



# CASO DE USO SECTOR SEGUROS

Bilyana Ancheva

Junio 2024

Sobre Bilyana Ancheva



**Bilyana Ancheva** (She/Her) [Verify now](#)  Upgrade hub

Marketing Automation | 3x Salesforce Certified | Marketing Cloud Consultant | Trailhead Ranger | #Moar

Greater Madrid Metropolitan Area · [Contact info](#)

**MOA.**

Languages

CAT

EN

ESP

SMCDB01

Certificate

**MOA.**


MOA certifica que la alumna **Bilyana Angelova Ancheva** Ha completado con éxito el **Salesforce Marketing Cloud Developer Bootcamp** tras haber acreditado y cumplido satisfactoriamente los requisitos formativos establecidos en el correspondiente programa con una duración de 48 horas.

Abril de 2023

Alejandro Lanzaarte  
Director de Programa

Pablo Echanove  
Director de MOA

Blockchain Public Key  
#BEOaMOAR



**BILYANA**  
ANGELOVA-ANCHEVA

MOA. MOA

HYPERLEDGER

ISSUE DATE  
**25-04-2023**

Blockchain by Certum

## Description

Salesforce Marketing Cloud Developer Bootcamp

- Horas: 48h
- Modalidad: Online.
- Objetivos: -Entender el funcionamiento de la plataforma Marketing Cloud a nivel técnico, - Conocer los principales lenguajes de programación en Marketing Cloud, - Aprender a personalizar a nivel avanzado emails y landing pages, así como SMS o Push notifications gracias a AMPscript, - Conseguir autonomía para la creación de la segmentación de los públicos objetivos en Marketing Cloud, - Aprovechar todas las capacidades que ofrece Marketing Cloud en una única plataforma, - Mejorar el perfil y las competencias profesionales de las personas que realicen esta formación.
- Temario:  
Introducción a Marketing Cloud: - Ecosistema de Salesforce, - Licenciamiento Marketing Cloud, - Marketing Cloud Overview, - Administración Marketing Cloud, - Modelo de datos en Marketing Cloud.  
Integraciones en Marketing Cloud: - Integraciones en tiempo real, - Integraciones en lotes (batch), - Acceso al modelo de datos, - SQL & Query Studio, - Análisis tracking envíos, - Gestión consentimientos Marketing Cloud.  
Personalización avanzada: - AMPscript y GTL, - CloudPages y SSJS, - Personalización avanzada de contenidos, - Construcción email avanzados, - Pruebas UAT y ejemplos reales.  
Certificación Developer y Workshops: - Configuración BU Marketing Cloud, - Integraciones Marketing Cloud, - Simulaciones llamadas POSTMAN, - Construcción Emails personalizados, - Consultas SQL en QueryStudio, - Certificación Developer
- El claustro de MOA son profesionales contrastados en el mercado con amplia experiencia profesional y académica como Alejandro Lanzarote, Álvaro Méndez de Vigo, Jorge Rashmawi, Juan Vicente López-Barrajón y Miguel Deza.


## Tarea 1

### Segmentación de Audiencia

Vamos a activar una campaña de email y SMS para lanzar un nuevo seguro de autos. La base de datos contiene información sobre los clientes, incluyendo detalles como edad, ubicación, otros seguros activos e información de los seguros anteriores.

El objetivo es segmentar la audiencia para enviar un correo electrónico y un SMS a los clientes que cumplen con ciertos criterios.

Crea una consulta SQL para crear a segmentación, toda la información se encuentra en una DE HISTORIAL DE CLIENTES:

- 
1. Clientes con edades entre 25 y 40 años.
  2. Clientes que viven en Madrid y Barcelona.
  3. Clientes que han comprado seguros de coche en el pasado.
  4. Excluir a los clientes tienen un seguro de coche actualmente.
  5. La consulta SQL debe recuperar la información relevante de DE y generar una nueva DE de correos electrónicos y SMS de los clientes que cumplen con los criterios establecidos.
  6. Además, existe otra DE con los Siniestros de los clientes, y debemos de excluir del envío los clientes que tienen un siniestro abierto.

## Solucion:

### Modelo de Datos y la base de datos externa

1. Empiezo con revisar y analizar la base de datos que el cliente me ha facilitado en un archivo de Excel. Este paso es importante para asegurarme de que los datos que se van a importar a Marketing Cloud en data extensión se mapean correctamente y no den errores de data types. Me aseguro que lo siguiente:
  1. de que los campos de las columnas no llevan espacios, tildes y ñ-es para garantizar la importación exitosa.
  2. Antes de importar tengo que convertir el archivo de el formato de Excel a formato .csv
  3. Por lo tanto, renombro el campo año\_nacimiento y ano\_nacimiento y quito la tilde del campo "Movil"
  4. Debo corregir el tipo de data de todas las columnas del archivo. Compruebo sobre todo el de numero y fechas.
  5. Corrijo los desperfectos de la columna ano\_nacimiento. Veo que hay fechas completas, no tengo mas requerimientos si solo necesita el año sin la fecha, por lo tanto deajo en formato dia-mes-año.

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
Campo DE Cliente										
CodCliente	Nombre	Apellido	DNI	Sexo	CorreoElectronico	Móvil	Año_nacimiento	Ciudad	Seguro_Activo	Seguro_Anul
ABC123	ANA	CORTES	51751184B	F	AAAA@AAAA.COM	658409498	01/10/1978	MADRID	SALUD	HOGAR
ABC124	JUAN	PEREZ	61751184B	M	AAAA@AAAA.COM	658409498	01/01/1983	BARCELONA	HOGAR	SALUD
ABC125	LUZ	GONZALES	71751184B	F	AAAA@AAAA.COM	658409498	01/01/1998	MALAGA	AUTOS	HOGAR
ABC126	PEDRO	PEREZ	81751184B	M	AAAA@AAAA.COM	658409498	1/1/85	MURCIA	MOTOS	ACCIDENTES
ABC127	JOSE	MONTERO	91751184B	M	AAAA@AAAA.COM	658409498	1/1/86	SEVILLA	ACCIDENTES	ACCIDENTES
ABC128	MARIA	UZQUIEL	41751184B	F	AAAA@AAAA.COM	658409498	1/1/87	MADRID	HOGAR	ACCIDENTES
ABC129	JUAN	MORALES	31751184B	M	AAAA@AAAA.COM	658409498	1/1/88	BARCELONA	MASCOTAS	ACCIDENTES
ABC130	ALESIA	MONTALVO	21751184B	F	AAAA@AAAA.COM	658409498	01/02/1983	VALENCIA	SALUD	ACCIDENTES

- 6.
7. Aplico Format Cells a la columna año\_nacimiento, pero unas filas no se dejan formatear como fecha, debo aplicar formateo mas avanzado de Excel para estos campos de fecha donde por lo visto Excel no lo reconoce como fechas debido a las dos //

1/1/85  
1/1/86  
1/1/87  
1/1/88

- 8.
9. Por lo tanto, aplico la función Datevalue de Excel, Substitute y el resultado es una fecha formateada correctamente

**Año\_nacimiento**  
01-10-78  
01-01-83  
01-01-98  
01-01-85  
01-01-86  
01-01-87  
01-01-88  
01-02-83

- 10.
11. asigna correctamente el formato de la fecha según el país a la hora de la importacion del csv. Para España se puede dejar el formato de fecha de Reino Unido
12. Al hacer el Import for el Import Wizard, marcar Delimiter Comma



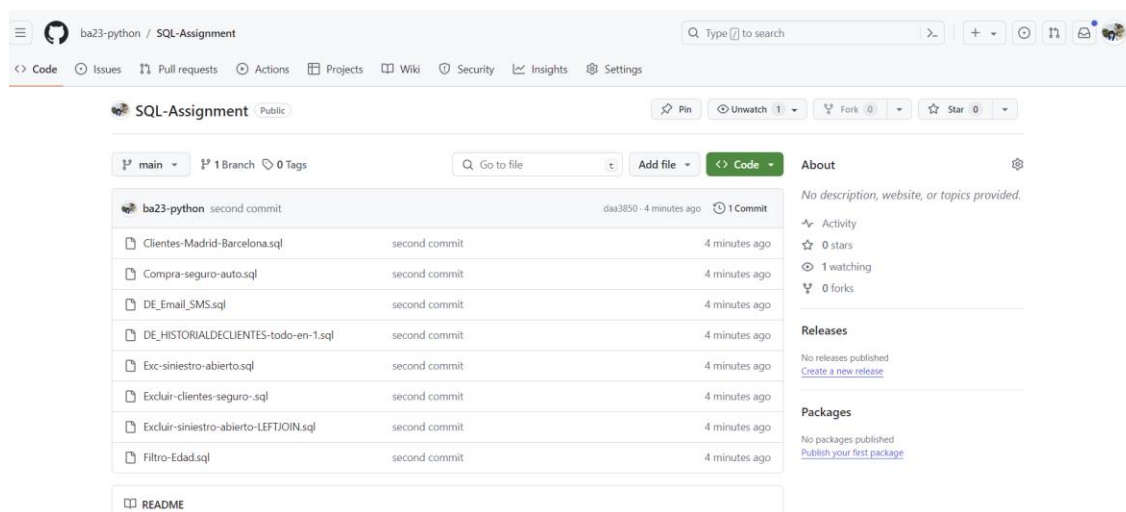
13. He creado hojas adicionales DE\_EMAIL\_SMS y DE\_HISTORIALCLIENTES en el csv



## SQLs en repo de GitHub

Adjunto repositorio de GitHub con todas las siguientes SQLs descritas:

<https://github.com/ba23-python/SQL-Assignment>



He creado SQL segmentaciones por separado por cada condición descrita en cada punto de la tarea. Y por otro lado, he creado la consulta conjunta de todas las tareas en uno que se encuentra en nueva pestaña de la hoja de cálculo llamada DE\_HISTORIAL DE CLIENTES-todo-en-1.sql

- **Filtro-edad.sql** - 1. Clientes con edades entre 25 y 40 años.

[SQL-Assignment](#) / [Filtro-Edad.sql](#) **ba23-python** second commit**Code** Blame 36 lines (29 loc) · 885 Bytes

```
1      Clientes con edades entre 25 y 40 años.
2
3      SELECT
4      CodCliente,
5      Nombre,
6      Apellido,
7      DNI,
8      Sexo,
9      CorreoElectronico,
10     Móvil,
11     Año_nacimiento,
12     Ciudad,
13     Seguro_Activo,
14     Seguro_Anulado,
15     Si_Publicidad
16 FROM DE_Clientes
17 WHERE (YEAR(GETDATE()) - YEAR(Año_nacimiento)) BETWEEN 25 AND 40;
```

**Clientes-Madrid-Barcelona.sql**- 2. Clientes que viven en Madrid y Barcelona.[SQL-Assignment](#) / [Clientes-Madrid-Barcelona.sql](#) **ba23-python** second commit**Code** Blame 13 lines (9 loc) · 289 Bytes

```
1      Clientes que viven en Madrid y Barcelona
2
3      SELECT CodCliente, Nombre, Apellido, CorreoElectronico, Móvil
4      FROM DE_Clientes
5      WHERE Ciudad IN ('MADRID', 'BARCELONA');
6
7
8      la segmentacion mostrara los siguientes suscriptores:
9
10     ABC123 (Madrid)
11     ABC124 (Barcelona)
12     ABC128 (Madrid)
13     ABC129 (Barcelona)
```

**Compra-seguro-auto.sql** - 3. Clientes que han comprado seguros de coche en el pasado.

## SQL-Assignment / Compra-seguro-auto.sql

 ba23-python second commit

Code Blame 9 lines (6 loc) · 215 Bytes

```
1  Clientes que han comprado Seguro Auto previamente
2
3  SELECT CodCliente, Nombre, Apellido, CorreoElectronico, Móvil
4  FROM DE_Clientes
5  WHERE Seguro_Anulado = 'AUTOS';
6
7  Debe de filtrar como resultado el cliente:
8
9  ABC125
```

- **Excluir-clientes-seguro.sql**- 4. Excluir a los clientes que tienen un seguro de coche actualmente.

## SQL-Assignment / Excluir-clientes-seguro-.sql

 ba23-python second commit

Code Blame 5 lines (4 loc) · 169 Bytes

```
1  excluir clientes que tienen actualmente seguro de coche
2
3  SELECT CodCliente, Nombre, Apellido, CorreoElectronico, Móvil
4  FROM DE_Clientes
5  WHERE Seguro_Activo != 'AUTOS';
```

- **DE\_Email\_SMS.sql** – 5. La consulta SQL debe recuperar la información relevante de DE y generar una nueva DE de correos electrónicos y SMS de los clientes que cumplen con los criterios establecidos.

ba23-python second commit

Code

Blame

37 lines (33 loc) · 1.48 KB

```

1  SELECT CorreoElectronico, Móvil
2  FROM DE_Clientes
3  WHERE
4      (DATEPART(year, GETDATE()) - DATEPART(year, Año_nacimiento)) BETWEEN 25 AND 40
5      AND Ciudad IN ('MADRID', 'BARCELONA')
6      AND CodCliente IN (
7          SELECT CodCliente
8          FROM DE_Clientes
9          WHERE Seguro_Anulado = 'AUTOS'
10     )
11     AND Seguro_Activo != 'AUTOS'
12     AND CorreoElectronico IS NOT NULL
13     AND CorreoElectronico <> ''
14     AND Móvil IS NOT NULL
15     AND Móvil <> '';
16
17 Explicación:
18 Función DATEPART: aplico la función DATEPART, que extrae partes de una fecha.
19 Aquí, se utiliza para obtener el año de la fecha actual y el año de nacimiento para calcular la edad.
20 Filtro de Ciudad: Asegura que los clientes sean de Madrid o Barcelona.
21 Seguro de automóvil anterior: la subconsulta verifica si el cliente tuvo un seguro de automóvil en el pasado.
22 Excluir seguro de automóvil actual: Garantiza que el cliente no tenga actualmente un seguro de automóvil.
23 Correo electrónico y móvil no vacíos: garantiza que los campos de correo electrónico y móvil no sean nulos ni estén vacíos.
24
25
26 El resultado de esta segmentacion seria
27 CodCliente ABC129 (JUAN MORALES) como el unico suscriptor cumple la condicion de disponer de email y movil en el mismo tiempo
28 Edad: 36 (born in 1988)
29 Ciudad: Barcelona
30 Past car insurance (Seguro_Anulado = 'AUTOS')
31 No current car insurance (Seguro_Activo != 'AUTOS')
32 Non-empty email and mobile
33
34 Los demas suscriptores
35 ABC123 (sin movil)
36 ABC124 (sin email)
37 ABC128 (sin email)

```

• **DE\_HISTORIAL DE CLIENTES-todo-en-1.sql** -He creado la consulta conjunta de todas las tareas en uno que se encuentra en nueva pestaña de la hoja de cálculo llamada DE\_HISTORIAL DE CLIENTES-todo-en-1.sql



SQL-Assignment / DE\_HISTORIALDECLIENTES-todo-en-1.sql

ba23-python [second commit](#)

Code Blame 16 lines (13 loc) · 573 Bytes

```

1  -- Combinar todos los criterios en un query y guardar los datos en nueva data extension DE_HISTORIALDECLIENTES---
2
3
4  SELECT c.CodCliente, c.Nombre, c.Apellido, c.CorreoElectronico, c.Móvil
5  FROM DE_Clientes
6  WHERE (YEAR(GETDATE()) - YEAR(Año_nacimiento)) BETWEEN 25 AND 40
7        AND Ciudad IN ('MADRID', 'BARCELONA')
8        AND CodCliente IN (
9            SELECT CodCliente
10           FROM DE_Clientes
11          WHERE Seguro_Anulado = 'AUTOS'
12        )
13        AND Seguro_Activo != 'AUTOS'
14        AND (CorreoElectronico IS NOT NULL AND CorreoElectronico <> '')
15        AND (Móvil IS NOT NULL AND Móvil <> '');

```

## Tarea 2

### Caso de uso: Automation & Journey

Vamos a activar una campaña en SFMKT, necesitas diseñar una serie de pasos en un Automation y Journey para esta campaña.

Divido la solucion en parte Automation y parte Journey Builder

### Journey Builder-mapeo del journey

La campaña está dirigida a promocionar un nuevo seguro y consta de tres oleadas:

- ❖ una primera oleada de presentación del seguro

- ❖ una segunda oleada de recordatorio, excluyendo a quienes ya contrataron el seguro,
- ❖ la tercera oleada será de recordatorio al que no haya clicado el segundo email.
- ❖ en esta oleada se debe igualmente excluir a los que contrataron.

El email llevará un CTA “Te llamamos” y deberemos dar los contactos de los clientes que hayan pinchado en el botón al call center para que los llamen y deberemos dejar el fichero en un SFTP.

El SMS se enviará solo a los que no hayan clicado el email de la segunda oleada. El SMS es informativo.

El canal prioritario es correo electrónico y SMS se enviarán a los clientes que no tienen correo electrónico.

El email recordatorio se enviará 5 días después del primer email y el SMS 3 días después del envío del email

Debes de dejar un Grupo de Control 20% y generar un fichero para el SFTP.

Es importante identificar a los clientes y los impactos que reciben o a que grupo pertenecen ya que el reporte debe de incluir:

Engagement:

- Primera oleada
- Segunda oleada
- Recordatorio

Las bases de datos: la de clientes se están en una DE SFMKT pero las contrataciones son cargas diarias en el SFTP.

## Brainstorming y Planteamiento inicial

Se pueden plantear varias opciones, como por ejemplo crear 3 journeys por separado por cada oleada.

Me gustaría comentar como podria plantearse en el caso de los 3 journeys- 1 journey por cada oleada.

En esta opcion lo que se va a conseguir es definir bien los clientes de las 3 oleadas, lo que se requiere.

- **Primera oleada** - Como entrada en el journey seria Data Extension de los clientes que posiblemente vendria del Automation studio refrescada y actualizada por Filter Activity con datos actualizados por la noche de forma automatizada

- **Segunda oleada** - Como entrada en el journey seria Data Extension segmentada por SQL Activity en Automation Studio para que se excluyan los clientes que contrataron y para que se impacten solo los que aun no han contratado.
- **Tercera Oleada** - lo mismo como en la segunda. Como entrada en el journey seria Data Extension segmentada por SQL Activity en Automation Studio para que se excluyan los clientes que contrataron y para que se impacten solo los que aun no han contratado.

Si fueron 3 Journeys separados por cada oleada, se tendrá que segmentar en Automation Studio y generar segmento que solo tiene los que no han comprado como DE de entrada en Journey 2 y Journey 3 Automático volcando desde Automation Studio a Journey Builder. importante aquí sería dejar 30 min de tiempo entre la hora de terminar la Automation y su comienzo en Journey Builder para evitar posibles colisiones

Aún así, he decidido plantear un Multi step Journey de los 3 emails y SMS en un unico journey.

## Solucion planteada Tarea 2:

### Multi step Journey de los 3 emails y SMS

Entrada de datos: Data Extension DE\_Clientes sendable DE.

No se explica de donde proviene esta data extension solo que se encuentra ya en SFMC. Lo que supongo es que viene de Automation Studio sea por Import Activity automation desde FTP o por alguna Filter Activity automation que se hace a diario por la noche.

Se tiene que mapear por el subscriberkey esta data extension en Contact Builder y Data Designer para que se pueda utilizar sus atributos dinámicos en Contact data de los Decision Splits de Journey Builder.

Voy a crear sendable data extensions vacias, con los siguientes nombres:

DE\_Compras\_1era oleada

DE\_Compras\_2a oleada

### DE\_3era oleada

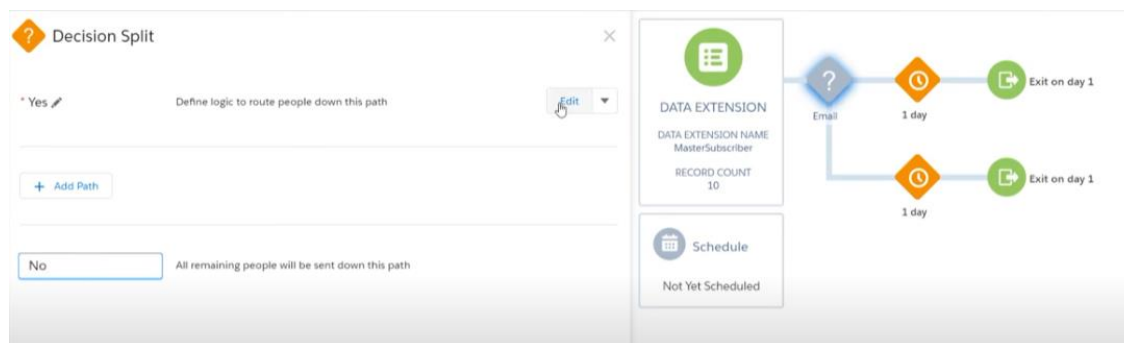
que contienen atributo StatusCompra por cada oleada. Estas se van a ir actualizando por el Update Contact en Journey Builder por el flujo del journey.

Actualizar la sendable Data Extension previamente creada DE\_Compras\_1era oleada por atributo "Status\_Compra-SI" realizada. Las data extensions de las oleadas se van a segmentar con SQL Query por el StatusCompra para que sea SI , y la resultante DE se va a exportar con Data Extract al FTP.

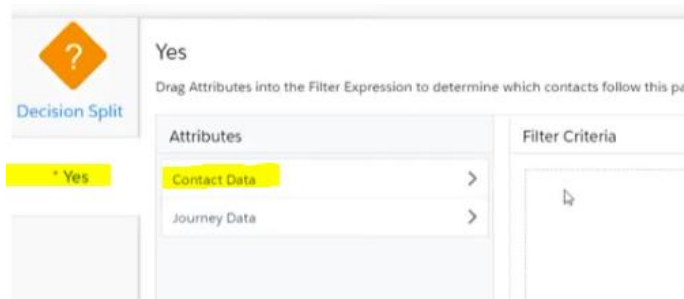
Tambien otra data extension que tendria previamente creada DE\_CallCenter que va a guardar los clientes de la 3era oleada que han clicado al CTA "Te llamamos" se va a exportar con Data Extract al FTP.

Entonces se tiene que hacer una Automation programada para un export a diario al FTP con estas 3 -DE\_Compras\_1era oleada, DE\_Compras\_2a oleada, DE\_3era oleada, DE\_CallCenter

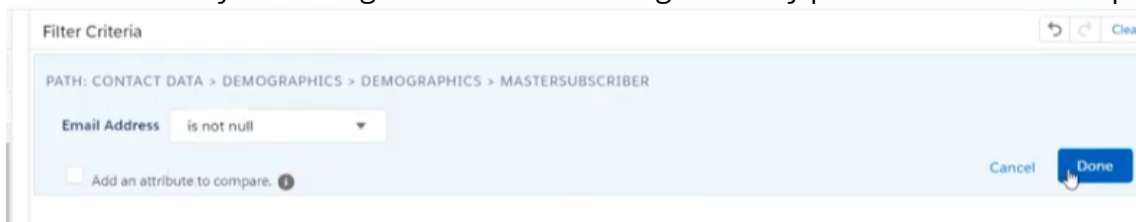
Decision Split: filtrar que el correo electronico existe-si o no



Ya que previamente vinculo el Contact data en Contact Builder los atributos dinamicos del Contact Data me estan disponibles en el Decision Split de Journey Builder.



Por la rama del Si- cliqueo al Edit elijo Contact data para la DE correspondiente - Arrastro Email-**asigno is not null** para garantizar que dentro del journey entrarán suscriptores con email existente(si estamos seguros que la DE es de buena calidad y toda llena de emails y móviles igual no hace falta asegurarnos y podemos saltar este Split)



Engagement Split: [Va a controlar los Clicks en Email 2 y en Email 3](#)  
va a desviar por 2 vias dependiendo se se ha hecho click o no

### 3 Wait:

1. antes de cada Decisión Split y Engagement split hay que poner uno para que se de tiempo analizando los datos recogidos.
2. Wait de 5 días para el envío del 2o email.
3. Wait de 3 días para el envío de SMS
4. Wait de 1 dia antes de cada Exit

### Update Contact

El [Update Contact](#) nos permite [actualizar](#) o modificar un registro de contacto de Marketing Cloud en Journey Builder utilizando la actividad de actualización de contacto.

Lo que hace es actualizar contacto para modificar un valor de atributo de contacto cuando un contacto llegue a este punto del Journey. Elija una extensión de datos enviable que

tenga Send Relationship, y que este previamente creada y configure un valor estático que sobrescriba este valor para todos los contactos que lleguen a la actividad.

Este tipo de Update contact se denomina como actualizar “Valor estatico” y no es necesario que el CRM este vinculado con el Marketing Cloud.

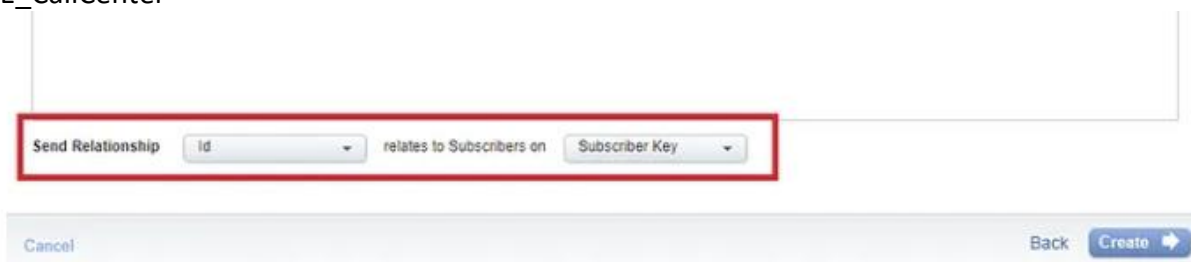
Existe la otra opcion de Update Contact que se suele aplicar más cuando el CRM esta conectado, pero en nuestro caso no es necesario la conexion.

Documentacion:

[https://help.salesforce.com/s/articleView?id=sf.mc\\_jb\\_update\\_a\\_contact.htm&type=5](https://help.salesforce.com/s/articleView?id=sf.mc_jb_update_a_contact.htm&type=5)

### En nuestro caso de uso el Update Contact

Actualizara por el **atributo Status\_Compra** dentro de los data extensions de cada oleada. Las data extensions deben ser de tipo “Sendable” y deben tener el “Send Relationship”. Cada Update contact rendra relacionada la data extension correspondiente a la oleada correspondiente: DE\_Compras\_1era oleada, DE\_Compras\_2a oleada, DE\_3era oleada, DE\_CallCenter



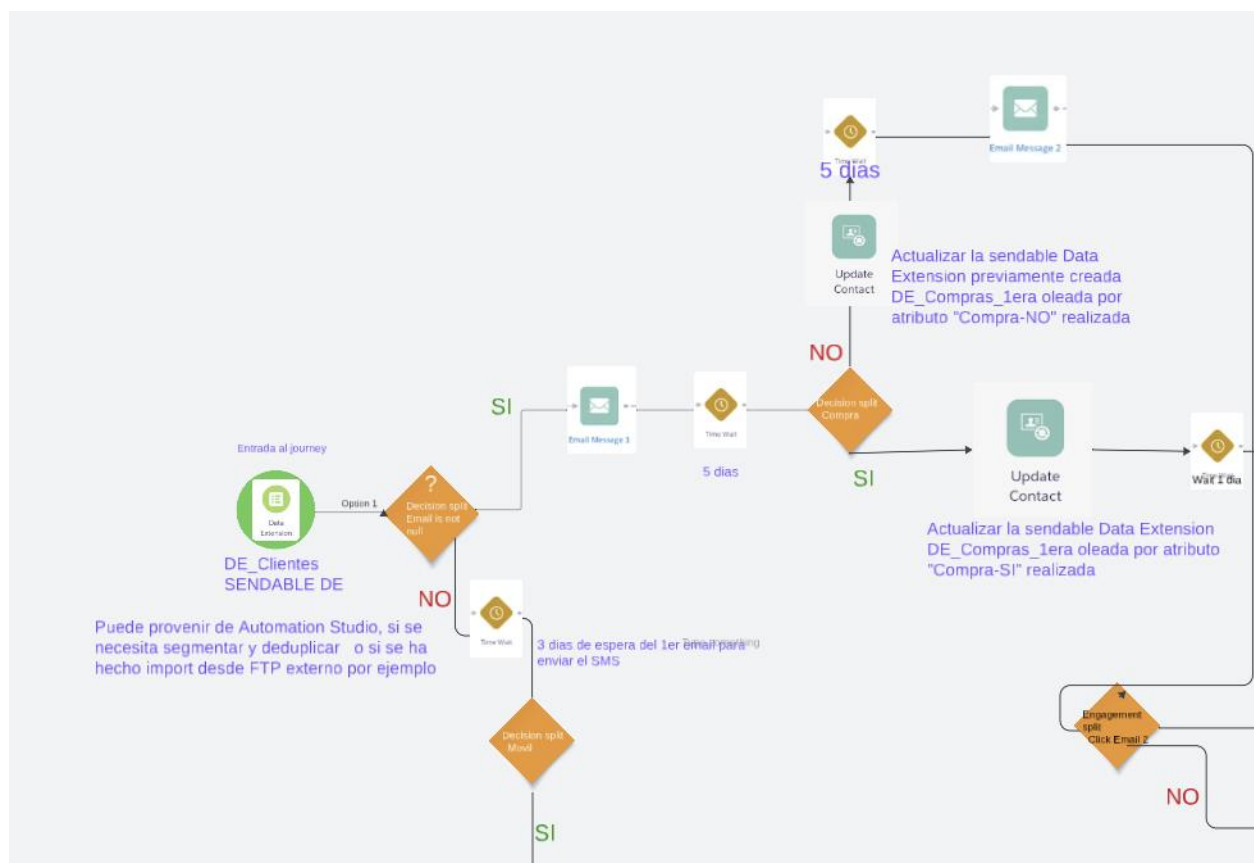
Este atributo **Status\_Compra** va a ser de tipo booleano: True o False, que correspondera a el status de la compra: si en caso de compra realizada, y al status de la compra: no en caso de compra no realizada.

El Journey entero esta disponible en Lucid chart: comparto el enlace

[https://lucid.app/lucidspark/6a9e4550-1db0-434b-a865-1ed3a9f05f92/edit?invitationId=inv\\_afa24279-0a7d-4e04-8a18-4924cf86247a&page=0\\_0#](https://lucid.app/lucidspark/6a9e4550-1db0-434b-a865-1ed3a9f05f92/edit?invitationId=inv_afa24279-0a7d-4e04-8a18-4924cf86247a&page=0_0#)



## Primera oleada Email 1



### Entrada al Journey: Sendable Data extension DE\_Cientes

Como solo se especifica que esta data extension se ubica dentro del Marketing Cloud pero no dice donde proviene de Automation studio donde se ha ido refrescando y actualizando con Filter Activity, o a lo mejor ha ido pasando por automatización de deduplicación de suscriptores para que no se vayan duplicando las comunicaciones.

Decision Split como 1er filtro EMAIL IS NOT NULL. En caso de que esta data extension de entrada viene directamente de CloudPage sin pasar por Automation que es posible escenario, lo que hará este Decision split es que va a garantizar que el correo electrónico del suscriptor existe desde la entrada del journey, y los que solo disponen de email se les desviará por el envío de Email 1.

Email 1 El email 1 se enviará a los suscriptores que disponen de email

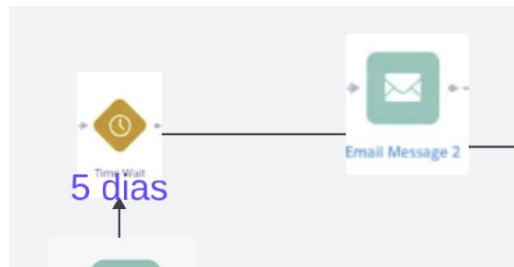
Desde el Decision Split por la vía de los que no tienen correo electrónico, se les desviará por la vía de comprobar con otro Split si tienen número de móvil



Wait: 5 días antes de cada Decisión Split y Engagement split hay que poner uno para que se de tiempo analizando los datos recogidos. He puesto 3 días de espera entre el envío de Email 1 y el Decision Split de Compra para que de tiempo al cliente de realizar compra si lo desea desde este Email 1

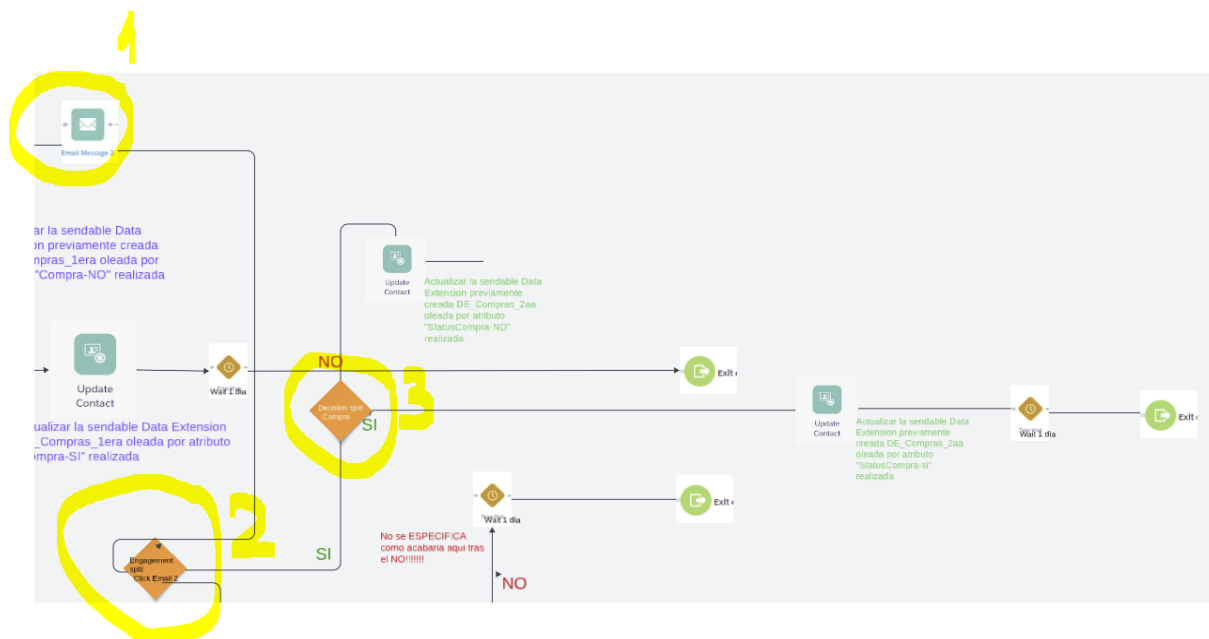


2.Wait de 5 días antes del envío del 2o email por requisitos disponibles



Update Contact: en esta primera oleada el Update contact va a actualizar la DE\_Compras\_1eraoleada por el atributo estatico Status\_Compra- true o false

Segunda oleada Email 2



Email 2 se enviara 5 dias mas tarde del envio de Email 1 por el Wait de 5 dias

Engagement Split de Clicks Email 2 si han clickado se desviaran para verificar si han comprado en el Decision split por atributo Status\_Compra

Wait entre el Engagement y el Decision Split para que MC analice los datos.

Update Contact Actualizar la sendable Data Extension previamente creada DE\_Compras\_2a oleada por atributo "StatusCompra" si realizada o no desde las 2 vias del Decision Split

Tercera oleada Email 3 -CTA Te llamamos

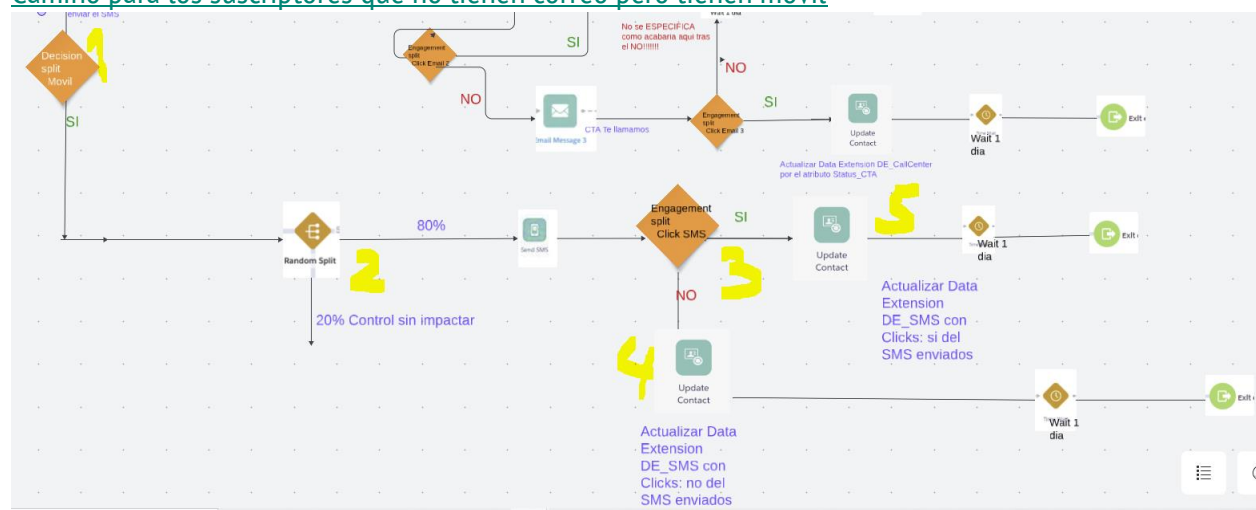


Desde el Engagement Split del Email 2 por la via de los que no han clicado en Email 2 se procede al envio de Email 3 con el CTA Te llamamos.

Email 3 con CTA Te llamamos

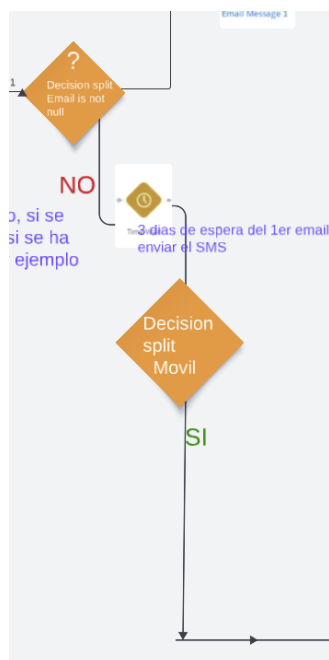
Engagement Split para Clicks del Email 3. Si hacen click el Update contact va a actualizar con valor estatico el Data extension DE\_CallCenter por el atributo Status\_CTA. Esta data extension se tendra que exportar al FTP y facilitar al Customer Service para que llamen al cliente lo antes posible. O si en caso de que hay CRM conectado a Marketing cloud y Service Cloud en marcha, incluso es posible crear una Task para que en el CRM se recibe alerta de tarea.

Camino para los suscriptores que no tienen correo pero tienen movil



Desde el Decision Split inicial nada mas entrar en el Journey EMAIL IS NOT NULL por la via de los que **no tienen correo electronico**, se les desviara por la via de comprobar con otro Split si tienen numero de movil

Wait de 3 días para el envío de SMS



Wait de 1 dia antes de cada Exit

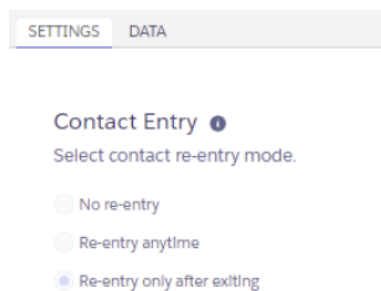
Decision Split de Movil los que disponen de movil - se le asigna un Grupo de Control de 20% en un Random Split.

Random Split-El resto de 80 % se le envia el SMS

Engagement Split de Click al SMS y con el resultado va a actualizar el Update Contact de la Data Extension DE\_SMS con Clicks: Si o Clicks No de los SMS enviados

El Journey Setting no esta especificado en la tarea pero es necesario ponerlo para poder activar el journey:

opto por Re-entry only after exiting



Goal & Exit Criteria: no especificados en los requerimientos

## Automation Studio

### Automation 1

SQL Activity de segmentacion de las compras realizadas por cada oleada que tienen el atributo de Status\_Compra: SI

```
SELECT
    CustomerID,
    SubscriberKey,
    status_Compra
FROM
    DE_Compras_1eraoleada
WHERE
    status_Compra = 'True'
```

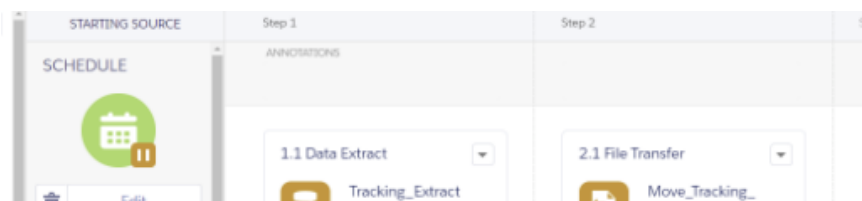
### Automation 2

Data Extract de tipo data extensi3ns extract en Automation Studio para que las compras de cada oleada se vayan exportando al FTP de forma automatica a diario. El Export se hara para todas las data extensiones que han contratado por cada oleada: DE\_Compras\_1era oleada, DE\_Compras\_2a oleada, DE\_3era Oleada, DE\_CallCenter

**Paso 1** Data Extract de tipo data extensi3ns extract en Automation Studio

**Paso 2** File Transfer con la opcion de Mover desde Safehouse al FTP

Se programa para que actue cada noche a las 23h de la noche



### Automation 3

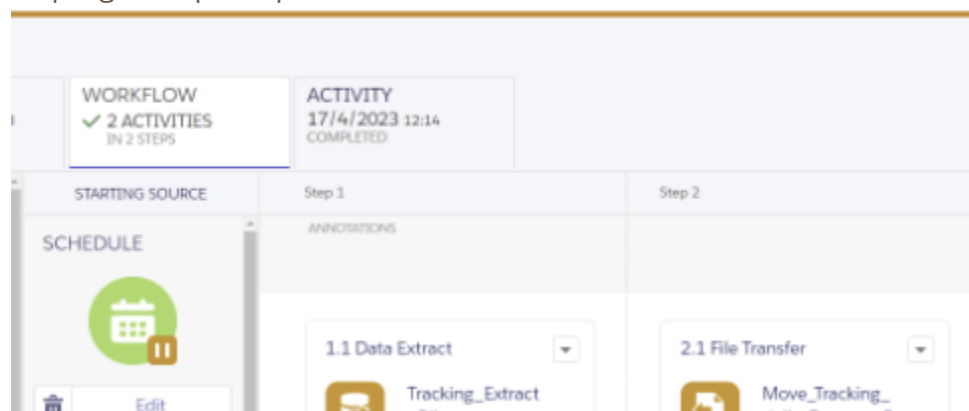
Data Extract de tipo Tracking extract de los impactos, Sends, clicks, en 3ltimos 30 d3as tambi3n por Data extract ya que el Journey es nuevo y conviene sacar 3ltimos 30 d3as en vez de los Data Views dado que la campa3a seria nueva e inicialmente no se van a recoger suficientes datos para medir los Data Views.

Es recomendable automatizar un Tracking Extract automatizado de los envios, aperturas y clicks de las comunicaciones SENT/ENVIADAS del dia anterior. Se programa con Schedule para que se realice a diario esta exportacion al FTP a las 8 h de la mañana.

**Paso 1** Data Extract de tipo **Tracking extract**

**Paso 2** File Transfer con la opcion de Mover desde Safehouse al FTP

Se programa para que actue cada dia a las 8 de la mañana



Si es con Data Views, será SQL Activity de Left Join entre la DE y el data Views \_Bounce, \_Sent, \_Click, \_Open por el Subscriber key.

### Automation 4

Si desde FTP se tiene que hacer algun import al SFMC, esto se realizara con Import Activity en Automation studio con entrada FileDrop. Si el archivo esta en formato comprimido de zip, esto se hace en 2 pasos:

File Transfer- desde FTP al Safehouse- usando ManageFile, unzip y decrypt al Safehouse



Import Activity - desde Safehouse al SFMC-asignar data extension de destino y localizar desde ExactTarget Safehouse

Si el archivo tiene formato .csv, solo se preconfigura 1 paso- el de Import Activity

## **Tarea 3**

## Caso de uso: Automation exclusión

En el día tenemos planificadas 4 campañas de email. La campaña prioritaria es DE\_MASTER\_CLIENTES.

Es posible que los clientes formen parte de más de una DE, y como política de contactabilidad no debemos de enviar más de 1 email al día a un cliente.

Primary key "CO\_CLIENTE"

Otras DE:

DE\_HOGAR

DE\_SALUD

DE\_AUTO

## Opcion 1 con SQL Query en Automation Studio

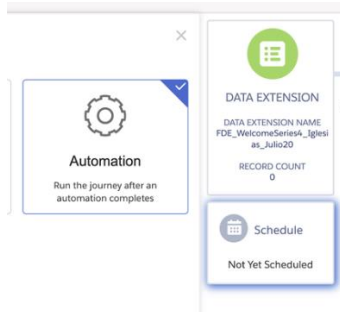
Segmentar los correos para asegurar que los criterios de que no debemos de enviar más de 1 email al día a un cliente van a ser respetados con los SubscriberKeys de la DE\_MASTER\_CLIENTES

```
SELECT
  m.CorreoElectronico,
  m.Móvil,
  m.CO_CLIENTE,
  m.Nombre,
  m.Apellido
FROM
  DE_MASTER_CLIENTES m
LEFT JOIN
  DE_HOME h ON m.SubscriberKey = h.SubscriberKey
LEFT JOIN
  DE_SALUD he ON m.SubscriberKey = he.SubscriberKey
LEFT JOIN
  DE_AUTO a ON m.SubscriberKey = a.SubscriberKey
LEFT JOIN
  DE_Exclusions_Today e ON m.SubscriberKey = e.SubscriberKey AND e.SendDate = CONVERT(DATE, GETDATE())
WHERE
  h.SubscriberKey IS NULL
  AND he.SubscriberKey IS NULL
  AND a.SubscriberKey IS NULL
  AND e.SubscriberKey IS NULL
  AND m.CorreoElectronico IS NOT NULL
  AND m.Móvil IS NOT NULL
```

Esta consulta sirve para seleccionar los clientes de la tabla DE\_MASTER\_CLIENTES que no están presentes en ninguna de las tablas DE\_HOME, DE\_SALUD, DE\_AUTO y DE\_Exclusions\_Today con la fecha actual. Esto asegura que los clientes no reciban más de un correo electrónico por día y solo selecciona aquellos con direcciones de correo electrónico y números de móvil válidos. La tabla la tengo que crear adicionalmente DE\_Exclusions\_Today. Contiene clientes que ya recibieron un correo electrónico hoy CON 2 filas de atributos: CO\_CLIENTE text(255), SendDate DATE. Si el cliente está en esta tabla con la fecha actual, no será incluido en el resultado.

El resultado de este Query seria una nueva data extension que saldra de Automation studio y servira de Entry Source para el envio del Email.

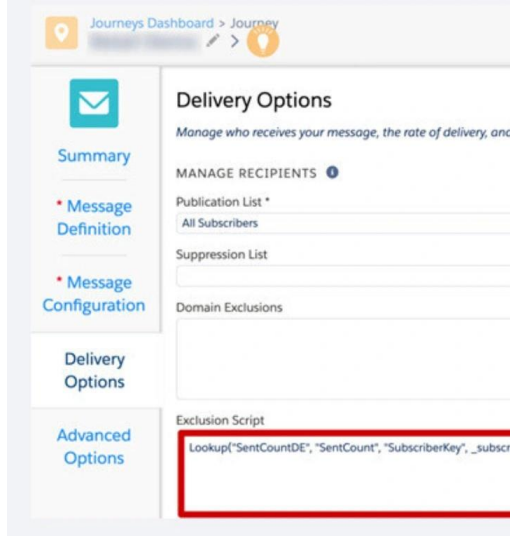
En Automation Studio en step 1 haría este SQL Query y en Step 2 Email Activity directamente o más bien schedule esta De que entre en JB como entrada a través de Automation en Scheduled.



### Opcion 2 como solucion

En Journey Builder voy al Journey de la campaña prioritaria con la data extensión DE\_MASTER\_CLIENTES

Abro el Email Send Activity de este journey - tengo que ir a Delivery Options tab a la izquierda- encuentro Exclusion Script



```
RowCount(LookupRows("DE_HOGAR", "Email_Field", emailaddr)) > 0)
```

OR

```
RowCount(LookupRows("DE_SALUD", "EmailAddress", emailaddr)) > 0)
```

```
RowCount(LookupRows ("Nombre de la DE" , "nombre columna de la DE",  
AttributeValue("nombre de la columna del DE del journey")))> 0
```



```
RowCount(LookupRows ("Nombre de la DE" , "nombre columna de la DE",
AttributeValue("CO_CLIENTE")))> 0
```

Fuentes de documentacion usados

[https://ampscript.com/using-an-exclusion-script-for-email-sends/#google\\_vignette](https://ampscript.com/using-an-exclusion-script-for-email-sends/#google_vignette)

Opcion 3 como solucion para testear antes de colocarlo en Delivery options:

Poner Bloque de Ampscript en una copia del mismo correo antes de enviar para testear.

```
%%[
VAR @clientId, @sendDate, @isExcluded
SET @clientId = AttributeValue("CO_CLIENTE")
SET @sendDate = FormatDate(Now(), "YYYY-MM-DD")

SET @isExcluded = RowCount(LookupRows("DE_Sent_Today", "CO_CLIENTE", @clientId,
"SendDate", @sendDate))
]%%

TreatAsContent(%%=v(@isExcluded)=%%) > 0
```

## Tarea 4

Reporting

Genera el reporte desde SFMKT de Journey 4CESSVC101\_RETARGETING\_DELEGACIONES

**Hay varias maneras de sacar datos analiticos de un Journey como por ejemplo**

Journey Analytics: dentro del journey podemos acceder al panel de Analytics donde podemos ver como han ido impactando los emails y sms enviados

Journey tracking: en Email Studio < Tracking podemos acceder al tracking donde veremos dentro de la carpeta de cada journey un reporte por cada una de las actividades de email que tengamos dentro del journey.

Journey report: dentro del catálogo de los reportes hay uno dedicado a journeys que nos ofrece información sobre el funcionamiento del journey en general y de cada rama en detalle.

Analitics Builder-Reports-Journey Builder Email Send Summary

Email Studio overview-my tracking- Journey Builder sends

Intelligence reports-Journey Performance by email-puedes poner el Journey activity name y te da Sends,Opens,bounces,unique clicks, click to open rate (esta opcion puede que no este disponible dependiendo de la licencia de Marketing Cloud que tiene la empresa)

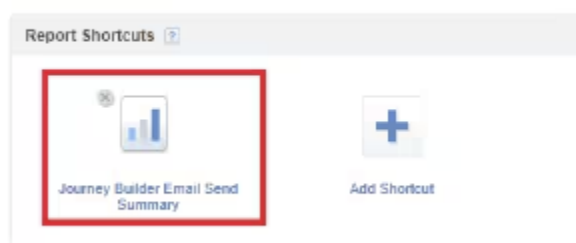
## Solucion Tarea 4

Para conseguir el reporting que se pide en la tarea, tengo que acceder a Analitics Builder-Reports-Journey Builder Email Send Summary

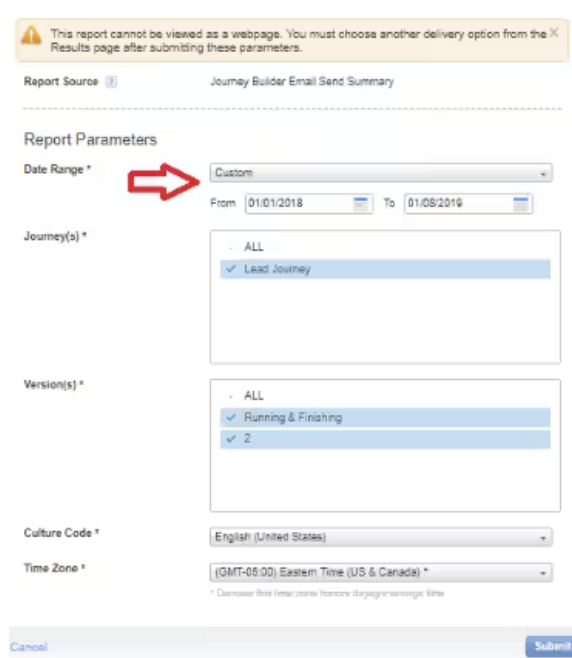


Marcar Journey Builder Email Send Summary

### Overview




En Report parameters asignar las fechas  
 Selecciono el Journey  
**4CESSVC101\_RETARGETING\_DELEGACIONES.**  
 Doy Submit.



This report cannot be viewed as a webpage. You must choose another delivery option from the X Results page after submitting these parameters.

Report Source: Journey Builder Email Send Summary

Report Parameters

Date Range \*  Custom

From: 01/01/2018 To: 01/08/2019

Journey(s) \*

- ALL
- ☒ Lead Journey

Version(s) \*

- ALL
- ☒ Running & Finishing
- ☒ 2

Culture Code \* English (United States)

Time Zone \* (GMT-08:00) Eastern Time (US & Canada) \*

\* Choose this time zone to honor daylight savings time

Cancel Submit

Elijo que el reporte se envia por email.



Back to Overview

Results: Journey Builder Email Send Summary

Report Parameters

Start Date: 1/1/2018

End Date: 1/8/2019

Journey(s): Lead Journey

Version(s): Running & Finishing, 2

Culture Code: English (United States)

Time Zone: (GMT-08:00) Eastern Time (US & Canada) \*

\* Choose this time zone to honor daylight savings time



Si necesito este Reporte cada x tiempo lo puedo asignar para que se vaya enviando de forma recurrente pero primero lo tengo que guardar para que me de esta opcion.

