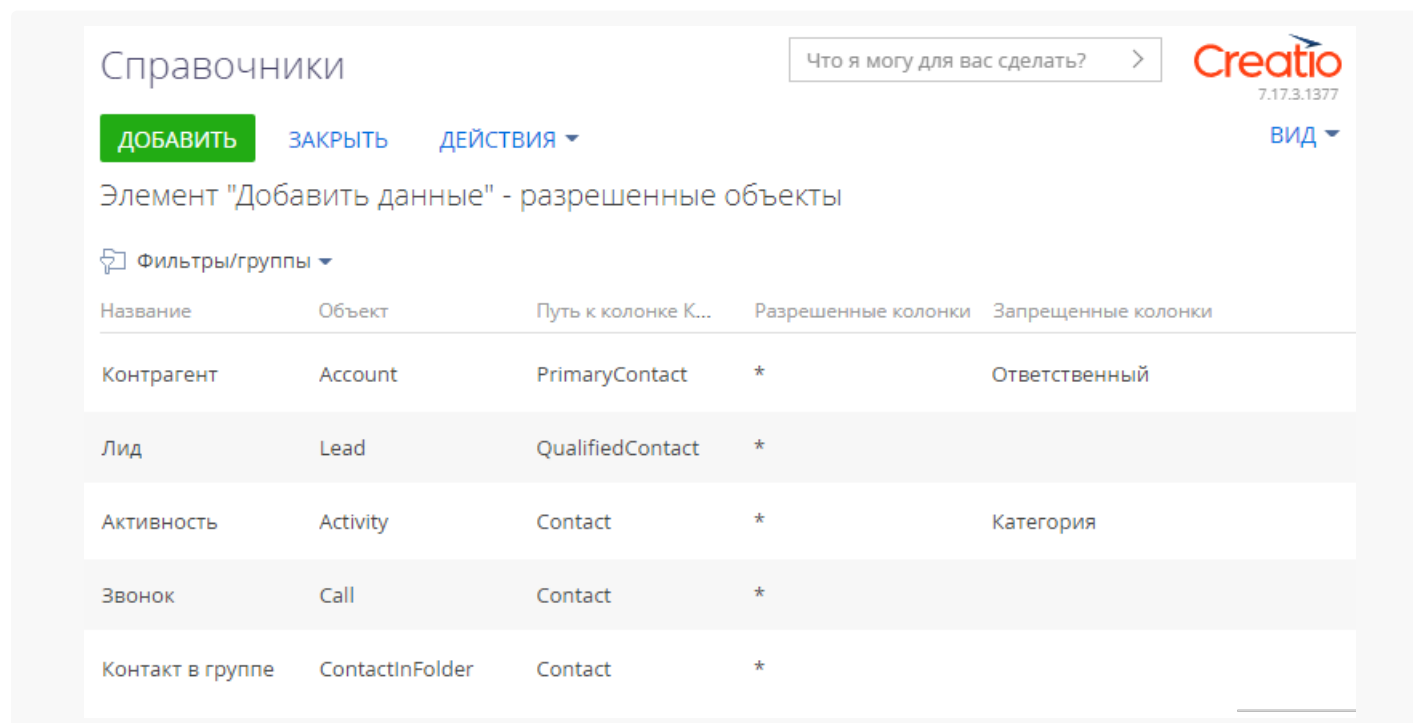
Рис. 15 — Настройка элемента [Добавить данные]



Добавить объекты в справочник [Элемент “Добавить данные” — разрешенные объекты]

Перечень **доступных объектов** для добавления данных при помощи элемента [Добавить данные] вы можете настроить в справочнике [Элемент “Добавить данные” — разрешенные объекты] (Рис. 16).

Рис. 16 — Справочник [Элемент “Добавить данные” — разрешенные объекты]



Чтобы добавить новый объект:



1. Перейдите в дизайнер системы, например, по кнопке .
2. В группе “Настройка системы” нажмите “Справочники”.
3. Откройте наполнение справочника [Элемент “Добавить данные” — разрешенные объекты].
4. Нажмите кнопку [Добавить].
5. Заполните следующие поля:
 - a. В столбце [Название] укажите название объекта. Это название отображается в поле [В какой объект добавить данные?] области свойств элемента [Добавить данные].
 - b. В столбце [Объект] укажите, как объект называется в базе данных. Чтобы узнать название объекта в базе данных, используйте [мастер разделов](#) или [мастер деталей](#) (Рис. 17).


Рис. 17 — Определение названия объекта в мастере раздела

- с. Название колонки, по которой необходимый объект связан с объектом “Контакт”, укажите в столбце [*Путь к колонке Контакт*]. Обычно эта колонка называется “Contact”.
- д. В столбце [*Разрешенные колонки*] перечислите список колонок через запятую. Здесь определяется, какие колонки объекта доступны для раздела выбора в поле [*Для каких колонок установить значения?*] при настройке свойств элемента [*Добавить данные*]. Чтобы все колонки объекта были доступны для выбора, установите в столбце “*”.
- е. В столбце [*Запрещенные колонки*] перечислите список колонок через запятую. Эти колонки будут недоступны для выбора в поле [*Для каких колонок установить значения?*]. Указанные в этом столбце значения имеют более высокий приоритет по сравнению со значениями, перечисленными в столбце [*Разрешенные колонки*]. Даже если в столбце [*Разрешенные колонки*] настроена доступность всех колонок объекта (установлено значение “*”), то колонки, перечисленные в столбце [*Запрещенные колонки*], не будут доступны для выбора при настройке элемента [*Добавить данные*].

Элемент [Изменить данные]

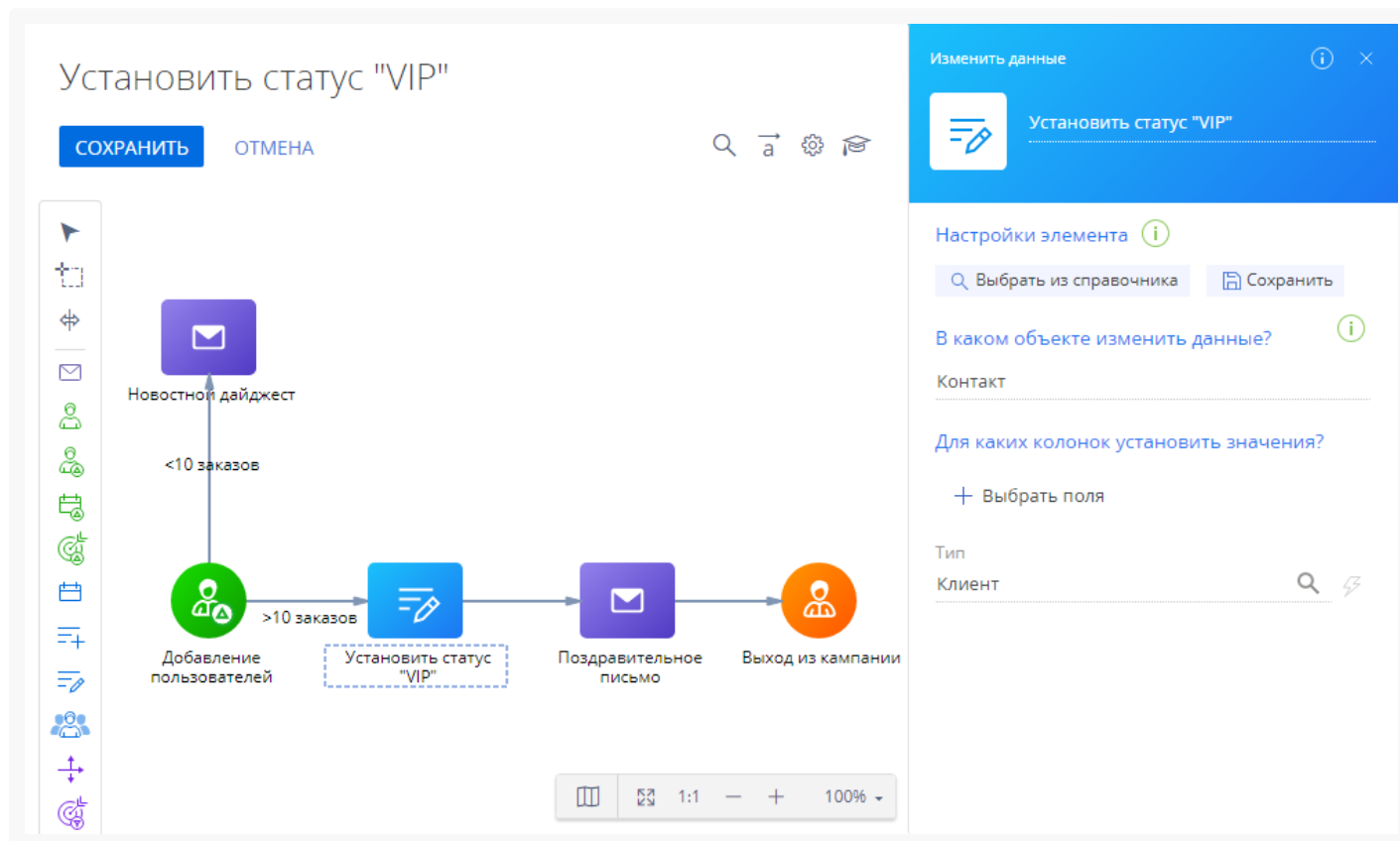
Элемент [*Изменить данные*]  вносит изменения в существующие записи раздела, детали или справочника. Элемент [*Изменить данные*] позволяет использовать данные контакта — участника кампании, а также связанных с ним записей, для заполнения полей записи, которая подлежит изменению (Рис. 18).

Для настройки элемента [*Изменить данные*]:

1. Добавьте элемент  на диаграмму кампании.
2. В поле [*В каком объекте изменить данные?*] выберите объект, в записях которого Creatio будет изменять данные. Для всех объектов, кроме объекта “Контакт”, подлежащая изменениям запись должна быть связана с контактом — участником кампании. Например, если выбран объект “Лид”, то элемент изменит данные лида, связанного с контактом — участником кампании. По умолчанию элемент [*Изменить данные*] позволяет менять данные объекта “Контакт”. Список **доступных объектов** можно отредактировать в справочнике [*Элемент “Изменить данные” — разрешенные объекты*]. Добавление объектов в справочник осуществляется по аналогии со [справочником \[*Элемент “Добавить данные” — разрешенные объекты* \]](#).
3. В поле [*Для каких колонок установить значения?*] укажите список полей записи, значения которых подлежат изменению. Например, для изменения типа контакта выберите поле [*Тип*]. Поля,

указанные в данной области, заполнятся пользовательскими значениями. Значения в остальных полях записи не будут меняться при выполнении кампании. Заполнение полей осуществляется по аналогии с элементом [\[Добавить данные\]](#).

Рис. 18 — Настройка элемента *[Изменить данные]*



Элемент *[Исключить дубли]*

Элемент *[Исключить дубли]* проверяет аудиторию кампании по заданному правилу и исключает из аудитории дубли участников с активным статусом.

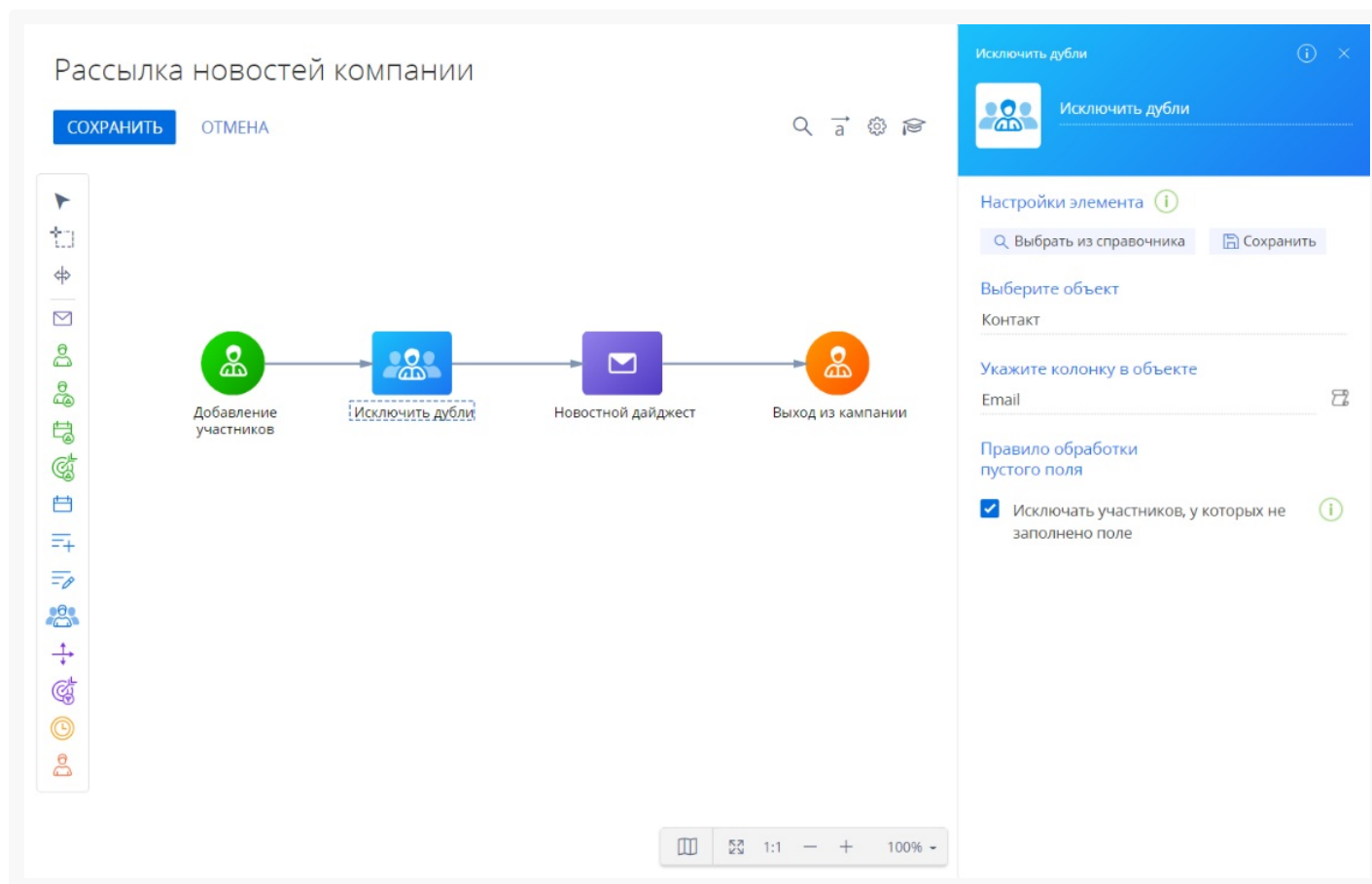
В кампанию можно добавить один элемент *[Исключить дубли]* либо несколько элементов, в которых будут настроены разные правила (Рис. 19).

Для настройки элемента *[Исключить дубли]*:


1. Добавьте элемент на диаграмму кампании.
2. В поле *[Выберите объект]* из выпадающего списка выберите справочник, который соответствует участнику кампании, например, "Контакт".
3. В поле *[Укажите колонку в объекте]* выберите колонку справочника, по которой будет выполняться проверка дублей. Вы можете указать любую колонку выбранного выше справочника либо связанного с ним объекта. Например, если в поле *[Выберите объект]* выбран объект "Контакт", то в поле *[Укажите колонку в объекте]* можно указать колонку "Email". Если необходимо настроить проверку дублей по нескольким полям, то следует добавить несколько элементов *[Исключить дубли]* и настроить для них разные правила.
4. В поле *[Исключать участников, у которых не заполнено поле]* установите признак, если необходимо

исключить из кампании участников, у которых не заполнено выбранное для проверки поле.

Рис. 19 — Настройка элемента [*Исключить дубли*]



Элемент [*Произвольное распределение*]

Элемент [*Произвольное распределение*]  позволяет случайным образом направить участников по разным веткам кампании. Его удобно использовать для контрольных групп, сплит-тестов, промо-кампаний разных продуктов для одной целевой аудитории (Рис. 20).

Для настройки элемента [*Произвольное распределение*]:


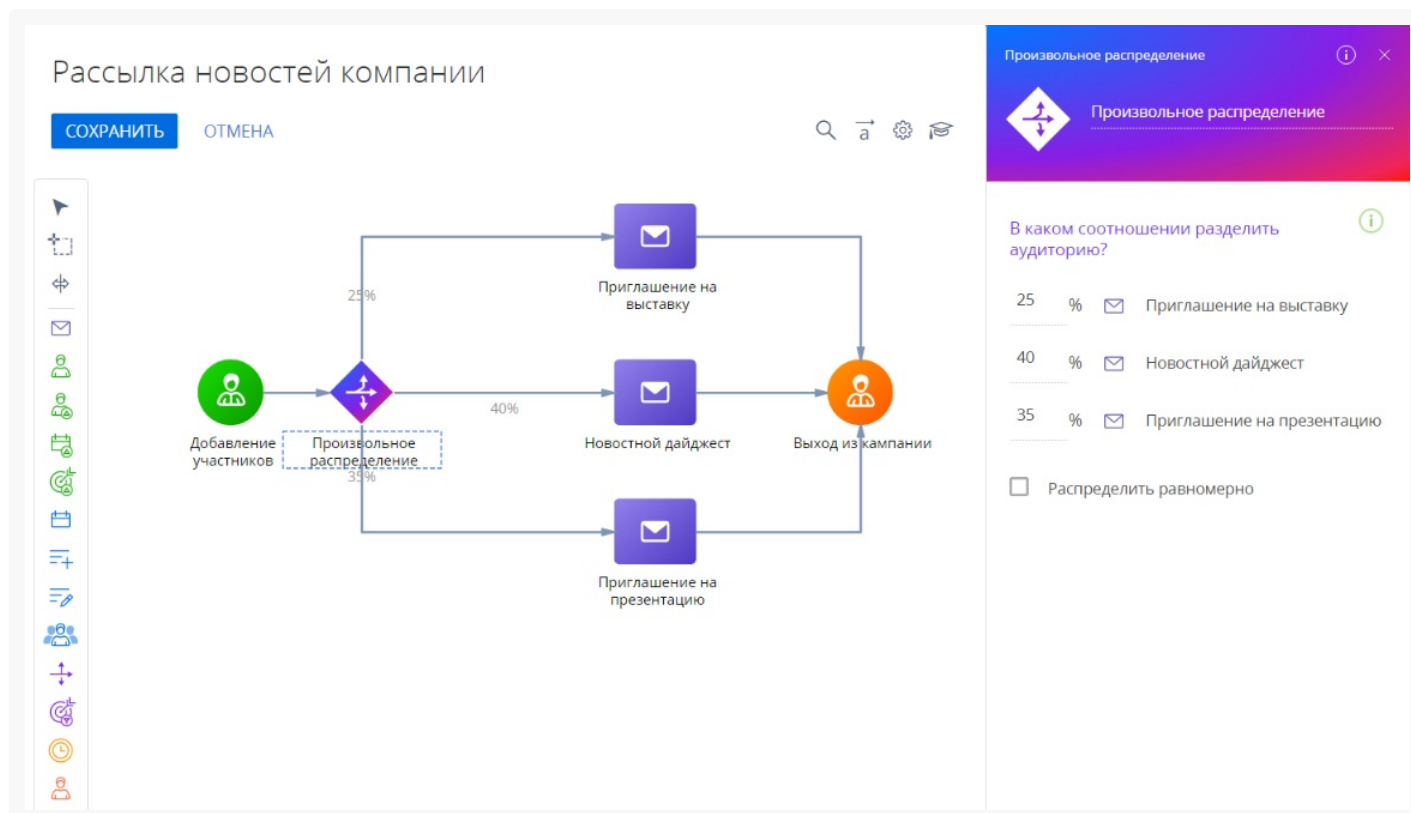
1. Добавьте элемент  на диаграмму кампании.
2. Добавьте исходящие потоки к каждому варианту следующего элемента кампании.
3. В поле [*Распределить равномерно*] по умолчанию установлен признак для автоматического распределения аудитории. Если необходимо использовать другое распределение аудитории, отключите признак.
4. В поле [*В каком соотношении разделить аудиторию?*] настройте распределение аудитории — установите процент аудитории для каждого исходящего потока. Неравномерное распределение аудитории можно настроить только при отключенном признаке [*Распределить равномерно*].

Рис. 20 — Настройка элемента [*Произвольное распределение*]



Элемент [Лендинг]

Элемент [Лендинг]  используется для интеграции посадочных страниц с кампаниями (Рис. 21).

В отличие от элемента [Добавить с посадочной страницы] элемент [Лендинг] позволяет отфильтровать участников аудитории, которые заполнили веб-форму на указанной посадочной странице, в зависимости от их откликов на любом промежуточном шаге кампании. Например, вы можете проинформировать всю целевую аудиторию о предстоящем мероприятии, а напоминания отправлять только тем участникам, которые подтвердили свое участие на посадочной странице.

Для настройки элемента [Лендинг]:


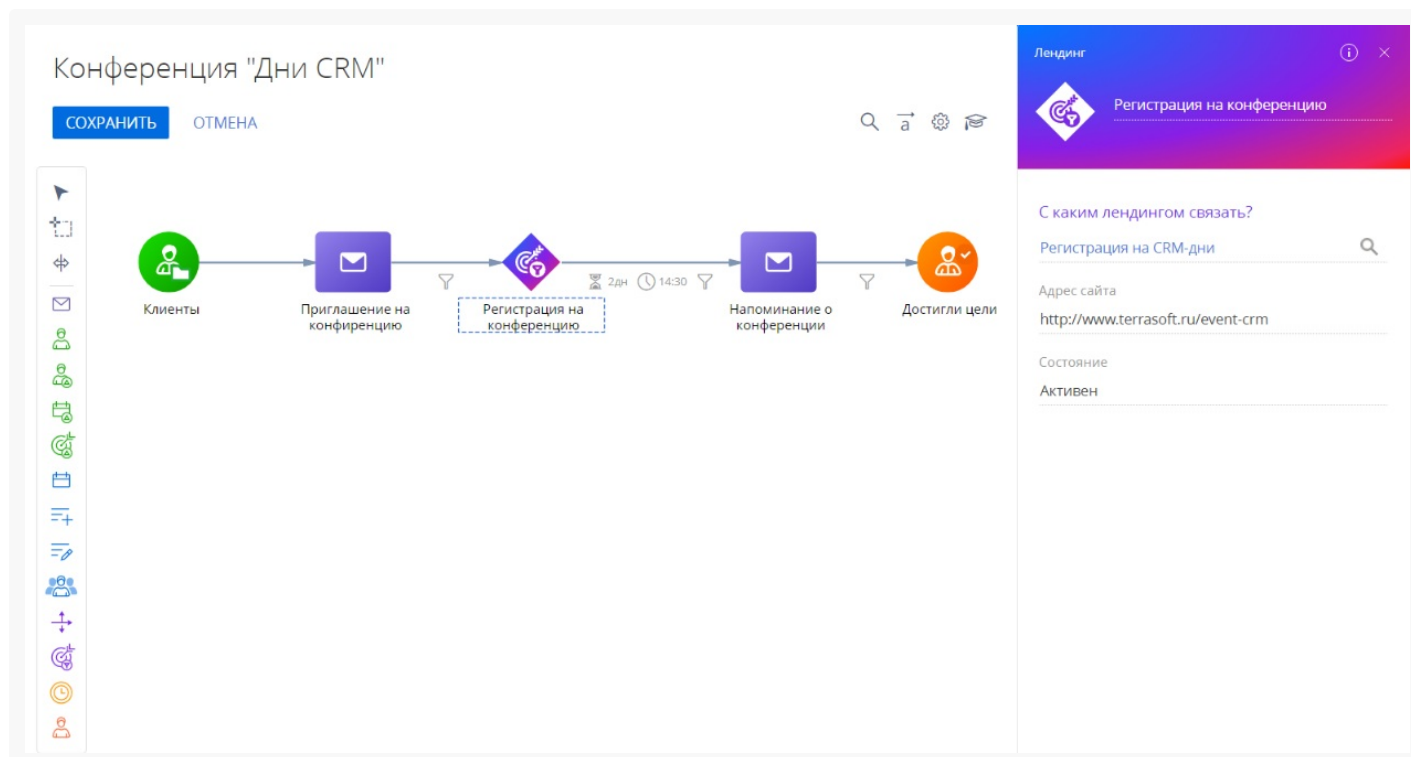
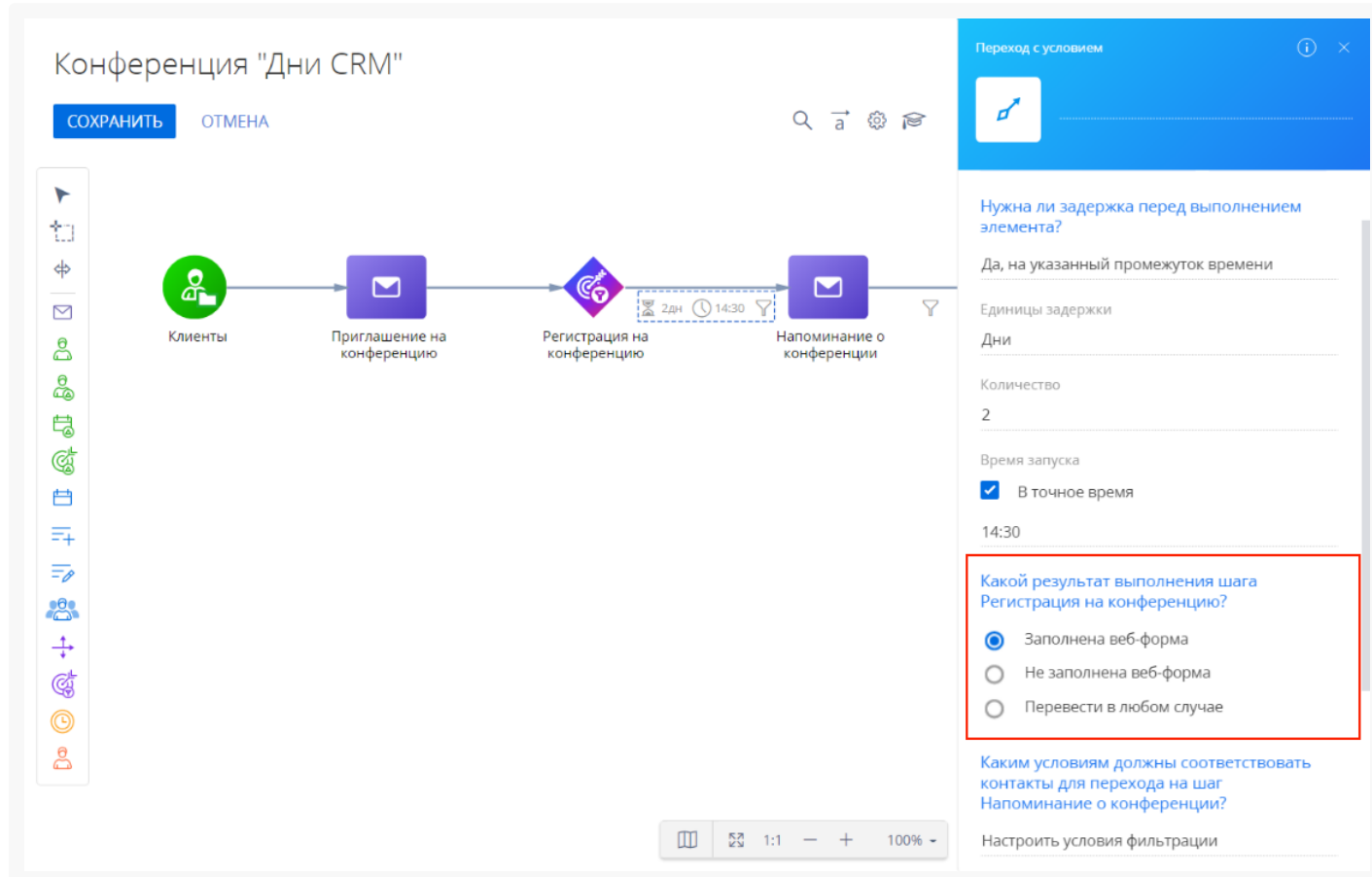
1. Добавьте элемент  на диаграмму кампании. Обязательным условием работы элемента является наличие входящих потоков.
2. В поле [С каким лендингом связать?] выберите одну из предварительно добавленных посадочных страниц. После того как параметр будет заполнен, область свойств элемента отобразит адрес посадочной страницы, а также ее состояние и объект системы, по которому настроен лендинг. Эти поля недоступны для редактирования и заполняются значениями, указанными при [создании посадочной страницы](#).

Рис. 21 — Настройка элемента [Лендинг]



В список условий исходящих условных потоков элемента [*Лендинг*], в группу [*Какой результат выполнения шага?*] будут добавлены действия пользователей на посадочной странице (Рис. 22).

Рис. 22 — Переход в зависимости от отклика пользователя на посадочной странице



В зависимости от отклика пользователя вы можете:

- перевести только участников, которые заполнили форму;
- перевести только участников, которые не заполнили форму;
- перевести всех участников, вне зависимости от того, заполнили они форму или нет.

Как любой другой элемент кампании, элемент [*Добавить из лендинга*] переводит участников по исходящим переходам в интервалы, определяемые либо задержкой перехода, либо частотой кампании (если переход выполняется без задержки).

Вы можете настроить условия фильтрации по типу отклика и дополнительным параметрам объекта при переходе к следующему элементу кампании, например, как показано на Рис. 23.

Рис. 23 — Настройка условного перехода

The screenshot shows the 'Конференция "Дни CRM"' campaign editor. The main workflow consists of four steps: 'Клиенты' (Clients), 'Приглашение на конференцию' (Conference invitation), 'Регистрация на конференцию' (Conference registration), and 'Напоминание о конференции' (Conference reminder). A conditional transition is set between 'Регистрация на конференцию' and 'Напоминание о конференции' with a delay of 2 days and a time of 14:30. The settings panel on the right, titled 'Переход с условием' (Transition with condition), shows the following configuration:

- Какой результат выполнения шага Регистрация на конференцию?** (What is the result of the registration step?):
 - ☒ Заполнена веб-форма (Form filled)
 - ☐ Не заполнена веб-форма (Form not filled)
 - ☐ Перевести в любом случае (Move in any case)
- Каким условиям должны соответствовать контакты для перехода на шаг Напоминание о конференции?** (Which conditions must contacts meet to move to the reminder step?):
 - ☒ По какой сущности выполнить фильтрацию участников? (By which entity to filter participants?)
 - Участник мероприятия (Event participant)
- Действия** (Actions):
 - ☒ Отклик = Подтверждено участие (Response = Participation confirmed)
 - ☒ И (And)
 - (Add condition)

Элемент [Таймер]

Элемент [*Таймер*] ⌚ позволяет гибко настраивать время выполнения любого шага кампании (Рис. 24). Вы можете перевести участников на следующие шаги кампании в указанное в свойствах таймера время и с заданной периодичностью.

Таймер можно настроить для однократного или регулярного запуска в указанное время (день, неделю, месяц и т. д.). Перечень полей в области настройки свойств элемента [*Таймер*] отличается в зависимости от выбранной периодичности его запуска.

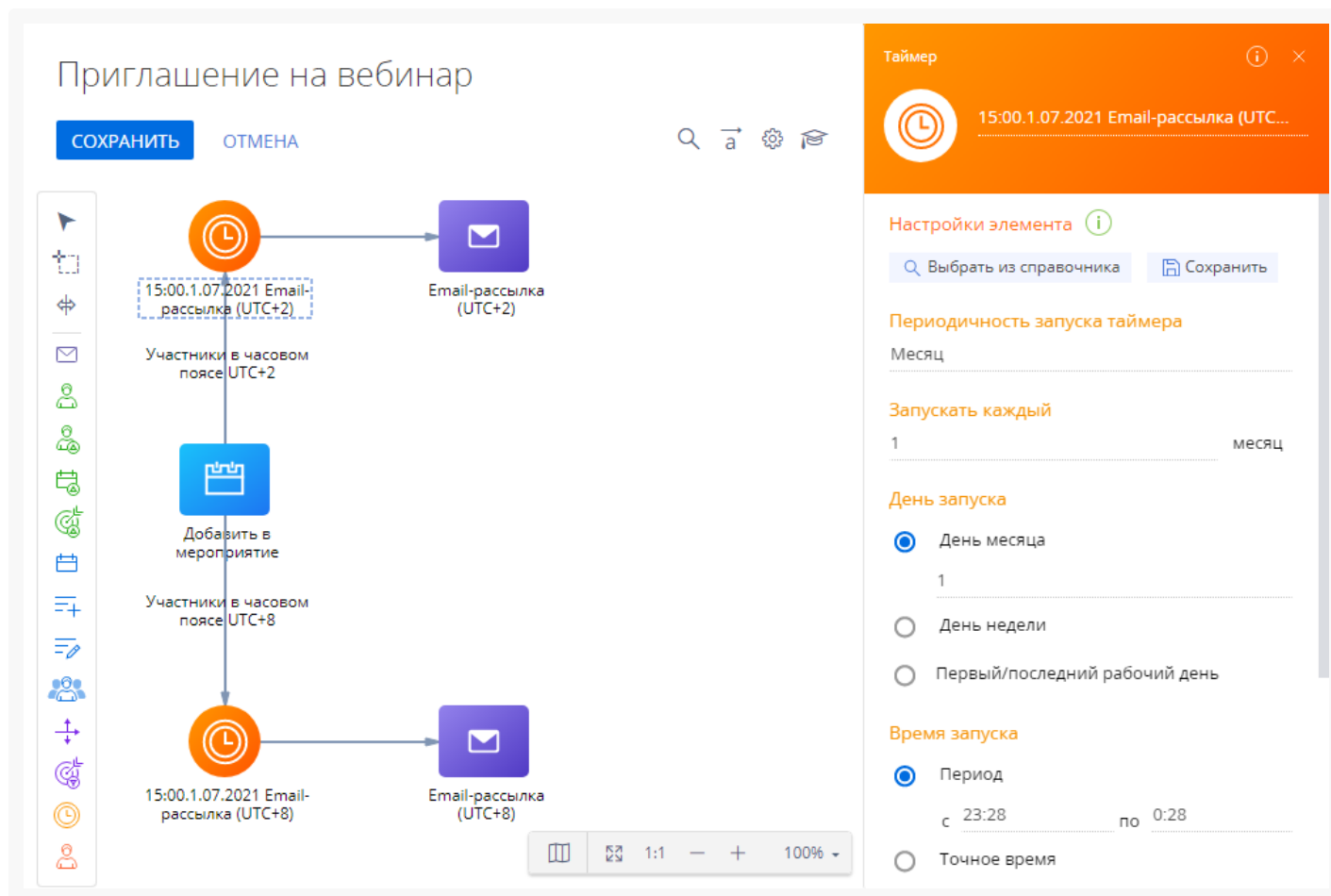
Для настройки элемента [*Таймер*]:

1. Добавьте элемент ⌚ на диаграмму кампании.

2. В поле [*Периодичность запуска таймера*] укажите условия срабатывания элемента, например, “Однократно”. Перечень основных настроек элемента отличается в зависимости от выбранной периодичности запуска таймера. Можно установить следующие варианты запуска:
 - [Однократно](#).
 - [Каждый день](#).
 - [Неделя](#).
 - [Месяц](#).
 - [Другая периодичность](#).
3. В поле [*Время запуска*] укажите время, в которое таймер будет срабатывать. Можно выбрать один из следующих вариантов:
 - **“Период”** — таймер будет срабатывать при каждом выполнении кампании в течение указанного временного диапазона. Например, для кампании установлен период выполнения по умолчанию — 1 час, а время запуска кампании — 13:00. Если в настройках времени запуска таймера выбрать вариант “Период” и указать время с 15:40 по 16:40, то таймер сработает три раза (по одному на каждое выполнение кампании): в 14:00, 15:00 и 16:00.
 - **“Точное время”** — конкретное время дня, в которое сработает таймер, независимо от заданного периода выполнения кампании по умолчанию. Например, точное время запуска элемента [*Таймер*] — 14:40. Период выполнения кампании по умолчанию — 1 час, а время запуска кампании — 13:00. В этом случае все шаги кампании, которые предшествуют таймеру на диаграмме, будут выполнены до 14:00, а в 14:40 таймер переведет участников кампании на следующие шаги.
4. В поле [*Период действия таймера*] определите период, в который таймер будет срабатывать. Укажите дату и время начала и завершения действия таймера, если необходимо ограничить период, когда таймер будет срабатывать. Например, можно настроить, чтобы таймер срабатывал только в течение следующих двух месяцев. Настроив период действия таймера, можно деактивировать одну или несколько ветвей кампании, не останавливая всю кампанию. Для настройки периода действия таймера установите признаки рядом с полями [*Дата и время начала*] и [*Дата и время завершения*].
 - [**Дата и время начала**] — в указанные дату и время таймер начнет срабатывать с периодичностью, настроенной в поле [*Периодичность запуска таймера*].
 - [**Дата и время завершения**] — в указанные дату и время таймер прекратит срабатывать. Все участники кампании, которые перейдут на шаг [*Таймер*] после завершения периода действия таймера, не будут переведены на следующие шаги кампании.
5. В поле [*Установить часовой пояс*] установите признак, если часовой пояс выполнения шага [*Таймер*] должен отличаться от часового пояса кампании. Если участники кампании находятся в разных часовых поясах, то используйте несколько элементов [*Таймер*], чтобы шаги кампании выполнялись в удобное для участников время.

На заметку. Настройки [*Время запуска*] и [*Период действия таймера*] недоступны, если для таймера установлена периодичность запуска “Однократно”.

Рис. 24 — Пример использования элемента [*Таймер*] на схеме кампании



“Однократно”

Установите вариант запуска таймера “Однократно” и укажите дату и время запуска, если необходимо перевести участников на следующие шаги кампании только один раз в определенное время. Например, так можно настроить отправку email-уведомления о мероприятии, запланированном на определенную дату.

Все участники кампании, которые перейдут на шаг [*Таймер*] после указанного времени, не будут переведены на следующий шаг кампании.

“Каждый день”

Установите вариант запуска таймера “Каждый день”, если необходимо переводить участников на следующие шаги кампании один раз в день, во время или временной промежуток, установленный в настройках [*Время запуска*]. Например, так можно настроить отправку email-сообщений только в рабочие часы.

“Неделя”

Установите “Неделя” в поле [*Периодичность запуска таймера*], чтобы участники переходили на следующие шаги кампании еженедельно, в указанные дни, в соответствии с настройками поля [*Время запуска*] (Рис. 25). Например, так можно настроить отправку маркетинговых рассылок только по рабочим дням.

Рис. 25 — Пример настройки элемента [Таймер] для еженедельного запуска кампании по понедельникам и средам

Периодичность запуска таймера

Неделя

В какие дни недели запускать?

Вс Пн Вт Ср Чт Пт Сб

Время запуска

☒ Период

с 15:33 по 16:33

☐ Точное время

“Месяц”

Установите вариант запуска таймера “Месяц”, если необходимо настроить, чтобы таймер срабатывал в определенные дни месяца (например, в первый понедельник каждого третьего месяца) (Рис. 26), во время, указанное в настройках поля [*Время запуска*]. Например, так можно настроить отправку новостной рассылки в каждый десятый день месяца.

Рис. 26 — Пример настройки элемента [Таймер] для запуска в первый понедельник каждого третьего месяца

Периодичность запуска таймера

Месяц

Запускать каждый

3 месяц

День запуска

☐ День месяца

☒ День недели

Первый Пн

☐ Первый/последний рабочий день

Дополнительные настройки, если выбрана периодичность запуска таймера “Месяц”:

[**Запускать каждый**] — укажите периодичность запуска таймера в месяцах. Например, можно настроить, чтобы таймер срабатывал раз в три месяца.

[**День запуска**] — выберите дни, когда таймер будет срабатывать.

- [**День месяца**] — таймер сработает в определенный день месяца (например, каждый десятый день).
- [**День недели**] — таймер сработает в определенный день недели (например, в каждую третью пятницу месяца).

- [**Первый/последний рабочий день**] — таймер сработает в первый или последний рабочий или календарный день месяца.

“Другая периодичность”


Установите “Другая периодичность” в поле [**Периодичность запуска таймера**], чтобы настроить специфическую периодичность запуска таймера с помощью **cron-выражения** (Рис. 27).

Рис. 27 — Пример настройки элемента [Таймер] для запуска в 6 день месяца с периодичностью раз в 2 месяца

С помощью специального cron-выражения задайте периодичность запуска таймера в поле [**Cron-выражение**]. Если введенное выражение корректно, то его интерпретация отобразится ниже.

Больше информации о cron-выражениях вы найдете в документации [QUARTZ](#).

Элемент [Выход из кампании]


Элемент [**Выход из кампании**]  используется для исключения из кампании участников по различным условиям (Рис. 28):

- **По условиям группы** (статической или динамической) для участников, которые находятся на любом шаге кампании.
- **По переходу** участников к этому элементу по стрелке.
- **Одновременно и по условиям группы, и по переходу**, если к элементу настроен переход и в нем указана группа.

На заметку. Элементы [**Выход из кампании**] не обязательно должны соединяться стрелками с другими элементами кампании.

Количество элементов [**Выход из кампании**], используемых на схеме кампании, не ограничено.

Для настройки элемента [**Выход из кампании**]:

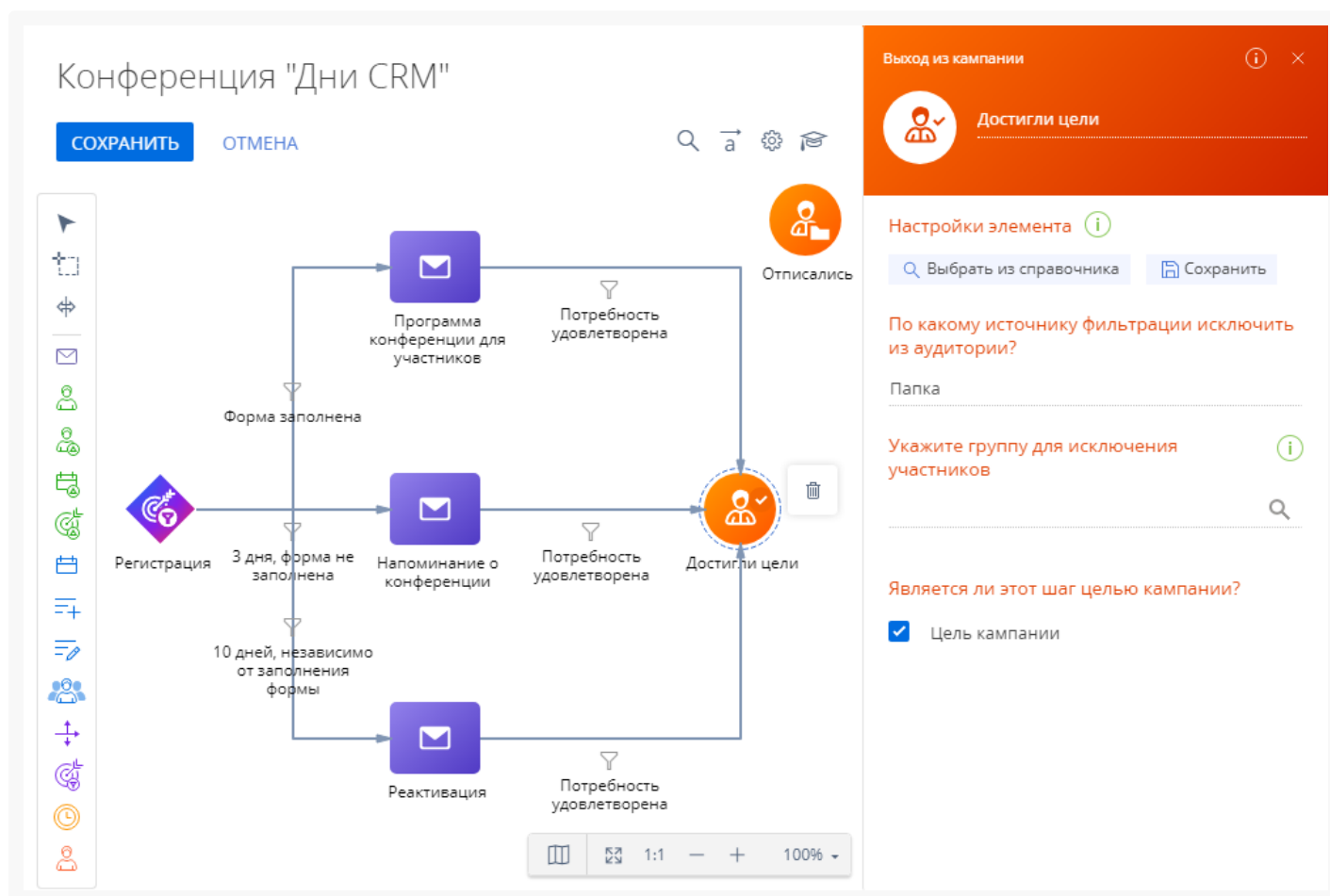
1. Добавьте элемент  на диаграмму кампании.
2. В поле [**По какому источнику фильтрации исключить из аудитории**] выберите “Фильтр” или “Папка”.
 - Укажите “**Папка**”, если вы хотите автоматически исключить участников по условиям настроенной группы и в открывшемся поле [**Укажите группу для исключения участников**] выберите группу

контактов с предварительно настроенными условиями выхода из кампании. Участники, соответствующие условиям указанной в элементе группы, автоматически выйдут из кампании независимо от шага, на котором они находятся. Например, чтобы исключить из кампании всех участников, которые отписались от рассылок, то есть не достигли цели кампании, вы можете настроить динамическую группу с откликом в Email “Отписался” и указать ее как группу для исключения участников.

- Укажите **“Фильтр”** и настройте его условия, если вы хотите исключить участников, соответствующих заданным параметрам.

3. Включите признак [*Цель кампании*], чтобы использовать элемент для подсчета успешно завершивших кампанию участников, например, тех, кто подтвердил участие в мероприятии. Всем контактам, которые по переходу или согласно настроенным условиям группы попали на этот шаг, на вкладке [*Аудитория*] в колонке [*Текущий шаг*] будет установлено значение “Достигли цели”.

Рис. 28 — Элементы [*Выход из кампании*] на схеме кампании



Выход участников из кампании осуществляется следующим образом:

- **По переходам.** Если к элементу [*Выход из кампании*] настроены переходы, то все участники, которые перешли на этот шаг, будут выведены из кампании.
- **По переходам после прохождения всех шагов кампании.** Если переходы к элементу [*Выход из кампании*] настроены без указания группы для исключения, то все участники пройдут все шаги кампании.

- **По условиям группы и по переходам.** Если в свойствах элемента [*Выход из кампании*] указана группа с настроенными условиями выхода, а также настроен переход на этот шаг, то из кампании будут выводиться как участники, которые попали на этот шаг по переходу, так и те, кто соответствует условиям указанной группы.

Переходы между элементами кампании

ПРОДУКТЫ: **MARKETING**

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

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

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

Рис. 1 — Настройка перехода между элементами

Привлечение аудитории на вебинар

СОХРАНИТЬ ОТМЕНА

Добавить по триггеру (регистрация) → Приветственное письмо → **Переход по ссылке** → Маркетинговые материалы → Участвовали

Переход с условием

Переход по ссылке

Какой результат выполнения шага Приветственное письмо?

Настроить отклики для перевода участн...

- ☒ Email доставлен 1/6
 - ☐ Email доставлен
 - ☐ Email открыт
 - ☒ Есть переход

URL перехода «События»;
 - ☐ Email отправлен в спам
 - ☐ Получатель отписался
 - ☐ Есть ответ
- ☒ Email не доставлен 0/3
- ☒ Email не отправлен 0/14

Переходы с условием переводят участников на следующий шаг кампании только в случае его выполнения. Например, переход будет выполнен, только если от участника был получен определенный

отклик, либо только через определенное время. Для сегментирования участников в ходе кампании используются переходы со следующими типами условий:

- [условие задержки по времени](#) перед выполнением следующего элемента;
- [условие перехода в зависимости от отклика](#);
- [условие перехода по настроенным фильтрам](#).

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

Задержка по времени перед выполнением следующего элемента

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

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

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

Рис. 2 — Пример настройки задержки перед выполнением элемента

Привлечение аудитории на вебинар

СОХРАНИТЬ ОТМЕНА

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

Переход с условием

Условия рассылки

Настройки элемента

Выбрать из справочника Сохранить

Нужна ли задержка перед выполнением элемента?

Да, на указанный промежуток времени

Единицы задержки

Дни

Количество

3

Время запуска

☒ В точное время

10:00

Какой результат выполнения шага Приветственное письмо?

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

При этом:

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

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

Переход в зависимости от отклика

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

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

1. “Email доставлен”:

- “Email открыт”.
- “Есть переход”.

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

2. “Email не доставлен”:

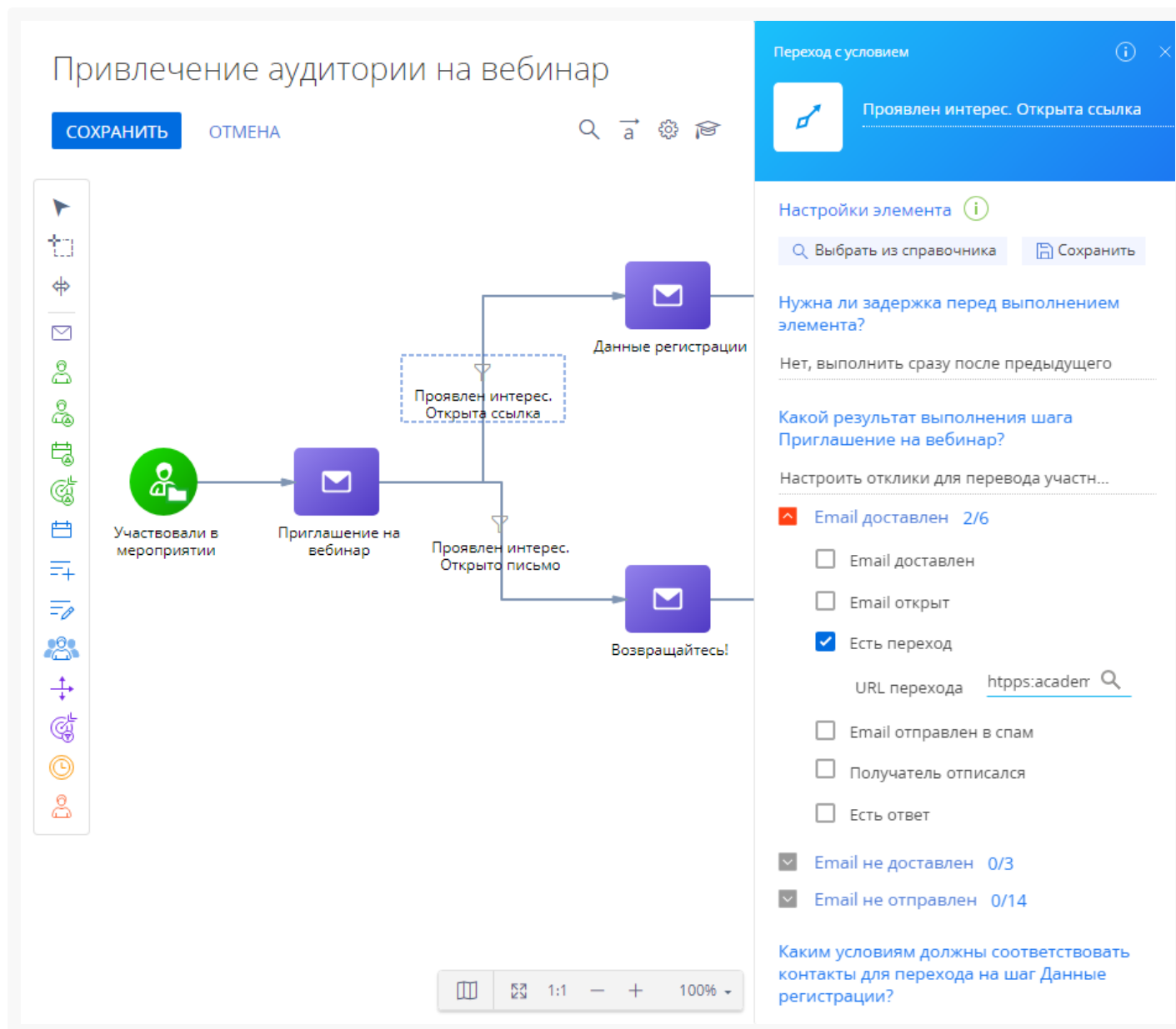
- “Ошибка отправки”.
- “Soft Bounce”.
Этот отклик устанавливается при временных проблемах с адресом получателя, например, если почтовый ящик получателя переполнен, или возникли другие временные проблемы.
- “Hard Bounce”.
Этот отклик устанавливается при постоянной ошибке доставки, например, если у контакта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

3. “Email не отправлен”:

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

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

Рис. 3 — Переход в зависимости от отклика



Переход в соответствии с фильтром

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

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

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

Рис. 4 — Переход к следующему элементу по условиям фильтрации

Привлечение аудитории на вебинар

СОХРАНИТЬ
ОТМЕНА

Добавить по триггеру (регистрация) → Приветственное письмо → Переход по ссылке → Маркетинговые материалы → Участвовали

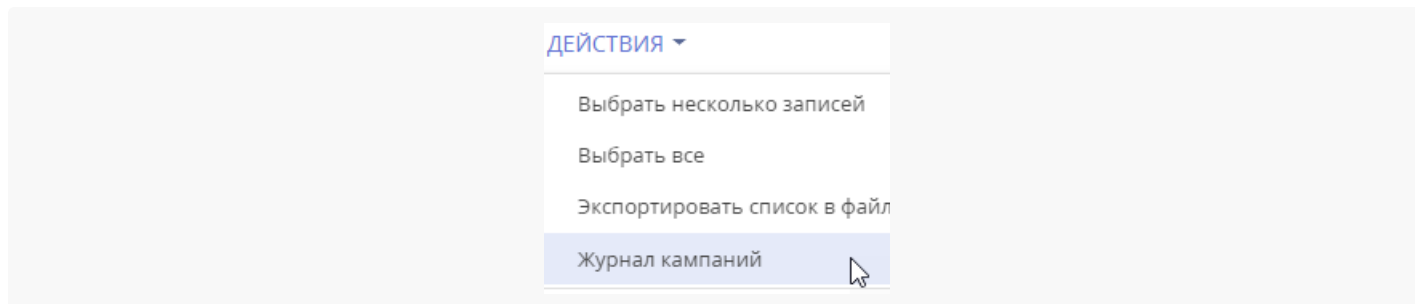
Важно. При настройке фильтрации на основании связанных сущностей может возникать ошибка из-за несоответствия объекта рассылки и кампании. Например, если вы добавите в качестве связанного объекта лид, а в рассылку будет передана информация об участнике мероприятия, то произойдет ошибка в логике выполнения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

Отслеживать кампанию

ПРОДУКТЫ: **MARKETING**

С помощью журнала кампаний можно отследить ход кампании и выполнение ее отдельных элементов. Перейти в журнал кампаний можно по кнопке [*Журнал кампаний*] в меню действий из раздела [*Кампании*] (Рис. 1).

Рис. 1 — Действие [Журнал кампаний]



Также вы можете перейти в журнал кампании со страницы кампании. Для этого нажмите кнопку [Действия] —> [Перейти в журнал кампаний]. В журнале будет автоматически установлена фильтрация по текущей кампании.

В реестре журнала кампаний (Рис. 2) отображается информация о выполнении элементов кампании. Представление “Аналитика” содержит сводные данные по результатам выполнения кампаний.

Рис. 2 — Реестр журнала кампаний

Журнал кампаний

ДЕЙСТВИЯ ▾

Фильтр ▾

Что я могу для вас сделать? >

ВИД ▾

Кампания	Действие	Шаг	Количество участников	Состояние	Дата начала ▲	Длительность, с.
Приглашение	Выполнение кампании		0	Выполнено	13.12.2017 10:15	0
Приглашение	Выполнение элемента: Добавление аудитории из группы	Новые клиенты	20	Выполнено	13.12.2017 10:15	0
Приглашение	Выполнение элемента: Выход по условию группы	Без email	3	Выполнено	13.12.2017 10:15	0
Приглашение	Выполнение элемента: Условный переход	Имеет email	17	Выполнено	13.12.2017 10:15	0
Приглашение	Выполнение элемента: Email-рассылка	Приглашение	17	Выполнено	13.12.2017 10:15	0

В журнале содержится информация о выполнении элементов всех кампаний, которые были запущены. После старта кампании все ее события будут отображаться в журнале по мере выполнения. Журнал кампаний всегда активен и не требует дополнительной настройки.

Реестр журнала кампаний

Каждая запись реестра соответствует отдельному событию. Данные в журнале представлены в виде реестра записей со следующим перечнем колонок:

Кампания	Название кампании, в рамках которой произошло событие, отмеченное в журнале. По нажатию на название кампании можно открыть страницу соответствующей кампании.
Действие	Название типа события кампании.
Шаг	Название элемента кампании в дизайнерах кампаний, по этой формулировке дизайнер кампаний запустил данное действие.
Количество участников	Количество участников данного действия.
Состояние	Состояние шага кампании (“Выполнено” или “Ошибка”).
Начало	Даты начала и завершения шага кампании. В зависимости от типа события, это может быть начало или завершение кампании (для действия “Выполнение кампании”), элемента кампании (для действия “Выполнение элемента: <Тип элемента>”) или добавления/удаления участников кампании вручную (для действия “Добавление участника в кампанию (вручную)”).
Дата завершения	
Длительность, мин (сек)	Длительность шага в минутах или секундах.
Дата запланированного выполнения	Дата, на которую была запланирована кампания (если старт кампании был запланирован на конкретную дату с помощью перехода с условием).
Описание ошибки	Если шаг кампании выполнен с ошибкой (состояние шага “Ошибка”), то в поле отображается сообщение об ошибке, которое может быть использовано для исправления.

Типы действий кампании

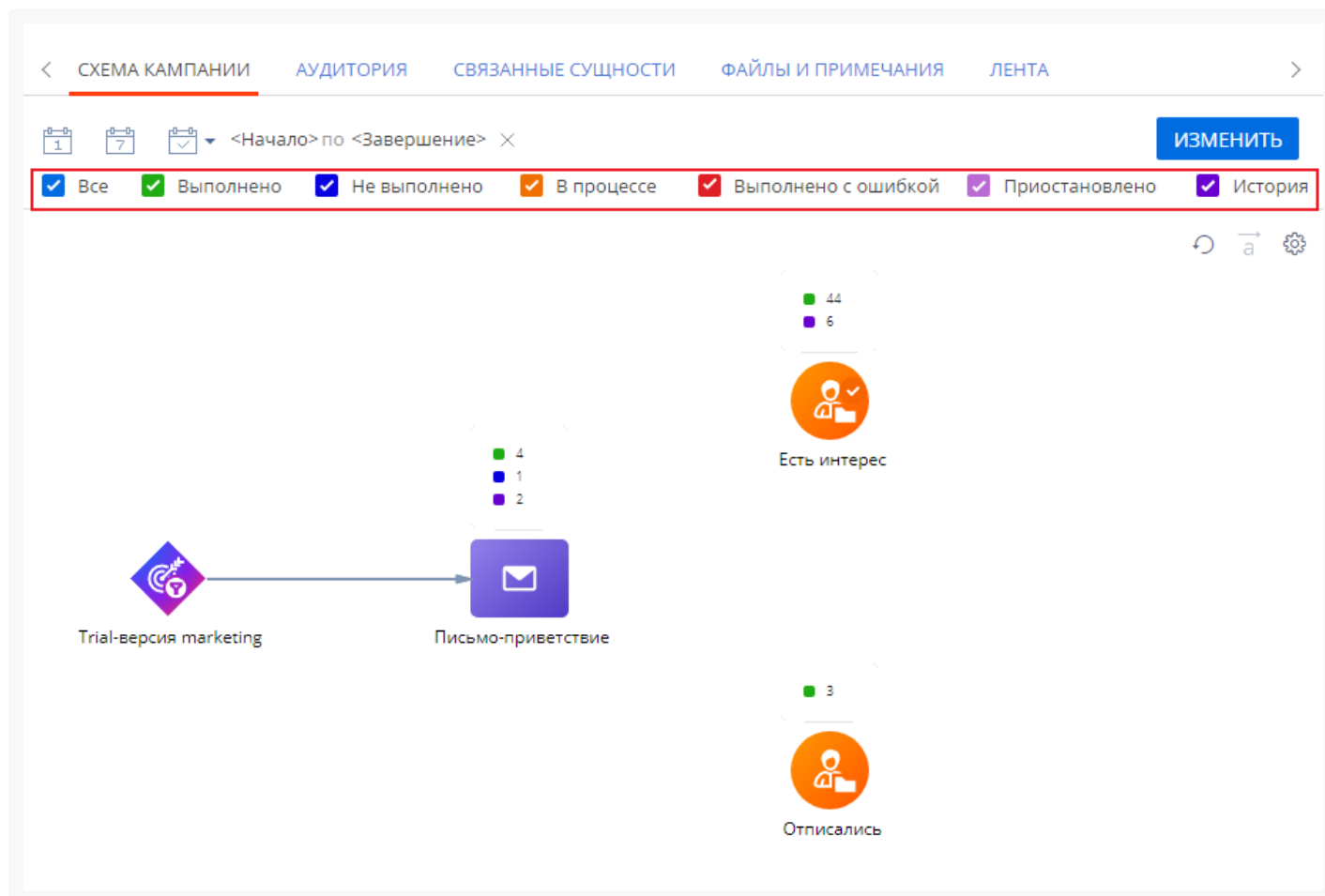
В колонке [*Действие*] журнала кампаний отображаются следующие типы событий.

Выполнение кампании	Показывает начало кампании. Является первым событием любой кампании.
Выполнение элемента: <Тип элемента>	Показывает выполнение элемента кампании или перехода в схеме кампании.
Добавление участника в кампанию (вручную)	Добавление участников кампании вручную при ее создании.

Отслеживать счетчики на вкладке [Схема кампании]




После создания схемы кампании в дизайнера кампаний на вкладке [*Схема кампании*] на странице кампании будет отображаться схема этой кампании, счетчики количества участников на каждом шаге, а также фильтры (признаки) для отображения разных типов счетчиков (Рис. 3). Цвет фильтра соответствует цвету счетчика.

Рис. 3— Фильтры для отображения разных типов счетчиков на вкладке [*Схема кампании*]



- **Все** — отображает данные всех счетчиков.
- **Выполнено** — отображает количество участников, которые успешно завершили данный этап кампании. Такие участники находятся в процессе перехода на следующий шаг(и).
- **Не выполнено** — отображает количество участников, которые были переведены на данный шаг, но еще не завершили его. Обычно причиной этой задержки является переход с условием.
- **В процессе** — отображает количество участников на шаге, который выполняется в данный момент.
- **Выполнено с ошибкой** — отображает количество участников на шаге, при выполнении которого произошла ошибка.
- **Приостановлено** — отображает количество участников, для которых участие в кампании было приостановлено при выполнении данного шага. С большой вероятностью такие участники будут повторно включены в кампанию.
- **История** — отображает общее количество участников, побывавших на данном шаге, за весь период

активности кампании.

Если вы добавляете в кампанию новых участников в разное время, то используйте **фильтры по дате**, чтобы узнать, сколько участников добавилось в кампанию в указанный период и на каком шаге они находятся. Фильтры по дате используются при включенных счетчиках. На счетчике каждого шага отображаются только контакты, добавленные за выбранный период: сегодня (, на текущей неделе () или в любой другой промежуток времени ().

Чтобы отредактировать схему кампании, нажмите кнопку [*Изменить*].

Отслеживать участников на вкладке [Аудитория]

На вкладке отображается список участников кампании, а также данные о прохождении каждого участника по шагам кампании (Рис. 5).

Рис. 5 — Вкладка [Аудитория]

<div> < СХЕМА КАМПАНИИ АУДИТОРИЯ СВЯЗАННЫЕ СУЩНОСТИ ФАЙЛЫ И ПРИМЕЧАНИЯ ЛЕНТА > </div>				
<div> ↑ Аудитория + : </div>				
Контакт	Состояние	Текущий шаг	Шаг выполнен ▼	Дата изменения шага
Золотов Ярослав Викторович	Вышел из кампании	Приняли участие	Да	17.06.2018 21:25
Шеляпин Леонид Даниилович	Участвует в кампании	Приняли участие	Да	18.06.2018 3:11
Рыкова Марта Всеволодовна	Вышел из кампании	Опрос по результатам вебинара	Да	18.06.2018 2:32
Сладов Вадим Степанович	Участвует в кампании	Приглашение на вебинар	Да	17.06.2018 9:22
Варенская Ольга Константиновна	Вышел из кампании	Приняли участие	Да	19.06.2018 23:32

Время отображения списка участников на вкладке [*Участники*] кампании зависит от настроек на странице кампании в поле [*Режим запуска*]. Если выбран вариант “вручную”, то список участников отобразится сразу после запуска кампании. Если выбран вариант “в указанное время”, то список участников отобразится на вкладке [*Участники*] при первом запуске кампании в указанное время. Список не отображается до запуска кампании.

В таблице ниже приводится описание основных колонок вкладки [*Аудитория*].

Контакт	ФИО участника кампании.
Состояние	Состояние участника кампании: “Участвует в кампании” или “Вышел из кампании”. Состояние “Участвует в кампании” обозначает, что контакт продолжает переходить по шагам кампании. Состояние “Вышел из кампании” обозначает, что выполнение кампании для данного контакта прекратилось и далее по шагам кампании он не переходит.
Текущий шаг	Шаг кампании, на котором находится участник в данный момент.
Шаг выполнен	Принимает значения “Да” или “Нет” в зависимости от того, выполнил ли участник этот шаг кампании. Например, перешел по ссылке в электронном письме или заполнил веб-форму.
Дата изменения шага	Дата и время перехода участника кампании на текущий шаг.
Дата изменения состояния шага	Дата и время выполнения текущего шага.

Горячие клавиши дизайнера кампаний

Действие	Microsoft Windows	macOS
Копировать выделенный элемент.	Ctrl + C	Command (⌘) + C
Вставить выделенный элемент.	Ctrl + V	Command (⌘) + V
Выделить все элементы.	Ctrl + A	Command (⌘) + A
Выделить элементы выборочно.	Ctrl + клик по элементу	Command (⌘) + клик по элементу
Запустить поиск по элементам.	Ctrl + F	Command (⌘) + F
Удалить выделенный элемент или группу.	Delete	Fn + Delete
Запустить кампанию.	Ctrl + Enter	Command (⌘) + Enter
Открыть справку.	F1	F1

Часто задаваемые вопросы по кампаниям

ПРОДУКТЫ: **MARKETING**

Как понять, когда будет отправлена рассылка в рамках кампании?

Время запуска рассылки зависит от настроенных для нее условий отправки. Условия отправки задаются на странице кампании, в рамках которой планируется проведение такой рассылки.

Так, если на схеме кампании вы выделите мышью стрелку перехода к элементу [*Email-рассылка*], то в правой части страницы отобразится область свойств такого перехода, где указаны условия отправки рассылки. Используйте область свойств для настройки условий отправки.

Какая логика фильтрации рассылок при их добавлении в кампанию?

При выборе рассылки для добавления в кампанию в списке рассылок отображаются только триггерные рассылки из раздела [*Email*] в состоянии “В планах”. Массовые рассылки, триггерные рассылки в

состоянии “Активна”, а также триггерные рассылки, связанные с другими кампаниями, недоступны для выбора.

Почему после запуска кампании ничего не отображается в журнале кампаний?

Кампания стартует не сразу после нажатия кнопки [*Запустить кампанию*], а с запуском первого шага. Записи в журнале появятся, как только первый шаг кампании будет выполнен. Момент запуска задается с помощью настройки периода выполнения кампании по умолчанию или установки времени выполнения в переходе с условием. Подробнее о настройке периода выполнения кампании читайте в отдельной [статье](#).