

ALTCRAFT PLATFORM

Руководство пользователя

1. Документация	
пользователя
1.1 Ответы на часто задаваемые	
вопросы
1.2 Хранение и сбор	
данных
1.2.1 Ресурсы	
подписок
1.2.2 Работа с базами	
данных
1.2.3 Профиль	
подписчика
1.2.4 Импорт профилей клиентов и обновление	
данных
1.2.5 Импорт данных по	
расписанию
1.2.6 Автоматизация сбора данных о	
профиле
1.2.7 Массовое обновление профилей	
клиентов
1.2.8 Double opt-in	
подписка
1.2.9 Стоп-	
списки
1.2.10	
Интеграции
.	
1.2.10.1 Синхронизация статических	
сегментов
1.2.10.2 Yandex	
AppMetrica
1.2.10.3	
Lpgenerator
1.2.10.4	
Tilda
1.2.11 Связи между	
профилями
1.3 Каналы	
коммуникации
1.3.1 Email: Рекомендации по взаимодействию с	
ISP
1.3.2 SMS: Готовые	
интеграции
1.3.3 Web push: настройка и	
подключение
1.3.4 Mobile push: настройка и	
подключение
1.3.5 Руководство: первая Email	
рассылка
1.3.6 Руководство: первая SMS	
рассылка
1.3.7 Руководство: первая Web-push	
рассылка
1.3.8 Руководство: первая Mobile-push	
рассылка
1.4	
Кампании
.....	
1.4.1 Календарь	
кампаний
1.4.2 Бродкаст	
кампания
1.4.3 Регулярная	
кампания
1.4.4 Триггерная	
кампания
1.4.5 Мультивариантный тест	
(A/B/n)
1.4.6 Тестирование	
кампаний
1.4.7 Расписание	
кампании
1.5 Шаблоны	
сообщений
1.5.1 Работа с шаблонами	
сообщений
1.5.2 Фрагменты	
шаблонов
1.5.3 Изображения в	
сообщениях
1.5.4 Персонализация контента в	
сообщениях

1.5.5 Переменные и функции	
ALTCRAFT
1.5.5.1 Использование логических выражений в сообщениях
1.5.5.2 Использование циклов в сообщениях
1.5.6 Динамический контент сообщений
1.5.6.1 Использование API контента в сообщениях
1.5.6.2 Использование HTML контента в сообщениях
1.5.6.3 Использование JSON контента в сообщениях
1.5.6.4 Использование контента из SQL базы данных в сообщениях
1.6	
Сегментация
.....	
1.6.1 Статические сегменты
1.6.2 Динамические сегменты
1.6.3 Сегментация профилей по основным данным
1.6.4 Сегментация профилей по данным подписок
1.6.5 Сегментация профилей по истории действий
1.6.6 Сегментация профилей по внешним данным
1.6.7 Сегментация профилей по внешним SQL таблицам
1.6.8 Сегментация профилей по участию в сегменте
1.7 Сценарии (цепочки автоматизации)
1.7.1 Работа со Сценариями автоматизации
1.7.2 Ноды (шаги) сценария
1.7.3 Классические сценарии автоматизации
1.7.4 Пошаговая настройка приветственного сценария
1.8 Программы лояльности
1.8.1 Промокоды
.....	
1.9 Отчеты и аналитика
1.9.1 Сводный отчёт
1.9.2 Когортный отчёт
1.9.3 Время жизни
1.9.4 Воронка конверсии
1.9.5 Цели
.....	
1.9.6 Прирост аудитории
1.9.7 Карта кликов (Email)
1.9.8 Отчёт о возвратах (Email)

1.9.9 Отчёт о недоставках (Email)	
1.10 Настройка Пикселей	
1.10.1 Целевые действия клиентов и скоринг	
1.11 Настройки	
1.11.1 Пользователи и разграничение доступа	
1.11.2 Пользовательские ссылки	
1.11.3 Виртуальные серверы	
1.11.4 Политики отправки	
1.11.5 Журнал аудита	

Ответы на часто задаваемые вопросы

- Люди, которые отписываются не по ссылке в письме, а в интерфейсе почтового сервиса, отмечаются как отписавшиеся? Почему при отписке от рассылки без ресурса статус профиля меняется?
- Восстановится ли пользователь из стоп-списка, если захочет вновь подписаться? Что такое идентификатор ресурса?
- Какие различия между стоп-списком и отпиской?
- Как быть с подтверждением подписки для тех, кто увидел только текстовую версию? Какие сущности можно помечать тегом в платформе?
- Работа с базами данных
 - Что должен сделать разработчик, когда необходимо настроить обмен данными (например, из форм подписок) с сайтом? Можно ли загрузить базу без email-адресов? Например для СМС-рассылки.
 - Какие есть способы определить штат или страну подписчика? Какой тип поля должен использоваться для валюты?
 - Как передавать подписки на ресурс при импорте профилей в базу?
 - Можно ли в одном API запросе на импорт профиля передать несколько профилей? Как очистить базу данных?
 - Можно ли узнать устройства, ОС и браузеры, которые используются пользователями? Как сделать в профиле поле, обозначающее его интересы в разных категориях?
 - Каким образом можно скопировать базу со всеми профилями и подписками?
 - Если я экспортирую клиентов из базы данных, я экспортирую email-адреса из профиля или из профиля и подписок? Какой информационный характер несет очередь у компаний?
 - Как дослать рассылку тем, кто ее не получил? Есть ли глобальный лимит по количеству рассылок одному пользователю в день, неделю? Можно ли игнорировать его для каких-то писем? Где устанавливается?
 - Как отправлять рассылку постепенно (частями)?
 - Почему, когда я открыл(а) письмо и добавил(а) его в спам, жалоба не отразилась в отчете? Как выглядит API запрос на отправку триггера по нескольким подписчикам?
- Работа с шаблонами сообщений
 - Как пользоваться таблицами данных?
 - В интерфейсе недоступен полный функционал.
 - В какой кодировке приложение импортирует файлы? Где можно выгрузить отчет?
 - Можно ли при передаче события в платформу автоматически обновлять поля профилей? Почему в отчетах нет жалоб?
 - Что такое пиксель и какую информацию он передает?
 - Есть ли возможность строить сегмент по параметру User-Agent? Кнопки импорта и генерации промокодов не работают.

Работа с подписками профиля

Люди, которые отписываются не по ссылке в письме, а в интерфейсе почтового сервиса, отмечаются как отписавшиеся?

Да, если почтовый сервис поддерживает специальный заголовок, который мы передаем в письмо. Если при отправке сообщения не был выбран ресурс - отписка происходит глобально.

Если отправка сообщения была с указанием ресурса - отписка происходит по ресурсу.

Почему при отписке от рассылки без ресурса статус профиля меняется?

Если рассылка происходит без указания ресурса, используется глобальный статус профиля.

Восстановится ли пользователь из стоп-списка, если захочет вновь подписаться?

Нет, если рассылка была без ресурса или от того же ресурса. Воспользуйтесь API, чтобы восстановить его (см. страницу [Стоп-списки](#)). В дальнейшем рекомендуем пользоваться подписками на разные ресурсы.

Что такое идентификатор ресурса?

Ресурс - это источник рассылок по одному или нескольким каналам. Например, один сайт - один ресурс. Идентификатор ресурса - число, которое отображается рядом с его названием. Используется в API запросах.

Какие различия между стоп-списком и отпиской?

Стоп-список и отписка это разные вещи. Стоп-список обычно используют для временного исключения из рассылок, например когда контент однозначно вызовет негатив группы подписчиков.

Как быть с подтверждением подписки для тех, кто увидел только текстовую версию?

У них тоже может быть ссылка. Имя для нее можно также задать как `<name="имя">`. Часть в угловых скобках не будет показана при отправке.

Какие сущности можно помечать тегом в платформе?

Базы данных, сегменты, каналы, шаблоны, импорты по расписанию, стоп-списки, кампании, сценарии, промокоды, сводные отчёты.

Работа с базами данных

Что должен сделать разработчик, когда необходимо настроить обмен данными (например, из форм подписок) с сайтом?

Разработчику необходимо предоставить API токен и ссылку на стр. документации - [API пользователя](#).

Можно ли загрузить базу без email-адресов? Например для СМС-рассылки.

Можно. Выберите совпадение по email-адресу из профиля. Email-адрес заполнится данными, типа "ID@localhost". Идентификатор профиля генерируется платформой.

Какие есть способы определить штат или страну подписчика?

Платформа умеет определять геолокацию по IP-адресу.

Какой тип поля должен использоваться для валюты?

К сожалению, дробные поля отсутствуют в базе данных. Используйте целочисленный тип.

Как передавать подписки на ресурс при импорте профилей в базу?

В объект **data** при импорте подписчиков включите массив с подписками, например:

```
subscriptions": [
  {
    "resource_id": 46,
    "channel": "email",
    "email_data": {
      "email": "example_email@example.org",
    },
    "priority": 0, "status":
    "subscriber"
  }, ...
]
```

И упрощенный вариант:

```
subscriptions": [
  {
    "resource_id": 46,
    "channel": "email",
    "email": "example_email@example.org",
    "priority": 0,
    "status": "subscriber"
  },
]
```

Можно ли в одном API запросе на импорт профиля передать несколько профилей?

Для импорта нескольких подписчиков используйте [Массовый импорт профилей](#).

Как очистить базу данных?

Используйте API запрос на очистку [базы данных](#).

Возможна также очистка базы запросом к MongoDB.

Можно ли узнать устройства, ОС и браузеры, которые используются пользователями?

В профиле пользователя собирается информация в поле userAgent.

Как сделать в профиле поле, обозначающее его интересы в разных категориях?

В базе данных можно создать поле типа "Список тегов". Теги можно добавлять и убирать вручную, через API и через сценарии автоматизации.

Каким образом можно скопировать базу со всеми профилями и подписками?

При копировании базы данных копируется только её структура. Для копирования профилей нажмите на иконку "Скопировать профили клиентов", после чего будет предложено выбрать сегмент.

Если я экспортирую клиентов из базы данных, я экспортирую email-адреса из профиля или из профиля и подписок?

Подписки можно экспортировать только в зашифрованном виде. По умолчанию будут экспортированы все подписки профиля. В меню экспорта можно настроить, какие именно подписки на какие ресурсы учитывать.

Работа с кампаниями

Какой информационный характер несет очередь у кампаний?

Показывает текущий статус отправки сообщений для этой кампании.

Как дослать рассылку тем, кто ее не получил?

Можно сделать [сегмент](#) и выбрать всех, кому не было доставлено сообщение.

Есть ли глобальный лимит по количеству рассылок одному пользователю в день, неделю? Можно ли игнорировать его для каких-то писем? Где устанавливается?

Есть, это называется "Политика отправки". Может быть назначена на ресурс или целиком на аккаунт. В некоторых кампаниях можно переназначить, если необходимо, например, её игнорировать.

Как отправлять рассылку постепенно (частями)?

Установите лимиты на отправку в кампании.

Почему, когда я открыл(а) письмо и добавил(а) его в спам, жалоба не отразилась в отчете?

Возможно вы не настроили FBL/CFL. Обратитесь к вашему системному администратору.

Как выглядит API запрос на отправку триггера по нескольким подписчикам?

```
{
  "token": "e00c3da0a53e4e54a795da58701f4d70",
  "id": 5511,
  "custom_request":
  { "Custom_ID": {
    "$in": [
      "lpHicQquekzYkufI", "xzFKLXeaJkCYHuMb", "SRNOwHVZiWfItJhr"
    ]
  }
}
```

Подробнее отправка триггеров описана в [этом разделе](#).

Работа с шаблонами сообщений

Как пользоваться таблицами данных?

См. страницу [Использование контента из SQL базы данных в сообщениях](#).

Прочее

В интерфейсе недоступен полный функционал.

Обратитесь к администратору платформы для включения Smart настроек.

В какой кодировке приложение импортирует файлы?

UTF-8.

Где можно выгрузить отчет?

В основном меню выберите пункт Задания.

Можно ли при передаче события в платформу автоматически обновлять поля профилей?

Да, используйте сценарии (см. страницу [Работа со Сценариями](#))

Почему в отчетах нет жалоб?

Для появления в отчетах жалоб необходимо настроить FBL. Обратитесь к вашему систему администратору.



В платформе жалобы обрабатываются с автоматическим изменением подписки.

Что такое пиксель и какую информацию он передаёт?

Пиксель это скрипт, отправляющий запрос на сервер отслеживания, когда подписчик совершает какое-либо действие на веб сайте или в приложении.

Пиксель может передавать информацию, связанную с этим действием, например адрес сайта, с которого перешёл подписчик, достигнутую цель и ценность совершённого действия. Данные записываются в коде каждого пикселя и передаются в историю активности профиля. Достигнутые цели и ценность действий могут использоваться для сегментации, в том числе автоматически - в сценариях.

Также данные пикселей используются в аналитических отчётах "Пиксели" и "Цели".

Есть ли возможность строить сегмент по параметру User-Agent?

Да, в сегментах он разбит на Браузер\Платформа.

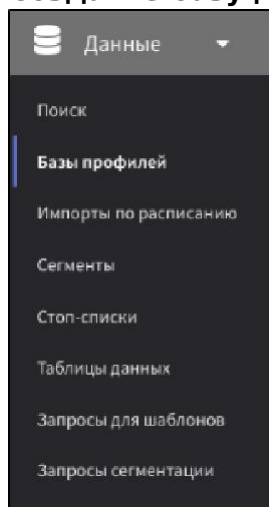
Кнопки импорта и генерации промокодов не работают.

Сначала необходимо сохранить программу лояльности.

Хранение и сбор данных

С чего начать?

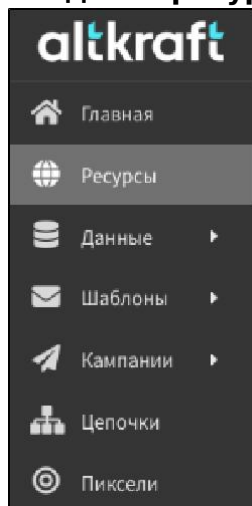
Создайте базу данных



Начните с создания [базы данных](#), в которой будете хранить цифровые [профили своих клиентов](#).

Для базы определите структуру, используя стандартные поля данных и дополнительные - для реализации ваших бизнес-процессов. **Создание базы данных - первый шаг в работе с Альткрафт.**

Создайте ресурс подписок



Коммуникация с клиентами в Альткрафт рассчитана на взаимодействие по нескольким каналам связи, в том числе с использованием разных контактных данных в рамках одного канала.

Подписки профилей на тот или иной тип рассылок (inbound, сервисные, партнёрские) сгруппированы в [Ресурсы](#).

Ресурс - издатель контента, для которого можно отдельно настраивать данные отправителя, трекинг, политики отправки, - а также используемые каналы коммуникации.

Чтобы начать общение с клиентами - создайте как минимум один ресурс.

✔ Чтобы быстро найти профиль нужного клиента, используйте **Поиск** в разделе "Данные". Скопируйте или введите данные клиента, система автоматически определит режим поиска.

Для Email вы можете указать поиск по подпискам - или только по данным профиля.

Поиск

База данных

- custom** - Поиск по кастомному полю профиля
- email** - Поиск по email адресу из профиля или подписок
- email_profile** - Поиск по email адресу из профиля
- phone** - Поиск по номеру телефона профиля
- profile_id** - Поиск по id профиля

Вы можете открыть найденные профили и **скопировать ссылку** на

Поиск

Скопировать ссылку на этот поиск Любая база данных

Найдено профилей: 10



Архип Куракин
#4 - Клиенты B2C
Статус: Подписан

ID: 5e8a7f9de7d8b9372bb0de5c
Email: awrothiu@icq.com

Перейти в профиль



Андрон Бебчук
#5 - Клиенты B2C
Статус: Подписан

ID: 5ea93659e7d8b903cc1481b3
Email: 5ea93659e7d8b903cc1481b3@localhost

Перейти в профиль

Содержание раздела:

Ресурсы подписок
Работа с базами
данных Профиль
подписчика
Импорт профилей клиентов и обновление
данных Импорт данных по расписанию
Автоматизация сбора данных о
профиле Массовое обновление
профилей клиентов Double opt-in
подписка
Стоп-

Ресурсы подписок

Описание

Ресурс в Альткрафт - это средство для организации **подписок** клиентов на определённый контент по определённым каналам связи, иными словами - **издатель**. Подписки на разные ресурсы не связаны: прекращение подписки на один ресурс не влияет на другие подписки и **глобальный статус профиля**, а значит подписчик может в личном кабинете выбрать, какой именно контент получать.

В ресурсе может быть настроен один или несколько каналов связи для формирования подписок. Ресурсом

- может быть: сайт или отдельный лендинг,
- мобильное или десктопное приложение,
- форма регистрации на сайте партнёра (и сама партнёрская программа), определённый тип рассылок (промо-акции,
- новости, полезные советы), конкретная акция или продукт.

Разные ресурсы могут использовать разные домены трекинга и отправщика, имена отправителя. В сводных отчётах доступна общая группировка статистики по ресурсам, что позволяет проводить эффективный сквозной анализ.

Управление ресурсами

Чтобы перейти к управлению ресурсами, в главном меню выберите пункт **Ресурсы**.

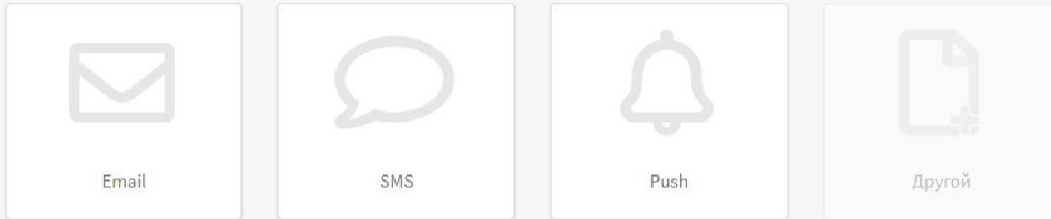
The screenshot displays the 'altkraft' interface for managing resources. The top navigation bar includes a 'Создать' (Create) button and a user profile dropdown. The left sidebar lists various menu items like 'Главная', 'Ресурсы', 'Данные', etc. The main content area shows a list of resources. Two resources are visible:

- VIP customers resource**: Created 2019-03-21 14:20:26, updated 2019-05-29 09:33:43. ID: 5. Channels: push, email, sms. Description: Resource for omni-channel messaging.
- Events notifications**: Created 2019-03-21 14:11:16, updated 2019-05-21 15:17:19. ID: 4. Channels: push, email, sms. Description: Resource for omni channel messaging.

В открывшемся списке отображаются существующие ресурсы. Чтобы перейти к редактированию, нажмите на название ресурса или на кнопку **Редактировать** в правой части плитки. Из меню действий в правой части можно просмотреть подписчиков ресурса, клонировать ресурс, установить **группу доступа** или **удалить** ресурс. Чтобы добавить новый ресурс, нажмите + **Создать** в верхней части страницы.

Система предложит выбрать основной канал связи, по которому клиенты будут получать сообщения:

Выберите канал для подписки



Ваши клиенты подписываются на ресурс по одному или нескольким каналам связи. Для каждого канала может использоваться несколько контактных данных. Выберите основной для подписки на ресурс. Вы сможете в любой момент добавить дополнительные каналы связи.

Основные настройки

Для нового ресурса укажите название и опционально - описание. Для каждого ресурса

- настраивается: **Установить группу** - поместить ресурс в [группу объектов аккаунта](#).
- **Задать политику отправки для ресурса** - ограничить коммуникацию с одним подписчиком в рамках ресурса. **Базы данных** - выбрать, профили каких баз данных могут подписываться на ресурс.
- **URL вебсайта, формы или приложения** - URL источника подписчиков ресурса. Можно добавить дополнительные URL.
- **Трекинг-домен по умолчанию** - домен для отслеживания действий подписчика с отправляемыми сообщениями. В [Smart настройках](#) компании можно изменить эту настройку и добавить несколько трекинг-доменов.
- **Запретить пользователям отписываться от ресурса** - вместо отписки при нажатии на кнопку "Отписаться" получателю будет открываться страница с объяснением причины невозможности отписки.

Основные

Название ресурса: *

Описание:

Установить группу:

Задать политику отправки для ресурса:

Базы данных: *

URL вебсайта, формы или приложения: *

Трекинг домен по умолчанию: *

[Добавить дополнительные URL](#)

Запретить пользователям отписываться от ресурса

Объясните подписчикам, почему отписаться невозможно:

- ✓ Если вы хотите, чтобы при подписке с другого адреса, телефона или устройства контакт клиента становился основным - выберите опцию **Повышать приоритет для новых подписок**.

URL веб-сайта, формы или приложения: *	Трекинг домен по умолчанию: *
<input type="text" value="https://..."/>	<input type="text" value="trk.example.com"/>
<input type="button" value="Добавить дополнительные URL"/>	
<input checked="" type="checkbox"/> Повышать приоритет для новых подписок	

Настройки каналов связи

Каждый ресурс может формировать **подписки** на один или несколько каналов коммуникации. По умолчанию доступны 3 канала: Email, SMS и Push. Кастомные каналы предварительно настраиваются администраторами платформы, и после этого становятся доступны для выбора. Чтобы добавить в ресурс новый канал, нажмите на **плюс** - и выберите его из выпадающего меню:

Email	SMS	<input type="button" value="Push"/>
Настройки SMS		
Caller ID: *		
<input type="text" value="Имя вашей компании.."/>		

Email канал

Для коммуникации с клиентами по электронной почте активируйте в ресурсе **Email канал**, введите **имя и адрес отправителя** (From name и From email), а также **имя и адрес для получения ответов** (Reply-to name и Reply-to email) - если рассылки по этому ресурсу предполагают ответы подписчиков.

Email	<input type="button" value="Push"/>
Настройки Email	
Имя отправителя: *	Email отправителя: *
<input type="text" value="Например, название сайта"/>	<input type="text" value="example@example.com"/>
Reply-to name:	Reply-to email:
<input type="text" value="Например, название сайта"/>	<input type="text" value="example@example.com"/>

SMS канал

Для коммуникации с клиентами по SMS, активируйте в ресурсе **SMS канал** и введите **имя отправителя** (Caller ID). Обычно его нужно согласовать с SMS провайдером, иначе он использует своё собственное имя.

SMS	<input type="button" value="Push"/>
Настройки SMS	
Caller ID: *	
<input type="text" value="Имя вашей компании.."/>	

Push канал

- ⚠ Для работы push канала в системе должны быть **настроены пиксели** и активирован push канал в Панели Администрирования.

Push канал объединяет настройки push уведомлений для всех поддерживаемых платформ. **Веб-браузеры:** Google Chrome, Mozilla Firefox, Apple safari и Opera browser

Мобильные приложения: Android и iOS

Для отправки уведомлений доступны следующие провайдеры:

- Google Firebase Cloud Messaging - **все платформы** за исключением
- **Safari**, Apple Push Notification Service - только **Safari и iOS**,
- Mozilla Services - только **Mozilla Firefox**,
- Yandex AppMetrica (доступна автоподписка при [интеграции с AppMetrica](#)) - только **Android и iOS**. Для отправки уведомлений AppMetrica используется Google Firebase SDK.

Для работы с push уведомлениями активируйте в ресурсе **Push канал** и выберите необходимые браузеры, платформы и провайдеры.

✔ Настройка push уведомлений в зависимости от провайдера подробно описана в [этой статье](#).

Push x +

Платформы

Android iOS Chrome

Safari Firefox Opera

iOS настройки

Firebase Cloud Messaging

Apple Push Notification service

AppMetrica IFA

AppMetrica Push Token

AppMetrica device id via iOS

Firebase API Key: *

📄 Firebase Настройте firebase

🍏 APNs Настройте APNs

⬇️ Установка Выберите тип установки

Работа с базами данных

- [Описание](#)
- [Управление базами](#)
 - [профилей Основные](#)
 - [настройки](#)
 - [Стандартные поля](#)
 - [Дополнительные \(кастомные\)](#)
 - [поля Настройки Email](#)

Описание

База данных в Altcraft - это мощный и гибкий инструмент, который поможет вам накапливать и использовать информацию о профиле потребителя.

The screenshot shows the 'East coast clients' database view in Altcraft. It features a search bar, filter dropdowns for profile status, resource, subscription status, and channel, and a 'Sort' button. Three profile cards are visible, each with a 'Redact' button. The profiles are:

Profile Name	Global Status	Index
Odelinda Callander	Подписан	
Caria Verrechia	Подписан	
Waylon Shard	Подписан	68178

Гибкость и полезность базы данных зависят от того, как она создана, заполнена и поддерживается. Если данные правильно подобраны и организованы, то появляется возможность выделять часть подписчиков на основании определённых критериев в отдельные целевые группы и рассылать каждой группе сообщения с таргетированным контентом.

Это называется сегментацией, и для этого у нас есть отдельный элемент - сегмент, в котором имеется большое число интуитивно понятных условий для выборки групп подписчиков.

Задумайтесь на минуту о своих рассылках. Какие у вас цели, кто ваша аудитория и какая информация

ей интересна. Например:

- Есть ли у вас сезонные покупатели, любят ли они определённые типы
- товаров? Требуется ли рассылать разный контент в зависимости от
- занятия подписчиков? Какие другие параметры влияют на вашу аудиторию?

Определите, какая информация о потребителях вам необходима и запишите её в блокнотик. Это пригодится при разработке дополнительных (настраиваемых) полей для хранения информации о клиентах в вашей базе.

Хорошая подготовка при создании базы данных позволит вам получить максимальную отдачу от неё, особенно в долгосрочной

перспективе.

Управление базами профилей

Чтобы перейти к управлению базами данных, в основном меню выберите **Данные** → **Базы профилей**.

Чтобы просмотреть профили в существующей базе - нажмите на её **название** или выберите **Просмотр** в контекстном меню справа. Чтобы редактировать существующую базу данных - нажмите кнопку **Редактировать** в правой части плитки.

В контекстном меню доступны также следующие функции:

- **Импорт профилей клиентов** - переход к разным вариантам [импорта](#).
- **Скопировать профили клиентов** - копирует профили в другую базу данных.
- **Обновить профили клиентов** - массовое обновление профилей в базе данных. С помощью этого инструмента можно массово добавлять подписчикам определённые данные, [подписывать](#) профили на [ресурсы](#), а также привязывать профилям клиентов [промокоды](#) - или отвязывать их.
- **Скачать** - выгрузить профили клиентов в файл. При экспорте настраивается, какая информация будет выгружена.
- **Клонировать** - создать новую **пустую** базу данных с настройками выбранной. Дополнительные поля для данных копируются в новую базу. **Установить группу** - поместить базу данных в [группу объектов аккаунта](#).
- **Удалить** - полностью удалить базу данных с профилями.

Чтобы создать новую базу данных, нажмите **Создать** вверху страницы.

Основные настройки

Для новой базы данных укажите следующие настройки:

- **Название базы данных** - отображается во всех списках баз данных. **Описание** - произвольное описание назначения базы данных.
- **Установить группу** - назначить [группы доступа](#) к базе данных. **Метки** - используются для поиска баз данных по тегам.
- **Заголовок менеджера подписки** - отображается в только менеджере подписок.
- **Язык менеджера подписки** - определяет язык, на котором будет показана страница менеджера подписок для подписчиков этой базы данных. **Прикреплённый стоп-список** - блокирует отправку сообщений по email каналу на содержащиеся в нём адреса.
- **Это база данных наблюдателей** - опция определяет базу данных наблюдателей за рассылками. Базы данных с этой опцией можно выбирать в [Smart настройках кампаний](#).

New astral database

Я подтверждаю, что все Email, которые будут добавлены в эту базу данных, дали явное согласие получать письма от моей компании. При необходимости, компания может предоставить регистрационные данные подписчиков (ip, дата, время, и страна регистрации для online регистрационной формы или в случаях offline регистрации)

Основные настройки

Название базы данных: *

New astral database

Описание:

Описание

Установить группу:

East coast branch ✕ Corporate clients project ✕

Метки:

EastCoast ✕ Corporate ✕

Заголовок менеджера подписки: *

New database

Язык менеджера подписки:

🇺🇸 Английский

Прикреплённый стоп-список:

2 - New suppression list 3

5 ▾



Это база данных наблюдателей


Стандартные поля

Стандартные поля профиля подготовлены для записи наиболее часто востребованной информации о клиенте. **Значение по умолчанию** - используется, когда при импорте профиля не было передано данных для этого поля.

Сделать обязательным - данные для этого поля будут необходимы при импорте. (Если установить Значение по умолчанию, то импорт без данных для этого поля будет возможен)

Добавить в менеджер подписок - поле появится на странице менеджера подписок.

Стандартные поля				
Поле	Тип	Значение по умолчанию	Сделать обязательным	Добавить в менеджер подписок
Email	Строка		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Телефоны	Список телефонов		<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Имя	Строка	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Фамилия	Строка	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Дата рождения	Дата	<input type="text" value="%Y-%m-%d"/> 	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Пол	Список	<input type="text" value="Не выбрано"/> ▾	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Дата рег.	Дата	<input type="text" value="%Y-%m-%d"/> 	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
IP адрес рег.	IP	<input type="text" value="127.0.0.1"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Город рег.	Строка	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Страна рег.	Строка	<input type="text" value="Не выбрано"/> ▾	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ссылка рег.	Строка	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

-  Поля с гео-данными клиентов делятся на два типа:
- Первый ("рег." в названии поля)- информация, полученная при регистрации: на основе IP адреса или статических данных импорта.
 - Второй - последние данные, полученные из истории действий клиента: также на основе IP адреса или переданных данных.

Дополнительные (кастомные) поля

Дополнительные поля данных создаются пользователями системы ALTcraft для хранения специфической для бизнеса информации о клиенте. Количество дополнительных полей не ограничено.

Такие поля могут содержать данные 7 типов для реализации различной бизнес-логики:

1. **Число** - положительные и отрицательные целые числа.
2. **Строка** - текст на любом языке, включая цифры, специальные символы, пробелы. Используется стандарт Unicode.
3. **Дата** - дата, записанная в формате ISO, например 2019-08-22T00:00:00.000Z.
4. **Boolean** - поле, которое предоставляет возможность выбора из двух вариантов True или False (Да или Нет).
Используется для отражения наличия (или отсутствия) у клиента того или иного продукта или другого признака, например - VIP статуса.
5. **Список** - это поле похожее на **boolean**, но позволяющее выбирать из неограниченного числа вариантов, созданных самим пользователем, только один подходящий. Например - тарифный план клиента. Варианты записываются в строчку через запятую.
6. **IP** - IP в формате IPv4. Например, 127.0.0.1
7. **Теги** - поле, в котором может быть записано несколько значений одновременно. Это могут быть приобретённые клиентом продукты, услуги,
- или другие значения, состав которых может меняться. Теги записываются в строчку через ",", "|" или ";". Поэтому в самом теге эти символы не допустимы. Например: Продукт-1, Продукт 2, Продукт_3.

Дополнительные поля

Поле	Тип	Значение по умолчанию	Сделать обязательным	Добавить в менеджер подписок	
<input type="text" value="Custom_Integer"/>	Число	<input type="text" value="12"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	✕
<input type="text" value="Custom_String"/>	Строка	<input type="text" value="132d238hd92g2d92g"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	✕
<input type="text" value="Custom_ISO_date"/>	Дата	<input type="text" value="2019-07-11"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	✕
<input type="text" value="Custom_Boolean"/>	Boolean	<input type="text" value="Да"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	✕
<input type="text" value="Custom_Enum"/>	Список	<input type="text" value="Вариант 1, Вариант 2, Вариант 3"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	✕
<input type="text" value="Custom_IP"/>	IP	<input type="text" value="127.0.0.1"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	✕
<input type="text" value="Custom_Tags"/>	Теги	<input type="text" value="Тег 1, Тег 2, Тег 3"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	✕

+ Добавить поле

Настройки Email

Для базы данных нужно указать значения по умолчанию для

- следующих полей: Имя отправителя
- Email отправителя
- Имя для ответов Email для ответов

Настройки Email для отправки сообщений

Имя отправителя: *

Email отправителя: *

Настройки Email для обратной связи

Reply-to name:

Reply-to email:

Профиль подписчика

Описание

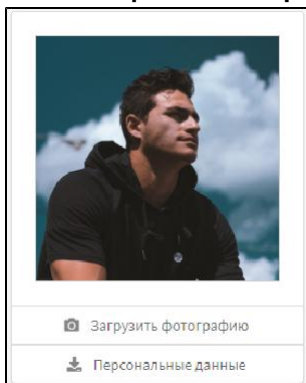
Информация о получателях рассылок - клиентах, партнёрах, наблюдателях за рассылками - хранится в **профилях**, организованных в базы данных. **База профилей** определяет структуру основных и дополнительных **полей данных профиля**, а также возможность подписок на те или иные **ресурсы**.

The screenshot shows the 'altkraft' profile management interface. On the left is a dark sidebar with navigation options: Главная, Ресурсы, Данные, Шаблоны, Кампании, Сценарии, Пикеты, Личность, Аналитика, Интеграции, Настройки, Задания, and Помощь. The main content area is titled 'Базы профилей > Редактировать' and features a 'Никита Рязанский' profile. The profile includes a photo placeholder with 'Загрузить фотографию' and 'Персональные данные' buttons. Below the photo are 'Действия' (Email отправлен, Email доставлен, Email открыт, Email принят) and 'Последняя активность' (Платформа: Other, ОС: Other, Браузер: Other, IP-адрес: 94.25.184.183). The right side shows a map of Ryazan, Russia, and a 'История' section with a recent event: 'Достигнута цель Покупка времени продукта, стоимостью 0, привязанная к коду отслеживания: Test.pencil / Referral: altkraft.com'.

Профиль подписчика объединяет в себе несколько типов данных. На главной странице отображается та информация, которую вы записываете в базу данных вручную, из файла - или автоматически в рамках интеграции. Вкладки в нижней части страницы содержат дополнительные сведения о клиенте:

- **История** - история событий, связанных с клиентом: отправки, открытия,
- достижение целей. **Связи** - **отношение клиента** к профилю в другой или этой же базе данных.
- **Сегменты** - участие подписчика в **статических сегментах**. **Промокоды** - промокоды различных
- **программ лояльности**. **Сценарии** - участие клиента в **сценариях**
- **Подписки** - подписки клиентов (контактные данные, информация о регистрации) на различные **ресурсы**.

Аватар и выгрузка данных

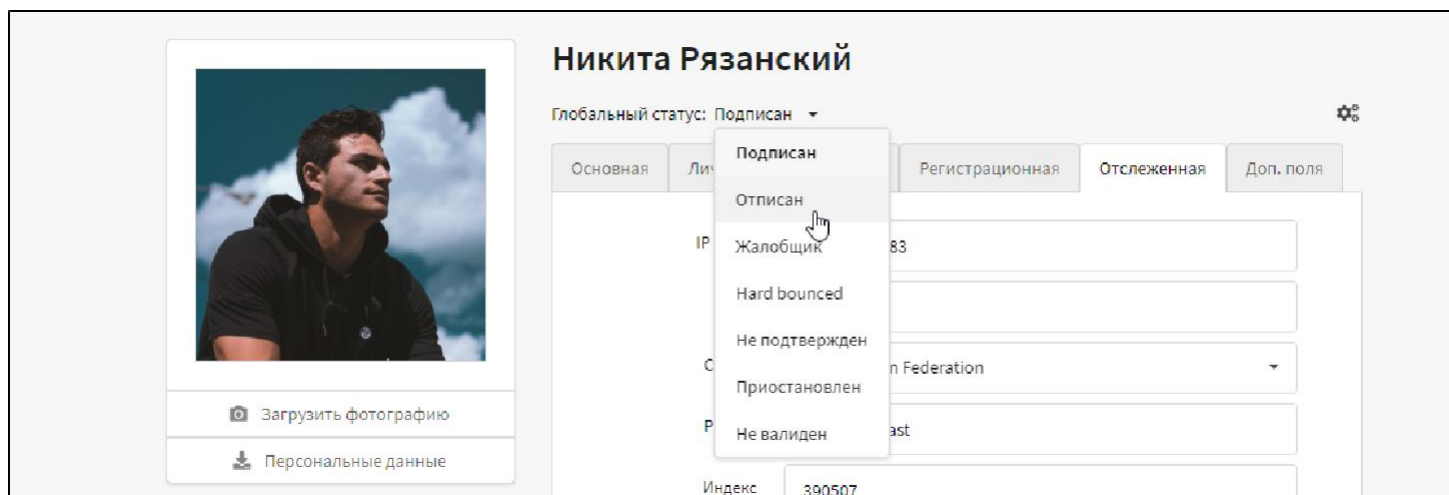


В левой верхней части страницы находится аватар вашего клиента. С помощью кнопок под изображением вы сможете вручную загрузить файл для него - или скачать данные клиента.

Глобальный статус профиля

Возможность коммуникации с клиентом по любым каналам связи определяет глобальный статус профиля. Статусы отдельных подписок зависят от глобального статуса. Так, если у профиля есть несколько активных подписок, но глобальный статус запрещает коммуникацию - отправки происходить не будут. Всего доступно 7 статусов подписки:

1. **Подписан** - доступен для коммуникации по всем каналам связи.
2. **Отписан** - отписался от получения сообщений по всем каналам.
3. **Жалобщик** - пожаловался на Спам. Коммуникация остановлена.
4. **Hard bounced** - провайдер полностью отказался принимать сообщения на этот адрес, скорее всего ящика не существует и попытки что-то отправить будут портить ваш рейтинг у провайдера. Невалидные адреса записываются в глобальный стоп-список платформы.
5. **Не подтверждён** - подписчик зарегистрировался, но не подтвердил согласие на получение рассылок. Используется при [Double opt-in подписке](#). После подтверждения меняется на **Подписан**.
6. **Приостановлен** - подписка приостановлена на некоторое время.
7. **Не валиден** - исключен из кампаний по любым другим причинам.



Данные профиля

Информация о клиенте разделена на несколько вкладок:

- **Основная** - базовая информация о подписчике, геолокация. Нажмите на "шестерёнку" чтобы отображать на основной вкладке любые необходимые поля. **Личная** - демографические данные клиента.
- **Контактная** - основные контактные данные клиента.
- **Регистрационная** - opt-in информация, подтверждающая законность коммуникации. **Отслеженная** - IP адрес и геоданные последнего стслеженного действия клиента. **Доп. поля** - кастомные поля базы данных с бизнес-информацией.

⚠ Поля Email и Телефоны в Контактной информации служат для идентификации профиля в базе данных. В кампаниях используются подписки профиля на ресурсы.

Никита Рязанский

Глобальный статус: Подписан

Основные вкладки: Основная | Личная | Контактная | Регистрационная | Отслеженная | Доп. поля

Имя: Никита

Фамилия: Рязанский

Email: nikita.ryazanskiy@altkraft.com

Пол: Male

Страна рег.: Russian Federation

✓ Данные о местоположении подписчика можно внести в профиль **вручную**. Для этого используются два типа

- **стандартных полей: Последние известные данные:** Страна, Регион, Город, Индекс и Временная зона.
- **Данные регистрации:** Страна рег., Город рег.

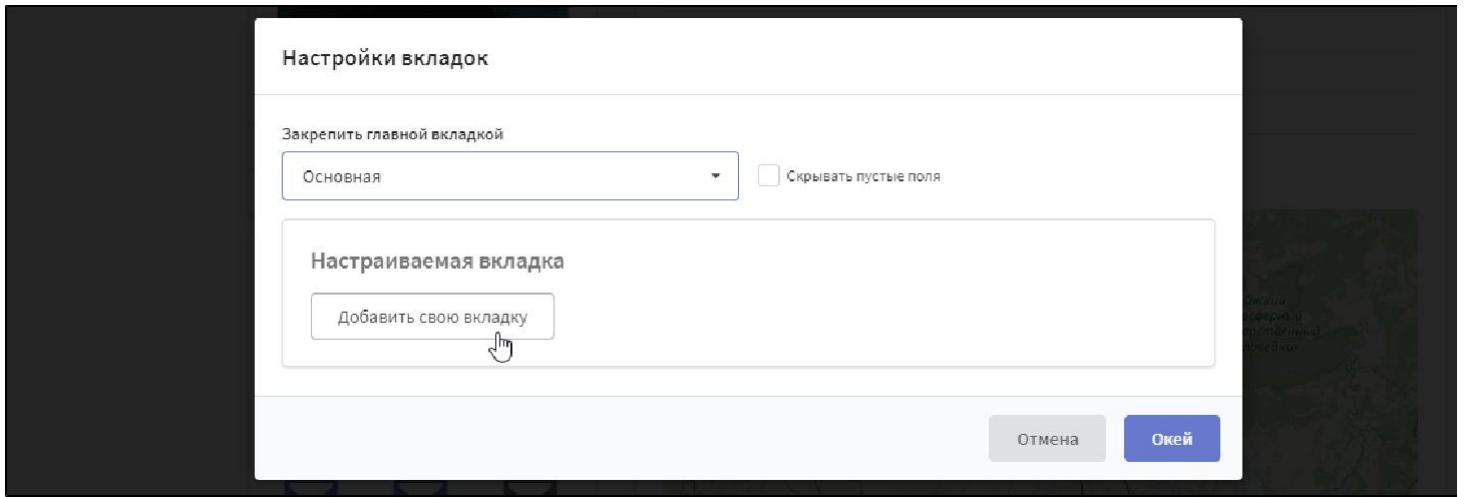
Автоматически геолокация в Альткрафт определяется по IP адресу подписчика. Это происходит, когда клиенты открывают письма, переходят по ссылкам или совершают действия на сайте. Помимо указанных выше полей по IP определяются географические координаты, которые отображаются на встроенном виджете карты.

Также трекинг обновляет системное поле **User agent**.

При импорте подписчика также доступно автоопределение локации. Для данных регистрации предусмотрено отдельное поле **IP адрес рег.** Для импорта из файла опцию автоопределения необходимо активировать вручную, для API она включена по умолчанию.

Когда вы открываете профиль, по умолчанию будет открыта **Основная** вкладка. Чтобы изменить эти настройки - нажмите на иконку с несколькими шестерёнками:

В открывшемся окне вы можете выбрать, какую вкладку закрепить, или создать и настроить собственную вкладку с необходимой информацией:



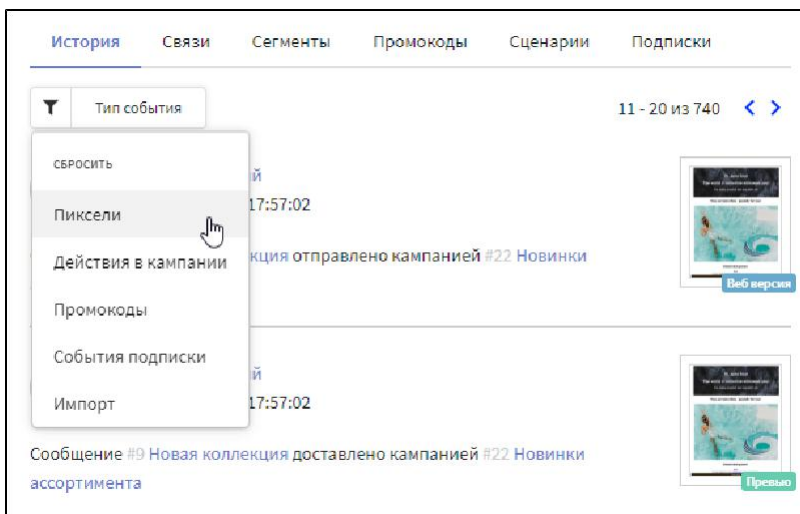
✔ Кастомные поля (**Доп. поля**) настраиваются в структуре **базы профилей**. Такие поля могут содержать данные 7 типов для реализации различной бизнес-логики:

1. **Число** - положительные и отрицательные целые числа.
2. **Строка** - текст на любом языке, включая цифры, специальные символы, пробелы. Используется стандарт Unicode.
3. **Дата** - дата, записанная в формате ISO, например 2019-08-22T00:00:00.000Z.
4. **Boolean** - поле, которое предоставляет возможность выбора из двух вариантов True или False (Да или Нет). Используется для отражения наличия (или отсутствия) у клиента того или иного продукта или другого признака, например - VIP статуса.
5. **Список** - это поле похожее на **boolean**, но позволяющее выбирать из неограниченного числа вариантов, созданных самим пользователем, только один подходящий. Например - тарифный план клиента. Варианты записываются в строчку через запятую.
6. **IP** - IP в формате IPv4. Например, 127.0.0.1
7. **Теги** - поле, в котором может быть записано несколько значений одновременно. Это могут быть приобретённые клиентом продукты, услуги, - или другие значения, состав которых может меняться. Тэги записываются в строчку через ";", "|" или ",". Поэтому в самом теге эти символы не допустимы. Например: Продукт-1, Продукт 2, Продукт_3.

История активности

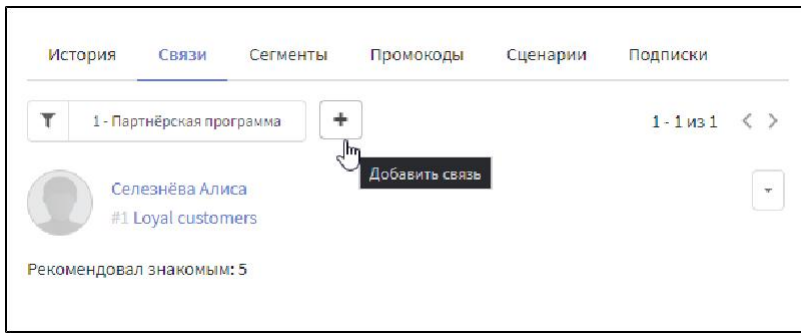
В истории отображаются все события, связанные с профилем клиента:

- Пиксели - выполнение действий на сайте и в мобильном приложении
- Действия в кампании - отправки, доставки, реакция клиента на отправляемый контент Промокоды - назначение или активация промокодов
- События подписки - действия, связанные с коммуникацией, например - отписка Импорт - добавление профиля клиента в систему
- Связи - добавления или изменения связей
- Статические сегменты - добавление или удаление профиля из сегментов. Сценарии - участие клиента в сценариях.



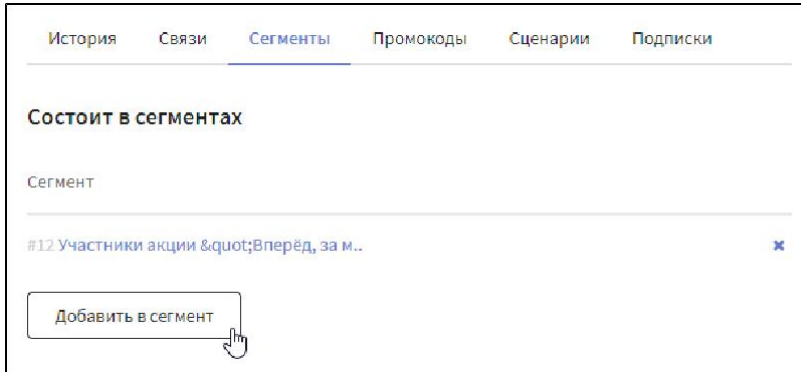
Связи

Связи могут использоваться для учёта взаимодействий между профилями. Это могут быть лайки или подписчики в социальной сети или рекомендации товара/сервиса по партнёрской программе. На этой вкладке вы можете выбрать связь и добавить профилю вручную с необходимыми свойствами.



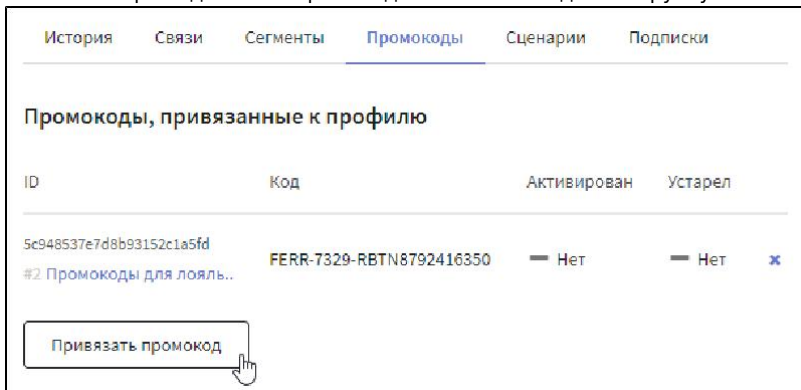
Сегменты

Статические сегменты используются, когда вам нужно работать с фиксированной группой клиентов. Изменения в статических сегментах можно **экспортировать автоматически** в дата-центр компании. Здесь вы можете добавить клиента в сегмент вручную.



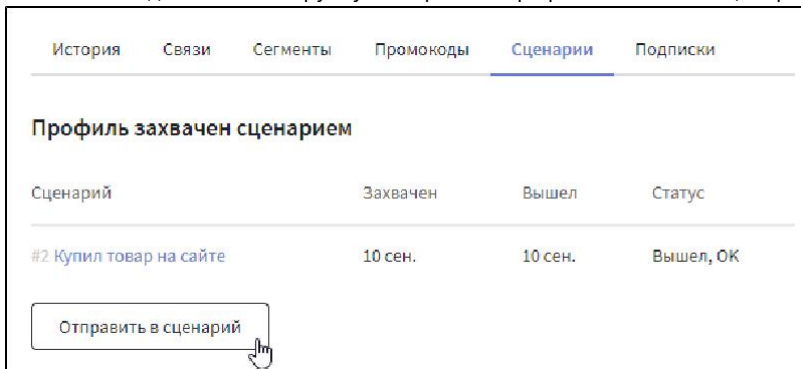
Промокоды

Промокоды используются для стимулирования сделок. В Altcraft Platform за них отвечает модуль **Лояльность** - промокоды можно генерировать в платформе или загружать из внешнего сервиса. Также отслеживается информация об активации и истечении срока действия промокода. На этой вкладке вы вручную можете назначить клиенту промокод.



Сценарии

Сценарии - цепочки втоматизации ваших коммуникаций. На этой вкладке отображаются сценарии, в которых участвовал клиент. Отсюда же можно вручную отправить профиль клиента в сценарий.



Подписки профиля

Подписка профиля - запись, объединяющая контактные данные по конкретному каналу связи и сведения о регистрации. У каждого профиля может быть неограниченное количество подписок, сгруппированных по [ресурсу](#) - источнику подписки. При этом в разных ресурсах могут использоваться одинаковые контактные данные. Так, например, отписавшись от одного ресурса, клиент продолжит получать желательный контент в рамках другого.

The screenshot shows a web interface with a navigation bar containing 'История', 'Связи', 'Сегменты', 'Промокоды', 'Сценарии', and 'Подписки'. Below the navigation bar is a section titled 'Подписка на ресурс #3 Промо рассылки'. Inside this section is a card for an 'Email' subscription. The card contains the following information: 'Email: nikita.ryazanskiy@altkraft.com', 'Статус: Подписан', 'Домен: altkraft.com', 'Доменная группа: other', and 'MD5: e801ee84693d3c4b170e5b5c1a227a38'. There is also a section for 'Информация о подписке' with a checkmark icon and the date 'Дата: 2020-04-19T23:34:57.398Z'. At the bottom of the card is a button labeled 'Добавить подписку'.

Здесь вы можете вручную изменить приоритет или статус подписки. Статус отдельной подписки определяет возможность коммуникации с клиентом по конкретным контактным данным в рамках определённого ресурса. Здесь, как и в [глобальном статусе профиля](#), есть семь вариантов:

1. **Подписан** - подписка активна, контактные данные будут использоваться для отправок по ресурсу.
2. **Отписан** - клиент отписался от рассылок на эти контактные данные в рамках данного ресурса.
3. **Complainer** - клиент пожаловался на Спам. Коммуникация остановлена.
4. **Hard bounced** - провайдер полностью отказался принимать сообщения на этот адрес, скорее всего ящика не существует и попытки что-то отправить будут портить ваш рейтинг у провайдера. Невалидные адреса записываются в глобальный стоп-список платформы. Подписки, содержащие такие же данные, не будут использоваться в кампаниях.
5. **Не подтверждён** - подписчик зарегистрировался, но не подтвердил согласие на получение рассылок. Используется при [Double opt-in подписке](#). После подтверждения меняется на **Подписан**.
6. **Приостановлен** - подписка приостановлена на некоторое время.
7. **Не валиден** - подписка не будет использоваться по любым другим причинам.

Чтобы вручную подписать клиента, нажмите на кнопку **Добавить подписку**, выберите необходимые ресурс и канал связи. После этого введите контактные данные и сохраните изменения.

The screenshot shows a form titled 'Добавить подписку'. It has two main sections: 'Выберите ресурс:' and 'Выберите канал:'. Under 'Выберите ресурс:', there is a dropdown menu showing '3 - Промо рассылки' with three tags: 'Email', 'Push', and 'SMS'. Under 'Выберите канал:', there is a dropdown menu with 'Email' selected, and a list of options: 'Email', 'SMS', and 'Push'. A mouse cursor is pointing at the 'SMS' option.

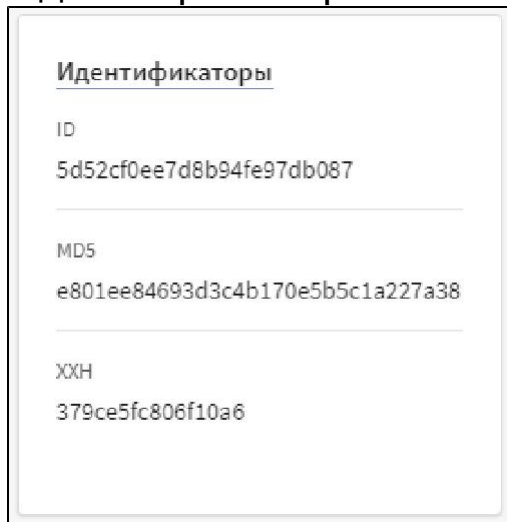


Процесс подписки (opt-in) бывает двух видов:

- Single opt-in (SOI) - без подтверждения согласия на получения контента. Достаточно факт получения издателем контактных данных (создание подписки на ресурс в Альткрафт).
- Double opt-in (DOI) - факта создания подписки недостаточно. Клиентам обязательно отправить письмо с подтверждением согласия на получение сообщений. Такой процесс позволяет исключить из кампаний потенциально не заинтересованных клиентов, тем самым повышая их эффективность и улучшая репутацию отправителя.

По [этой ссылке](#) вы найдёте инструкцию по организации Double opt-in подписок в Альткрафт.

Идентификаторы



Каждый профиль подписчика в Альткрафт получает уникальный для всех баз данных **идентификатор профиля (profile_id)**.

Также каждому профилю присваиваются уникальные **MD5** и **XXH** идентификаторы.

В рамках одной [базы данных](#) для профиля является уникальным стандартное поле **Email**. Однако оно не является обязательным для профиля. Если при импорте профиля не передать адрес электронной почты в стандартное поле - будет создана системная запись в виде **profile_id@localhost**.

Импорт профилей клиентов и обновление данных

В этой статье:

- [Способы импорта данных](#)
 - [Создание профиля клиента вручную](#)
 - [Импорт нескольких профилей из буфера](#)
 - [обмена Форма импорта из файла](#)
 - [Режим поиска профиля](#)
 - [Подписка при импорте из файла](#)
 - [Соответствие колонок](#)
 - [Детали](#)
 - [импорта API импорт](#)
 - [Импорт из внешних SQL баз данных по расписанию](#)


Способы импорта данных

Импорт и обновление данных клиентов в базы профилей Альткрафт можно организовать в зависимости от объёма базы клиентов, принципа обработки новых подписчиков (напрямую или из CRM), технических возможностей компании. Доступно 5 способов загрузки данных:


- **Вручную** - по одному с помощью формы редактирования профиля.
- **Буфер** - импорт нескольких профилей списком, в том числе из буфера обмена (Ctrl+V). **Из файла** - импорт файла-таблицы с данными клиентов.
- **Через API** - настраиваемый импорт профилей - по одному или нескольких - **средствами API. Расписание** - импорт профилей клиентов из внешней SQL базы данных по расписанию.

Импорт в: Website customers #3


[сменить базу данных](#)



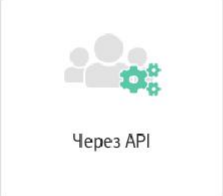
Вручную



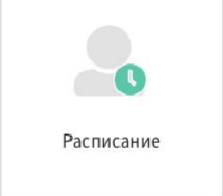
Буфер



Из файла



Через API



Расписание


Выберите один из вариантов. Первоначальный импорт профилей лучше всего произвести из файла. Для добавления одного профиля выберите - "вручную".


✓ Помимо перечисленных способов получения клиентских данных, в Альткрафт есть готовые интеграции с внешними

- сервисами: **Tilda** - [интеграция с формами сбора данных конструктора сайтов Tilda](#).
- **LPGenerator** - [интеграция с формами сбора данных конструктора лендингов LPGenerator](#).
- **Yandex AppMetrica** - [интеграция с метрикой приложений от Яндекса](#).


Создание профиля клиента вручную

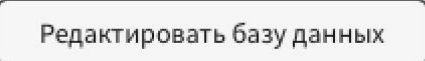
Чтобы создать новый профиль, в меню импорта выберите **Вручную**. Или откройте базу данных - и в верхней части нажмите кнопку **+ Вручную**. Можно воспользоваться и контекстным меню импорта.





Группы доступа
Главная



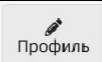


Импорт ▾ Экспорт ▾

Откроется [форма создания/редактирования профиля](#). На этапе создания профиля в ней доступно только 2 вкладки: **Профиль** и **Подписки**:

- На вкладке **Профиль** введите данные клиента в стандартные и дополнительные поля. Обязательные поля отмечены красной звёздочкой. Создать дополнительные поля, а также установить обязательные вы можете на [странице редактирования базы данных](#).
- На вкладке **Подписки** вы можете сразу при создании [подписать клиента](#) на тот или иной [ресурс](#).

Новый профиль клиента



Глобальный статус: Подписан

Email *

client_id

Поле не задано

Телефоны

 + Добавить телефон

Имя

Поле не задано

Фамилия

Поле не задано

Дата рождения

Поле не задано

Пол

Поле не задано

Дата рег.

Поле не задано

Поля **Email** и **Телефоны** на вкладке **Профиль** не используются для коммуникации с клиентом. В них вы можете записать базовые контакты, чтобы использовать их потом в подписках на ресурсы. Или можете оставить поля пустыми, а контактные данные записать напрямую в **подписки**.

Поле **Email** используется по умолчанию для идентификации профиля наряду с **profile_id**. Создать профиль **вручную** без этого поля нельзя.

В **деталях импорта** можно отключить для нового профиля триггерные оповещения при импорте в базу данных, а также включить автоматическое определение геолокации клиента по данным в полях **Reg IP** (IP адрес регистрации) и **IP** (последний известный IP адрес):

Детали импорта

Не запускать связанные с этим действием триггеры

Определить геолокацию по Reg IP/ IP

Импорт нескольких профилей из буфера обмена

Если вам нужно импортировать несколько клиентских записей, собирая данные из разных источников - вам подойдёт импорт из буфера обмена. Выберите соответствующий пункт в меню импорта или контекстном меню в верхней части [страницы базы данных](#).

Откроется форма ввода, в которую вы можете ввести любые данные клиентов. При нажатии на кнопку **Импортировать** эти данные будут преобразованы в **CSV таблицу**.

CSV (Comma-Separated Values — значения, разделённые запятыми) — текстовый формат, предназначенный для представления табличных данных.

В первой строке сформируйте шапку таблицы - названия полей данных, которые будут импортироваться. Названия колонок разделите запятой. Можете использовать любые удобные названия. Каждую новую запись начинайте с новой строки, разделяя запятой значения колонок, как на этом примере:

Базы профилей > **Импортировать** Импортировать Заккрыть Группы доступа Главная

Test database Редактировать базу данных Импорт Экспорт

Просто скопируйте сюда любые данные

```
Email,Имя,Фамилия
example1@example.com,Никита,Рязанский
example2@example.com,Генрих,Иванов
example3@example.com,Иван,Делакура
```

Не запускать связанные с этим действием триггеры

При нажатии на кнопку **Импортировать** на основе данных будет создан файл **import.csv** - и откроется форма импорта из файла (которая описана тут же в следующем пункте).

Форма импорта из файла

Для загрузки большого количества профилей, а также для обновления существующих данных используется импорт из файла. Это могут быть **.csv** таблицы и **.txt** файлы в CSV формате, **.xls** и **.xlsx** таблицы данных. Файл может быть помещён в архив **.zip** или **.tar.gz**.

i При вводе данных списком или из буфера обмена (предыдущий пункт статьи) создаётся временный файл **import.csv** - и также открывается форма импорта из файла.

В форму импорта из файла может быть одновременно загружено несколько файлов-таблиц. Чтобы **удалить файл**, нажмите на крестик напротив его названия. Чтобы добавить новый, перетащите его мышью в область загрузки или кликните по ней и выберите файл:

Test database Редактировать базу данных Импорт Экспорт

Перетащите файлы сюда или кликните здесь для загрузки

.zip .tar.gz .xls .xlsx .csv .txt

Режим поиска профиля

Режим поиска профиля определяет, по каким данным из вашего файла Альткрафт будет искать существующие профили. Это необходимо для обновления данных клиентов и избежания дублирующихся записей. Доступны следующие режимы:

- **По email адресу из профиля или подписок** - по полю профиля **Email** или по email адресам из подписок. **По email адресу из профиля** - только по полю профиля **Email**.
- **По телефону из полей данных или подписок** - по полю профиля **Телефоны** или по телефонам из SMS подписок. **По Push данным из подписок** - по идентификатору Push подписки (токену устройства).
- **По идентификатору профиля** - по системному идентификатору **profile_id**.
- **По кастомному полю** - по пользовательскому полю базы данных. Например, ID клиента в CRM компании.

import.csv ✕

Режим поиска профиля Поле для поиска

По кастомному полю CRM_ID

Подписка при импорте из файла

При импорте из файла подпишите своих клиентов на необходимые виды коммуникации. В блоке **Настройки подписок** нажмите кнопку **Добавить подписку**. В поле **Источник подписки** выберите колонку вашего файла, в которой записаны контактные данные для определённого канала коммуникации.

Для каждой подписки выберите **Ресурс**, **Канал связи** и **Статус подписки**. Для подписок на **push уведомления** дополнительно укажите провайдера push сервиса:

Настройки подписок

Источник подписки			
EMAIL	nikita.r@altkr..	✕	
Ресурс для подписки	Канал	Статус подписки	
5 - VIP customers resource Email Push SMS	Email канал	Не подтвержден	
Источник подписки			
SMS	+71234567890	✕	
Ресурс для подписки	Канал	Статус подписки	
4 - Events notifications Email Push SMS	SMS канал	Подписан	
Источник подписки			
PUSH	A3BITEMYSHINYM..	✕	
Ресурс для подписки	Канал	Статус подписки	Провайдер
3 - Promo multichannel Email Push SMS	Push канал	Подписан	iOS Firebase

[Добавить подписку](#)

Соответствие колонок

✔ Контактные данные профиля передавайте подписками на ресурсы Альткрафт (пункт выше). В поля профиля можно записывать эти данные в целях поиска профилей. Если идентификация клиентов настроена по данным CRM или другим идентификаторам, **email** и **телефоны** можно в принципе не записывать в поля профиля.

Когда вы настроили подписки, перейдите к определению соответствия колонок в базе профилей Альткрафт с колонками данных в вашем файле- таблице. Альткрафт определит колонки автоматически, если их названия подойдут под системные:

- **Колонка в базе данных** - выберите поле профиля клиента, в котором нужно записать данные. Можно выбрать стандартные и кастомные (дополнительные) **поля базы профилей**. Если данные не нужно добавлять - выберите вариант **Пропустить** или удалите колонку, нажав на **X** в правой части таблицы.
- **Колонка источника** - выберите колонку вашего файла для получения данных. По каждой колонке будет отображаться первая запись - так вы можете точнее определить тип данных.

Если для части ваших клиентов нет тех или иных данных, включите опцию **Игнорировать пустые** для соответствующих колонок. Если в вашей таблице есть шапка с именами колонок, в параметре **Пропустить строк**: выберите количество строк, занятое шапкой:

Соответствие колонок

Найдено совпадений с полями базы данных: 1. Колонок в файле, кроме совпавших: 7.

Колонка в базе данных

Колонка источника

Custom_ID	CRM_ID	123411111	<input type="checkbox"/> Игнорировать пустые	✕
LastName	ФАМИЛИЯ	Рязанский	<input type="checkbox"/> Игнорировать пустые	✕
FirstName	ИМЯ	Никита	<input type="checkbox"/> Игнорировать пустые	✕
Пропустить	ДАТА РОЖДЕНИЯ	1613-07-06 00:..	<input type="checkbox"/> Игнорировать пустые	✕
Phones	SMS	+71234567890	<input checked="" type="checkbox"/> Игнорировать пустые	✕

Пропустить строк:

1

Детали импорта

В деталях импорта выберите **Способ импорта** - он будет зависеть от того, добавляете вы новые записи или обновляете уже существующие в базах профилей Альткрафт:

- Добавить новых и обновить существующих
- Только добавить новых, не обновлять
- существующих Только обновлять существующих, не добавлять новых

Помимо этого в блоке **Детали импорта** включаются дополнительные опции:

- **Не запускать связанные с этим действием триггеры** - не запускать сценарии и триггерные кампании, настроенные на импорт в выбранную базу данных.
- **Определить геолокацию по Reg IP/ IP** - при передаче данных в поля **Reg IP** или **IP** в формате **IPv4** Альткрафт автоматически определит геолокацию, заполняя такие поля профиля, как Страна, Город - или Страна рег. и Город рег. также будет отмечено [положение профиля на виджете карты](#).
- **Переподписать пользователей независимо от их текущего статуса подписки** - изменить [глобальный статус](#) всех импортируемых профилей на "Подписан".

Детали импорта

Способ импорта:

Добавить новых и обновить существующих

- Не запускать связанные с этим действием триггеры
- Определить геолокацию по Reg IP/ IP
- Переподписать пользователей независимо от их текущего статуса подписки

API импорт

✔ API используется для интеграции с внешними системами - сайтами, приложениями, сервисами управления клиентскими данными (CRM), формами сбора данных.

- Для импорта или обновления одного профиля используйте
- **этот запрос**. Другие запросы к API импорта описаны в разделе
- **Профили**.
Управление подписками профиля описано в разделе **Подписки**.

Импорт из внешних SQL баз данных по расписанию

✔ Альткрафт может автоматически забирать данные для импорта новых профилей клиентов и обновления существующих из внешней таблицы данных MySQL, MSSQL, PostgreSQL или Oracle RDBMS.

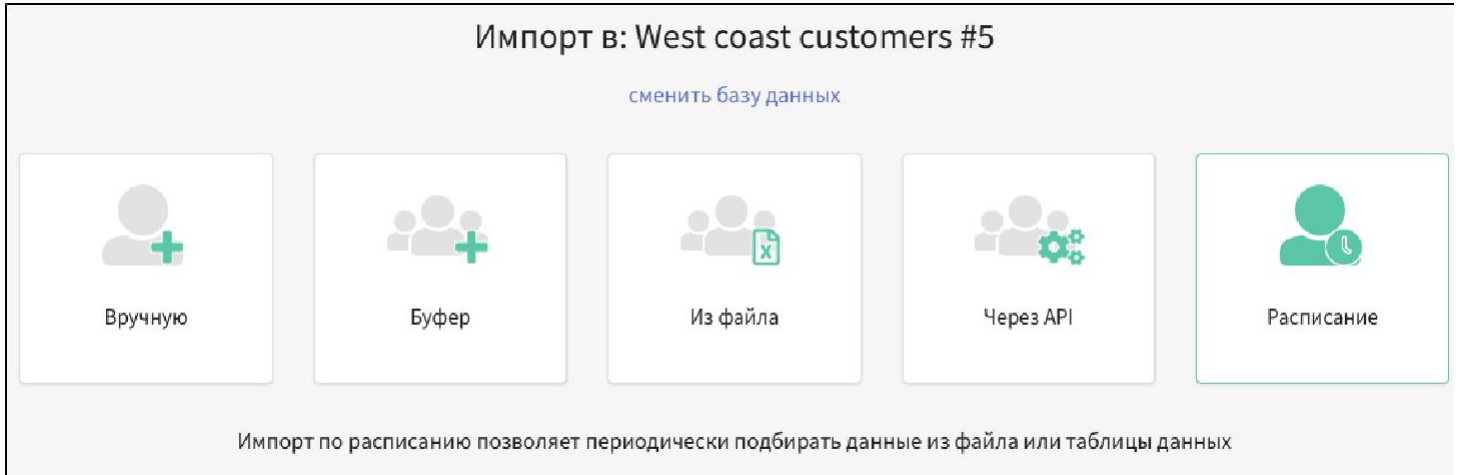
Инструкция по настройке импорта по расписанию вынесена в **отдельную статью**.

Импорт данных по расписанию

Описание

Импорт новых подписчиков в базы данных Altcraft MP, а также обновление данных существующих профилей можно автоматизировать с помощью Импорта по расписанию. Модуль импорта забирает данные из внешних таблиц данных. Для настройки автоматического забора данных нужно настроить в административной панели **SQL коннектор** и привязать его к аккаунту. В аккаунте, чтобы перейти к созданию импорта, перейдите в **Данные → Импорты по расписанию**.

Также можно перейти в этот раздел из списка баз данных, выбрав в контекстном меню справа "Импорт профилей клиентов":



Основные настройки

В основных настройках импорта вы можете задать имя импорта, назначить группы доступа и метки и установить как импорт будет обрабатывать данные в аккаунте платформы:

- **База данных** - импорт будет добавлять или обновлять поля в выбранной базе профилей клиентов. От базы зависит набор доступных полей для хранения информации.
- **Режим импорта по расписанию** - импорт может работать в трёх режимах:
 1. Добавить новых и обновить существующих
 2. Только добавить новых, не обновлять существующих
 3. Только обновлять существующих, не добавлять новых
- **Режим поиска профиля** - доступен поиск по контактным данным, данным подписки (включая Push), по идентификатору профиля для обновления существующих профилей - и по кастомному полю базы данных.
- **Поле для поиска профиля** - при поиске профилей по кастомному полю базы данных его нужно выбрать в этом меню.

Для импорта по расписанию также доступно автоопределение геолокации по IP. Если у вас настроены триггерные кампании на импорт или обновление профилей, можно ограничить их срабатывание для импорта по расписанию.

В основных настройках находится опция мгновенного запуска импорта помимо расписания. Если отмечен этот пункт - после нажатия на кнопку **Применит** или **Сохранить** импорт будет запущен.

Расписание импорта

Для регулярного импорта можно гибко настроить расписание. Из выпадающего меню выберите план расписания и настройте в зависимости от назначения импорта. Есть разовые и регулярные планы расписания.

Расписание кампаний подробно описано в [отдельной статье](#).

Расписание импорта

Каждый день в выбранное время

Время: 00:00

Часовой пояс: Часовой пояс аккаунта (Europe/Moscow)

Деактивировать расписание после указанной даты

СЛЕДУЮЩИЕ ЗАПУСКИ

1	2019-06-04 00:00:00	2	2019-06-05 00:00:00	3	2019-06-06 00:00:00	4	2019-06-07 00:00:00
5	2019-06-08 00:00:00	6	2019-06-09 00:00:00	7	2019-06-10 00:00:00	8	2019-06-11 00:00:00
9	2019-06-12 00:00:00	10	2019-06-13 00:00:00	11	2019-06-14 00:00:00	12	2019-06-15 00:00:00

Для каждого плана расписания можно установить часовой пояс для расчёта. Также можно указать дату деактивации импорта:

Деактивировать расписание после указанной даты

Время: 17:40

Дата: 2019-06-06

Настройки импорта

В настройках импорта выберите необходимый коннектор к базе данных ([настраивается в административной панели](#)) и таблицу в этой базе.

Настройки импорта

Коннектор: 2 - NEWONE

Имя таблицы: TestEmails

Тело запроса: `{{lastItem}}`

```
1 select top(200) * from TestEmails
```

Составьте тело запроса в зависимости от используемой СУБД: MySQL, MSSQL или PostgreSQL. В запросах обязательно должен присутствовать оператор **SELECT**. Других ограничений не предусмотрено.

Исключение повторного обновления

Чтобы исключить повторное обновление данных, доступны следующие функции:

- **очистить таблицу** - удаляет все записи в таблице
- **данных удалить таблицу** - удаляет таблицу из базы данных
- **удалить записи в таблице** - удаляет записи, которые были импортированы. Для этой опции выберите колонку (Колонка для выбора) для идентификации записей. Она должна быть уникальной для каждого профиля клиента и должна отличаться от колонки поиска профиля. **изменить записи в таблице** - меняет значения в выбранной колонке для импортированных записей. Идентифицирует записи по **Колонке для выбора** (уникальна для каждого профиля и не используется для поиска) и обновляет данные в **Колонке для обновления** на установленное значение.

ИСКЛЮЧЕНИЕ ПОВТОРНОГО ОБНОВЛЕНИЯ

Очистить таблицу

Удалить таблицу

Удалить записи в таблице

Изменить записи в таблице

Колонка для обновления

Выбрать

Установить значение

значение..

Колонка для выбора

Выбрать

Разделение импорта на части

При импорте большого количества записей можно разделить процесс на части, чтобы распределить нагрузку. Для этого нужно добавить переменную {lastitem} в тело запроса для колонки с уникальным идентификатором. Идентификаторы при составлении запроса рекомендуется отсортировать.

i Пример запроса: `SELECT TOP(20) * from TestTable where id>{lastitem}`

Далее нужно выбрать колонку с идентификатором в **Колонка для начала импорта**. В **Значение поля** будет подставляться последний идентификатор после запуска регулярного импорта.

НАСТРОЙКИ ПОЛЯ НАЧАЛА ИМПОРТА

Колонка поля начала импорта

Выбрать

Значение поля

значение..

Соответствие колонок

В этом блоке нужно определить соответствие полей профилей в базе данных Альткрафт и колонок внешней SQL базы. После нажатия на кнопку **Добавить колонку** слева из выпадающего меню выберите поле профиля Альткрафт для обновления или записи данных.

При выборе колонки внешней SQL базы данных первое значение в ней будет отображаться справа серым текстом, как в примере ниже:

Соответствие колонок

Email	email	2_2test@ya.ru	<input type="checkbox"/> Игнорировать пустые ✕
FirstName	name	alex	<input type="checkbox"/> Игнорировать пустые ✕
LastIP	ip	192.168.0.1	<input checked="" type="checkbox"/> Игнорировать пустые ✕
LastName	fname	sidorov	<input type="checkbox"/> Игнорировать пустые ✕

Добавить колонку
Автоподбор колонок

Настройки подписок

При импорте можно автоматически подписывать клиентов на те или иные Ресурсы - по одному или нескольким каналам. Для каждой подписки соответственно нужно выбрать ресурс, канал коммуникации и выбрать колонку в таблице данных, из которой будут импортироваться контактные данные для подписок.

Для каждой подписки можно установить [статус](#):

- при импорте можно передавать статус "Подписан" для Single opt-in, или "Не подтверждён" для [Double opt-in логики](#)
- при обновлении данных можно менять статус подписки в зависимости от действий пользователя, например приостановить, возобновить или отменить подписку

Настройки подписок

Источник подписки
email 2_2test@ya.ru ✕

Ресурс для подписки 1 - Multichannel notifications Email Push SMS Канал Email канал Статус подписки Подписан

Источник подписки
phone 79307809820 ✕

Ресурс для подписки 1 - Multichannel notifications Email Push SMS Канал SMS канал Статус подписки Подписан

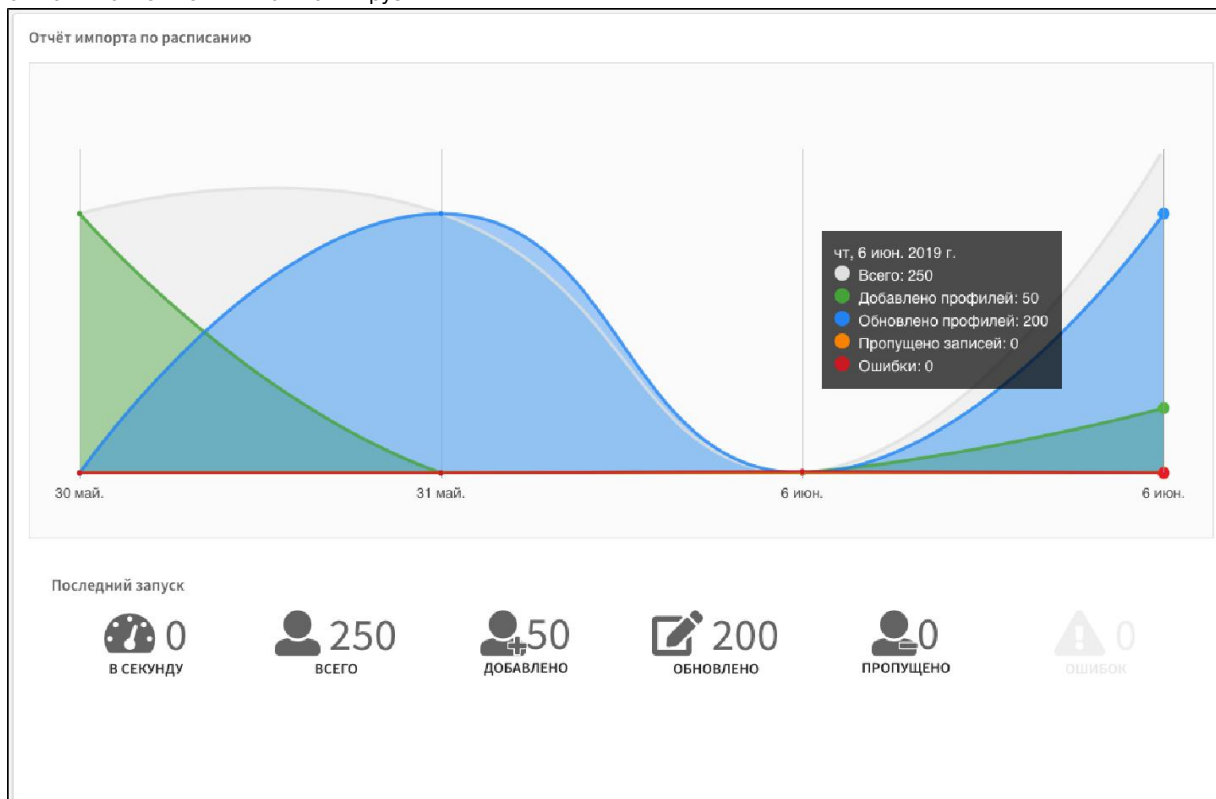
Источник подписки
xxx 33333 ✕

Ресурс для подписки 1 - Multichannel notifications Email Push SMS Канал Push канал Статус подписки Подписан Провайдер Opera Firebase

Добавить подписку

Отчёт импорта по расписанию

В этом блоке вы можете посмотреть информацию по последним 10 запускам. Если во время последнего импорта произошли ошибки - отчёт по ним можно выгрузить.



Автоматизация сбора данных о профиле

В системе ALTcraft существует несколько способов автоматически поддерживать актуальность информации в профиле:

Трекинг

Собирает информацию о действиях подписчиков в сообщениях с помощью отслеживания показов изображений, времени чтения сообщения и кликов по ссылкам.

Email трекинг

Сбор данных о действиях подписчика в [email сообщении](#) осуществляется с помощью пикселей и ссылок, которые вставляются в email письмо.

Трекинг ссылок и пикселей создаёт события Открытие, Клик, Прочтение, Подтверждение, Отписка.

Email отправщик (sender) собирает события Доставлено, Не доставлено, Softbounce, Hardbounce, Complain, которые ему возвращает email провайдер. Общая статистика отображается в [сводном отчёте](#), а также каждый [профиль](#) имеет собственную историю событий.

Статистика по кликам в отдельном email сообщении также собирается в отчёте [карта кликов](#), причём каждая версия этого сообщения имеет собственный отчёт.

Также данные email трекинга используются в отчётах [когорты](#) и [время жизни](#).

SMS трекинг

Ссылки в [SMS сообщении](#) также отслеживаются трекингом, однако они намного короче за счёт встроенного шортера.

`example.com/s/GrlX73`

SMS отправщик (sender) собирает события Доставлено, Не доставлено от провайдеров SMS рассылок.

Web Push трекинг

События с [web push](#) сообщениями обрабатываются через службу Веб Push Mozilla или Google Firebase Cloud Messaging.

В результате действий пользователя в платформу возвращаются события "Push доставлен", "Push открыт" и "Клик на ссылку в Push".

App Push трекинг

События в [app push](#) сообщениях обрабатываются самим мобильным приложением.

Для событий "Push доставлен" и "Push открыт" в структуре app push сообщения передаются две ссылки "ack" и "open", на которые приложение должно послать GET запрос.

Опционально, для события "Клик на ссылку в Push" используется параметер "click_action".

AK Pixel

[Пиксели](#) собирают информацию о действиях пользователей сайта. Если пользователь открывает email сообщения отправленные из Altcraft и сайт в одном браузере, то данные будут сохраняться в его профиль.

API для редактирования профиля и подписок

С помощью API можно создавать и редактировать профили.

Сценарии (цепочки)

[Сценарий](#) - настраиваемая последовательность действий системы в случае

выбранного события. [Нода](#) "Обновить данные" непосредственно изменяет данные в

выбранных полях профиля.

Нода "Обратная связь" отправляет сообщение на заданный сервер, который может использовать Altcraft API или работать непосредственно с базой данных.

Захват событий (Action hooks)

Захват событий отправляет сообщения о событиях в другие системы.

Реагирует на большее количество событий, чем сценарий, а также использует не только HTTP, но и умеет отправлять сообщения в [RabbitMQ](#).

Системные атрибуты ссылок в сообщениях

Атрибут ссылок **update-__=** " "изменяет данные в профиле подписчика при клике на такую ссылку:

```
<a href="http://www.example.org" name="link" update-clicked_link="true"> clicked_link!</a>
```

Атрибут **subscribe-to** при переходе по ссылке добавит клиенту **подписку** по тому же каналу на указанный [ресурс](#):

```
<a href="http://www.example.org" subscribe-to="1"> #1</a>
```

Массовое обновление профилей клиентов

В этой статье:

- [Описание](#)
- [Обновление нескольких баз данных/сегментов](#) [Выборка профилей клиентов](#)
- [Обновление профилей клиентов](#)
 - [Обновление полей профиля клиента](#)
 - [Управление подписками профилей](#)
- [Управление промокодами](#)

Описание

Массовое обновление профилей позволяет вручную обновить **Базу данных** или **Сегмент** подписчиков. При этом условия выборки можно изменить, чтобы уточнить запрос на обновление. Доступны следующие функции:

- Добавление и изменение значений полей профиля клиента
- [Управление подписками профилей](#)
- [Управление промо-кодами Программ лояльности](#)

Чтобы открыть инструмент массового обновления, в главном меню выберите **Данные → Базы профилей** или **Данные → Сегменты**. В контекстном меню группы профилей выберите **Обновить профили**:

The screenshot shows the altkraft web interface for managing customer profiles. The main area is titled 'Базы профилей' (Profile Bases). It features a search bar and a '+ Создать' (Create) button. Two profile bases are listed:

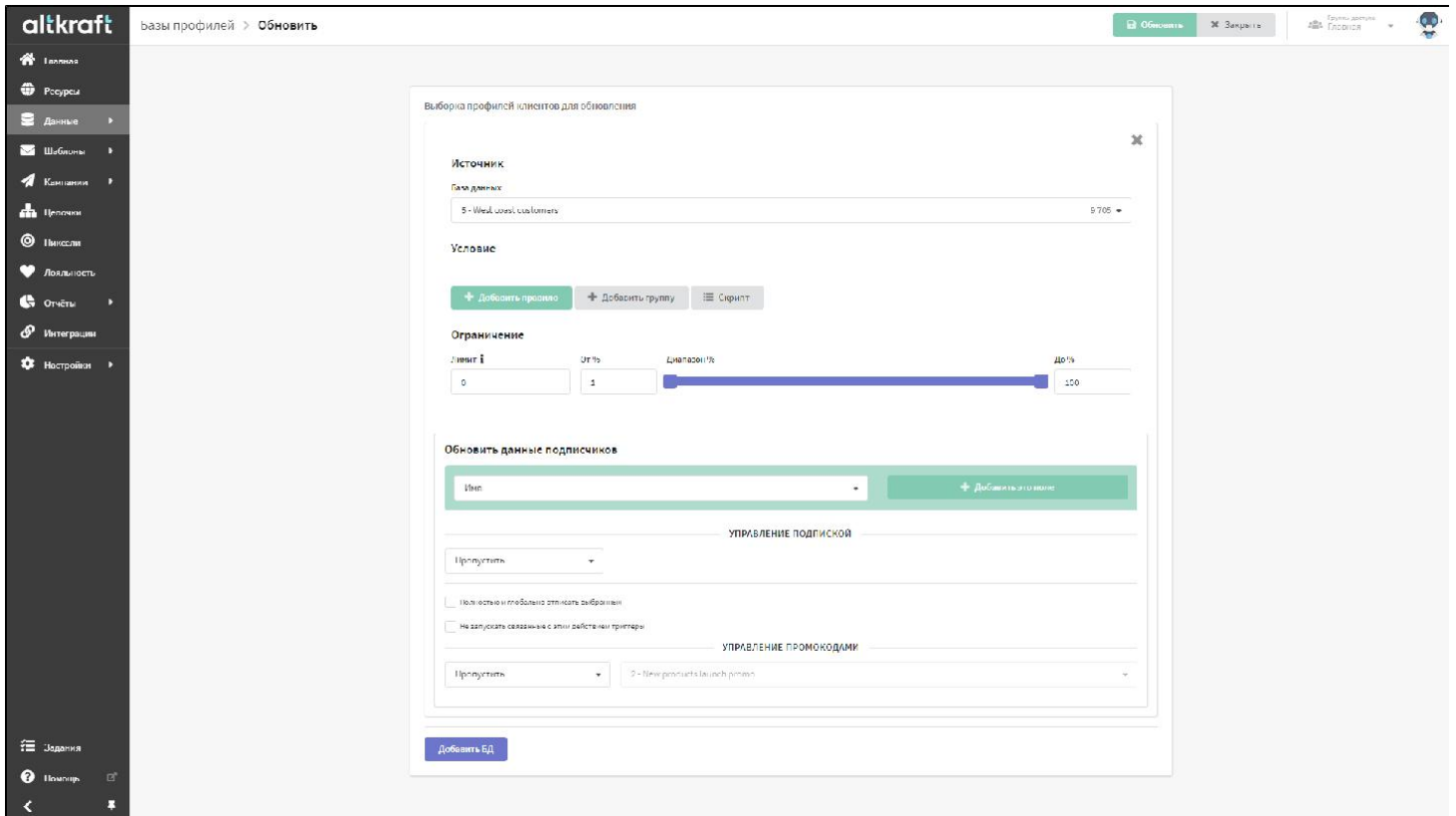
- West coast customers**: Created 2019-03-21 13:30:35, updated 2019-10-16 07:48:03. 9,705 subscribers, 0 not confirmed, 0 suspended, 0 hard bounced, 0 complaints, 288 written. Tags: Customers, West coast. Groups: East coast branch, Events, West coast branch.
- East coast customers**: Created 2019-03-21 13:29:31, updated 2019-10-16 07:48:03. 9,729 subscribers, 0 not confirmed, 0 suspended, 0 hard bounced, 0 complaints, 258 written. Tags: East coast, Customers. Groups: East coast branch, Events, West coast branch.

A context menu is open over the 'West coast customers' base, showing the following options: Редактировать (Edit), Импорт профилей (Import profiles), Скопировать профили (Copy profiles), **Обновить профили** (Update profiles), Экспортировать (Export), Просмотр (View), Клонировать (Clone), Установить группу (Set group), and Удалить (Delete).

Обновление нескольких баз данных/сегментов


При массовом обновлении можно создать несколько одновременных запросов к различным базам данных или сегментам. Чтобы добавить ещё одну базу, нажмите **Добавить БД** внизу страницы. Для каждой базы данных можно настроить уточняющий запрос сегментации.

Чтобы применить обновление всех добавленных профилей, нажмите **Обновить** в верхней части страницы.

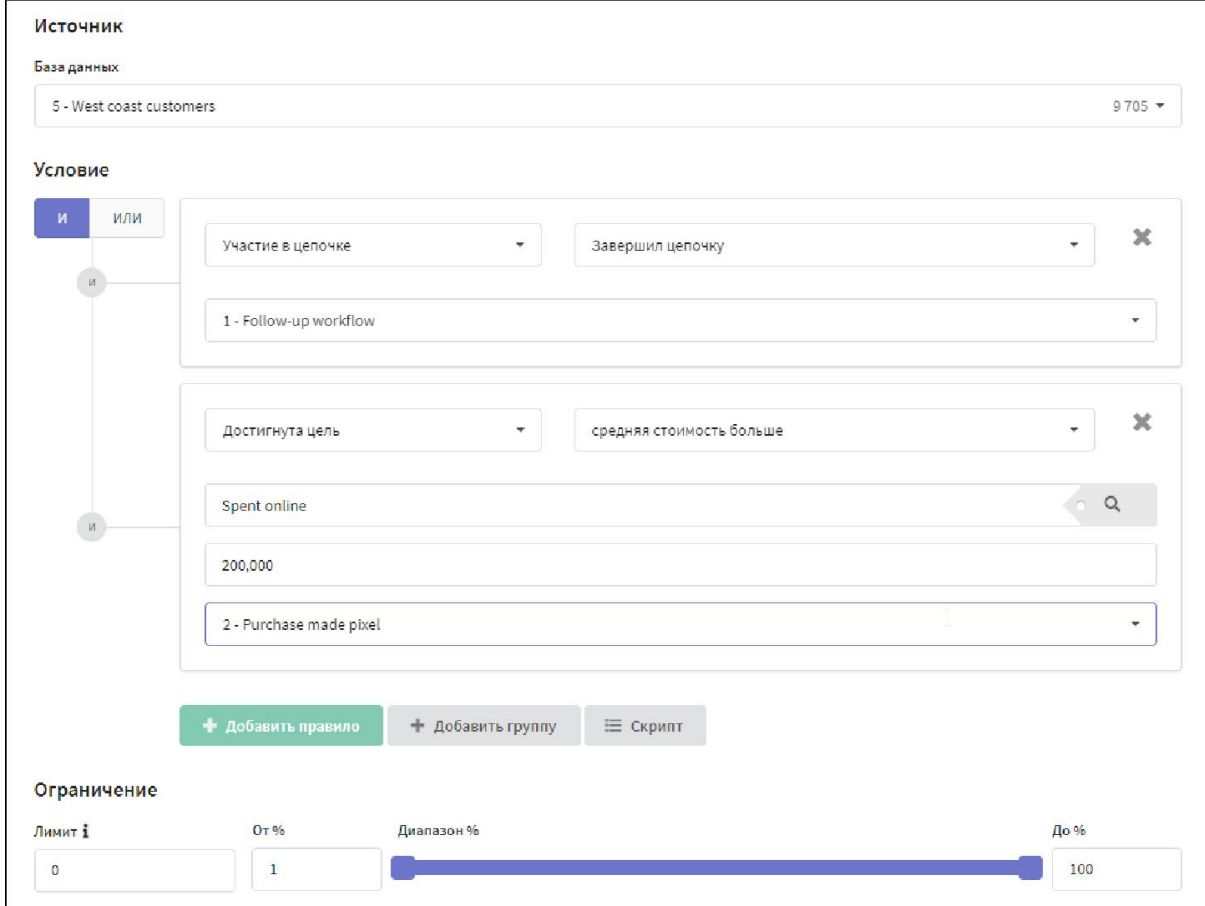


Выборка профилей клиентов

Для каждого источника данных можно добавить уточняющие правила и группы правил **Сегментации**.

 В **этом разделе** документации вы найдёте информацию о сегментации профилей клиентов по личным данным, данным подписок и истории действий.

Вы также можете установить ограничение для получившейся выборки в виде **Лимита** или **Диапазона**:



Обновление профилей клиентов

Обновление полей профиля клиента

Выберите из выпадающего меню [поле Базы данных](#), которое необходимо изменить для профилей. Нажмите + **Добавить это поле**. Выберите вариант обновления: изменить или удалить значение. При изменении выберите новое значение в зависимости от типа поля:

Обновить данные подписчиков

+ Добавить это поле

VIP ✕

Управление подписками профилей

Подписки профилей можно массово **Добавить** и **Изменить**. Для каждой подписки можно выбрать **Ресурс** и **Статус**. В качестве источника подписки возможно использовать поля профиля Email и Phone, а также использовать контактные данные подписок на другие ресурсы. Выберите необходимые каналы коммуникации и подходящий источник подписки:

УПРАВЛЕНИЕ ПОДПИСКОЙ

Email канал SMS канал Push канал

Источники подписки:

Включая небезопасные статусы: отписан, жалобщик, не существует, invalid

Полностью и глобально отписать выбранных

Не запускать связанные с этим действием триггеры

В этом же блоке находятся дополнительные опции обновления:

- Включая небезопасные статусы - обновить профили со статусами, отличными от
- **Подписан** Полностью и глобально отписать выбранных - установить всем профилям глобальный статус **Отписан**
- Не запускать связанные с этим событием триггеры - не выполнять триггерные кампании и сценарии, связанные с обновлением полей - если это не предполагается.

Управление промокодами

Ниже в форме обновления вы можете **Привязать** или **Отвязать** промокод определённой **Программы лояльности** в выбранной группе клиентов:

УПРАВЛЕНИЕ ПРОМОКОДАМИ

Double opt-in подписка

- [Описание](#)
- [Этап 1: подписка](#)
 - [Добавление подписки одному профилю](#)
 - [Добавление подписки нескольким профилям](#)
- [Этап 2: подтверждение](#)

Описание

Double opt-in (DOI) - процесс оформления подписки на рассылку в два этапа:

1. Подписчик оставляет контактные данные - онлайн и оффлайн, давая согласие на получение контента.
2. Подписчик подтверждает своё согласие, переходя по специальной ссылке

У такой логики есть несколько преимуществ перед Single opt-in (SOI) - когда учитывается только передача

- контактных данных: Улучшение репутации отправщика у провайдеров электронной почты
- Выполнение требований законодательства о рассылках
- Большая производительность кампаний
- Повышение лояльности, упрощение работы с постоянными клиентами



Double opt-in доступен только при использовании подписок на [Ресурсы](#).

Этап 1: подписка

При формировании подписки клиентов на определённый ресурс нужно установить статус подписки "Не подтверждён".

Добавление подписки одному профилю

Откройте профиль подписчика и перейдите на вкладку **Подписки**. Выберите нужный ресурс и Email канал. Введите адрес почты для подписки или скопируйте из данных профиля. В меню **Статус** выберите "Не подтверждён" и сохраните изменения.

Редактировать профиль

5c0a79fd8f66540ccccfc9dd

Профиль Подписки Лояльность История Искать

Multichannel notifications #1

Email: address@domain.zone

Domain: domain.zone
Domain group: other
MD5: c6cdd585a728631a477d74e87bbd4d5f

Статус: Неподтвержден

Приоритет: 0

Информация о подписке
Дата: 2019-05-30T14:49:27.986Z
IP: 214.95.107.26

ДОБАВИТЬ ПОДПИСКУ

1 - Multichannel notifications Email Push SMS Email канал + Добавить подписку

После сохранения система сохранит информацию о факте подписки - дата и время создания (UTC) и IP адрес подписчика. Эти данные подписчики могут потребовать при сомнениях в правомерности подписки.

Добавление подписки нескольким профилям

Для того, чтобы организовать Double opt-in для группы подписчиков, в контекстном меню базы данных или сегмента выберите пункт **Обновить профили клиентов**.

Special offer recipients

Создано: 2018-12-07 16:55:13

Обновлено: 2018-12-07 16:57:05

Автор: astero fernandez

ID: 6

Теги: Special

Группы: West coast branch East coast branch

Подписчики: 944

Общее количество: 944

Редактировать

- Редактировать
- Скопировать профили клиентов
- Обновить профили клиентов
- Скачать
- Клонировать
- Установить группу
- Удалить

US West coast VIP clients

Создано: 2018-12-07 16:48:29

Обновлено: 2018-12-07 16:48:29

Автор: astero fernandez

ID: 5

Теги: VIP WestCoast

Группы: Corporate clients project

West coast branch

Подписчики: 508

Общее количество: 508

В открывшемся окне при необходимости скорректируйте аудиторию, которую хотите подписать. Для выборки используются правила и группы правил сегментации **Altkaft MP**. После этого можно перейти к разделу **Управление подпиской**.

Массовое обновление профилей настраивается отдельно для каждой базы данных, если в сегменте их несколько.

Выборка профилей клиентов для обновления

База данных

3 - East coast clients 1 005

Условие

ИЛИ

Количество

От %

Диапазон %

До %

+ Добавить правило

+ Добавить группу

Скрипт

Обновить данные подписчиков

Имя

+ Добавить это поле

УПРАВЛЕНИЕ ПОДПИСКОЙ

Пропустить

Полностью и глобально отписать выбранных
 Не запускать связанные с этим действием триггеры

УПРАВЛЕНИЕ ПРОМОКОДАМИ

Пропустить

5 - New lunar loyalty program

Добавить БД

Выберите опцию **Добавить подписку**, укажите необходимый ресурс с Email каналом и установите статус подписки **Не подтвержден**. В качестве источника контактов можно выбрать данные профиля или контакты подписок на другой ресурс.

43

УПРАВЛЕНИЕ ПОДПИСКОЙ

Добавить подписку ▾

1 - Multichannel notifications Email Push SMS ▾

Неподтвержден ▾

Email канал

SMS канал

Push канал

Источник подписки:

Из поля профиля email или телефоны ▾

Когда все настройки введены, вы можете начать обновление профилей и посмотреть статус обновления в **Заданиях**.

 При импорте подписчиков и обновлении данных по API в подписке для DOI нужно передавать "status": "unconfirmed"

Этап 2: подтверждение

Клиентам с неподтверждённой подпиской будут отправляться только сообщения, которые содержат ссылку подтверждения. Это может быть любая ссылка, для которой в шаблоне сообщения указать атрибут **confirm-link** или выбрать **Вставить ссылку** и отметить пункт "Это ссылка подтверждения":



Вставить ссылку

Тип ссылки

Своя ссылка ▾

Основные UTM Deep link

Ссылка

http://custom_confirm_link

Текст ссылки

Текст ссылки

Имя ссылки ?

Link_name


Не оборачивать эту ссылку трекингом

Это ссылка подтверждения ?

Ссылка будет использоваться для подтверждения подписки, а шаблон можно будет использовать для неподтвержденных подписок.

Окей Отмена

После этого шаблон сообщения со ссылкой подтверждения нужно добавить в **кампанию**, использующую тот же ресурс, на который были подписаны клиенты. Получатели сообщения при переходе по такой ссылке подтвердят своё согласие на получение рассылок и их статус их подписок изменится с **Не подтверждён** на **Подписан**.

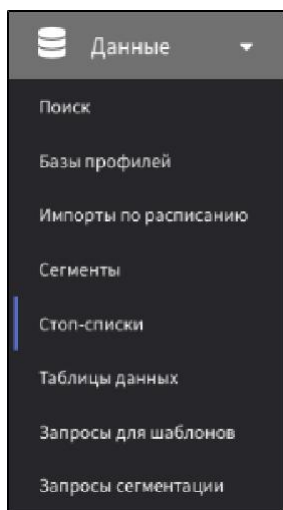
 Нажатие на ссылку подтверждения может выступать условием запуска [триггерных кампаний](#) и [сценариев автоматизации](#). Для этого нужно в настройках триггера или сценария выбрать **При выполнении выбранного действия** → **Клик на Confirm ссылку**.

Стоп-списки

В этой статье:

- [Описание](#)
- [Глобальный стоп-список](#)
- [Платформы Стоп-списки Аккаунта](#)
 - [Глобальный стоп-список](#)
 - [Пользовательские стоп-списки](#)
 - [Стоп-список для Базы профилей](#)
 - [Стоп-список для Шаблона сообщения](#)
- [Правила взаимодействия стоп-списков](#)

Описание



Стоп-список - список email адресов и доменов, которым вы НЕ хотите отправлять сообщения. Стоп-лист фильтрует email-адреса **в момент отправки кампании**. Стоп-списки используются, чтобы придерживаться нормативных требований закона CAN-SPAM.

В платформе используется три типа списков блокировки отправки:

- **Глобальный стоп-список Платформы** - действует для кампаний **всех Аккаунтов** платформы. В глобальный список попадают все невалидные email адреса, по которым от провайдеров email пришёл **hard bounce**. Отдельно хранятся валидные адреса, отправку на которые необходимо блокировать.
- **Глобальный стоп-список Аккаунта** - создаётся автоматически в каждом аккаунте платформы. Добавленные контакты будут блокироваться во всех кампаниях **Аккаунта**.
- **Пользовательские стоп-списки** - создаются пользователями в аккаунтах платформы. Могут быть прикреплены к **Базам профилей, Шаблонам сообщений**.

Так как в кампании может участвовать сегмент (*в котором может быть несколько баз данных с стоп-листами*) и несколько сообщений, то и учитывается несколько стоп-листов по определённым правилам.

Глобальный стоп-список Платформы

Глобальный стоп-список платформы действует во всех Аккаунтах платформы. Он состоит из двух частей:

Список невалидных email - в этот список попадают адреса email со всех Аккаунтов платформы, по которым от провайдеров почты пришёл **hard bounce** - ответ о том, что ящик не существует.



Обратите внимание, что при таком ответе **Статус подписки** клиента меняется на **hard bounce**. Такие подписки не будут использоваться в кампаниях, так как отправка на несуществующие адреса ухудшает репутацию отправителя в почтовых сервисах.

Если изменить статус таких подписок на **Подписан** - они останутся в глобальном списке и не будут обрабатываться. Чтобы переподписать таких клиентов, нужно будет [удалить их из глобального стоп-списка платформы](#).

Глобальный чёрный список - блокирует любые адреса и домены email для всех Аккаунтов платформы. Данные в него может добавить Администратор платформы, используя соответствующий функционал [Административной панели Альткрафт](#).

Стоп-списки Аккаунта

Чтобы перейти к управлению стоп-списками Аккаунта платформы, в главном меню выберите **Данные** → **Стоп-списки**. В открывшемся меню отображаются существующие в Аккаунте стоп-списки. Меню быстрых действий позволяет сразу приступить к работе с необходимым стоп-списком:

Стоп-списки + Создать Группы доступа Главная

Поиск по имени или id ↑↓ ID Теги 1-2 из 2

Пользовательский стоп-список Редактировать

Создано: 2019-03-21 16:13:19 Количество: 2
Обновлено: 2019-11-08 10:51:16
Автор: Alt Kraft
ID: 2
Теги: West coast
Группы: West coast branch

Описание:
Адреса и домены email в этом списке будут заблокированы.

Global suppress list Редактировать

Создано: 2019-03-20 08:31:03 Количество: 0
Обновлено: 2019-03-20 08:31:03
Автор: инкогнито
ID: 1

Чтобы добавить в стоп-список контакты из файла, выберите соответствующий пункт в меню быстрых действий - или откройте стоп-список для редактирования и сверху страницы выберите **Импорт** → **Из файла**. В открывшуюся форму перетащите файл со списком контактов в формате CSV или XLS. Таких файлов может быть несколько, и в файлах могут быть несколько колонок. После загрузки файла вы можете выбрать, какую колонку использовать для импорта в стоп-список:

Перетащите файлы сюда или [кликните здесь для загрузки](#)

.zip .tar.gz .xls .xlsx .csv .txt

suppress.csv ✕

Использовать	Пропустить
email	domain
john.doe@example.com	gsom.org
chuck.norris@voen.com	ug.ru
leonide@voen.com	mails.to
onotoley@voen.com	elsewhere.xyz

Для того, чтобы добавить контакты клиентов или домены email вручную - откройте необходимый стоп-список. В блоке **Блокировка/разблокировка адресов и доменов email** введите адрес или домен, который хотите добавить - и нажмите **Проверить**:

Блокировка/разблокировка адресов и доменов email

Перед добавлением/удалением записей проверьте их наличие в этом стоп-списке

john.doe@example.com

Проверить

Откроется две вкладки: **Существующие** и **Новые**. Если домен или адрес отсутствуют в стоп-списке (появится во вкладке **Новые**), вы можете выделить его и добавить. Если существует - его можно будет так же удалить из стоп-списка. Дополнительно во вкладках можно выделить все email адреса или все домены:

Блокировка/разблокировка адресов и доменов email

Перед добавлением/удалением записей проверьте их наличие в этом стоп-списке

Укажите до 500 позиций через запятую, пробел или каждую на новой строке.

Проверить

Существующие (1) **Новые (1)**

john.doe@example.com

Добавить отмеченные Отметить емейлы Отметить домены

Глобальный стоп-список

В каждом аккаунте Altcraft автоматически создается один глобальный стоп-список, который работает всегда - для всех кампаний в рамках **Аккаунта**. Соответственно, его не нужно прикреплять вручную к **Базам профилей** и **Шаблонам сообщений**.

В глобальный стоп-список можно добавлять подписки вручную и импортировать из файла:

Global suppress list

Импорт ▾ Экспорт ▾ Очистить ▾

Из файла

Основные настройки

Имя чёрного списка: *

Global suppress list

Описание:

Описание

Установить группу:

Метки:

Для того чтобы подписки автоматически добавлялись в глобальный стоп-список, нужно использовать в сообщении ссылку - URL глобальной отписки переменной **{globalunsubscribe}**. Подписчики, которые перейдут по ссылке, сразу попадают в глобальный стоп-список и будут исключаться из всех дальнейших рассылок аккаунта.

Пользовательские стоп-списки

Для того, чтобы добавить в аккаунт пользовательский стоп-список в меню списков нажмите **+ Создать**. Для нового списка укажите **Имя**, введите **Описание**, при необходимости установите [группу доступа](#) и метки для быстрого поиска:

Основные настройки

Имя чёрного списка: *

Пользовательский стоп-список

Описание:

Адреса и домены email в этом списке будут заблокированы.

Установить группу:

West coast branch ✕

Метки:

West coast ✕

Стоп-список для Базы профилей

Пользовательские стоп-списки можно прикреплять к определённой **Базе профилей** Аккаунта. Такой список будет действовать только при отправке **Кампаний** аудитории, содержащей эту базу профилей. Для этого в [форме редактирования Базы данных](#) в **Основных настройках** выберите **Прикреплённый стоп-список** из выпадающего меню:

Основные настройки

Название базы данных: *

West coast customers

Описание:

Описание

Установить группу:

East coast branch ✕ Events ✕ West coast branch ✕

Метки:

Customers ✕ West coast ✕

Заголовок менеджера подписки: *

Riverside motors West

Язык менеджера подписки:

🇺🇸 Английский

Прикреплённый стоп-список:

нет

Это база данных наблюдателей

Стоп-список для Шаблона сообщения

Второй вариант использования пользовательских стоп-списков - прикрепление к конкретным **Шаблону сообщений**. Это позволит контролировать, какой аудитории не следует рассылать определённый контент: все отписки по Шаблону будут попадать в такой список и далее контакты будут блокироваться.

Откройте необходимый **Шаблон**, перейдите на [вкладку Опции](#) - и в блоке **Дополнительные настройки** выберите нужный стоп-список:

Правила взаимодействия стоп-списков

Во время рассылки могут использоваться одновременно несколько стоп-списков. Исключение подписчиков из рассылки происходит по следующему алгоритму:

1. Проверяются **глобальные стоп-списки** и из рассылки исключаются все подписки, которые там находятся.
2. Далее стоп-списки, прикреплённые к **Базам профилей**, исключают из рассылки подписчиков своих баз данных. Каждый только из той базы, к которой прикреплён.

i Если в двух базах данных одинаковые подписки, а стоп-список, который их содержит, прикреплён только к первой базе, то сообщения от кампании, содержащей сегмент с этими двумя базами, уйдут полностью. Потому что стоп-список подействует только на ту базу данных, к которой прикреплён, то есть первую.

3. Потом список, прикреплённый к **Шаблону сообщения**, исключает из рассылки только те подписки, которым досталось бы это сообщение.

Синхронизация статических сегментов

В этой статье:

- [Описание](#)
- [Настройки интеграции](#)
- [SQL запросы для синхронизации событий](#)
 - [Добавление и удаление профилей, очистка сегмента](#)
 - [Добавление/обновление и удаление сегмента](#)
- [Статистика синхронизации](#)

Описание

Данные [статических сегментов](#) можно синхронизировать с внешними SQL таблицами данных. Такая интеграция используется, когда вам нужно поддерживать во внешних системах актуальную информацию о группах клиентов. Обновление данных во внешней системе будет происходить на основе определённых событий:

- Добавление профилей в статический сегмент. Удаление профилей из статического сегмента.
- Очистка (удаление всех профилей) статического сегмента.
- Создание или обновление статического сегмента.
- Удаление статического сегмента.

Чтобы добавить синхронизацию, в главном меню выберите **Интеграции** - и в верхней части страницы нажмите кнопку **+ Создать**.

✓ Для синхронизации в Административной панели Altcraft необходимо создать коннектор к внешнему SQL хранилищу. Инструкцию по добавлению коннектора [вы можете найти здесь](#).

Настройки интеграции

В основных настройках интеграции введите **Имя** и **Описание**, и выберите тип: **Синхронизация статических сегментов**. Здесь же находится переключатель, с помощью которого вы можете активировать или остановить интеграцию:

The screenshot shows a settings form for an integration. At the top right, there is a toggle switch labeled 'Активная' (Active) which is currently turned on. The form has three main sections: 'Основные' (Basic), 'Имя:' (Name), and 'Интеграция с:' (Integration with). The 'Имя:' field contains 'Новая интеграция'. The 'Интеграция с:' dropdown menu is set to 'Синхронизация статических сегментов'. The 'Описание:' (Description) field contains the text: 'Интеграция использует информацию статических сегментов для обновления данных о группах клиентов во внешней SQL таблице.'

В блоке **Настройки интеграции** выберите Базу профилей, данные которой необходимо экспортировать. **Статические сегменты** можно группировать для выгрузки:

- **Все сегменты** - будут выгружаться данные всех статических сегментов, связанных с выбранной базой данных.
- **Сегменты по группам** - будут выгружаться данные сегментов, для которых установлена определённая группа доступа. В меню справа выберите необходимые группы.
- **Сегменты по тегам** - будут выгружаться данные сегментов, для которых добавлены определённые пользовательские метки (**теги**). Теги можно добавить в основных настройках сегмента. В меню справа выберите необходимые метки.
- **Некоторые сегменты** - в меню справа выберите вручную необходимые сегменты.

Ниже в этом же блоке выберите **SQL коннектор** для хранилища с таблицей, в которую будут экспортироваться данные:

Настройки интеграции

Выберите базу данных: *

3 - East coast clients

Синхронизировать: *

Некоторые сегменты

Выберите из списка: *

13 - Премиум-клиенты Статический ✕ 14 - Участники акции Статический ✕

Выберите коннектор: *

1 - SQL database connector

SQL запросы для синхронизации событий

Ниже необходимо настроить SQL запросы, которые будут добавлять или удалять данные во внешней таблице на основе событий, связанных с выбранными статическими сегментами.

✔ В запросах могут использоваться дополнительные [данные профиля](#) и [логические выражения](#). Соответствие полей профиля и колонок таблицы данных определяется оператором WHERE.

Добавить профили * Удалить профили * Очистить сегмент Обновить сегмент Удалить сегмент

Тело запроса

```

1 INSERT INTO mysegment (segId, clientId, updated)
2 VALUES
3 {for $index, $lead = $batch}
4   ({segment_id}, "{$lead.CustomID}", NOW()){autocomma}
5 {end}
6 ON DUPLICATE KEY UPDATE
7   updated = NOW();

```

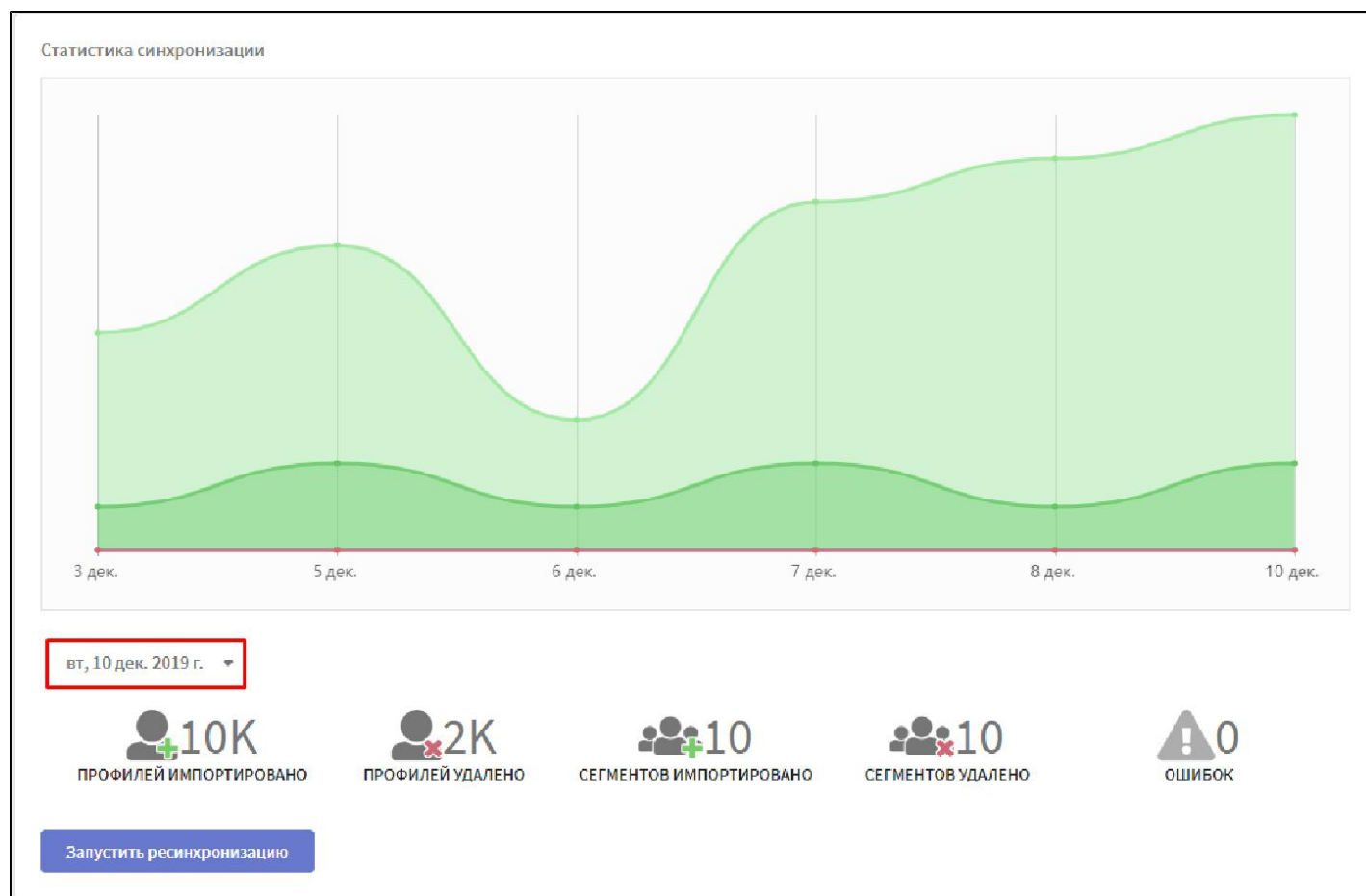
- Данные профиля
- Дата и время
- Функции вывода
- Шифровать
- Логические выражения
- Параметры

Использовать батч Размер батча: 40 Таймаут: 60

Статистика синхронизации

В блоке **Статистика синхронизации** будет отображаться информация по количеству успешных SQL запросов за **указанное время**, а также ошибки выполнения синхронизации.

С помощью кнопки **Запустить ресинхронизацию** вы можете перерасчитать данные сегментов для выгрузки.



Yandex AppMetrica

- [Описание](#)
- [Подключение к API AppMetrica](#)
 - [Поля события, получаемые из Yandex](#)
- [AppMetrica Регистрация цели](#)
- [Импорт профиля](#)
 - [Автоподписка](#)
 - [Соответствие данных AppMetrica и данных профиля Altcraft](#)

Описание

Yandex AppMetrica - платформа аналитики для мобильных приложений с возможностью отправки push уведомлений на устройства пользователей. Сайт AppMetrica: <https://appmetrica.yandex.ru>

Altcraft MP может захватывать **события** и **установки** в AppMetrica и использовать их для:

- регистрации целевых действий и их
- ценности импорта или обновления профилей подписчиков

Чтобы интегрировать данные AppMetrica в Altcraft, в главном меню перейдите в раздел **Интеграции**.

Подключение к API AppMetrica

Создайте новую интеграцию, в основных настройках укажите произвольное название - и в выпадающем меню выберите **Yandex AppMetrica events**. Здесь же находится кнопка активации/деактивации захватов событий:

The screenshot shows the 'Основные' (Basic) settings for a new integration. At the top right, there is a toggle switch labeled 'Активная' (Active) which is currently turned off. Below this, there is a text input field for 'Имя:' (Name) containing the text 'New lunar integration'. Underneath, there is a dropdown menu for 'Интеграция с:' (Integration with) which is currently set to 'Yandex AppMetrica events'.

В настройках интеграции необходимо указать следующие параметры:

- **Application ID** - уникальный числовой идентификатор приложения в AppMetrica.
- **AppMetrica API token** - токен для получения доступа к данным. Получить его можно в разделе **Настройки** приложения в AppMetrica.

The screenshot shows the 'Настройки интеграции' (Integration Settings) dialog box. It contains two input fields: 'AppMetrica Application ID' and 'AppMetrica API токен'. Below these fields are two blue buttons: 'Добавить захват событий' (Add event capture) and 'Добавить захват установок' (Add installation capture).

После внесения этих настроек вы сможете добавлять в интеграцию захваты **событий** и захваты **установок** приложения. Для каждого из них можно задать определённые условия срабатывания, основанные на значениях полей AppMetrica.

Доступна фильтрация по части значения поля, при этом изменяющаяся часть заменяется символом шаблона поиска * (wildcard). Например, значение *@ **mail.ru** будет срабатывать на все адреса доменной группы mail.ru.

The screenshot shows the 'Настройки захвата событий' (Event Capture Settings) dialog box. It has a title bar with a close button (X). The main area is titled 'Условия захвата событий' (Event capture conditions). It contains two input fields: 'Имя поля i' (Field name) with a dropdown menu showing 'event_name', and 'Значение поля (wildcard)' (Field value) with a text input field containing an asterisk (*). There is a close button (X) on the right side of the value field. At the bottom left, there is a blue button labeled 'Добавить условие' (Add condition).

Поля события, получаемые из Yandex AppMetrica

Интеграция поддерживает все поля, доступные в AppMetrica Logs API. Полный список передаваемых полей с описанием доступен по ссылке в документации AppMetrica:

- Для захватов событий - <https://appmetrica.yandex.ru/docs/mobile-api/logs/ref/events.html>
- Для захватов установок - <https://appmetrica.yandex.ru/docs/mobile-api/logs/ref/installations.html>

i Дополнительные параметры, передаваемые в **event_json**, необходимо вводить в **Имя поля** вручную, разделяя уровни вложенности данных точкой. Например:

- **event_json.email** - если поле email передаётся в AppMetrica в основной структуре "event_json":

```
"event_json" :  
{ "email" : "example@example.com" }
```

- **event_json.contacts.email** - если поле включено в подструктуру "contacts":

```
"event_json" :  
{ "contacts":  
{ "email" : "example@example.com",  
  "phone" : "+12345678910" }
```

При передаче событий приложения в интерфейс платформы AppMetrica доступно 5 уровней вложенности, при передаче в API AppMetrica - 10. Altcraft поддерживает максимальное значение.

Документация по отправке собственных событий из приложения в AppMetrica: <https://appmetrica.yandex.ru/docs/mobile-events/concepts/events.html>

Регистрация цели

Событие, переданное в AppMetrica из мобильного приложения может регистрировать в Альткрафт достижение целевого действия и его ценность. Для этого выберите **Тип действия: Регистрация цели**.

Цели в Альткрафт организованы по [Пикселям](#). Регистрируя одинаковые цели по нескольким пикселям, можно оценить эффективность разных вариантов интерфейса приложения или определённых последовательностей действий пользователей. Выберите пиксель в выпадающем меню.

Имя цели и её стоимость можно указать вручную, или записать значения из данных события.

- Значения, введённые вручную, статичны. При соответствии захвата событий условиям будут регистрироваться
- предопределённые значения. Значения из полей события зависят от конкретного действия в приложении и передают динамические данные.

Настройки действий

Тип действия
Регистрация цели

Привязать к пикселю
7 - Auto created demo pixel

Имя цели из события	Поле события i event_name	Стоимость цели вручную	Введите стоимость (float) 9000.1
------------------------	-------------------------------------	---------------------------	-------------------------------------

Привязать к профилю

Настройки поиска профиля

База данных
1 - New solar database

Режим поиска профиля По кастомному полю	Поле для поиска профиля New_field_1	Соответствует полю события i event_json.custom_id
--	--	---

Каждая регистрируемая цель может быть связана или не связана с определённым профилем клиента в Альткрафт:

- Анонимные цели доступны только в **отчётах по достижению целей**, формируя статистику по неизвестным профилям.
- Цели, связанные с профилем, могут использоваться для RFM и LTV сегментации пользователей, начисления баллов и управления лояльностью. Достижения целей отображаются в разделе **История действий** профиля клиента.

Чтобы записать цель определённому пользователю, включите опцию **Привязать к профилю**, выберите базу данных, в которой хранится его профиль и установите **режим поиска**:


- **По email адресу из профиля** - адрес из полей профиля клиента в базе данных.
- **По email адресу из профиля или подписок** - адрес из полей профиля или из контактных данных подписок клиента.
- **По ID AppMetrica** - по значению appmetrica_device_id. Должен быть заранее передан профилям. При импорте через события AppMetrica устанавливается автоматически.
- **По кастомному полю** - по значению **дополнительного поля** профиля клиента в Альткрафт. Выберите название поля в базе данных и поле события для поиска значения.

Импорт профиля

Второе применение событий из AppMetrica - импорт и обновление данных профилей пользователей в базах данных Altcraft. В захвате действий для этого нужно выбрать **Тип действия: Импорт профилей**. Доступно три режима импорта:

- Добавить новых и обновить существующих
- Только добавить новых, не обновлять
- существующих Только обновлять существующих, не добавлять новых

Для поиска профиля укажите базу данных Альткрафт и установите режим поиска аналогично поиску профиля при регистрации цели (выше).

 В рамках одной базы данных для импорта нежелательно менять режим поиска с email или кастом на appmetrica_device_id. Используйте этот режим сразу во избежание потери данных.

Настройки действий

Тип действия

Импорт профилей

Способ импорта

Добавить новых и обновить существующих

Настройки поиска профиля

База данных


2 - New celestial database

Режим поиска профиля

По кастомному полю


Поле для поиска профиля

New_field_1

Соответствует полю события 

event_json.custom_id

Настройки автоподписки

 **Управление подписками недоступно**
Для управления подписками, добавьте эту базу данных в один из ресурсов

Соответствие колонок

Добавить колонку

Автоподписка

При импорте или обновлении профилей можно подписывать пользователей на Email, SMS или **Push**. Для этого необходимо:

1. Создать **ресурс** и настроить в нём нужные каналы - или использовать существующие ресурсы.
2. Добавить в настроенный ресурс Базу данных, в которую будут импортироваться данные пользователей. В рамках одного импорта можно передавать подписки на разные ресурсы. Базу данных при этом нужно добавить во все используемые ресурсы.

После этого в захвате событий станет доступна кнопка **Добавить подписку**:

Настройки автоподписки

Добавить подписку

Для каждой записи выберите Ресурс, Канал и Источник подписки. Для Push подписок из AppMetrica доступны стандартные поля события:

Провайдер	Поле
Yandex AppMetrica with device id	
Yandex AppMetrica with iOS	ios_if
Yandex AppMetrica with Google AID	

Для других провайдеров Push, а также для Email и SMS подписок, данные необходимо передавать из приложения в дополнительных параметрах event_json.

Настройки автоподписки

Источник подписки: event_json.phone ✕

Ресурс для подписки: 1 - New cosmic resource Email Push SMS | Канал: SMS канал | Статус подписки: Подписан

Источник подписки: appmetrica_device_id ✕

Ресурс для подписки: 1 - New cosmic resource Email Push SMS | Канал: Push канал | Статус подписки: Подписан | Провайдер: Yandex AppMetrica with device id

Источник подписки: event_json.email ✕

Ресурс для подписки: 1 - New cosmic resource Email Push SMS | Канал: Email канал | Статус подписки: Подписан

[Добавить подписку](#)

Для каждой подписки можно установить статус:

- при импорте можно передавать статус "Подписан" для Single opt-in, или "Не подтверждён" для Double opt-in логики
- при обновлении данных можно менять статус подписки в зависимости от действий пользователя, например приостановить, возобновить или отменить подписку

Соответствие данных AppMetrica и данных профиля Altcraft

Для каждого нового профиля будет создаваться уникальный идентификатор Altcraft и записываться поле, по которому происходит поиск (если по нему профиль не найден). Если режим поиска настроен на email, профилю будет также записываться системное поле appmetrica_device_id.

Для основных и дополнительных полей профилей Altcraft нужно установить соответствие с полями событий, получаемых от AppMetrica:

Соответствие колонок

FirstName	event_json.firstname	<input checked="" type="checkbox"/> Игнорировать пустые	✕
LastCity	city	<input type="checkbox"/> Игнорировать пустые	✕
Birthday	event_json.birthday	<input checked="" type="checkbox"/> Игнорировать пустые	✕

[Добавить колонку](#)

Кастомные поля задаются в структуре Баз данных Altcraft. Кастомные поля события передаются из приложения в объекте event_json.

Опция **Игнорировать пустые** запрещает запись пустого значения в поле профиля при обновлении или импорте.

Lpgenerator

Описание

Altcraft может получать данные форм страниц сервиса LPGenerator и использовать их для импорта и динамического обновления профилей подписчиков. Чтобы подключить формы LPGenerator к аккаунту Altcraft, откройте настройки страницы в <https://lpgenerator.ru/pages/> и в блоке **Интеграции** в разделе **Другие сервисы** выберите **Webhook**.

Описание работы на стороне сервиса: <https://lpgenerator.ru/blog/2018/04/03/webhook-samostoyatel'naya-integraciya-storonnih-servisov/>

Интеграции Свернуть

Email marketing:	SMS marketing:	Оптимизация рекламы:	CRM:	Online-чаты:	Другие сервисы:

Настройка webhook интеграции

Добавьте новый Webhook и укажите следующие данные:

URL: https://example.com/api/v1.1/integrations/lpgenerator/profile_import

Дополнительные поля:

Параметр	Тип		Обязательный	
toke	string	abcdefghijklmnopqrstuvwxyz		API токен для доступа к
db_i	string	1	Д	Идентификатор базы данных для
matching		email phone custo	He	Тип поиска профиля в Altcraft для обновления: по email или телефону из полей данных или подписок профиля, - или по значению допол поля
field_name	string		He	Имя кастомного поля БД Altcraft при matching : custom . В форме сбора данных для поиска нужно поле с таким же именем. Например -
resource_id	string	3	He	При передаче контактных данных (email или phone) профилям будет добавляться подписка на указанный ресурс.

Редактирование webhook

Uri:

Дополнительные поля:

Название	Значение	
<input type="text" value="token"/>	<input type="text" value="75010100b004b24a94e"/>	<input type="button" value="🗑"/>
<input type="text" value="db_id"/>	<input type="text" value="19"/>	<input type="button" value="🗑"/>
<input type="text" value="matching"/>	<input type="text" value="email"/>	<input type="button" value="🗑"/>

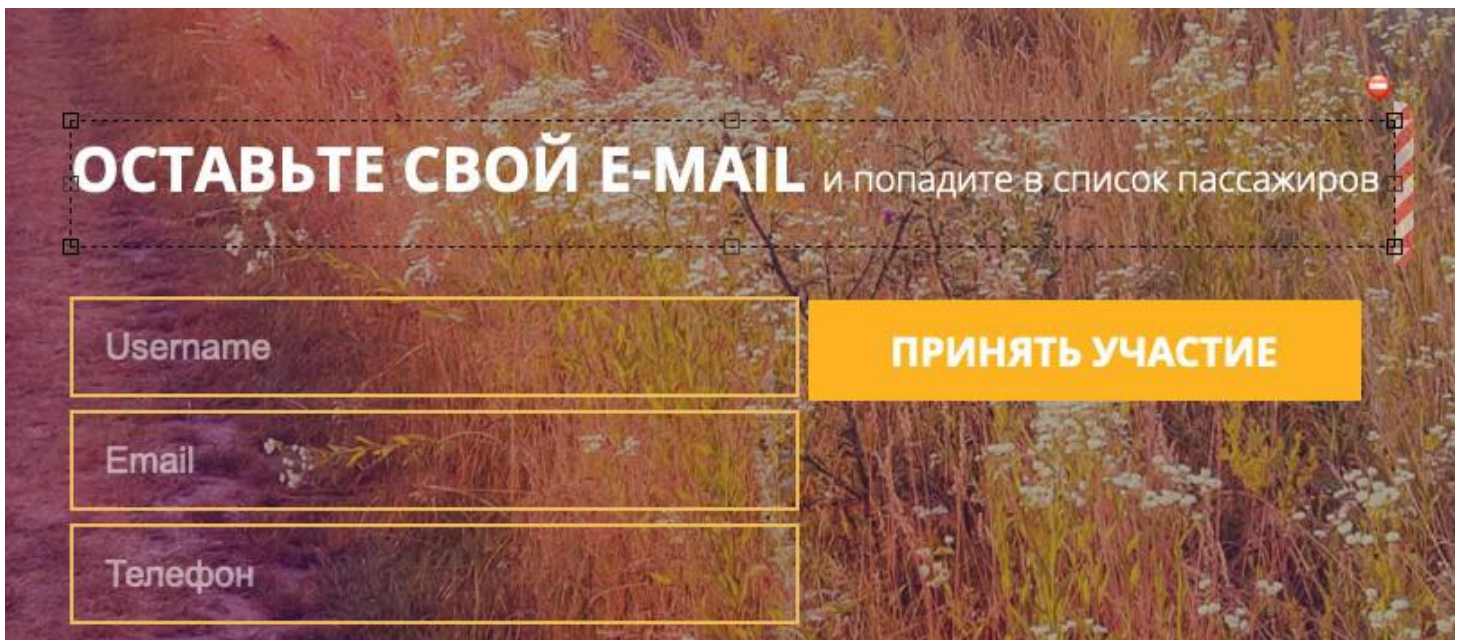
Поля LPGenerator по умолчанию:

Ниже приведены неизменяемые системные поля запроса, передаваемого в Altcraft.

Параметр		Приме	Описани
id	strin	"77777"	ID формы сбора
meta_data IP, системы.	JSON object	"meta_data" : {...}	Метаданные. Используются для автоопределения геолокации подписчиков, браузера и операционной системы.
utm_data	JSON object	"utm_data" : {...}	

Добавление формы сбора данных

В конструкторе страниц добавьте форму:



По двойному клику на откроется редактор полей формы. Добавьте необходимые поля и укажите их название для отображения на сайте.

Отметьте опцию **Отправить в сgm** и в поле **Название в сgm** укажите название соответствующего поля в БД Altcraft. Для кастомных полей укажите имена такими же, как создавали в платформе, учитывая регистр. Список системных полей профиля Altcraft, таких как Имя или Email, доступен [по этой ссылке](#).

форма

Добавить поле Настройки поля Настройки формы

Название

Имя

Обязательное поле

Mapping

_fname

Отправить в сgm

Название в сgm

_fname

Имя

Email

Телефон

О работе с конструктором форм

Сохранить Отменить

Сохраните настройки и опубликуйте форму, чтобы начать передавать данные.

Примеры структуры запросов

Импорт подписчика по email-адресу:

```
{
  "id": 77777777,
  "lead_data": {
    "email": "qwerty@dron.ff",
  },
  "meta_data": {
    "HTTP_USER_AGENT": "Mozilla/5.0 (X11; Linux x86_64) AppleWebKit/537.36 (KHTML, like Gecko) Chrome/67.0.3396.99 Safari/537.36",
    "LANGUAGE": "en-US",
    "form_name": " 1",
    "from": " 107570 ( )",
    "page_id": 1642169,
    "user_ip": "96.123.123.123",
    "variant_id": 1935651
  },
  "utm_data": {}
  "db_id": "2",
  "resource_id": "2",
  "matching": "email",
  "token": "abcdefghijklmnopqrstuvwxy"
}
```

Обновление полей подписчика с подпиской на ресурс (с поиском подписчика по кастомному полю custom_ID):


```
{
  "id": 27773744,
  "lead_data": {
    "email": "ytrewq@dron.ff",
    "custom_ID": "Bagdasaryan"
  },
  "meta_data": {
    "HTTP_USER_AGENT": "Mozilla/5.0 (X11; Linux x86_64) AppleWebKit/537.36 (KHTML, like Gecko) Chrome/67.0.3396.99 Safari/537.36",
    "LANGUAGE": "en-US",
    "form_name": " 1",
    "from": " 207571",
    "page_id": 1642169,
    "user_ip": "96.123.123.123",
    "variant_id": 1935651
  },
  "utm_data": {}
"db_id": "2",
"resource_id": "2", "matching":
"custom", "field_name":
"custom_ID",
"token": "abcdefghijklmnopqrstuvwxyz"
}
```

Tilda

Интеграция с tilda.cc для импорта профиля клиента

Формы tilda.cc интегрируются при помощи Webhooks. [Подробнее прочитать можно по этой ссылке.](#)

Для успешной интеграции вам потребуется следующая информация.

- URL панели Altcraft, например <https://ru.altcraft.com>
- API Ключ (API Токен) имеющий права на отправку данных в Altcraft. Подготовить такой токен сможет пользователь вашего аккаунта с мастер- правами.
- Идентификаторы базы данных и ресурса. Если необходимости подписывать на ресурс нет - то только базы данных.

Шаг 1. Создайте Webhook в Tilda

Перейдите в раздел:

Мои сайты > Сайт > Настройки сайта >

Форма В самом низу вы найдете

Другое > Webhook.

Заполните поле ввода, заменив **<your.domain>** на URL панели Altcraft, а **<api_token>** на предоставленный вам токен:

<your.domain>/api/integrations/tilda/profile_import/?token=<api_token>

Подключение сервиса приёма данных: Webhook

WEBHOOK URL

https://ru.altkraft.com/api/integrations/tilda/profile_import/

Укажите адрес скрипта, на который будут отправляться данные из форм

Сохранить

[Вернуться к настройкам форм](#)

Нажмите сохранить. На вопрос "Подключить сервис ко всем формам на сайте?" отвечайте пропустить. Webhook создан.

Шаг 2. Настройте форму в Tilda

В Tilda есть два типа форм. Простая форма с кнопкой или форма с несколькими полями. Откройте редактирование страницы сайта с вашей формой и найдите ее.

Для любого типа формы откройте вкладку Контент:

BF204N ▾ ⚙️ Настройки ✎ Контент

Вертикальная форма с множеством полей

E-mail

Your E-mail

Найдите раздел "ПРИЕМ ДАННЫХ ИЗ ФОРМЫ" и выберите там ваш Webhook:

ПРИЕМ ДАННЫХ ИЗ ФОРМЫ

Отправленные данные будут храниться в разделе «Заявки». Также вы можете подключить сервисы приема данных, интегрированных с Тильдой.

ПОДКЛЮЧЕННЫЕ СЕРВИСЫ:

WEBHOOK: RU.ALTkraft.COM/API/INTEGRATIONS/TILDA/PROFILE_IMPORT/?TOKEN=BBAD8DBFE

Если у вас форма с одним полем, то сохраните и перейдите к Простая

форма Затем найдите раздел "ПОЛЯ ДЛЯ ВВОДА"

Здесь нужно обратить внимание на имя переменной в каждом из полей. Если вы хотите, чтобы это поле попало в Altcraft, то его имя должно соответствовать такому же полю в базе данных.

Добавьте еще одно поле. Тип - скрытое. Назовите его **to_ids**:

ПОЛЕ 5 Дублировать Выключить Удалить Вверх Вниз

тип
Скрытое поле

ИМЯ ПЕРЕМЕННОЙ
to_ids

Системное название для идентификации данных из разных полей (не отображается).
Рекомендуется использовать латиницу. Не обязательно для заполнения.

ЗНАЧЕНИЕ
7:17

В значение напишите через двоеточие идентификатор базы данных и идентификатор ресурса. Если на ресурс подписывать не нужно, то только идентификатор базы данных. На скриншоте, в примере указан **7** - идентификатор БД, **17** - идентификатор ресурса.

Нажмите сохранить и закрыть и опубликуйте страницу. Tilda не сразу обновит форму, поэтому имеет смысл ее протестировать через пару минут после публикации.

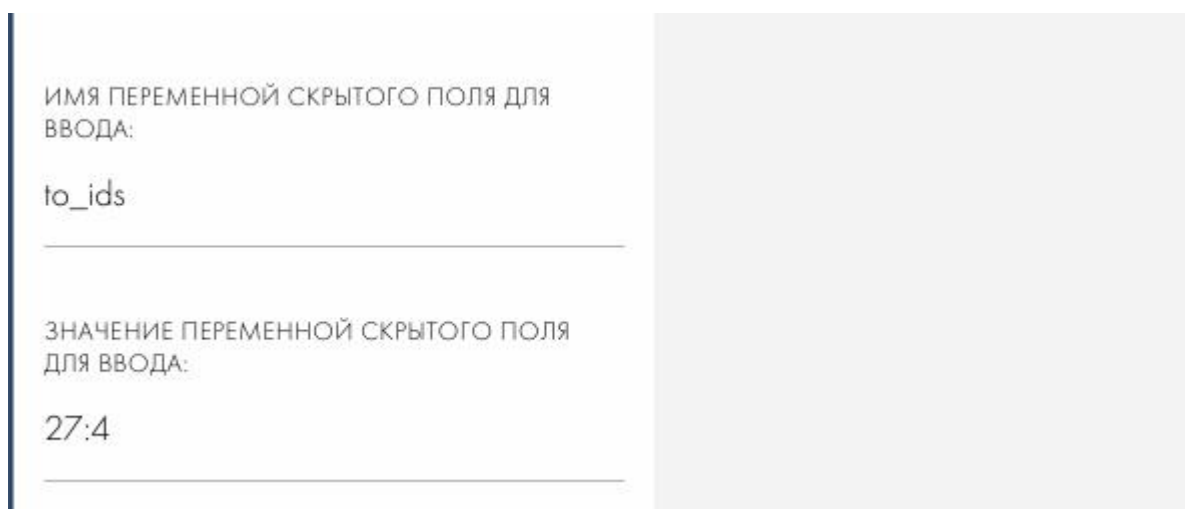
Простая форма

В случае с простой формой, состоящей из одного поля необходимо перейти на вкладку Настройки:



Имя переменной должно быть email или phone, оно не чувствительно к регистру, например EMAIL тоже будет работать.

Добавьте в "ИМЯ ПЕРЕМЕННОЙ СКРЫТОГО ПОЛЯ ДЛЯ ВВОДА" имя **to_ids** и запишите идентификаторы базы данных и ресурса. В примере 27 - идентификатор базы данных, а 4 - идентификатор ресурса:



Нажмите **сохранить и закрыть**. Опубликуйте страницу.

После публикации протестируйте лендинг, отправив в форму тестовые данные. Затем откройте Ваш проект > Заявки из форм

Date	Email	Data
15/06/2018 11:35	qeeqawewq@sdfsdfasfd.cc	to_ids: 27:4

На скриншоте пример успешно отправленной заявки, в случае если вы там видите ошибку, то необходимо проверить

- следующие моменты: URL в Webhook прописан верный и содержит верный API Ключ
- База данных существует и она выбрана в ресурсе, который вы используете
- для подписки. В форме присутствует поле email или phone

Дополнительно

Вы также можете передавать поле **matching**, как и в других API запросах на импорт, для уточнения способа идентификации профиля. По умолчанию используется email **матчинг**, который осуществляет поиск и по email профиля, и по email из подписок. При использовании **matching** типа **custom** необходимо передать поле, по которому осуществляется поиск в **field_name**.

Вместо использования to_ids, можно применять поля db_id и resource_id. Поля можно прописать в Webhook URL заранее, если вам необходимо с нескольких форм отправлять данные в одну базу данных или подписывать на один ресурс.

Любое поле должно соответствовать полю в БД, если хотите, чтобы оно было сохранено, в противном случае оно будет проигнорировано. Например поля **name** может не быть в базе данных, чтобы передать имя в БД Altcraft вам следует назвать поле **_fname** или добавить в базу данных поле **name**.

По умолчанию идентификатор формы передается и сохраняется в поле Поставщик (**_vendor**). Если вы хотите изменить это поведение, то добавьте скрытое поле **_vendor** с необходимым значением, тогда идентификатор формы будет проигнорирован. В системе также доступны отчеты по полю Поставщик.

Связи между профилями

Описание

Связи между профилями позволяют реализовать в платформе сложные бизнес-ориентированные стратегии взаимодействия с клиентами. Связь можно инициировать между профилями **в одной или двух разных базах данных**. При этом связь направлена от одного профиля к другому, таким образом у профиля клиента может быть два типа связей:

- **Прямая связь** - исходящая. Показывает, как один профиль относится к другим. Например, связи клиента-реферала с приведёнными им клиентами.
- **Обратная связь** - входящая. Показывает, отношение других профилей к текущему. Например, оценки клиентами качества работы агента или менеджера компании.

Отношение может быть выражено **свойствами** связи, принимающими числовые или булевы (ложь - истина) значения.

Наличие связей и значения их свойств используются в сегментации: для формирования **целевой аудитории кампании** - или **статической группы** клиентов.

Также значения связей могут быть добавлены в **шаблон сообщения** специальными переменными.

На повление или удаление связи может быть настроена **Триггерная кампания** или **Сценарий автоматизации**.

Объекты связей создаются в интерфейсе пользователя. Добавить, удалить, усилить или изменить связь вы можете как вручную, так и используя особые API запросы, описанные **в этом разделе документации**.

Создание и редактирование связи

В главном меню откройте раздел **Данные** и выберите пункт **Связи**. В списке отображаются существующие связи с информацией о создании и обновлении, а также о связанных базах данных. С помощью меню действий в правой части плитки вы можете редактировать, клонировать или удалить связь. Чтобы добавить новую связь между базами данных профилей, нажмите **Создать** в верхней части страницы:

The screenshot displays the 'Связи' (Connections) management interface. At the top, there is a search bar and a '+ Создать' (Create) button. The main area lists three connections:

- Клиенты - категории товаров**: Created 2023-03-13 06:28:08, updated 2020-03-15 05:12:06. Description: 'Отражает интерес клиентов к определённым категориям товаров. Используется для персональных подборок и рейтинга категорий.'
- Клиенты - менеджеры по продажам**: Created 2019-10-18 00:07:57, updated 2020-03-15 05:10:08. Description: 'Демонстрирует лояльность клиентов к тому или иному сотруднику отдела продаж. Позволяет подобрать наиболее эффективно о сотрудника для каждой части аудитории клиентов. Может использоваться финансовыми показателями и субъективными оценками.'
- Клиенты - филиалы компании**: Created 2019-10-17 00:27:32, updated 2020-03-15 05:09:34. Description: 'Связь показывает предпочтения клиентов к тому или иному филиалу компании. Может быть выражена приносимой прибылью, количеством посещений или оценками качества сервиса.'

Основные настройки

В основных настройках введите **название** и **описание** новой связи. Укажите также **Короткое имя** связи - оно будет использовано в **редакторе шаблонов** для подставления переменных, а также в **API запросах** управления связями.

Для каждой связи вы можете назначить **группу доступа** и добавить **тэги** для облегчения поиска и группировки записей.

Ниже выберите базы данных, профили которых необходимо связать:

- **База данных А** - содержит профили, к которым направлена связь. Например, менеджеры компании или филиалы, работу которых оценили клиенты. Иными словами - **объекты**.
- **База данных Б** - содержит профили, инициирующие связь. Например, клиенты, вносящие средства или оставляющие оценки качества сервиса. Иными словами - **субъекты**.

✔ Если вам нужно отразить взаимоотношения между профилями одной базы данных, выберите её и как **Базу данных А** - и как **Базу данных Б**.

Основные настройки

Название связи: * Короткое имя: *

Описание:

Установить группу: Теги:

База данных А: * 4 ▼ База данных Б: * 1 251 ▼

Свойства связи

Связи могут содержать **до 6 свойств**, отражающих метрики взаимоотношения профилей в связанных базах данных. Для каждого нового свойства введите **имя** - для отображения в списке и **короткое имя** - для шаблонов и API запросов.

Тип связи определяет данные, которые будут использоваться для взаимодействия:

- **Целое число** - любое целочисленное значение. Удобно для оценки качества или показателя лояльности.
- **Число с плавающей точкой** - число с дробной частью. Может использоваться для финансовых и иных точных показателей.
- **Boolean** - булево значение: ложь или истина, да или нет. Используется для регистрации разового действия, например посещения страницы или покупки.

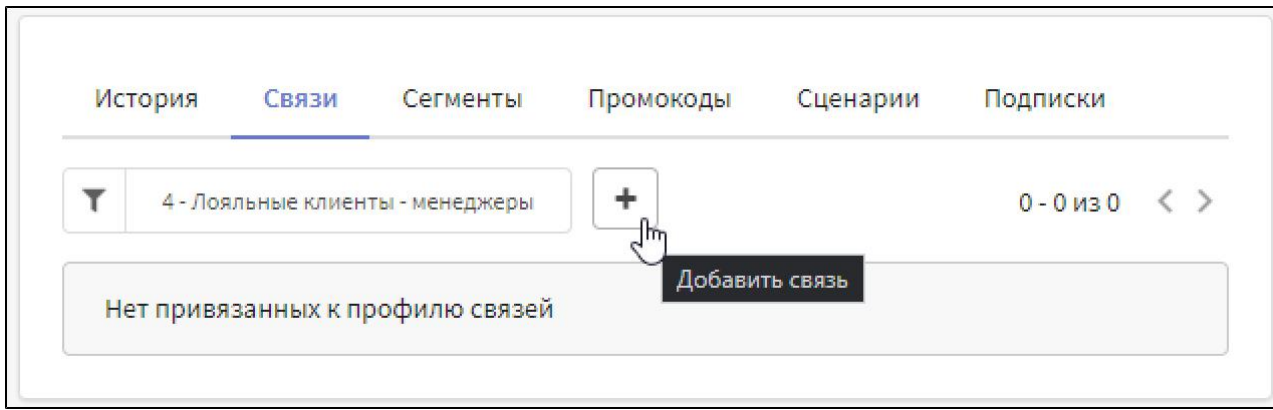
Для числовых типов в связи можно хранить статистику: **сумму** значений по добавленным связям, а также **топ** связей. **Направление сортировки** определяет, хранить в топе наибольшие (по убыванию) или наименьшие (по возрастанию) значения, а **лимит** устанавливает количество связей для статистики:

Свойства связи

Имя: <input type="text" value="Полученная прибыль"/>	Статистика свойства связи	<input checked="" type="checkbox"/> Хранить сумму	<input type="checkbox"/> Хранить топ
Короткое имя * <input type="text" value="profit"/>	Тип: * <input type="text" value="Число с плавающей точкой"/>	Направление сортировки: <input type="text" value="По возрастанию"/>	Лимит: <input type="text" value="от 1 до 20"/>
Имя: <input type="text" value="Оценка качества"/>	Статистика свойства связи	<input checked="" type="checkbox"/> Хранить сумму	<input checked="" type="checkbox"/> Хранить топ
Короткое имя * <input type="text" value="quality"/>	Тип: * <input type="text" value="Целое число"/>	Направление сортировки: <input type="text" value="По возрастанию"/>	Лимит: <input type="text" value="0"/>
Имя: <input type="text" value="Рекомендации"/>	Статистика свойства связи	<input type="checkbox"/> Хранить сумму	<input type="checkbox"/> Хранить топ
Короткое имя * <input type="text" value="recommend"/>	Тип: * <input type="text" value="Boolean"/>	Направление сортировки: <input type="text" value="По возрастанию"/>	Лимит: <input type="text" value=""/>

Добавление связи вручную

Откройте необходимый профиль подписчика в **Базе данных А**. На вкладке **Связи** отображаются доступные для профили текущей базы данных связи. Нажмите на кнопку с фильтром, чтобы открыть выпадающее меню. Выберите необходимую связь и добавьте нажатием на +.



В открывшемся окне выберите профиль **Базы данных Б**: для выборки используются стандартные правила, как при поиске или сегментации профилей:

Выбрать профиль

Источник

База данных

4 - Лояльные клиенты 1251 ▾

Условие

Отбор по: Email ▾

Условие отбора: равно ▾

Значение (x): example@example.com

+ Добавить правило + Добавить группу


Применить

Найдя нужный профиль, нажмите **Выбрать** в правой части плитки и введите необходимое значение (вес) свойств связи:

Введите вес связи (5c0a79fd8f66540ccccfc928)



profit	<input type="text" value="9000.01"/>
quality	<input type="text" value="10"/>
recomm...	<input type="text" value="истина"/>

После добавления связи в профиле станет доступна краткая сводка и топ по свойствам связи, а также список связанных профилей из **Базы данных Б**. Вы можете изменить вес связи или удалить связь, воспользовавшись выпадающим меню в правой части записи:

Топ по связи #6 Лояльные клиенты - менеджеры	
Лояльность	2 / 17
Прибыль	2 / 9 327.22
 Никита Рязанский #4 Лояльные клиенты	9000.01

История **Связи** Сегменты Промокоды Сценарии Подписки

6 - Лояльные клиенты - менеджеры + 1 - 2 из 2 < >

 Никита Рязанский #4 Лояльные клиенты Прибыль: 9 000.01 Лояльность: 10	<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; background-color: #f9f9f9;"> <p>✎ Редактировать</p> <p>✕ Удалить</p> </div>
 Алиса Селезнёва #4 Лояльные клиенты Прибыль: 327.21 Лояльность: 7	

Сегментация по связям

Связи могут использоваться при выборке аудитории клиентов: как в [динамических](#), так и в [статических](#) сегментах. При этом доступны правила, проверяющие наличие или отсутствие прямых или обратных связей между профилями.

Дополнительно можно добавить проверки определённых

- свойств связи: ложь или истина - для булевых свойств
- больше/меньше, больше/меньше или равно, равно/не равно - для числовых свойств

В правиле сегментации выберите наличие или отсутствие **прямой или обратной** связи, и добавьте необходимые параметры.

- ✓ Например, с помощью такого правила вы можете создать сегмент агентов или менеджеров компании, которые заключили сделки больше, чем на 9000.

Условие

Отбор по	Условие отбора	✕
Связь	наличие обратной связи	
Связь:	Сегмент: ⓘ	
6 - Лояльные клиенты - агенты компании	не учитывать	
Прибыль:		
больше или равно	9000	
Лояльность:		
не учитывать	12345	

Запуск триггеров и сценариев

Изменение связи между профилями может быть использовано как событие для запуска [триггерной кампании](#) или [сценария](#) автоматизации.

Триггер может запускаться при изменении как **прямой**, так и **обратной** связи между профилями. При этом может учитываться **появление, изменение** или **удаление** связи, а также достижение свойством связи заданного в триггере значения:

Тип события	Подождать дней	Подождать час.	Подождать мин.
При изменении связи	0	0	0
Тип события:	Связь:	Направление связи:	База данных:
Появление связи	6 - Лояльные клиенты - менеджеры	Прямое	8 - Отдел продаж
Прибыль:			
больше или равно	9000		
Лояльность:			
не учитывать	12345		

✔ Например, если у вас есть реферальная программа, вы можете настроить две разные последовательности:

- первую для клиента-реферала. В сценарии или триггере нужно выбрать запуск при появлении прямой связи - когда реферал передаёт другому клиенту токен участия в реферальной программе. Прямая связь здесь будет учитывать всех приведённых рефералом клиентов. В свойствах связи можно учитывать приносимую рефералом прибыль. Например, вы можете назначать разные бонусы при покупках на разную сумму.
- вторую - для приведённых клиентов. Как условие запуска тут будет выступать появление обратной связи. Использовать такой триггер или сценарий вы можете для предоставления клиентам бонусов и предложения участия в реферальной программе.

Свойства связи в шаблонах сообщений

В шаблоне сообщения можно вывести значения свойств связи: сумму, количество или топ записей. В **меню переменных** выберите прямую или обратную связь - и необходимое значение для подстановки.

- ✓ Например, для онлайн-центра обучения можно уведомлять методистов о том, сколько часов лиенты провели, обучаясь у тех или иных инструкторов, а для клиентов - предоставлять актуальное расписание предпочитаемых ими инструкторов.

HTML ВЕРСИЯ ПИСЬМА

B I U ☰ ☰ 🌐 🏠 🔗 utm 📄 ⏪ 🗑️ ↩️ 🔍 📄

```

1 <!DOCTYPE html>
2 <html lang="ru" xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml" x
3 <head>
4   <meta charset="utf-8">
5   <meta name="viewport" content="width=device-width">
6   <meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=edge
7   <meta name="x-apple-disable-message-reformatting">
8   <title>Возможности редактора сообщений</title>
9   <style>
10    html,
11    body {
12      margin: 0 auto !important;
13      padding: 0 !important;
14      height: 100% !important;
15      width: 100% !important;
16    }
17    * {
18      -ms-text-size-adjust: 100%;
19      -webkit-text-size-adjust: 100%;
20    }
21    div[style*="margin: 16px 0"] {
22      margin: 0 !important;
23    }

```

- Данные профиля ▶
- Подписки ▶
- Внешний JSON ▶
- Фрагмент ▶
- Промокод ▶
- Прямая связь ▶
- Обратная связь ▶
 - 6. Лояльные клиенты - менеджеры ▶
 - 3. Клиенты - категории товаров ▶
 - 2. Клиенты - менеджеры по продаж.. ▶
 - 1. Клиенты - филиалы компании ▶
- Дата и время ▶
- Функции вывода ▶
- Шифровать ▶
- Логические выражения ▶
- Части ▶
- Параметры ▶
- Служебные ▶
- Трекинг ▶

ТЕКСТОВЫЙ РЕДАКТОР

Переменные связей также можно вставить вручную, используя следующий скрипт редактора:

{relation.[короткое_имя_связи].[direct для прямых или reverse для обратных].[имя_свойства].[count - количество, total - сумма, top - топ связей]}.

Количество прямых связей со свойством profit:

```
{relation.managers_loyal.direct.profit.count}
```

Топ обратных связей со свойством profit. Используется цикл для вывода нескольких значений.

- ✓ Цикл подставляет данные тех профилей, которые указаны в связи - а не из базы данных, по которой отправляется кампания. Таким образом, если вы отправляете письмо своему агенту, в нём могут быть использованы личные данные клиентов, хранящиеся в отдельной базе данных.

```
{for $index $item = relation.managers_loyal.reverse.profit.top}
{$item.lead_fname} {$item.lead_lname} ({$item.value} profit)
{else} There is no 'profit' for you :(
{end}
```

Сумма значения свойства profit для прямой связи:

```
{relation.managers_loyal.direct.profit.total}
```

Каналы коммуникации

Связь с клиентами

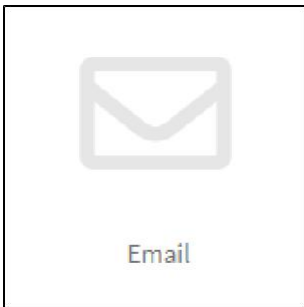
В платформе Altcraft Platform по умолчанию доступно 3 канала связи: **Email, SMS и Push** - браузерные и мобильные. В той или иной конфигурации платформы вам могут быть доступны пользовательские (кастомные) каналы, например, мессенджеры или баннеры. В этом разделе собрана информация по настройке и отладке каналов коммуникации с клиентами.

Клиенты, профили которых попадают в **Базу данных**, подписываются на получение контента от определённого **Ресурса** - по одному или нескольким каналам связи.

Каждая **Кампания** в Altcraft Platform отправляется **по одному** из каналов связи. Для проведения омниканальных каскадных кампаний используются **Сцен арии** - цепочки автоматизации. В качестве контактных данных используются **подписки клиентов** на ресурс.

Контент для **всех каналов** связи хранится в **Шаблонах сообщений**. Кампании по разным каналам связи используют один шаблон, что позволяет быстрее отслеживать события в омниканальных коммуникациях.

Email



Электронная почта позволяет отправлять клиентам наибольшее количество контента, так как в письме могут использоваться различные элементы графического оформления, а также интерактивные элементы, повышающие уровень вовлечённости клиентов. Для проведения Email рассылок вам потребуется домен отправки. Необходимо указать в **Ресурсах**, использующих Email канал.

✔ Организуйте свою первую Email рассылку с помощью **Пошагового руководства!**

✔ **В этой статье** собраны рекомендации по взаимодействию с почтовыми провайдерами во время проведения массовых рассылок.

SMS

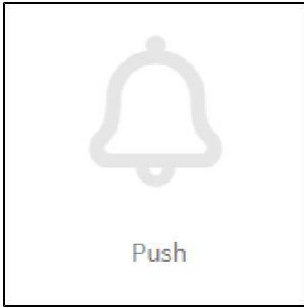


Сервисы коротких сообщений помогают эффективнее всего организовать транзакционные уведомления, так как для получения SMS клиенту достаточно оставить вам свой номер телефона. Все сообщения так или иначе открываются, в отличие от Email. Отправку SMS осуществляют операторы сотовой связи. Они же регламентируют использование **CALLER ID**, который необходимо указать в **Ресурсах**, использующих SMS канал.

✔ Организуйте свою первую SMS рассылку с помощью **Пошагового руководства!**

✔ **В этой статье** собрана информация о готовых интеграциях с SMS шлюзами.

Push



Push уведомления гораздо выгоднее SMS, так как их отправка фактически ничего не стоит. В то же время, с помощью мобильных и браузерных уведомлений можно существенно увеличить вовлечённость клиентов.

✔ Для работы с Push каналом необходимо активировать его в [Панели администратора](#).

✔ Организуйте свою первую Web-push рассылку с помощью [Пошагового руководства!](#)

✔ Руководство по организации рассылки в мобильные приложения вы найдёте [по этой ссылке!](#)

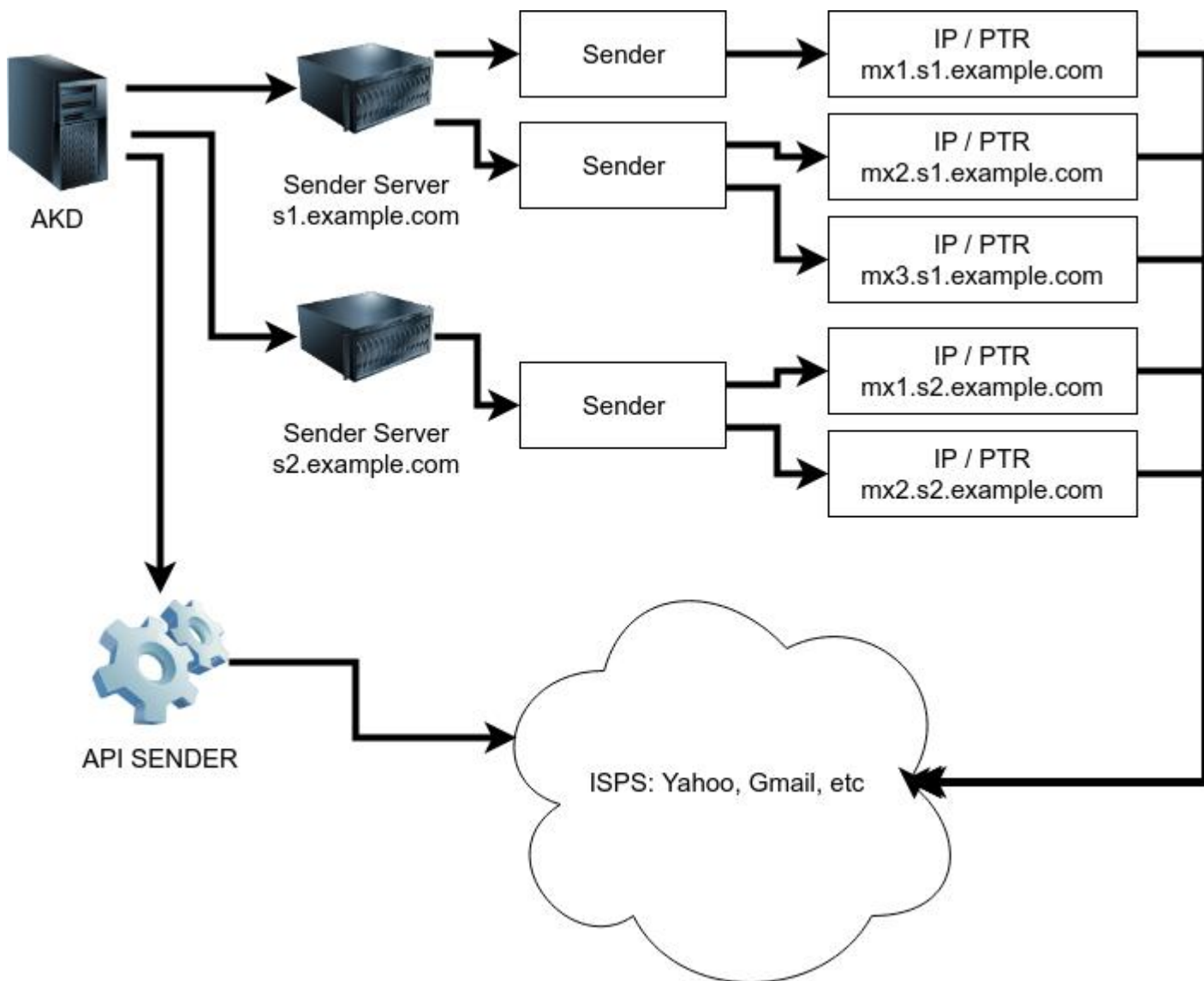
Email: Рекомендации по взаимодействию с ISP

Инфраструктура

AKD позволяет весьма гибко настраивать потоки отправки. Вы можете включать новые сендеры в систему в любой момент. Это может быть необходимо для:

- оптимизации доставки в папку
- входящие обхода блокировок
- ускорения доставки для определенных
- категорий писем сокращения расходов на отправку

Для развертывания инфраструктуры рекомендуется выбрать отдельный от from домен (здесь и далее - сендер домен). Это удобно если вы захотите использовать несколько разных from доменов, но не обязательно. В любом случае для каждого рассылочного IP адреса вы должны будете выбрать какой-либо поддомен, для идентификации, регистрации PTR и составления SPF записей.



Здесь и далее содержится информация только рекомендательного характера, настройку инфраструктуры можно вести также по собственным наработкам. Но мы крайне рекомендуем изучить всю информацию в этом документе.

Для каждого IP заведите отдельную A запись на сендер домене:

Домен	Тип	Запись
mx2.s1.example.com	A	1.1.1.1
mx2.s1.example.com	A	1.1.1.2

Настройка обратной зоны (PTR)

Обязательной составляющей любого отправителя является настройка обратной зоны. Каждый отправляющий IP должен такую зону иметь, и правильно сделать ее ссылающейся на сендер домен.

Обратную зону обслуживает владелец IP адресов. Если она вам не делегирована, то необходимо отправить запрос в техподдержку провайдера для добавления или изменения записей.

Например у вас есть сервер (s1), имеющий несколько IP адресов (1.1.1.1 и 1.1.1.2), тогда для вашего домена (example.com) заводятся следующие записи:

Домен	Тип	Запись
1.1.1.1.in-addr.arpa.	PTR	mx1.s1.example.com
2.1.1.1.in-addr.arpa.	PTR	mx2.s1.example.com

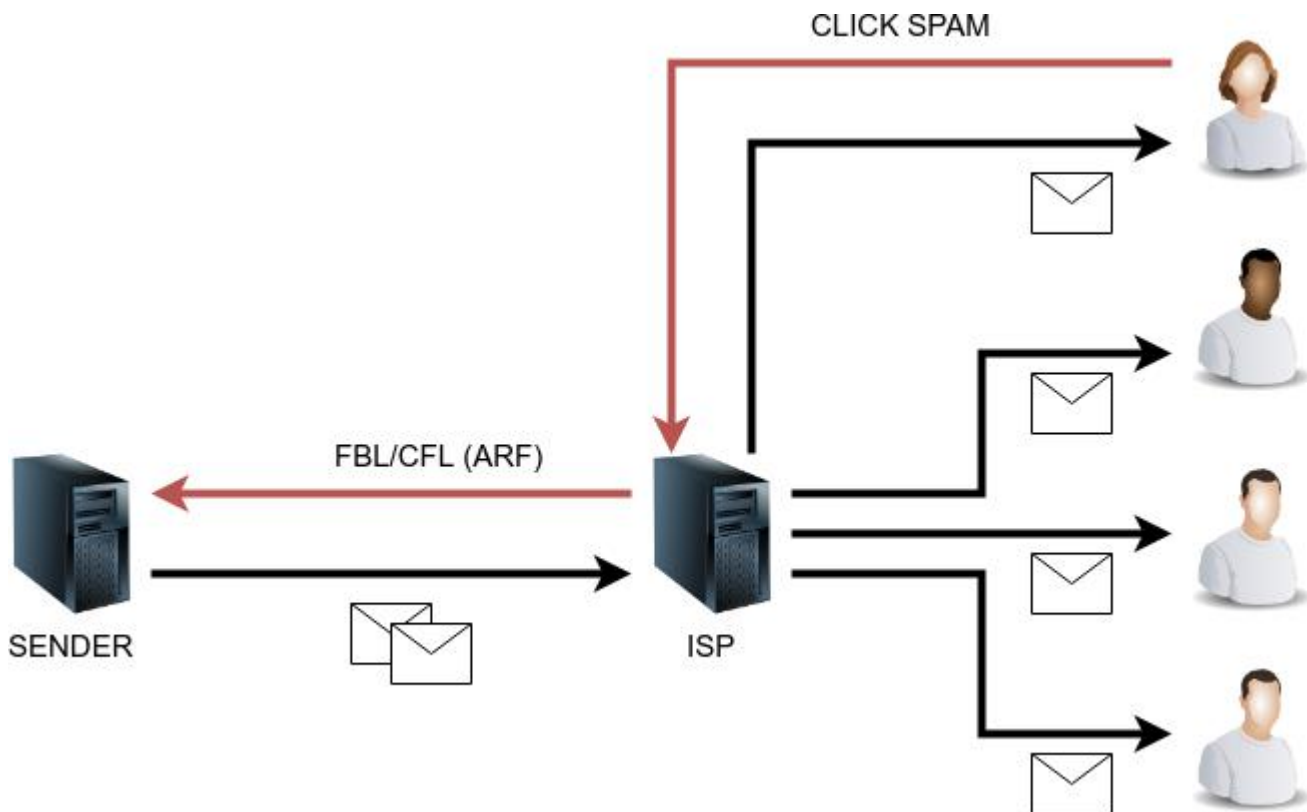
Обратите внимание что IP адрес в имени домена перевернут, это необходимо для возможности делегирования поддомена конечному владельцу / арендатору.

Настройка сервера входящей почта для FBL/CFL

FBL/CFL (FeedBack Loop) – это стандарт выдачи информации о жалобах на спам от провайдера услуг электронной почты отправителю писем. Крайне рекомендуется пользоваться этой технологией на всех ISP где она доступна в том или ином виде. Обычно сервис формирует отчет в специальном формате ARF (Abuse Reporting Format), который содержит исходное письмо и электронный адрес пользователя, а также другие данные позволяющие отправляющей стороне среагировать (пометить жалобу в статистике, деактивировать подписчика).

FBL поддерживает большинство крупных мировых email-провайдеров, таких, как Hotmail, Yahoo и AOL. Для использования FBL обычно необходимо указать и подтвердить электронный адрес с того же домена (на него будут приходить отчеты), и подтвердить диапазон IP-адресов, с которых вы отправляете почту. В случае с Microsoft, например, необходимо еще заключить специальный договор.

Gmail не предоставляет FBL, но использует специальный заголовок List-Unsubscribe для отписки пользователя от рассылки. С помощью этого заголовка можно создать аналог FBL, отслеживая на своей стороне, какие письма кому были отправлены.



Для того чтобы полностью реализовать этот стандарт, необходимо настроить сервер входящей почты на отправляющем домене.

i Вы можете использовать для этой цели существующий корпоративный сервер, обслуживающий почту по протоколу POP3 и SMTP. Отправляющий домен может отличаться от вашего from домена, он однозначно указывается в настройках сендера.

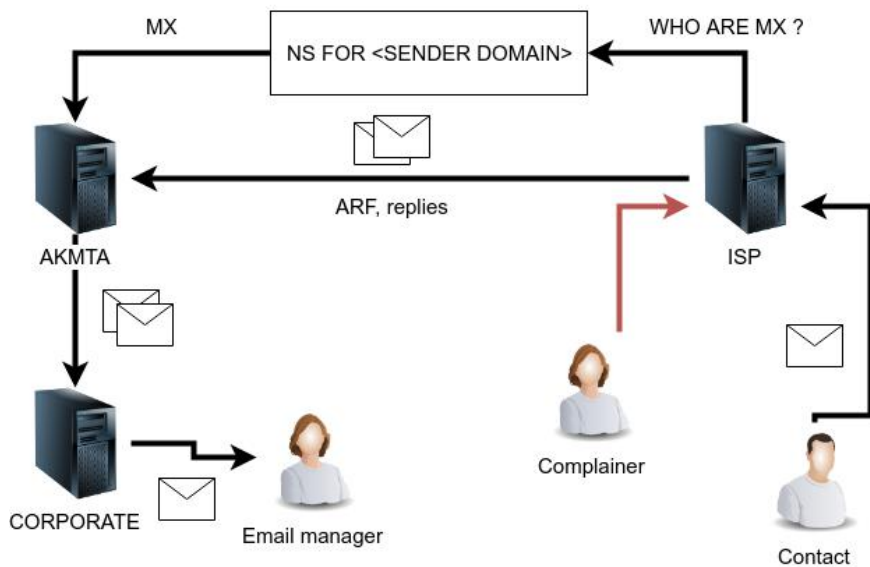
Мы рекомендуем настройку минимум трех ящиков:

Ящик	Назначение
abusemaster@<domain>	Автоматические ARF отчеты
postmaster@<domain>	Письма подтверждения; необходим при регистрации FBL
abuse@<domain>	Ящик рекомендуемый к использованию abuse.net

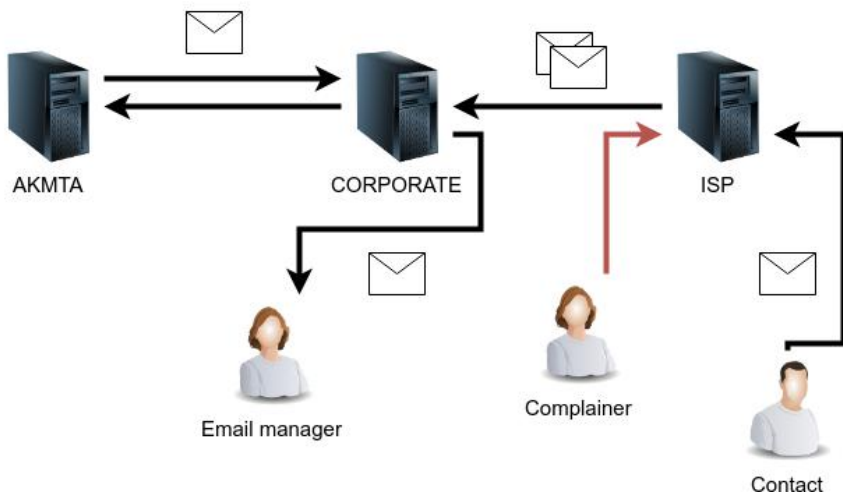
В АКМТА сендер уже встроен сервер входящей почты. Вам необходимо указать на NS домена что его почту обслуживает хост (MX) настроенный в АКМТА. Таким образом он будет получать всю почту для любых ящиков этого домена. Почта не содержащая ARF отчетов будет переправлена на ящик указанный в конфиге.

Если такой вариант вам по каким-то причинам не подходит (основной домен, корпоративные политики), то необходимо все равно организовать поддомен для обслуживания почты на АКМТА и перенаправлять туда сообщения с abusemaster@ ящика основного домена. Обе схемы изображены на рисунке.

DIRECT (WITHOUT REDIRECTS)



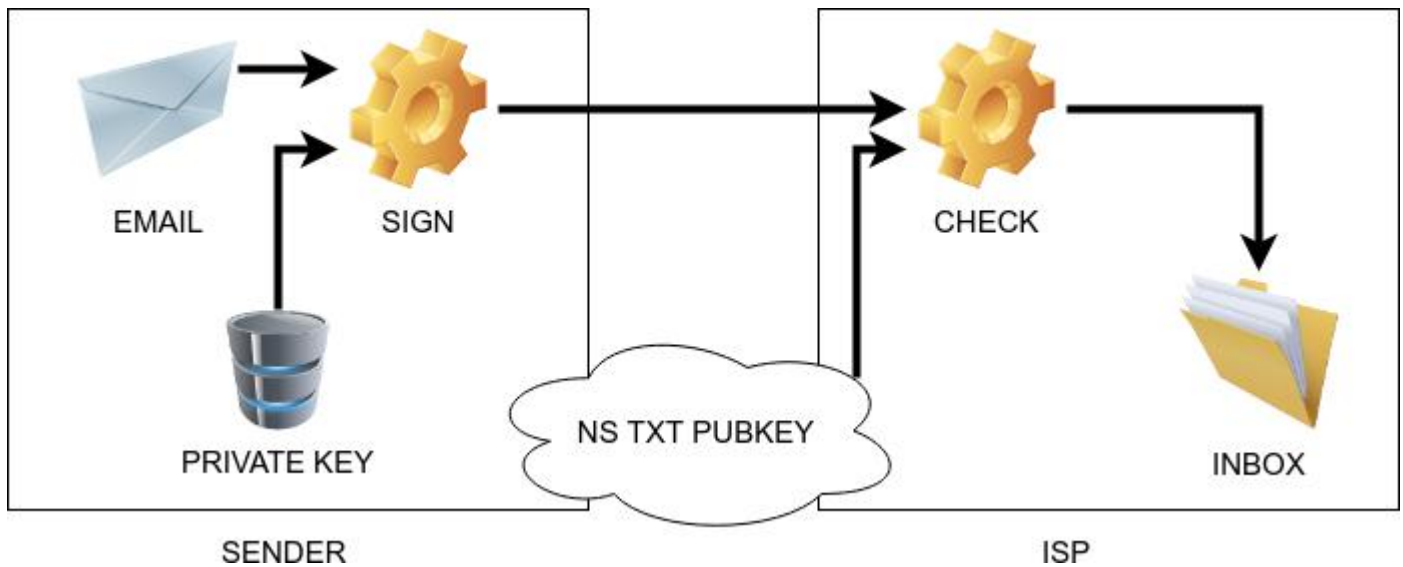
OWN MX (WITH REDIRECT)



Настройка цифровой подписи (DKIM)

Технология DomainKeys Identified Mail (DKIM) добавляет в письмо цифровую подпись, связанную с From доменом. Подпись автоматически проверяется на стороне получателя, после чего используется для уточнения репутации и помечается для пользователя.

Для подписи письма используется приватный ключ, который устанавливается на стороне отправщика и более никому не известен. Публичный ключ располагается в виде специальной TXT записи на поддомене From домена. Поддомен выбирается исходя из используемого селектора. Селекторы выбираются самостоятельно отправщиком, рекомендуются делать селектор уникальным для одного ключа, чтобы несколько отправщиков могли использовать свои собственные ключи. На данный момент в технологии чаще всего используется RSA-SHA256 и RSA-SHA1 алгоритмы. Рекомендуемая длина ключа - 1024 бит.



Проверить наличие ключевой записи на домене можно командой dig:

```
dig TXT ak1024._domainkey.aksend.net +short #
"v=DKIM1; k=rsa; p=MIGfMAOG..... QAB"
```

Создать DKIM ключ для AKMTA сендера можно из панели администрирования системы. Затем ключ и селектор нужно будет указать в настройках сендера.

Dashboard Accounts Setup ▾ Create ▾ MTA ▾ Tools ▾ 192.168.122.150

Private Key #n

Name:

Type:

- Tariffs
- Configs
- Senders
- Admins
- Nodes
- Keys

[Generate new key pair](#)

OR PASTE KEYS

Public Key:

Private key will be shown only at the first time, if you are need to save it, take this action now!

Private Key:

-----BEGIN RSA PRIVATE KEY-----
 MIICXglBAAKBgQCwatH+vf6VqQjkqmGx0hKZ0SjuGeduVL+GUV9IFdQMgsYHnrjz
 HUHiG8L+n60WPqnDwo+oMvXHbF1ev5I6WAL4n7rDTkrDuhk9wxU4yuRfeqx8q6QR
 BSZdDXBb2EBy4vUEVukqmd15xzKx5YRKUCKgaQ0u//6X8tjZinOKCPyQIDAQAB
 AoGBAKYy09qsyqXbNJGXlaoPqY5WY5RmKux7WkqDZivWxl0uXJ8SOHfa63DUZPm
 gX0vU2ckZ4mhWIGiyON1viBQwZo97BeN9qCUzzWGuvRD1+mpAdMtIWxbyoljUu9
 7tGt25W/w56WR+rKXKcZm0NL6Z5fv/e2T8lYDp1N3RAyHHqxAkEA5VzMYiYsq2Tj
 0yK2qlHZc0aw2/Vx/BZBoZzCyG1SuxhWYQn8fDb0GbuHF4ppCLtFtFnSTJWB6cwT
 izYTon80VwIRAMTb5ernoev77uKqg0e0a1Bcln64mK0mtuA3zi9hCul/Upbnz1S

Save
Cancel

Настройка Sender Policy Framework

Sender Policy Framework (SPF) - технология позволяющая проверить не подделан ли домен отправителя. Добавляет на отправляющий домен (сендер домен, фром домен) специальную TXT запись, которая определяет политику разрешения отправки этого домена с различных хостов.

Помимо перечисления IP адресов можно использовать директиву include, позволяющую забрать правила с другого домена. Её имеет смысл использовать если для отправки используется множество доменов, а IP сендера иногда меняются. Также имеются директивы a, mx, ptr и прочие.

Мы рекомендуем добавлять минимум три записи для разных версий протокола:

Тип	Пример содержимого
SPF	spf2.0/pra include:spf.aksend.net ip4:A.B.C.D -all TXT
	spf2.0/pra include:spf.aksend.net ip4:A.B.C.D -all TXT v=spf1
	include:spf.aksend.net ip4:A.B.C.D -all

В примере разрешается использование хостов домена spf.aksend.net, а также IP адреса A.D.C.D. Директивой ip4, вы можете перечислять как каждый IP так и целую подсеть. -all однозначно указывает на то что отправка с других хостов не будет валидной. Если вы хотите разрешить отправки с любых хостов используйте +all (не рекомендуется). Проверить наличие и содержимое SPF записей можно также командой dig.

Типичная стройка From домена

Учитывая все вышеописанное, на вашем From домене должен оказаться примерно следующий набор записей:

Поддомен	Тип	Запись	Комментарии
	SPF	spf2.0/pra include:spf.aksend.net ip4:A.B.C.D	Данный тип записи возможно не получится добавить на домен, так как он считается устаревшим. В таком случае просто пропустите его добавление, мы указываем его для дополнительной
	TXT	spf2.0/pra include:spf.aksend.net ip4:A.B.C.D	В случае, если домен уже используется для рассылок, то необходимо добавить в SPF правило существующие рассылные ресурсы (IP-Адреса)
	TXT	v=spf1 include:spf.aksend.net ip4:A.B.C.D	
tr	CNAME		
_dmar	TXT	v=DMARC1; p=none; rua=mailto:dmarc@example.com;	Укажите email ответственного лица за
_domainkey	TXT	o=-;	
_policy. _domainke	TXT	o=-	
ak. _domainkey	TXT	v=DKIM1; k=rsa; p=MIGfMA0GCSqGSIb3DQEBAQUAA4GNADCBiQKBgQCldFYh3Rfrmeov+WqYYpwwfW2bVUzxXPY9dSVoUCGLKcn+vgY/pdKlIBFitkvZJXGLnHqreqwGzoriEWf9ZRd+cL2LdA4UrDKheMeorBd2NSIqihkTakz8PA+SIBFxFGm2Z0Krh5ZDF2NtFVhtD4YvqmrFqk2muzZ0tFEko8zP30wIDA	

Здесь для примера казан домен **example.com**. А все записи предназначены для рассылок через облачный сервис **ru.altcraft.com**.

Обратите внимание, что если вы захотите использовать поддомен для отправки писем через Altcraft, например ak.example.com, то все записи необходимо заводить именно на поддомене ak (например trk.ak CNAME ...). При этом на корневом домене example.com SPF и policy записи не должны запрещать отправки с поддомена.

Репутация отправителя

Репутационная составляющая самая важная для доставки в инбокс. Правильная настройка не гарантирует вам 100% доставку. Поэтому важно следить за всеми составляющими процесса.

Репутация затрагивает в отдельности и совокупно следующие

- сущности: Sender IP
- Sender domain
- From domain
- From email
- Tracking IP
- Tracking domain

Чистота данных - вы должны знать откуда к вам приходят пользователи и быть уверены что данные верные и свежие. Обязательно делайте валидацию email адреса на формах. Если вы работаете со схемой double optin, это многократно увеличивает ваши шансы на то что попавшие к вам лиды не создадут проблем. Все проблемы с чистотой данных делятся на несколько видов:

HardBounces. Емейлы на которые доставка невозможна по причине отсутствия такого емейла или домена. Большой hardbounce rate говорит о том что данные не актуальны. Нормально держать этот показатель около 0.5% от всех отправленных писем.

Spamtraps. Почтовые провайдеры могут добавлять в публично доступные листы специальные адреса для отлова недобросовестных отправителей. В таком случае если вы отправляете письмо на такой адрес, это однозначно определяет вас как недобросовестного отправителя и может вызвать потерю репутации домена и IP. В некоторых случаях особо старые ящики становятся такими ловушками. Это еще одна причина не рассылать письма старым, давно неактивным подписчикам.

Complaints. Большинство крупных почтовых провайдеров ввели кнопку “Это спам”. Такая кнопка не только перекладывает письмо в папку “Спам”, но и учитывается при расчете репутации в сильной мере, в не зависимости от того настроили вы FBL или нет. Обычно не рекомендуется превышать этот показатель более чем на 0.10% от отправленных писем. Мы рекомендуем не превышать его в среднем на 0.07%, так как могут возникнуть всплески жалоб от отдельных кампаний. Чтобы сократить этот показатель нужно повышать узнаваемость письма подписчиком, не затрагивать в содержимом писем темы, обсуждение которых может показаться неприятным для ваших подписчиков.

Abuse. Некоторые пользователи могут написать жалобу владельцу хостинга, IP или доменов которые вы используете. Также есть организации в сети следящие за соблюдением правил, например SpamCop. Сложно избежать подобных жалоб, и даже единицы их могут вызвать негативные последствия (отзыв IP, делегирование доменных зон). Скорее всего хостер потребует от вас подтверждение того что подписчик действительно дал согласие на подписку (оптин информацию). Поэтому важно хранить точную дату и время подписки, IP с которого она была совершена и URL по которому она была совершена.

Behavioral. Помимо кнопки “Это спам” провайдеры могут учитывать поведение пользователя при просмотре письма. Например переход по ссылке добавит положительный скоринг к вашей репутации. Рекомендуется максимально вовлекать подписчика в обратную связь с отправителем.

SoftBounces. Большое количество 4XX ошибок вызванных из-за неадекватной реакции на них могут вызвать снижение репутации IP. Необходимо грамотно установить правила блокировки и досыла писем.

Content. Содержимое писем также оказывает влияние. Наличие ссылок на скачивание вредоносных программ, запрещенный контент (содержимое) - может вызвать негативные последствия как для доменов так и для IP.

SMS: Готовые интеграции

Описание

Altcraft Platform использует интеграции со шлюзами операторов сотовой связи для отправки SMS подписчикам. Если готового решения на данный момент нет - мы можем разработать его в рамках пилотного проекта. Подробнее вы можете узнать, написав на team@altcraft.com.

Готовые интеграции

Для **SMS** доступны следующие готовые интеграции:

- **SMS.ru** - интеграция с SMS шлюзом от "СМС-Центр". Ссылка на документацию:
- <https://smc.ru/api/> **SMSimple.ru** - интеграция с SMS шлюзом от "Юлабс". Ссылка на документацию: <http://www.smsimple.ru/api/>
- **BulkSMS.com** - интеграция с SMS шлюзом от "Celerity Systems". Ссылка на документацию:
- https://www.bulkSMS.com/developer/json/v1/#_Zagruzka - интеграция с SMS платформой Zagruzka. Ссылка на документацию:
- <https://docs.zagruzka.com/pages/viewpage.action?pageId=327775> **Devino** - интеграция с API многофункционального шлюза Devino telecom. Ссылка на документацию: <https://docs.devino.online/ru/>

Настройка отправки

Чтобы начать рассылать SMS, [настройте сендер](#) в Административной панели платформы, добавив учётную запись вашего провайдера:

Sender #new

Name:


Type:
SMS: SMS.ru API

Login:	Password or MD5 hash:
<input type="text"/>	<input type="text"/>

Await delivery (seconds):

Once the password is set it will not be displayed

Assigned accounts:

 В платформе также предусмотрена интеграция с оператором **Faktura**. Напишите в нашу службу поддержки, чтобы узнать подробности: team@altcraft.com.

После этого добавьте правила отправки SMS настроенного сендера в один из [виртуальных отправщиков](#):

Rules for SMS senders

+ Add rule

Rule:

Default (match all)

Selected sender:

95 - Event generator

evgen

Percent:

100

Override "From name":

✖ Remove sender

+ Add sender

✖ Remove rule

↑ Move up

↓ Move down

После согласования с провайдером CALLER ID укажите его в [Ресурсе SMS подписок](#):

Email

SMS

Настройки SMS

Caller ID:

AWESOME

Web push: настройка и подключение

✔ Настройка **мобильных Push уведомлений** описана в соответствующей статье.

Описание

Web-push - уведомления, которые вы можете отправлять в десктопные и мобильные браузеры ваших клиентов. При подписке они отображаются по мере получения в центре уведомлений операционной системы - в углу или верхней части экрана - даже если окно браузера не активно:

Настройка web push зависит от поддерживаемых браузеров:

- **Mozilla Firefox** - доступна отправка напрямую (SDK встроен в браузер).
- **Google Chrome, Mozilla Firefox** и **Opera** - уведомления отправляются через **Google Firebase**
- **Cloud Messaging, Apple Safari** - для уведомлений настраивается Apple Push Notification Service.

i Google Cloud Messaging больше не доступен в платформе в связи с его [миграцией в Google Firebase!](#)

Технические настройки

Убедитесь, что ваш веб сайт работает [по протоколу HTTPS](#). В системе Altcraft Platform должны быть [настроены web пиксели](#).

Необходимо активировать push уведомления и pixel в интерфейсе администратора для аккаунтов, с которых планируется отправка.

The screenshot shows a configuration panel for push notifications. It includes several checkboxes: 'Enable AK Pixel' (checked), 'Enable push channel' (checked), 'Enable email web versions' (checked), and 'Capture email replies' (checked). There is also an unchecked checkbox for 'Always save email web versions'. A text input field for 'Custom pixel and pushes domain' contains 'pxl.example.com'. A numeric input field for 'Days to keep email web versions' contains '30'.

Дополнительные настройки для браузеров:

Apple Safari

```
"APN_WEB_SITE_PUSH_ID": "web.com.example.org"  
"APN_CERT_FILEPATH": "/data/apple/certificate_file_with_password.p12"  
"APN_CERT_PASSWORD": "Password123"  
"APN_CERT_INTERMEDIATE_FILEPATH": "/data/apple/Apple Worldwide Developer Relations Certification Authority.pem"
```

Google Chrome

```
"GCP_PROJECT_IDENTIFIER": "388786236416"  
"GCP_API_KEY": "KUssRISDgXWeAfFCs8IxLrkzdwKTZ4VomqoRW0d"  
"GCP_CONFIRMATION_FILE_NAME": "googles4162277110id2v0.html"  
"GCP_CONFIRMATION_FILE_PATH": "/data/google_chrome/googles4162277110id2v0.html"
```

Настройка Web Push в интернет браузерах

Предварительная подготовка

- В системе Altcraft создайте или выберите [базы данных](#), в которых будут храниться подписчики на push уведомления. Выберите [Ресурс](#) для Push подписок или создайте новый

Основные

Название ресурса: *

Описание:

Установить группу: Задать политику отправки для ресурса:

Базы данных: *

URL вебсайта, формы или приложения: *

 Трекинг домен по умолчанию: *

[Добавить дополнительные URL](#)

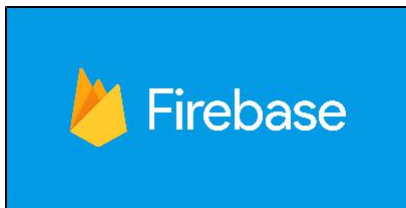
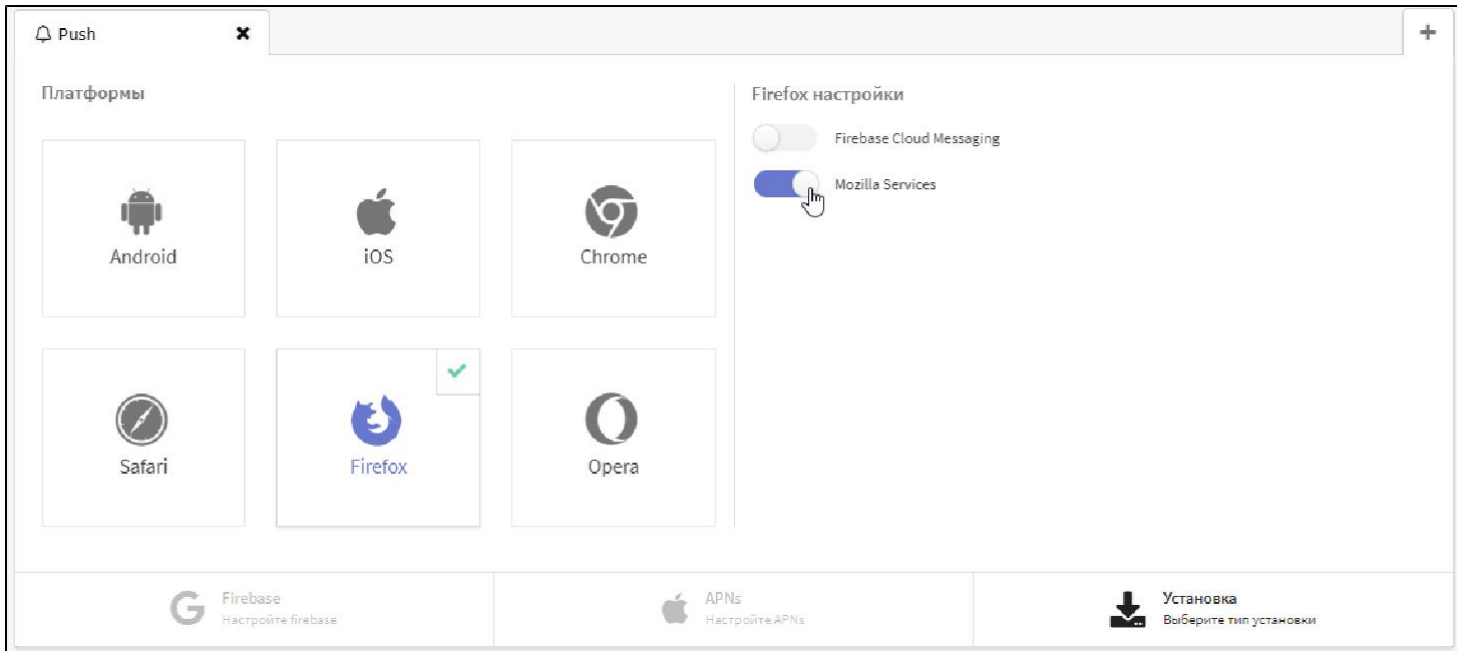
- Введите название и описание ресурса
- В поле "URL вебсайта, формы или приложения" укажите адрес сайта, с которого отправляются уведомления
- В поле "Трекинг домен по умолчанию" укажите домен, на котором запущен трекинг Altcraft

Ниже описана настройка push уведомлений в ресурсе для поддерживаемых платформ:



Mozilla Services

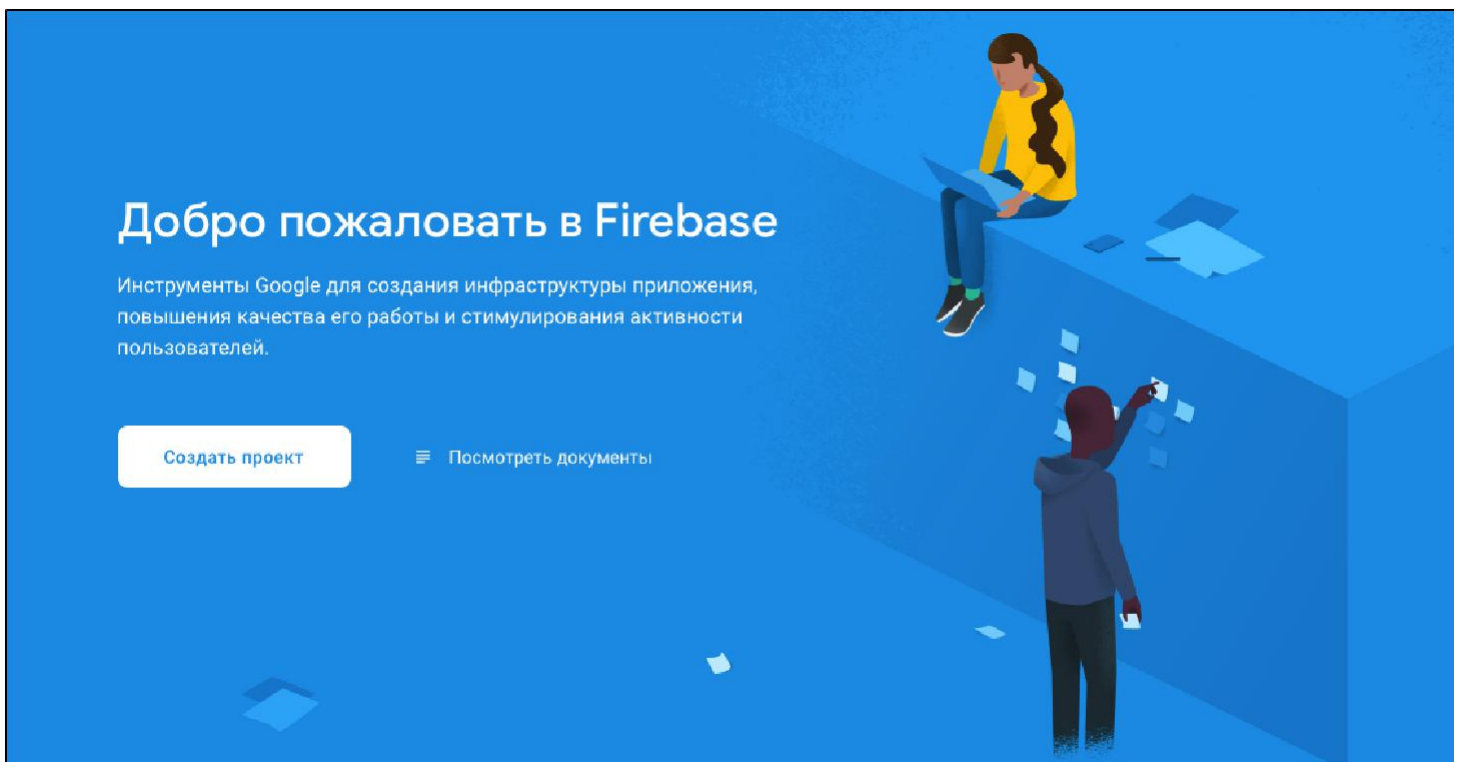
Для того, чтобы отправлять push в Mozilla Firefox достаточно активировать "Mozilla services" в блоке "Firefox настройки"



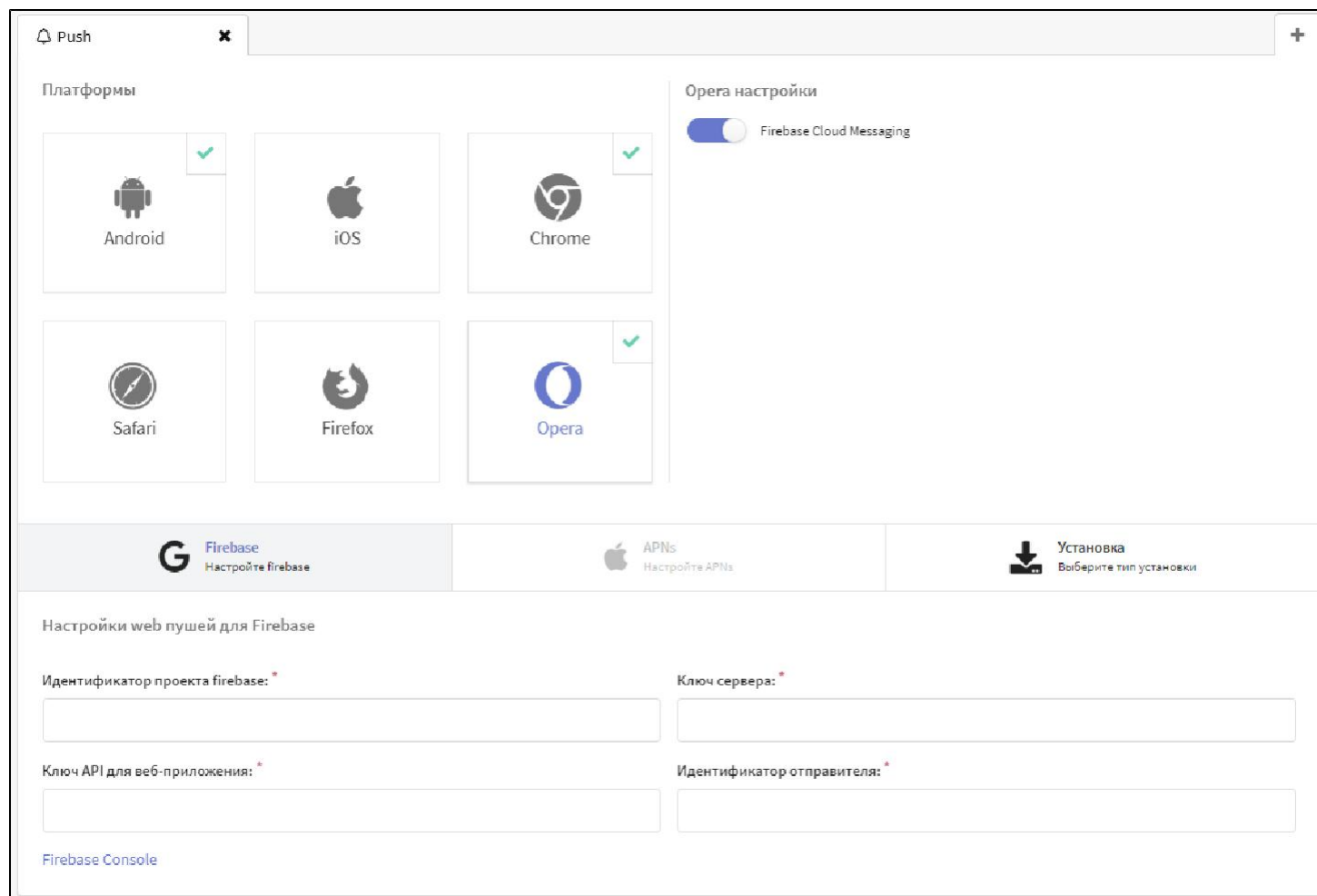
Firebase Cloud messaging

Для отправки Web Push в браузеры Mozilla Firefox, Opera, Google Chrome необходимо предварительно настроить проект в [Firebase Console](#).

Создайте учётную запись в Google Firebase и зарегистрируйте свой сайт или приложение.

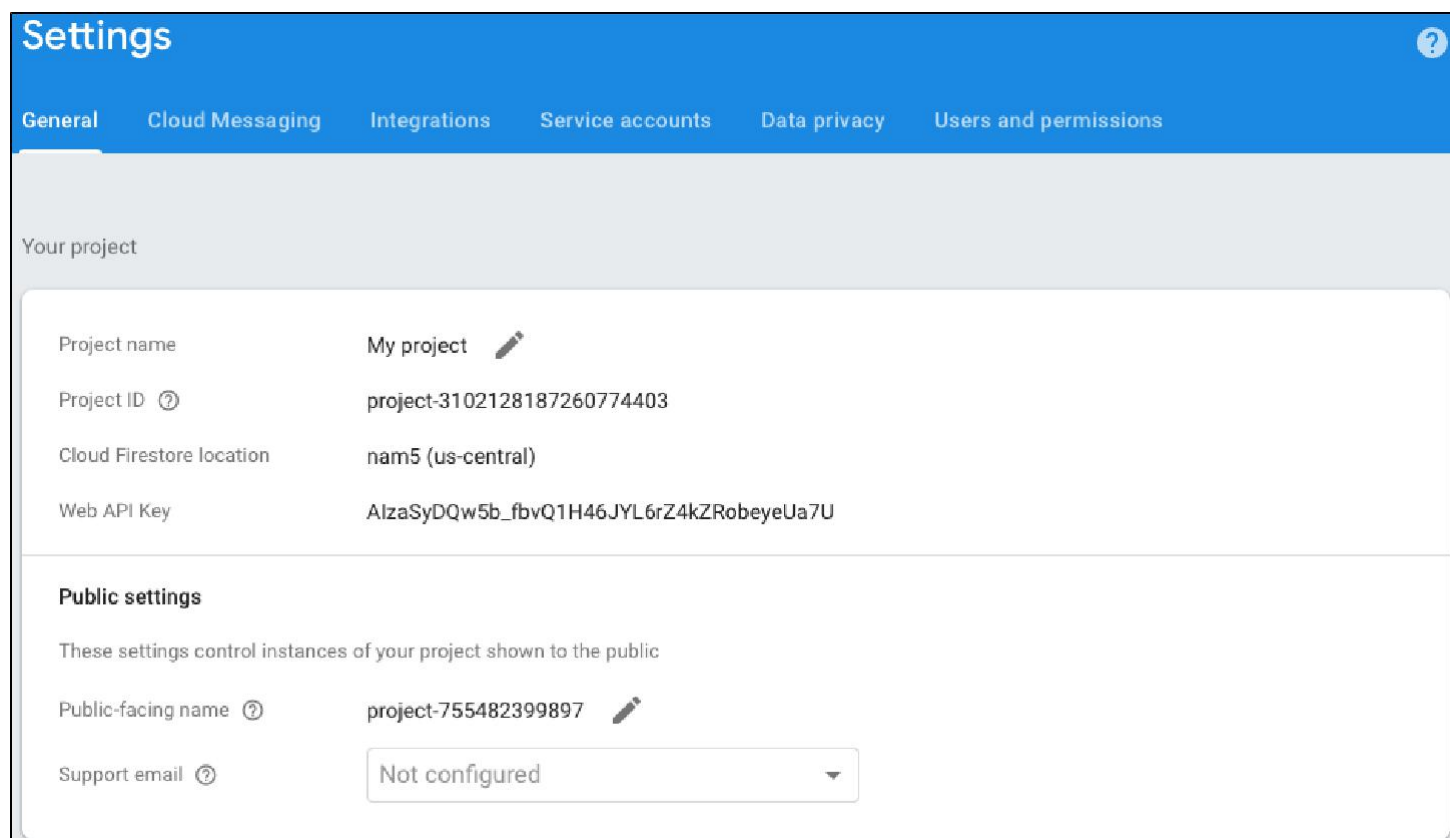


Откройте настройки ресурса и настройте Firebase Cloud Messaging для поддерживаемых браузеров:



Данные для настроек ресурса:

- **Идентификатор проекта firebase** (Project ID) и **Ключ API для веб-приложения** (Web API key) находятся в настройках Firebase console в разделе общие (General):




- **Ключ сервера** (Server key) и **Идентификатор отправителя** (Sender ID) берется в настройках Firebase console в разделе Cloud Messaging:

Settings

- General
- Cloud Messaging
- Integrations
- Service accounts
- Data privacy
- Users and permissions

Project credentials

[Add server key](#)

Key	Token
Server key	AAAAr-ZCjJk:APA91bFDuON8prkTkUPgkksfn4SKigp4kvGpaYDE0Umi6KLmLzIUUKcAvTDoratKa5Kp qWf_c-e7GbbD4PYtypNvxiz0Cbjedmwn1uaW0zko3yQcOz3CHIU2t6NB4aTJ17yiQ3LFF69C
Legacy server key ?	AlzaSyDZGrMX39obqXV4RpKlvJV1fuWqCPv3fxk
Sender ID ?	
755482399897 	

Сохраните ресурс и перейдите к разделу [Подключение web-push на сайт](#)



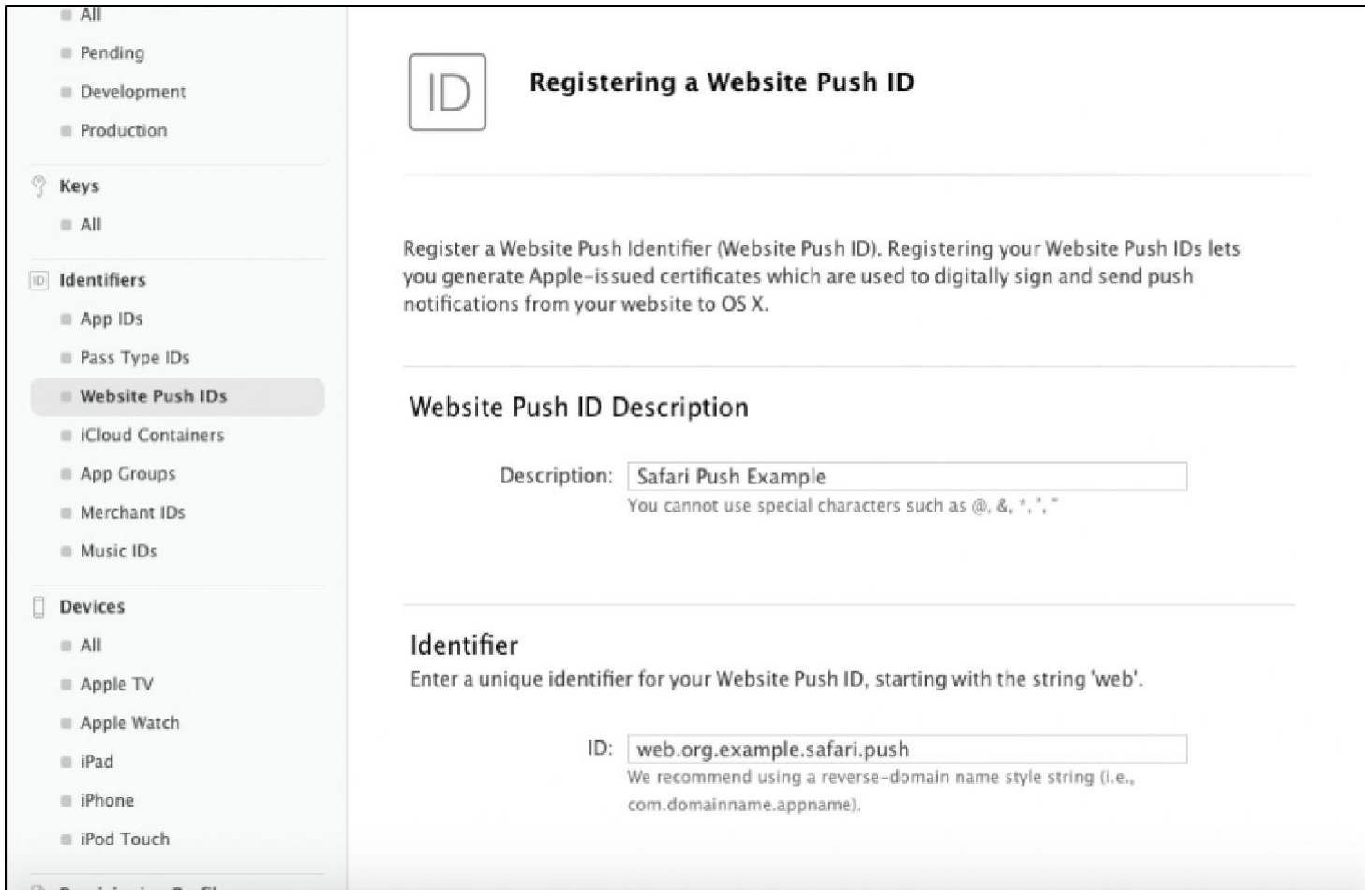
Apple Safari

Для настройки Web Push в браузер Safari необходимо иметь расширение Developer в

Apple аккаунте. Все действия выполняются на macOS X устройстве:

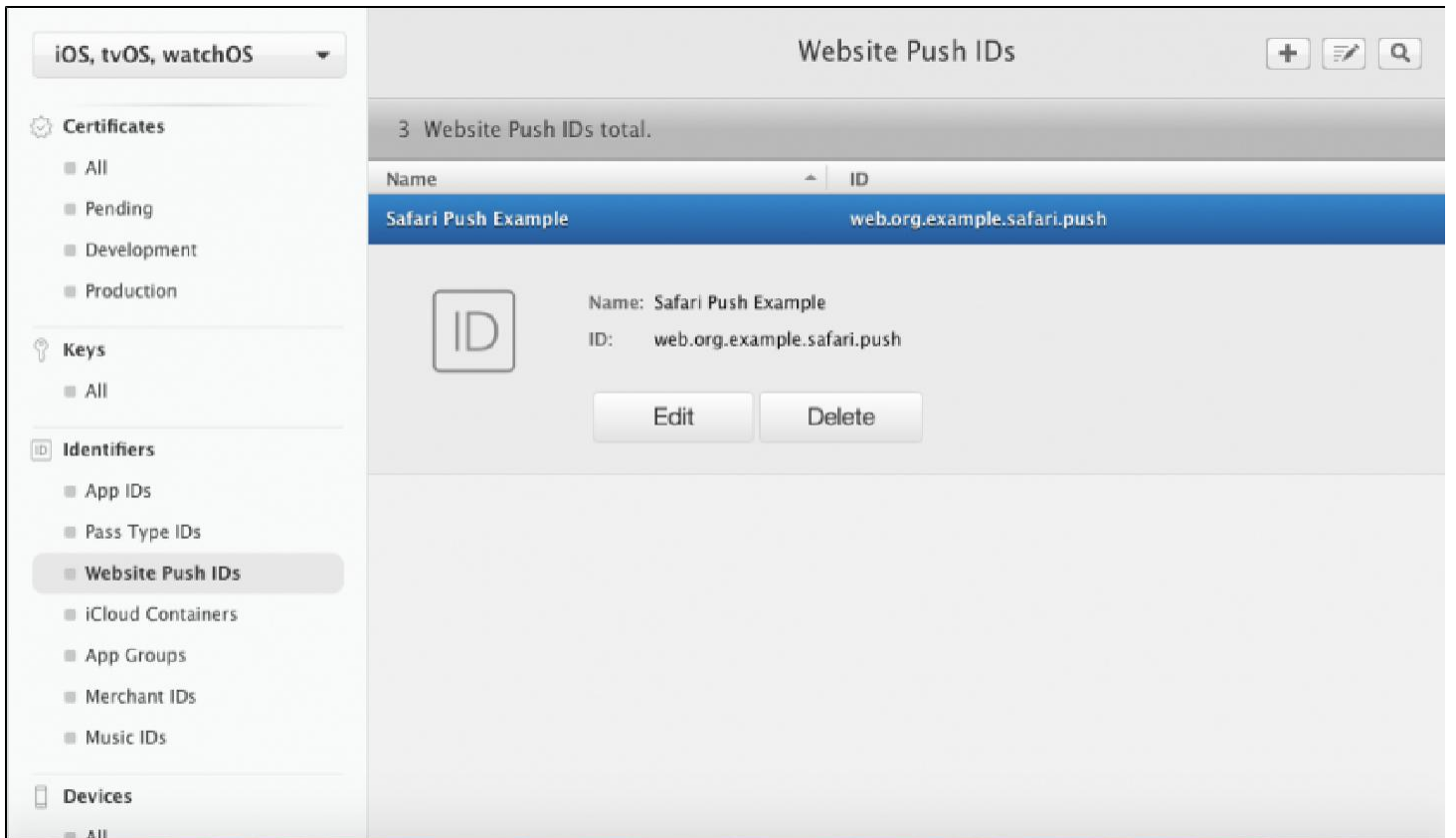
В аккаунте разработчика Apple:

- 1) Откройте [Certificates, Identifiers & Profiles](https://developer.apple.com/account/ios/certificate) <https://developer.apple.com/account/ios/certificate>
- 2) В Website Push IDs создайте новый WebsitePushID (+)
- 3) Введите Description (например, My site)
- 4) Введите ID в формате web.exampledomain.examplesubdomain (Важно! Первая часть всегда web, частей сколько угодно в разумных пределах. Приветствуется использовать стиль обратного домена web.org.example.push)
- 5) Нажмите Continue / Register / Done. После этого вы получите **WebsitePushID**.



6) Теперь необходимо создать для нового WebsitePushID **Website Push Certificate**.

7) В списке Website Push IDs найдите и выберите созданный идентификатор, нажмите Edit и затем Create Certificate.



8) Сформируйте на Mac по инструкции на открывшейся странице запрос на сертификат **Certificate Signing Request** (CSR) .certSigningRequest.

9) Далее нажмите в окне с инструкцией Continue, далее Choose File, выберите созданный запрос на сертификат и скачайте его. На Mac установите его в KeyChains (двойной клик). Там найдите установленный **сертификат** и экспортируйте его на диск в формате .p12 (с паролем). В итоге у вас будет **сертификат** .p12 и **пароль** к нему.

10) Вам также потребуется **изображение** для уведомлений. Рекомендуемый размер $\geq 256 \times 256$ px с расширением .png. Safari поддерживает только одно изображение на ресурс (веб-сайт).

После этих пунктов внесите полученные данные в настройки

- ресурса: Website Push ID
- Website Client SSL Certificate файл сертификата **.p12**
- пароль от сертификата
- API token платформы для
- доступа изображение в формате **.png**

Подключение web-push на сайт

После, того как нужные настройки заполнены можно сохранять ресурс и скачивать Toolkit, части которого затем размещаются на вашем сайте. Toolkit появится на месте подписи "Сохраните ресурс, для того чтобы скачать инструментарий"

Toolkit состоит из четырёх файлов:

- **README.txt** - инструкция по установке Toolkit
- **ak-push.js** - скрипт, который показывает пользователям предложение подписаться на
- push-оповещения **manifest.json** - данные о проекте для отправки push через Google Chrome
- **service-worker.js** - service worker, который регистрируется в браузерах пользователей и принимает push сообщения

Для использования firebase пушей необходимо подключить на страницах сайта скрипт firebase-messaging.js и firebase-app.js актуальной версии:

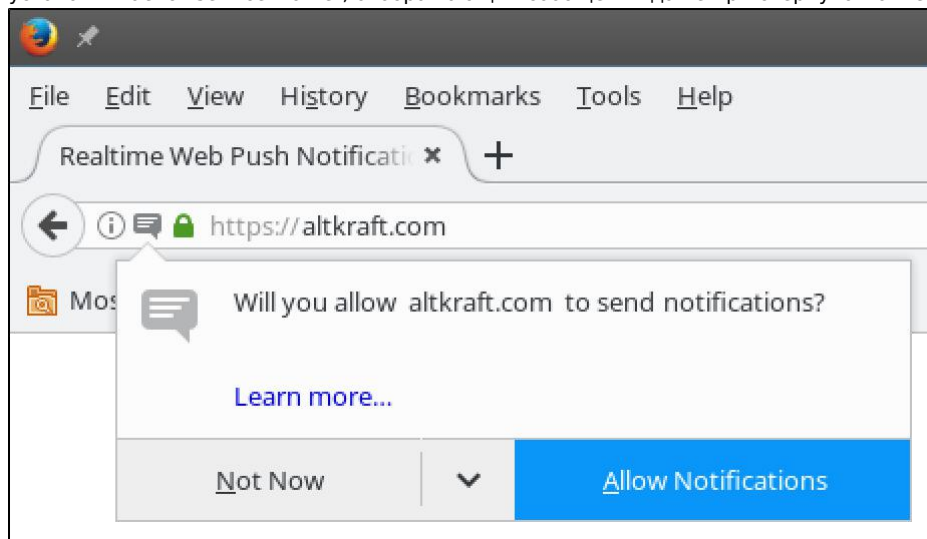
```
<script src="https://www.gstatic.com/firebasejs/7.6.2/firebase-app.js"></script>
<script src="https://www.gstatic.com/firebasejs/7.6.2/firebase-messaging.js"></script>
```

После этого добавьте вызов окна подписки на необходимое действие. Пример на JQuery для кнопки "Подписаться":

```
<button id="init_sub"> </button> //

<script>
  $("#init_sub").click(function(){ //      ..
    try {
      var akPush = new AKPush();
      akPush.initSubscription() // ..
    }
    catch (e)
    { console.log(e); //
      }
    });
</script>
```

После того, как всё настроено можно будет зайти на сайт и подписаться на push уведомления. В браузере клиента при подтверждении устанавливается service worker, отображающий сообщения даже при свёрнутом окне браузера.




Импорт профилей клиентов при подписке на push

В базы данных и ресурс, в котором был сгенерирован Toolkit, размещённый на сайте, будет добавлен новый профиль.

- ✓ Если один из профилей базы данных раньше открывал вашу email рассылку с браузера, на котором сейчас подписывается на push, то подписка будет добавлена ему. Новый профиль в этом случае не создаётся.

При нажатии подписчика на пуш-уведомление (переход по ссылке) собираются данные о профиле:

- Страна, регион, часовой пояс, город, почтовый индекс и IP адрес с которого произошла
- подписка на push Браузер и операционная система подписчика



Загрузить фотографию

Персональные данные

Действия ✉ 💬 🔔

Раиса Оськина

Глобальный статус: Подписан ⌵ ⚙️

Основная
Личная
Контактная
Регистрационная
Отслеженная
Доп. поля

IP адрес	<input type="text" value="46.17.46.3"/>
Город	<input type="text" value="Moscow"/>
Страна	🇷🇺 Russian Federation ⌵
Регион	<input type="text" value="Moscow"/>
Индекс	<input type="text" value="102421"/>
Временная зона	+03:00 - Europe/Moscow ⌵

ℹ️ Мобильные браузеры также поддерживают service worker и web push уведомления.

Передача данных клиента при импорте профиля через push

При регистрации подписки на push можно записать в профиль нового пользователя любые данные, известные на момент подписки. Например, это может быть имя или фамилия клиента, дата рождения, информация о просмотренных страницах - или другая бизнес-информация.

При этом можно проверить, нет ли среди существующих подписчиков клиента с такими

же данными. В функцию вызова окна подписки добавьте аргументы:

- **match** - поиск профиля подписчика. Имеет форму {название_поля_профиля: "значение"}
- **update** - данные для добавления в новый или существующий профиль клиента. Имеет форму {поле1:

"значение1", поле2: 13} Пример с поиском по email и добавлением имени и фамилии пользователя:

```
akPush.initSubscription(
{
  email: 'example@email.com'
}, // email.

{
  _fname: 'Anatoly',
  _lname: 'Wasserman'
} //
)
```

✅ Список полей профиля приведён [в этой статье](#).

Mobile push: настройка и подключение

✓ Настройка **браузерных Push уведомлений** описана в соответствующей статье.

Описание

Мобильные push уведомления отображаются по мере получения в **центре уведомлений** мобильного устройства - в "шторке" Android и iOS смартфонов, планшетов и других гаджетов. По умолчанию уведомления включены для устанавливаемых приложений, так что вы можете сразу с момента установки начать процесс вовлечения клиента.

Для мобильных приложений есть 3 варианта настройки:

- **Google Firebase Cloud Messaging** - для Android и iOS
- приложений **Apple Push Notification Service** - только для iOS
- iOS приложений **Yandex.AppMetrica** - для Android и iOS приложений

Push

Платформы

Android iOS Chrome Safari Firefox Opera

iOS настройки

Firebase Cloud Messaging

Firebase API Key: *

Apple Push Notification service

AppMetrica IFA

AppMetrica Push Token

AppMetrica device id via iOS

Установка

Сохраните ресурс, для того чтобы скачать инструментарий

⚠ **Yandex.AppMetrica** использует для отправки SDK Google Firebase. Для отправки уведомлений вам нужно будет установить его в приложение.

✓ В Altcraft Platform доступна **интеграция с Yandex.AppMetrica** для импорта профилей пользователей, регистрации их действий и связанной с ними ценности (стоимости).

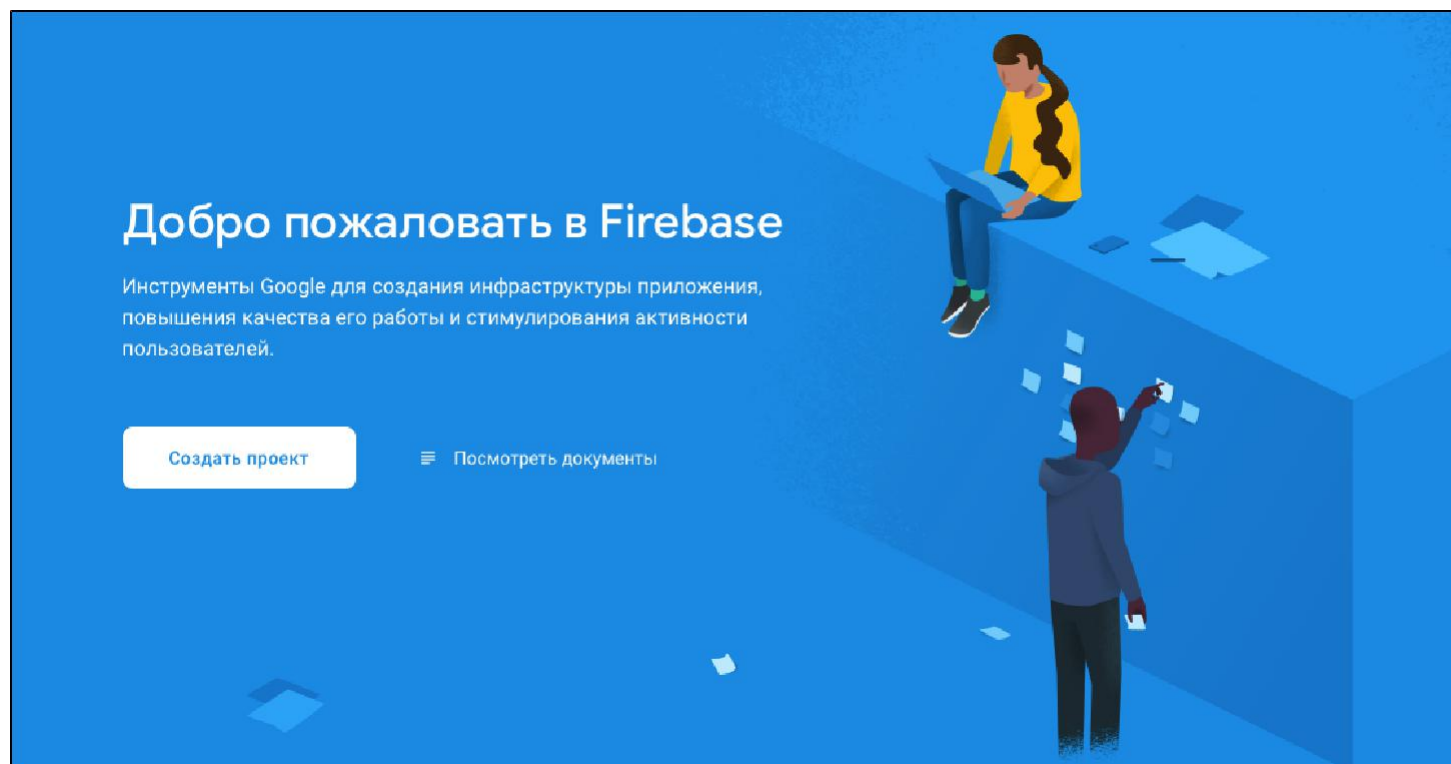
Настройка App Push в мобильных приложениях Android & iOS



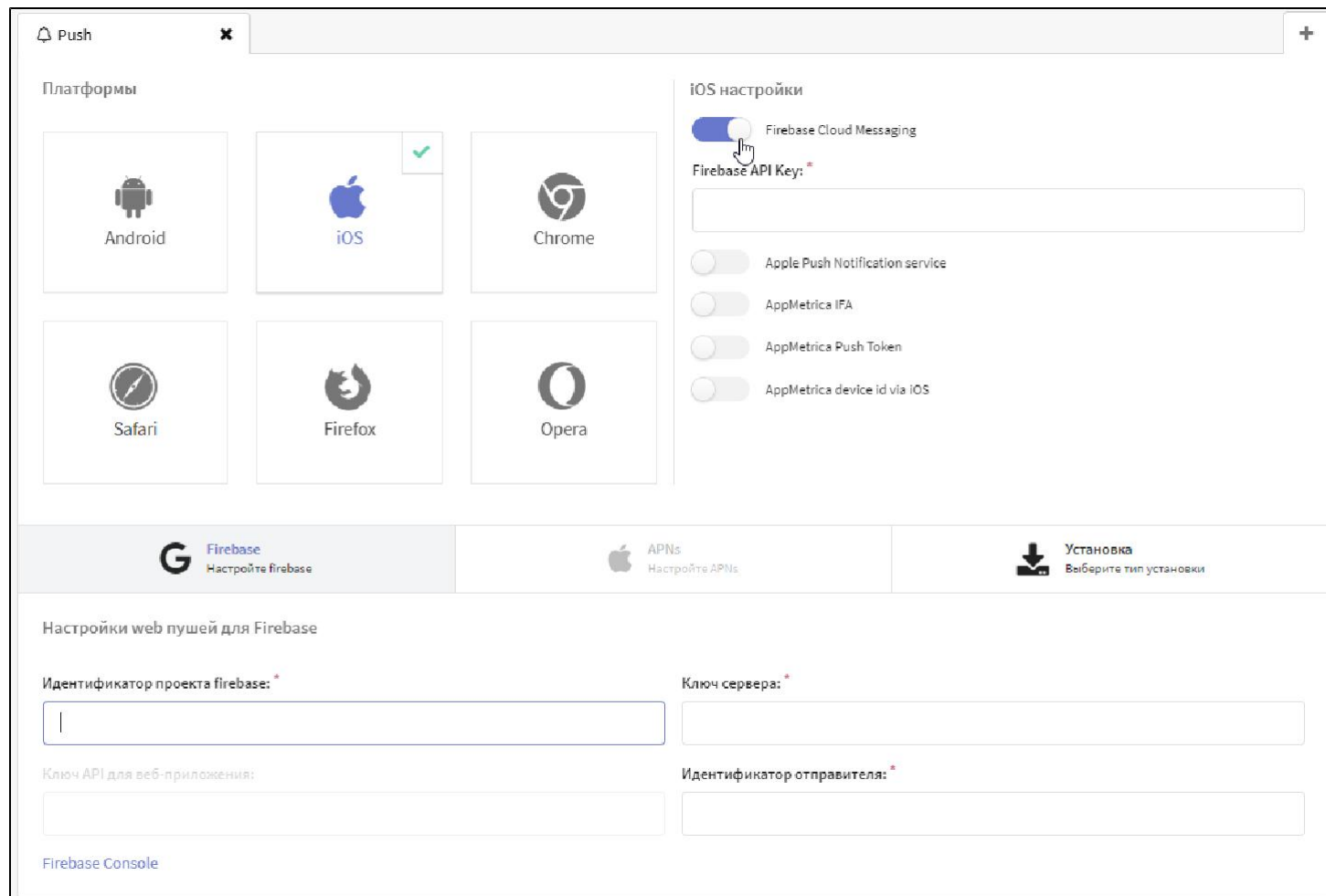
Firebase Cloud messaging

Для отправки Push мобильных приложений на устройства с Android и iOS с помощью платформы **Google Firebase** необходимо предварительно настроить проект в [Firebase Console](#).

Создайте учётную запись в Google Firebase и зарегистрируйте свой сайт или приложение:



Откройте настройки ресурса и активируйте Google FCM для ваших Android и iOS приложений. В открывшейся снизу вкладке введите настройки проекта Firebase:



Данные для настроек ресурса:

- **Ключ API для веб-приложения** (Firebase API Key) и **Идентификатор проекта firebase** (Project ID) находятся в настройках Firebase console в разделе общие (General):

Settings

General Cloud Messaging Integrations Service accounts Data privacy Users and permissions

Your project

Project name My project

Project ID project-3102128187260774403

Cloud Firestore location nam5 (us-central)

Web API Key AlzaSyDQw5b_fbvQ1H46JYL6rZ4kZRobeyeUa7U

Public settings

These settings control instances of your project shown to the public

Public-facing name project-755482399897

Support email

- **Ключ сервера** (Server key) и **Идентификатор отправителя** (Sender ID) берется в настройках Firebase console в разделе Cloud Messaging:

Settings

General Cloud Messaging Integrations Service accounts Data privacy Users and permissions

Project credentials

[Add server key](#)

Key	Token
Server key	AAAAr-ZClJk:APA91bFDuON8prkTkUPgkksfn4SKigp4kvGpaYDE0Umi6KLmLzlUUKcAvTDoratKa5Kp qWf_c-e7GbbD4PYtypNvxiz0Cbjedmwn1uaW0zko3yQcOz3CHIU2t6NB4aTJ17yiQ3LFF69C
Legacy server key	AlzaSyDZGrMX39obqXV4RpKlvJV1fuWqCPv3fxk

Sender ID

755482399897



Apple Push Notification service

APNS SDK можно использовать для отправки уведомлений на устройства с iOS. Для этого выберите **iOS**, активируйте Apple Push Notification service и откройте настройки ниже:

Push

Платформы

Android iOS Chrome Safari Firefox Opera

iOS настройки

Firebase Cloud Messaging

Firestore API Key: *

Apple Push Notification service

AppMetrica IFA

AppMetrica Push Token

AppMetrica device id via iOS

Установка

Сохраните ресурс, для того чтобы скачать инструментарий

Для отправки сообщений в сервис уведомлений вы можете использовать **APNS токен**:

Apple Push Notification service

Использовать APNs токен

kid QWERTY1234 iss ZXCVCN1234 apns-topic com.some.app

Ключ подписи:

Paste key in PEM-format

Или сертификат в PEM формате:

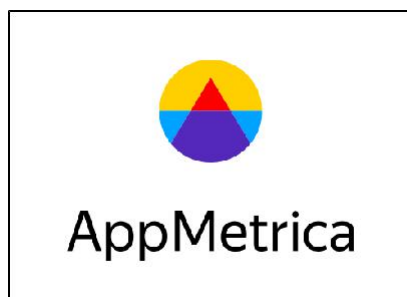
Использовать APNs сертификат

Сертификат: *

Paste cert in PEM-format

Приватный ключ: *

Paste private key in PEM-format



Yandex.AppMetrica push SDK

Аналитическая платформа Yandex.AppMetrica может использоваться для отправки пуш-уведомлений на **Android**, так и на **iOS** устройства. Для этого Push SDK метрики должен быть установлен в приложение. Ссылка на документацию по подключению SDK - [Документация Yandex AppMetrica](#).

В качестве источника подписки может выступать один из следующих уникальных идентификаторов

- устройств: **AppMetrica device ID** - идентификатор устройства в AppMetrica - для обеих операционных систем.
- **iOS IFA** - идентификатор - только для Apple устройств.
- **Google AID** - идентификатор - только для Android.
- **Android Push token** и **iOS Push Token** - токены, назначаемые AppMetrica SDK.

В рамках одного ресурса можно настроить отправку приложений в обе операционные системы. На вкладке **Push** в ресурсе выберите мобильную платформу и внесите настройки в правой части вкладки:

Push x

Платформы

Android iOS Chrome Safari Firefox Opera

Android настройки

AppMetrica Google AID

AppMetrica Push Token

AppMetrica device Id via Android

Yandex OAuth

AppMetrica Application ID: *

0

Send rate: *

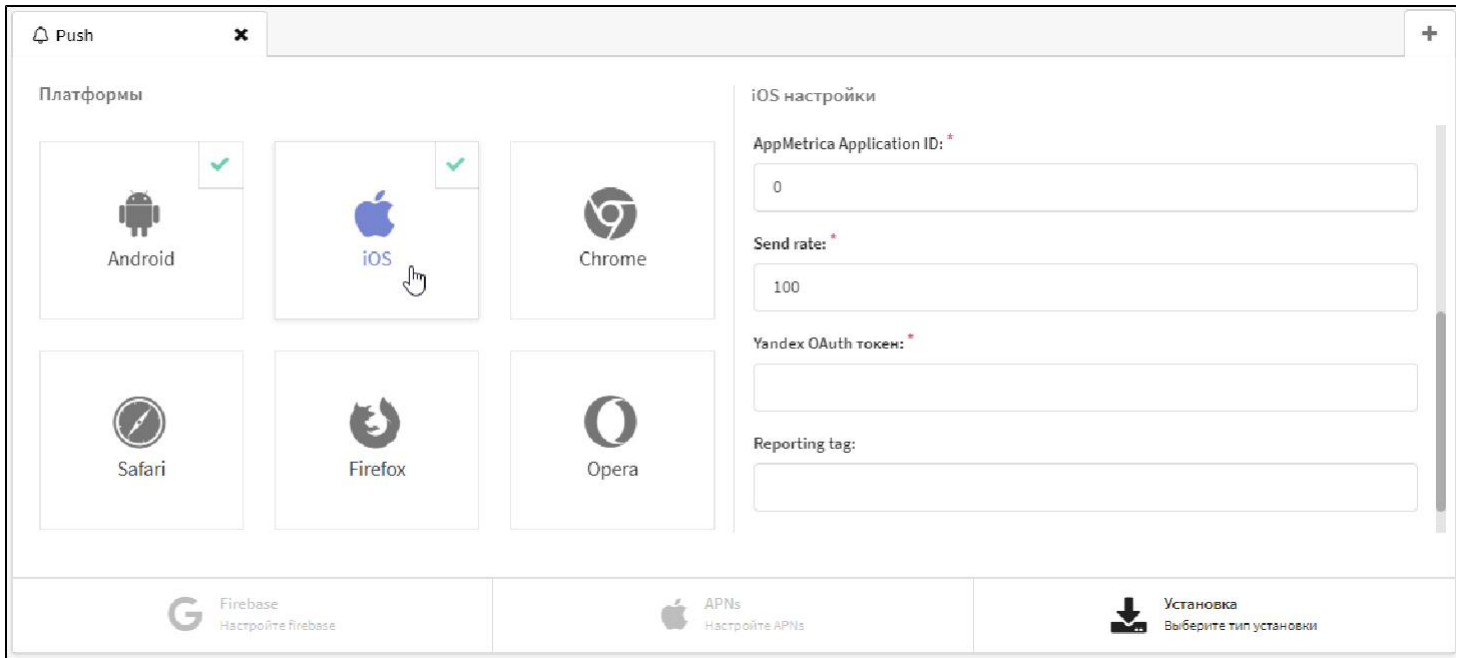
100

Firebase Настройте Firebase

APNs Настройте APNs

Установка Выберите тип установки

- Для доступа к AppMetrica используется **AppMetrica API токен**. Для каждого приложения указывается уникальный **AppMetrica Application ID**. Получить эти данные можно в разделе **Настройки** приложения в AppMetrica.
- Параметр **Send rate** ограничивает максимальную скорость отправки уведомлений в секунду **Yandex OAuth токен** - токен авторизации в сервисах Яндекс.
- В поле **Reporting tag** введите произвольный тэг, который будет использоваться в отчётах AppMetrica.



Добавление подписки на push приложений

Подписки на уведомления из приложений присваиваются пользователям API запросом из приложения: [Добавить подписку на push в базу данных](#).

✓ Подписка на **Yandex.AppMetrica** может добавляться **автоматически** пользователям приложения с подключенным сервисом метрики. Подробнее в статье [Интеграция с Yandex.AppMetrica](#).

Трекинг событий в app push

В push для приложений входят ссылки ack и open.

GET запрос этих ссылок создаёт события push доставлен и push

открыт. Они отобразятся в истории пользователя и сводном

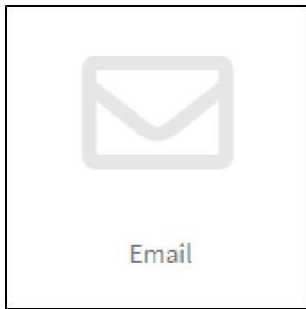
отчёте.

```
{
  "hub_link": {
    "ack": "http://your.domian.com/api/v1.1/pushes/crypto_post_events?/2ab9162159...", "open":
    "http://your.domian.com/api/v1.1/pushes/crypto_post_events?/555fbe0b9..."
  }
}
```

Регистрация события в app push

С помощью вызова API можно добавлять произвольные события: [Добавить события с app push](#).

Руководство: первая Email рассылка



Это руководство поможет вам организовать **Email** рассылку с нуля: от настройки домена отправки до просмотра статистики кампании.

Электронная почта остаётся одним из наиболее эффективным способом коммуникации с клиентами. Вы можете отправлять подписчикам больше контента, чем по другим каналам: изображения, ссылки на различные товары и услуги, интерактивные элементы, привлекающие внимание и повышающие вовлечённость клиентов.

Altcraft Platform отслеживает действия подписчиков в Email сообщении, такие как открытие, прочтение, переход по ссылке.

Шаг 1: Настройте отправщик Email

Платформа Altcraft Platform отправляет электронную почту по протоколу **SMTP**. Для этого нами был разработан собственный транспортный модуль **АК МТА** (Altcraft Mail Transfer Agent), который позволяет оптимизировать доставку писем - даже если аудитория рассылки составляет **десятки миллионов** получателей!

Домены отправки и отслеживания

Для **отправки** email сообщений вам потребуются **домен отправки**. Домен будет использоваться в адресе отправителя (**from email**), который видят получатели в клиенте почты. С помощью технологий **SPF и DKIM** домен связывается с SMTP отправщиком, что не позволяет подделать ваши рассылки.

Для **отслеживания** действий получателей email вам также потребуются **трекинг-домен**. Это может быть поддомен вашего основного домена - или отдельный домен. На трекинг-домен перенаправляются переходы по ссылкам в сообщении - так платформа отслеживает **клики**. Через него же в сообщения загружаются изображения для регистрации **открытий** письма.

Когда вы приобрели домен - на стороне предоставившего его **регистратора доменных имён** необходимо внести записи конфигурации, обеспечивающие эффективную доставку.

✔ Настройки собственного домена описаны в [отдельной статье](#). Если вы пользуетесь **облачным** аккаунтом Altcraft Platform - передайте информацию службе поддержки на team@altcraft.com.

При установке платформы на ваше оборудование свяжитесь с нами и мы поможем настроить инфраструктуру отправки.

Установка транспортного модуля АКМТА

⚠ При использовании **облачного** сервиса мы предоставляем собственную инфраструктуру отправки со всеми необходимыми настройками. Единственное, что нужно для начала отправки - ваш настроенный домен (см. предыдущий пункт).

При установке платформы Altcraft Platform на ваше оборудование (**on-Premise**) вы можете настроить один или несколько серверов отправки с транспортными модулями АКМТА. Для этого в панели администрирования платформы необходимо настроить:

- **Ноды** - сетевые узлы отправки. Модуль использует доступные вам **IP адреса** отправки.
- **Сендеры** - записи конфигурации, объединяющие параметры идентификации отправщика, скорости отправки и настройки поведения сендера при ошибках отправки.
- **Виртуальные сендеры** - правила отправки с нескольких сендеров. Могут быть настроены как в [Панели администрирования](#), так и в [Интерфейсе пользователя](#).

Шаг 2: Подпишите клиентов на Email канал

Базы профилей


Рассылки Altcraft Platform получают ваши подписчики. **Профили** подписчиков хранятся в **базах данных профилей**.

У каждого профиля клиента есть системное поле **Email**: оно используется для идентификации профилей и в тех случаях, когда у ваших клиентов только один адрес электронной почты.

✔ Если вы используете разные контактные данные одного и того же клиента - или отправляете контент разного содержания - настройте несколько **ресурсов подписок**.


При создании базы данных **Email отправителя** - обратный адрес - является обязательным параметром. От его имени будет производиться отправка без использования ресурсов. Укажите адрес отправки в соответствующем поле. Также укажите Имя отправителя, и при необходимости - данные для ответа на письмо (Reply-to name & email):

Настройки Email для отправки сообщений

Имя отправителя: * 

Email отправителя: *

Настройки Email для обратной связи


Reply-to name: 


Reply-to email:


Ресурсы подписок

Каждый профиль клиента может быть подписан на один или несколько **ресурсов**. Ресурсом может быть сайт, приложение или тип контента. Выберите соответствующий пункт главного меню, создайте новый - или выберите существующий ресурс. Добавьте Email канал в существующий ресурс - или выберите его в качестве основного канала для нового:


Выберите канал для подписки




Email 



SMS



Push



Другой

Подписка на получение Email рассылок

В основных настройках добавьте необходимые базы данных, при необходимости назначьте **политику отправки** - и укажите настроенный ранее **Трекинг домен по умолчанию**:

Основные настройки

Имя ресурса: *

New astronomical resource

Описание ресурса:

Установить группу: Отдел маркетинга ✕

Задать политику отправки для ресурса: Не определена

Базы данных: *

5 - Клиенты B2C ✕

URL веб-сайта, формы или приложения: * → Трекинг домен по умолчанию: *

https://example.com trk.example.com

Добавить дополнительные URL

Повышать приоритет для новых подписок

В настройках Email канала ресурса укажите **Имя** и **Email отправителя**, а также - при необходимости - имя и адрес для получения ответов. Эти настройки **перепределяют** аналогичные параметры **базы данных** при отправке.

✕ Email +

Настройки Email

Имя отправителя: * AWESOME

Email отправителя: * customers@awesome.com

Reply-to name: AWESOME

Reply-to email: customers@awesome.com

Профили клиентов и подписка на ресурс

После того, как база профилей и ресурс подписок настроены, самое время импортировать в платформу данные клиентов. Для каждого клиента в Altcraft Platform создаётся **единый цифровой профиль**, объединяющий личные данные, историю действий и подписки на ваши ресурсы.

Вы можете загрузить данные клиентов вручную: по одному, списком, или из табличного файла. Различные способы импорта описаны в [этой статье](#).

Также вы можете настроить автоматический импорт профилей клиентов:

- [по расписанию из вашей SQL базы](#)
- [данных посредством интеграции с API платформы](#)

При импорте данных подпишите клиентов на подготовленный ранее ресурс. Для этого выберите Email в качестве канала связи и укажите колонку с адресами подписчиков:

Ресурс для подписки: 1 - Промо-рассылки Email Push SMS

Канал: Email канал

Статус подписки: Подписан ✕

Источник подписки: email mprujean0@prwe..

Добавить подписку

✔ Если у вас уже есть база профилей, добавьте им подписку на новый ресурс. Есть два варианта:

- если у клиентов есть подписки на другой ресурс с актуальными email адресами - используйте [массовое обновление профилей](#)
- если для подписки на email адреса необходимо загрузить в платформу - используйте [импорт профилей](#) в режиме "только обновление"

Шаг 3: Подготовьте контент для отправки

Контент для ваших Email рассылок создаётся в [Шаблонах сообщений](#). Шаблоны содержат контент для всех доступных каналов. при создании нового шаблона выберите Email канал, - или добавьте его для существующего.

Для Email версии шаблона можно задать **Тему** - она будет отображаться в переписке, а также задать **имя и адрес отправителя** - настройки в шаблоне **не реопределят** настройки **как ресурса, так и базы данных**.

Настройки Email для отправки сообщений

Тема сообщения:

Имя отправителя:

Email отправителя:

Настройки Email для обратной связи

Reply-to name:

Reply-to email:

Не конвертировать CSS в inline

Шаблоны в Altcraft Platform предлагают множество возможностей **персонализации** контента для конкретного получателя. Для этого используются различные типы [переменных](#), [логические выражения](#), [циклы](#) и [функции](#) - а также [динамический контент](#) из различных внешних источников.

Для создания шаблонов Email сообщений используйте редактор кода - или **Визуальный редактор**:

altkraft Шаблоны > Редактировать

Главная

Ресурсы

Данные

Шаблоны

Кампании

Сценарии

Пиксели

Лояльность

Аналитика

Интеграции

Настройки

Задания

Помощь

Awesome

vk ig fb

Привет, {lead_fname} {lead_lname}

Спасибо за то, что ты с нами!
Мы подготовили для тебя специальное предложение!

Активировать промокод!

Самые горячие новинки за месяц:

Футболка Модель: Skel-hand Цена: 1200 руб.	Платье Модель: Orient-rosso Цена: 2300 руб.	Свитшот Модель: Tomato soup Цена: 4200 руб.	Футболка Модель: Retoro-x Цена: 1199 руб.

Добавить блок

Адаптивная разметка на 600px

Стандартная разметка


Элементы

- H1 Заголовок H1
- H2 Заголовок H2
- H3 Заголовок H3
- Текст
- Изображение
- Скрытый разделитель
- Разделитель
- Ссылка
- Кнопка
- Баннер
- Видео
- Список
- Нум. список

Блоки

Часть ваших подписчиков может пользоваться клиентом почты, в котором недоступна загрузка изображений - например, по

корпоративной политике. Для таких случаев в шаблоне есть **Текстовая версия**.

 Текстовая версия отправляется вместе с HTML-версией письма. Если она будет не заполнена - или не будет соответствовать HTML - это может несколько негативно сказаться на репутации отправителя.

В случае же её наличия показатели доверия к рассылке серьезно возрастают.

ТЕКСТОВАЯ ВЕРСИЯ ПИСЬМА

✕ ☰ ☰ utm 🔗 🔗

Текстовая версия письма важна для подписчиков, которые просматривают email как текст

--

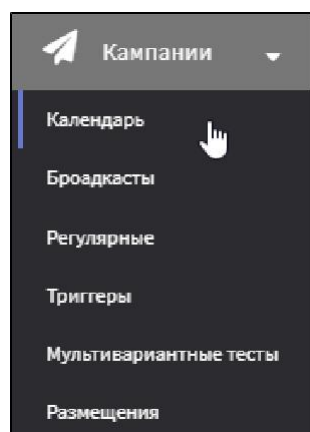
Отписаться: {unsubscribe}

Перетащите файлы или кликните сюда, чтобы присоединить их к email сообщению

Можно использовать файлы любого формата

Ниже редактора текстовой версии находится форма, с помощью которой вы можете **прикрепить** к сообщению **файлы в любом формате**.

Шаг 4: Выберите тип рассылки

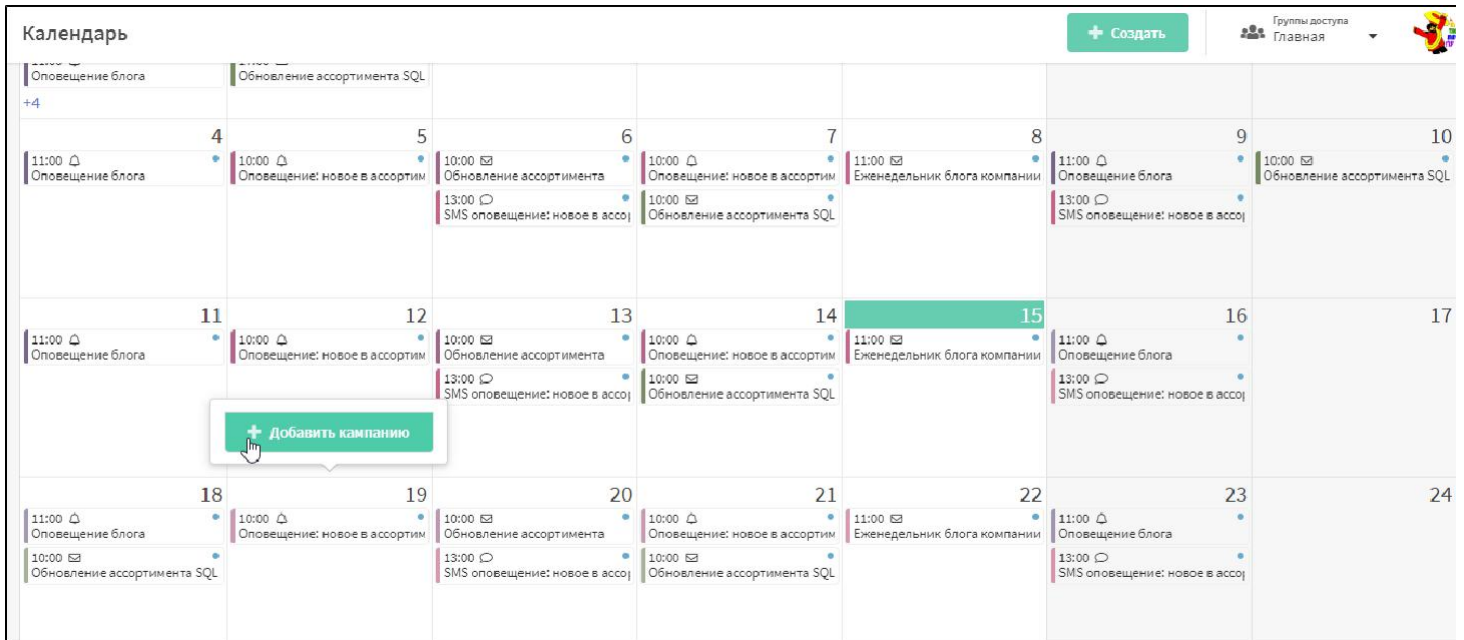


Для отправки Email сообщений используется инструмент **Кампания**.

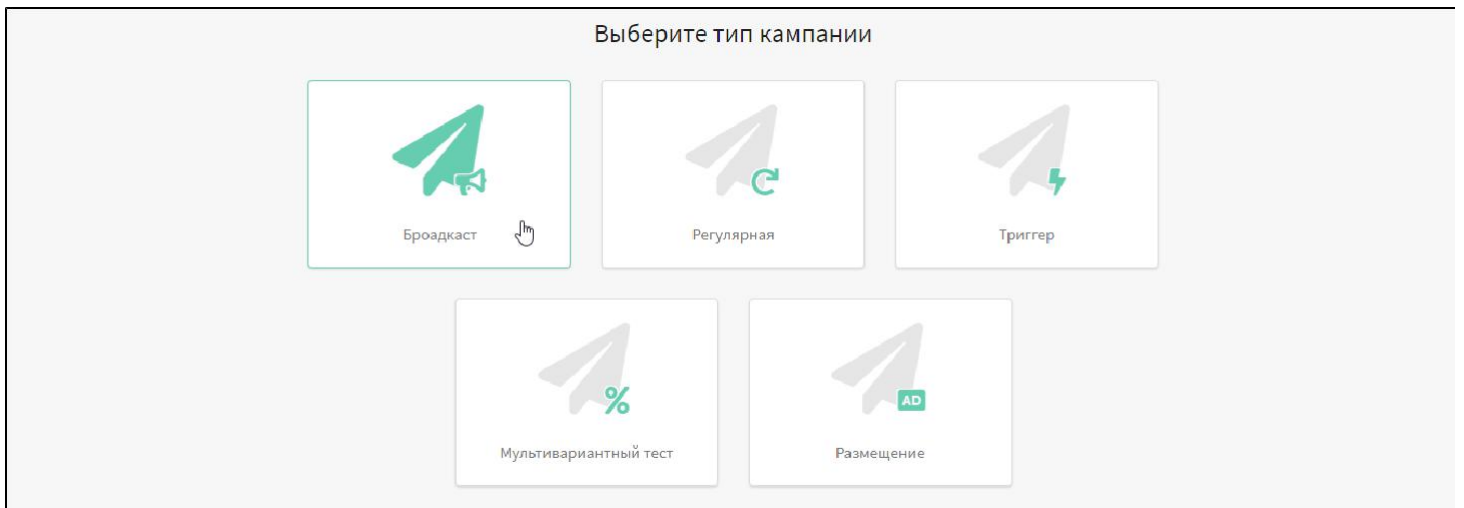
Если вам нужно произвести **разовую** рассылку по целой базе профилей или определённому сегменту аудитории - подойдёт бродкаст.

Если же рассылка будет **периодической** - ваш выбор это регулярная кампания.

В главном меню выберите раздел **Кампании** и откройте **Календарь**. В нём отображаются все рассылки, отправляемые по расписанию.



Определитесь с датой и создайте рассылку нужного типа:



✔ Подробную инструкцию по настройке **Бродкаста** вы найдёте [на этой странице](#).

✔ Подробную инструкцию по настройке **Регулярной кампании** вы найдёте [на этой странице](#).

Заполнив основные настройки кампании, выберите **Email** как канал связи, настроенный ранее ресурс подписок и аудиторию получателей. Добавьте в рассылку шаблон сообщения и установите расписание. Например, для бродкаста подойдёт вариант "В определённую дату в выбранное время":

Каналы
Выберите канал

Подписчики
Выберите получателей

Шаблоны
Шаблоны сообщений

Расписание
Расписание рассылки

В определённую дату в выбранное время

Время:

Дата:

Часовой пояс:

Отправлять в часовом поясе профиля, если он известен

Сразу отправить профили, в часовом поясе которых указанное время прошло

Деактивировать расписание после указанной даты

Расписание
Следующий запуск: 2020-05-19 14:48:00

Назад
Готово

Когда кампания настроена, сохраните её. Она будет отображаться в списке кампаний соответствующего типа. В правой части каждой записи есть меню быстрых действий. С его помощью вы можете сделать **тестовую** отpravku - и если всё успешно, **активировать** рассылку:

Регулярные
+ Создать
Группы доступа
Главная

ID
Теги
Все
Каналы

1 - 6 из 6

Обновление ассортимента

Создано: 2020-04-06 04:26:16
Обновлено: 2020-04-27 05:44:02
Автор: Boris Yudaev
ID: 6
Теги: B2C, Интернет-магазин
Группы: Отдел маркетинга, Отдел продаж
Описание: Регулярная рассылка для подписчиков интернет-магазина

Состояние: Активная (Ожидание)
Тип контента: Email
Со ссылкой подтверждения: Нет
Запустится: 2020-05-20 10:00:00
Профили: Клиенты B2C

- ✎ Редактировать
- 🕒 Очередь сендера
- ✎ Редактировать
- 👤 Тестировать
- ⏏ Деактивировать
- 📖 Журнал
- 👤 Клонировать
- 🔒 Установить группу
- ✖ Удалить

Еженедельник блога компании

Создано: 2020-04-06 04:23:17
Обновлено: 2020-04-27 02:49:43
Автор: Boris Yudaev
ID: 5
Теги: B2C, Блог
Группы: Отдел маркетинга, Отдел развития бизнеса
Описание: Еженедельная рассылка email с динамическим контентом из блога

Состояние: Активная (Ожидание)
Тип контента: Email
Со ссылкой подтверждения: Нет
Запустится: 2020-05-22 11:00:00
Профили: Клиенты B2C

- ✎ Редактировать

Активная кампания начнёт отправлять письма, когда наступит время запуска по расписанию. Сообщения передаются на сендер - отправщик. Очередь сендера вы также можете открыть из меню быстрых действий.

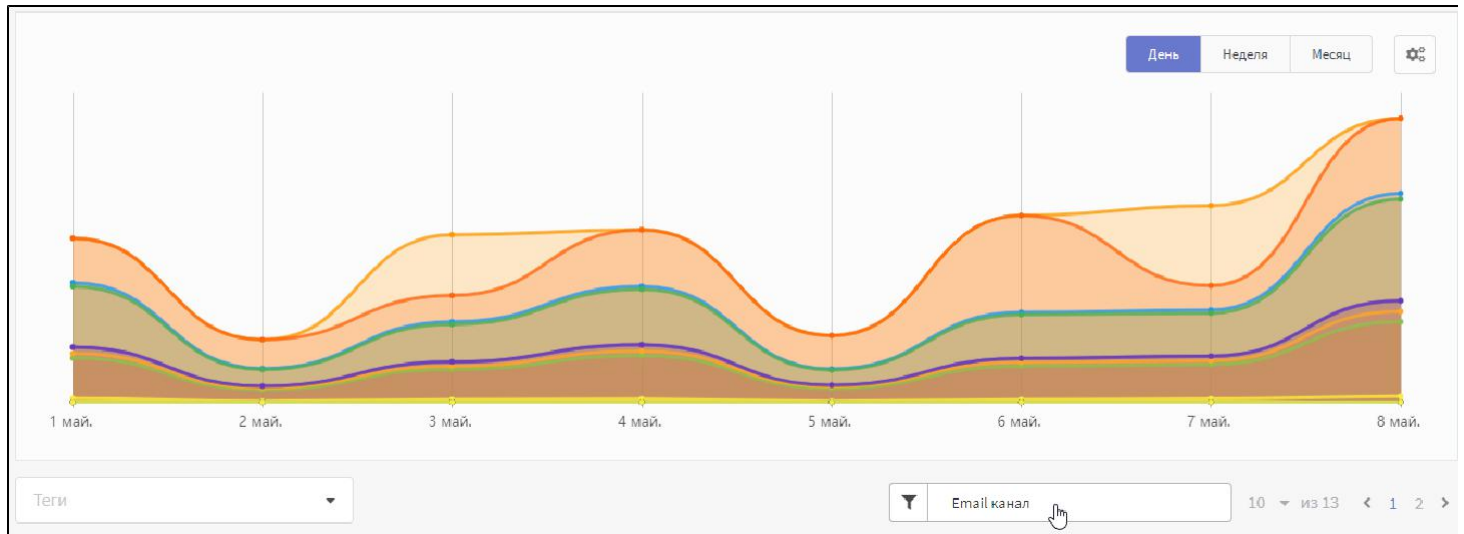
Скорость отправки зависит от [репутации домена отправителя](#).

102

Шаг 5: Оцените эффективность рассылки

Для оценки результатов ваших рассылок используйте раздел **Аналитика** в главном меню платформы:

Сводный отчёт предоставляет аналитику по одной или нескольким кампаниям, по одному или нескольким каналам связи. Для удобства группировки можно выбрать **пресет** показателей для Email:



Чтобы проанализировать доставляемость сообщений на электронные почтовые ящики разных провайдеров, вы можете сгруппировать отчёт по **доменно й группе** получателей:

Вывести по ресурсу: Отчёт по: Что то конкретное?: **Группировать по:**


Информация по провайдерам появится в **таблице** под графиком:

Имя	Отправлено	Доставлено	Уник. кликов	Уник. открытий	Недоставок	Email отправки	Email доставлено
неизвестно	1 787	1 735	767	884	0	1 787	1 735
Mail.ru (RU)	11	9	4	4	0	11	9
Rambler (RU)	6	6	2	2	0	6	6
AOL (US)	5	5	3	3	0	5	5
Yandex (RU)	4	4	1	1	0	4	4
Earltilink...	4	3	0	0	0	4	3
Yahoo! (JP)	3	3	1	1	0	3	3
Sohu (CN)	3	3	1	1	0	3	3
163.com (CN)	3	3	0	0	0	3	3
UOL (BR)	2	1	0	0	0	2	1
Итого:	1 835	1 779	783	800	0	1 835	1 779

К сводному отчёту по конкретной рассылке можно также перейти по [ссылке в редакторе кампании](#):

Настройки кампании

Канал



Подписчики

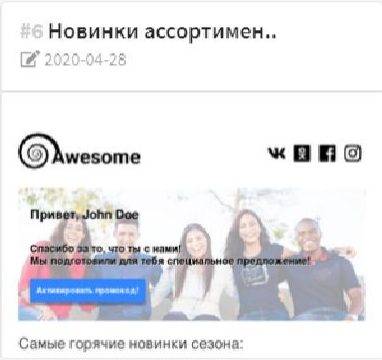
Ресурс:




- #1 Промо-рассылки
- База данных:
- #5 Клиенты B2C

Шаблон

#6 Новинки ассортимен..

2020-04-28



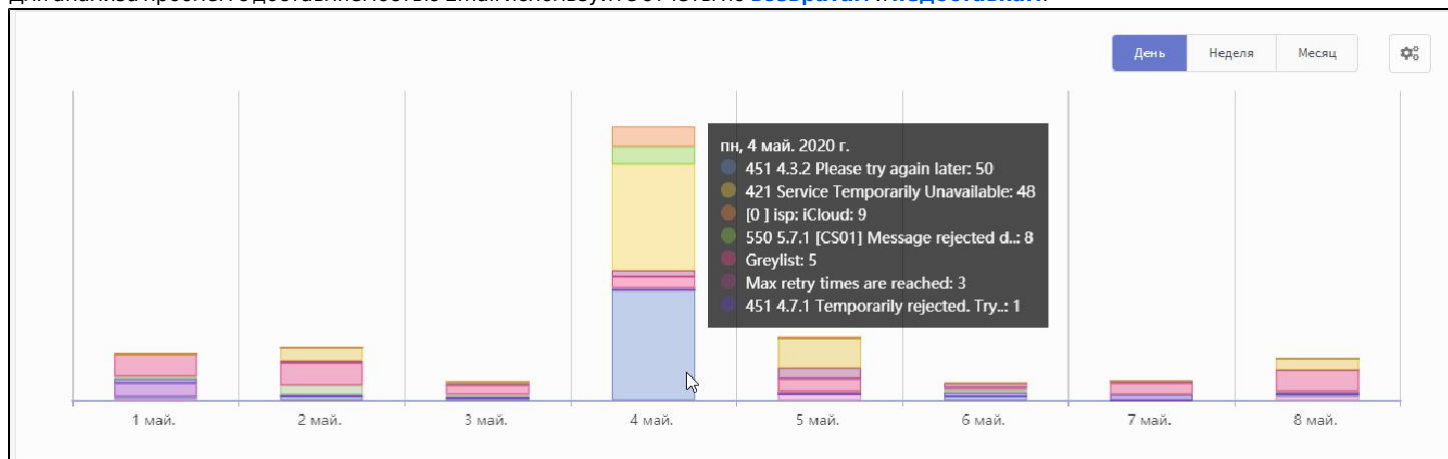




Отчёт

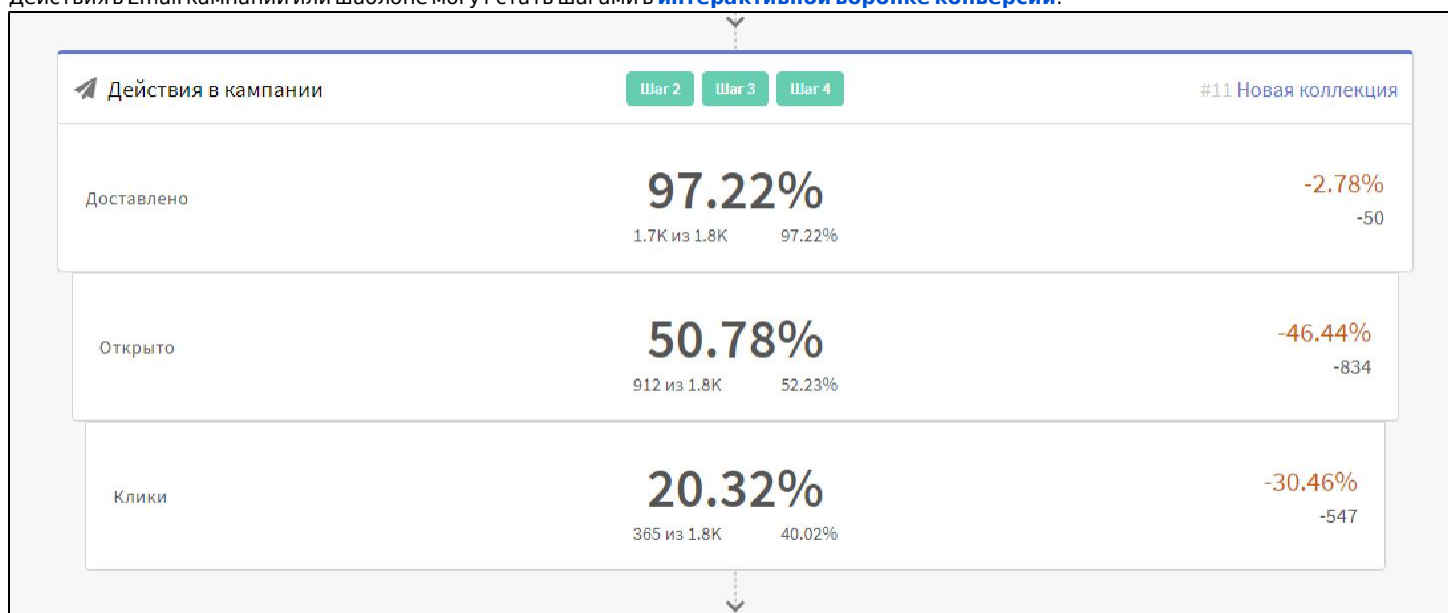
Расписание

1 2020-05-10 10:00:00	5 2020-05-25 10:00:00
2 2020-05-14 10:00:00	6 2020-05-28 10:00:00
3 2020-05-18 10:00:00	7 2020-05-31 10:00:00
4 2020-05-21 10:00:00	8 2020-06-03 10:00:00

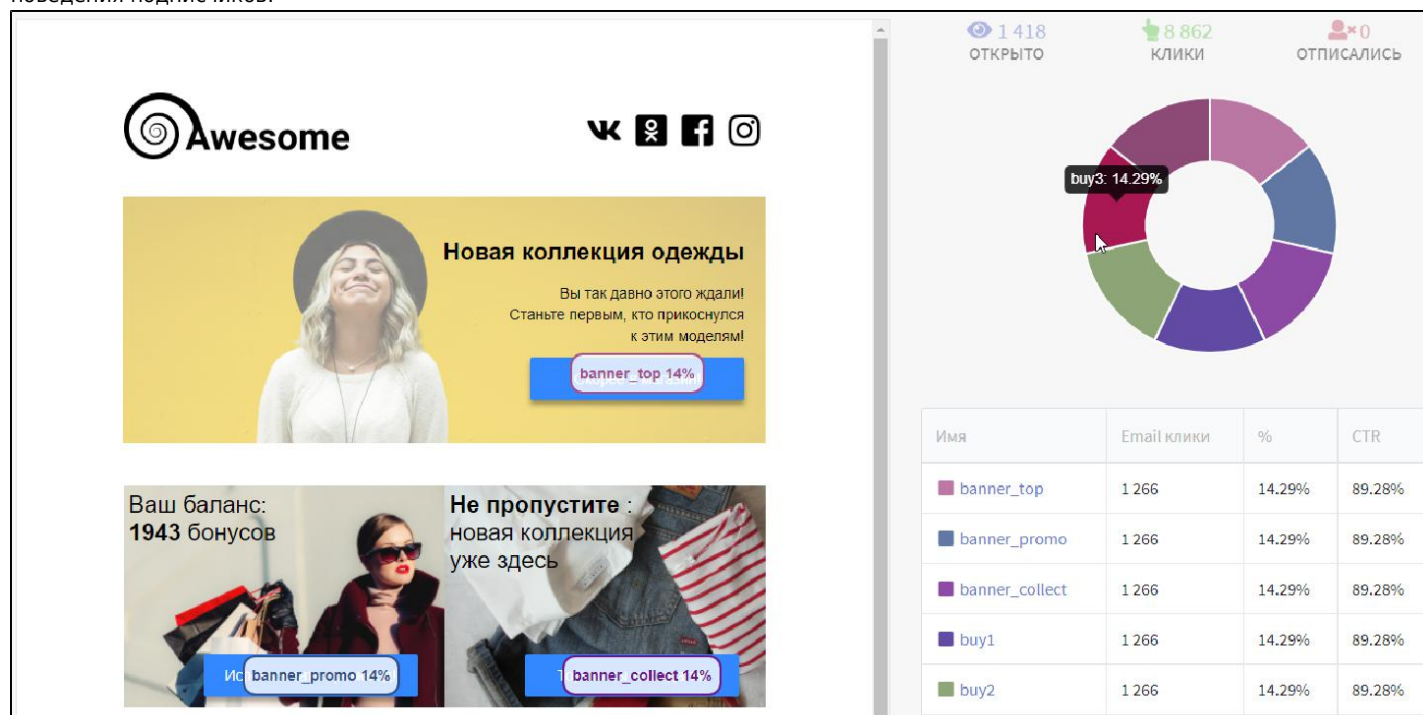
Для анализа проблем с доставляемостью Email используйте отчёты по [возвратам](#) и [недоставкам](#):



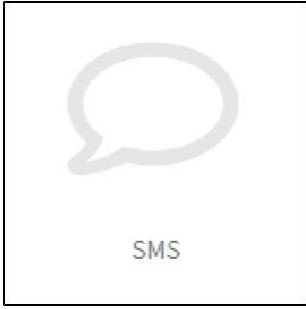
Действия в Email кампании или шаблоне могут стать шагами в [интерактивной воронке конверсии](#):



Для Email также доступна **карта кликов** - она составляется для отправленных хотя бы раз шаблонов с Email версией. Когда вы вносите изменения в шаблон и отправляете снова - создаётся новая версия карты переходов, что позволяет вам оценить динамику поведения подписчиков:



Руководство: первая SMS рассылка



Это руководство поможет вам организовать **SMS** рассылку в платформе Altcraft Platform.

SMS как канал связи с клиентами незаменим. Для него необязательно наличие интернет-соединения, а мобильный телефон сегодня есть у каждого. Процесс подписки также проще, чем у других каналов: вам достаточно номера телефона клиента, чтобы начать.

В SMS нет возможности добавить медиаконтент, однако можно добавить **ссылки** на ресурсы в сети Интернет. Altcraft Platform автоматически **укорачивает** ссылки в сообщении, а также **отслеживает** клики получателей.

Шаг 1: Подключите SMS шлюз

Платформа Altcraft Platform использует интеграции с телеком-провайдерами (операторами мобильной связи).

✔ Готовые интеграции перечислены в [соответствующей статье](#).

Если вы используете другой шлюз отправки - напишите нам на team@altcraft.com и мы согласуем с вами сроки подключения нового шлюза.

Для подключения отправщика SMS вам потребуются **данные авторизации** телеком-провайдера, а также согласованный с ним **CALLER ID**.

⚠ Если вы пользуетесь **облачным решением** - передайте данные авторизации нашей службе поддержки для подключения интеграции.

Если вы пользуетесь Altcraft Platform на собственном оборудовании по лицензии **On-Premise**, нужно будет настроить отправщик SMS в [Панели администрирования](#). Свяжитесь с **администраторами** вашей платформы, чтобы они, воспользовавшись инструкциями ниже, настроили:

- **Сендеры** - записи конфигурации, объединяющие параметры идентификации отправщика, скорости отправки и настройки поведения сендера при ошибках отправки.
- **Виртуальные сендеры** - правила отправки с нескольких сендеров. Могут быть настроены как в [Панели администрирования](#), так и в [Интерфейсе пользователя](#).

✔ Или просто обратитесь в нашу службу поддержки - и мы поможем вам настроить отправки SMS.

Шаг 2: Подпишите клиентов на SMS канал

Базы профилей

Рассылки Altcraft Platform получают ваши подписчики. **Профили** подписчиков хранятся в **базах данных профилей**. У каждого профиля в базе данных есть стандартное поле **Телефоны**, в котором вы можете хранить номера телефонов своих клиентов. Однако, используется оно не для отправки, а для идентификации клиента в платформе.

Ресурсы подписок

Компании при отправке SMS используют **подписки профиля** на **Ресурсы** - так вы можете оповещать клиента по нескольким номерам телефона. Ресурсом может быть сайт, приложение или тип контента.

Выберите соответствующий пункт главного меню, создайте новый - или выберите существующий **ресурс**. Добавьте **SMS** канал в существующий ресурс - или выберите его в качестве основного канала для нового:

SMS
✕

Телефон:

Статус:

MD5: 12f3c47aeca1650fedcd928b979bef83

Приоритет:

Информация о подписке

Дата: 2020-05-18T05:47:53.747Z

IP: 213.87.131.87

SMS
✕

Телефон:

Статус:

MD5: e089a4e04930976ff4af7eb5a405ef9a


Приоритет:

Информация о подписке


Дата: 2020-05-18T05:48:39.064Z


IP: 213.87.131.87


Выберите канал для подписки




Email



SMS 



Push



Другой

Подписка на получение SMS сообщений

В основных настройках добавьте необходимые базы данных, при необходимости назначьте [политику отправки](#) - и укажите **Трекинг домен по умолчанию**. Он будет обрабатывать переходы ваших клиентов по ссылкам в SMS сообщениях:

Основные настройки

Имя ресурса: *

New astronomical resource

Описание ресурса:

Установить группу: Отдел маркетинга ✕

Задать политику отправки для ресурса: Не определена

Базы данных: *

5 - Клиенты B2C ✕

URL веб-сайта, формы или приложения: * → Трекинг домен по умолчанию: *

https://example.com trk.example.com

Добавить дополнительные URL

Повышать приоритет для новых подписок

В настройках SMS канала ресурса укажите **Caller ID**, согласованный с вашим провайдером телеком услуг:

SMS ✕

Настройки SMS

Caller ID: *

AWESOME

Профили клиентов и подписка на ресурс

После того, как база профилей и ресурс подписок настроены, самое время импортировать в платформу данные клиентов. Для каждого клиента в Altcraft Platform создаётся [единый цифровой профиль](#), объединяющий личные данные, историю действий и подписки на ваши ресурсы.

Вы можете загрузить данные клиентов вручную: по одному, списком, или из табличного файла. Различные способы импорта описаны в [этой статье](#).

Также вы можете настроить автоматический импорт профилей клиентов:

- [по расписанию из вашей SQL базы](#)
- [данных посредством интеграции с API платформы](#)

При импорте данных подпишите клиентов на подготовленный ранее ресурс. Для этого выберите Email в качестве канала связи и укажите колонку с телефонами подписчиков:

Ресурс для подписки: 2 - Подписка на блог Email Push SMS

Канал: SMS канал

Статус подписки: Подписан ✕

Источник подписки: phone +62 199 180 07..

Добавить подписку

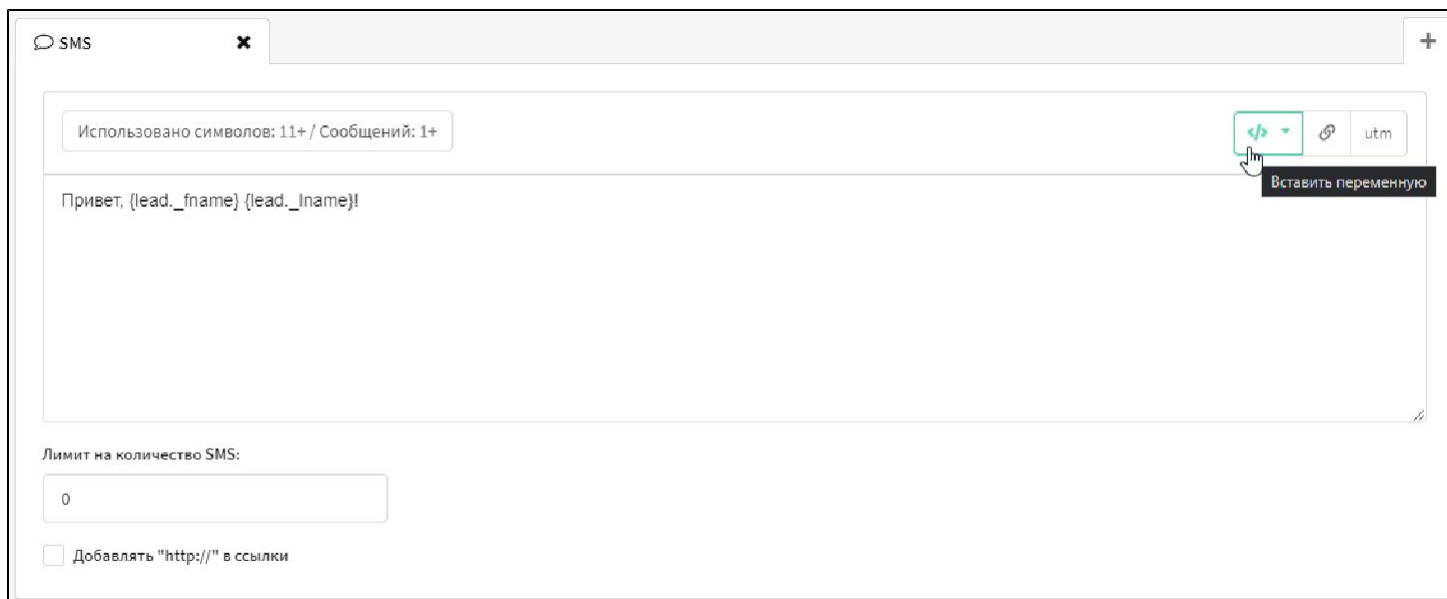
✓ Если у вас уже есть база профилей, добавьте им подписку на новый ресурс. Есть два варианта:

- если у клиентов есть подписки на другой ресурс с актуальными номерами телефонов - используйте [массовое обновление профилей](#) если для подписки на SMS телефоны необходимо загрузить в платформу - используйте [импорт профилей](#) в режиме " только обновление"

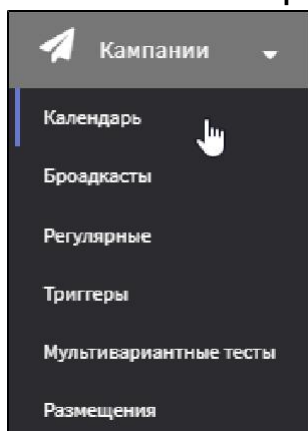
Шаг 3: Подготовьте контент для отправки

Контент для ваших SMS рассылок создаётся в [Шаблонах сообщений](#). Шаблоны содержат контент для всех доступных каналов. при создании нового шаблона выберите SMS канал, - или добавьте его для существующего.

SMS версия шаблона представляет собой простой текстовый редактор с возможностью добавлять [данные конкретного клиента](#), а также [динамический текстовый контент](#) из внешних источников:



Шаг 4: Выберите тип рассылки

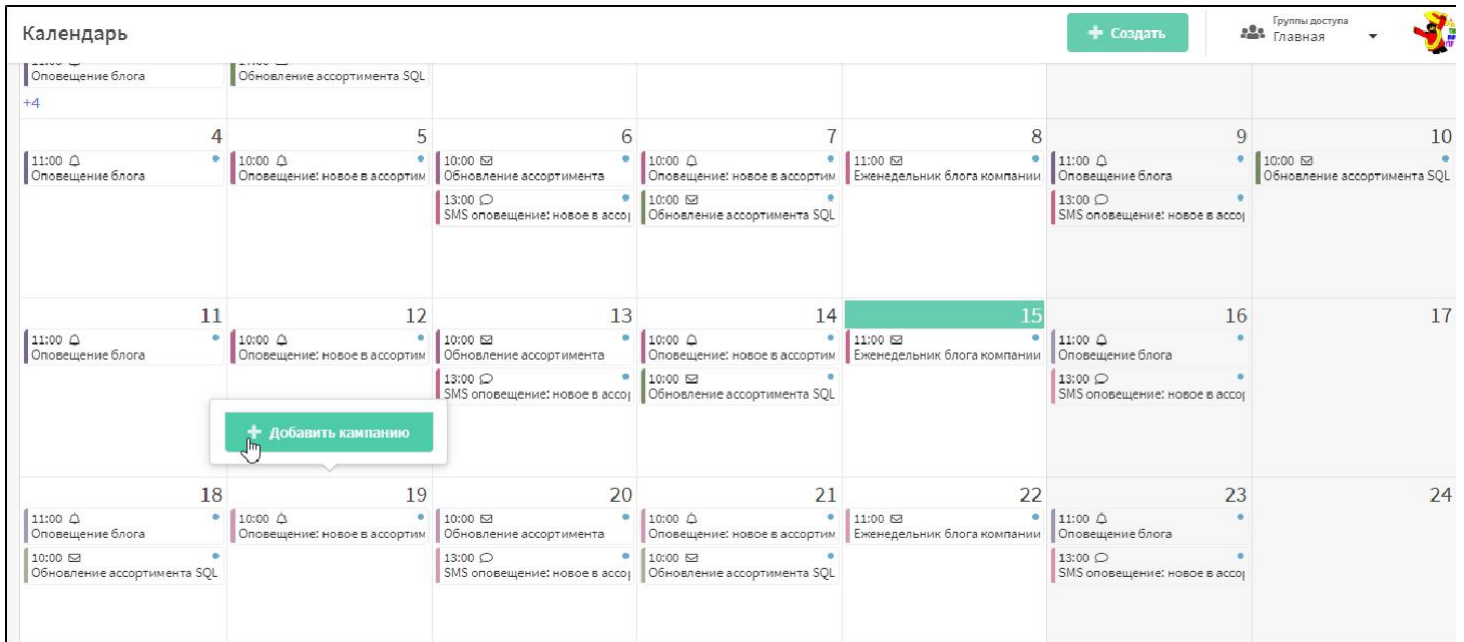


Для отправки SMS сообщений используется инструмент [Кампания](#).

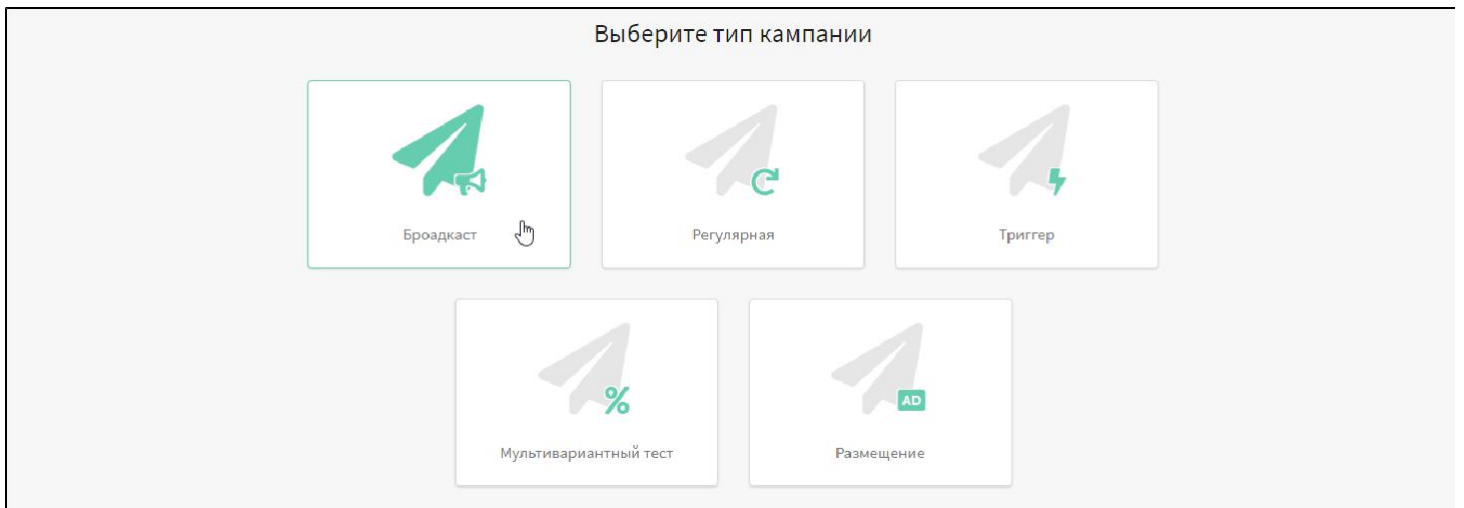
Если вам нужно произвести **разовую** рассылку по целой базе профилей или определённому сегменту аудитории - подойдёт бродкаст.

Если же рассылка будет **периодической** - ваш выбор это регулярная кампания.

В главном меню выберите раздел **Кампании** и откройте **Календарь**. В нём отображаются все рассылки, отправляемые по расписанию.




Определитесь с датой и создайте рассылку нужного типа:





✔ Подробную инструкцию по настройке **Бродкаста** вы найдёте [на этой странице](#).


✔ Подробную инструкцию по настройке **Регулярной кампании** вы найдёте [на этой странице](#).

Заполнив основные настройки кампании, выберите **SMS** как канал связи, настроенный ранее ресурс подписок и аудиторию получателей. Добавьте в рассылку шаблон сообщения и установите расписание. Например, для бродкаста подойдёт вариант "В определённую дату в выбранное время":

 **Каналы**
Выберите канал

 **Подписчики**
Выберите получателей

 **Шаблоны**
Шаблоны сообщений

 **Расписание**
Расписание рассылки

В определённую дату в выбранное время

Время:

Дата:

Часовой пояс:

Отправлять в часовом поясе профиля, если он известен

Сразу отправить профили, в часовом поясе которых указанное время прошло

Деактивировать расписание после указанной даты

Расписание

Следующий запуск: 2020-05-19 14:48:00

Назад

Готово


Когда кампания настроена, сохраните её. Она будет отображаться в списке кампаний соответствующего типа. В правой части каждой записи есть меню быстрых действий. С его помощью вы можете сделать **тестовую** отpravku - и если всё успешно, **активировать** рассылку:

SMS SMS

type









Привет, Анна! Спешим увидеть н
ашу новую коллекцию: trk2.allkrat
tcoms/6XdwFF

SMS оповещение: новое в ассортименте

Создано: 2020-04-20 23:59:08
Обновлено: 2020-05-18 06:01:10
Автор:  Boris Yusev
ID: 27
Теги: B2C Интернет-магазин
Группы: Отдел маркетинга
Отдел продаж
Описание:
Регулярная рассылка SMS для подписчиков интернет-магазина

Состояние: ■ Не активна
Тип контента: SMS
Со ссылкой подтверждения: Нет
Запустится: Никогда
Профили: Клиенты B2C

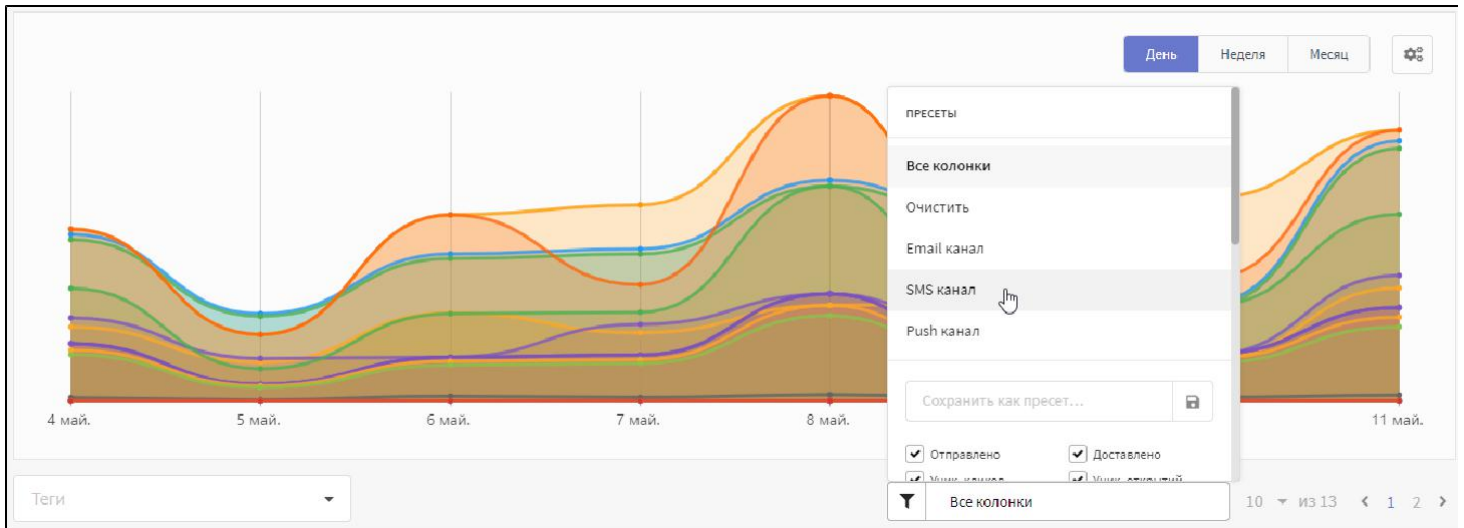
Редактировать

-  Очередь сендера
-  Редактировать
-  Тестировать
-  Активировать
-  Журнал
-  Клонировать
-  Установить группу
-  Удалить

Шаг 5: Оцените эффективность рассылки

Для оценки результатов ваших рассылок используйте раздел **Аналитика** в главном меню платформы:

Сводный отчёт предоставляет аналитику по одной или нескольким кампаниям, по одному или нескольким каналам связи. Для удобства группировки можно выбрать **пресет** показателей для SMS:



К сводному отчёту по конкретной рассылке можно также перейти по ссылке в редакторе **кампании**:

Настройки кампании

Канал: [иконка сообщения]

Подписчики:
 Ресурс: #1 Промо-рассылки
 База данных: #5 Клиенты B2C

Расписание:

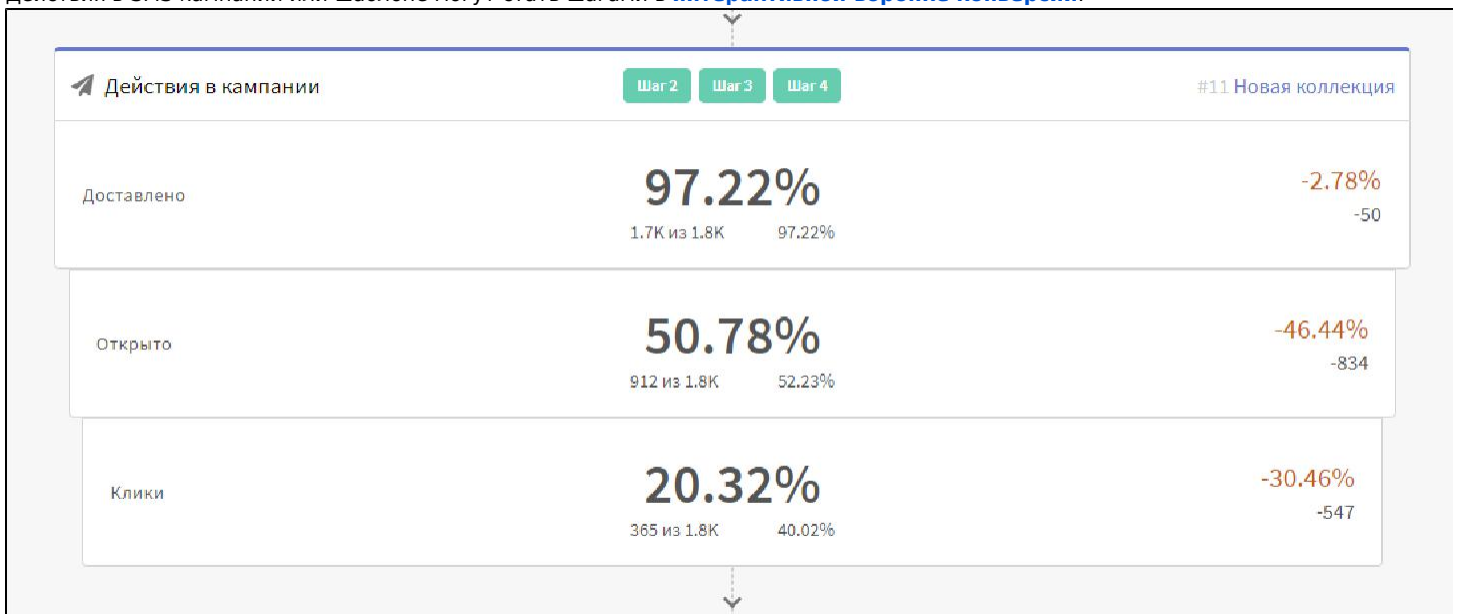
1	2020-05-13 13:00:00	5	2020-05-27 13:00:00
2	2020-05-16 13:00:00	6	2020-05-30 13:00:00
3	2020-05-20 13:00:00	7	2020-06-03 13:00:00
4	2020-05-23 13:00:00	8	2020-06-06 13:00:00

Шаблон: #3 Новинки ассортимен..
 2020-04-27

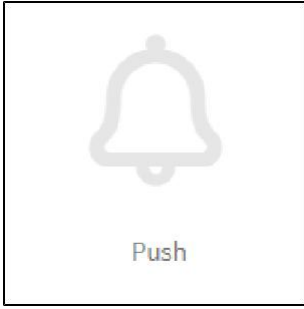
SMS/MMS now

Привет, John! Спешите увидеть на шу новую коллекцию: trk2.aitkraft.com/s/vkxNTsPot2

Действия в SMS кампании или шаблоне могут стать шагами в **интерактивной воронке конверсии**:



Руководство: первая Web-push рассылка



Это руководство поможет вам организовать рассылку **браузерных Push** уведомлений в платформе Altcraft Platform.

Web-push - уведомления, которые вы можете отправлять в десктопные и мобильные браузеры ваших клиентов. При подписке они отображаются по мере получения в центре уведомлений операционной системы - в углу или верхней части экрана - даже если окно браузера не активно.

Push уведомления гораздо выгоднее SMS, так как их отправка фактически ничего не стоит.

Шаг 1: Настройте домен для работы с Push

! Если вы пользуетесь **облачным решением** - пропустите этот шаг и перейдите к настройкам подписки.

При установке Altcraft Platform на ваше оборудование On-Premise передайте инструкции из этого шага **администраторам** вашей платформы. Или свяжитесь с нашей службой поддержки!

Убедитесь, что **и ваш веб сайт, и платформа** работают **по протоколу HTTPS**. В системе Altcraft Platform должны быть **настроены веб пиксели**.

Необходимо активировать **push** уведомления и **pixel** в Панели администратора для **аккаунтов**, с которых планируется отправка:

The screenshot shows the following settings in the administrator panel:

- Enable AK Pixel
- Custom pixel and pushes domain:
- Enable push channel
- Enable email web versions
- Always save email web versions
- Days to keep email web versions:
- Capture email replies

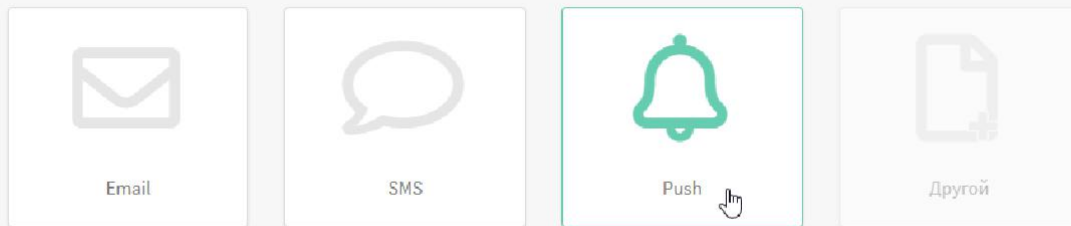
Шаг 2: Подпишите клиентов на Push канал

Рассылки Altcraft Platform получают ваши подписчики. **Профили** подписчиков хранятся в **базах данных профилей**.

Компании при отправке Push используют **подписки профиля** на **Ресурсы** - так вы можете отправлять уведомления на различные устройства клиента - или в разные браузеры. Ресурсом может быть сайт, приложение или тип контента.

Выберите соответствующий пункт главного меню, создайте новый - или выберите существующий **ресурс**. Добавьте **Push** канал в существующий ресурс - или выберите его в качестве основного канала для нового:

Выберите канал для подписки



Разрешение получать Push уведомления вашего сайта или мобильного приложения

В основных настройках добавьте необходимые базы данных, при необходимости назначьте [политику отправки](#) - и укажите **Трекинг домен по умолчанию**. Он будет обрабатывать переходы ваших клиентов по ссылкам в сообщениях:

Основные настройки

Имя ресурса: *
New astronomical resource

Описание ресурса:

Установить группу: Отдел маркетинга ✕

Задать политику отправки для ресурса: Не определена

Базы данных: *
5 - Клиенты B2C ✕

URL веб-сайта, формы или приложения: *
https://example.com

Трекинг домен по умолчанию: *
trk.example.com

Повышать приоритет для новых подписок

В настройках Push канала ресурса выберите **браузеры**, в которые собираетесь отправлять уведомления клиентам - и внесите соответствующие настройки:

Email ✕ SMS ✕ Push ✕

Платформы

Android iOS Chrome

Safari ✓ Firefox ✓ Opera

Safari настройки

Website Push ID: *

Website Client SSL Certificate #PKCS12 (.p12): *

Website Client SSL Certificate #PKCS12 пароль: *

API token: *
AUTO WorkflowExec group-0 - c35377cd773d4ba99f5e36ee62bf80ad

✓ Для отправки уведомлений в разные браузеры используются разные платформы

- push: **Mozilla Firefox** - доступна отправка напрямую (SDK встроен в браузер).
- **Google Chrome, Mozilla Firefox** и **Opera** - уведомления отправляются через [Google Firebase Cloud Messaging](#).
- **Apple Safari** - для уведомлений настраивается [Apple Push Notification Service](#).

Профили клиентов и подписка на ресурс

Для каждого клиента в Altcraft Platform создаётся [единый цифровой профиль](#), объединяющий личные данные, историю действий и подписки на ваши ресурсы. Для отправки уведомления конкретному получателю используется токен (идентификатор) устройства - в случае с web-push этот идентификатор связан с браузером, в котором клиент разрешил показ уведомлений.

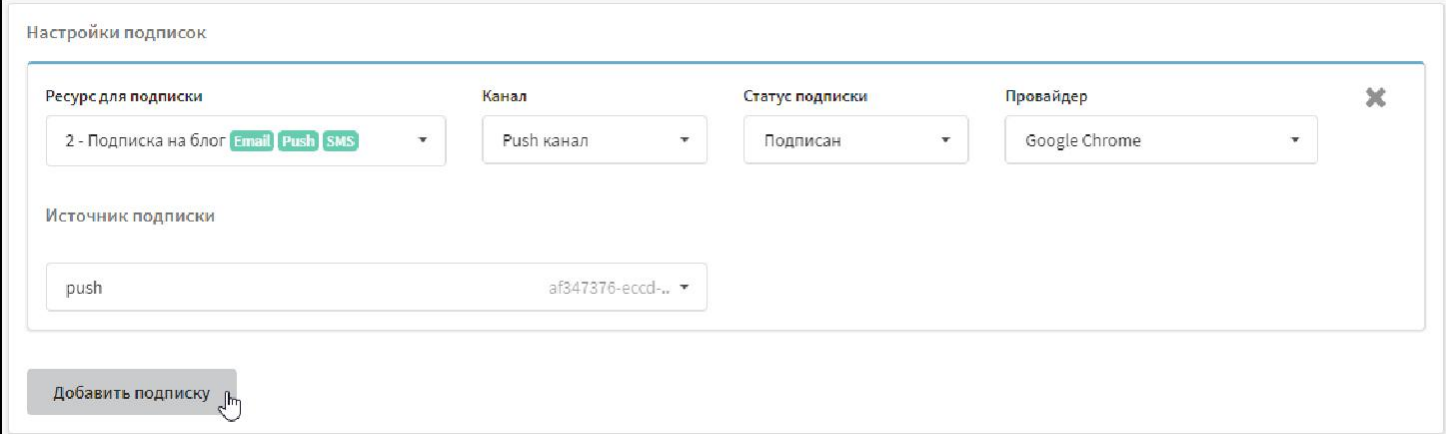
Существующая база подписчиков

Если у вас есть база токенов для ваших клиентов, вы можете загрузить данные в платформу и использовать для отправки рассылок: по одному клиенту, списком, или из табличного файла. Различные способы импорта данных описаны в [этой статье](#).

Также вы можете настроить автоматический импорт профилей

- клиентов: [по расписанию из вашей SQL базы данных](#)
- [посредством интеграции с API платформы](#)

При импорте данных подпишите клиентов на подготовленный ранее ресурс. Для этого выберите Push в качестве канала связи, укажите колонку с токенами устройств - и провайдера уведомлений:




✓ Если у вас уже есть база профилей, добавьте им подписку на новый ресурс. Есть два варианта:

- если у клиентов есть подписки на другой ресурс с актуальными токенами устройств - используйте [массовое обновление профилей](#) если для подписки на Push идентификаторы необходимо загрузить в платформу - используйте [импорт профилей](#) в режиме "только обновление"

Новые push подписчики сайта

Altcraft Platform импортирует профили посетителей вашего сайта, когда те разрешают показ push уведомлений. При этом в профиль записывается информация об устройстве подписчика, IP адрес и определённая по нему геолокация:



Загрузить фотографию

Персональные данные

Действия

Раиса Оськина

Глобальный статус: Подписан

Основная
Личная
Контактная
Регистрационная
Отслеженная
Доп. поля

IP адрес	<input type="text" value="46.17.46.3"/>
Город	<input type="text" value="Moscow"/>
Страна	<input type="text" value="Russian Federation"/>
Регион	<input type="text" value="Moscow"/>
Индекс	<input type="text" value="102421"/>
Временная зона	<input type="text" value="+03:00 - Europe/Moscow"/>

Для настройки импорта новых push-подписчиков перейдите к следующему шагу.

Шаг 3: Установите инструменты push на ваш сайт

После сохранения в **ресурсе** станет доступен для загрузки **инструментарий разработчика** - push toolkit.

✓ Скачайте и передайте toolkit разработчикам вашего сайта для размещения на определённых его страницах. Передайте им также ссылку на эту статью - или [статью по конфигурации web-push](#).



Firebase
Настройте firebase



APNs
Настройте APNs



Установка
Выберите тип установки

Установка

1. Добавьте следующий код на сайт:

```
<script src="https://pxl.ru.altkraft.com/ak_container.js?id=Nzi8Ng." ></script>
```

2. Загрузите установочные файлы в корневую директорию сайта

ИЛИ

Загрузите инструментарий для разработчиков (Обновлено: 2020-04-27 01:43:37)

Toolkit состоит из четырёх файлов:

- **README.txt** - инструкция по установке Toolkit
- **ak-push.js** - скрипт, который показывает пользователям предложение подписаться на push-оповещения
- **manifest.json** - данные о проекте для отправки push через Google Chrome
- **service-worker.js** - service worker, который регистрируется в браузерах пользователей и принимает push сообщения

✓ Для использования firebase пушей необходимо подключить на страницах сайта скрипт **firebase-messaging.js** и **firebase-app.js** актуальной версии:

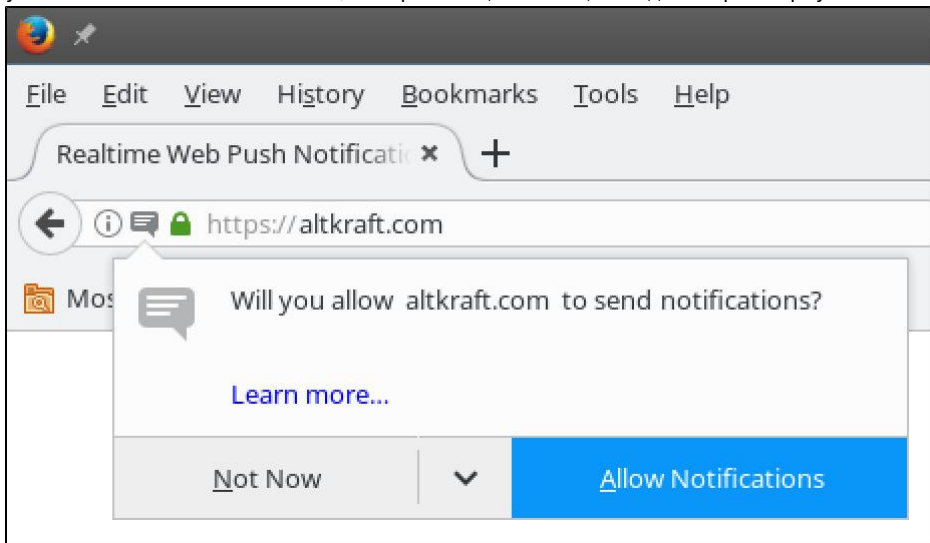
```
<script src="https://www.gstatic.com/firebasejs/7.6.2/firebase-app.js"></script>
<script src="https://www.gstatic.com/firebasejs/7.6.2/firebase-messaging.js"></script>
```


После этого добавьте вызов окна подписки на необходимое действие. Пример на JQuery для кнопки "Подписаться":

```
<button id="init_sub"> </button> //

<script>
  $("#init_sub").click(function(){ // ..
    try {
      var akPush = new AKPush();
      akPush.initSubscription() // ..
    }
    catch (e)
    { console.log(e); //
      }
    });
</script>
```

После того, как всё настроено можно будет зайти на сайт и подписаться на push уведомления. В браузере клиента при подтверждении устанавливается service worker, отображающий сообщения даже при свёрнутом окне браузера.



Шаг 4: Подготовьте контент для отправки

Контент для ваших Push рассылок создаётся в [Шаблонах сообщений](#). Шаблоны содержат контент для всех доступных каналов. при создании нового шаблона выберите Push канал, - или добавьте его для существующего.

Push версия шаблона содержит:

- **Заголовок** - аналогичен теме Email письма.
- **Иконка** - любое изображение для отображения в уведомлении. Для **Safari** иконка настраивается одна
- для всех рассылок. **Тело сообщения** - основная текстовая часть сообщения.
- **Ссылка для перехода** - ссылка, по которой перейдёт подписчик при нажатии на push.

В заголовок, ссылку и тело сообщения вы можете добавить [данные конкретного клиента](#), а также [динамический текстовый контент](#) из внешних источников:

Push сообщение

Заголовок:

Новая коллекция уже в продаже!

Иконка:

Иконка: <https://icon-service.tld/some-icon.png>

Тело сообщения:

Использовано символов: 33+

Привет, {lead._fname} {lead._lname}!
Твой личный промокод: {loyalty.vip.promocode}

utm

Настройки ссылок

Ссылка для перехода по клику (Только SSL):

<https://you-service.tld>

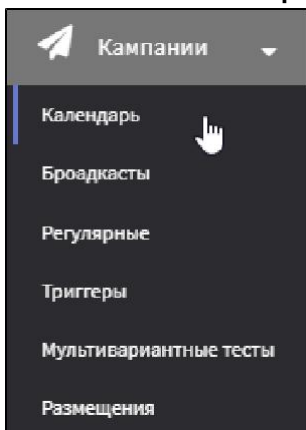
Использовать как ссылку подтверждения

Не оборачивать ссылки для отслеживания

iOS app deep-link: <myapp://mypath>

Android app deep-link: <myapp://mypath>

Шаг 5: Выберите тип рассылки

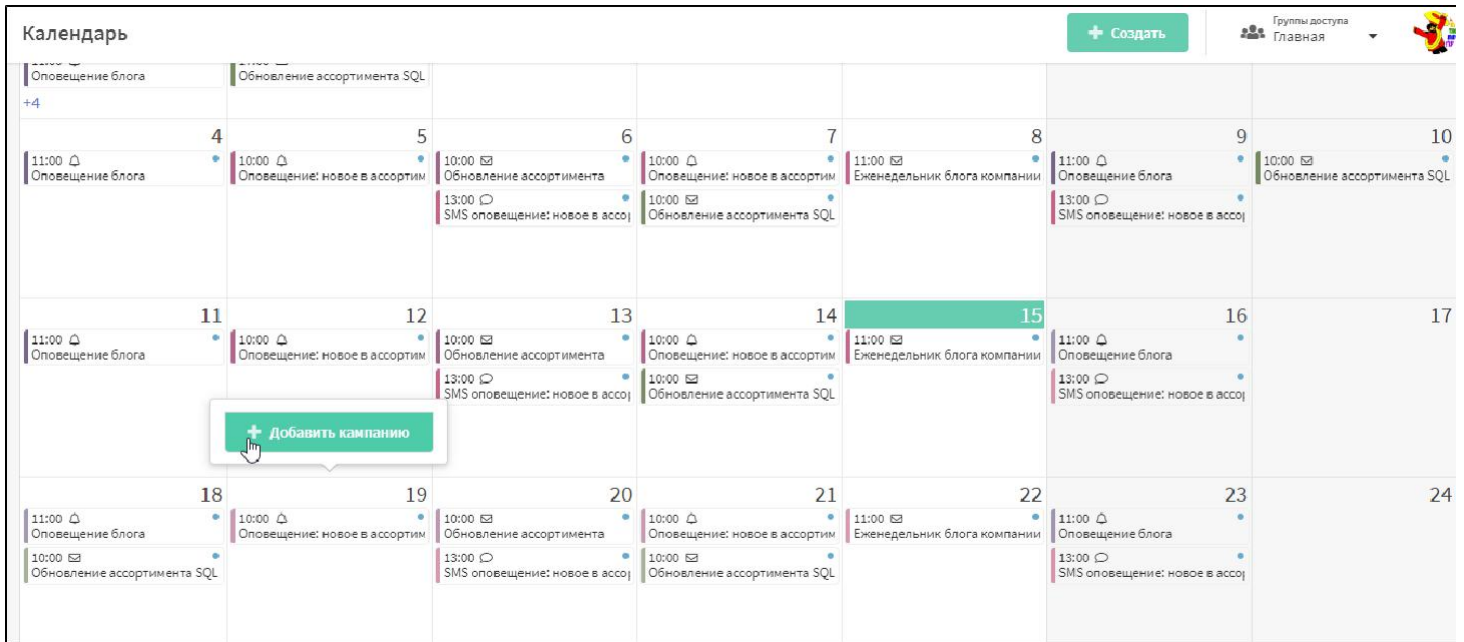


Для отправки push сообщений используется инструмент **Кампания**.

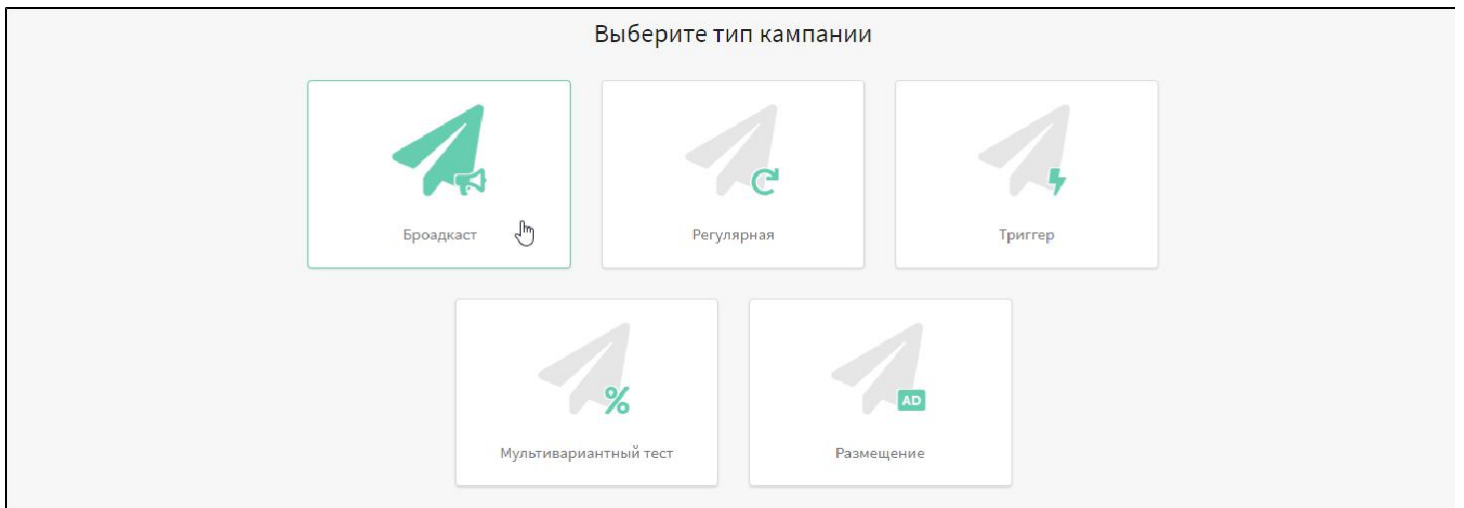
Если вам нужно произвести **разовую** рассылку по целой базе профилей или определённому сегменту аудитории - подойдёт бродкаст.

Если же рассылка будет **периодической** - ваш выбор это регулярная кампания.

В главном меню выберите раздел **Кампании** и откройте **Календарь**. В нём отображаются все рассылки, отправляемые по расписанию.



Определитесь с датой и создайте рассылку нужного типа:



✔ Подробную инструкцию по настройке **Бродкаста** вы найдёте [на этой странице](#).

✔ Подробную инструкцию по настройке **Регулярной кампании** вы найдёте [на этой странице](#).

Заполнив основные настройки кампании, выберите **Push** как канал связи, настроенный ранее ресурс подписок и аудиторию получателей. Добавьте в рассылку шаблон сообщения и установите расписание. Например, для бродкаста подойдёт вариант "В определённую дату в выбранное время":

Каналы
Выберите канал

Подписчики
Выберите получателей

Шаблоны
Шаблоны сообщений

Расписание
Расписание рассылки

В определённую дату в выбранное время

Время:

14:48
🕒

Дата:

2020-05-19
📅

Часовой пояс:

Часовой пояс аккаунта (Europe/Moscow)
▼

Отправлять в часовом поясе профиля, если он известен

Сразу отправить профили, в часовом поясе которых указанное время прошло

Деактивировать расписание после указанной даты

Расписание

Следующий запуск: 2020-05-19 14:48:00

Назад

Готово

Когда кампания настроена, сохраните её. Она будет отображаться в списке кампаний соответствующего типа. В правой части каждой записи есть меню быстрых действий. С его помощью вы можете сделать **тестовую** отpravku - и если всё успешно, **активировать** рассылку:

ALTKRAFT New

У нас что-то новенькое. Лови!

Наш ассортимент постоянно пополняется: узнай первым, что у нас нового!

Оповещение: новое в ассортименте

Создано: 2020-04-20 10:52:53
Обновлено: 2020-05-18 06:34:55

Автор: Вова Юдаев

ID: 16

Теги: B2C Интернет-магазин

Группы: Отдел маркетинга
Отдел продаж

Описание:
Регулярная рассылка Push для подписчиков интернет-магазина

Состояние: ■ Не активна

Тип контента: Push

Со ссылкой подтверждения: Нет

Запустится: Никогда

Профили: Клиенты B2C

✎ Редактировать

📧 Очередь сендера

✎ Редактировать

▶ Активировать

📖 Журнал

👤 Клонировать

🔒 Установить группу

✖ Удалить

ALTKRAFT New

Как поменяется мода в 2020?

На эти и другие вопросы отвечает в свежей статье от экспертов в мире моды. Также читайте, как наш новый сервис доставки поможет вам получить покупки в день оформления.

Оповещение блога

Создано: 2020-04-20 10:48:52
Обновлено: 2020-04-27 03:14:30

Автор: Вова Юдаев

ID: 15

Теги: B2C Блог

Группы: Отдел маркетинга
Отдел развития бизнеса

Описание:
Еженедельная рассылка push с напоминанием о новых записях в блоге

Состояние: ▶ Активная (Ожидание)

Тип контента: Push

Со ссылкой подтверждения: Нет

Запустится: 2020-05-18 11:00:00

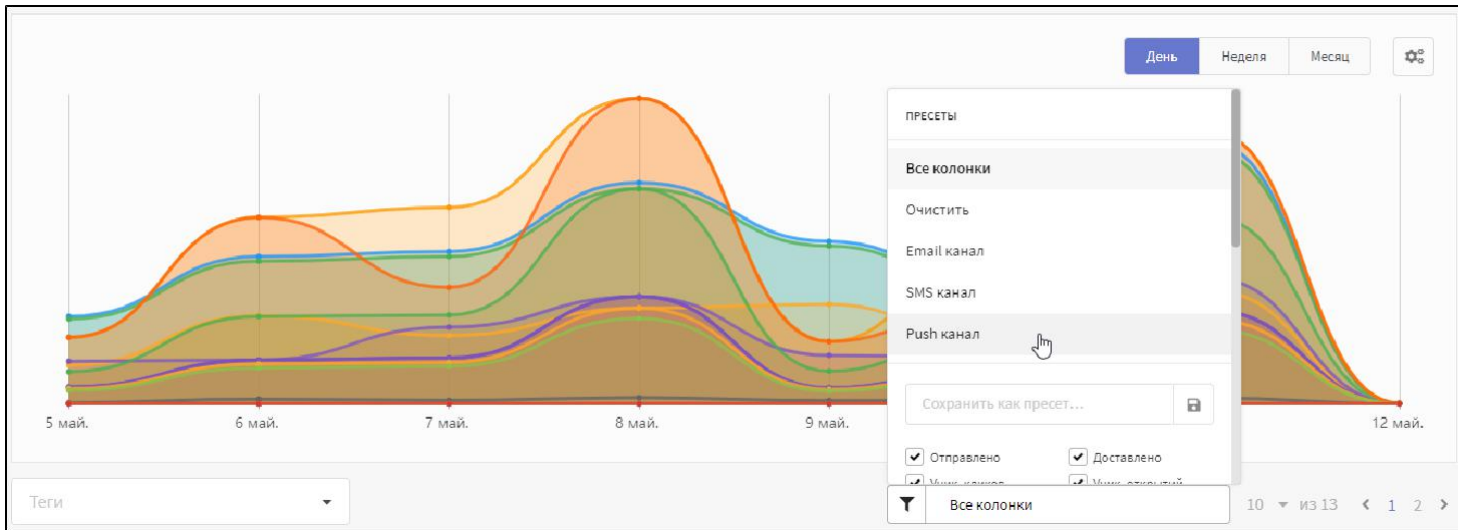
Профили: Клиенты B2C

✎ Редактировать

Шаг 6: Оцените эффективность рассылки

Для оценки результатов ваших рассылок используйте раздел **Аналитика** в главном меню платформы:

Сводный отчёт предоставляет аналитику по одной или нескольким кампаниям, по одному или нескольким каналам связи. Для удобства группировки можно выбрать **пресет** показателей для Push:



К сводному отчёту по конкретной рассылке можно также перейти по ссылке в редакторе **кампании**:

Настройки кампании

Канал

Подписчики

Ресурс:
#2 Подписка на блог

База данных:
#5 Клиенты B2C

Расписание

№	Дата и время	№	Дата и время
1	2020-05-16 11:00:00	5	2020-05-30 11:00:00
2	2020-05-18 11:00:00	6	2020-06-01 11:00:00
3	2020-05-23 11:00:00	7	2020-06-06 11:00:00
4	2020-05-25 11:00:00	8	2020-06-08 11:00:00

Шаблон

#2 Ежедневник блога

2020-04-27

ALTKRAFT

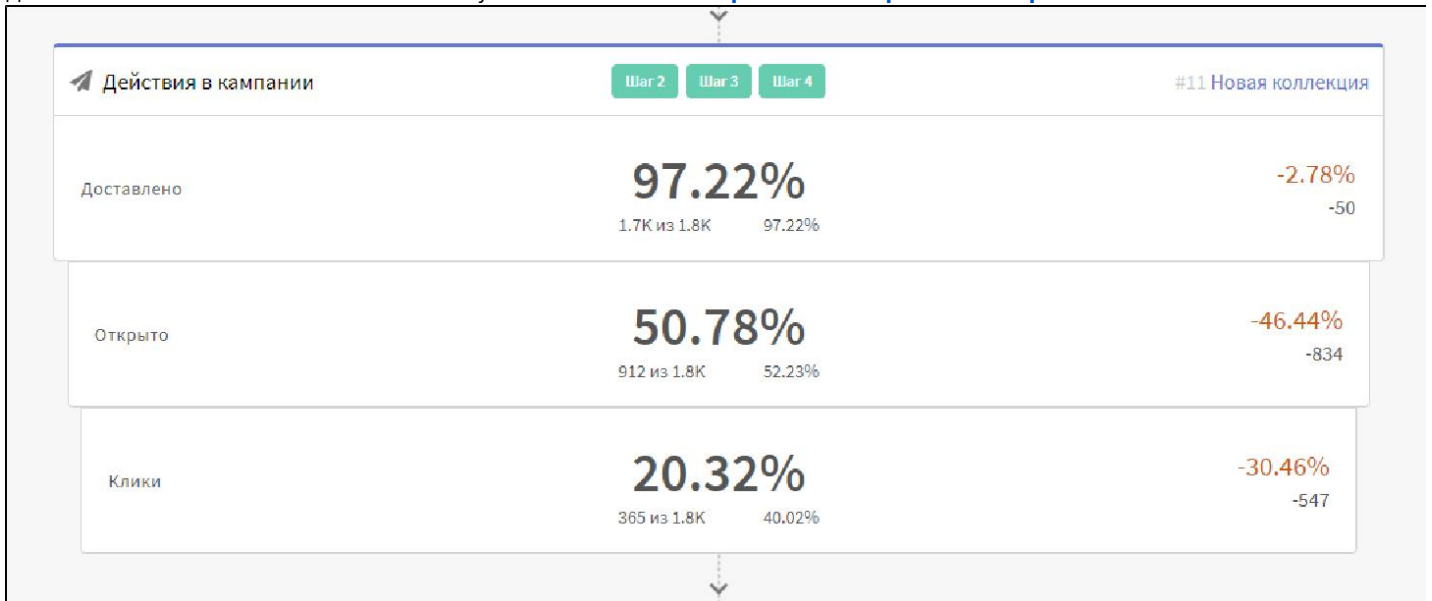
Now

Как поменяется мода в 2020?
На эти и другие вопросы ответим в свежей статье от экспертов в мире моды. Также читайте, как наш новый сервис доставки поможет вам получать покупки в день оформления.

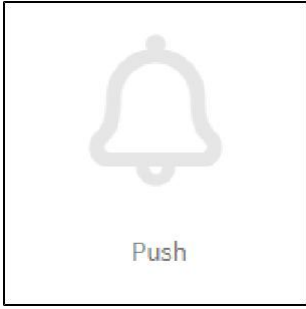
Awavote

Отчёт

Действия в Push кампании или шаблоне могут стать шагами в **интерактивной воронке конверсии**:



Руководство: первая Mobile-push рассылка



Это руководство поможет вам организовать рассылку **мобильных Push** уведомлений в платформе Altcraft Platform.

Мобильные push уведомления отображаются по мере получения в **центре уведомлений** мобильного устройства - в "шторке" Android и iOS смартфонов, планшетов и других гаджетов. По умолчанию уведомления включены для устанавливаемых приложений, так что вы можете сразу с момента установки начать процесс вовлечения клиента.

Push уведомления гораздо выгоднее SMS, так как их отправка фактически ничего не стоит.

Шаг 1: Настройте домен для работы с Push

! Если вы пользуетесь **облачным решением** - пропустите этот шаг и перейдите к настройкам подписки.

При установке Altcraft Platform на ваше оборудование On-Premise передайте инструкции из этого шага **администраторам** вашей платформы. Или свяжитесь с нашей службой поддержки!

Убедитесь, что **и ваш веб сайт, и платформа** работают **по протоколу HTTPS**. В системе Altcraft Platform должны быть **настроены веб пиксели**.

Необходимо активировать **push** уведомления и **pixel** в Панели администратора для **аккаунтов**, с которых планируется отправка:

The screenshot shows the following settings in the administrator panel:

- Enable AK Pixel
- Custom pixel and pushes domain:
- Enable push channel
- Enable email web versions
- Always save email web versions
- Days to keep email web versions:
- Capture email replies

Шаг 2: Подпишите клиентов на Push канал

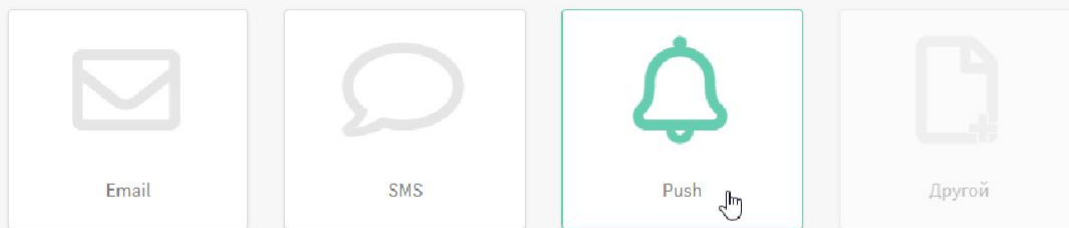
Базы профилей и ресурсы подписок

Рассылки Altcraft Platform получают ваши подписчики. **Профили** подписчиков хранятся в **базах данных профилей**.

Компании при отправке Push используют **подписки профиля** на **Ресурсы** - так вы можете отправлять уведомления на различные устройства клиента - или в разные браузеры. Ресурсом может быть сайт, приложение или тип контента.

Выберите соответствующий пункт главного меню, создайте новый - или выберите существующий **ресурс**. Добавьте **Push** канал в существующий ресурс - или выберите его в качестве основного канала для нового:

Выберите канал для подписки



Разрешение получать Push уведомления вашего сайта или мобильного приложения

В основных настройках добавьте необходимые базы данных, при необходимости назначьте [политику отправки](#) - и укажите **Трекинг домен по умолчанию**. Он будет обрабатывать переходы ваших клиентов по ссылкам в сообщениях:

Основные настройки

Имя ресурса: *

Описание ресурса:

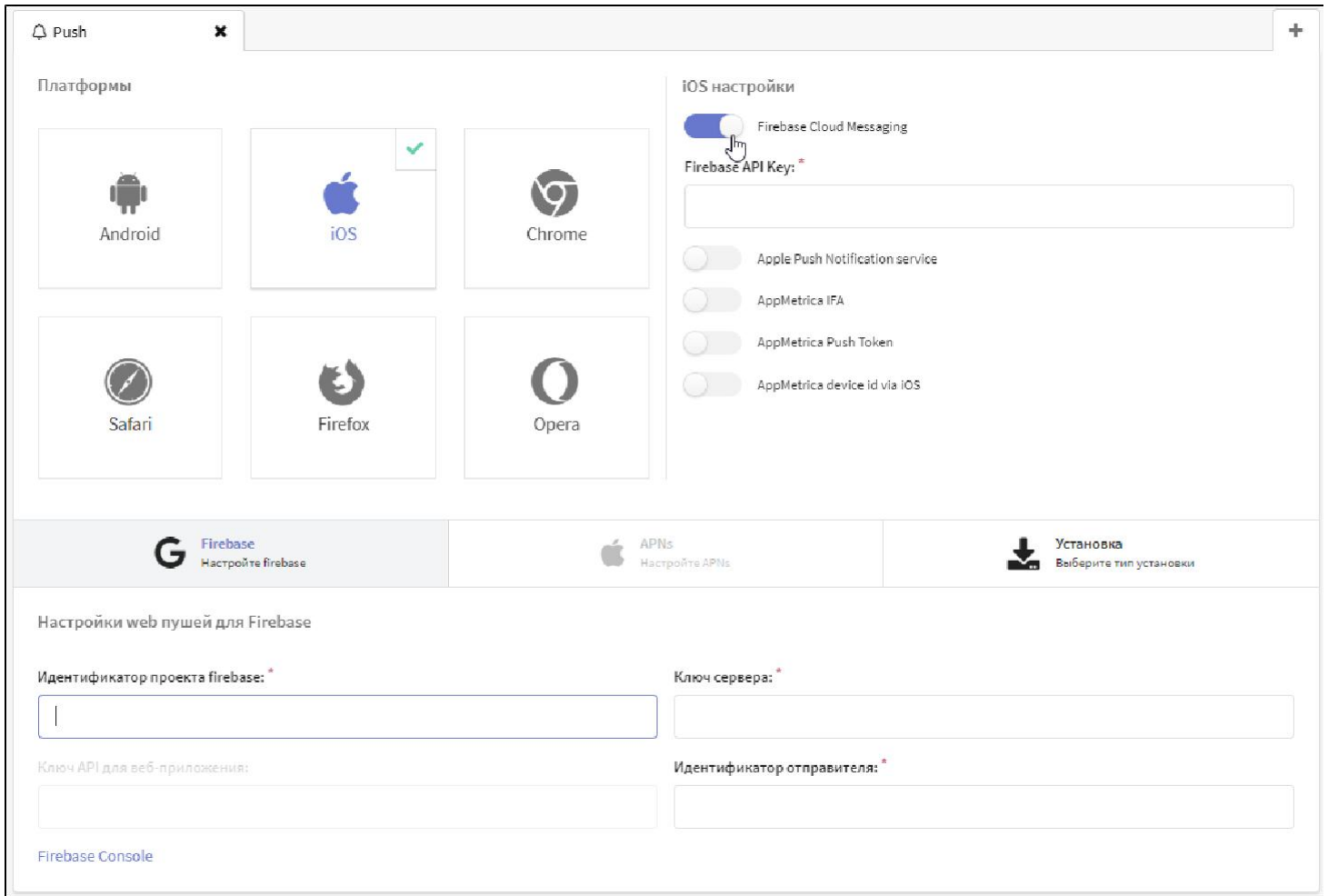
Установить группу: Задать политику отправки для ресурса:

Базы данных: *

URL веб-сайта, формы или приложения: * → Трекинг домен по умолчанию: *

Повышать приоритет для новых подписок

В настройках Push канала ресурса выберите **платформы**, на которые собираетесь отправлять уведомления клиентам - и внесите соответствующие настройки:



✔ Для мобильных приложений есть 3 варианта настройки:

- **Google Firebase Cloud Messaging** - для Android и iOS приложений
- **Apple Push Notification Service** - только для iOS приложений
- **Yandex.AppMetrica** - для Android и iOS приложений

Процесс настройки для различных платформ описан в [этом руководстве](#).

Профили клиентов и подписка на ресурс

Для каждого клиента в Altcraft Platform создаётся [единый цифровой профиль](#), объединяющий личные данные, историю действий и подписки на ваши ресурсы. Для отправки уведомления конкретному получателю используется токен (идентификатор) устройства - в случае с mobile-push этот идентификатор обычно связан с конкретной установкой приложения.

Существующая база подписчиков

Если у вас есть база токенов пользователей приложения, вы можете загрузить данные в платформу и использовать для отправки рассылок: по одному клиенту, списком, или из табличного файла. Различные способы импорта данных описаны в [этой статье](#).

Также вы можете настроить автоматический импорт профилей

- клиентов: [по расписанию из вашей SQL базы данных](#)
- [посредством интеграции с API платформы](#)

При импорте данных подпишите клиентов на подготовленный ранее ресурс. Для этого выберите Push в качестве канала связи, укажите колонку с токенами устройств, а также платформу и провайдера уведомлений:


Ресурс для подписки	Канал	Статус подписки	Провайдер	✕
1 - Промо-рассылки Email Push SMS	Push канал	Подписан	iOS APNs	
Источник подписки				
push	a6dd9d56-d72a-...			
Добавить подписку				

✔ Если у вас уже есть база профилей, добавьте им подписку на новый ресурс. Есть два варианта:

- если у клиентов есть подписки на другой ресурс с актуальными токенами устройств - используйте [массовое обновление профилей](#) если для подписки на Push идентификаторы необходимо загрузить в платформу - используйте [импорт профилей](#) в режиме "только обновление"

Новые push подписчики приложения

Altcraft Platform импортирует профили пользователей вашего приложения, когда те устанавливают приложение на мобильное устройство: по умолчанию показ обновлений включен как в Android, так и в iOS. При этом в профиль записывается информация об устройстве подписчика, IP адрес и определенная по нему геолокация:



[Загрузить фотографию](#)

[Персональные данные](#)

Действия

[✉](#) [💬](#) [🔔](#)

Раиса Оськина

Глобальный статус: Подписан

Основная	Личная	Контактная	Регистрационная	Отслеженная	Доп. поля
IP адрес	46.17.46.3				
Город	Moscow				
Страна	Russian Federation				
Регион	Moscow				
Индекс	102421				
Временная зона	+03:00 - Europe/Moscow				

Для настройки импорта новых push-подписчиков перейдите к следующему шагу.

Шаг 3: Добавьте push SDK в своё приложение

Для проведения push рассылок в ваше приложение должен быть установлен инструментарий для работы с push - SDK той платформы отправки, которую вы планируете использовать.

Свяжитесь с **разработчиками** вашего приложения для согласования работы и передайте им токен настроенного ранее **ресурса** (в настройках ресурса - см. снимок ниже) - а также [токен к доступу к платформе](#) и инструкции из этой статьи.

#3 Мобильное приложение

Обновлено 2020-04-20 17:46:54 пользователем boris



Токен

uMDPDRhrFWV-b67cf285410170e0

Подписки на уведомления из приложений присваиваются пользователям API запросом из приложения: [Добавить подписку на push в базу данных](#).

✓ Подписка на **Yandex.AppMetrica** может добавляться **автоматически** пользователям приложения с подключенным сервисом метрики. Подробнее в статье [Интеграция с Yandex.AppMetrica](#).

Шаг 4: Подготовьте контент для отправки

Контент для ваших Push рассылок создаётся в [Шаблонах сообщений](#). Шаблоны содержат контент для всех доступных каналов. при создании нового шаблона выберите Push канал, - или добавьте его для существующего.

Push версия шаблона содержит:

- **Заголовок** - аналогичен теме Email письма.
- **Иконка** - любое изображение для отображения в уведомлении. **Тело сообщения** - основная текстовая часть сообщения.
- **Ссылка для перехода** - ссылка, по которой перейдёт подписчик при нажатии на push. Отдельно настраиваются deep link для каждой платформы.

В заголовок, ссылку и тело сообщения вы можете добавить [данные конкретного клиента](#), а также [динамический текстовый контент](#) из внешних источников:

Push сообщение

Заголовок: Иконка:

Тело сообщения:

Привет, {lead_fname} {lead_lname}!
Твой личный промокод: {loyalty.vip.promocode}

Настройки ссылок

Ссылка для перехода по клику (Только SSL):

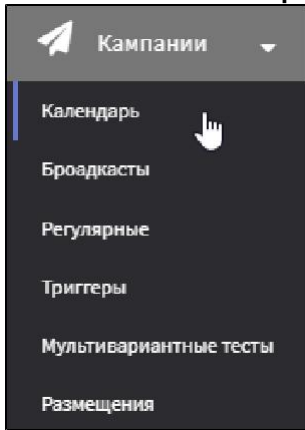
Использовать как ссылку подтверждения [?](#)

Не оборачивать ссылки для отслеживания [?](#)

iOS app deep-link:

Android app deep-link:

Шаг 5: Выберите тип рассылки

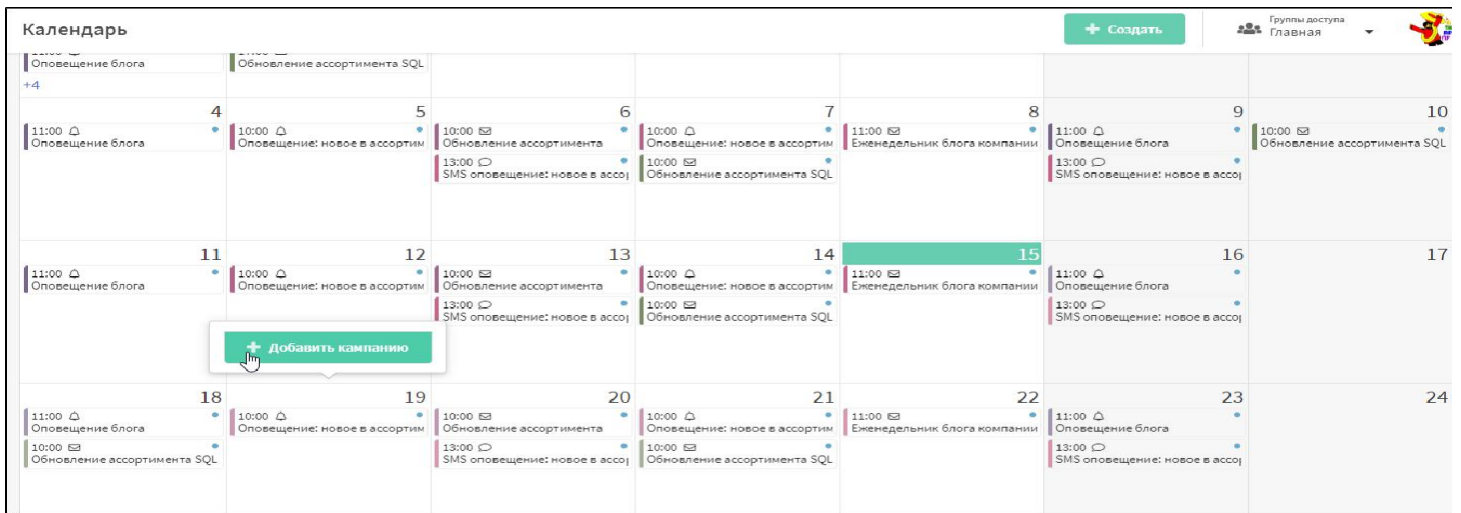


Для отправки push сообщений используется инструмент **Кампания**.

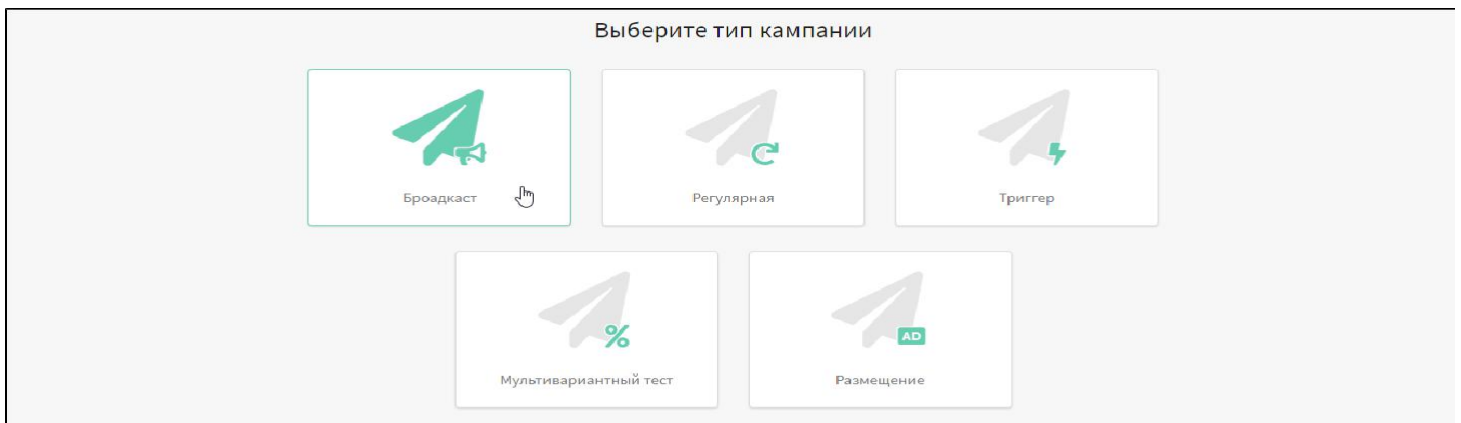
Если вам нужно произвести **разовую** рассылку по целой базе профилей или определённому сегменту аудитории - подойдёт броадкаст.

Если же рассылка будет **периодической** - ваш выбор это регулярная кампания.

В главном меню выберите раздел **Кампании** и откройте **Календарь**. В нём отображаются все рассылки, отправляемые по расписанию.



Определитесь с датой и создайте рассылку нужного типа:



✔ Подробную инструкцию по настройке **Броадкаста** вы найдёте [на этой странице](#).

✓ Подробную инструкцию по настройке **Регулярной кампании** вы найдёте [на этой странице](#).

Заполнив основные настройки кампании, выберите **Push** как канал связи, настроенный ранее ресурс подписок и аудиторию получателей. Добавьте в рассылку шаблон сообщения и установите расписание. Например, для бродкаста подойдёт вариант "В определённую дату в выбранное время":

В определённую дату в выбранное время

Время: 14:48

Дата: 2020-05-19

Часовой пояс: Часовой пояс аккаунта (Europe/Moscow)

Отправлять в часовом поясе профиля, если он известен

Сразу отправить профили, в часовом поясе которых указанное время прошло

Деактивировать расписание после указанной даты

Расписание

Следующий запуск: 2020-05-19 14:48:00

Назад

Готово

Когда кампания настроена, сохраните её. Она будет отображаться в списке кампаний соответствующего типа. В правой части каждой записи есть меню быстрых действий. С его помощью вы можете сделать **тестовую** отpravку - и если всё успешно, **активировать** рассылку:

Оповещение: новое в ассортименте

Создано: 2020-04-20 10:52:53
Обновлено: 2020-05-18 06:34:55
Автор: Воля Юдаев
ID: 16
Теги: B2C, Интернет-магазин
Группы: Отдел маркетинга, Отдел продаж
Описание: Регулярная рассылка Push для подписчиков интернет-магазина

Состояние: Не активна
Тип контента: Push
Со ссылкой подтверждения: Нет
Запустится: Никогда
Профили: Клиенты B2C

Redactировать

Очередь сендера

Redactировать

Активировать

Журнал

Клиническая

Установить группу

Удалить

Оповещение блога

Создано: 2020-04-20 10:48:52
Обновлено: 2020-04-27 03:14:30
Автор: Воля Юдаев
ID: 15
Теги: B2C, Блог
Группы: Отдел маркетинга, Отдел развития бизнеса
Описание: Ежедневная рассылка push с напоминанием о новых записях в блоге

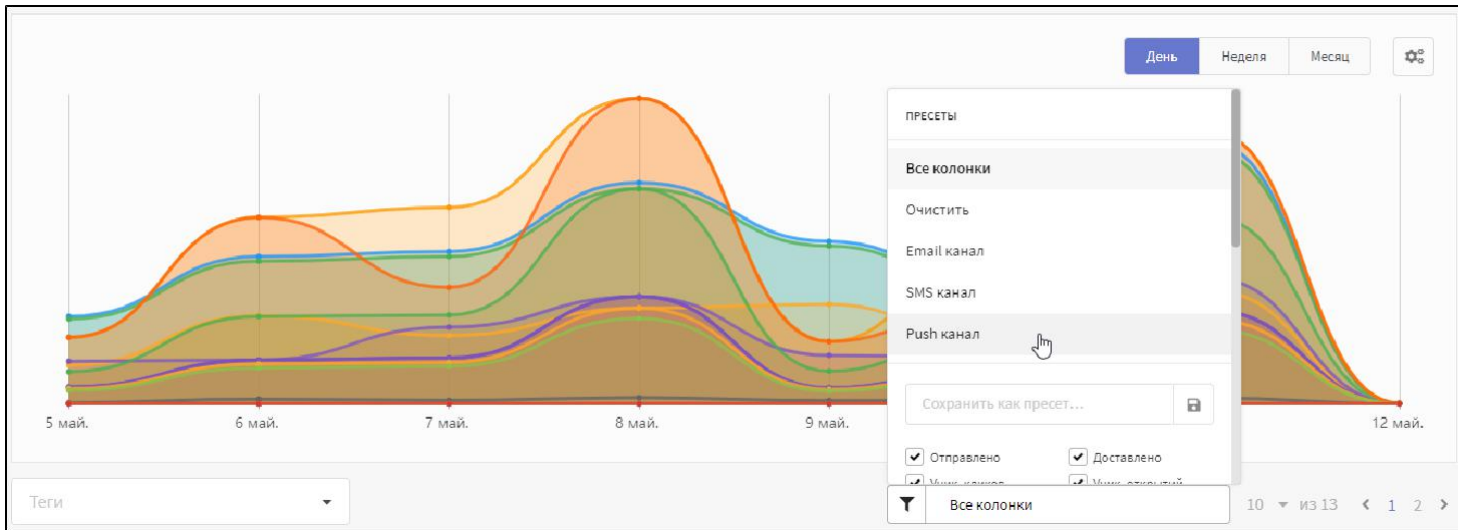
Состояние: Активная (Ожидание)
Тип контента: Push
Со ссылкой подтверждения: Нет
Запустится: 2020-05-18 11:00:00
Профили: Клиенты B2C

Redactировать

Шаг 6: Оцените эффективность рассылки

Для оценки результатов ваших рассылок используйте раздел **Аналитика** в главном меню платформы:

Сводный отчёт предоставляет аналитику по одной или нескольким кампаниям, по одному или нескольким каналам связи. Для удобства группировки можно выбрать **пресет** показателей для Push:



К сводному отчёту по конкретной рассылке можно также перейти по ссылке в редакторе **кампании**:

Настройки кампании

Канал

Подписчики

Ресурс: #2 Подписка на блог

База данных: #5 Клиенты B2C

Расписание

1	2020-05-16 11:00:00	5	2020-05-30 11:00:00
2	2020-05-18 11:00:00	6	2020-06-01 11:00:00
3	2020-05-23 11:00:00	7	2020-06-06 11:00:00
4	2020-05-25 11:00:00	8	2020-06-08 11:00:00

Шаблон

#2 Ежедневник блога

2020-04-27

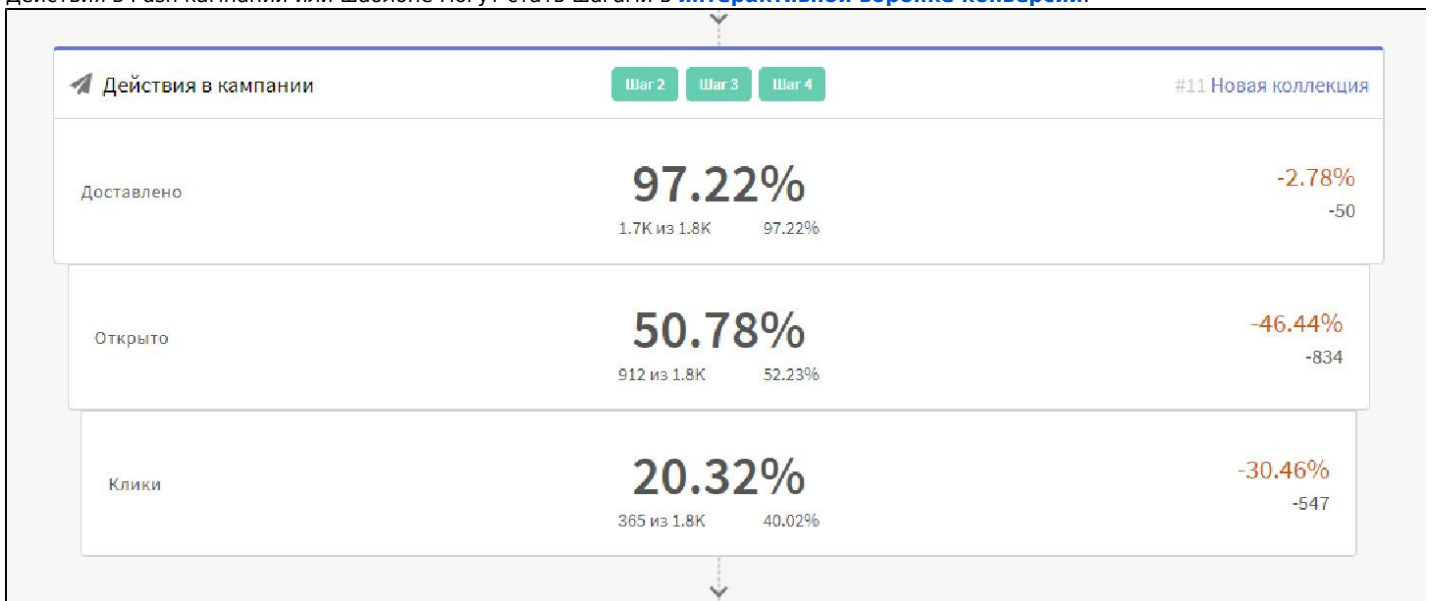
ALTKRAFT

Now

Как поменяется мода в 2020?

На эти и другие вопросы ответим в свежей статье от экспертов в мире моды. Также читайте, как наш новый сервис доставки поможет вам получать покупки в день оформления.

Действия в Push кампании или шаблоне могут стать шагами в **интерактивной воронке конверсии**:



Кампании

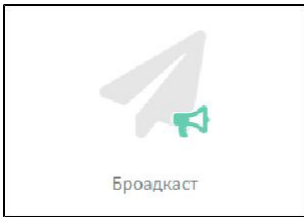
Описание

Кампании в Altcraft управляют отправкой сообщений клиентам.

Кампания генерирует сообщение подписчикам определённого [ресурса](#) на основе выбранных [шаблонов сообщений](#), добавляя информацию о клиенте из [базы данных](#), динамический контент, части и фрагменты.

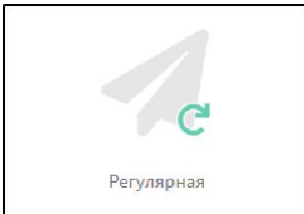
Если в качестве аудитории рассылки используется [Динамический сегмент](#), он будет рассчитан непосредственно перед каждым запуском. Также перед запуском кампания **исключает** из рассылки профили, находящиеся в [стоп-списках](#) платформы и заблокированные [политикой отправки](#).

Типы кампаний



Броадкаст

Кампания, осуществляющая однократную рассылку сообщений определённой аудитории подписчиков. При больших объёмах отправку можно разделить на несколько частей по расписанию. В качестве аудитории может выступать база данных подписчиков или сегмент.



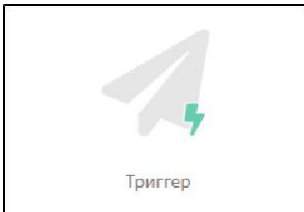
Регулярная

Кампания, которая рассылает доступный контент определённой аудитории подписчиков на регулярной основе. Кампания никогда не останавливается автоматически. В качестве аудитории может выступать база данных подписчиков или сегмент.



Мультивариантный тест

Кампания, которая позволяет Вам протестировать эффективность отправляемых сообщений. В кампанию добавляются до 16 шаблонов сообщений. В качестве аудитории может выступать база данных подписчиков или сегмент.



Триггер

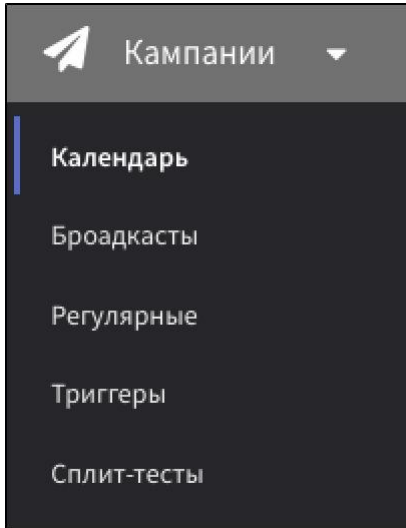
Кампания, которая отправляет сообщения автоматически подписчикам при совершении подписчиком определённого действия. Также условиями запуска могут быть изменение информации о подписчике, импорт профиля и прямой API запрос.

Календарь кампаний

В этой статье:

- [Описание](#)
- [Просмотр информации о запусках](#)
- [Создание новой кампании](#)

Описание



Календарь кампаний в Альткрафт отображает время запуска кампаний:

- **Броадкастов** - массовых единоразовых рассылок.
- **Регулярных** - периодических рассылок и уведомлений.
- **Сплит-тестов** - массовых рассылок с возможностью выбрать наиболее эффективный **контент**.

Из интерфейса календаря также можно создать новую кампанию любого типа, в том числе **Триггерную**, не имеющую фиксированного времени запуска.

В главном меню откройте **Кампании** → **Календарь**.

Просмотр информации о запусках

В календаре отображается информация как о **предстоящих** запусках кампаний по расписанию, так и о **прошедших**. Если вы проводите массовую рассылку, **разделённую на несколько частей**, в календаре будет отображаться запуск каждой порции сообщений. Это поможет контролировать нагрузку на модуль отправки, сетевую инфраструктуру вашей организации, а также ограничения провайдеров email.

Для каждого запуска кампании отображается время, тип и название кампании, используемые каналы связи. Доступно три варианта отображения:

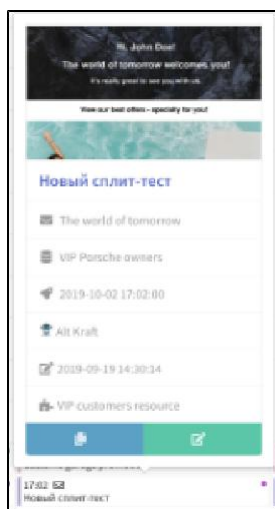
- **Месяц** - выводит информацию по всем запускам за месяц. По каждому дню месяца отображается три первых кампании. Если их больше - внизу плитки появится ссылка на подробную информацию о запусках за день.
- **Неделя** - выводит информацию о запусках за неделю. Кампании сгруппированы по дню и времени запуска. **День** - отображает все запуски кампаний в отдельно взятый день.

Октябрь 2019

Месц Нодал День < >

● Непознаны ● Регулярны ● Сплит-тесты

Понедельник	Вторник	Среда	Четверг	Пятница	Суббота	Воскресенье
30	1	2	3	4	5	6
18:16 62 C1 Weekly newsletter 17:57 62 Custom garage promotion 17:02 62 Новый сплит-тест	18:16 62 C1 Weekly newsletter 17:57 62 Custom garage promotion 17:02 62 Новый сплит-тест	18:16 62 C1 Weekly newsletter 17:57 62 Custom garage promotion 17:02 62 Новый сплит-тест	18:16 62 C1 Weekly newsletter 17:57 62 Custom garage promotion 17:02 62 Новый сплит-тест	18:16 62 C1 Weekly newsletter 18:21 62 Customer satisfaction survey 17:57 62 Custom garage promotion	18:16 62 C1 Weekly newsletter 17:57 62 Custom garage promotion 17:02 62 Новый сплит-тест	18:16 62 C1 Weekly newsletter 17:57 62 Custom garage promotion 17:02 62 Новый сплит-тест
7	8	9	10	11	12	13
18:16 62 C1 Weekly newsletter 17:57 62 Custom garage promotion 17:02 62 Новый сплит-тест	18:16 62 C1 Weekly newsletter 17:57 62 Custom garage promotion 17:02 62 Новый сплит-тест	18:16 62 C1 Weekly newsletter 17:57 62 Custom garage promotion 17:02 62 Новый сплит-тест	18:16 62 C1 Weekly newsletter 17:57 62 Custom garage promotion 17:02 62 Новый сплит-тест	18:16 62 C1 Weekly newsletter 17:57 62 Custom garage promotion 17:02 62 Новый сплит-тест	18:16 62 C1 Weekly newsletter 17:57 62 Custom garage promotion 17:02 62 Новый сплит-тест	18:16 62 C1 Weekly newsletter 17:57 62 Custom garage promotion 17:02 62 Новый сплит-тест
14	15	16	17	18	19	20
18:16 62 C1 Weekly newsletter 17:57 62 Custom garage promotion 17:02 62 Новый сплит-тест	18:16 62 C1 Weekly newsletter 17:57 62 Custom garage promotion 17:02 62 Новый сплит-тест	18:16 62 C1 Weekly newsletter 17:57 62 Custom garage promotion 17:02 62 Новый сплит-тест	18:16 62 C1 Weekly newsletter 17:57 62 Custom garage promotion 17:02 62 Новый сплит-тест	18:16 62 C1 Weekly newsletter 18:21 62 Customer satisfaction survey 17:57 62 Custom garage promotion	18:16 62 C1 Weekly newsletter 17:57 62 Custom garage promotion 17:02 62 Новый сплит-тест	18:16 62 C1 Weekly newsletter 17:57 62 Custom garage promotion 17:02 62 Новый сплит-тест
21	22	23	24	25	26	27
18:16 62 C1 Weekly newsletter 17:57 62 Custom garage promotion 17:02 62 Новый сплит-тест	18:16 62 C1 Weekly newsletter 17:57 62 Custom garage promotion 17:02 62 Новый сплит-тест	18:16 62 C1 Weekly newsletter 17:57 62 Custom garage promotion 17:02 62 Новый сплит-тест	18:16 62 C1 Weekly newsletter 17:57 62 Custom garage promotion 17:02 62 Новый сплит-тест	18:16 62 C1 Weekly newsletter 18:21 62 Customer satisfaction survey 17:57 62 Custom garage promotion	18:16 62 C1 Weekly newsletter 17:57 62 Custom garage promotion 17:02 62 Новый сплит-тест	18:16 62 C1 Weekly newsletter 17:57 62 Custom garage promotion 17:02 62 Новый сплит-тест
28	29	30	31	1	2	3
18:16 62 C1 Weekly newsletter 17:57 62 Custom garage promotion 17:02 62 Новый сплит-тест	18:16 62 C1 Weekly newsletter 17:57 62 Custom garage promotion 17:02 62 Новый сплит-тест	18:16 62 C1 Weekly newsletter 17:57 62 Custom garage promotion 17:02 62 Новый сплит-тест	18:16 62 C1 Weekly newsletter 17:57 62 Custom garage promotion 17:02 62 Новый сплит-тест	18:16 62 C1 Weekly newsletter 18:21 62 Customer satisfaction survey 17:57 62 Custom garage promotion	18:16 62 C1 Weekly newsletter 17:57 62 Custom garage promotion 17:02 62 Новый сплит-тест	18:16 62 C1 Weekly newsletter 17:57 62 Custom garage promotion 17:02 62 Новый сплит-тест
4	5	6	7	8	9	10
18:16 62 C1 Weekly newsletter 17:57 62 Custom garage promotion 17:02 62 Новый сплит-тест	18:16 62 C1 Weekly newsletter 17:57 62 Custom garage promotion 17:02 62 Новый сплит-тест	18:16 62 C1 Weekly newsletter 17:57 62 Custom garage promotion 17:02 62 Новый сплит-тест	18:16 62 C1 Weekly newsletter 17:57 62 Custom garage promotion 17:02 62 Новый сплит-тест	18:16 62 C1 Weekly newsletter 18:21 62 Customer satisfaction survey 17:57 62 Custom garage promotion	18:16 62 C1 Weekly newsletter 17:57 62 Custom garage promotion 17:02 62 Новый сплит-тест	18:16 62 C1 Weekly newsletter 17:57 62 Custom garage promotion 17:02 62 Новый сплит-тест



При нажатии на плитку запуска открывается подробная информация:

- Предпросмотр отправляемого контента
- (email) Название кампании
- Шаблон сообщения
- Источник данных
- кампании Точное время
- запуска Автор
- кампании
- Дата создания /
- изменения Ресурс
- (издатель) кампании

Ниже находятся кнопки, позволяющие **клонировать** или **редактировать** кампанию.

Создание новой кампании


Из интерфейса календаря можно создать новую кампанию любого типа.

Выберите день первого запуска, кликните мышкой по пустому полю и во всплывающем окне нажмите **+ Добавить кампанию**.


Откроется панель выбора, в которой доступны все 4 типа кампаний. При нажатии откроется соответствующая форма редактирования.

	Понедельник, 30
0h	<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; display: inline-block; background-color: #e0f2f1;"> + Добавить кампанию </div>
1h	
2h	
3h	


Выберите тип кампании




Броадкаст



Регулярная



Триггер



Сплит-тест

Кампания объединяет в себе подписчиков, сообщения и настройки отправки. Разные типы кампаний имеют различный подход к стратегии отправки.

Дата запуска будет автоматически установлена на выбранный вами в календаре день, однако её можно при необходимости изменить, а также установить необходимое количество запусков и расписание:

Расписание рассылки

Каждый день, несколько раз в день

Часы:

12

✕

18

✕

▼

Минуты:

30

Часовой пояс:

Часовой пояс аккаунта (UTC)

Деактивировать расписание после указанной даты

Шаблон ▼

- Очистить
- Каждый час
- Каждый второй час
- Каждый третий час
- Каждый четвертый час
- Каждый шестой час

СЛЕДУЮЩИЕ ЗАПУСКИ

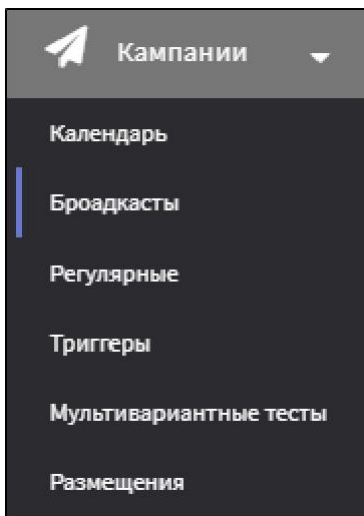
1 2019-09-20 12:30:00	4 2019-09-21 18:30:00	7 2019-09-23 12:30:00	10 2019-09-24 18:30:00
2 2019-09-20 18:30:00	5 2019-09-22 12:30:00	8 2019-09-23 18:30:00	11 2019-09-25 12:30:00
3 2019-09-21 12:30:00	6 2019-09-22 18:30:00	9 2019-09-24 12:30:00	12 2019-09-25 18:30:00

Броадкаст кампания

В этой статье:

- [Описание](#)
- [Основные настройки](#)
- [Мгновенный запуск кампании \(помимо расписания\)](#)
- [Smart settings](#)
 - [Умные настройки](#)
 - [Наблюдатели за рассылкой](#)
 - [Последовательный запуск](#)
- [броадкастов Прогресс отправки компаний](#)

Описание



Броадкаст кампания - инструмент для организации **массовых однократных** рассылок контента подписчикам.

Рассылает по одному сообщению всем подписчикам из своего источника данных по заданному расписанию.

Когда каждому из получателей будет отправлено одно сообщение, броадкаст-кампания завершится, в отличие от [регулярной кампании](#), которая снова начнёт рассылку с начала списка.

Чтобы создать новый броадкаст, в главном меню выберите **Кампании** → **Броадкасты** и нажмите кнопку **+ Создать**. Или воспользуйтесь календарём кампаний.

Основные настройки

В основных настройках укажите название и описание новой кампании, при необходимости [установите группу доступа](#) и **метки** для дополнительной группировки. Здесь же вы можете указать **SUBID статистики** для кампании. В верхнем правом углу находится переключатель, активирующий кампанию:

Основные настройки Активная

Название кампании: SUBID статистики:

Описание:

Установить группу: Метки:

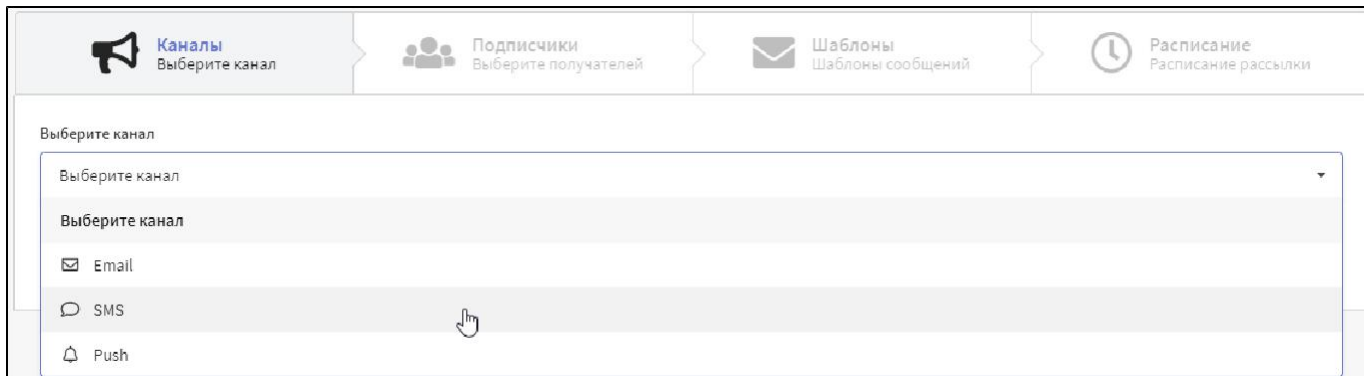
Настройки кампании

Настройки кампании объединяют канал, по которому она будет отправлена, получателей сообщений, контент из одного или нескольких шаблонов, а также расписание рассылки.

Каналы

В **первой вкладке** выберите канал связи, по которому хотите отправить кампанию. Канал отправки должен быть доступен хотя бы в одном [ресурсе подписок](#). Ресурс выбирается в следующей вкладке.

 Для отправки по Email доступно использование основных контактных данных подписчика - поля Email в базе данных.



The screenshot shows the 'Channels' step of the campaign setup wizard. It features a horizontal navigation bar with four tabs: 'Каналы' (Channels), 'Подписчики' (Subscribers), 'Шаблоны' (Templates), and 'Расписание' (Schedule). The 'Каналы' tab is active. Below the navigation bar, there is a dropdown menu labeled 'Выберите канал' (Select channel). The dropdown menu is open, showing three options: 'Email' (with an envelope icon), 'SMS' (with a speech bubble icon), and 'Push' (with a bell icon). A mouse cursor is hovering over the 'SMS' option.

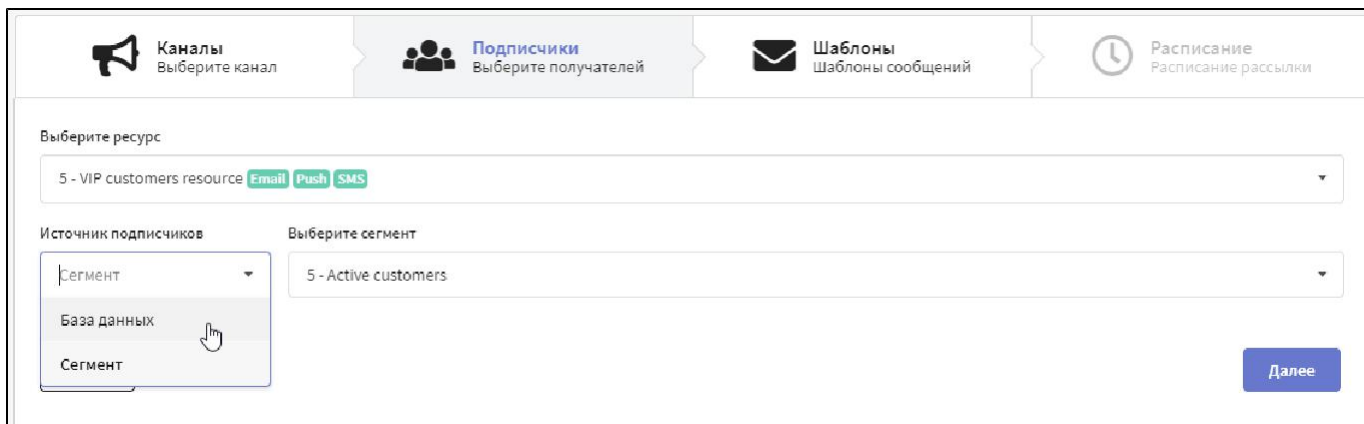
Подписчики

Кампании в Альткрафт отправляются в рамках определённого **Ресурса**: это может быть отдельный сайт, продукт, акция, или другое направление ваших коммуникаций с клиентами.

Выберите ресурс из выпадающего меню. В ресурсе должен быть настроен выбранный на предыдущем шаге **канал**.

Получателями бродкаст-кампании может быть **база профилей** или **сегмент**, состоящий из профилей одной или нескольких баз данных. Установите необходимые значения в полях **Источник данных** и **Название** (сегмента или базы данных).

 При отправке сообщений кампания использует **подписки клиентов** на выбранный ресурс. Убедитесь, что получатели в вашем источнике данных подписаны на него!



The screenshot shows the 'Subscribers' step of the campaign setup wizard. It features a horizontal navigation bar with four tabs: 'Каналы' (Channels), 'Подписчики' (Subscribers), 'Шаблоны' (Templates), and 'Расписание' (Schedule). The 'Подписчики' tab is active. Below the navigation bar, there is a dropdown menu labeled 'Выберите ресурс' (Select resource). The dropdown menu is open, showing one option: '5 - VIP customers resource' with three small colored buttons (Email, Push, SMS) to its right. Below the resource dropdown, there are two more dropdown menus: 'Источник подписчиков' (Subscriber source) and 'Выберите сегмент' (Select segment). The 'Источник подписчиков' dropdown is open, showing three options: 'Сегмент', 'База данных', and 'Сегмент'. A mouse cursor is hovering over the 'База данных' option. The 'Выберите сегмент' dropdown is open, showing one option: '5 - Active customers'. At the bottom right of the form, there is a blue button labeled 'Далее' (Next).

Шаблоны

В этом блоке выберите контент, который хотите использовать в рассылке. **Шаблоны сообщений** в Альткрафт объединяют контент для отправки по всем доступным каналам.

✔ Убедитесь, что контент для выбранного в кампании канала присутствует

Нажмите на кнопку **Добавить** и выберите подготовленный шаблон. Любой тип кампании поддерживает до 16 шаблонов сообщений. Бродкаст- кампания отправит каждому получателю по **одному** сообщению из выбранных в случайном порядке - в равных пропорциях.

По клику на миниатюру шаблона откроется **предпросмотр**. При нажатии на название шаблона он откроется в новой вкладке

Каналы
Выберите канал

Подписчики
Выберите получателей

Шаблоны
Шаблоны сообщений

Расписание
Расписание рассылки

Тип сообщения
Простые сообщения

#9 The world of tomor..
2019-12-11

Hi, John Doe!
The world of tomorrow welcomes you
It's really great to see you with us.
View our best offers - specially for you!

#13 The world of tomor..
2019-12-12

Hi, Alice Spencer!
Welcome to The world of tomorrow!
It's really great to see you with us.
View our best offers - specially for you!

+
Добавить

Назад

Далее


Расписание


✔ Расписание кампаний описано в [отдельной статье](#).


При проведении массовых рассылок необходимо иметь во внимании такой показатель, как **репутация отправителя** (домена и IP адресов, с которых ведётся рассылка). Провайдеры электронной почты устанавливают ограничения на массовые рассылки - в зависимости от репутации и количества отправляемых сообщений. Обычно провайдеры устанавливают


Отправка всех сообщений за один запуск

Если репутация отправителя достаточно высока, чтобы отправить все сообщения кампании за 24 часа, в блоке **Расписание** установите один запуск, **в определённую дату в выбранное время**:

 **Каналы**
Выберите канал

 **Подписчики**
Выберите получателей

 **Шаблоны**
Шаблоны сообщений

 **Расписание**
Расписание рассылки

В определённую дату в выбранное время

Время:

Дата:

Часовой пояс:

- Отправлять в часовом поясе профиля, если он известен
- Сразу отправить профили, в часовом поясе которых указанное время прошло
- Деактивировать расписание после указанной даты

Расписание

Следующий запуск: 2019-12-25 16:20:00


Назад


Готово


Дополнительно вы можете установить **Часовой пояс** для отправки - или отправку в часовом поясе клиента, [если такие данные доступны](#).


Порционная отправка

Так как большинство ограничений провайдеров email действует 24 часа, в расписании бродкаста в случаях массовых рассылок, превышающих ограничение, подойдёт план **Каждый день в выбранное время**. Количество сообщений встраивается в блоке **Ограничения рассылки** после сохранения изменений.

 **Каналы**
Выберите канал

 **Подписчики**
Выберите получателей

 **Шаблоны**
Шаблоны сообщений

 **Расписание**
Расписание рассылки

Каждый день в выбранное время

Каждый день в выбранное время

Каждый день, несколько раз в день

В определённую дату в выбранное время

В заданные дни недели определённых месяцев в выбранное время

В заданные дни определённых месяцев в выбранное время


В заданную дату в различное время

Расписание

1 2019-12-25 16:20:00	2 2019-12-26 16:20:00	3 2019-12-27 16:20:00	4 2019-12-28 16:20:00
5 2019-12-29 16:20:00	6 2019-12-30 16:20:00	7 2019-12-31 16:20:00	8 2020-01-01 16:20:00
9 2020-01-02 16:20:00	10 2020-01-03 16:20:00	11 2020-01-04 16:20:00	12 2020-01-05 16:20:00

Назад

Готово

 При порционной отправки с фиксированным количеством запусков убедитесь, что их количество, умноженное на лимит для каждого запуска больше, чем количество получателей. В противном случае, часть сообщений не будет отправлена.

Когда вы завершите настройку, нажмите **Готово**. Выбранные вами параметры будут отображаться в блоке **Настройки кампании**. Кнопками в правом верхнем углу блока вы можете **редактировать** настройки - или перейти к **сводному отчёту** по кампании.

Настройки кампании

Канал

Подписчики

Ресурс:
5 - VIP customers resource
База данных:
5 - West coast customers

Расписание

1	2019-12-25 18:14:00	5	2019-12-29 18:14:00
2	2019-12-26 18:14:00	6	2019-12-30 18:14:00
3	2019-12-27 18:14:00	7	2019-12-31 18:14:00
4	2019-12-28 18:14:00	8	2020-01-01 18:14:00

Шаблон

#9 The world of tomorrow..
2019-12-11

Hi, John Doe!

The world of tomorrow welcomes you
It's really great to see you with us.

View our best offers - specially for you!

Мгновенный запуск кампании (помимо расписания)

Чтобы запустить кампанию сразу же после создания, в самом низу страницы отметьте соответствующую опцию.

- Если лимиты не установлены - сообщения отправятся всем получателям.
- Если кампания разбита на несколько частей - произойдёт запуск помимо расписания.

Запустить кампанию прямо сейчас (помимо расписания)

Ограничения рассылки

Если количество сообщений кампании больше, чем провайдеры электронной почты принимают с ваших почтовых доменов в сутки, бродкаст-кампанию можно разделить на несколько частей.

i Другой сценарий использования - распределение нагрузки на сервер (модуль отправки), или на инфраструктуру вашей организации. Например, при ограничениях канала отправки сообщений.

В этих случаях установите в кампании ограничения рассылки:

- **Лимит на каждый старт кампании** - количество сообщений, которое будет отправлено в следующий запуск кампании по расписанию. **Автоматически наращивать лимит** - количество сообщений или процент лимита на каждый старт, которое будет добавляться при каждом успешном запуске кампании.

Политика отправки ограничивает коммуникацию с одним подписчиком. По умолчанию кампания будет использовать политику, выбранную глобально в аккаунте - или в Ресурсе, от имени которого отправляется бродкаст.

Ограничения рассылки ▼

Лимит на каждый старт кампании: *

Автоматически наращивать лимит:

Лимит кампании устанавливается на каждый запуск и предназначен для порционного ограничения трафика

Для ограничения аудитории установите лимит в сегменте #5

Вы можете автоматически наращивать лимит в абсолютных числах и относительных (%) при каждом успешном запуске кампании

Задать политику отправки для кампании:

Применить политику ресурса ▼

К этой кампании будут применяться следующие правила:

Коммуникация с одним профилем:	Не ограничено
Коммуникация в рамках одного ресурса:	Не ограничено
Коммуникация по одному каналу:	Не ограничено
Коммуникация по одному адресу:	Максимум 1 сообщение за 1 день

Smart settings

Умные настройки

Блок **Smart settings** (умные настройки) доступен в аккаунтах с активированной опцией "**IS_SMART**": **true** в файле конфигурации main.json. Он объединяет следующие дополнительные настройки кампании:

- **Виртуальный сервер** - позволяет выбрать для кампании **виртуальный сервер** - набор правил для отправки сообщений с реальных серверов платформы.
- **Свои трекинг-домены** - позволяет отслеживать действия с сообщениями кампании, используя дополнительные трекинг-серверы. Домены укажите, разделяя переносом строки.
- **Список email адресов для скрытой копии** - BCC для отправляемых сообщений. Адреса укажите, разделяя переносом строки.
- **Дополнительные опции** - зависят от конфигурации вашей установки Альткрафт. Доступны такие опции, как отправка без учёта статуса подписки или без учёта уникальности данных при отправке.

Проконсультируйтесь с администратором Альткрафт вашей организации или со специалистами поддержки Альткрафт, если не уверены, какие Smart настройки необходимо выбрать!

Smart settings

Виртуальный сервер:

Автовыбор сервера ▼

Свои трекинг-домены:

Один на строку

Список email адресов для скрытой копии:

Один на строку

Добавить случайный контент

Случайный префикс для трекинга

Переход со страницей-прокладкой

Отключить трекинг

Не проверять контактные данные на уникальность

Наблюдатели за рассылкой

Помимо этого, в умных настройках можно установить **наблюдателей за рассылкой**. Наблюдатели будут получать такие же сообщения, как и получатели кампании. Для этого вам нужна будет **база данных наблюдателей**. Она создаётся так же, как и обычная база данных, только в **Основных настройках необходимо отметить соответствующую опцию**.

В Smart настройках выберите **БД наблюдателей** и лимит отправки сообщений для каждого запуска кампании:

Наблюдатели за кампанией

Наблюдателям будут отправлены письма каждый запуск кампании если лимит не установлен, иначе будет выбрана новая порция наблюдателей в пределах лимита.


БД наблюдателей: Лимит:

Последовательный запуск бродкастов

Только для бродкаст-кампаний в блоке Smart settings доступна опция автоматической активации после завершения другого бродкаста. Выберите в выпадающем меню кампанию, после завершения которой запустить текущую:

Автоматическая активация кампаний

Активировать эту кампанию, автоматически после завершения другой:

 При больших объёмах отправки убедитесь, что рассылка не встречает ограничения со стороны провайдеров email сервисов!

Прогресс отправки кампаний

При отправках бродкастов и регулярных кампаний в интерфейсе списка кампаний отображается прогресс отправки данной кампании. Для разных каналов в нем отображаются различные показатели.


Для email:



Здравствуйте!

HTML-редактор

Динамический контент в сообщении

New Martian campaign

Создано: 2020-09-03 17:14:08
Обновлено: 2020-09-03 17:14:08
Автор:  Кий Нильсон
ID: 251

Состояние:  Завершена
Тип контента: 
Со ссылкой подтверждения: Нет
Запустится: **Никогда**
Профили: New planetary segment


Отправлено: 1/1 100.00%
Доставлено: 1/1 100.00%
Недоставок: 0
Доставляется: 0
Нарушения политик: 0
Стоп-списки: 0
Ошибки: 0



[Просмотр](#)

Для SMS:

Тестовый шаблон

Copy of New Martian campaign

Создано: 2020-09-03 17:43:39
Обновлено: 2020-09-03 17:43:39
Автор:  Кий Нильсон
ID: 253

Состояние:  Завершена
Тип контента: 
Со ссылкой подтверждения: Нет
Запустится: **Никогда**
Профили: Copy of Copy of Test database 2


Отправлено: 1/2 50.00%
Доставлено: 0/1
Недоставок: 0
Доставляется: 1
Нарушения политик: 0
Стоп-списки: 0
Ошибки: 1



[Просмотр](#)

Для Push:

Тест Title

Copy of Copy of New Martian campaign

Создано: 2020-09-03 17:51:03
Обновлено: 2020-09-03 17:51:03
Автор:  Кий Нильсон
ID: 254

Состояние:  Активная (Работает)
Тип контента: 
Со ссылкой подтверждения: Нет
Запустится: 2020-09-04 17:13:00
Профили: Test base

Отправлено: 0/26739
Нарушения политик: 0
Стоп-списки: 0
Ошибки: 0

[Редактировать](#)

В процессе кампании отображаются следующие значения:

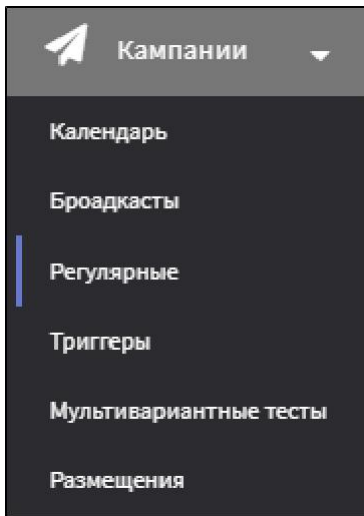
- Отправлено - количество профилей, которым были сгенерированы сообщения
- Доставлено - количество профилей, которым было доставлено сообщение
- Недоставок - количество профилей, которым не удалось доставить сообщение
- Доставляется - количество сообщений, находящихся в очереди сендера
- Нарушения политик - количество профилей, попавших под ограничения политик
- Стоп-списки - количество профилей, находящихся в стоп-списке
- Ошибки - иные ошибки при отправках

Регулярная кампания

В этой статье:

- [Описание](#)
- [Основные настройки](#)
- [Мгновенный запуск кампании \(помимо расписания\)](#) [Ограничения рассылки](#)
 - [Использование лимитов в регулярной кампании](#)
 - [Политика отправки](#)
- [Smart settings](#)
 - [Умные настройки](#)
 - [Наблюдатели за рассылкой](#)

Описание



Регулярная кампания - инструмент для организации **массовых многократных** рассылок контента подписчикам.

При каждом запуске по расписанию отправляет по одному сообщению каждому подписчику в источнике данных. Никогда не завершается в отличие от [Броадкаст-кампании](#), которая обрабатывает базу данных или сегмент подписчиков **только** один раз.

Чтобы создать новую кампанию, в главном меню выберите **Кампании → Регулярные** и нажмите кнопку **+ Создать**. Или воспользуйтесь календарём кампаний.

Основные настройки

В основных настройках укажите название и описание новой кампании, при необходимости [установите группу доступа](#) и **метки** для дополнительной группировки. Здесь же вы можете указать **SUBID статистики** для кампании. В верхнем правом углу находится переключатель, активирующий кампанию:

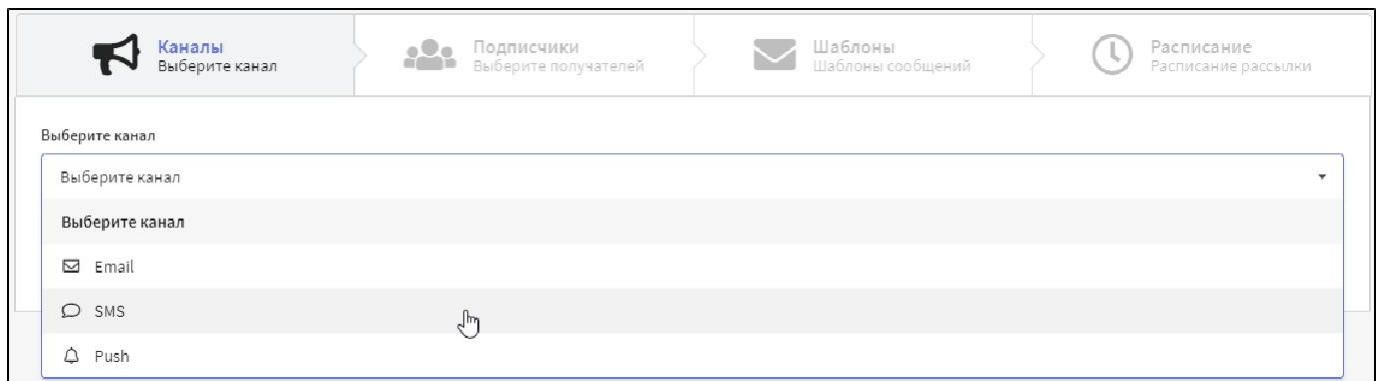
Настройки кампании

Настройки кампании объединяют канал, по которому она будет отправлена, получателей сообщений, контент из одного или нескольких шаблонов, а также расписание рассылки.

Каналы

В **первой вкладке** выберите канал связи, по которому хотите отправить кампанию. Канал отправки должен быть доступен хотя бы в одном [ресурсе подписок](#). Ресурс выбирается в следующей вкладке.

 Для отправки по Email доступно использование основных контактных данных подписчика - поля Email в базе данных.




Подписчики

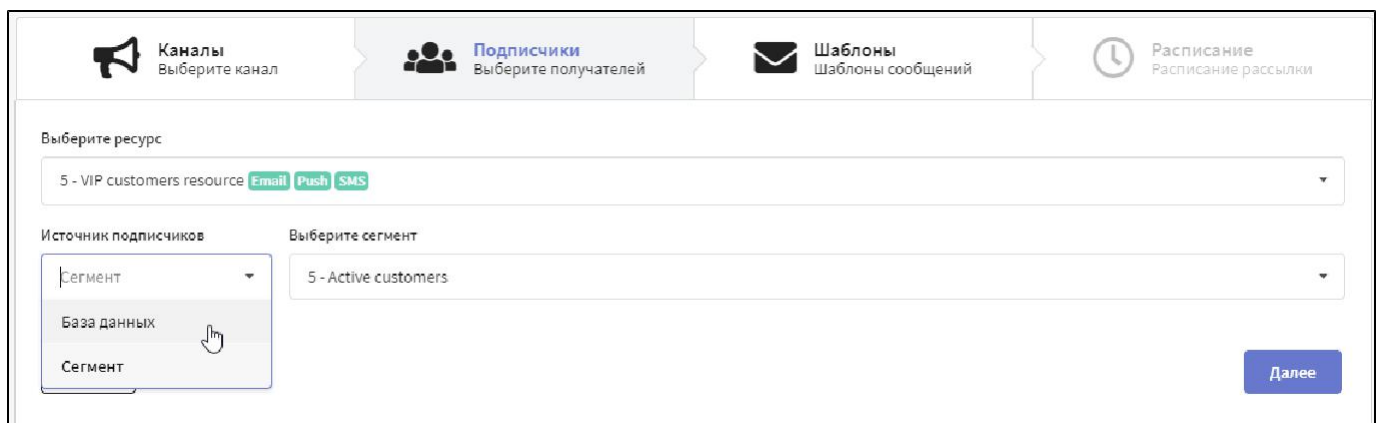
Кампании в Альткрафт отправляются в рамках определённого **Ресурса**: это может быть отдельный сайт, продукт, акция, или другое направление ваших коммуникаций с клиентами.

Выберите ресурс из выпадающего меню. В ресурсе должен быть настроен выбранный на предыдущем шаге **канал**.

Получателями регулярной кампании может быть **база профилей** или **сегмент**, состоящий из профилей одной или нескольких баз данных. Установите необходимые значения в полях **Источник данных** и **Название** (сегмента или базы данных).

-  **Источник данных для транзакционных писем**
Источник данных регулярной кампании зависит от её назначения:
 - Для периодических рассылок (новости, дайджесты, отчёты) это может быть база данных, статический или динамический сегмент. Отправка будет проходить по настроенной аудитории.
 - Для транзакционных сообщений в качестве источника подойдёт только **динамический сегмент**, с выборкой по времени относительно какой-либо даты, например дня рождения подписчика, окончания срока действия услуги.

-  При отправке сообщений кампания использует **подписки клиентов** на выбранный ресурс. Убедитесь, что получатели в вашем источнике данных подписаны на него!



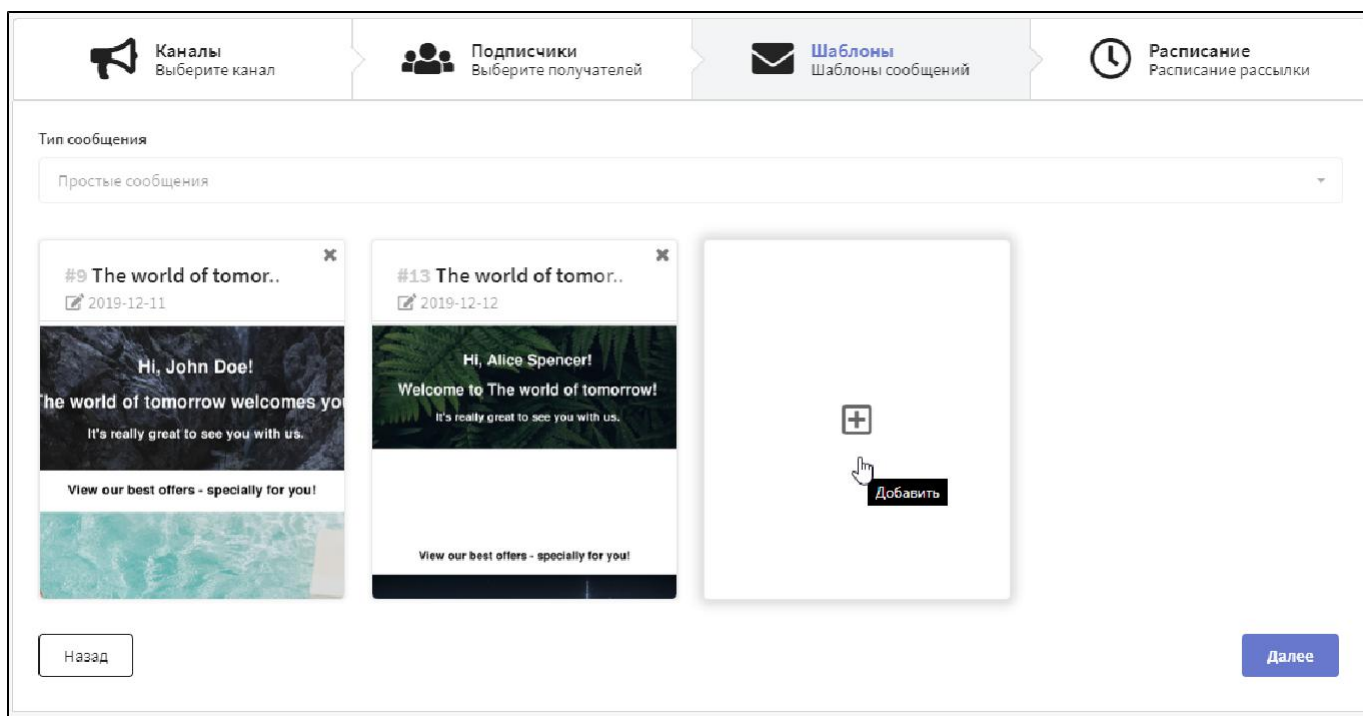
Шаблоны

В этом блоке выберите контент, который хотите использовать в рассылке. [Шаблоны сообщений](#) в Альткрафт объединяют контент для отправки по всем доступным каналам.

✔ Убедитесь, что контент для выбранного в кампании канала присутствует в шаблоне!

Нажмите на кнопку **Добавить** и выберите подготовленный шаблон. Любой тип кампании поддерживает до 16 шаблонов сообщений. Регулярная кампания отправит каждому получателю по **одному** сообщению из выбранных в случайном порядке - в равных пропорциях.

По клику на миниатюру шаблона откроется **предпросмотр**. При нажатии на название шаблона он откроется в новой вкладке




Расписание


✔ Расписание кампаний описано в [отдельной статье](#).


При проведении массовых рассылок необходимо иметь во внимании такой показатель, как **репутация отправителя** (домена и IP адресов, с которых ведётся рассылка). Провайдеры электронной почты устанавливают ограничения на массовые рассылки - в зависимости от репутации и количества отправляемых сообщений. Обычно провайдеры устанавливают


Расписание регулярной кампании

Расписание регулярной кампании зависит от того, какой тип рассылки вы хотите организовать. Можно отдельно настроить минуты, часы, дни недели, месяцы - и даже определённые дни недели относительно начала месяца:

 **Каналы**
Выберите канал

 **Подписчики**
Выберите получателей

 **Шаблоны**
Шаблоны сообщений

 **Расписание**
Расписание рассылки

В заданные дни недели определённых месяцев в выбранное время

Время:

Часовой пояс:

Дни недели:

Месяцы:

Деактивировать расписание после указанной даты



Расписание			
1	2020-01-02 18:14:00	2	2020-01-07 18:14:00
3	2020-01-09 18:14:00	4	2020-01-14 18:14:00
5	2020-01-16 18:14:00	6	2020-01-21 18:14:00
7	2020-01-23 18:14:00	8	2020-01-28 18:14:00
9	2020-01-30 18:14:00	10	2020-02-04 18:14:00
11	2020-02-06 18:14:00	12	2020-02-11 18:14:00

Назад
Готово


Дополнительно при некоторых вариантах расписания вы можете установить **Часовой пояс** для отправки - или отправки в часовом поясе клиента, [если такие данные доступны](#). Если вам нужно прекратить любые рассылки по этой кампании через какое-то время, воспользуйтесь опцией **Деактивировать расписание после указанной даты**.

Когда вы завершите настройку, нажмите **Готово**. Выбранные вами параметры будут отображаться в блоке **Настройки кампании**. Кнопками в правом верхнем углу блока вы можете **редактировать** настройки - или перейти к [сводному отчёту](#) по кампании.

Настройки кампании

Канал



Подписчики


Ресурс:
5 - VIP customers resource

База данных:
5 - West coast customers

Шаблон

#9 The world of tomor..

📅 2019-12-11



View our best offers - specially for you!

Расписание

1	2019-12-25 18:14:00	5	2019-12-29 18:14:00
2	2019-12-26 18:14:00	6	2019-12-30 18:14:00
3	2019-12-27 18:14:00	7	2019-12-31 18:14:00
4	2019-12-28 18:14:00	8	2020-01-01 18:14:00

Мгновенный запуск кампании (помимо расписания)

Чтобы запустить кампанию сразу же после создания, в самом низу страницы отметьте соответствующую опцию.


- Если лимиты не установлены - сообщения отправятся всем получателям.
- Если кампания разбита на несколько частей - произойдёт запуск помимо расписания.

Запустить кампанию прямо сейчас (помимо расписания)


Ограничения рассылки

В этом блоке настраивается лимит рассылки и [политка отправки](#).

Использование лимитов в регулярной кампании


 Регулярная кампания не останавливается автоматически, отправив по сообщению каждому подписчику. Для массовых email рассылок, которые нужно отправлять порционно, лучше использовать **Броадкаст-кампанию**.

Лимиты в регулярной кампании можно использовать, когда количество отправок встречает ограничения со стороны почтовых провайдеров.

 Другой сценарий использования - распределение нагрузки на сервер (модуль отправки), или на инфраструктуру вашей организации. Например, при ограничениях канала отправки сообщений.


В этих случаях установите в кампании ограничения рассылки:

- **Лимит на каждый старт кампании** - количество сообщений, которое будет отправлено в следующий запуск кампании по расписанию.

 Опция **Автоматически наращивать лимит** не рекомендуется к использованию в регулярных кампаниях.

Ограничения рассылки

Лимит на каждый старт кампании: * Автоматически наращивать лимит:


 Лимит кампании устанавливается на каждый запуск и предназначен для порционного ограничения трафика

Для ограничения аудитории создайте [сегмент](#) и установите в нем необходимый лимит

Вы можете автоматически наращивать лимит в абсолютных числах и относительных (%) при каждом успешном запуске кампании

Задать политику отправки для кампании:

Запуск кампании по расписанию в этом случае будет отправлять то количество сообщений, которое указано в лимите. Когда количество отправленных сообщений превысит количество получателей, отправка продолжится с начала списка. Чтобы исключить повторную отправку одного и того же сообщения, установите **Политику отправки** (см. следующий пункт).

 Максимальный срок ограничения в политике - 16 дней, так что период отправки (например, ежемесячной рассылки) не должен превышать это значение.

Ниже приведён пример расписания ежемесячной рассылки **для порционной отправки** в первую неделю месяца. В этом случае необходимо установить:

- Лимит на каждый старт - больше 1/7 аудитории рассылки.
- Политику отправки - максимум одно сообщение подписчику за 7 дней.

Расписание рассылки

В заданные дни определённых месяцев в выбранное время

Время: 17:57

Часовой пояс: Часовой пояс аккаунта (UTC)

Дни месяца: 1ое ✕ 2ое ✕ 3ое ✕ 4ое ✕ 5ое ✕ 6ое ✕ 7ое ✕

Месяцы: Январь ✕ Февраль ✕ Март ✕ Апрель ✕ Май ✕ Июнь ✕ Июль ✕ Август ✕ Сентябрь ✕ Октябрь ✕ Ноябрь ✕ Декабрь ✕

Деактивировать расписание после указанной даты

СЛЕДУЮЩИЕ ЗАПУСКИ

1	2019-10-01 17:57:00	4	2019-10-04 17:57:00	7	2019-10-07 17:57:00	10	2019-11-03 17:57:00
2	2019-10-02 17:57:00	5	2019-10-05 17:57:00	8	2019-11-01 17:57:00	11	2019-11-04 17:57:00
3	2019-10-03 17:57:00	6	2019-10-06 17:57:00	9	2019-11-02 17:57:00	12	2019-11-05 17:57:00

Политика отправки

[Политика отправки](#) ограничивает коммуникацию с одним подписчиком. Настраивается для кампании в блоке **Ограничения рассылки** (см. предыдущий пункт). По умолчанию кампания будет использовать политику, выбранную глобально в аккаунте - или в Ресурсе, от имени которого отправляется регулярная кампания.

Smart settings

Умные настройки

Блок **Smart settings** (умные настройки) доступен в аккаунтах с активированной опцией "**IS_SMART**": **true** в файле конфигурации main.json. Он объединяет следующие дополнительные настройки кампании:

- **Виртуальный сендер** - позволяет выбрать для кампании **виртуальный сендер** - набор правил для отправки сообщений с реальных сендеров платформы.
- **Свои трекинг-домены** - позволяет отслеживать действия с сообщениями кампании, используя дополнительные трекинг-серверы. Домены укажите, разделяя переносом строки.
- **Список email адресов для скрытой копии** - BCC для отправляемых сообщений. Адреса укажите, разделяя переносом строки.
- **Дополнительные опции** - зависят от конфигурации вашей установки Альткрафт. Доступны такие опции, как отправка без учёта статуса подписки или без учёта уникальности данных при отправке.



Проконсультируйтесь с администратором Альткрафт вашей организации или со специалистами поддержки Альткрафт, если не уверены, какие Smart настройки необходимо выбрать!

Smart settings

Виртуальный сервер:

Автовыбор сервера

Свои трекинг-домены:

Один на строку

Список email адресов для скрытой копии:

Один на строку

Добавить случайный контент

Случайный префикс для трекинга

Переход со страницей-прокладкой

Отключить трекинг

Не проверять контактные данные на уникальность

Наблюдатели за рассылкой

Помимо этого, в умных настройках можно установить **наблюдателей за рассылкой**. Наблюдатели будут получать такие же сообщения, как и получатели кампании. Для этого вам нужна будет **база данных наблюдателей**. Она создаётся так же, как и обычная база данных, только в [Основных настройках необходимо отметить соответствующую опцию](#).

В Smart настройках выберите **БД наблюдателей** и лимит отправки сообщений для каждого запуска кампании:

Наблюдатели за кампанией

Наблюдателям будут отправлены письма каждый запуск кампании если лимит не установлен, иначе будет выбрана новая порция наблюдателей в пределах лимита.

БД наблюдателей:

2 - Campaign watchers database

1 000

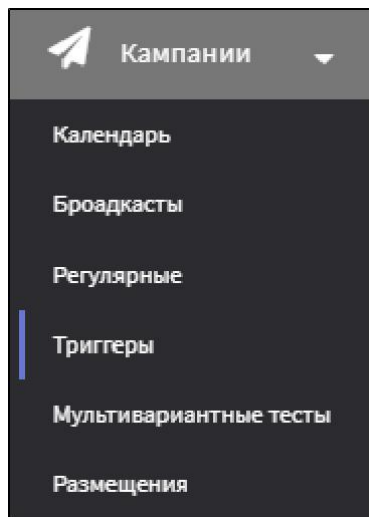
Лимит:

100

Триггерная кампания

- [Описание](#)
- [Основные настройки](#)
- [Настройки кампании](#)
- [Типы триггерных событий](#)
- [Ограничения](#)
- [рассылки Smart settings](#)

Описание



Триггерная кампания - инструмент создания транзакционных сообщений в Altcraft MP. Отличаются от остальных тем, что не имеет расписания и лимита. Вместо этого триггер постоянно находится в ожидании события, которое его запустит.

Рассылает по одному сообщению каждому подписчику, который попал под условие запуска триггера.

Чтобы создать новую кампанию, в главном меню выберите **Кампании** → **Триггеры** и нажмите кнопку **+ Создать**. Или воспользуйтесь календарём кампаний.

Основные настройки

В основных настройках укажите название и описание новой кампании, при необходимости [установите группу доступа](#) и **метки** для дополнительной группировки. Здесь же вы можете указать **SUBID статистики** для кампании. В верхнем правом углу находится переключатель, активирующий триггер, переводя его в режим ожидания:

Основные настройки Активная

Название кампании: SUBID статистики:

Описание:

Установить группу: Метки:

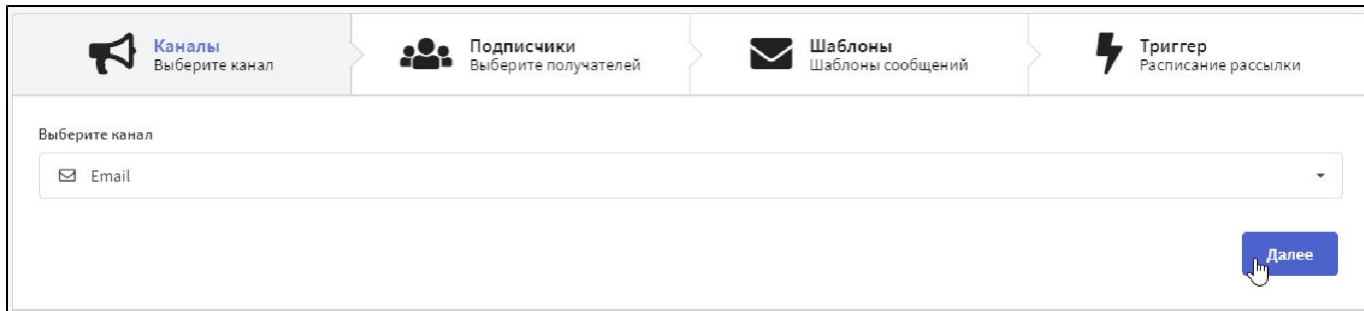
Настройки кампании

Настройки кампании объединяют канал, по которому она будет отправлена, получателей сообщений, контент из одного или нескольких шаблонов, а также расписание рассылки.

Каналы

В **первой вкладке** выберите канал связи, по которому хотите отправить кампанию. Канал отправки должен быть доступен хотя бы в одном [ресурсе подписок](#). Ресурс выбирается в следующей вкладке.


 Для отправки по Email доступно использование основных контактных данных подписчика - поля Email в базе данных.




Подписчики

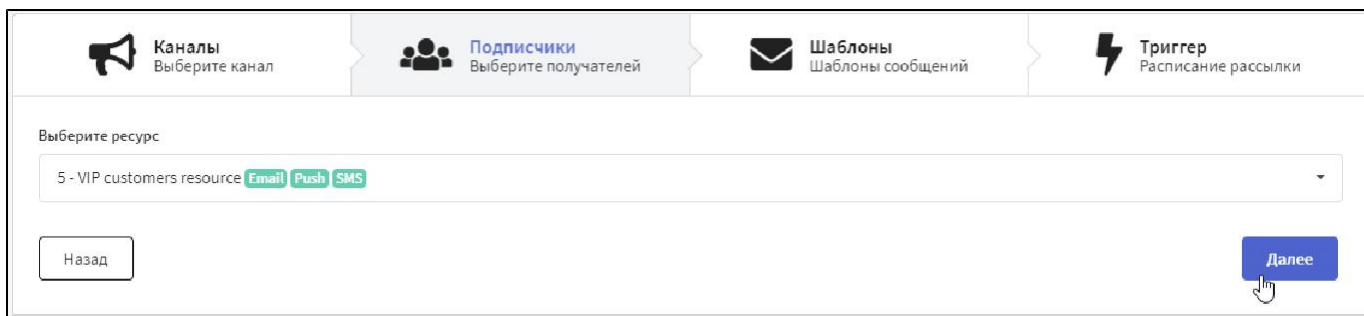
Кампании в Альткрафт отправляются в рамках определённого **Ресурса**: это может быть отдельный сайт, продукт, акция, или другое направление ваших коммуникаций с клиентами.

Выберите ресурс из выпадающего меню. В ресурсе должен быть настроен выбранный на предыдущем шаге **канал**.

 При отправке сообщений кампания использует **подписки клиентов** на выбранный ресурс. Убедитесь, что получатели в вашем источнике данных подписаны на него, или что подписка передаётся при импорте.

Источника данных (база данных или сегмент подписчиков) у триггерной кампании нет. Аудитория кампании зависит от запускающего триггер события.

 Если триггерное событие - импорт в базу данных, убедитесь, что база данных доступна в выбранном **Ресурсе** кампании! В противном случае сообщения отправлены не будут.




Шаблоны

В этом блоке выберите контент, который хотите использовать в рассылке. **Шаблоны сообщений** в Альткрафт объединяют контент для отправки по всем доступным каналам.


 Убедитесь, что контент для выбранного в кампании канала присутствует в шаблоне!

Нажмите на кнопку **Добавить** и выберите подготовленный шаблон. Любой тип кампании поддерживает до 16 шаблонов сообщений. Триггерная кампания отправит каждому получателю по **одному** сообщению из выбранных в случайном порядке - в равных пропорциях.


По клику на миниатюру шаблона откроется **предпросмотр**. При нажатии на название шаблона он откроется в новой вкладке




Каналы
Выберите канал



Подписчики
Выберите получателей



Шаблоны
Шаблоны сообщений



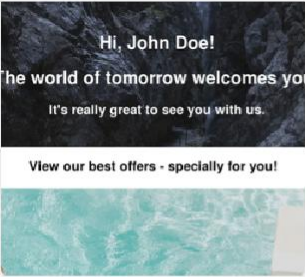
Триггер
Расписание рассылки


Тип сообщения

Простые сообщения

#9 The world of tomor..
✕

2019-12-11




Добавить


Назад

Далее


Триггер

Сообщения триггерных кампаний будут мгновенно отправлены по приоритетному каналу сендера, как только наступит триггерное событие. Внутри канала также можно установить приоритет отправки опцией **Высокий приоритет**.


Для каждого типа триггера можно установить **время задержки перед отправкой** сообщения: в днях, часах и минутах.




Каналы
Выберите канал



Подписчики
Выберите получателей



Шаблоны
Шаблоны сообщений



Триггер
Расписание рассылки

Высокий приоритет

Тип события

При использовании особого вызова API

Подождать дней

0

Подождать час.

0

Подождать мин.

0

Для базы данных:

4 - East coast customers
9 729 ▾

[примеры вызова API](#)

Назад


Готово

 Типы триггерных событий описаны в следующем пункте

Когда вы завершите настройку, нажмите **Готово**. Выбранные вами параметры будут отображаться в блоке **Настройки кампании**. Кнопками в правом верхнем углу блока вы можете **редактировать** настройки - или перейти к [сводному отчёту](#) по кампании.

Настройки кампании

Канал



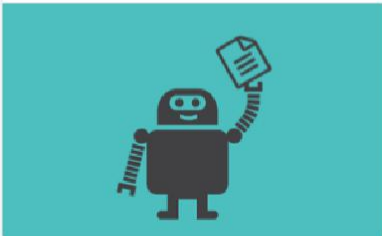
Подписчики

Ресурс:
5 – VIP customers resource

Шаблон

#7 Customer survey

📅 2019-12-05



Настройки триггерного сообщения

Задержка запуска:
Без задержки

Тип триггера:
При использовании особого вызова API

База данных:
4 – East coast customers

Ограничения рассылки


Так как у триггерных кампаний нет фиксированной аудитории, отправку возможно ограничить только **Политиками отправки**: для одного пользователя за период времени.

Ограничения рассылки

Задать политику отправки для кампании:

Применить политику ресурса

К этой кампании будут применяться следующие правила:

	Коммуникация с одним профилем:	Не ограничено
	Коммуникация в рамках одного ресурса:	Не ограничено
	Коммуникация по одному каналу:	Не ограничено
	Коммуникация по одному адресу:	Максимум 1 сообщение за 1 день

Smart settings

Блок **Smart settings** (умные настройки) доступен в аккаунтах с активированной опцией "**IS_SMART**": **true** в файле конфигурации main.json. Он объединяет следующие дополнительные настройки кампании:

- **Виртуальный отправитель** - позволяет выбрать для кампании **виртуальный отправитель** - набор правил для отправки сообщений с реальных отправителей платформы.
- **Свои трекинг-домены** - позволяет отслеживать действия с сообщениями кампании, используя дополнительные трекинг-серверы. Домены укажите, разделяя переносом строки.
- **Список email адресов для скрытой копии** - BCC для отправляемых сообщений. Адреса укажите, разделяя переносом строки.
- **Дополнительные опции** - зависят от конфигурации вашей установки Альткрафт. Доступны такие опции, как отправка без учёта статуса подписки или без учёта уникальности данных при отправке.



Проконсультируйтесь с администратором Альткрафт вашей организации или со специалистами поддержки Альткрафт, если не уверены, какие Smart настройки необходимо выбрать!

Smart настройки

Виртуальный отправитель:

Автовыбор отправителя

Свои трекинг-домены:

Один на строку

Список email адресов для скрытой копии:

Один на строку

Добавить случайный контент

Случайный префикс для трекинга

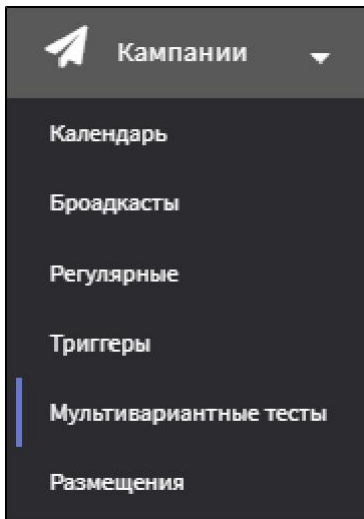
Переход со страницей-прокладкой

Отключить трекинг

Не проверять контактные данные на уникальность

Мультивариантный тест (A/B/n)

Описание



Мультивариантный тест - кампания, в которой несколько (до 16) **шаблонов сообщений** отправляется части аудитории, эффективность этих вариантов сравнивается - и **шаблон-победитель** отправляется остальной части аудитории.

Рассылает по одному сообщению всем подписчикам из своего источника данных: тестовой части и основной - по заданному расписанию. Когда каждому из получателей будет отправлено одно сообщение, кампания завершится так же, как **бroadкаст**.

Чтобы создать новый мультивариантный тест, в главном меню выберите **Кампании** → **Мультивариантные тесты** и нажмите кнопку **+ Создать**. Или воспользуйтесь календарём кампаний.

Основные настройки

В основных настройках укажите название и описание новой кампании, при необходимости **установите группу доступа** и **метки** для дополнительной группировки. Здесь же вы можете указать **SUBID статистики** для кампании. В верхнем правом углу находится переключатель, активирующий кампанию:

Настройки кампании

Настройки кампании объединяют канал, по которому она будет отправлена, получателей сообщений, контент **нескольких шаблонов**, а также размер **аудитории для теста** и режим определения **шаблона-победителя**.

Каналы
Выберите канал

Выберите канал

Email

Далее

Подписчики

Кампании в Альткрафт отправляются в рамках определённого **Ресурса**: это может быть отдельный сайт, продукт, акция, или другое направление ваших коммуникаций с клиентами.

Выберите ресурс из выпадающего меню. В ресурсе должен быть настроен выбранный на предыдущем шаге **канал**.

Получателями сплит-теста может быть **база профилей** или **сегмент**, состоящий из профилей одной или нескольких баз данных. Установите необходимые значения в полях **Источник данных** и **Название** (сегмента или базы данных).

При отправке сообщений кампания использует **подписки клиентов** на выбранный ресурс. Убедитесь, что получатели в вашем источнике данных подписаны на него!

В разделе **Выборка для тестирования кампании** установите чать аудитории, которой будет отправлено несколько вариантов контента для сравнения эффективности шаблонов.

Каналы
Выберите канал

Подписчики
Выберите получателей

Шаблоны
Шаблоны сообщений

Мультивариантный тест
Расписание рассылки

Выберите ресурс

1 - Промо-рассылки Email Push SMS

Источник подписчиков: База данных

Выберите базу данных: 5 - Клиенты B2C 31 168

Выборка для тестирования кампании

От %: 1

Диапазон %: [Slider]

До %: 10

Всего выбрано подписчиков: 31165 (неподтвержденных: 0). Обновлено: 2020-06-22 04:49:01 [Обновить](#)

Назад

Далее

Шаблоны

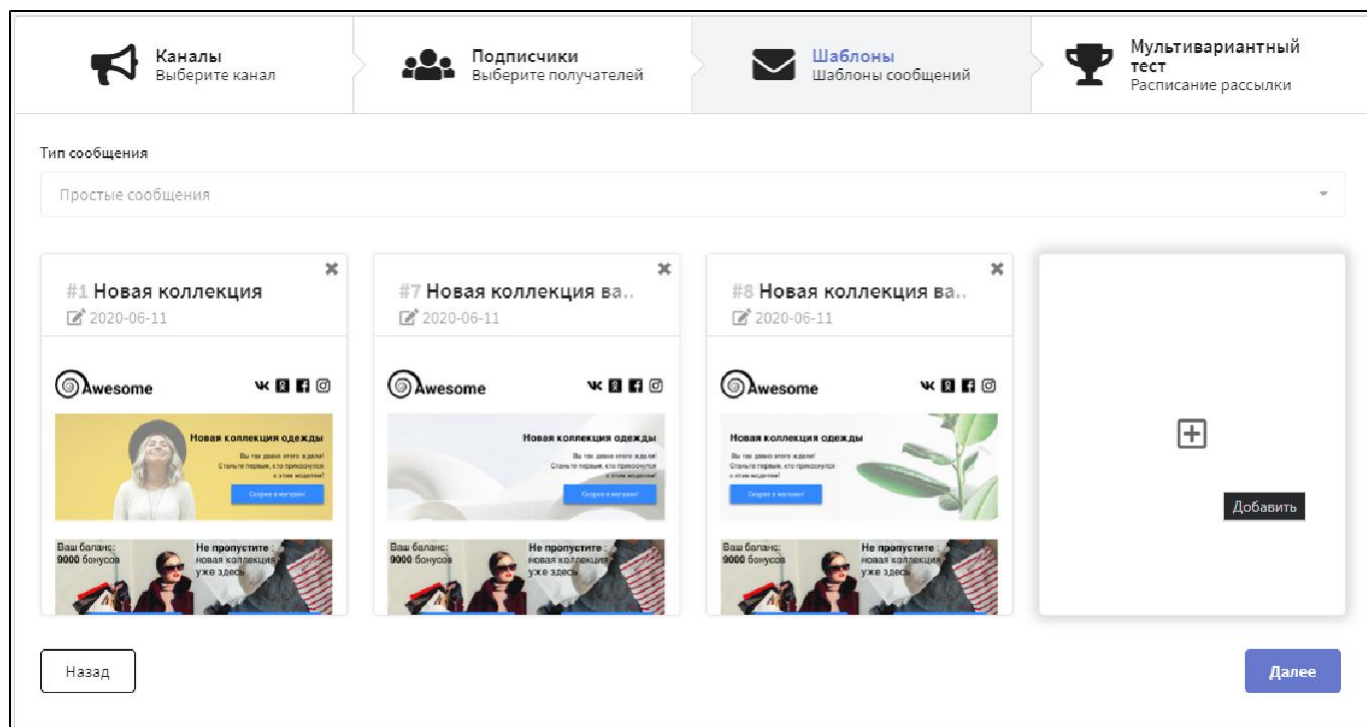
В этом блоке выберите **контент**, который хотите использовать в сплит-тесте. **Шаблоны сообщений** в Альткрафт объединяют контент для отправки по всем доступным каналам.

Убедитесь, что контент для выбранного в кампании канала присутствует в шаблоне!

Нажмите на кнопку **Добавить** и выберите подготовленный шаблон.

Сплит-тест поддерживает **до 16 шаблонов** сообщений. Кампания отправит каждому получателю по **одному** сообщению из выбранных в случайном порядке - в равных пропорциях.

По клику на миниатюру шаблона откроется **предпросмотр**. При нажатии на название шаблона он откроется в новой вкладке для редактирования:





Сплит-тест


Во вкладке **Мультивариантный тест** выберите подходящий вам режим определения шаблона-


- победителя: По количеству открытых сообщений
- По количеству кликов в сообщениях
- По решению пользователя - вручную по данным аналитических отчётов


После того, как кампания соберёт статистику открытий или кликов - наиболее эффективный по выбранному показателю шаблон сообщения будет отправлен основной части аудитории по заданному **Расписанию рассылки**.

 Расписание кампаний подробно описано в [отдельной статье](#).

 **Каналы**
Выберите канал

 **Подписчики**
Выберите получателей

 **Шаблоны**
Шаблоны сообщений

 **Мультивариантный**
ТЕСТ
Расписание рассылки

Выбор сообщения-победителя теста

По количеству открытых сообщений

Старт кампании

2020-05-19 03:07:00

Период выбора победителя

Ждать как минимум 3 часа

Выбрав победителя, запустить как broadcast по расписанию:

В определённую дату в выбранное время

Время: 03:07

Дата: 2020-07-23

Часовой пояс: Часовой пояс аккаунта (Египет/Moscow)

Отправлять в часовом поясе профиля, если он известен

Деактивировать расписание после указанной даты

Расписание
Следующий запуск: 2020-07-23 03:07:00

Назад
Готово

Выбор победителя по открытиям/кликам

При автоматическом режиме выбора победителя установите время **Старта кампании**: выберите время и дату запуска тестовой части рассылки.

Кампания после запуска будет автоматически собирать статистику по **общему количеству** открытий - или переходов по ссылкам в шаблонах. Время для сбора аналитики настраивается параметром **Период**

Выбор сообщения-победителя теста

По количеству кликов в сообщениях

Старт кампании

2019-12-25 20:53:00

Период выбора победителя

Ждать как минимум 9 часов

Выбор победителя вручную

При режиме выбора победителя **По решению пользователя** установите время **Старта кампании**: выберите время и дату запуска тестовой части рассылки. После того, как кампания отправит тестовые сообщения, она перейдёт в статус **Активная** (Ждёт вас).

После того, как вы примете самостоятельно решение на основе статистики кампании, в списке сплит-тестов откройте в контекстном меню пункт **Принять решение** и выберите шаблон, который будет


отправлен основной части аудитории:

Когда вы завершите настройку, нажмите **Готово**. Выбранные вами параметры будут отображаться в блоке **Настройки кампании**. Кнопками в правом верхнем углу блока вы можете **редактировать** настройки - или перейти к **сводному отчёту** по кампании.

Настройки кампании

Принять решение

Канал



Подписчики

Ресурс:

- #1 Промо-рассылки
- База данных:
- #5 Клиенты B2C

Шаблоны 3 шт.

#1 Новая коллекция

2020-06-11

ALTAKRAFT

Такое бывает раз в тысячу лет!

Привет, John!

Новая коллекция уже в продаже!

Используй промокод на

<https://emailtemplate.ga>

#7 Новая коллекция во

2020-06-11

ALTAKRAFT

Такое бывает раз в тысячу лет!

Привет, John!

Новая коллекция уже в продаже!

Используй промокод на

<https://emailtemplate.ga>

Настройки тестирования

Выборка для тестирования:

от 1 до 10%

Выбор сообщения-победителя теста:

По решению пользователя

Период выбора победителя:

Ожидание вашего решения

Расписание запуска тестирования

2020-06-11 16:31:00

Расписание запуска победителя тестирования

1	2020-06-22 16:40:00	3	2020-06-24 16:40:00
2	2020-06-23 16:40:00	4	2020-06-25 16:40:00

Мгновенный запуск кампании (помимо расписания)

Чтобы запустить мультивариантный тест сразу же после создания, в самом низу страницы отметьте соответствующую опцию.

- Если лимиты не установлены - сообщения отправятся всем получателям.
- Если кампания разбита на несколько частей - произойдёт запуск помимо расписания.

Запустить кампанию прямо сейчас (помимо расписания)

Политика отправки

Политика отправки ограничивает коммуникацию с одним подписчиком. Настраивается для кампании в блоке [Ограничения рассылки](#). По умолчанию кампания будет использовать политику, выбранную глобально в аккаунте - или в Ресурсе, от имени которого отправляется бродкаст.

Ограничения рассылки

Задать политику отправки для кампании:

Применить политику ресурса

К этой кампании будут применяться следующие правила:

Коммуникация с одним профилем:	Не ограничено
Коммуникация в рамках одного ресурса:	Не ограничено
Коммуникация по одному каналу:	Не ограничено
Коммуникация по одному адресу:	Максимум 1 сообщение за 1 день

Smart settings

Умные настройки

Блок **Smart settings** (умные настройки) доступен в аккаунтах с активированной опцией "**IS_SMART**": **true** в файле конфигурации main.json. Он объединяет следующие дополнительные настройки кампании:

- **Виртуальный сендер** - позволяет выбрать для кампании **виртуальный сендер** - набор правил для отправки сообщений с реальных сендеров платформы.
- **Свои трекинг-домены** - позволяет отслеживать действия с сообщениями кампании, используя дополнительные трекинг-серверы. Домены укажите, разделяя переносом строки.
- **Список email адресов для скрытой копии** - BCC для отправляемых сообщений. Адреса укажите, разделяя переносом строки.
- **Дополнительные опции** - зависят от конфигурации вашей установки Альткрафт. Доступны такие опции, как отправка без учёта статуса подписки или без учёта уникальности данных при отправке.



Проконсультируйтесь с администратором Альткрафт вашей организации или со специалистами поддержки Альткрафт, если не уверены, какие Smart настройки необходимо выбрать!

Smart settings

Виртуальный сендер:
Автовыбор сендера

Свои трекинг-домены:
Один на строчку

Список email адресов для скрытой копии:
Один на строчку

Добавить случайный контент Случайный префикс для трекинга

Переход со страницей-прокладкой Отключить трекинг

Не проверять контактные данные на уникальность

Наблюдатели за рассылкой

Помимо этого, в умных настройках можно установить **наблюдателей за рассылкой**. Наблюдатели будут получать такие же сообщения, как и получатели кампании. Для этого вам нужна будет **база данных наблюдателей**. Она создаётся так же, как и обычная база данных, только в **Основных настройках необходимо отметить соответствующую опцию**.

В Smart настройках выберите **БД наблюдателей** и лимит отправки сообщений для каждого запуска кампании:

Наблюдатели за кампанией

Наблюдателям будут отправлены письма каждый запуск кампании если лимит не установлен, иначе будет выбрана новая порция наблюдателей в пределах лимита.

БД наблюдателей: 2 - Campaign watchers database 1 000

Лимит: 100

Статистика мультивариантных тестов

Просмотреть подробную информацию по разным шаблонам сообщений мультивариантного теста можно в **Сводном отчёте**. В настройках отчёта укажите следующие настройки:

- **Вывести по ресурсу** - выберите ресурс
- кампании **Отчёт по** - выберите вариант **Кампания**
- **Что-то конкретное** - выберите ваш мультивариантный тест
- **Группировать по** - выберите вариант **Сообщение**

Сводный отчёт



Вывести по ресурсу: 5 - VIP customers resource

Отчёт по: Кампания

Что то конкретное?: 25 - Новый сплит-тест

Группировать по: сообщение

В отчёте выберите необходимые для оценки эффективности параметры. Это могут быть абсолютные или относительные значения (такие как Open Rate или Click Through Rate). Можно оценить и негативную реакцию по количеству отписок или жалоб:

Имя		Email доставлено	Уник. email открытия	Уник. email клики	Email клики
#211 Шаблон сообщения 1		77 160	45 313	23 765	36 576
#202 Шаблон сообщения 2		77 160	32 363	19 887	25 098
Итого:		154 320	77 676	43 625	61 674

Тестирование кампаний

Описание

Необходимо проводить тестирование перед реальной отправкой клиентам для того, чтобы быстро увидеть как отображается сообщение этой кампании у различных email-провайдеров, доставляется ли оно и попадёт ли в папку Входящие, не блокирует ли его цензура SMS провайдеров и т.п.

Зайдите на страницу **Кампании** - и в меню действий нужной кампании выберите **Тестировать**:

The screenshot shows the campaign management interface for 'Custom shop Porsche promo2'. On the left is a preview of the campaign email with a car engine image and text: 'Hi, John! It's Riverside Motors. Customs. A garage of your dream when you need it. Ever wondered why do we need that many parts? Unbelievable power!'. The main area contains campaign details: 'Создано: 2019-05-21 15:51:20', 'Обновлено: 2019-05-21 15:52:56', 'Автор: Alt Kraft', 'ID: 20', 'Теги: eCommerce, Website, West coast, East coast', 'Группы: West coast branch, East coast branch'. On the right, there is a status section: 'Статус: Неактивная', 'Тип контента: Email', 'Со ссылкой подтверждения: Нет', 'Запустится: Никогда', 'Осталось отправить: все', 'Профили: Custom shop Porsche promo2'. A dropdown menu is open, showing actions: 'Редактировать', 'Очередь сендера', 'Редактировать', 'Тестировать', 'Активировать', 'Журнал', 'Клонировать', 'Установить группу', 'Удалить'.


Контакты получателей тестовой рассылки

В открывшемся окне отметьте тестовые email-адреса или телефоны, на которые хотите отправить тест. Набор контактов для тестирования сохранится для следующего теста.

The screenshot shows a dialog box titled 'Выберите тестовые лиды' (Choose test recipients). At the top is a blue flask icon. Below the title is a section 'Тестовые Email адреса:' with a dropdown menu containing 'ak_support@altkraft.com' and 'boris.yudaev@altkraft.com'. There are buttons 'Выбрать все' and 'Очистить все'. Below this is a section 'Выборить профиль:' with a dropdown menu set to 'Тестовый профиль' and a button 'Очистить'. At the bottom right are two buttons: 'Отправить тест' (green) and 'Закрыть' (grey).

Если у вас пока нет тестовых email, их можно добавить непосредственно в поле **Тестовые Email адреса**, или в вашем **Профиле пользователя** в разделе **Настройки для тестирования сообщений**:

The screenshot shows the 'Настройки для тестирования сообщений' (Settings for testing messages) dialog box. It has a section 'Тестовые Email адреса:' with a dropdown menu containing 'ak_support@altkraft.com'. Below it is a section 'Тестовые телефоны:' with an empty dropdown menu.

 Рекомендуем иметь по одному тестовому адресу для всех основных email провайдеров!

Персонализация данных в тестовой рассылке


Вы можете протестировать персонализацию и другой [динамический контент сообщения](#). Для этого выберите из баз данных **Профиль**, данные которого хотите увидеть.

 Если в шаблоне для персонализации используются кастомные поля определённой базы данных - выберите профиль из той же базы данных.

Расписание кампании

Расписание применяется в [бroadкастах](#), [регулярных кампаниях](#), [мультивариантных тестах](#), - а также [сценариях](#) и [импортах по расписанию](#).

В расписании доступно несколько **планов** в зависимости от типа рассылки. Ниже в статье описаны возможные варианты.

 Для каждого плана расписания можно указать часовой пояс отправки.


 С помощью опции **Деактивировать расписание после указанной даты** вы можете остановить кампанию:


Деактивировать расписание после указанной даты



Время:  Дата: 

Каждый день в выбранное время

Этот вариант подойдёт для динамических регулярных кампаний и цепочек: кампания будет запускаться каждый день в указанное время.

 Для этого плана расписания доступна отправка в часовом поясе клиента. Если для кого-то из подписчиков время прошло на момент создания кампании - есть возможность отправить им сообщения сразу.


Каждый день в выбранное время 

Время:  Часовой пояс: 

Отправлять в часовом поясе профиля, если он известен

Сразу отправить профили, в часовом поясе которых указанное время прошло

Деактивировать расписание после указанной даты

 Этот план расписания также удобно использовать при разделении больших broadcast-кампаний, установив часть аудитории для отправки каждый запуск.

Каждый день, несколько раз в день

Если каждый день необходимо запускать кампанию несколько раз. Укажите, в какие часы и минуты кампания будет запускаться. В правой части вы можете выбрать шаблоны для часов и минут.

Каждый день, несколько раз в день

Часы: 10 ✕ 13 ✕ 16 ✕

Минуты: 0 ✕

Часовой пояс: Часовой пояс аккаунта (Europe/Moscow)

Деактивировать расписание после указанной даты

Шаблон

- Очистить
- Каждый час
- Каждый второй час
- Каждый третий час
- Каждый четвертый час
- Каждый шестой час

В определённую дату в выбранное время

Этот план отлично подходит для разовых рассылок: выберите дату и установите время запуска кампании.

✓ Для этого плана расписания доступна отправка в часовом поясе клиента. Если для кого-то из подписчиков время прошло на момент создания кампании - есть возможность отправить им сообщения сразу.

В определённую дату в выбранное время

Время: 10:00

Дата: 2020-06-08

Часовой пояс: Часовой пояс аккаунта (Europe/Moscow)

Отправлять в часовом поясе профиля, если он известен

Сразу отправить профили, в часовом поясе которых указанное время

Деактивировать расписание после указанной даты

Jun 2020						
Mo	Tu	We	Th	Fr	Sa	Su
25	26	27	28	29	30	31
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	1	2	3	4	5

В заданную дату в различное время

Этот план отличается от предыдущего тем, что вы можете добавить несколько запусков в одну определённую дату.

В заданную дату в различное время

Дата: 2020-06-13

Часы: 10 13 16

Минуты: 0

Часовой пояс: Часовой пояс аккаунта (Europe/Moscow)

Деактивировать расписание после указанной даты

Шаблон

- Очистить
- Каждый час
- Каждый второй час
- Каждый третий час
- Каждый четвертый час
- Каждый шестой час

В заданные дни недели определённых месяцев в выбранное время

Подойдёт для еженедельных рассылок в определённые дни недели. Укажите месяцы, в которые кампания будет активна и день недели (или несколько) для отправки.

В заданные дни недели определённых месяцев в выбранное время

Время: 10:00

Часовой пояс: Часовой пояс аккаунта (Europe/Moscow)

Дни недели: Вторник Четверг

Месяцы: Июнь Июль Август

Деактивировать расписание после указанной даты

В заданные дни недели определённых месяцев в различное время

Отличается от предыдущего количеством запусков в один день.

В заданные дни недели определённых месяцев в различное время

Часы: 16 ✕ Шаблон

Минуты: 20 ✕ Шаблон

Часовой пояс: Часовой пояс аккаунта (Europe/Moscow)

Дни недели: Среда ✕

Месяцы: Июнь ✕ Июль ✕ Август ✕

Деактивировать расписание после указанной даты

В заданные дни определённых месяцев в выбранное время

В этом плане вместо дней недели устанавливается день от начала месяца. Подойдёт для периодических ежемесячных или ежеквартальных рассылок.

В заданные дни определённых месяцев в выбранное время

Время: 10:00 🕒

Часовой пояс: Часовой пояс аккаунта (Europe/Moscow)

Дни месяца: 8ое ✕ 13ое ✕ 16ое ✕

Месяцы: Июнь ✕ Июль ✕ Август ✕

Деактивировать расписание после указанной даты

В заданные дни определённых месяцев в различное время

Отличается от предыдущего количеством запусков в один день.

В заданные дни определённых месяцев в различное время

Часы: 16 Шаблон

Минуты: 20 Шаблон

Часовой пояс: Часовой пояс аккаунта (Europe/Moscow)

Дни месяца: 8ое 13ое 16ое

Месяцы: Июнь Июль Август

Деактивировать расписание после указанной даты

В заданный день недели относительно начала месяца

Если вам нужно организовать рассылку, например, во второй четверг ноября, или во второй вторник каждого месяца, этот план расписания решает такие задачи:

В заданный день недели относительно начала месяца

Время: 10:00

Часовой пояс: Часовой пояс аккаунта (Europe/Moscow)

Порядок: Третий

Дни недели: Вторник

Месяцы: Июнь Июль Август

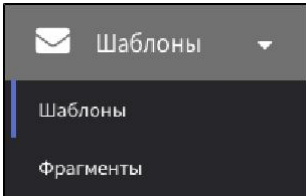
Деактивировать расписание после указанной даты

Шаблоны сообщений

Описание

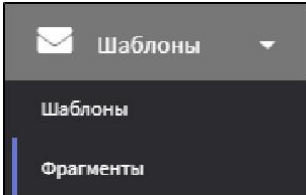
Шаблон сообщения - настройки контента, который Вы отправляете подписчикам в рамках одной или нескольких [кампаний](#). Один шаблон объединяет настройки сообщений для всех каналов связи. Кампании с разными наборами каналов могут использовать разные версии одного шаблона.

С чего начать?



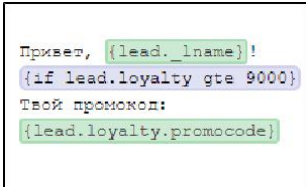
Работа с шаблонами сообщений

Создание и редактирование **шаблонов** сообщений. Редакторы контента для **Email**, **Push** и **SMS** версий шаблона. Основные и дополнительные настройки. Персонализация и предпросмотр.



Фрагменты шаблонов

Фрагменты - части шаблонов сообщений, которые хранятся отдельно от шаблонов и могут служить для решения различных задач. Фрагмент может содержать простой текст или HTML код для email.



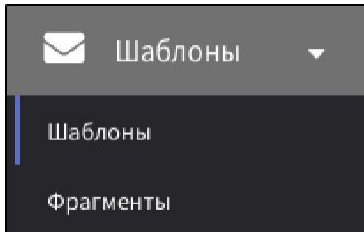
Переменные и функции шаблона

В **шаблонах** используются переменные значения, логические выражения, циклы и функции. В этом справочнике вы найдёте описание синтаксиса и примеры использования для [персонализации](#) сообщений.

Работа с шаблонами сообщений

- [Описание](#)
- [Управление](#)
- [шаблонами](#)
- [Основные настройки](#)
- [Редакторы контента](#)
- [Опции сообщения](#)
- [Значения полей по умолчанию и](#)
- [Части Предпросмотр сообщения](#)

Описание



Шаблон сообщения - форма создания контента для ваших компаний. Шаблон объединяет настройки контента для всех каналов коммуникации, а также общие настройки, актуальные для всех каналов. Чтобы начать создавать контент для рассылок, в главном меню выберите **Шаблоны**.

Управление шаблонами

В списке отображаются все Шаблоны сообщений, доступные в аккаунте или выделенной [группе доступа](#). Вы можете воспользоваться поиском по имени или ID шаблона, сгруппировать шаблоны по меткам. Также можно отображать только **черновики** или только готовые к отправке шаблоны. При нажатии на миниатюру шаблона откроется просмотр Email версии сообщения.

✓ Если вы используете **Double opt-in** - двойное подтверждение подписки - шаблоны со **ссылкой подтверждения** будут отмечены тэгом **Подтверждение** на миниатюре шаблона. Подробнее прочитать об организации Double opt-in вы можете [в этой статье](#).

Для каждого шаблона доступно меню быстрых действий, с помощью которого можно **редактировать, клонировать, удалить** шаблон - или ограничить группой доступа. Для того, чтобы добавить новый шаблон, в верхней части страницы нажмите кнопку **+ Создать**.

Шаблоны

Поиск по имени или id

Создать

Группы доступа Главная

1 - 10 из 12

Customer survey

Создано: 2019-03-21 15:22:03
Обновлено: 2019-12-05 08:10:50
Автор: Alt Kraft
ID: 7
Теги: News Customers
Группы: East coast branch West coast branch

Тип контента: email sms push
Внешний контент: Да
Добавлять в стоп-лист при отписке: Нет
Черновик: Нет
Со ссылкой подтверждения: Нет

Редактировать

Редактировать

Клонировать

Установить группу

Удалить

Monthly digest

Создано: 2019-03-21 15:20:21
Обновлено: 2019-12-06 11:23:39
Автор: Alt Kraft
ID: 6
Теги: News Customers
Группы: East coast branch Events West coast branch

Тип контента: email
Внешний контент: Да
Добавлять в стоп-лист при отписке: Нет
Черновик: Нет
Со ссылкой подтверждения: Да

Редактировать

Основные настройки

В **основных настройках** шаблона укажите его название и описание, добавьте **Метки** и при необходимости - установите группы доступа.

Если необходимо организовать модерацию контента, в шаблонах предусмотрена функция создания **Черновики**. Для этого нужно создать пользователя с ролью, предусматривающей только создание сообщений, но не их модерацию. Этот пользователь сможет только наполнять шаблоны содержимым - использовать их сразу в рассылках нельзя. Второй пользователь, с правами на модерацию, должен будет открыть шаблон и снять с него пометку **Черновик** - в **Основных настройках**.

Этот шаблон сообщения — черновик. Перед отправкой кампании его необходимо активировать.

Основные настройки Черновик

Название шаблона: *

Шаблон сообщения

Описание:

Если вам нужна модерация контента для отправки - ролью можно ограничить создание только черновики шаблонов. Для отправки такие шаблоны необходимо будет активировать.

Установить группу: Events Метки: Events New products

Редакторы контента

Шаблон сообщения объединяет контент для отправки по всем доступным каналам связи. Встроенный в ALTCRAFT редактор помогает создавать красивые и удобные сообщения, упрощает персонализацию контента. Чтобы добавить в шаблон **контент** для определённого **канала**, нажмите на кнопку со **знаком плюс**:

Активируйте как минимум один канал
Как минимум один активный канал нужен для сохранения!

+

Email

SMS

Push

Редактор контента для выбранного канала откроется в новой вкладке:

Email

В **основных настройках** контента для **email канала** заполните следующие поля:

- **Тема сообщения** - тема, которая будет отображаться в письмах клиентам. Вы можете персонализировать тему, воспользовавшись меню переменных (`</>`) или вручную, используя системные переменные. Также в тему можно добавить эмодзи.
- **Имя отправителя** - имя, от которого письмо отправляется клиенту. Можно добавлять персонализацию и эмодзи. **Email отправителя** - адрес, от которого письмо отправляется клиенту.
- **Reply-to name** - имя для ответа на сообщение. Доступна персонализация: например, вы можете указать здесь имя личного менеджера клиента.


✔ По умолчанию ALTCRAFT не конвертирует стили, включённые в HTML версию сообщения, в строчные тэги (**Не конвертировать CSS в inline**). Однако, если эту опцию убрать, стили будут добавляться атрибутами в элементы сообщения:


```
<h1 style="font-size:36px;">!</h1>
```

Это обеспечивает большую совместимость с Outlook и прочими клиентами почты, которые не поддерживают стили, вынесенные в блок `<style>`.

Настройки Email для отправки сообщений


Тема сообщения: *

Шаблон сообщения 

Имя отправителя: 

Email отправителя:

Настройки Email для обратной связи

Reply-to name: 

Reply-to email:







Не конвертировать CSS в inline



Поля **Имя отправителя** и **Email отправителя** переопределяют значения, настроенные для Email канала в **Ресурсе** или - если ресурсы не используются - значения аналогичных полей в **Базе профилей**.

HTML версия письма

Большинство людей видят в своих почтовых ящиках HTML версию сообщения. В редакторе поддерживаются HTML и CSS, а также переменные персонализации. Для облегчения форматирования и работы с объектами доступны следующие функции:

Форматирование:  - **жирный текст**,  - *курсив*,  - ~~зачёркнутый текст~~,  - маркированный список,  - нумерованный список,  - вставка таблицы.


Служебные функции:



- добавление **пикселей** для отслеживания **открытия** и **прочтения** письма. Если вы не вставите пиксели в процессе редактирования сообщения, система предупредит вас об этом при сохранении.



- добавление внешнего HTML контента. Вы также можете указать адрес источника переменной вручную

{{[http://example.com]}}  - добавление или редактирование **ссылок**.



- настройка **UTM меток**.



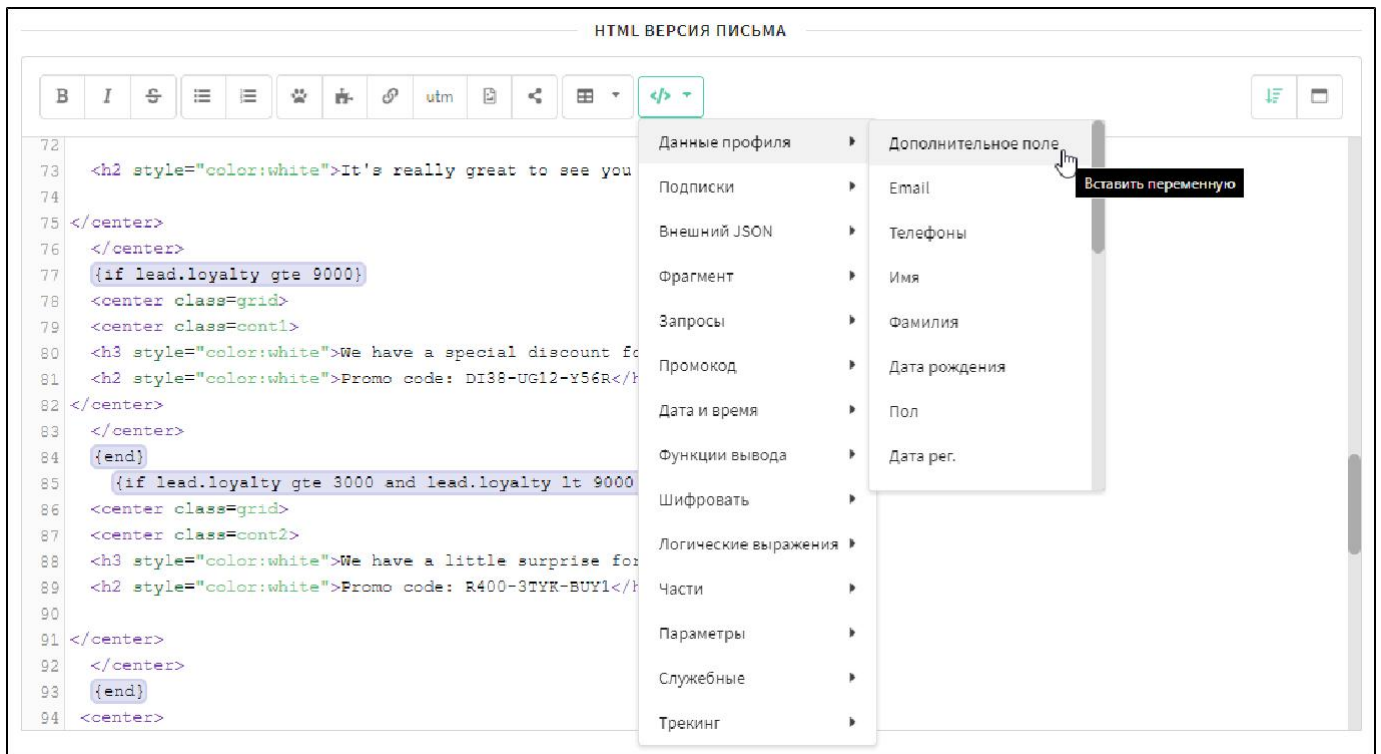
- добавление или редактирование **изображений**.



- добавление кнопок **Поделиться в социальных сетях**.



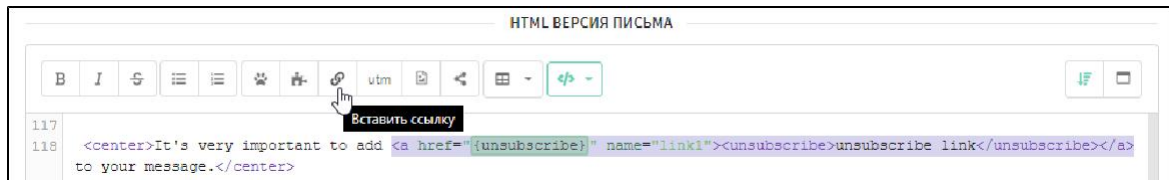
- меню **переменных** и функций редактора. С помощью этой кнопки вы можете добавить в сообщение данные профилей клиентов, **промокоды**, **циклы** и **логические выражения**, а также динамический контент и системные ссылки.



С помощью ряда кнопок в правой части окна вы можете включить режим **переноса строк** или **полноэкранный режим**.

Редактор ссылок в Email

Редактор ссылок доступен по нажатию на кнопку **Вставить ссылку** в HTML версии письма - или в редакторе **текстовой** версии. Если вы хотите редактировать ссылку, которую уже добавили в шаблон - выделите её в редакторе и после этого



В форме можно выбрать **Тип ссылки** в зависимости от назначения:

- **Своя ссылка** - ссылка на любую веб-страницу, кроме **пользовательских ссылок** отписки и подтверждения. **Ссылка прекращения подписки** - ссылка на системную или пользовательскую страницу прекращения подписки на ресурс. Подписка переходит в статус **Отписан**. Не влияет на **глобальный статус профиля** и другие подписки.
- **Ссылка на менеджера подписок** - ссылка на системную страницу управления подписками. Клиент сможет приостановить свои подписки, возобновить или отписаться от рассылки.
- **Ссылка на добавление в стоп-список** - ссылка на добавление в стоп-список, по которой клиент сможет заблокировать получение определённого контента.
- **Ссылка для глобальной отписки** - изменяет **глобальный статус профиля** клиента на **Отписан**, полностью прекращая возможность коммуникации.
- **Ссылка для веб-версии письма** - ссылка на точную копию письма, отправленного подписчику.

Основные

В **основных настройках** введите URL для перехода - если вы добавляете свою ссылку. Для системных ссылок поле будет предзаполнено. Также введите **Текст ссылки** для отображения в письме и **Имя ссылки** - оно используется в [отчётах](#), [сегментации](#) и при [запуске триггеров и цепочек](#).

Дополнительно, вы можете **отключить** перенаправление на **трекинг** при переходе по ссылке, а

UTM

Для каждой **отдельной** ссылки в сообщении вы можете переопределить **UTM метки**. Задать метки для **всех** ссылок в шаблоне можно с помощью соответствующей кнопки в редакторе контента (выше).

Задать UTM метки

utm_source
По умолчанию (email, email-text, sms, push для соотв. версий) ▾

utm_medium
Имя базы данных ▾

utm_campaign
Название кампании ▾

utm_term
Название шаблона ▾

utm_content
ID Сообщения ▾

Deep

Если вы хотите использовать ссылку для перехода в мобильное приложение - активируйте опцию **Это deep link** на

Это deep link

Добавить legacy deep links на приложение (только с трекингом)

Android 


intent://reader/#Intent;scheme=[PREFIX];package=[PACKAGE];end

iOS 


[MYAPP];/[PATH]

Текстовая версия письма

Текстовая версия письма представляет собой текст без форматирования. Она отображается в почте вместо HTML, если email-провайдер подписчика или сам клиент блокирует HTML-версию.

 Письма с текстовой версией имеют более высокий процент доставки.

ТЕКСТОВАЯ ВЕРСИЯ ПИСЬМА

 **Вставить переменную**

Text version is important for subscribers who view emails as plain text


--

Unsubscribe: {unsubscribe}

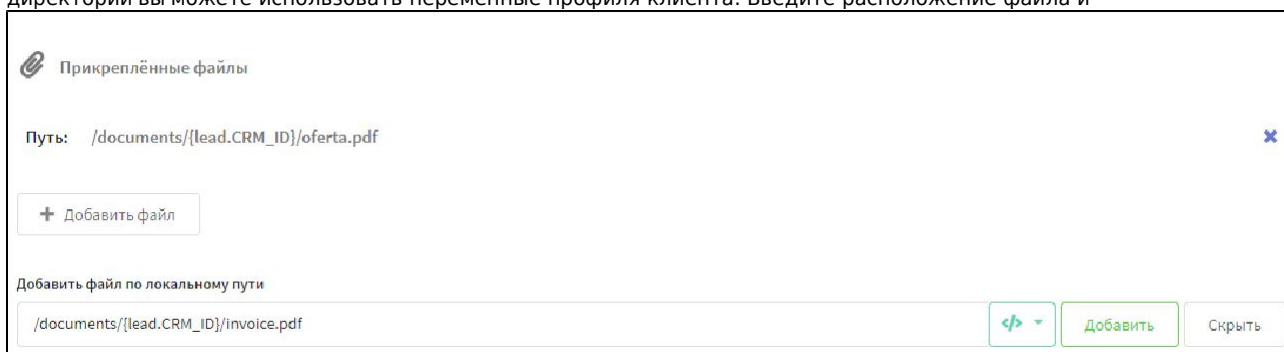
С помощью кнопки  вы можете сгенерировать текстовую версию на основе HTML. Текстовая версия также поддерживает списки, UTM метки, ссылки и **переменные**.

Вложения в Email

Чтобы **прикрепить** к сообщению файл, воспользуйтесь формой в нижней части редактора. Есть два варианта:



- Или выберите директорию хранения **файла на сервере**, на котором установлена платформа. В пути директории вы можете использовать переменные профиля клиента. Введите расположение файла и

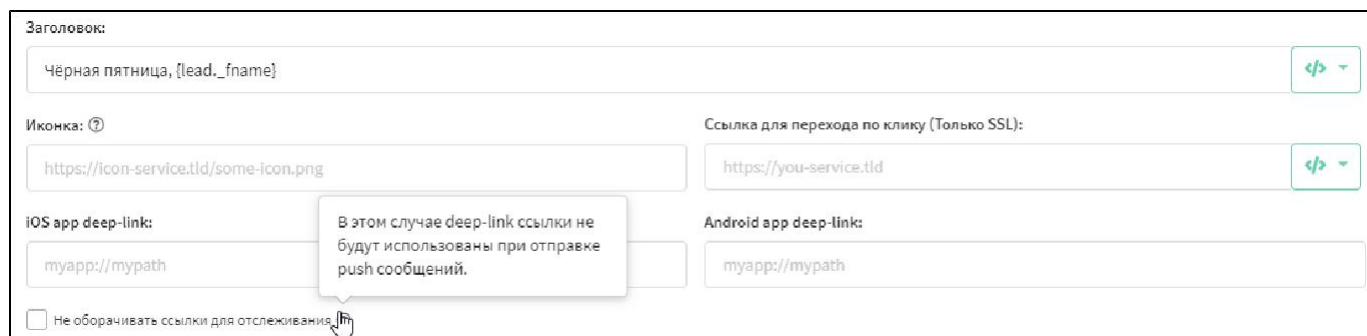


Удалить загруженные файлы и сохранённые пути файлов вы можете, нажав на крестик в правой


Push


Для **push уведомлений** настраиваются:

- **Заголовок** - для заголовка ваших уведомлений доступно меню **переменных**.
- **Ссылка для перехода по клику** - ссылка для перехода из уведомления. Для переходов может использоваться только шифрованный протокол (SSL). Доступно меню переменных: например, вы можете подставлять в ссылку промокоды. Клиент, перейдя по такой ссылке, попадёт на страницу предложения с расчётом скидки.
- **Иконка** - изображение для отображения в уведомлении. Push уведомления в браузер **Apple Safari** поддерживают только одно изображение для всех уведомлений. Настраивается в [Ресурсе отправки push](#).
- **iOS app deep link** - ссылка для приложений на iOS.
- **Android app deep link** - ссылка для приложений на



Введите текст push сообщения в поле ввода. Редактор автоматически посчитает количество символов. В теле сообщения могут использоваться **переменные**. Также можно установить UTM-метки для перехода по ссылке из уведомления.

 - настройка **UTM меток**.

 - меню переменных и функций редактора. С помощью этой кнопки вы можете добавить в сообщении [данные профилей клиентов](#), [промокоды](#)

PUSH СООБЩЕНИЕ


Использовано символов: 46+


utm

Привет, {lead._fname}!
Твой промокод на следующую покупку {loyalty.products.promocode}!

SMS

Введите текст короткого сообщения в поле ввода. Редактор автоматически посчитает количество символов и сообщений. В теле сообщения могут использоваться ссылки, UTM-метки и **переменные**:

 - настройка **UTM меток**.

 - меню переменных и функций редактора. С помощью этой кнопки вы можете добавить в сообщение [данные профилей клиентов](#), [промокоды](#)

Использовано символов: 64+ / Сообщений: 1+

utm

Добро пожаловать в мир будущего, {lead._fname}!
Спасибо за участие в акции {lead.event_name}!

Дополнительно можно ограничить количество отправляемых SMS и включить автоподстановку

Лимит на количество SMS:

Добавлять "http://" в ссылки

Опции сообщения

В разделе **Опции** вы можете дополнительно настроить шаблон.

В блоке **Настройки динамического контента** укажите источник данных для [JSON контента в сообщениях](#). При наличии валидного JSON по введённому адресу откроется предпросмотр объектов первого уровня:

Опции

Настройки динамического контента

Ссылка на динамический JSON контент:

Поля внешнего JSON

- Объект
 -
 -
 -
- Строка
 -
 -
 -
 -
- Число
 -

В **Дополнительных настройках** вы можете выбрать для сообщения Пользовательские ссылки **отписки** и **подтверждения подписки**. Например, если вы хотите направлять клиентов в личный кабинет сайта или на страницу управления подписками.

✓ Пользовательские ссылки **отписки** и **подтверждения** могут создавать мастер-пользователи аккаунта. В опциях шаблона возможно только выбрать предварительно созданные ссылки. Подробнее в разделе **Настройки**.

Также в ополнительных настройках можно выбрать пользовательский **Стоп-список** для использования с шаблоном. С помощью этой функции легко ограничить отправку клиентам, которым не подходит тип рассылаемого контента. Дополнительно можно включить опцию **Добавить отписавшихся в прикреплённый стоп-список**:

Дополнительные настройки

Перенаправить при нажатии на ссылку отписки:

Перенаправить при нажатии на ссылку подтверждения:

Стоп-список:

Добавить отписавшихся в прикреплённый стоп-список

Значения полей по умолчанию и Части

Во вкладке **Контент** вы можете определить значения по умолчанию для **переменных**, которые вы используете в шаблоне. Так, если вы используете подстановку имени клиента, но у некоторых профилей поле **Имя** не заполнено, будет использоваться значение по умолчанию, например "дорогой Клиент".

✓ Вкладка **Контент** появляется в редакторе, когда вы используете в шаблоне переменные с **данными профиля** или **части** сообщения.

Контент

Значения полей, если пустые

{lead._fname}:

{lead.event_name}:

Части сообщения аналогичны **Фрагментам**, однако они могут использоваться только в том шаблоне, где были созданы. Фрагменты можно использовать в нескольких шаблонах.

- Использовать части удобно вместе с логическими выражениями для более компактного отображения кода сообщения. Например, в зависимости от количества баллов подписчика ([Кастомное числовое поле](#)) будет подставлена одна или другая часть:

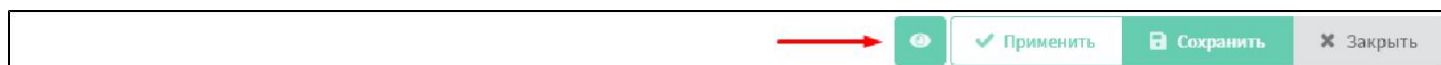
```
{if lead.score gte 9000}
{part.part_1}
{else}
{part.part_2}
{end}
```

Для каждой части можно выбрать **тип контента**: HTML для email сообщений, или текст - для текстовой версии email, а также для SMS и Push контента. В зависимости от типа контента будет открыт соответствующий редактор контента со всеми необходимыми функциями:

The screenshot shows a content editor interface. At the top, there is a label 'Части' and a text input field containing '{PART.NEW}'. Below this is a 'Тип' (Type) dropdown menu set to 'HTML'. Underneath is a 'Содержимое' (Content) section with a rich text editor toolbar. The toolbar includes icons for bold, italic, underline, bulleted list, numbered list, link, unlink, insert link, insert image, undo, redo, and a code icon. The code icon is highlighted with a tooltip that says 'Вставить переменную' (Insert variable). The main content area contains the text: 'Спасибо за участие в последнем мероприятии! Ваш бонусный баланс равен {lead.loyalty_score}!'.

Предпросмотр сообщения

Предпросмотр сообщения позволяет не только проверить вёрстку HTML, но и увидеть результаты [персонализации контента](#) на основе данных подписчика. Нажмите на эту кнопку в верхней части страницы, чтобы активировать предпросмотр:



В окне предпросмотра вы можете выбрать необходимый **канал**, контент для которого хотите просмотреть. Для Email доступен предпросмотр как HTML, так и текстовой версии.

В нижней части окна находятся кнопки переключения десктопного/мобильного режимов отображения, а также настройки персонализации.

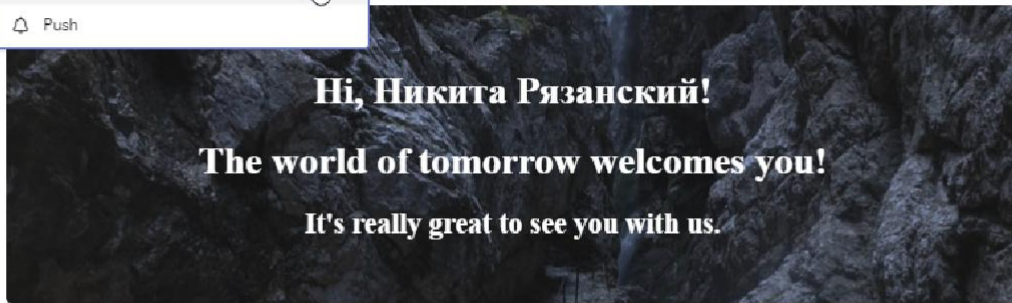
- Выберите [ресурс](#), от которого планируете отправить шаблон - и в выпадающем меню добавьте новый профиль. Поиск аналогичен поиску по базе данных: используются правила [сегментации](#): вы сразу сможете выбрать профиль с необходимыми данными.

Предпросмотр для сообщения The world of tomorrow

Каналы:

- Email
- Email
- SMS
- Push

Email Текст



View our best offers - specially for you!

3 - Promo multichannel Email Push SMS

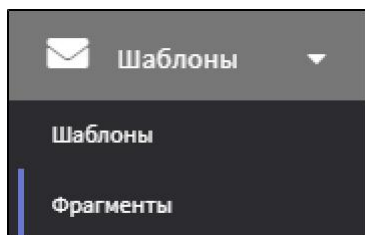
1 - henry.ramone@altkraft.com



Сохранить изображение Закрыть

Фрагменты шаблонов

Описание



Фрагменты - это блоки сообщений, которые используются в нескольких сообщениях. Например, это может быть хедэр или футер сообщения, блок со ссылками на социальные сети - любой контент, который вы будете отправлять в рамках нескольких рассылок.

✓ Фрагменты аналогичны **частям** шаблона, однако могут использоваться в нескольких шаблонах, в то время как части доступны только в шаблоне, в котором были созданы. Подробнее **части** описаны в [настройках email контента шаблона](#).

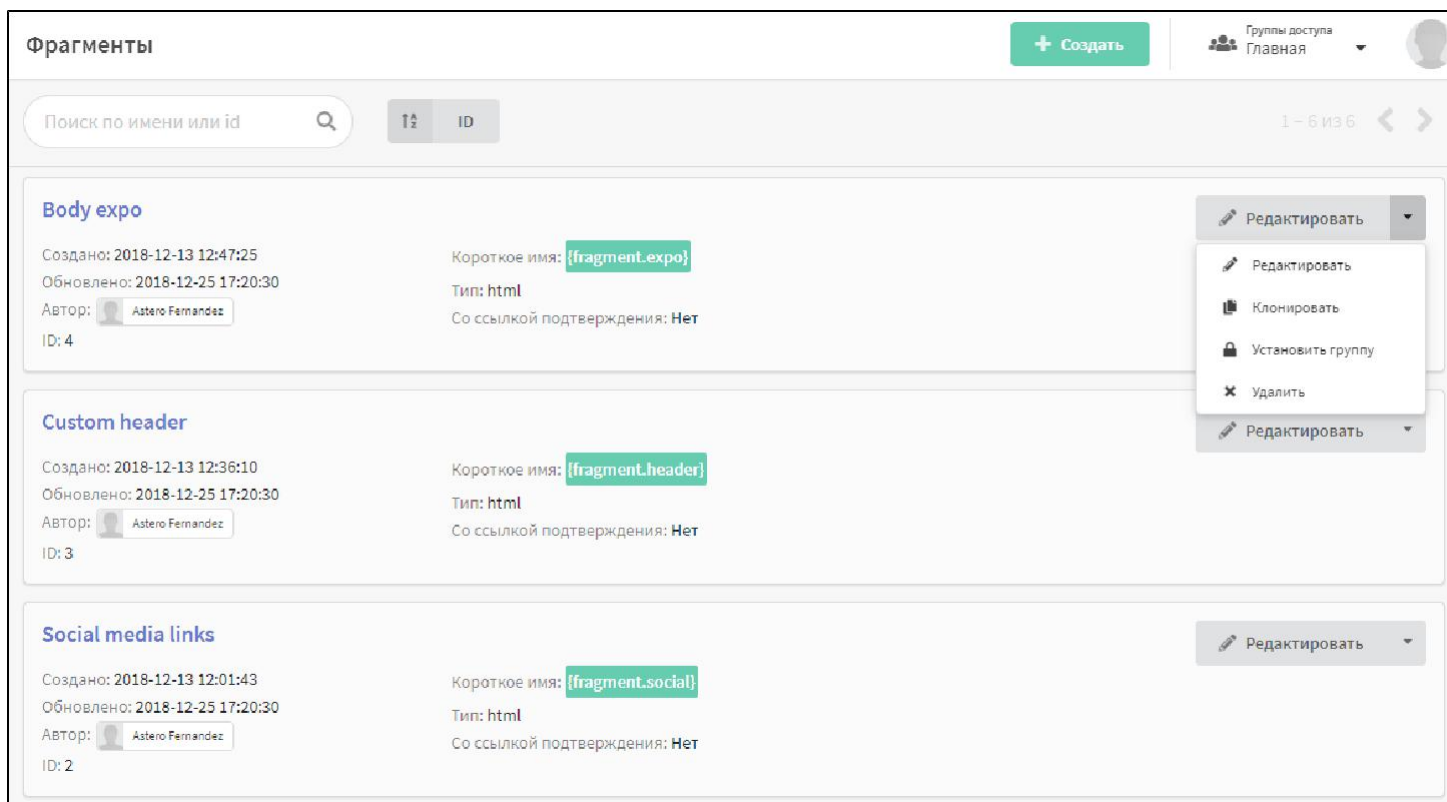
Например, во многих письмах могут быть ссылки на страницы в социальных сетях:



Со временем может накопиться множество таких сообщений, добавить ссылку на ещё одну страницу во все эти сообщения займёт огромное количество времени, что-то будет забыто, где-то будут ошибки. Чтобы этого избежать и созданы фрагменты.

Работа с фрагментами

Чтобы начать работу с фрагментами, в главном меню выберите **Шаблоны → Фрагменты**. Откроется список существующих фрагментов. С помощью контекстного меню вы можете редактировать, клонировать или удалить фрагмент, а также установить группу доступа к фрагменту. Если вам нужен новый фрагмент - нажмите **+ Создать** в верхней части страницы:



Основные настройки

В основных настройках фрагмента введите **Имя** для отображения в списке фрагментов, а также **Короткое имя**. Короткое имя используется при подстановке фрагмента в шаблон, вручную в виде `{fragment.<короткое имя>}` или с помощью меню переменных (`</>`). Также выберите **Тип** фрагмента: HTML или текст (plain text):

Основные настройки

Имя: *

Ссылки на социальные сети

Короткое имя: *

social

Тип:

HTML

В нижней части страницы находится блок, в котором вы можете установить [группу доступа](#) к фрагменту:

Установить группу:

HR recruiting project ✕ Corporate clients project ✕

HTML фрагменты

HTML фрагменты подойдут для email сообщений, а также для других каналов, поддерживающих HTML. В редакторе поддерживаются HTML и CSS, а также переменные персонализации. Для облегчения форматирования и работы с объектами доступны следующие функции:

Форматирование: - **жирный текст**, - *курсив*, - **зачёркнутый текст**, - **маркированный список**, - **нумерованный список**, - **вставка таблицы**.

Служебные функции:

- добавление **пикселей** для отслеживания **открытия и прочтения** письма. Если вы не вставите пиксели в процессе редактирования сообщения, система предупредит вас об этом при сохранении.

- добавление внешнего HTML контента. Вы также можете указать адрес источника вручную переменной

`{{[http://example.com]}}`. - добавление или редактирование **ссылки**.

- настройка **UTM меток**.

- добавление или редактирование **изображений**.

- добавление кнопок **Поделиться в социальных сетях**.

- меню **переменных** и функций редактора. С помощью этой кнопки вы можете добавить в сообщение данные профилей клиентов, **промокоды**, **циклы** и **логические выражения**, а также динамический контент и системные ссылки.


```

38   fa-instagram }
39   background: #f09433;
40     background: linear-gradient(45deg, #f09433 0%,#e6688c 25%,#dc2743 50%,#cc2366 75%,#bc1888 100%);
41   color: white;
42   }
43 /* Container */
44 .cont {
45   padding:3rem;
46   background: linear-gradient(to right, #00d2ff, #3a7bd5);
47   }
48
49 </style>
50 <!-- Add font awesome icons -->
51
52 <center class=cont>
53   <h2>Follow us in social networks</h2>
54   <center>
55     <a href="#" class="fa fa-facebook" name="link1"></a>
56     <a href="#" class="fa fa-twitter" name="link2"></a>
57     <a href="#" class="fa fa-vk" name="link3"></a>
58     <a href="#" class="fa fa-instagram" name="link4"></a>
59   </center>
60 </center>

```


Текстовые фрагменты


Текстовые фрагменты могут использоваться во всех типах контента. В редакторе доступны следующие функции:

 - маркированный

список.  -


нумерованный список.


 - добавление или редактирование **ссылки**.

 - меню **переменных** и функций редактора. С помощью этой кнопки вы можете добавить в сообщение данные профилей клиентов, **промокоды**, **циклы** и **логические выражения**, а также динамический контент и системные ссылки.



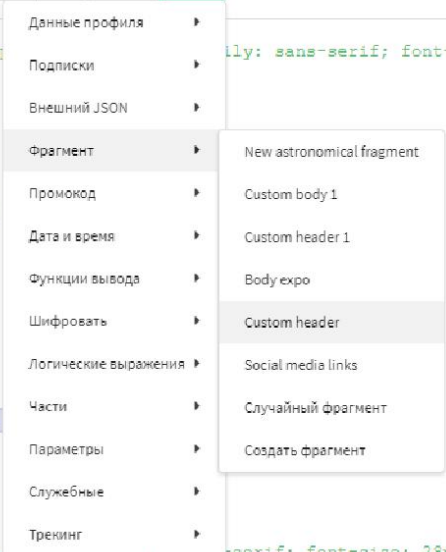
Использование фрагментов в шаблоне

Фрагменты добавляются в шаблон с помощью меню переменных редактора (). Или вручную с помощью **{fragment.<короткое имя>}**. Фрагменты могут отображаться в зависимости от **определённых условий** и данных подписчика.

 Если вы хотите отображать в случайном порядке один из нескольких фрагментов, выберите вариант **Случайный фрагмент** и перечислите, какие фрагменты использовать:

```
{randomfragment[fragment.header_1 fragment.header_2 fragment.header_3]}
```



```
110 <tr>
111 <td style="padding: 20px 20px 20px 20px; text-align: center; vertical-align: top; font-family: sans-serif; font-size: 14px; line-height: 20px; color: #555555">
112
113
114 {fragment.header}
115
116 {if lead.event_activity}
117 {fragment.expo}
118 {end}
119
120 {fragment.body1}
121
122 {fragment.social1}
123
124 {randomfragment[fragment.body2]}
125
126
127
128
129 <h2 style="margin: 0 0 10px 0; font-family: sans-serif; font-size: 28px; color: #6778cd; font-weight: 800; line-height: 30px">Здравствуйте!</h2>
130 <p>Этот пример познакомит вас с некоторыми важными особенностями построения шаблонов сообщений.</p>
```



Изображения в сообщениях

Описание

Изображения, используемые в шаблонах email сообщений, можно загружать в ALTCRAFT. При этом картинки будут загружаться в письмам клиентов с сервера платформы, что позволяет изменять изображения в уже отправленных письмах.

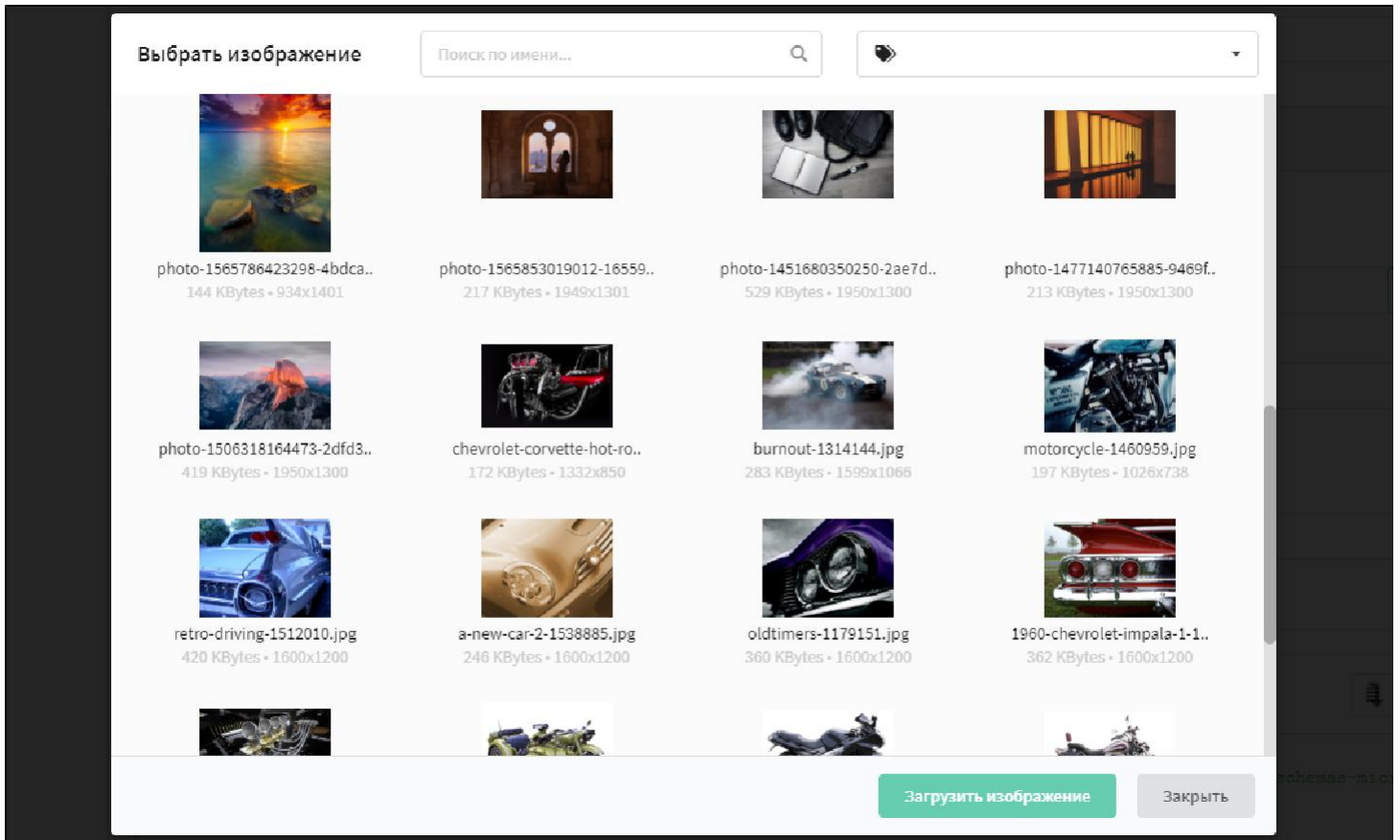
 Если в вашем шаблоне используются ссылки на внешние изображения - загрузите их в платформу. Для этого выберите кнопку инструментов редактора. Загрузка изображений с внешних источников негативно  в

Менеджер изображений

В редакторе **Email** версии сообщения откройте менеджер изображений, нажав на эту кнопку в панели инструментов:





Доступен поиск по названию файла или по присвоенным **меткам**. Чтобы добавить файлы, нажмите **Загрузить изображение**:



Действия с изображением

При выборе изображения оно откроется для просмотра. Для каждого изображения доступны следующие действия:

 - вставить изображение в шаблон в формате HTML (новый тэг **img**)

 - вставить ссылку на изображение. Удобно, когда вам не нужно менять форматирование, а изменить

атрибут **src** тэга **img**.  - добавить **метки** к изображению для облегчения поиска.



- заменить изображение в отправленных сообщениях.

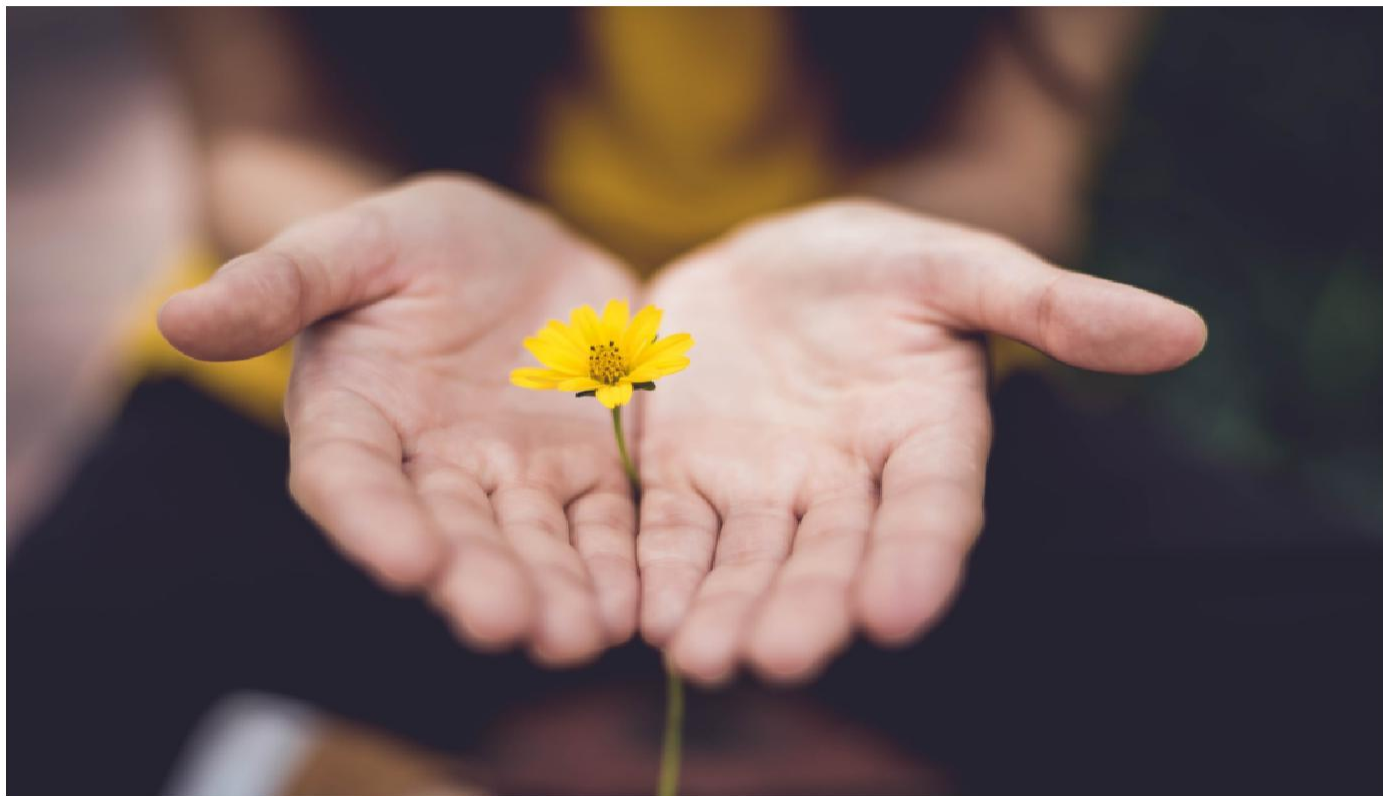


Загруженные изображения заменяются так, что по старой ссылке сервер будет показывать новое изображение. Таким образом изображение изменится не только в новых письмах, но и в уже доставленных.



- удалить изображение.

photo-1505455184862-554165e5f.



Закреть

Персонализация контента в сообщениях

Описание

Данные профилей клиентов могут использоваться для создания динамических и персонифицированных сообщений, не требующих постоянных изменений. Шаблон будет подставлять значения профиля из [Базы данных](#), что позволяет персонализировать массовые рассылки.

✓ Например, сообщение с ежедневным гороскопом:

```
Hello, Eddie!  
  
Daily horoscope for Scorpio.  
  
This is the greatest day to consider your options, study economic trends, and analyze what you want from investing.
```

Можно записать так, используя данные профиля и ссылку на сервер, генерирующий гороскопы. В системе ALTcraft это называется [динамический HTML контент](#).

```
Hello, {lead_fname}!  
  
Daily horoscope for {lead.Sign}.  
  
{[http://127.0.0.1/horoscopes?sign={lead.Sign}]}
```

Таким образом вы получаете одно письмо на все 12 знаков зодиака, которое не требует никаких затрат времени

Подстановка данных клиента в шаблон

Чтобы добавить данные из стандартных полей, откройте **меню переменных** (`</>`) в [редакторе контента сообщения](#), и выберите в списке один из следующих разделов:

- **Данные профиля** - данные клиента из [стандартных полей](#) Базы профилей. **Подписки** - данные подписок профиля на различные [ресурсы](#).
- **Промокод** - текст промокода определённой [программы лояльности](#).
- **Параметры** - дополнительные данные, такие как названия Базы данных, Кампании, Шаблона, Ресурса.

Чтобы добавить данные из **дополнительных (кастомных)** полей профиля клиента, напишите в коде письма `{lead.Custom_Field_Name}`, где `Custom_Field_Name` это имя дополнительного поля, написанное в точности, как в базе данных профиля. В нашем примере выше это `{lead.Sign}`.

✓ Список доступных **переменных** вы найдёте на [этой странице](#).

The screenshot shows the ALTcraft editor interface. On the left, a code editor displays HTML code with dynamic content placeholders. The code includes a table structure and various dynamic tags like `{lead_fname}`, `{lead.Sign}`, and `{[http://127.0.0.1/horoscopes?sign={lead.Sign}]}`. A dropdown menu is open, showing a tree view of available variables. The 'Данные профиля' (Profile Data) section is expanded, listing fields such as Email, Телефоны (Phones), Имя (Name), Фамилия (Surname), Дата рождения (Date of Birth), Пол (Gender), Дата рег. (Registration Date), IP адрес рег. (IP address), and Город рег. (Registration City). Other sections like 'Подписки' (Subscriptions), 'Внешний JSON' (External JSON), 'Фрагмент' (Fragment), 'Промокод' (Promo Code), 'Дата и время' (Date and Time), 'Функции вывода' (Output Functions), 'Шифровать' (Encrypt), 'Логические выражения' (Logical Expressions), 'Части' (Parts), 'Параметры' (Parameters), 'Служебные' (System), and 'Трекинг' (Tracking) are also visible in the menu.

Значения по умолчанию

Во вкладке **Контент** шаблона можно установить значения по умолчанию для использованных в этом письме полей, на случай, если нужных данных у подписчика не окажется.

Email Push SMS **Контент** Опции

Значения полей, если пустые

{lead._fname}:

{lead.Sign}:

{lead.event_activity}:

Функциональное изменение данных клиента

Если вы хотите, чтобы в зависимости от перехода по той или иной ссылке в профиль клиента записывалось какое-либо значение, добавьте к любой ссылке в сообщении атрибут **update-имя_поля="значение"**.

При переходе по такой ссылке значение поля профиля клиента в [Базе данных](#) поменяется на заданное. Например:

```
<a href="http://www.example.org" name="link" update-clicked_link="true"> clicked_link!</a>
```

Также клиента можно прямо из письма подписать на другой ресурс по тому же каналу и контактными данными. Укажите следующий атрибут, подставив идентификатор нужного ресурса:

```
<a href="http://www.example.org" subscribe-to="1"> #1</a>
```

Переменные и функции ALTcraft

Переменные

Переменные данных профиля

Описание	Переменная
Email-адрес	{lead.email}
Список телефонов	{lead.phones}
Имя	{lead._fname}
Фамилия	{lead._lname}
Дата рождения	{lead._bdate}
Пол	{lead._sex}
Дата регистрации	{lead._regdate}
IP-адрес регистрации	{lead._regip}
Город регистрации	{lead._regcity}
Страна регистрации	{lead._regcountry}
URL-адрес регистрации	{lead._regurl}
IP-адрес	{lead._ip}
Город	{lead._city}
Страна	{lead._country}
Регион	{lead._region}
Индекс	{lead._postal_code}
Временная зона	{lead._tz}
Поставщик	{lead._vendor}
Идентификатор профиля	{lead._id}
XXM-хеш	{lead._xxm}
XX-хеш	{lead._xxh}
MD5-хеш	{lead._md5}
* Дополнительное поле	{lead.название_поля}

Переменные подписок профиля

Описание	Переменная
Email-адрес подписки	{subscription.email}
Домен email-адреса	{subscription.email_domain}
Список email-адресов подписки	{subscription.emails}
Телефон подписки	{subscription.phone}
Список телефонов подписки	{subscription.phones}
MD5-хеш email-адреса	{subscription.email_md5}
MD5-хеш телефона	{subscription.phone_md5}

Связи профилей

Общая формула переменной:

{relation.[короткое_имя_связи].[direct для прямых или reverse для обратных].[имя_свойства].[count - количество, total - сумма, top - топ связей]}.

Количество прямых связей со свойством profit:

```
{relation.managers_loyal.direct.profit.count}
```

Топ обратных связей со свойством profit. Используется цикл для вывода нескольких значений:

```
{for $index $item = relation.managers_loyal.reverse.profit.top}
{$item.lead_fname} {$item.lead_lname} ({$item.value} profit)
{else} There is no 'profit' for you :(
{end}
```

Сумма значения свойства profit для прямой связи:

```
{relation.managers_loyal.direct.profit.total}
```

Функции редактора

Форматирование даты

Данные типа "дата" имеют разное представление в разных странах. Для удобства подписчиков предусмотрена функция форматирования дат.

Например, для того, чтобы представить дату рождения подписчика, в виде:

```
02.11.1998
```

Используется такая функция:

```
<p> {format lead.date_of_birth "%D.%m.%Y"} </p>
```

Все параметры форматирования даты:

years

```
"%y": "06"  
"%Y": "2006"  
"yy": "06"  
"YYYY": "2006"
```

months

```
"%m": "01"  
"MM": "01"  
"%B": "January"  
"month": "January"
```

days

```
"%d": "2"  
"%D": "02"  
"DD": "_2"  
"%A": "Monday"  
"weekday": "Monday"
```

hours

```
"%H": "15"  
"%I": "3"  
"hh": "15"  
"hours": "15"  
"twelve_h": "3"
```

mins

```
"%M": "04"  
"mm": "04"
```

seconds

```
"%S": "05"  
"ss": "05"
```

am/pm indicator

```
"am": "pm"  
"AM": "PM"  
"%p": "pm"
```

timezone

```
"tzone": "-07"  
"timezone": "-07:00"  
"%Z": "Z0700"
```

Чтобы вставить функцию, нажмите на кнопку `</>` в редакторе шаблонов и выберите Дата и время → Форматированная дата.

Смещение даты

Функция **adddate(date, year, month, day)** возвращает значение даты после того как добавит к ней определённый интервал.

<p>Event starts on {adddate(lead.notify_date 0 0 10)}</p>

adddate() может использоваться внутри функции format().

<p>Event starts on {format adddate(lead.notify_date 0 0 10) "%Y-%m-%D"}</p>

Чтобы вставить функцию, нажмите на кнопку [</>](#) в редакторе шаблонов и выберите Дата и время → Смещение дат.

Форматирование цен

Также предусмотрена функция форматирования числовых данных, которая делит число на блоки по три цифры заданным разделителем.

Price 8.000 RUR

<p>Price {format json.price "."} RUR</p>

Чтобы вставить функцию, нажмите на кнопку [</>](#) в редакторе шаблонов и выберите Функции вывода → Форматирование.

Шифрование и хэширование

Чтобы передавать контент шаблона и переменные в зашифрованном или хешированном виде, в редакторе шаблонов предусмотрена функция **crypt**. Чтобы получить доступ к ней, нажмите на кнопку [</>](#) в редакторе шаблонов и выберите **Шифрование**.

Можно изменить кодировку или зашифровать данные по одному из этих алгоритмов:

- base58
- base64
- sha1 +
соль
- sha256 + соль
- aes + base64
- Blowfish +
base64

Для sha1 и sha256 можно добавить соль. Для aes и Blowfish в качестве соли используется ключ в кодировке base64. Ниже приведены примеры синтаксиса для изменения кодировки и шифрования.

```
{crypt(base58 lead._fname)}  
{crypt(base64 lead._lname)}  
{crypt(sha256 lead.custom_field "salt")}  
{crypt(sha1 lead._city "salt")}  
{crypt(aes lead.score "key1234567891234")}  
{crypt(blowfish lead._tz "key12345")}
```

Если необходимо зашифровать строку текста, её нужно заключить в кавычки. Если число - кавычки не нужны:

```
{crypt(base58 "value")}
```

```
{crypt(base64 42)}
```

Для хеширования доступны следующие алгоритмы. Для каждого можно

использовать соль: md5 + соль

xxh32 +

соль xxh64

+ соль

Синтаксис такой же, как для функций шифрования:

```
{crypt(md5 subscription.email "salt")}  
{crypt(xxh32 loyalty.new2.promocode "salt")}  
{crypt(xxh64 json.text "salt")}
```

Функции

Описани	Переменная	
Форматирован	forma	{format 1000000000 ","}
Длина	lengt	{length("abc ")}
Масси	arra	{array[1 "2" 3.3]}
Лимит	limi	{limit(array[1 2 3] 2)}
Кодирование URL-адреса		{urlencode(lead._regurl)} http:%2F%2Ftest.testdomain.com%2Fsom
Декодирование URL-адреса		{urldecode(lead._reg http://test.testdomain.com/som

Логические выражения

✔ Использование логических выражений [описано в отдельной](#)

[статье](#). Для составления простого условия используется:

```
{if lead.age gte 18}
    18 .
{else}
    18.
{end}
```

Циклы

✔ Использование циклов описаны в [соответствующей статье](#).

Внешний JSON

✔ Описано в статье "[Использование JSON контента в сообщениях](#)".

Использование логических выражений в сообщениях

Описание

В сообщениях можно формировать условные блоки, используя данные подписчика, json данные и прочие переменные.

```
{if lead.field in json.promo_actions1}
```

Они расширяют возможности персонализации сообщений, существенно сокращают объём работы. Например, в сообщении используется подпись, которая меняется от подписчика к подписчику.

42%или ! 20% !

Вместо того, чтобы делать разные сообщения, можно использовать два условия

- сначала проверяется, есть ли у подписчика поле "best_buy_type" и является ли он клиентом нужного магазина, если нет, то он получает обычное предложение.
- затем проверяется значение в этом поле - совершал ли он хоть раз дорогую покупку

```
<!--      "shop_name" "best_buy_type" -->
{if lead.shop_name and lead.best_buy_type}

    {if lead.shop_name equal "my_shop"}

    <!--      "premium" -->
    {if lead.best_buy_type contains "premium"}
        <p> 42%.</p>

    <!--      --->
    {else}
        <p>! 20% !</p>
    {end}

<!-- ,      -->
{else}
    <p>! 20% !</p>
{end}
```

Примеры использования

Условия

Простое

```
{if "par1"}
  if true
{else}
  if false
{end}
```

Комплексное

```
{if "par1" in array["par1" "par2"] and ( 5 equal length("par 3") or false )} if true
{else}
  if false
{end}
```

Циклы

Простой

```
{for array[1 "2" 3.3]}
  {.}
{else}
  if empty array
{end}
```

Цикл с

```
{for $index, $el = array[1 "2" 3.3]}
  {$index}: {$el}
{else}
  if empty array
{end}
```

Соответствие значения

Равн

```
{if "par1" equal "par2"} if
  true
{else}
  if false
{end}
```

Не

```
{if "par1" not_equal "par2"} if
  true
{else}
  if false
{end}
```

Строка равна (не учитывается регистр)

```
{if "par1" like "par2"} if
  true
{else}
  if false
{end}
```

Строка не равна (не учитывается регистр)

```
{if "par1" not_like "par2"} if
  true
{else}
  if false
{end}
```

Строка содержит (не учитывается регистр)

```
{if "par1" contains "par2"} if
  true
{else}
  if false
{end}
```


Использование циклов в сообщениях

В сообщении реализована поддержка циклов для JSON переменных типа список (list) [] и объект (object) {}, а также обращение к элементу объекта по ключу {json.object.name}.

Поля профиля типа "Тег" тоже могут использоваться в циклах, так как являются

списками строк. Также возможно использовать вложенные циклы.

Пример переменных

```
{
  "Addresses": [
    " , 444, 24",
    " , 555, 25"
  ],
  "Information":
  { "LJ": [
    {"name": "Optimyss X1", "price": "$10"},
    {"name": "Optimyss X2", "price": "$20"}
  ],
    "Samsyng": [
    {"name": "Galaktiko 17", "price": "$50"}
  ]
  }
}
```

Пример циклов

```
<h5> :</h5>

<!--      -->
{for $vendor $models = json.Information}
  <p>{$vendor}</p>

  <ol>
    <!--      -->
    {for $index $model = $models}
      <!--      -->
      <li>{$model.name} {$model.price}</li>

    {else}
      <p>Empty array!</p>
    {end}
  </ol>

{else}
  <p>Empty array!</p>
{end}

<h5>:</h5>
<ol>
<!--      -->
{for $index $address = json.Addresses}
  <li>{$address}</li>
{else}
  <p>Empty array!</p>
{end}
</ol>
```

Результат

```
<h5>:</h5>

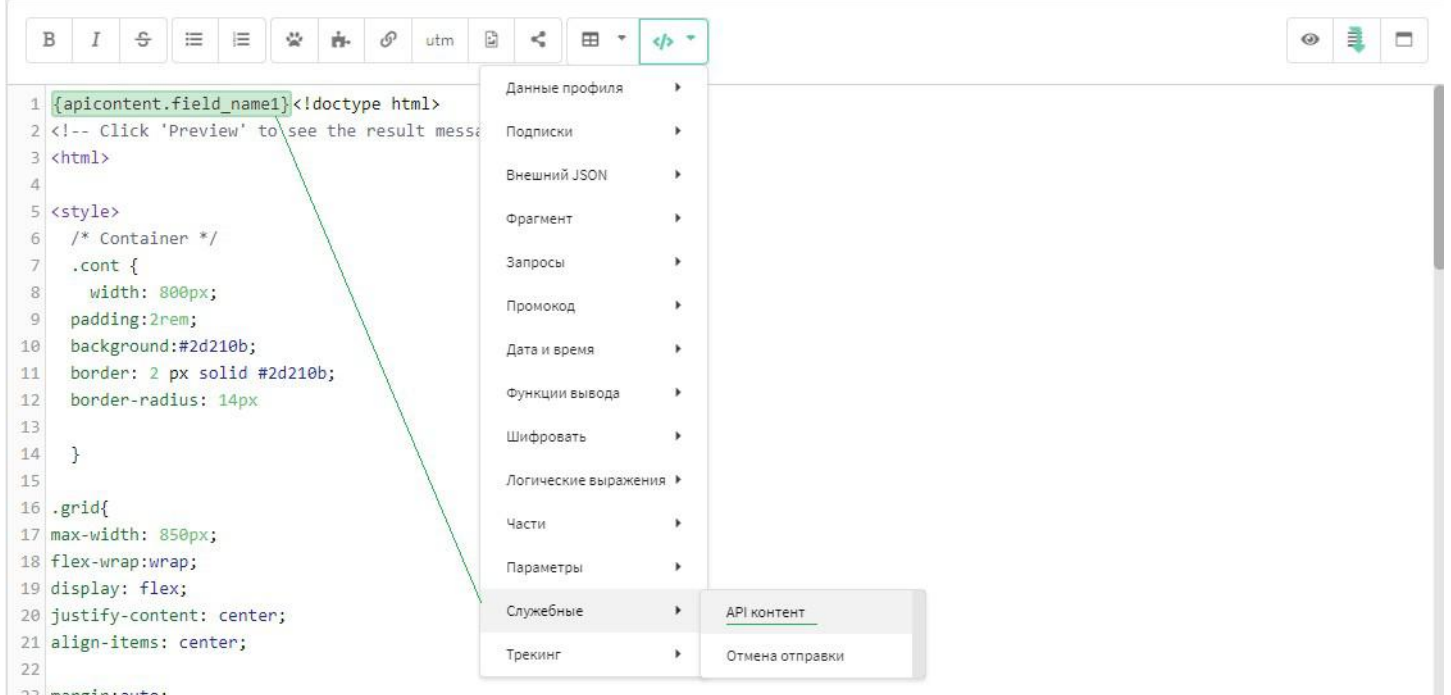
<!--      -->
<p>LJ<p>
<ol>
  <!-- ,      -->
  <li>Optimyss X1 $10</li>
  <li>Optimyss X2 $20</li>&gt;
</ol>

<!--      -->
<p>Samsyng<p>
<ol>
  <!-- ,      -->
  <li>Galaktiko 17 $50</li>
</ol>

<h5>:</h5>
<ol>
  <!--      -->
  <li> , 444, 24</li>
  <li> , 555, 25</li>
</ol>
```

Использование API контента в сообщениях

При отправке сообщений с помощью [API Call триггера](#), начиная с версии 1.1, возможно передавать данные для сообщения вместе с API запросом.



Таким образом, используя данные из любых источников, одно сообщение автоматически персонализируется под любого получателя.

Использование HTML контента в сообщениях

Динамический HTML контент - это один из способов создавать динамические сообщения и автоматизировать работу. С его помощью в сообщение добавляется информация, генерируемая на вашем сервере точно в момент отправки каждого сообщения.

Это удобно, когда информация в письмах должна меняться в зависимости от каких-то условий и параметров.

Чтобы добавить ссылку на динамический HTML контент нажмите кнопку "Добавить внешний контент" в шапке редактора сообщения.



Например, если сервер умеет отдавать тексты последних новостей на сайте, то сообщение содержащее ссылки на него будет автоматически поддерживаться в актуальном состоянии.

Можно использовать несколько ссылок на HTML контент в сообщении.

```
{[http://www.example.news?index=1&news_group=movies]}  
  
{[http://www.example.news?index=2&news_group=movies]}
```

В ссылку на динамический HTML контент можно включать различные переменные. Например, имя подписчика `{lead_fname}` или название базы данных `{listname}`, в которой его профиль находится. То есть, вместо статического `&news_group=movies` можно написать `&news_group={lead.NewsGroup}`.

При каждой отправке такого сообщения, с сервера будет запрашиваться динамический контент и подставляться в сообщение. Все подписчики получают свежие новости в зависимости от своих предпочтений.

Использование JSON контента в сообщениях

Динамический JSON контент - это один из способов создавать динамические сообщения и автоматизировать работу. С его помощью в сообщение добавляется информация, генерируемая на вашем сервере точно в момент отправки каждого сообщения.

В ссылку на динамический JSON контент можно включать различные переменные. Например, данные профиля {lead_fname}.

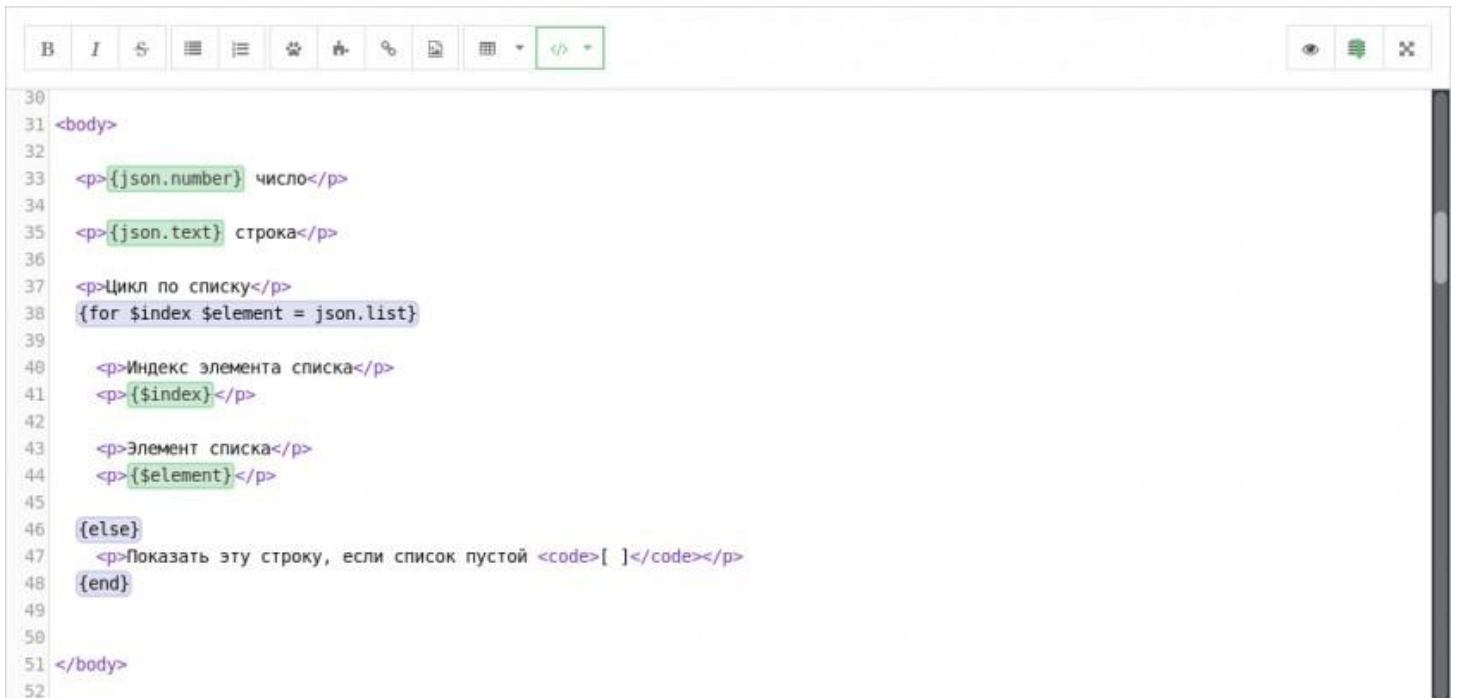
Источник динамического JSON контента устанавливается во вкладке

Опции. Информация, представленная в JSON формате, выглядит так:

```
{
  "number": 10,
  "text": "Hello!",
  "list": ["One", "Two", "Three"],
  "object": {"model": "x17", "price": "$99"}, "mixed":
  [
    {"city": "Los Gamburger", "street": "Florence Avenue"},
    {"city": "St. Potato", "street": "Glendale Boulevard"}
  ]
}
```

Чтобы вставить JSON контент в письмо, нажмите кнопку *Вставить переменную* </> и в меню выберите "Внешний JSON"

В тексте сообщения JSON контент представлен переменными типа {json.variable}



The screenshot shows an email editor interface. At the top, there is a toolbar with various icons, including a code icon. Below the toolbar, the email body is displayed with the following HTML code:

```
30
31 <body>
32
33 <p>{json.number} число</p>
34
35 <p>{json.text} строка</p>
36
37 <p>Цикл по списку</p>
38 {for $index $element = json.list}
39
40   <p>Индекс элемента списка</p>
41   <p>{index}</p>
42
43   <p>Элемент списка</p>
44   <p>{element}</p>
45
46 {else}
47   <p>Показать эту строку, если список пустой <code>[ ]</code></p>
48 {end}
49
50
51 </body>
52
```

Два типа данных "list" и "object" поддерживают циклы.

Для типа "object" также доступно обращение к элементам по ключу {json.object.key_name}

Использование контента из SQL базы данных в сообщениях

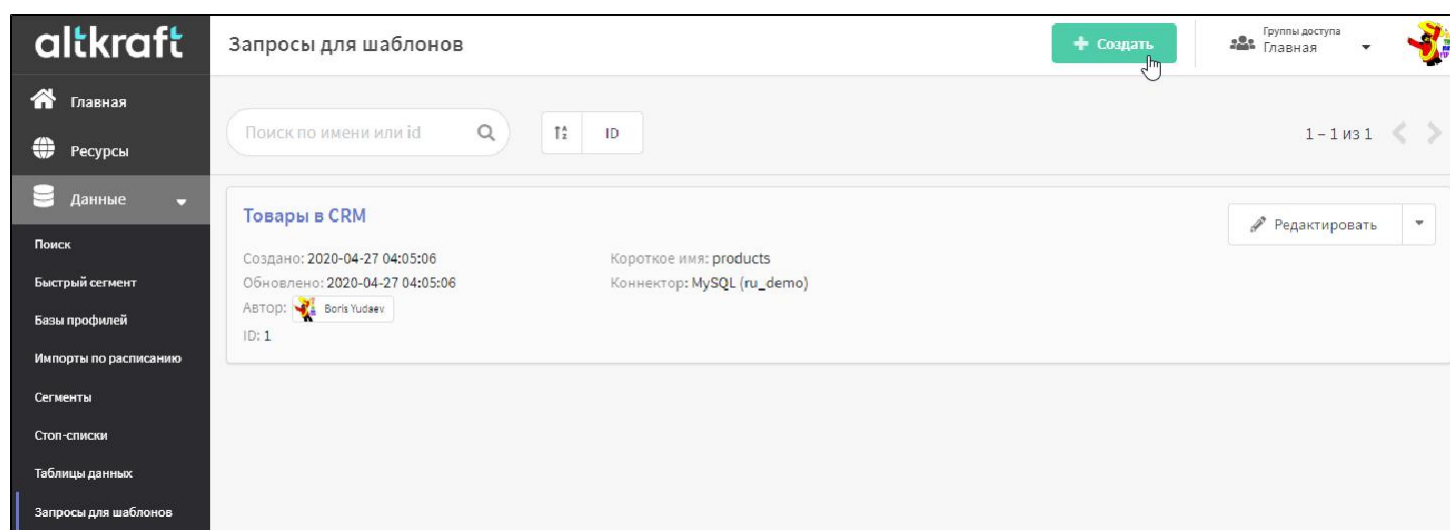
Описание

В шаблонах сообщений можно использовать динамический контент из внешних таблиц данных, хранящихся на **MySQL**, **MSSQL**, **Oracle** и **PostgreSQL** серверах. Для этого администратору платформы необходимо в Административной панели Altcraft [создать коннектор к внешней базе данных](#).

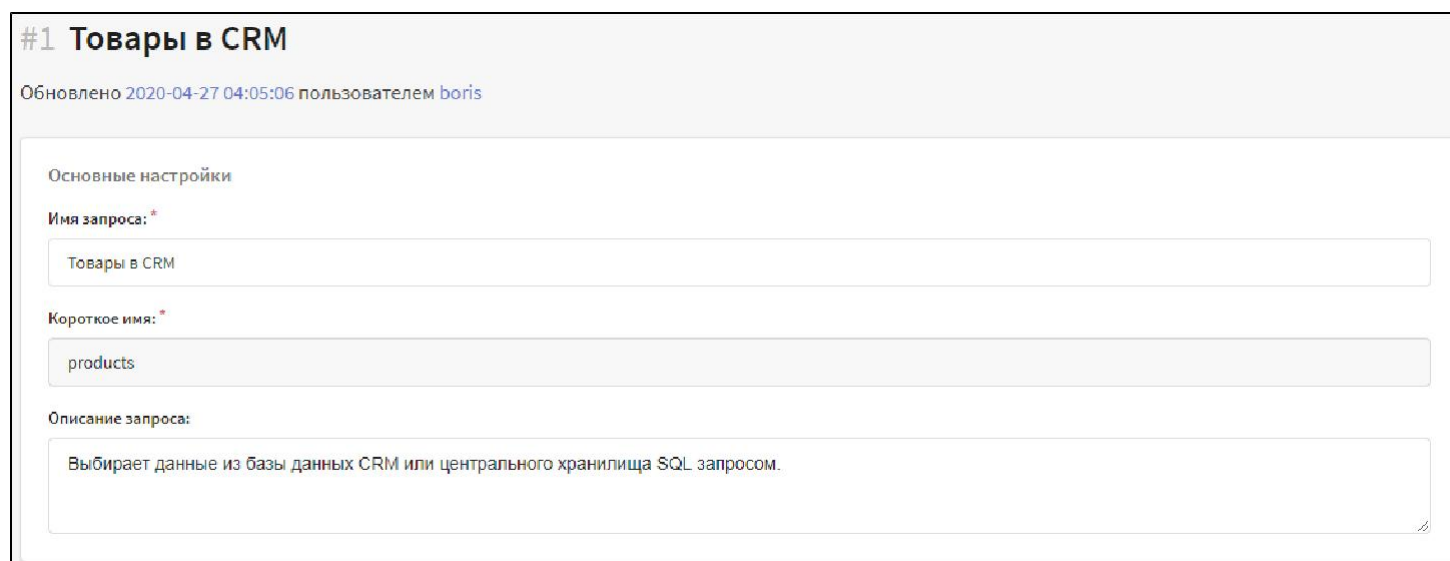
Если вы пользуетесь **облачным решением** - передайте данные для подключения к базе данных нашей службе поддержки: team@altcraft.com.

Создание запроса к внешней таблице данных

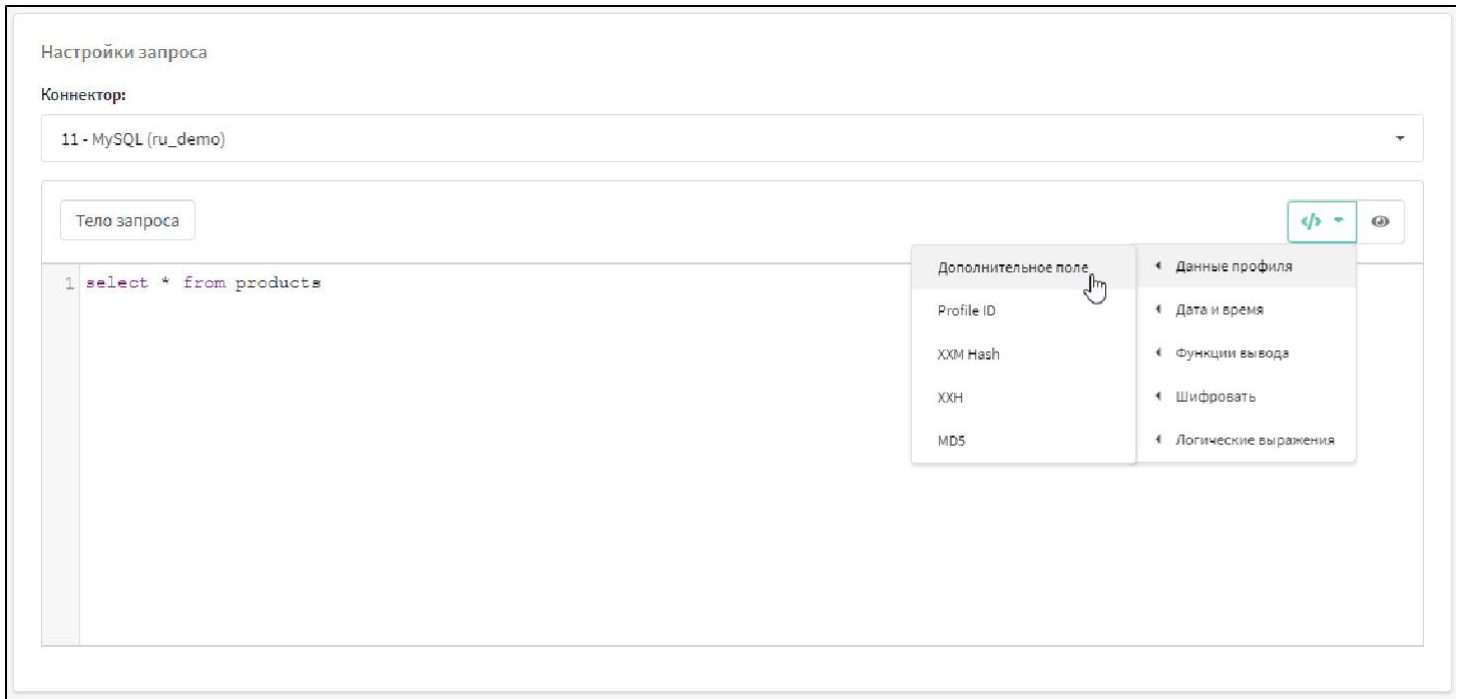
Для создания запроса перейдите на вкладку **Данные** → **Таблицы данных** и создайте запрос.



В основных настройках укажите **название** запроса и **Короткое имя** для использования в редакторе шаблонов.



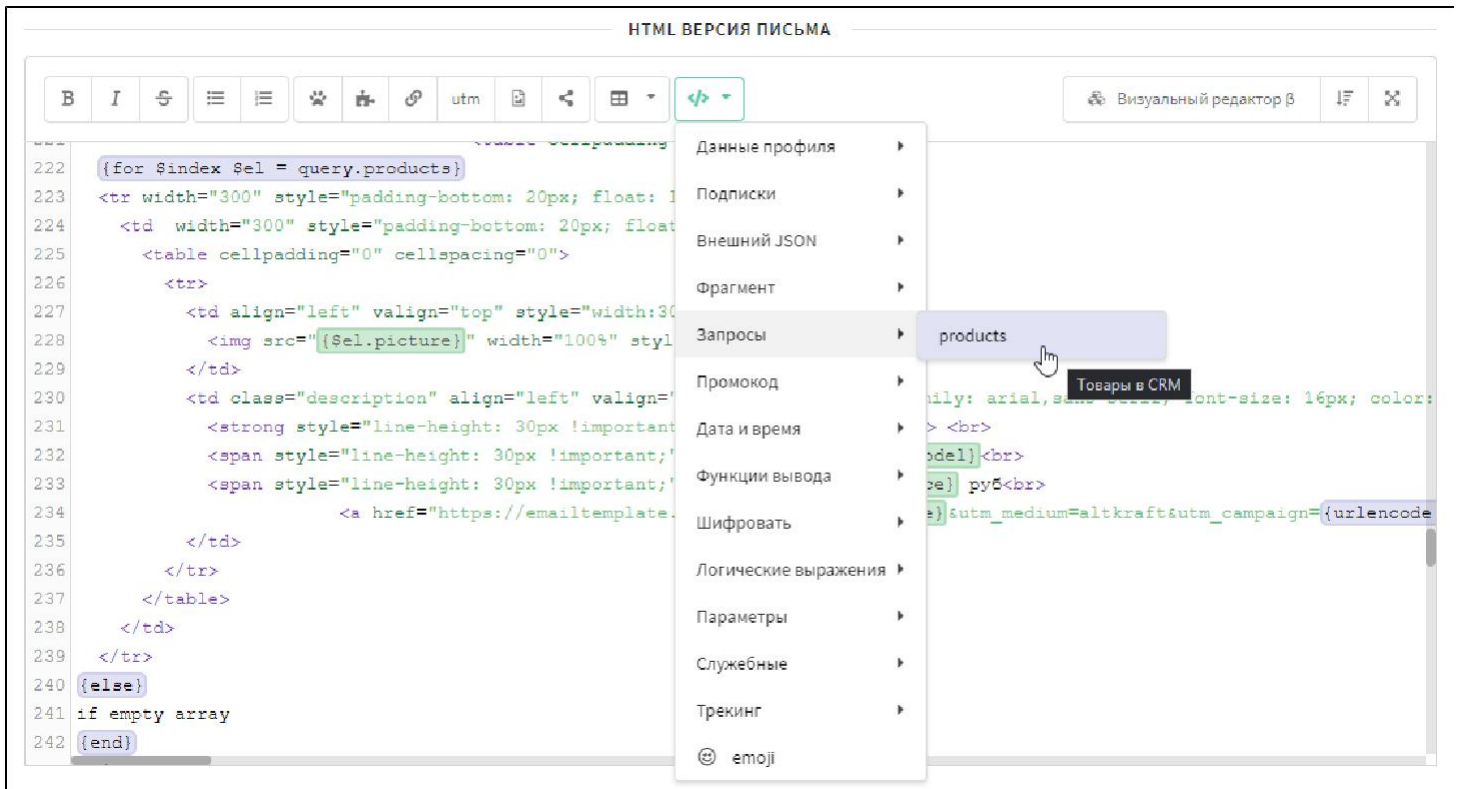
После этого выберите в выпадающем меню подходящий **коннектор** к базе данных и введите тело запроса.



✔ Второй вариант создания запроса - в меню **Данные** открыть пункт **Таблицы данных**. Выберите пункт **Сохранить как запрос для шаблонов**.

Использование SQL запроса в шаблонах сообщений

В шаблоне сообщения используйте ключевой параметр `query.your_query_name`.



Подробнее о функциональности редактора сообщений – [Переменные и функции ALTCRAFT](#).

Готовый результат вы можете отформатировать по желанию:

```

{for $index $el = query.products}
<tr width="300" style="padding-bottom: 20px; float: left">
  <td width="300" style="padding-bottom: 20px; float: left">
    <table cellpadding="0" cellspacing="0">
      <tr>
        <td align="left" valign="top" style="width:30%;"><center>
          </center>
        </td>
        <td class="description" align="left" valign="middle" style="font-family: arial,sans-serif; font-size: 16px; color: #333; padding:
0 16px;">
          <strong style="line-height: 30px !important;">{$el.type} </strong> <br>
          <span style="line-height: 30px !important;"> </span>{$el.model}<br>
          <span style="line-height: 30px !important;"> </span>{$el.price} <br>
          <a href="https://emailtemplate.ga?utm_source={msg_type}&utm_medium=altcraft&utm_campaign=
{urlencode(campid)}&utm_term={urlencode(msgname)}&utm_content={urlencode(msgid)}" style="display: block; text-decoration:
none; font-weight: 600; margin-top: 15px; text-shadow: 0 2px 15px #000000; color: #313131" name="link1" >
!</a>
        </td>
      </tr>
    </table>
  </td>
</tr>
</table>
</td>
</tr>
{else}
if empty array
{end}

```

Тема сообщения: Новинки в интернет-магазине

Самые горячие новинки сезона:



Платье

Модель: Rosso-Orient

Цена: 3600 руб

В корзину!



Футболка

Модель: Retoro-SE

Цена: 2000 руб

В корзину!



Футболка

Модель: Skel-Hand

Цена: 1500 руб

В корзину!



СВИТШОТ

Модель: Tomato Soup

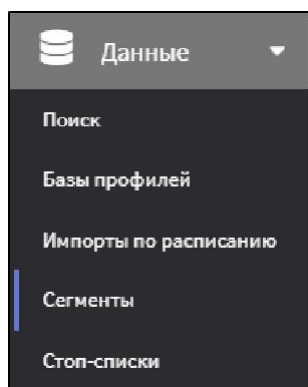
Цена: 2800 руб

В корзину!



Сегментация

Описание



Сегмент - это часть базы данных, которая включает профили, подходящие под определённые в сегменте условия. После того, как сегмент создан, его можно включать в кампанию как источник подписчиков.

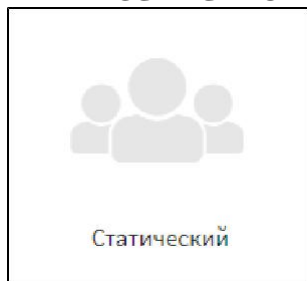
Сегментация профилей подписчиков позволяет таргетировать ваши [кампании](#). Выборка происходит на основе данных профилей клиентов, истории действий в сообщениях, на сайте или в приложении, а также на основе запросов к внешним источникам, таким как SQL базы данных или API веб-сервисов.

Чтобы сегментировать аудиторию подписчиков, в главном меню откройте **Данные → Сегменты**. В списке для каждого сегмента будет отображаться **тип** и краткая информация. С помощью **контекстного меню** вы можете совершить дополнительные действия, например **массово обновить профили** сегмента.

The screenshot shows the 'Сегменты' (Segments) management interface. At the top right, there is a '+ Создать' (Create) button and a 'Группы доступа' (Access groups) dropdown menu. Below the header is a search bar and filters for 'ID', 'Теги' (Tags), and 'Все' (All). The main area displays two segment cards. The first card, 'Лояльные клиенты', shows creation and update dates, author 'Astero Fernandez', ID 16, tags 'VIP' and 'loyal', and a group 'Corporate clients project'. The second card, '5 дней до конца подписки', shows creation and update dates, author 'Astero Fernandez', ID 12, tags 'Маркетинг' and 'Сервис', and groups 'East coast branch' and 'West coast branch'. Both cards have a 'Редактировать' (Edit) button and a dropdown menu with options: 'Редактировать', 'Экспортировать' (Export), 'Клонировать' (Clone), 'Установить группу' (Set group), and 'Удалить' (Delete).

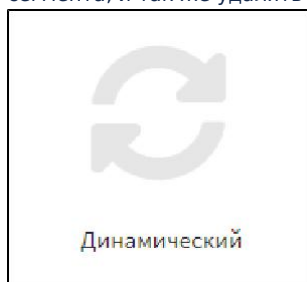
Откройте существующий сегмент или добавьте новый запрос, нажав в верхней части страницы кнопку + **Создать**.

Типы сегментов



Статические сегменты

Статический сегмент изначально может быть рассчитан на выборке из базы данных, однако после сохранения он не будет пересчитываться автоматически. Вы сможете добавлять профили в статический сегмент вручную по одному - или на основе другого сегмента, и так же удалять профили из сегмента. Такие сегменты используются при работе с фиксированными группами клиентов.



Динамические сегменты

Динамические сегменты используются в основном для таргетирования ваших кампаний. Такой сегмент не сохраняет список профилей, удовлетворивших условиям. Вместо этого сохраняется сама структура запроса выборки. Расчёт происходит непосредственно в момент запуска кампании - и значит используются наиболее актуальные данные.

Статические сегменты

В этой статье:

- [Описание](#)
- [Основные настройки и действия с сегментом](#)
- [Статистика сегмента](#)
- [Выборка профилей](#)
 - [Базы данных и правила](#)
 - [Группа правил](#)
 - [Скрипт](#)
- [Добавление и удаление профиля клиента вручную](#)

Описание

Статические сегменты позволяют работать с группами клиентов. Добавлять профили в статический сегмент можно из другого сегмента или вручную. Также можно удалять профили вручную - или на основе условий другого сегмента. Чтобы создать статический сегмент, в списке сегментов нажмите **+** **Со здать** и выберите тип сегмента: **Статический**:

Выберите тип сегмента



Статический



Динамический

Статический сегмент - группа профилей клиентов, на момент расчёта сегмента подходивших под определённые условия выборки. Не пересчитывается автоматически, но при этом сохраняется возможность добавлять профили вручную или по API. Если же вам нужно сегментировать аудиторию для рассылки - выберите Динамический сегмент.

Основные настройки и действия с сегментом

В основных настройках введите **Название** и **Описание** статического сегмента, при необходимости установите **Группы доступа** и пользовательские **Метки**.

✔ Группы доступа и Метки могут использоваться для группировки сегментов при [синхронизации с внешними SQL таблицами](#).

Основные настройки 👤 Статический сегмент


Название сегмента:

Описание:


Установить группу:


Метки:

В верхней части редактора сегмента доступны следующие действия:

 - **Добавить профили по сегменту.** Выберите существующий сегмент, профили которого нужно добавить в текущий.

 - **Удалить профили по сегменту.** Выберите существующий сегмент, профили которого нужно удалить

из текущего.  - **Пересчитать.** Полностью пересчитывает данные статического сегмента.

 Если **Пересчитать** статический сегмент - будут использоваться только настроенные для него запросы к базам данных (ниже). Данные о профилях, добавленных или удалённых вручную, **не сохраняются**.

Статистика сегмента

В блоке **Статистика** отображается общее количество профилей сегмента, а также количество добавленных профилей за неделю. Чтобы обновить статистику, нажмите на кнопку в верхней части плитки:



Выборка профилей

В блоке **Запрос сегментации** вы можете определить, какие профили попадут в статический сегмент изначально. По этому запросу сегмент будет рассчитываться с нуля, если выбрать действие **Пересчитать** сегмент сверху страницы.

Если активировать опцию **Обновлять сегмент ежедневно**, статический сегмент будет рассчитываться заново по настроенному запросу сегментации **каждый день в 23:59** по серверному времени:

Запрос сегментации Обновлять сегмент ежедневно

Источник ✕

База данных

2 - West coast clients 887 ▾

Условие

Участие в цепочке ▾ Завершил цепочку ▾ ✕

4 - Loyal customers ▾

+ Добавить правило + Добавить группу ☰ Скрипт

Ограничение

Лимит **i** От % Диапазон % До %

0 1 100

Добавить БД Импортировать из другого сегмента

Базы данных и правила

Нажмите на кнопку **Добавить БД**, чтобы начать настройку выборки, или добавить в сегмент ещё один источник профилей подписчиков. Вы также можете импортировать источник и правила выборки **из другого сегмента**:

Запрос сегментации

Добавить БД Импортировать из другого сегмента

В выпадающем меню **База данных** выберите необходимую базу профилей. Для каждой базы можно ограничить **Количество** профилей в выборке - это может быть фиксированное значение или **Диапазон**. Запрос может содержать **правила** и **группы правил**, объединённые **Условием** расчёта:

- **Условие "И"** - будут выбраны подписчики, для которых действительны все правила и группы правил в запросе. **Условие "ИЛИ"** - будут выбраны профили, для которых выполнимо хотя бы одно правило или группа правил.

Чтобы **добавить** правило или группу правил - нажмите на соответствующие кнопки. Чтобы удалить - крестик в правой части плитки.

Источник

База данных

3 - East coast clients 1 005 ▾

Условие

И или

и

и

Город ▾ равно ▾ ✕

Рязань

Промокод ▾ назначен ▾ ✕

1 - New powerful loyalty program ▾

+ Добавить правило **+ Добавить группу** ☰ Скрипт

Ограничение

Лимит **i** От % Диапазон % До %

0 1 100

Группа правил

Каждая группа правил может содержать несколько условий, также рассчитываемых по **"И"** - все правила должны применяться - или **"ИЛИ"** - должно применяться одно из правил группы. Группа условий на примере ниже выберет подписчиков, почта которых заведена или на Mail.ru - или на Yandex:

Условие

И ИЛИ

Статус профиля подписан

Группа условий

И ИЛИ

Email доменная группа равна

Yandex (RU)

Email доменная группа равна

Mail.ru (RU)

+ Добавить правило

Скрипт

Запрос сегментации можно также составлять вручную, с помощью встроенного редактора **JSON**. Для этого нажмите в запросе кнопку **Скрипт**:

равно

Raw JSON Editor

```

{
  "condition": "or",
  "name": "group",
  "type": "group",
  "child": [
    {
      "compo": "domaingroup",
      "name": "email",
      "type": "email",
      "operator": "equal",
      "value": {
        "domaingroup": "Mail.ru (RU)"
      }
    },
    {
      "compo": "domaingroup",
      "name": "email",
      "type": "email",
      "operator": "equal",
      "value": {
        "domaingroup": "Yandex (RU)"
      }
    }
  ]
}

```

Окей Отмена

Добавление и удаление профиля клиента вручную

Чтобы добавить конкретного подписчика в статический сегмент - или удалить его из сегмента - откройте его **Профиль** и во вкладке **История действий** найдите блок **Состоит в сегментах**. Здесь вы можете выбрать, в какие сегменты добавить клиента, и из каких удалить:

Состоит в сегментах

16 - Лояльные клиенты ✖ Удалить из сегмента

Динамические сегменты


В этой статье:

- [Описание](#)
- [Основные настройки](#)
- [Статистика сегмента](#) [Запрос сегментации](#)
 - [Базы данных и правила](#)
 - [Группа правил](#)
 - [Скрипт](#)


Описание


Динамические сегменты являются только набором условий, по которому данные будут выбраны из базы в момент использования сегмента, например - при запуске кампании. Так в выборку попадает только актуальная в данный момент информация. Чтобы создать динамический сегмент, в списке сегментов нажмите + **Создать** и выберите тип сегмента: **Динамический**:

Выберите тип сегмента



Статический




Динамический 

Динамический сегмент - запрос сегментации к одной или нескольким базам данных, выбирающий профили по заданным условиям. Рассчитывается автоматически в момент запуска кампании. Если вам нужно сегментировать аудиторию для рассылки - выберите этот вариант.

Основные настройки

В основных настройках укажите название и описание нового сегмента, при необходимости [установите группу доступа](#) и **метки** для дополнительной группировки.

Основные настройки Динамический сегмент

Название сегмента:

Описание:

Динамические сегменты представляют собой шаблон запроса к базе данных. Профили рассчитываются в момент запуска маркетинговых кампаний. Это позволяет таргетировать рассылки на основе актуальных данных.

Установить группу:

Метки:

Статистика сегмента

В блоке **Статистика** отображается общее количество профилей сегмента, а также количество добавленных профилей за неделю. Чтобы обновить статистику, нажмите на кнопку в верхней части плитки:



Запрос сегментации

Запрос сегментации - набор условий, по которым будет происходить выборка профилей подписчиков. Запрос может включать информацию из одной или нескольких **баз данных**. Если вы сегментируете профили по кастомным (дополнительным) полям - соответствующие поля будут доступны для каждой базы данных.

Базы данных и правила

Нажмите на кнопку **Добавить БД**, чтобы начать настройку выборки, или добавить в сегмент ещё один источник профилей подписчиков. Вы также можете импортировать источник и правила выборки **из другого сегмента**:

Запрос сегментации

Добавить БД Импортировать из другого сегмента

В выпадающем меню **База данных** выберите необходимую базу профилей. Для каждой базы можно ограничить **Количество** профилей в выборке - это может быть фиксированное значение или **Диапазон**. Запрос может содержать **правила** и **группы правил**, объединённые **Условием** расчёта:

- **Условие "И"** - будут выбраны подписчики, для которых действительны все правила и группы правил в запросе. **Условие "ИЛИ"** - будут выбраны профили, для которых выполнимо хотя бы одно правило или группа правил.

Чтобы **добавить** правило или группу правил - нажмите на соответствующие кнопки. Чтобы удалить - крестик в правой части плитки.

Источник

База данных

3 - East coast clients 1 005

Условие

И ИЛИ

и

и

Город равно Рязань

Промокод назначен 1 - New powerful loyalty program

+ Добавить правило + Добавить группу ≡ Скрипт

Ограничение

Лимит i От % Диапазон % До %

0 1 100

Группа правил

Каждая группа правил может содержать несколько условий, также рассчитываемых по **"И"** - все правила должны применяться - или **"ИЛИ"** - должно применяться одно из правил группы. Группа условий на примере ниже выберет подписчиков, почта которых заведена или на Mail.ru - или на Yandex:

Условие

И ИЛИ

Статус профиля

Группа условий

И ИЛИ

Email

Email

Скрипт

Запрос сегментации можно также составлять вручную, с помощью встроенного редактора **JSON**. Для этого нажмите в запросе кнопку **Скрипт**:

Город рег.

Рязань

Промокод

1 - Service le

Группа условий

Email

Mail.ru

Email

Yandex (RU)

Raw JSON Editor

```
"condition": "or",
"name": "group",
"type": "group",
"child": [
  {
    "compo": "domaingroup",
    "name": "email",
    "type": "email",
    "operator": "equal",
    "value": {
      "domaingroup": "Mail.ru (RU)"
    }
  },
  {
    "compo": "domaingroup",
    "name": "email",
    "type": "email",
    "operator": "equal",
    "value": {
      "domaingroup": "Yandex (RU)"
    }
  }
]
```

Сегментация профилей по основным данным

В этой статье:

- [Описание](#)
- [Сегментация по системным полям](#)
- [Сегментация по данным геолокации](#)
- [Сегментация по основным и дополнительным](#)
 - [полям Строковые поля](#)
 - [Целочисленные](#)
 - [поля Дата](#)
 - [Пример правила сегментации с условием отбора по относительной дате](#)
 - [IP](#)
 - [адрес](#)
 - [Теги](#)
 - [Boolean](#)
 - [Список \(enumeration\)](#)

Описание

К сегментации по основным данным подписчиков относятся следующие

- категории: по **системным** полям профиля, заполняемым автоматически
- по **стандартным** и **дополнительным** (кастомным) полям, которые вы сами [определяете в структуре базы данных](#)

В любой базе данных Альткрафт есть несколько типов полей, каждый со своим набором операторов выборки. Для большинства полей доступны следующие операторы:

- **Равно/не равно** - точное соответствие поля подписчика правилу сегментации. Значение в правиле задаётся вручную или выбирается из списка. **Существует/не существует** - поле может быть активно или не активно для конкретного профиля. Существующее поле может быть пустым, или содержать значение определённого типа.
- **Пустой/не пустой** - если поле профиля существует, оно может как содержать значение определённого типа, так и оставаться пустым.
- **В файле в колонке/не в файле в колонке** - правило ищет соответствие поля в колонке табличного файла (CSV, xls), который вы можете прикрепить к правилу сегментации.
- **В таблице данных/не в таблице данных** - правило ищет соответствие поля [в запросе к внешней sql базе данных](#).
- **В ответе на post url в поле/не в ответе на post url в поле** - правило ищет соответствие поля в ответе метода **post** запроса к внешнему API.
- **В списке/не в списке** - правило ищет соответствие поля в списке, который вы можете скопировать в область для ввода данных в самом правиле. Значения должны быть разделены переносом строки (pipe).

Сегментация по системным полям

К системным данным, доступным для сегментации относятся следующие категории:

- **Статус** - содержит только [Статус профиля](#), **глобально** определяющий возможность коммуникации с клиентом. Для правила сегментации выберите необходимый статус из выпадающего меню.
- **Идентификатор** - содержит только поле **Идентификатор профиля**, уникальное для каждого клиентского профиля. Для правил сегментации доступны опции **равно/не равно**, а также проверки наличия/отсутствия идентификатора в списках и таблицах данных (список, файл, sql база данных, API веб-сервиса):

Идентификатор профиля

список данных, разделенных переносом строки

в списке

не в файле в колонке

в таблице данных

не в таблице данных

в ответе на post url в поле

не в ответе на post url в поле

в списке

- **Браузер** - содержит два поля: **Браузер** и **Операционная система**. Поля автоматически заполняются, когда клиент открывает полученное из Альткрафт письмо в браузерной почте - или при выполнении целевого действия на сайте. Используется заголовок User agent. Для правил сегментации доступны опции **равно/не равно**, **существует/не существует**, **пустой/не пустой**, а также проверки наличия/отсутствия идентификатора в списках и таблицах данных (список, файл, sql база данных, API веб-сервиса):

Сегментация по данным геолокации

Данные местоположения клиентов можно импортировать вручную (например, место регистрации) или автоматически. Автоматическое определение геолокации происходит в момент, когда подписчик открывает письмо или переходит по ссылке. По данным его IP адреса в платформу записывается:

- Стран
- а Регио
- н
- Временная
- зона Город
- Индекс

Эти данные могут использоваться при построении условий сегментации:

Сегментация по основным и дополнительным полям

Основные и дополнительные поля в Альткрафт разделены на семь типов в зависимости от данных, которые в них

- хранятся: Строковые
- Целочисленные
- Дата в стандартном
- формате IP адрес
- Тэги (несколько строковых значений в
- одном поле) Булевые - с логическим да/нет
- Список - исключающий выбор одного из нескольких значений

Некоторые стандартные поля, например **Email**, имеют особый набор операторов сегментации. Для поля **Страна** доступен только

стандартный набор операторов.

Страна рег. равно

Основные поля

- Email
- Телефоны
- Имя
- Фамилия
- Дата рождения

CRM_ID равно

Дополнительные поля

- CRM_ID
- VIP_status
- Loyalty_score
- Service_term_end
- Service_package

✓ Поле **Email** используется для идентификации профиля, однако имеет набор операторов, касающихся доменов и доменных групп email адресов. Подробнее - в разделе [Сегментация по подпискам профилей](#).

Строковые поля

В строковых полях записываются любые значения: буквы, цифры, специальные символы. Из **стандартных полей** к строковым относятся: Имя, Фамилия, Ссылка регистрации, Город, Регион, Индекс и Поставщик. Для строковых полей доступен дополнительный набор операторов:

- **Начинается с** - поиск по началу значения поля.
- **Содержит/не содержит** - поиск по части значения поля. Регистр при таком поиске не учитывается, в отличие от поля **Равно/не равно**. Поиск с этим оператором (особенно **Не содержит**) потребляет большое количество системных ресурсов.

Фамилия

Ива

начинается с

- равно
- не равно
- начинается с
- содержит
- не содержит
- пустой
- не пустой
- не существует

i Стандартное поле **Телефоны** имеет такой же набор правил сегментации, как строковые поля. Однако в этом поле могут храниться только номера телефонов в формате +71234567890.

Целочисленные поля

Поля целочисленного типа могут содержать **положительные и отрицательные целые числа**. Такие поля вы можете создать в структуре базы данных, если вам нужно хранить числовые показатели и сравнивать их при сегментации. Для правил доступны операторы:

✔ Чтобы выбрать подписчиков, значение полей у которых **больше(меньше) или равно** определённому числу - создайте группу правил: одно с оператором **равно**, второе - с оператором **больше(меньше)**.

Дата

Поля типа **Дата** могут хранить дату в формате ISO-8601. Например, 2018-02-22T21:00:00Z. Из **стандартных полей** к таким относятся: Дата регистрации и Дата рождения клиента. Дополнительные поля могут служить для хранения, например, дат начала и окончания срока действия продукта или услуги. Для полей с датой предусмотрен расширенный набор операторов сегментации:

- **Больше чем/меньше чем** - будут выбраны поля с датой после или до указанной в правиле соответственно. **Дата в диапазоне** - будут выбраны поля с датой, входящей в указанный в правиле период.
- **Относительная дата** - будут выбраны поля, относящиеся к моменту в прошлом или будущем
- **Месяц равен/не равен** - будут выбраны поля, содержащие или не содержащие указанный месяц. **Месяц тот же что и сегодня** - будут выбраны поля, содержащие текущий месяц.
- **День месяца равен/не равен/больше чем/меньше чем** - будут выбраны поля относительно дня от начала месяца. **День месяца такой же что и текущий** - будут выбраны поля содержащие текущий день от начала месяца.
- **День и месяц равны/не равны/больше чем/меньше чем** - будут выбраны поля по месяцу и дню от его начала - без учёта года.
- **День и месяц тот же что и текущий** - будут выбраны поля, содержащие те же день и месяц, что сегодня. Подойдёт для выборки дней рождения и прочих годовщин.

Отбор по

Дата рождения

Месяц

Сентябрь

Условие отбора

месяц равен

месяц равен

месяц не равен

месяц тот же что и сегодня

день месяца равен

день месяца не равен

день месяца больше чем

день месяца меньше чем

день месяца такой же что и текущий

✔ Динамическая сегментация по полю с датой, например, как на снимке выше, отлично подойдёт для триггерных оповещений об окончании периода действия продукта и услуги с напоминанием о продлении. В этом случае вам потребуется настроить ежедневную **регулярную кампанию** по такому сегменту.

Пример правила сегментации с условием отбора по относительной дате

✓ Сегментация по относительной дате позволяет выбрать профили по какому-либо полю с датой, которая относится к настоящему моменту согласно заданным настройкам. На примере, с помощью заданного правила будут выбраны профили с датой регистрации в диапазоне от 45 дней до 7 дней до текущего момента.

IP адрес

В полях типа **IP адрес** хранятся адреса в формате IPv4. Из стандартных полей к ним относятся собственно IP адрес и IP адрес регистрации. По этим полям платформа автоматически определяет геолокацию при импорте профилей, если активировать соответствующую опцию. Для IP адресов доступны только операторы **равно/не равно** и **существует/не существует**:

ⓘ Для IP реализован поиск по маске сети:

равно - найти подписчиков, IP адреса которых входят в указанную подсеть.

Например: "IP равно 127.0.0.1/25" это IP адреса от 127.0.0.1 до 127.0.0.126

не равно - найти подписчиков, IP адреса которых не входят в указанную подсеть.

Например: "IP не равно 127.0.0.1/26" это IP адреса от 127.0.0.63 до 127.0.0.254

Чтобы осуществить поиск по диапазону IP адресов, объедините два правила условием И.

Например: "IP равно 127.0.0.1/25" И "IP не равно 127.0.0.1/26" дают диапазон IP адресов от 127.0.0.63 до 127.0.0.126.

Поэкспериментировать с расчётом IP можно здесь <http://ip-calculator.ru/>

Теги

Это поле, которое представляет собой **список строк**, разделённых запятыми. Тэгами могут быть, например, приобретённые клиентом продукты - или другая информация, которая может пополняться новыми данными.

Операторы сегментации тегов созданы, чтобы сопоставлять полученный список значений с тем, что хранится в

- полях профиля: **Один из** - правило выберет профили, в поле которых есть как минимум одно из значений, перечисленных в правиле.
- **Ни один из** - правило выберет профили, в поле которых нет ни одного из значений, перечисленных в правиле.
- **Все из** - правило выберет профили, в поле которых есть все значения, указанные в правиле.
- **Не все из** - правило выберет профили, в поле которых нет каких либо значений из указанных в правиле.

Extra_options

Премиум поддержка, Сервис плюс, Личный менеджер

один из

один из

ни один из

все из

не все из

пустой

не пустой

Boolean

Поле, содержащее логическое ДА/НЕТ (истина/ложь, true/false). Сегментация по таким полям удобна, когда нужно выявить наличие или отсутствие у клиента определённого статуса, продукта или другой характеристики. В качестве операторов могут выступать могут выступать собственно значения поля:

VIP_status

истина

истина

ложь

не существует

существует

Список (enumeration)

Поле содержащее одно из предопределённых значений. Значения задаются при [редактировании базы данных](#), и для каждого профиля может быть после этого установлено только одно, исключающее другие. В стандартных полях такой тип имеет поле Пол.

Так как значения предопределены, операторы сегментации могут только сравнивать значение с выбранным в списке или проверять существование поля у профилей подписчиков:

Service_package

равно

Corporate

Corporate

Home

Professional

Сегментация профилей по данным подписок

В этой статье:

- [Описание](#)
- [Подписка](#)
- [Email](#)
- [подписка](#)
- [SMS](#)
- [подписка](#)
- [Push](#)
- [подписка](#)

Описание

Сегментация по данным подписок полезна, когда вам нужно определить возможность коммуникации с клиентами по тем или иным каналам связи в рамках различных [ресурсов](#). При организации омниканальных кампаний выборки по подпискам позволяют более точно настроить процесс отправки: например, отправить отдельно сообщения на доменную группу email, ограничения которой строже остальных, - исключив её из общей рассылки.

Подписка

Сегментация по подписке позволяет выбрать профили по наличию подписки на определённые или любые ресурс и канал связи, а также по [статусу подписки](#). Доступны следующие операторы:

- **Не существует** - правило выберет профили, у которых **отсутствует** подписка на выбранные ресурс и канал коммуникации. **Подписан** - правило выберет профили с активными подписками на выбранные ресурс и канал.
- **Не подписан** - правило выберет профили, у которых **существует** подписка на выбранные ресурс и канал, однако статус подписки не позволяет отправлять сообщения получателю.
- **Отписан, жалобщик, hard bounced, не подтверждён, приостановлен, не валиден** - правило выберет профили в соответствии со статусом подписки на выбранные ресурс и канал.

Email подписка

Сегментация по данным Email подписок. Позволяет выделить группы подписчиков по провайдеру электронной почты, а также найти конкретные записи контактных данных. Набор операторов аналогичен полю профиля Email:

- **Равно/не равно** - правило будет определять точное соответствие адреса email
- в подписке. **Содержит** - правило будет выполнять поиск по части email адреса.
- **Доменная группа равна/не равна** - правило будет выполнять поиск email адресов выбранной доменной группы (mail.ru, yandex.ru).
- **Домен равен/не равен/содержит** - правило будет выполнять поиск по домену электронной почты подписчиков или его части (bk.ru, list.ru, ya.ru, домены email организаций и частных лиц).
- **Стандартные операторы поиска данных подписки по спискам и внешним источникам.**

Email подписка

Любой ресурс

example@example.com

- равно
- содержит
- доменная группа равна
- доменная группа не равна
- домен равен**
- домен не равен
- домен содержит

SMS подписка

Сегментация по данным, содержащимся в SMS подписке. Помимо наличия/отсутствия контактных данных в списках и внешних источниках позволяет делать выборку по точному или частичному соответствию: **равно/не равно, содержит/не содержит**.

The screenshot shows a configuration window for an SMS subscription filter. On the left, there are three input fields: a dropdown menu set to 'SMS подписка', a text field with 'Любой ресурс', and a text field with '+7(123)4567890'. On the right, a dropdown menu is open, displaying a list of filter operators: 'равно', 'равно', 'не равно', 'содержит', 'не содержит', 'в файле в колонке', and 'не в файле в колонке'. The first 'равно' option is highlighted. A close button (X) is visible in the top right corner of the dropdown menu.

Push подписка

Сегментация по данным, содержащимся в Push подписке. Доступны выборки только по полному соответствию **равно/не равно** и операторы поиска данных в списках и внешних источниках. Помимо этого, для push подписки в правиле можно уточнить провайдера сервиса push уведомлений:

The screenshot shows a configuration window for a Push subscription filter. On the left, there are four input fields: a dropdown menu set to 'Push подписка', a text field with 'Любой ресурс', a text field with 'Apple Safari', and a text field with 'QWERTYUIOPASDFGHJKLZXCVBNM'. On the right, a dropdown menu is open, displaying a list of filter operators: 'равно', 'равно', 'не равно', 'в файле в колонке', 'не в файле в колонке', 'в таблице данных', and 'не в таблице данных'. The first 'равно' option is highlighted. A close button (X) is visible in the top right corner of the dropdown menu.

Сегментация профилей по истории действий

Описание

История действий подписчиков формируется на основе разных типов

- событий: действий, связанных с отправляемыми сообщениями,
- действий подписчиков на сайтах и в приложениях, захваченных пикселями трекинга
- (достижения целей), событий [сценариев автоматизации](#) и [программ лояльности](#).

Выборки по активности подписчиков позволяют проводить сегментацию по частоте совершаемых действий (LTV), а также по частоте приносимого дохода (RFM).

События связанные с сообщениями

Для большинства правил сегментации по истории активности в сообщениях доступен следующие типы операторов

- выборки: **Существует/не существует** - выборка по наличию как минимум одного действия выбранного типа у подписчиков.
- **Ни одного раза** - выборка по отсутствию хотя бы одного действия выбранного типа. В зависимости от оператора можно дополнительно указать **К кампании**, **Сообщение**, **период времени** или **количество дней с текущей даты**.
- **Как минимум [n] раз** - выборка по наличию указанного количества событий у подписчиков. В зависимости от оператора можно дополнительно указать **Кампанию**, **Сообщение**, **период времени** или **количество дней с текущей даты**.

✔ Во всех правилах, связанных с сообщениями, вы можете выбрать **кампанию** или **шаблон сообщений**, в которых происходили события. Например, выбрав **Условие отбора** "Как минимум n раз в кампаниях".

После этого вы можете выбрать кампании и шаблоны - действие будет засчитано в любом из выбранных объектов. Аналогично группе одинаковых правил для разных кампаний/шаблонов, объединённых оператором "ИЛИ"

Отправлен Email/SMS/Push

Событие отправки записывается в [Профиль подписчика](#), когда кампания формирует сообщение и перенаправляет его на отправляющий модуль, шлюз SMS или платформу push - в зависимости от канала коммуникации.

✔ Правило на примере ниже может использоваться, если вам потребовалось остановить кампанию - и необходимо доотправить сообщения.

Условие

Отбор по	Условие отбора	✕
Отправлен Email	ни одного раза в кампаниях	
Ресурс	Любой ресурс	
Кампания	33 - Обновление ассортимента SQL <small>email</small> ✕	

Доставлен Email/SMS/Push

События доставки по разному обрабатываются для различных каналов связи. Так, для email доставка регистрируется на основе ответа от провайдера электронной почты. Для SMS - на основе ответа оператора связи или отправляющего шлюза.

✔ Правила выборки по доставке могут использоваться в различных сценариях. Например, если нужно определить, кто из получивших сообщение клиентов не открывал его, или кому из подписчиков сообщение не было доставлено при временной недоступности email или телефона.

Условие

Отбор по: Доставлено SMS

Условие отбора: как минимум [n] раз в период и в кампаниях

Значение (n): 1

Ресурс: Любой ресурс

Кампания: 28 - Новая коллекция SMS sms ✕, 27 - SMS оповещение: новое в ассортименте sms ✕

Дата: 2020-06-26

Дата: 2020-07-03

Открыт Email/SMS/Push

Открытия Email регистрируются встроенными в шаблоны сообщений пикселями **{pixel}**, передающими запрос на трекинг-сервер Альткрафт. Открытия SMS также могут фиксироваться на стороне шлюза отправки или оператора связи. Push уведомления открываются в основном автоматически, если разрешены в браузере или операционной системе мобильного устройства.

Используя сегментацию по открытиям вы можете получить максимально точное количество уникальных открытий в рамках кампании /сообщения/периода времени. Соответственно - рассчитать OR(Open Rate) для конкретной группы получателей.

Условие

Отбор по: Открыт Push

Условие отбора: как минимум [n] раз

Значение (n): 4

Ресурс: 3 - Мобильное приложение Email Push SMS

Провайдер: Любой провайдер

Прочитан Email

Событие прочтения регистрируется особым пикселем в шаблоне сообщения, который можно добавить переменной **{read}**. Он срабатывает, когда получатель **открыл** сообщение и не закрывал его как минимум 10 секунд.

Условие

Отбор по: Прочитан Email

Условие отбора: ни разу в последние [x] дней с сообщениями

Значение (x): 7

Ресурс: 1 - Промо-рассылки (Email Push SMS)

Шаблон сообщения: 3 - Новинки ассортимента (email push sms) 1 - Новая коллекция (email push sms)

Сообщение доставлено

Любой клик в Email/SMS/Push

Правило выберет получателей, открывших сообщение и кликнувших по любой из ссылок в нём. Для выбора конкретной ссылки используется следующая группа правил.

- Используя сегментацию по любым клика вы можете получить максимально точное количество уникальных кликов в рамках кампании /сообщения/периода времени. Соответственно - рассчитать CTR(Click Through Rate) для конкретной группы получателей.

Условие

Отбор по: Любой клик в SMS

Условие отбора: как минимум [n] раз в период и в сообщениях

Значение (n): 1

Ресурс: 1 - Промо-рассылки (Email Push SMS)

Шаблон сообщения: 3 - Новинки ассортимента (email push sms) 1 - Новая коллекция (email push sms)

Дата: 2020-06-26

Дата: 2020-07-03

Клик по ссылке отписки

Данное правило выберет получателей, получивший сообщение и отписавшихся по ссылкам отписки в данном сообщении. В этом правиле можно выбрать шаблон и кампанию, в рамках которых была произведена отписка.

- Использование данного правила обусловлено архитектурой платформы. Клик по ссылке отписки имеет свой особый тип события, поэтому эти клики не будут выбраны с помощью правила "Клик по ссылке в Email/SMS/Push"

Условие

Отбор по: Клик по ссылке отписки

Условие отбора: как минимум [n] раз в последние [x] дней в сообщениях

Значение (n): 1

Значение (x): 7

Ресурс: 1 - Промо-рассылки (Email, Push, SMS)

Шаблон сообщения: 6 - Новинки ассортимента SQL (email, push, sms) | 1 - Новая коллекция (email, push, sms)

Клик на ссылку в Email/SMS/Push

В правилах этого типа есть возможность уточнить ссылку, переходы по которой должны быть в истории действий подписчика. Имя ссылки можно выбрать из выпадающего меню, если ссылка присутствует в выбранном сообщении, или вписать вручную - если ссылка подставляется в шаблон динамически (и в том и в другом случае будет использован атрибут ссылки **name**).

- С помощью такого правила вы сможете ещё точнее провести выборку аудитории по определённому типу конверсии, например, по переходам на страницу с предложением конкретного продукта, или по выбору какого-либо варианта ответа в сообщении-опросе.

Условие

Отбор по: Клик по ссылке в Email

Условие отбора: как минимум [n] раз в период

Значение (n): 1

Ресурс: 1 - Промо-рассылки (Email, Push, SMS)

Шаблон сообщения: 8 - Новая коллекция вариант 3 (email, push, sms)

Имя ссылки: banner_top

Дата: 2020-06-26

Дата: 2020-07-03

- Данное правило выбирает профили на основании кликов по любым ссылкам, кроме ссылок отписки. Если необходимо найти получателей, кликнувших по ссылке отписки, необходимо использовать правило "Клик по ссылке отписки".

Клик на Confirm ссылку и Подтверждение подписки (email)

Confirm ссылка - ссылка подтверждения подписки. Если вы используете двойное подтверждение согласия на получение рассылок (Double opt-in), таким правилом вы сможете выбрать тех, кто подтвердил или не подтвердил свой статус подписчика. Если не используете, или требуется информация по настройке схемы DOI - [она доступна в этой инструкции](#).

Условие

Отбор по: Клик на Confirm ссылку

Условие отбора: существует

Достигнута цель (сайт, приложение)

Отдельный тип сегментации связан с отслеживанием действий подписчиков на внешних сетевых ресурсах, таких как сайты организации или партнёров, социальные сети, приложения, системы менеджмента клиентов (CRM).

- ✓ Действия клиентов отслеживают [пиксели Альткрафт](#). На трекинг-сервер передаются запросы, регистрирующие **Цели** и связанную с ними **Стоимость**. Зарегистрировать цель для конкретного пикселя можно, используя три вида встраиваемых скриптов (JavaScript код, изображение, загружаемое с трекинг-сервера, - и перенаправление на трекинг-сервер при переходе по ссылке). Вторым вариантом - использовать прямой запрос к [API регистрации целей](#).

Для сегментации по целям доступен особый набор операторов, позволяющий не только провести выборку по частоте совершаемых действий, но и по средней или суммарной их стоимости (ценности):

- **Существует/не существует** - операторы проверяют наличие или отсутствие достижения целей подписчиками.
- **Суммарная стоимость** - такие операторы будут рассчитывать сумму стоимости достигнутых подписчиками целей и сравнивать с заданной в правиле. Доступны варианты **больше/меньше/равна**. Расчёт может проводиться за всё время, **за период** или **за последние [x] дней**.

Условие

Отбор по: Достигнута цель

Условие отбора: суммарная стоимость больше

Цель: Добавление средств

Значение: 9000.000

Пиксель: 1 - Интернет-магазин

- **Средняя стоимость** - такие операторы будут рассчитывать среднее арифметическое стоимости достигнутых целей и сравнивать с заданным в правиле значением. Доступны варианты **больше/меньше/равна**. Расчёт может проводиться за всё время, **за период** или **за последние [x] дней**.

Условие

Отбор по: Достигнута цель

Условие отбора: средняя стоимость больше

Цель: Покупка товара

Значение: 9000.000

Пиксель: 1 - Интернет-магазин

- **Как минимум [n] раз / Ни разу** - операторы для выборки количества и частоты совершаемых действий. В зависимости от необходимой логики, можно уточнить в правиле **цель, пиксель** или **реферера** (источник траффика):

Условие

Отбор по: Достигнута цель

Условие отбора: как минимум [n] раз в последние [x] дней для пикселя, цели и реферера

Значение (n): 1

Значение (x): 7

Пиксель: 1 - Интернет-магазин

Цель: Покупка товара

Реферер: Ref: example.com

События сценариев автоматизации

Профили подписчиков можно сегментировать по участию в сценариях взаимодействия. Для этого выберите соответствующее правило, для которого доступно три оператора выборки: **Зашёл в сценарий**, **Завершил сценарий**, **Вышел с ошибкой**:

Отбор по: Участие в сценарии

Условие отбора: Зашёл в сценарий

Сценарий: 1 - Follow-up workflow

События программ лояльности

Для сегментации профилей по участию в программах лояльности используется правило **Промокод** в разделе **Лояльность**. Выборку можно проводить следующими операторами:

- **Назначен/не назначен** - правило выбирает подписчикам, которым программа лояльности назначила промокод вручную или автоматически - используя кампанию, сценарий, или [особый запрос к API](#).
- **Активирован/не активирован** - событие активации промокода передаётся [специальным API запросом](#) из внешних систем. Например, когда клиент совершает покупку с использованием промокода.

Условие

Отбор по: Промокод

Условие отбора: назначен

Промокод: 3 - Для премиум клиентов

События статических сегментов

Вы можете выбирать подписчиков по критериям участия в [статических сегментах](#) - контрольных группах клиентов. Возможны несколько вариантов выборки, отмечающих либо текущее состояние, либо частоту попадания клиента в контрольную группу:

Сегментация профилей по внешним данным

В этой статье:

- [Описание](#)
- [HTTP запросы к API внешнего сервиса](#)
 - [Пример правила сегментации для JSON](#)
 - [Пример правила сегментации для XML](#)
 - [Пример правила сегментации для RIFE](#)
- [Загрузка файла](#)
- [Данные, вставленные из буфера](#)

Описание

Правила сегментации могут обращаться за данными для выборки профилей к внешнему источнику. В качестве такого хранилища данных могут выступать:

- API веб сервиса
- Загруженный файл
- Область ввода данных внутри правила

Это позволяет автоматизировать сегментацию по многим полям, а также уменьшить количество однообразных условий в сегменте.

✔ Сегментация профилей подписчиков по внешним SQL базам данных описана [в отдельной статье](#).

HTTP запросы к API внешнего сервиса

При выборе в правиле сегментации оператора **(He)B** **ответе на post url в поле** вы можете проводить выборку подписчиков на основе ответа от сервиса. Платформа принимает данные в форматах **JSON** и **XML**, а также записанные текстом с переносом строк (**PIPE**).

Пример правила сегментации для JSON

Если внешний сервис отдаёт данные в формате JavaScript Notation Object, будет ожидать заголовок MIME типа

"Content-Type": "application/json"

и данные в следующей нотации:

```
{
  "segment": {
    "emails": [
      "john@example.org",
      "suzy@example.com",
      "dick@example.net",
      "andy@example.edu"
    ]
  }
}
```

В правиле сегментации необходимо будет указать URL адрес эндпойнта API и путь до необходимого поля в JSON объекте:

Email Push SMS

Пример правила сегментации для XML

Если внешний сервис отдаёт данные в формате XML, будет ожидаться заголовок MIME типа

"Content-Type": "application/xml; charset=UTF-8"

и данные в следующей нотации:

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<names>
  <name>Andy</name>
  <name>Dave</name>
  <name>John</name>
  <name>Suzy</name>
</names>
```

В правиле сегментации необходимо будет указать URL адрес эндпойнта API и путь до необходимого поля в XML объекте:

Пример правила сегментации для PIPE

PIPE формат представляет собой данные, разделённые переносом строки (записанные одним столбцом). Если внешний сервис отдаёт данные в формате PIPE, будет ожидаться заголовок MIME типа

"Content-Type": "text/plain; charset=UTF-8"

и данные в следующей нотации:

```
+78002000100
+78004000200
+78006000400
+78008000600
```

В правиле сегментации необходимо будет указать URL адрес эндпойнта API:

Email Push SMS

Загрузка файла

При выборе правила сегментации **(Не)В файле в колонке** появится форма для загрузки табличного файла в формате **CSV** (comma separated values):

```
Email,Name
john@example.org,John
suzy@example.com,Suz
y
dave@example.net,Dave
andy@example.edu,And
```

После загрузки файла вы сможете выбрать необходимую колонку из выпадающего меню:

Имя в файле в колонке

CSV example.csv

2 - Name

1 - Email

2 - Name

Данные, вставленные из буфера

При выборе оператора сегментации **(Не)В списке** данные вставляются в **специальное поле** вручную в формате **PIPE**.

PIPE формат представляет собой данные, разделённые переносом строки (записанные одним столбцом).

SMS подписка не в списке

4 - Events notifications

+78002000100
+78004000200
+78006000400
+78008000600

Сегментация профилей по внешним SQL таблицам

- [Описание](#)
- [Создание запроса к базе данных](#)
- [Использование запроса к внешней базе в сегменте](#)

Описание

Возможность подключения внешних SQL баз данных позволяет гибче подходить к вопросу сегментации профилей.

- Нет необходимости держать все данные в Altcraft MP
- Соответственно нет необходимости в регулярной синхронизации и данные всегда актуальны. Можно использовать данные по сущностям, которые в Altcraft MP не предусмотрены
- Не зависит от платформы и системы которую вы используете для хранения данных, необходим лишь доступ для выполнения

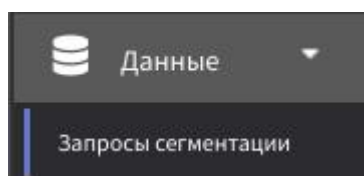
SQL запросов [Коннекторы для подключения](#) к внешним базам создаются в Административной панели Altcraft.

Создание запроса к базе данных

Запросы можно конфигурировать как в панели администратора, так и в панели пользователя системы. Разница в том, что в панели пользователя вы сможете сразу просматривать профили, которые были выбраны вашим запросом.

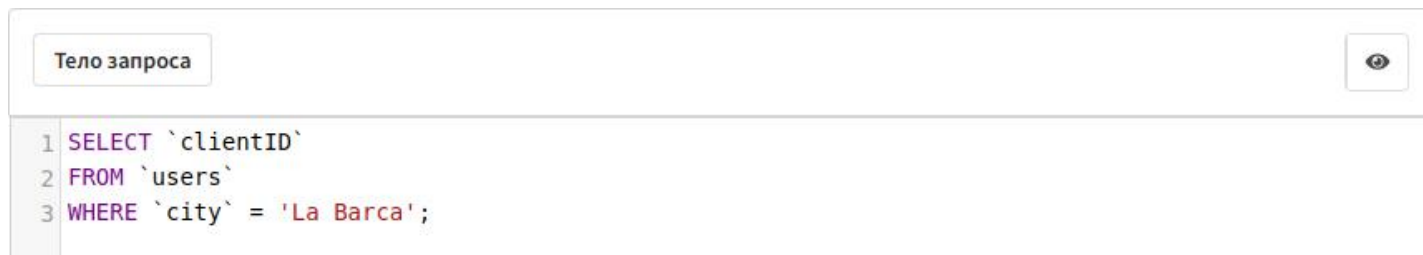
Редактирование запросов в панели пользователя можно запретить настройкой конфигурации в main.json если это необходимо. Для этого нужно будет установить параметр "DISABLE_QUERY_EDITOR": true.

Запросы настраиваются в разделе *Данные*, нас интересуют *Запросы сегментации*:



Перейдите в раздел и нажмите кнопку *Создать*.

Для того чтобы запрос сегментации работал правильно, он должен выбирать колонку с данными, которые уже есть в Altcraft MP. Например, если в Altcraft есть идентификатор клиента в базе профилей, то необходимо сформировать такой запрос, чтобы на выходе получился именно этот идентификатор, как минимум в одной из колонок:



Эти запросы будут использоваться внутри сегмента. Можно построить неограниченное количество таких запросов для уточнения сегмента. В каждом таком запросе вы можете выбирать по одному или нескольким параметрам, комбинируя запрос, делая подзапросы, JOIN, UNION итд.

Обязательно выберите колонку, которая будет использоваться для поиска профилей, используйте кнопку обновить, чтобы получить новый список колонок по вашему запросу:

Колонка:



В запрос можно добавлять параметры, чтобы запрос изменялся уже при использовании внутри сегмента. Для этого используйте произвольное, но уникальное имя вашего параметра в фигурных скобках, например **{CITY}**:



Как только вы его укажете в запросе, появится форма с настройками параметра:

CITY

Тип переменной: Строка Показывать заголовок: Укажите город

Значение по умолчанию: La Barca

Здесь задается тип поля, его значение по умолчанию и заголовок, который будет отображен при создании сегмента.

Если мы хотим, чтобы в сегменте поле выбиралось из списка, мы используем настройку Задать опции. При ее включении выбираем, будем ли мы перечислять список опций или тоже выберем его из SQL:

Задать опции Получить опции SQL запросом

Тело запроса 👁

```
1 SELECT DISTINCT `city`
2 FROM `users`
```

При этом, если применяются идентификаторы, то SQL запрос должен возвращать две колонки, первая используется как идентификатор, а вторая будет отображаться пользователю:

Тело запроса 👁

```
1 SELECT `cityID`, `city`
2 FROM `cities`
```

В случае с заданным списком можно идентификатор и опции можно перечислить через запятую:

OPERATOR

Тип переменной: Строка Показывать заголовок: Введите заголовок..

Значение по умолчанию: =

Задать опции Задать опции вручную

=,равно
<>,не равно

Для всех параметров конфигурируется порядок их отображения при построении сегмента. Порядок можно менять простым перетаскиванием элементов. Заголовки позиционируются отдельно, для более гибкого отображения.

Title of CITY	OPERATOR	CITY
---------------	----------	------

Воспользуйтесь кнопкой предпросмотра выборки из базы данных, для того чтобы посмотреть как форма запроса будет выглядеть в сегменте и как будет выглядеть тестовая выборка:



Укажите базу данных и поле профиля для выборки, а также колонку если их несколько. В разделе *Параметры запроса* сформируется форма в том виде, как она потом будет выглядеть в сегменте. Нажав кнопку *Применить* вы запустите запрос и он сразу покажет те профили, которые удовлетворили условию запроса:

Предпросмотр использования запроса в сегменте

База данных

10 - New segment DB

Поле профиля

clientID

Колонка

1: clientID - INT

Параметры запроса

Укажите город: равно

Применить

La Barca

La Barca

Calumpang

Tibiri

Los Alcázares

Wermelskirchen

Siegen

Создан: 2019-03-15 08:53:20	Глобальный статус: Подписан	Индекс:
Обновлен: 2019-03-15 08:53:20	Email: chrystal.7yj1km@example.com	Страна:
Подписан: 2019-03-15 08:53:20	Телефон:	Город:
MD5: cfa7d0bcef2db6cb019b47a192ad3f8c	Пол: Agender	Страна рег.:
XXH: 2514a2744c93f2bd	Возраст: 0	Город рег.:
ID: 5c8b6800bc0e5812672640c0	IP адрес:	Всего подписок: 0

После сохранения запроса его можно будет использовать в сегментах.

Использование запроса к внешней базе в сегменте

Перейдите в раздел *Данные > Сегменты*:



Создайте новый сегмент или откройте существующий для редактирования.

Добавьте новое правило и выберите поле-идентификатор, или поле по которому осуществляется поиск профиля запросом. Затем выберите один из вариантов:

- В таблице данных - если хотите включить всех кто подойдет под данное условие
- Не в таблице данных - если хотите включить всех кто не подойдет под данное условие

Затем выберите ваш запрос к таблице и заполните форму параметров запроса:

clientID

в таблице данных

9: Город

Предпросмотр запроса

Параметры запроса

Укажите город

равно

La Barca

[+ Добавить правило](#) [+ Добавить группу](#) [☰ Скрипт](#)

Теперь можете сохранить сегмент.

Условия в таблице данных \ не в таблице данных можно неоднократно применять в сегменте, в том числе внутри групп, объединяя их по *И*, если хотите чтобы каждое из них удовлетворяло условиям или по *ИЛИ*, если хотите чтобы любое из них удовлетворяло условиям.

Конечно, в сегментах с запросами можно объединять любые условия: по полям в Altcraft MP, по действиям в сообщениях, по достижению целей итд.

Сегментация профилей по участию в сегменте

Описание

Сегментация в Альткрафт поддерживает два уровня вложенности правил:

- основной уровень - условие **И/ИЛИ** в запросе к базе данных,
- дополнительный уровень - условие **И/ИЛИ** в группе правил запроса.

Если вам нужна более сложная выборка, объединяющая несколько запросов по разным условиям - к одной или нескольким базам данных, - вы можете использовать правило выборки **Сегмент**.

✓ Сегмент в данном случае выступает как внешнее хранилище данных для пересекающей выборки. Если необходимые данные уже хранятся в файле, списке или веб-сервисе - можете применять [правила сегментации по внешним источникам](#). Если вам нужна ещё более детальная выборка, вы можете организовать её отдельно в sql таблице - и сегментировать подписчиков [по пересечению с sql базой данных](#).

Участие в сегменте

Для использования правила **Сегмент** вам понадобится составить выборку к одной или нескольким базам и сохранить её как отдельный сегмент. После этого - создать новый сегмент для итогового расчёта и в него добавить соответствующее правило, для которого доступны всего два оператора: **В сегменте** и **Не в сегменте**.

Сегмент

5 - Active customers

в сегменте

не в сегменте

✓ По возможности избегайте оператора **Не в сегменте**, особенно при больших выборках: правило с таким оператором будет сравнивать выборку со всем результатом расчёта вложенного сегмента, в отличие от правила с оператором **В сегменте**, с которым правило ищет соответствие.
Пересечение массивов данных потребляет гораздо больше системных ресурсов.

Таких правил в сегменте может быть сколько угодно. Однако в сегментах, по которым будет производиться выборка для правила, не может быть выборки по другим сегментам.

⚠ Ограничения на один уровень вложенности одного сегмента в другой обусловлены динамической природой сегмента: для выборки будут каждый раз пересчитываться все связанные сегменты, что может занять некоторое время.

События статических сегментов

Вы можете выбирать подписчиков по критериям участия в [статических сегментах](#) - контрольных группах клиентов. Возможны несколько вариантов выборки, отмечающих либо текущее состояние, либо частоту попадания клиента в контрольную группу:

The screenshot shows a configuration interface for selecting subscribers based on static segment criteria. It consists of several input fields and a dropdown menu.

- Отбор по:** A dropdown menu with the selected option "Участие в статическом сегменте".
- Сегмент:** A text input field containing "12 - Статический сегмент".
- Значение (n):** A text input field containing "1".
- Условие отбора:** A dropdown menu with the following options:
 - Как минимум [n] раз за [x] дней
 - Присутствует сейчас (highlighted by a mouse cursor)
 - Хотя бы раз присутствовал
 - Ни разу не присутствовал
 - Не присутствует сейчас, но хотя бы раз присутствовал
 - Как минимум [n] раз за [x] дней
 - Как минимум [n] раз за период
 - Ни разу за [x] дней
 - Ни разу за период

At the bottom of the interface, there are three buttons: "+ Добавить правило" (green), "+ Добавить группу" (grey), and "+ Им" (grey).

Сценарии (цепочки автоматизации)

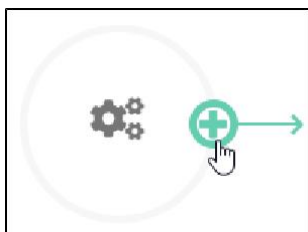
Описание

Сценарии - программы автоматизации коммуникаций. С помощью сценариев можно управлять **лояльностью** ваших клиентов, мотивировать их совершить целевое действие за определённый период времени, проводить комплексные интерактивные мероприятия, а также реализовывать такие процессы, как напоминание об оставленной корзине, приветственная цепочка, реактивация и ретаргетинг.

Сценарий может выполняться:

- для каждого клиента индивидуально при наступлении определённого события - так же, как
- **триггерная кампания**, для определённой группы клиентов - сегмента - по заданному расписанию - аналогично **регулярной кампании**.

В этом разделе



Работа со Сценариями

Создание и редактирование **сценариев автоматизации**. Выбор режима запуска сценария и повторного попадания профилей. Просмотр статистики в сценарии.



Ноды (шаги) Сценария

Подробное описание шагов цепочки, из которых строится алгоритм прохождения для разных профилей.



Классические сценарии

На этой странице вы найдёте подборку классических механик, которые удобно автоматизировать с помощью сценариев Altcraft Platform.



Пошаговая настройка приветственного сценария

На этой странице вы найдёте пошаговую инструкцию по настройке приветственной цепочки в Altcraft Platform.

Работа со Сценариями автоматизации

✓ Ноды (шаги) сценария описаны в [отдельной статье](#).

В этой статье:

- [Описание](#)
- [Основные настройки](#)
 - [Повторное попадание профиля в сценарий](#)
- [Настройка запуска сценария](#)
 - [Индивидуальный сценарий \(Customer journey\)](#)
 - [Сценарий для аудитории клиентов](#)
 - [Настройка расписания массового сценария](#)
 - [Определение целевой аудитории \(сегмента\)](#)
- [Аналитика Сценариев](#)
 - [Статистика прохождения сценария клиентами](#)
 - [Аналитика кампаний в сценарии](#)

Описание

Чтобы начать работу со сценариями взаимодействия с клиентами, в главном меню выберите **Сценарии**. В списке отображается краткая информация и статус активности каждого сценария. С помощью контекстного меню вы можете активировать, клонировать или удалить сценарий, установить [группу доступа](#).

✓ Сценариями автоматизации можно управлять по **API**. Информация доступна по [этой ссылке](#).

Чтобы добавить новый сценарий взаимодействия, нажмите **+ Создать** в верхней части страницы:

The screenshot shows the altkraft interface with a sidebar on the left containing navigation items like Главная, Ресурсы, Данные, Шаблоны, Кампании, Сценарии, Пиксели, Лояльность, Аналитика, Интеграции, Настройки, Задания, and Помощь. The main content area displays a list of scenarios under the heading 'Сценарии'. Two scenarios are visible: 'Управление лояльностью' (Active) and 'Промо-мероприятие' (Inactive). The 'Управление лояльностью' scenario details include creation and update dates, author, ID, tags (Customers, VIP), and access groups (East coast branch, Events, West coast branch). A context menu is open over this scenario, listing actions: Редактировать, Деактивировать, Клонировать, Установить группу, Отправить профили в сценарий, and Удалить. The URL at the bottom left is https://ru.altkraft.com/workflows/#.

Основные настройки

В **Основных настройках** сценария укажите его название, описание, добавьте пользовательские **теги** или установите группу доступа. Здесь же, в верхней части блока, находится переключатель, активирующий сценарий:

Основные настройки Активна

Имя сценария: *

Follow-up для посетителей сайта.

Описание сценария:

Предлагает особые условия покупки для просмотренных товаров, реактивирует в случае длительного отсутствия сделки.

Установить группу: Теги:

Центр обучения ✕ Customers ✕ Website ✕

При неоднократном попадании: *

Всегда игнорировать профиль, даже если он не в сценарии

Профиль не может повторно попасть в сценарий, даже если выйдет из него.

! Если вам необходимо **деактивировать** сценарий, чтобы внести изменения, сохранить положение профилей в сценарии можно опцией **Спящие профили**:

Основные настройки Активна

Спящие профили

Сохранять в сценарии профили которые проснутся, пока он выключен.

Если вы деактивировали сценарий из контекстного меню, откройте его для **редактирования**, включите опцию **Спящие профили** и сохраните сценарий.

Повторное попадание профиля в сценарий

В настройках можно определить правила, определяющие поведение сценария **при неоднократном захвате** профиля клиента:

- **Всегда игнорировать профиль, даже если они не в сценарии** - в этом случае профиль может только один раз попасть в сценарий, и даже если он из него выйдет, то не сможет попасть в него снова. Никогда.
- **Игнорировать профиль, если они сейчас в сценарии** - если профиль в данный момент уже в сценарии, он не может попасть в него еще раз, но как только выйдет - сможет.
- **Сбросить положение профиля в сценарии на начало** - как только произойдет условие захвата сценария - положение профиля в сбросится на начало, и он пойдет по сценарию снова
- **Профиль будет неоднократно попадать в сценарий** - независимо от того, сколько раз профиль присутствует в сценарии, он попадет в него снова, когда выполнится условие захвата. При этом оба попадания будут обрабатываться полностью.

Настройка запуска сценария

Сценарий активируется двумя способами, в зависимости от назначения.

Индивидуальный сценарий (Customer journey)

Первый способ рассчитан на автоматизацию **пути** отдельно взятого **клиента** (Customer journey) в рамках какого-либо бизнес-процесса. Сценарий отслеживает профили определённой базы данных и захватывает подписчиков, попадающих под определённые условия. Или же подписчик попадает в сценарий, когда своими действиями на сайте или в приложении инициирует специальный API вызов. Условия захвата идентичны с таковыми для **триггерных кампаний**. Выберите **Базу профилей** и подходящее под ваши цели условие захвата:

Условие захвата

Из базы данных:

4 - Лояльные клиенты 9 729 ▾

Событие:

При выполнении выбранного действия ▾

При использовании особого вызова API

При добавлении/изменении подписки

При импорте через API

При импорте вручную

При любом импорте

При выполнении выбранного действия

Когда какое-либо поле изменено

Когда пиксель активирован

По расписанию и сегменту

Сценарий для аудитории клиентов

Чтобы автоматически выполнять последовательность действий для сегмента профилей, выберите **Базу профилей** и условие захвата **По расписанию и сегменту**:

Условие захвата

Из базы данных:

4 - Лояльные клиенты 9 729 ▾

Событие:

При выполнении выбранного действия ▾

По расписанию и сегменту

Настройка расписания массового сценария

✓ Расписание кампаний подробно описано в [отдельной статье](#).

Выберите необходимый план отправки и настройте время, когда сценарий будет запускаться для сегмента. Дополнительно вы можете **Деактивировать расписание** после определённой даты или сменить часовой пояс для отсчёта времени запусков. После внесения изменений под расписанием отобразятся **Следующие запуски** сценария:

Каждый день в выбранное время ▾

Время: 19:30 ⌚

Часовой пояс: Часовой пояс аккаунта (UTC) ▾

Деактивировать расписание после указанной даты

СЛЕДУЮЩИЕ ЗАПУСКИ

1	2019-12-04 19:30:00	4	2019-12-07 19:30:00	7	2019-12-10 19:30:00	10	2019-12-13 19:30:00
2	2019-12-05 19:30:00	5	2019-12-08 19:30:00	8	2019-12-11 19:30:00	11	2019-12-14 19:30:00
3	2019-12-06 19:30:00	6	2019-12-09 19:30:00	9	2019-12-12 19:30:00	12	2019-12-15 19:30:00

Определение целевой аудитории (сегмента)

В следующем блоке составьте запрос сегментации к выбранной в **Условии захвата** базе данных. Применимы правила и группы правил сегментации по данным профиля, истории действий и другим параметрам. Подробнее сегментация описана в [соответствующем разделе документации](#). Дополнительно можно установить **ограничение** получившейся выборки в процентах.



Сценарий по расписанию запускается аналогично регулярной кампании. Сегмент клиентов рассчитывается динамически при каждом запуске. С помощью таких сценариев можно организовать последовательность коммуникаций для клиентов, у которых заканчивается срок предоставления каких-либо услуг: сценарий по сегменту (на снимке ниже) будет каждый день выбирать только тех клиентов, у кого до окончания срока осталось две недели.

Ограничение

От % Диапазон % До %

И Или

или

или

Service_term_end равно дате [сегодня + x дней] 14

Service_package равно Corporate

[+ Добавить правило](#) [+ Добавить группу](#)

Аналитика Сценариев

Анализировать эффективность ваших сценариев вы можете непосредственно в форме редактирования сценария, а подробную статистику по кампаниям, использованным в последовательности, поможет сводный отчёт.

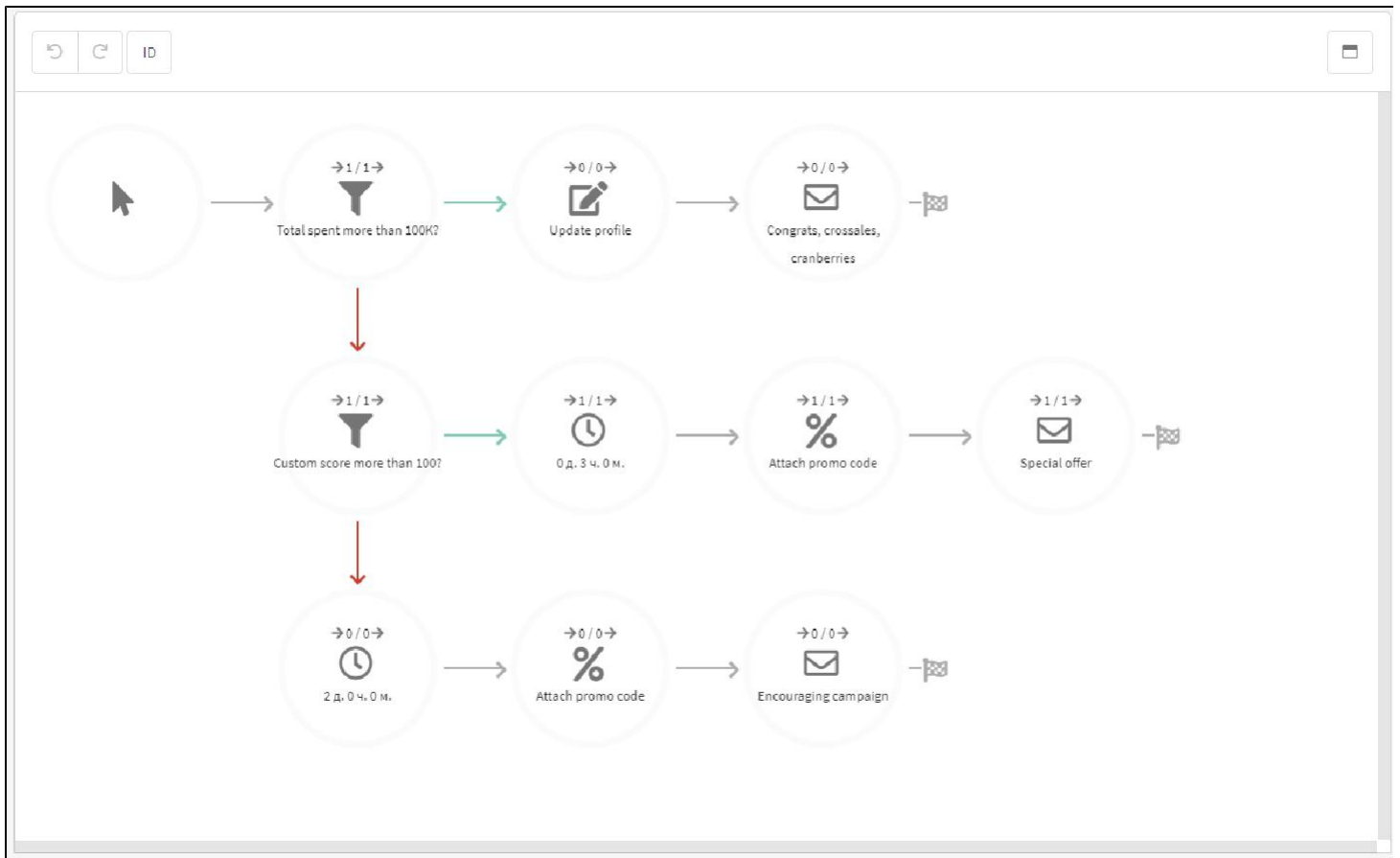
Статистика прохождения сценария клиентами

В блоке **Статистика** вы можете просмотреть данные по сценарию за определенный период. В блоке отображается:

- общее количество вошедших в сценарий
- профилей количество завершивших
- сценарий профилей количество
- обрабатываемых сценарием профилей
- возникшие в процессе работы ошибки

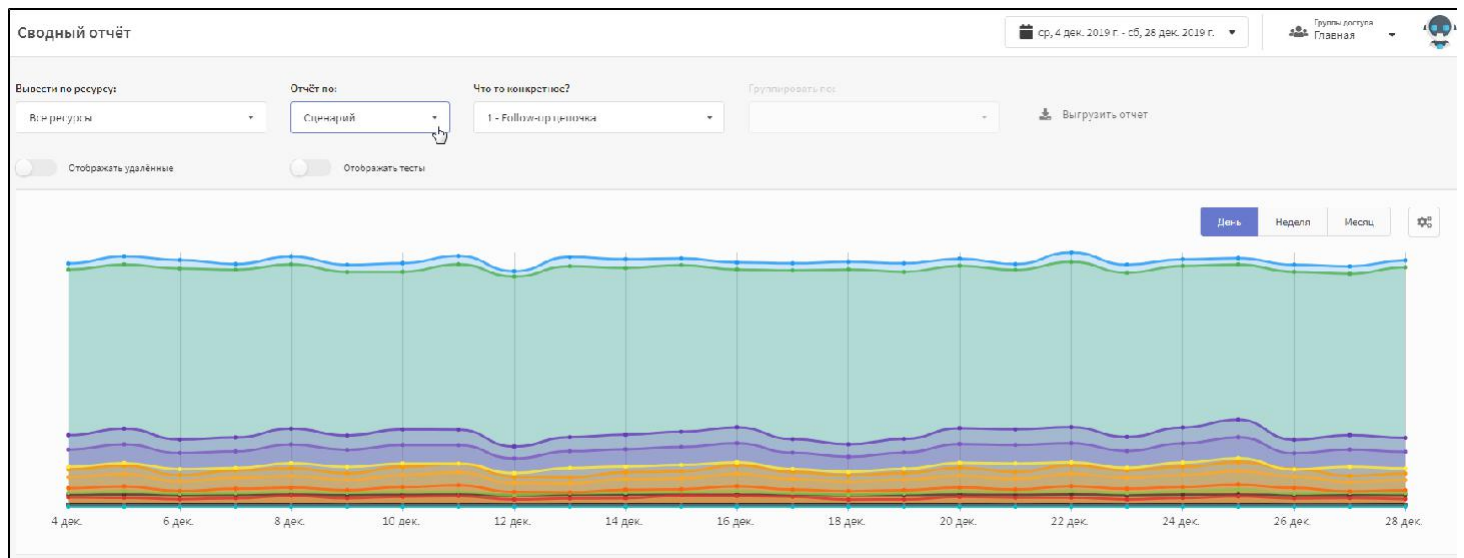


В самом сценарии над каждой **нодой** будет отображаться счётчик вошедших и вышедших из **ноды** профилей:



Аналитика кампаний в сценарии

Чтобы просмотреть отчёт о кампаниях, которые запускает сценарий (нода **Триггер**), откройте [Сводный отчёт](#), в качестве объекта (поле "Отчёт по") выберите Сценарий, и в поле "Что-то конкретное?" выберите необходимый сценарий. Отчёт отобразит все задействованные в Сценарии рассылки с подробной статистикой.



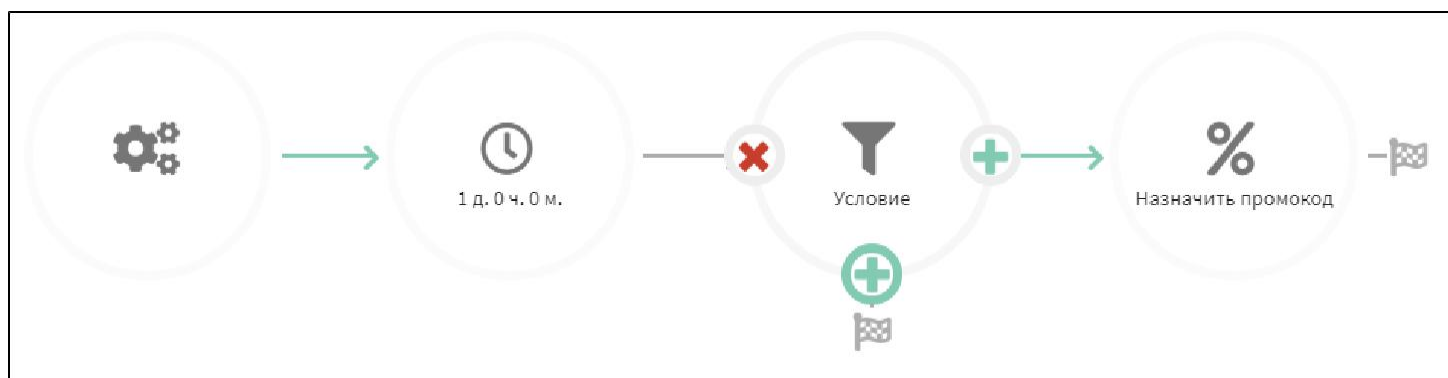
Ноды (шаги) сценария

В этой статье:

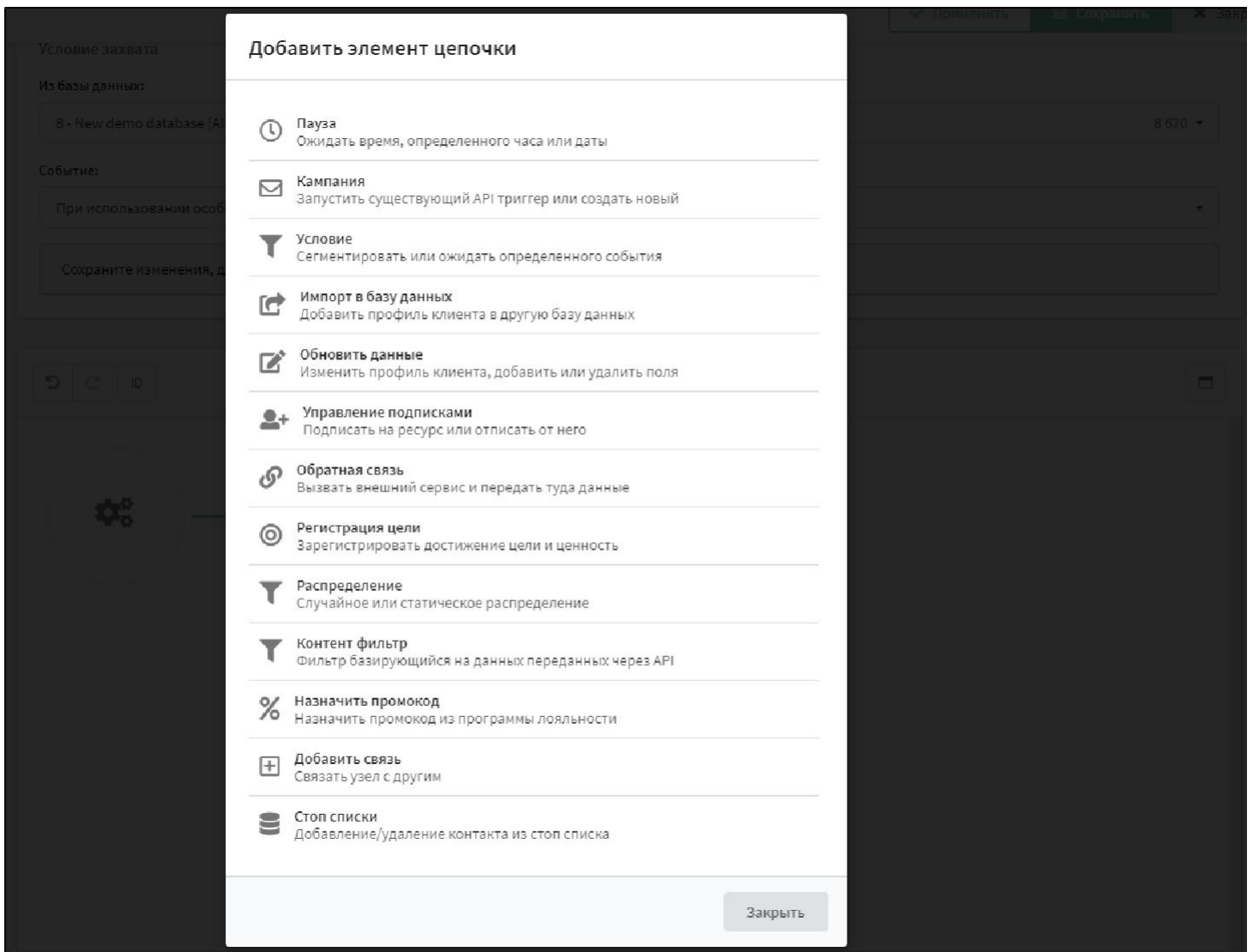
- Описание
- Добавить
- связь Пауза
- Кампания
- Условие
- Импорт в БД
- Обновить данные
- Управление подписками
- Обратная связь
- Регистрация цели
- Распределение
- Контент-фильтр
- Назначить промокод
- Стоп-списки
- Статические сегменты

Описание

Сценарий строится из логических блоков, которые называются **нодами**. Каждая нода выполняет одно действие и затем передаёт управление следующей.



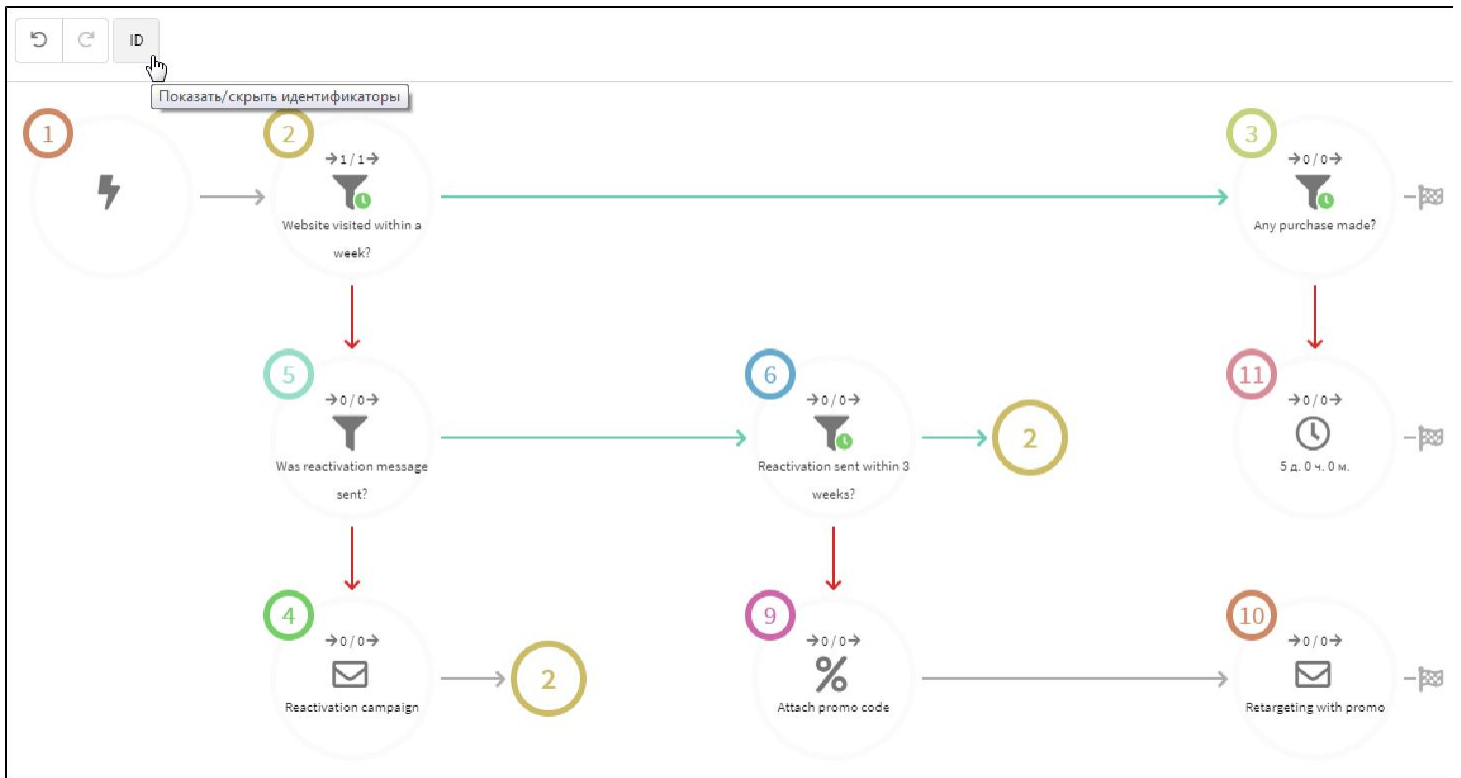
Чтобы **добавить ноду**, наведите курсор на ноду, после которой её необходимо вставить и нажмите на **зелёный знак "плюс"**. Из открывшегося списка выберите необходимый элемент:



 Чтобы **удалить ноду**, наведите на неё курсор и нажмите иконку с **красным крестиком**.

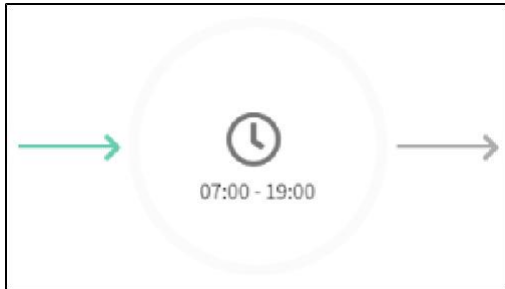
Добавить связь

Чтобы связать одну **ноду** с другой - в любом месте сценария - выберите в списке нод **Добавить связь**. В редакторе сценария можно отображать их **ID**. С помощью связей нод можно организовать многократное прохождение профилем одного и того же участка сценария, - или переключение на альтернативную последовательность действий:



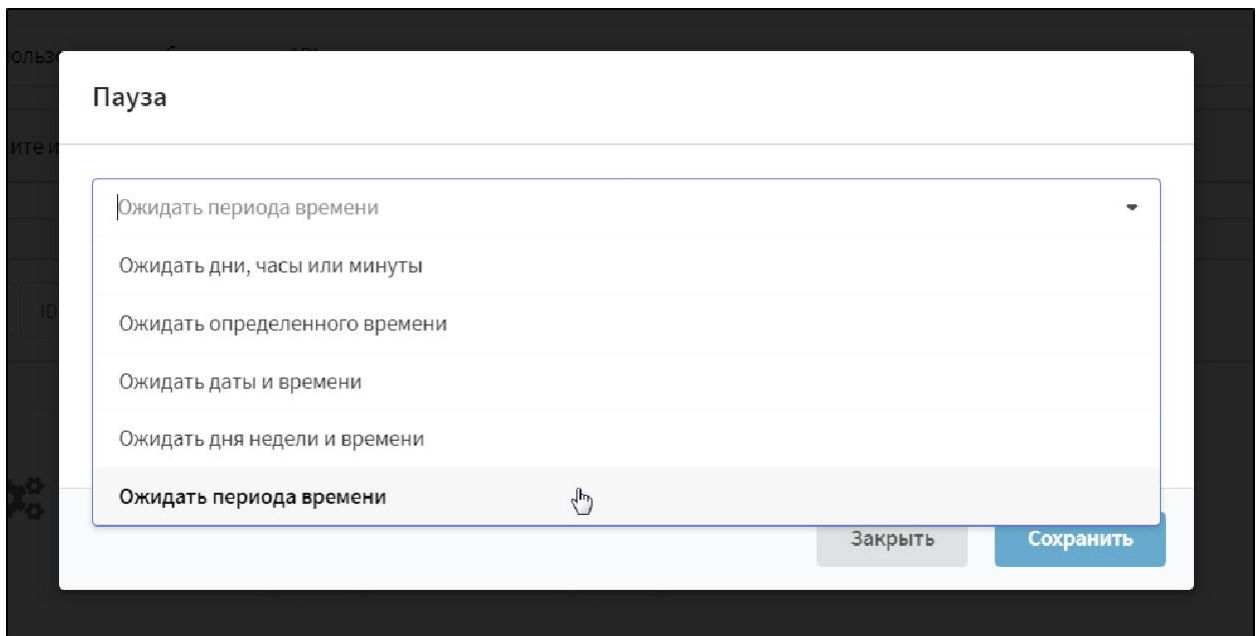
Пауза

Устанавливает интервалы между действиями Сценария. С помощью этой ноды вы можете настроить время запуска ноды, следующей за ней. Это позволяет, в первую очередь, более деликатно подходить к вопросу времени коммуникации с клиентом. Также нода может ожидать определенных событий: начала акции, праздника и.т.д.



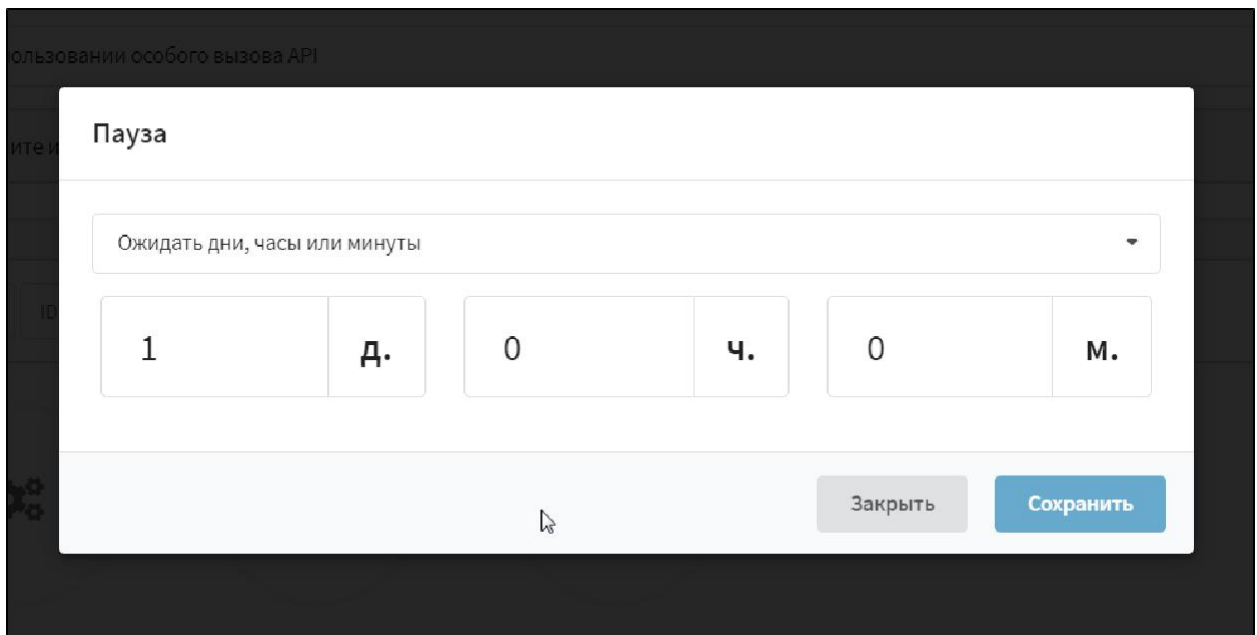
Подробнее

Доступны следующие



Пауза относительно предыдущего действия

Чтобы ожидать определённое время после захвата профиля клиента сценарием - или после выполнения предыдущего действия, выберите вариант **Ожидать дни, часы или минуты**:




Пауза до наступления определённого времени

Остальные варианты ставят сценарий на паузу до наступления определённого времени суток - в ближайшее выбранное время, в конкретную дату, в ближайший день недели. Причем, если известен часовой пояс профиля, то его тоже можно учитывать:

Пауза

Ожидать дня недели и времени

11:30  Воскресенье

Часовой пояс аккаунта (UTC)

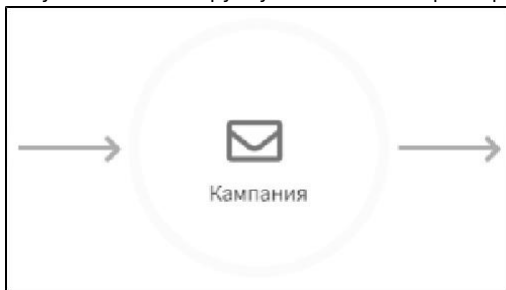
Использовать часовой пояс профиля, если известен



Вариант **Ожидать периода времени** устанавливает **часы активности** следующего элемента сценария. Например, если вы хотите, чтобы определённая кампания запускалась с 9 утра до 9 вечера.

Кампания

Запускает существующую или новую **триггерную кампанию**. Новая кампания создаётся непосредственно в редакторе ноды. Для цепочек лучше всего создавать отдельные триггеры с запуском **При использовании особого вызова API**, так как по другому их можно запустить только в ручную. Остальные триггеры срабатывают на различные события происходящие в системе.



Существующая триггерная кампания должна быть **активна**, иначе сообщения отправляться не будут.

Введите название элемента цепочки, а также имя новой кампании. Оно будет отображаться в списках **триггеров**. Здесь же вы можете задать пользовательские теги и установить **высокий приоритет** отправки:

The screenshot shows the 'Триггер' (Trigger) configuration form. It includes a text input for 'Название элемента:' (Element name) with the value 'Новая триггерная кампания'. Below it are two input fields: 'Имя кампании:' (Campaign name) with 'Рассылка для сценария' and 'Теги:' (Tags) with 'Customs' and 'Website'. A checkbox for 'Высокий приоритет' (High priority) is checked.

Настройки кампании

На первой вкладке настроек выберите канал коммуникации: каждая кампания может отправляться только по одному каналу.

The screenshot shows the 'Настройки кампании' (Campaign settings) form, 'Каналы' (Channels) tab. It features a dropdown menu for 'Выберите канал' (Select channel) with 'Push' selected. There is an 'Импортировать' (Import) button and a 'Далее' (Next) button.

На этой же вкладке вы можете **импортировать** в ноду существующую кампанию: как входящую в другие сценарии, так и отдельную:

The screenshot shows a dialog box titled 'Импортировать настройки из другой кампании' (Import settings from another campaign). It has a dropdown for 'Выберите кампанию' (Select campaign) with '29 - Шаблон рассылки для сценария Email' selected. There is an unchecked checkbox for 'Отображать только кампании созданные в сценариях' (Show only campaigns created in scenarios). At the bottom are 'Импортировать' (Import) and 'Закрыть' (Close) buttons.

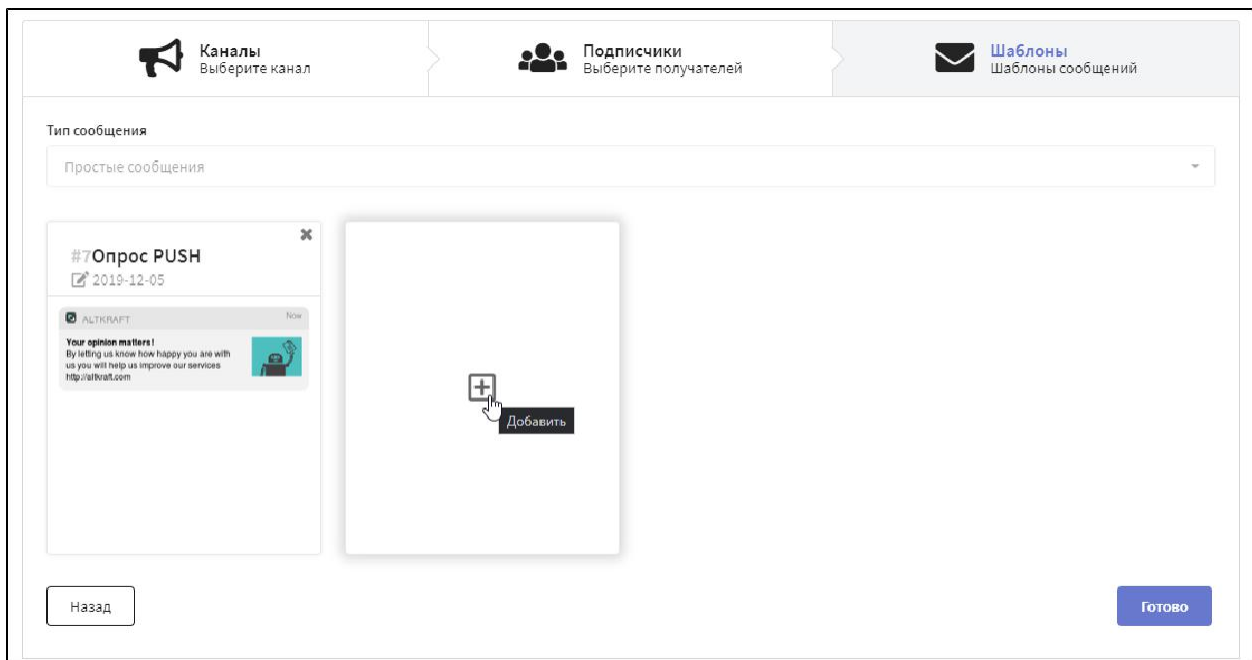
Подписчики

Триггер в цепочке будет использовать контактные данные подписчиков одного из ваших **ресурсов**. Выберите ресурс, на который подписана ваша целевая аудитория и перейдите к следующему шагу:

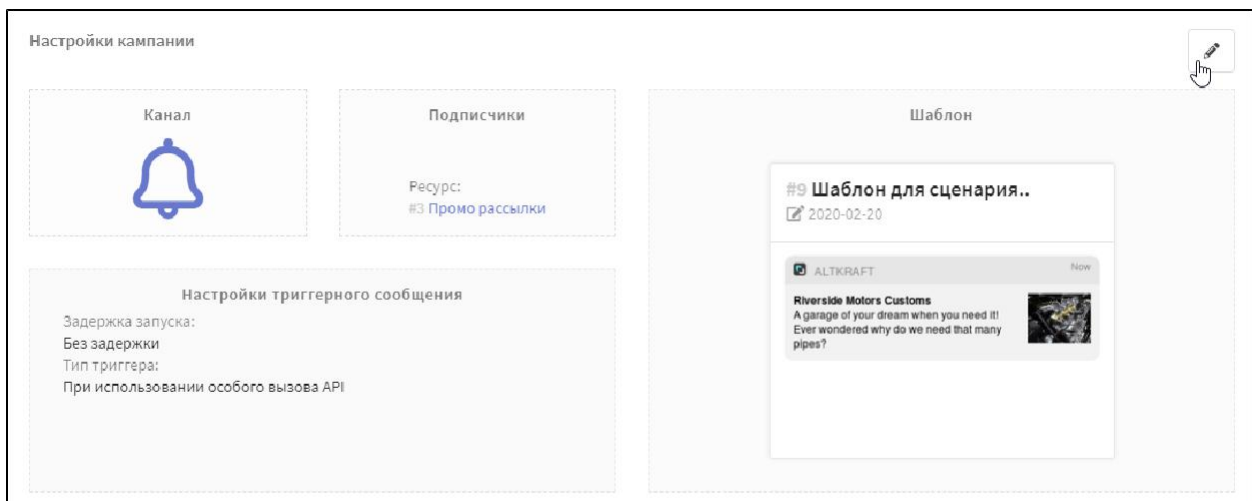
The screenshot shows the 'Настройки кампании' (Campaign settings) form, 'Подписчики' (Subscribers) tab. It features a dropdown menu for 'Выберите ресурс' (Select resource) with '3 - Промо рассылки Email Push SMS' selected. There are 'Назад' (Back) and 'Далее' (Next) buttons.

Контент

На третьей вкладке выберите **Шаблоны сообщений**, которые хотите отправить подписчикам. Доступно до 16 шаблонов в одной кампании - они будут отправляться в случайном порядке. Как и при создании кампании, вы можете открыть предпросмотр нужного шаблона и перейти к его редактированию, если это необходимо:



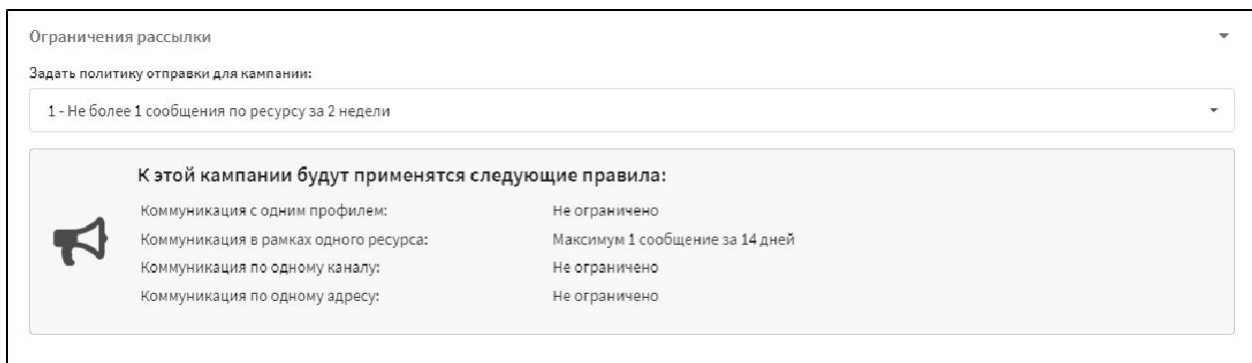
После выбора контента нажмите кнопку **Готово**. Настройки компании после этого будут отображаться на одной вкладке, и вы сможете внести необходимые изменения в любой момент по нажатию на кнопку



редактирования:

Ограничения рассылки

В этом открывающемся блоке вы можете задать **политику отправки** компании. По умолчанию применяется политика выбранного ресурса или глобальная политика аккаунта:



Smart настройки

В умных настройках вы можете дополнительно настроить

- кампанию: SUBID статистики

- Выбор виртуального сендера
- Кастомные домены для отслеживания событий (помимо настроенного в ресурсе) Список адресов для скрытой копии к отправляемым письмам
- Другие опции в зависимости от конфигурации платформы

Smart настройки

SUBID статистики: Виртуальный сендер:

Свои трекинг-домены:

Список email адресов для скрытой копии:

Не проверять контактные данные на уникальность Случайный префикс для трекинга

Условие

Реализует логический выбор следующего шага сценария для профилей клиентов. Условие выбора определяется правилами **Сегментации**.

- При выполнении условия профиль клиента продолжит двигаться по сценарию **вправо**.
- Если условие не выполнено, профиль переместится по сценарию **вниз**, и для него может быть настроена альтернативная последовательность действий.

Нода может также ожидать выполнения условия в течение определённого времени.



- ✓ Если связать несколько нод **Условие** по вертикали, можно создать несколько альтернативных цепочек в одной - в зависимости от результатов проверок.

Основные настройки

Введите название элемента для отображения в

- ✓ Если необходимо динамически проверять выполнение условия, включите опцию **Ожидать условие в течение заданного времени**. Так проверка будет происходить несколько раз. Если время ожидания фиксированное - не включайте эту

Условие

Название элемента:

Совершена покупка на сайте?



Ожидать условие в течение заданного времени

0

д.

1

ч.

0

м.



Условие будет проверяться разово

Правила выполнения условия

Условие составляется правилами и группами правил, аналогичными [правилам Сегментации](#). Подписчики могут распределяться по личным данным, данным подписок, истории действий:

Ограничение

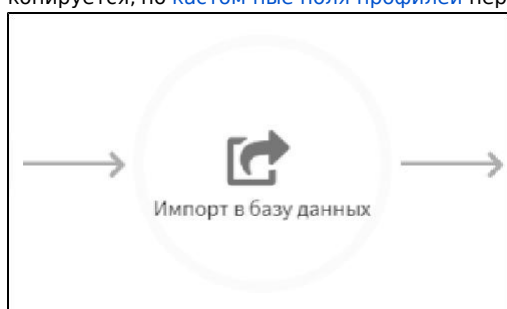
От % Диапазон % До %

И ИЛИ

-
-
-

Импорт в БД

Копирует профиль подписчика из **Базы профилей**, для которой создан сценарий, в другую. История действий профиля при этом не копируется, но [кастомные поля профилей](#) перенести можно.



Подробнее

Введите **название** элемента Сценария и выберите **Базу профилей** в которую необходимо скопировать профиль клиента. Если профиль клиента уже существует в целевой базе и его данные нужно **обновить** - выберите соответствующую опцию. Если в исходной базе есть **дополнительные поля**, их данные можно записать в поля подходящего типа целевой базы. Для этого настройте

Импорт в базу данных

Название элемента:

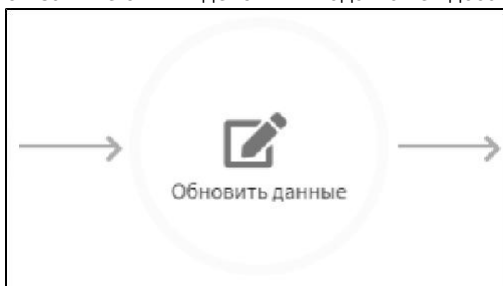
Скопировать профили клиентов в базу данных:

 9 729 ▾
 Обновлять поля подписчика, если он уже существует

Cusom_ID	Строка	Cusom_ID ▾ Пропустить Cusom_ID Car_make
Car_make	Строка	
VIP	Boolean	

Обновить данные

Обновляет данные выбранных полей Профиля подписчика - или удаляет значения в этих полях. Для разных **типов полей** доступны связанные с ними действия. Нода может добавлять тэги, изменять значения полей с выбором опций и числовых полей.



Подробнее

Введите **название** элемента. Из выпадающего меню выберите поля, которые хотите обновить, - и нажмите **+ Добавить это поле**. Для всех типов полей доступно **изменение** и **удаление** значения, для некоторых - дополнительные действия:

- Для полей типа **Список (Enum)** значение меняется на одно из заданных в списке, например выбранный пакет услуг. Значения **числовых** полей можно увеличивать и уменьшать. Для уменьшения значения нужно

Обновить данные

Название элемента:

Обновить данные

Service_term_end

+ Добавить это поле

Service_package

изменить значение

Professional

Extra_options

добавить теги

firewall, antivirus

Account_balance

увеличить на

100

Auto_payment

изменить значение

Да

CRM_ID

изменить значение

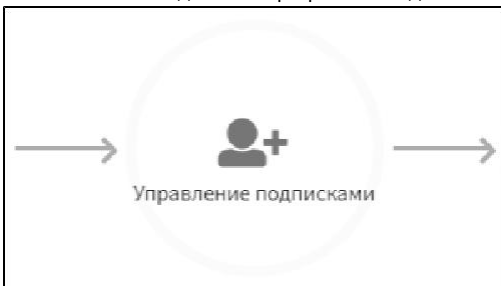
p0in43tm42eat56hesk90y

Закрыть

Сохранить

Управление подписками

Подписывает клиента на определённый **Ресурс** или обновляет данные существующей подписки. В качестве источника подписок могут использоваться данные профиля или данные подписок на другой ресурс.



Подробнее

Введите **название** элемента. Подписку можно **добавить**, если клиент ещё не подписан на **ресурс**, или **изменить её статус**. Например, при подтверждении подписки или при использовании кастомных сценариев отписки.

Выберите **ресурс** подписок из выпадающего меню и доступные **каналы связи**. Измените **статус подписки** при необходимости. В качестве источника подписки при добавлении выберите данные полей профиля **Email** и **Телефоны** - или данные подписок на другой ресурс.



Для подписок на **Push** уведомления можно использовать только данные подписок другого ресурса, в которых содержатся

Управление подписками

Название элемента:

Управление подписками

Добавить подписку

Добавить подписку

Обновить подписку



Email канал



SMS канал



Push канал

3 - Promo multichannel **Email** **Push** **SMS**

Подписан

Источник подписки:

4 - Events notifications **Email** **Push** **SMS**

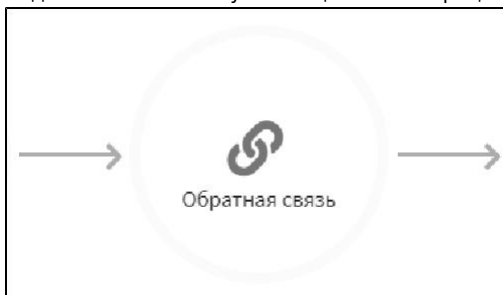
Включая небезопасные статусы: отписан, жалобчик, не существует, invalid

Закрыть

Сохранить

Обратная связь

Послать GET или POST запрос в другую систему. В запрос можно добавлять параметры со статическими данными или взятыми из подписчика. Используется в целях интеграции с другими системами.



Подробнее

Введите **название** элемента и выберите **Тип запроса** к внешней системе. В поле **URL** введите адрес сервиса, принимающего



При выборе в параметре запроса **Указать своё** можно использовать **переменные**, связанные с профилем. Например, **про мокоды** программ лояльности. Если к профилю, не привязан промокод от выбранной программы лояльности, то в запросе придёт пустая строка "code": "" Формат вставки:

```
{loyalty.<' ' >.promocode}
```

В URL запроса также используются **переменные**. Нажмите кнопку `</>` или введите значение вручную. Пример использования **промо кода** в адресе запроса:

http://www.example.org/api/?Promocode={loyalty.discount_codes.promocode}

Обратная связь

Название элемента:

Тип запроса:

URL: *
 `</>`

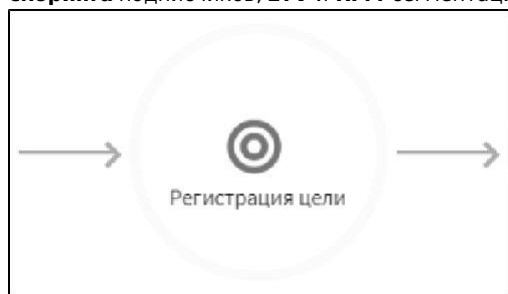
<input type="text" value=""/>	из подписчика	<input type="text" value="Email"/>	✕
<input type="text" value="Пакет услуг"/>	из подписчика	<input type="text" value="Service_package"/>	✕
<input type="text" value="Менеджер"/>	указать свое	<input type="text" value="Макс Рокатански"/>	✕
<input type="text" value="Промокод"/>	указать свое	<input type="text" value="{loyalty.black-friday.promocode}"/>	✕

[+ Добавить параметр запроса](#)

[Закреть](#) [Сохранить](#)

Регистрация цели

Записывает в профиль клиента достижение определённой **цели** и связанную **стоимость** действия. Может использоваться для **скоринга** подписчиков, **LTV** и **RFM** сегментации, в отчётах по **конверсии** и **прибыли**.



Подробнее

Введите **название** элемента и **Пиксель**, к которому будет привязана цель. Регистрация одинаковых целей на разные пиксели может быть использована в партнёрских программах или для A/B тестирования интерфейса вашего сайта или других ресурсов.



Значение для всех целей будет записано одно. Если необходимо передать несколько целей с разными значениями,

Назначить ценность

Название элемента:

Регистрация цели

Привязать к пикселю:

18 - Интернет-магазин (общий пиксель)

Цели:

Покупка товара #1

Стоимость цели:

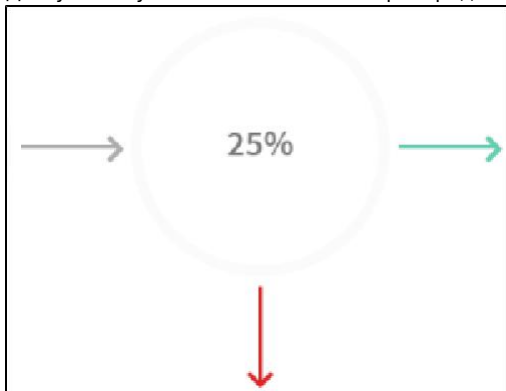
9000

Закреть

Сохранить

Распределение

Создаёт несколько нод, разделяющих варианты развития сценария для профилей клиентов **независимо** от каких-либо условий. Доступно случайное и статическое распределение.



Подробнее

Основные настройки

Выберите тип распределения и количество частей, на которые будет

Распределение

Тип:

Статическое

Случайное

Статическое

Разделить на:

Четыре части по 25%

Закреть

Сохранить

Случайное распределение

Подписчик будет попадать в случайную группу каждый раз, когда окажется в сценарии. Процентное соотношение можно поменять, редактируя ноды распределения:

Распределение

Процент:

Статическое распределение

Один и тот же подписчик всегда будет попадать в одну и ту же группу каждый раз когда оказывается в сценарии. При этом группы подписчиков распределяются равномерно. Статическое распределение создаёт несколько нод типа **Условие** - без правил, но с ограничением выборки:

Условие

Название элемента:

Ожидать условие в течение заданного времени

д.
 ч.
 м.

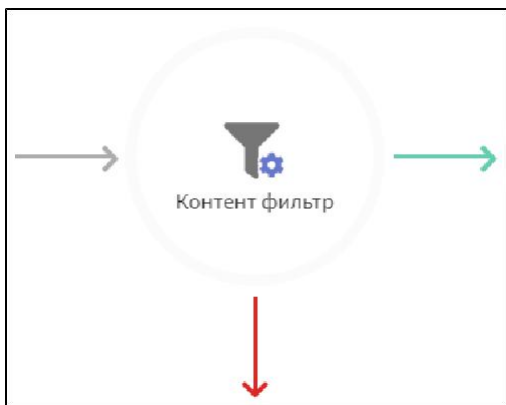
Ограничение

От % Диапазон % До %

Контент-фильтр

В случае [вызова сценария через API](#), можно передать специальное поле content, с неопределенной структурой в формате JSON (её определяете вы). Эти данные можно использовать для вставки в сообщения, возврата в Action Hook или для построения условий в сценарии.

Например, когда пользователь совершает какое-то действие, веб-сайт (или приложение) активирует сценарий и передает туда все данные связанные с действием. Нода **Контент фильтр** определяет дальнейшие действия для профиля на основе проверки этих данных.



Контент фильтр работает так же как и обычное условие, можно неоднократно использовать этот элемент для построения сложных схем. Введите **название** элемента и добавьте в **Конструктор** необходимые поля. Для полей можно устанавливать условия

Контент фильтр

Название элемента:

Конструктор Код

(Строка: "Категория продукта" равно Строка: "Премиум-товары" +)

и

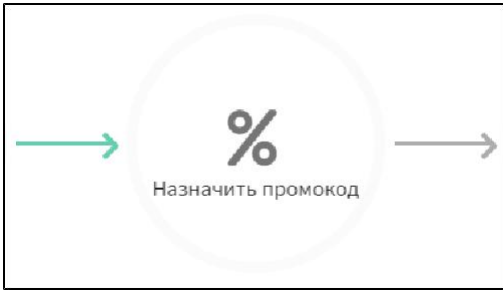
(Строка: "Стоимость" больше или равно Число: 9000)

+

Закреть Сохранить

Назначить промокод

Назначает профилю Клиента промокод от выбранной [программы лояльности](#). Промокод может быть затем отправлен клиенту нодой **Кампания** или использован для расчёта персональных предложений.



Введите **название** элемента сценария и выберите необходимую программу лояльности. В программе должно быть сгенерировано



Если профиль уже имеет промокод этой программы лояльности - сценарий продолжит

выполняться. Если промокод не может быть назначен по одной из причин ниже,

сценарий закончится на этой ноде:

- программа лояльности не активна
- программа лояльности не имеет свободных промокодов, а её опция "Сценарий может создавать промокоды, если их не хватает" отключена

Назначить промокод

Название элемента:

Выберите программу лояльности:

Заккрыть

Сохранить

Стоп-списки

Добавляет определённые контактные данные клиента (**email адрес**) в [Стоп-список](#) платформы. Коммуникация с клиентом по этим данным будет заблокирована. Или наоборот - **удаляет** контактные данные из стоп-списка, восстанавливая возможность коммуникации с клиентом.

Подробнее

Введите название элемента для отображения в сценарии. Далее необходимо выбрать, контактные данные каких **подписок** необходимо заблокировать или восстановить. Выберите **канал коммуникации** и **приоритет** подписок для изменения:

Стоп списки

Название элемента:

Канал: **Выбор контактов:** ?

Email Все с самым высоким приоритетом

Выберите ресурс и статусы подписок, контактные данные которых необходимо **Добавить в стоп-список** или **Удалить из стоп-списка**. Внизу формы выберите стоп-список для добавления или удаления:

С одним из следующих статусов: ?

Подписан ✕ Отписан ✕ Жалобщик ✕ Hard bounced ✕ Не подтвержден ✕

Приостановлен ✕ Не валиден ✕

Ресурс:

5 - VIP customers resource Email Push SMS

Добавить в стоп список

Удалить из стоп списка

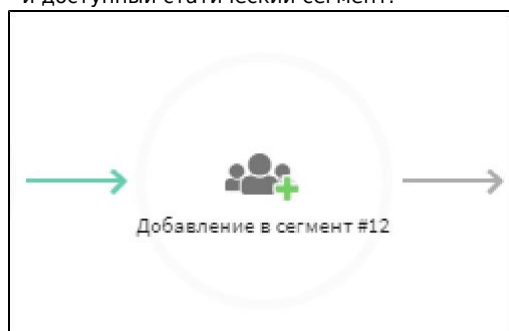
Стоп список:

2 - Пользовательский стоп-список

Закреть Сохранить

Статические сегменты

Добавляет профиль клиента в **статический сегмент** аудитории - или удаляет из такого сегмента. В настройках ноды выберите добавление или удаление - и доступный статический сегмент.



Статические сегменты

Добавить в сегмент 12 - Лояльные клиенты

Закреть Сохранить

Классические сценарии автоматизации

В этой статье:

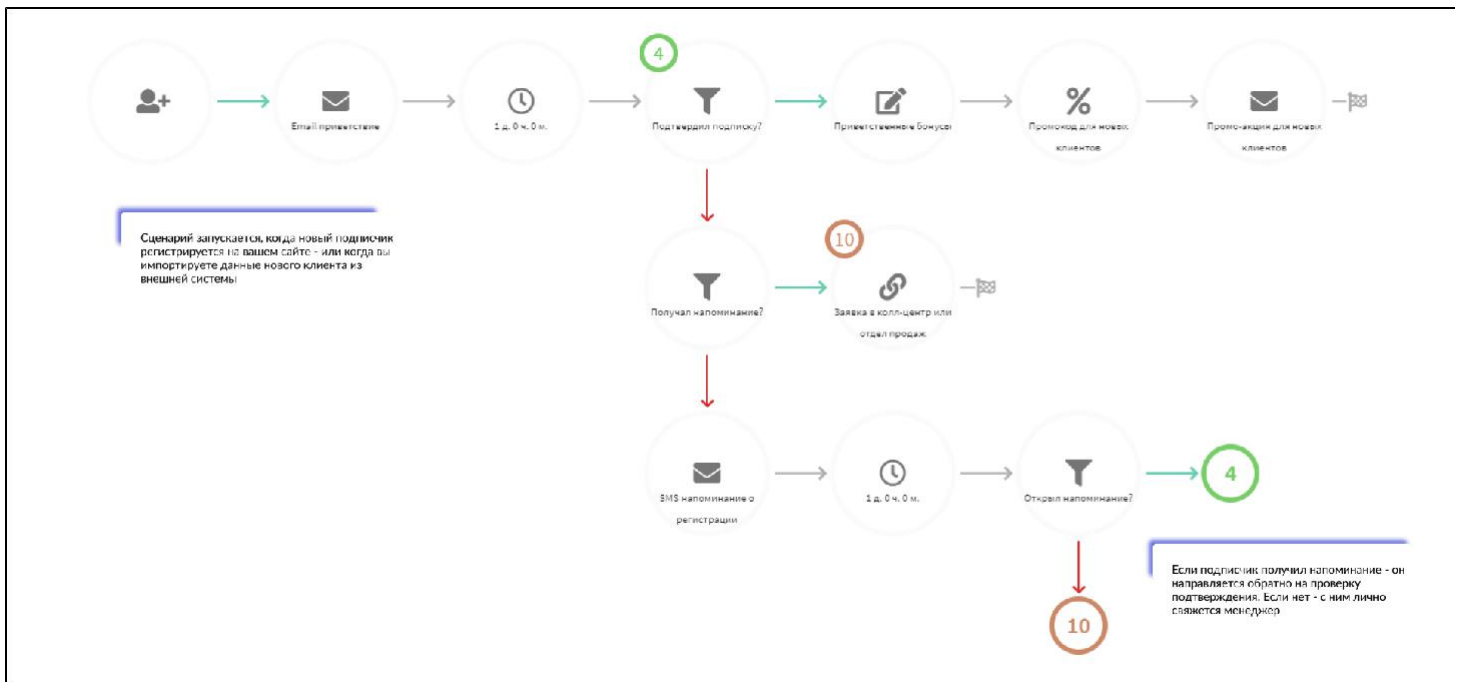
- Приветственная цепочка
- Онбординг: первая покупка
- Обучающие курсы
- Брошенная корзина
- Управление лояльностью клиентов
- Омниканальная реактивация клиентов
- Напоминание о платеже

Приветственная цепочка

Здесь вы найдёте пошаговое руководство по созданию приветственного сценария.

Приветственные цепочки используются для повышения вовлечённости клиентов с момента регистрации. С помощью сценария, пример которого представлен ниже, вы можете:

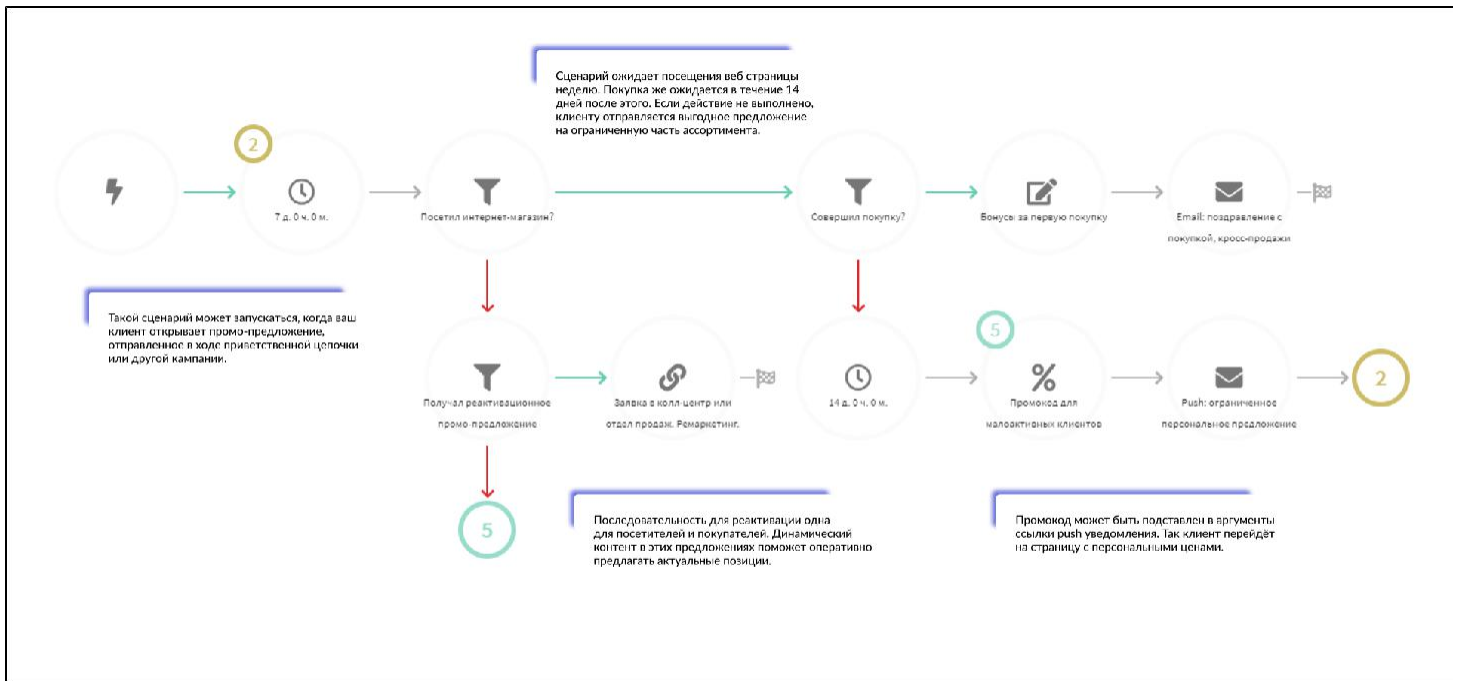
- автоматизировать процесс подтверждения email
- подписки напоминать о регистрации по SMS
- назначать приветственные бонусы и промокоды
- отправлять запрос в колл-центр или отдел продаж по неактивным пользователям



Онбординг: первая покупка

Онбординговые сценарии помогут вам вовлечь клиентов с момента получения первой рассылки. Например, после массовой рассылки о выходе новой продуктовой линейки, вы можете стимулировать активность подписчиков следующей цепочкой действий:

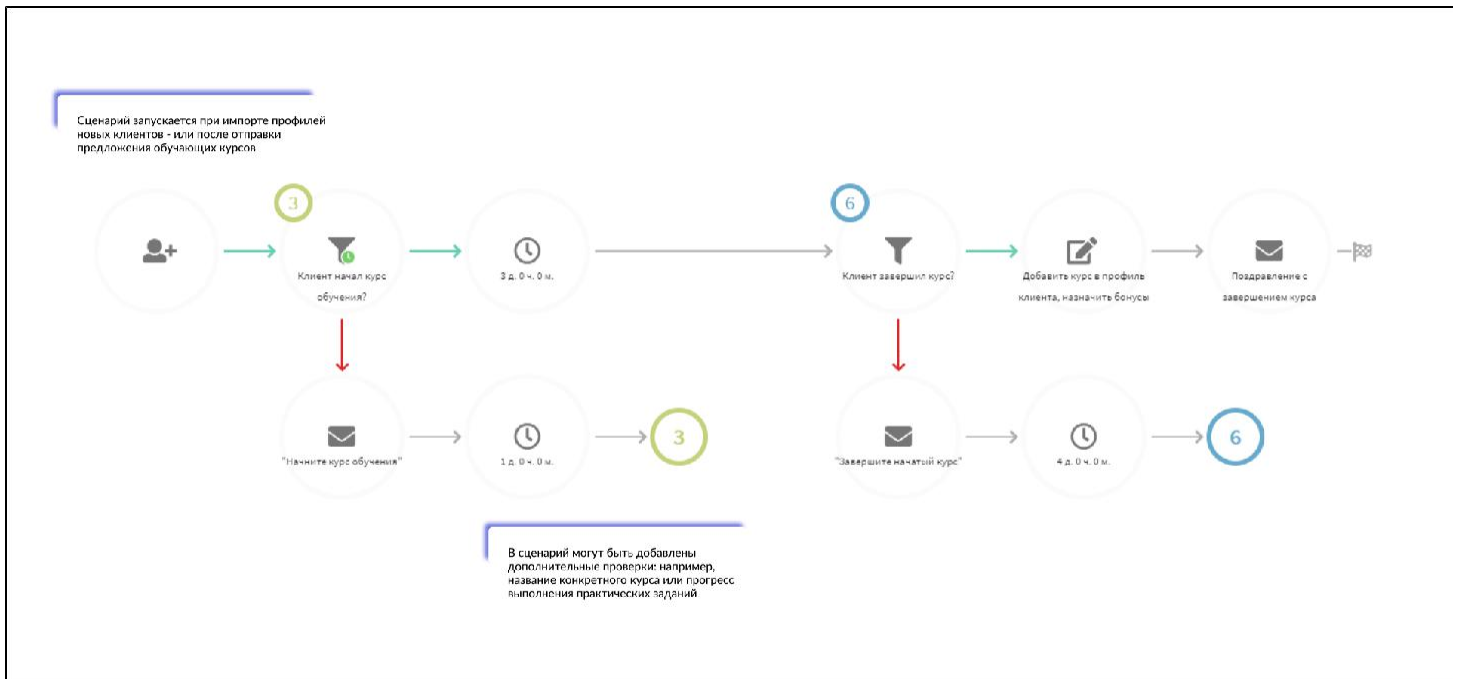
- запуск сценария после выполнения целевого действия
- реактивация клиентов, не проявивших интереса к рассылке
- реактивация клиентов, открывших сайт магазина, но не сделавших покупку
- назначение промокодов на ограниченную часть ассортимента, например - особые промо-товары



Онбординг: обучающие курсы

Один из лучших способов собрать лояльную аудиторию клиентов - научить их самостоятельно разбираться в услугах, которые вы им предоставляете. Наиболее важно это для финансового сектора, так как в разы повышает доверие клиентов к вашей компании: вы становитесь для клиентов не только продавцом услуг, но и авторитетом в своей отрасли.

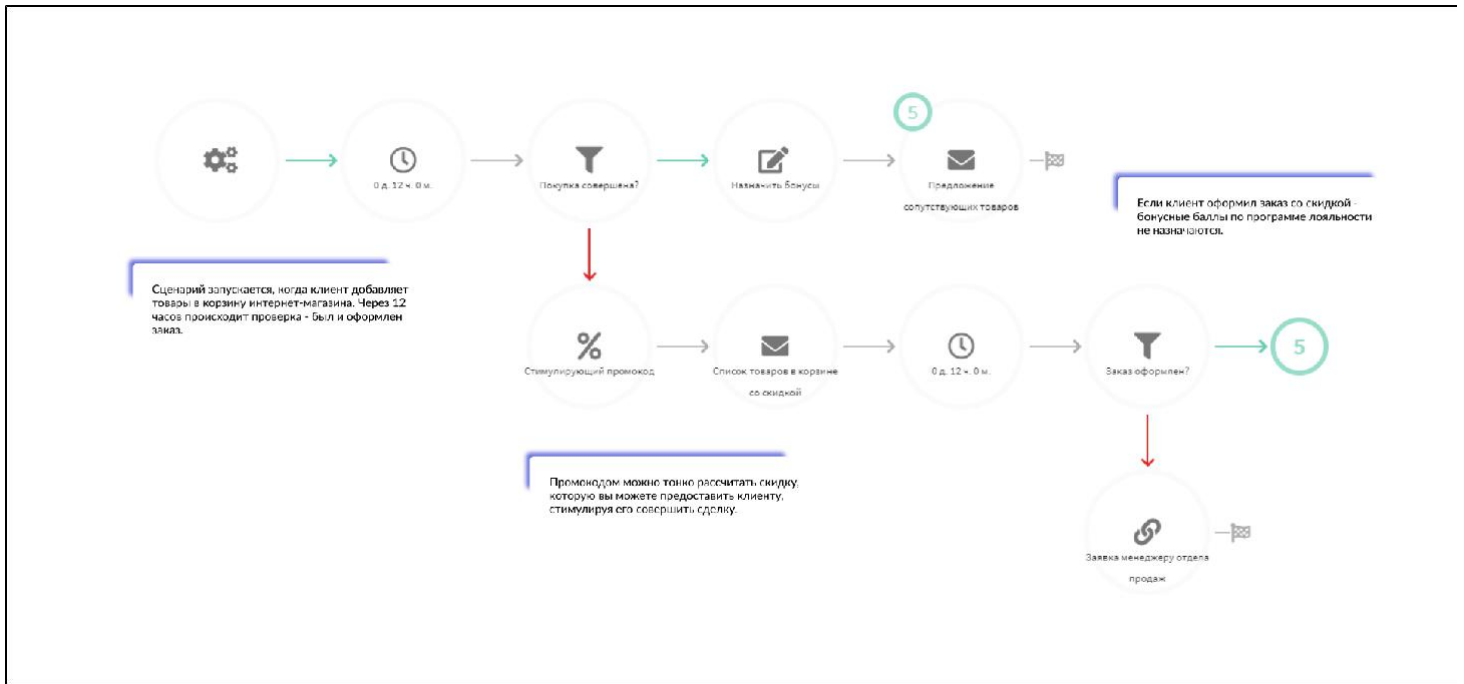
С помощью сценариев Altcraft Platform вы можете сделать процесс обучения интерактивным, своевременно назначая клиентам релевантные курсы обучения - и проверяя их выполнение:



Брошенная корзина

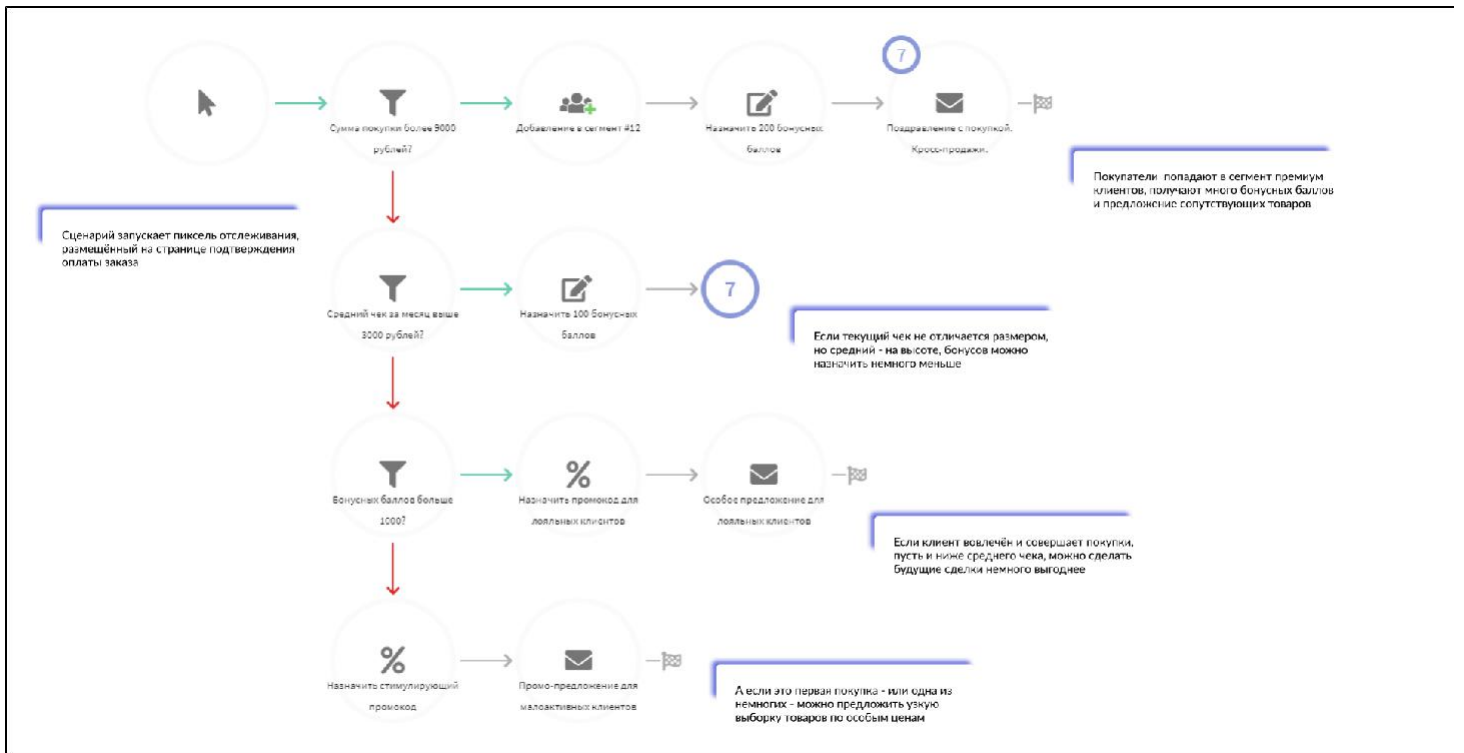
Если потенциальный клиент заинтересовался вашим предложением настолько, что добавил товары в "корзину" - можно увеличить ансы на оформление заказа, напомнив о нём через некоторое время. Если на часть товаров можно предоставить скидку ради удержания клиента - сценарий может автоматически назначить промокод и отправить персональное предложение.

Для запуска сценария используется [вызов API платформы](#).



Управление лояльностью клиентов

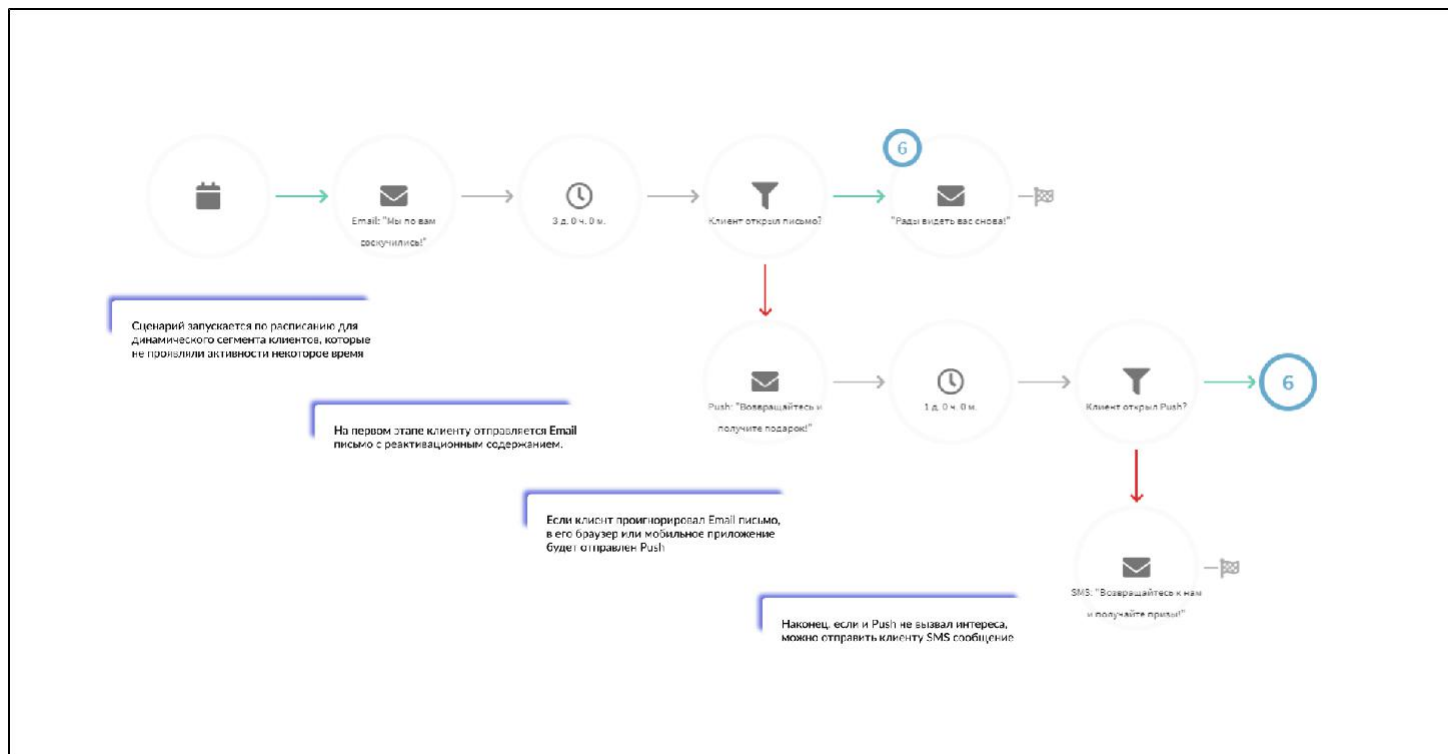
Лояльность клиентов - один из решающих факторов современного рынка. Геймифицируйте процесс коммуникации с клиентом: настройте сценарий, который при каждой покупке будет проверять лояльность по данным заказа, [RFM показателям](#) (средний чек), или уже накопленным бонусным баллам. Такой сценарий повысит активность ваших покупателей:



Оmnиканальная реактивация клиентов

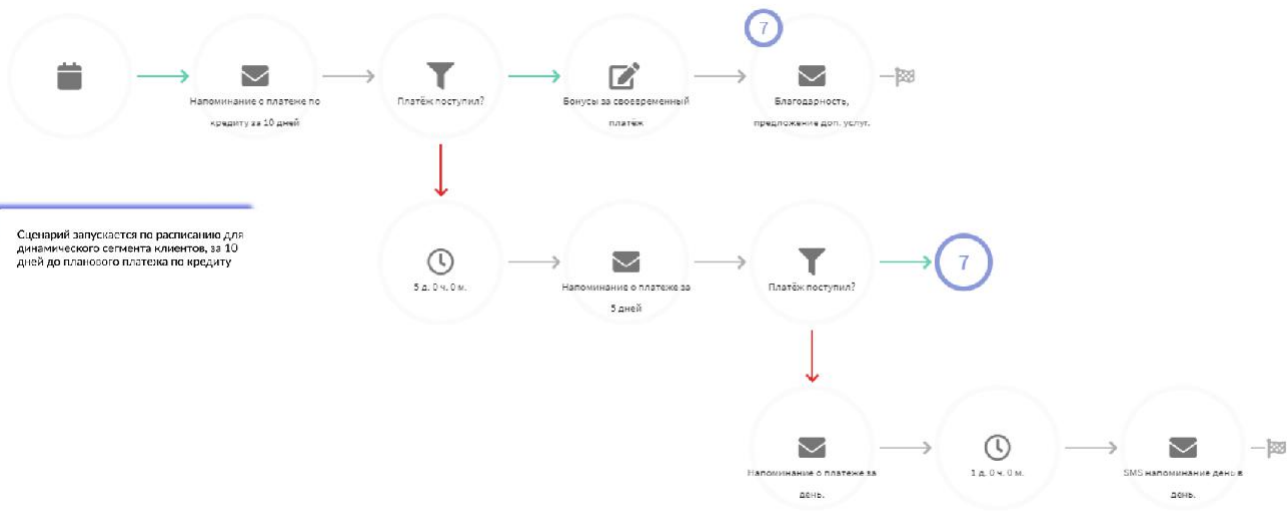
Для малоактивных клиентов вы можете настроить сценарий автоматической реактивации. Для этого используется запуск сценария для сегмента по расписанию. **Динамический сегмент** каждый запуск будет выбирать неактивных клиентов и отправлять их профили в сценарий.

Последовательность действий представляет собой каскадную оmnиканальную рассылку. Вы сможете использовать её не только для реактивации - но и как замену **регулярной кампании**, если вам нужно донести сообщение по любому из доступных каналов связи:



Напоминание о платеже

С помощью сценариев Altcraft Platform можно автоматизировать напоминания о продлении услуг или внесении обязательных платежей по рассрочке или кредиту. **Динамический сегмент** будет выбирать только актуальные данные на момент запуска цепочки. После этого сценарий отправляет серию напоминаний, проверяя после каждого - поступили ли средства:



Сценарий запускается по расписанию для динамического сегмента клиентов, за 10 дней до планового платежа по кредиту

При неоднократном попадании: ⁺

Всегда игнорировать профиль, даже если он не в сценарии

Профиль не может повторно попасть в сценарий, даже если выйдет из нее.

Условие захвата

Из базы данных:

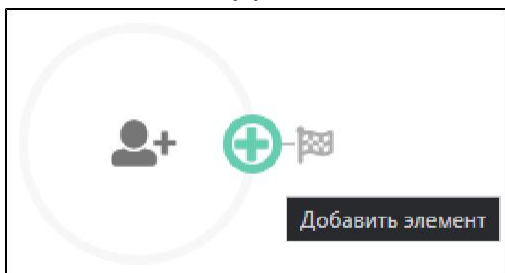
5 - Клиенты B2C 92 465

Событие:

При любом импорте

По расписанию и сегменту

Шаг 2: Создайте кампанию-приветствие



Добавьте первую ноду: нажмите на зелёный плюс около ноды захвата профилей. В открывшемся меню выберите пункт **Триггер**. Откроется форма создания кампании. В ней вы можете выбрать канал коммуникации, аудиторию подписчиков и шаблон сообщения.

Выберем для приветствия Email канал и шаблон для приветствия.

- ✓ Пошаговое создание Email рассылки вы можете найти [здесь](#). Работа с ресурсами подписок описана в [отдельной статье](#).

Кампания

Название элемента:

Имя кампании:

Теги: B2C ✖ Вовлечение ✖ Новые клиенты ✖

Высокий приоритет

Каналы
Выберите канал

Выберите канал

Подписчики
Выберите получателей

Шаблоны
Шаблоны сообщений

Ограничения рассылки ▶

Smart настройки ▶

Шаг 3: Настройте цепочку для активных клиентов

После того, как вы отправили приветственное письмо, часть клиентов его прочтает, перейдёт по ссылке и заключит сделку. Процент тех, кто прошёл по этому пути называется процентом **конверсии** вашей приветственной кампании. Теперь, чтобы повысить этот процент, нужно разнообразить путь клиента (Customer journey). Для этого могут использоваться различные элементы - ноды сценария.

Первый, который подойдёт в данной ситуации - **Пауза (3)**. Добавьте ноду и установите время ожидания, например - день или два.



Дальше с помощью ноды **Условие (4)** отделим тех подписчиков, кто открыл приветственное сообщение и подтвердил регистрацию в первый же день. Вместо подтверждения регистрации вы можете использовать правило "Открыт Email" или "Клик на ссылку". В примере использовано подтверждение подписки в рамках стратегии DOI (double opt-in).

В нодах типа Условие используются правила сегментации профилей. В данном случае нам нужны [правила для истории действий](#).

Условие

Название элемента:

Подтвердил подписку?

Ожидать условие в течение заданного времени

0 Д. 1 Ч. 0 М. Условие будет проверяться разово

Ограничение

От % Диапазон % До %

1 100

Отбор по: Подтверждение подписки

Условие отбора: существует

+ Добавить правило + Добавить группу + Импортировать условия

Эти клиенты скорее всего сильно заинтересованы в покупке - и это хорошо отметить в долгосрочной перспективе. Вы можете с первых шагов наградить клиента бонусными баллами, чтобы потом использовать их для назначения промо-кодов, скидок, подарков. Скоринг - один из элементов геймификации продаж, способный существенно повысить конверсию. Создайте базе профилей **числовое поле** - и с помощью ноды **Обновить данные (5)** увеличьте значение этого поля. Ноду добавьте справа от условия - по зелёной ветке.

Обновить данные

Название элемента:

Приветственные бонусы

Имя + Добавить это поле

LOYALTY_SCORE увеличить на 200

Закреть Сохранить

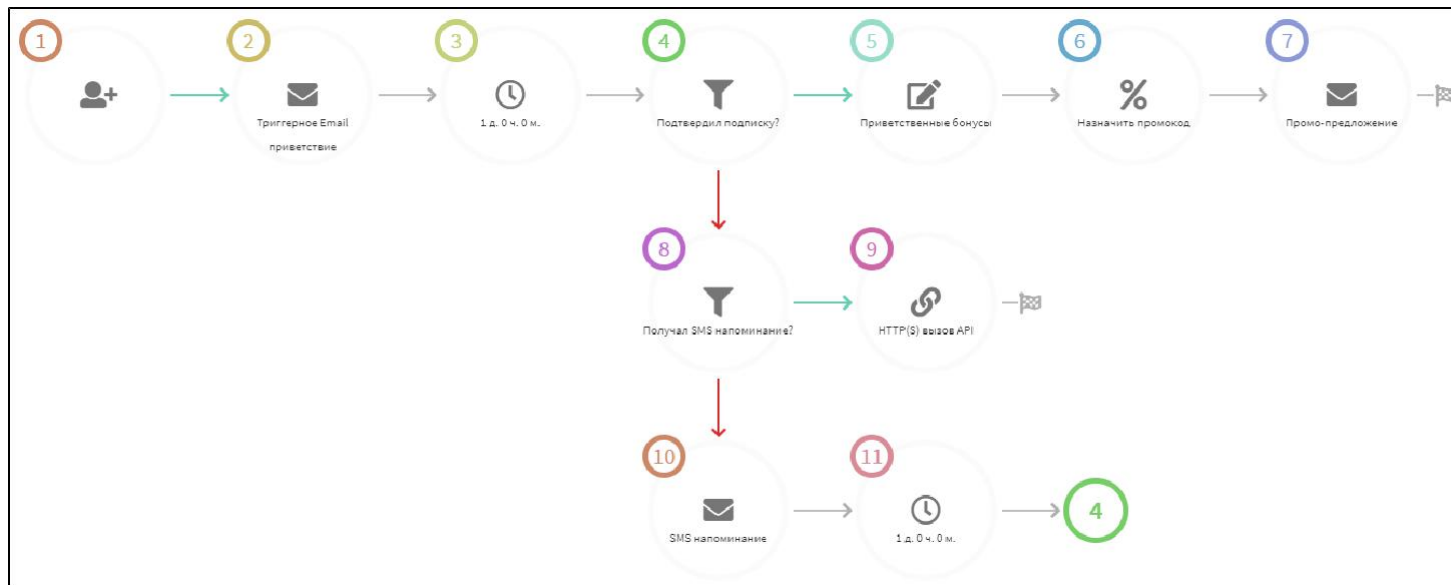
Далее вы можете назначить новым клиентам промокоды (например - на часть товара, служащего специально для разогрева продаж) - и отправить клиентам промо-предложение. Для этого добавьте ноду **Назначить промокод (6)** и **Триггер (7)**.

Промокоды создаются программами лояльности Altcraft Platform. Подробнее вы можете прочитать [в этой статье](#).

Шаг 4: Настройте цепочку для неактивных клиентов

Часть клиентов, кому вы отправили приветствие, могли забыть о нём, не получить, отложить, и т.п. Так что хорошо будет напомнить им о незаконченной регистрации. Лучше всего использовать SMS канал: телефон - неотъемлемая часть жизни, и обычно всегда под рукой у клиента.

Однако, обычно отправлять одно и то же напоминание больше одного раза не всегда целесообразно, и лучше использовать различные тактики реактивации. В примере применим две: сначала отправляется SMS, а если и на него нет реакции - менеджерам или операторам колл-центра отправляется уведомление с контактными данными клиента, и продолжение общения зависит уже от личного созвона.



Чтобы применить две тактики одновременно, добавьте ноду **Условие (8)** для тех, кому хотя бы раз было отправлено SMS напоминание. Выберите правило "Существует отправка SMS".

Условие

Название элемента:

Ожидать условие в течение заданного времени

0 д. 1 ч. 0 м. Условие будет проверяться разово

Ограничение

От % Диапазон % До %

Отбор по: Условие отбора:

Справа (по зелёной ветке) добавьте ноду **Обратная связь (9)**. В ней укажите сетевой адрес, тип запроса и данные, которые нужно передать в колл- центр. Свяжитесь с системными администраторами вашей компании, чтобы получить подробности.

HTTP(S) вызов API

Название элемента:

HTTP(S) вызов API

Тип запроса: GET URL: * http://example.com

Телефон из подписчика Телефоны

+ Добавить параметр запроса

Закреть Сохранить

Вниз от условия (по красной ветке) добавьте ноду **Триггер (10)**, в которой создайте новую или импортируйте готовую SMS кампанию.

✓ Пошаговое руководство по созданию SMS рассылки вы найдёте [здесь](#).

После триггера добавьте **Паузу (11)** - так же как после Email приветствия. Когда время после отправки SMS заканчивается - клиента нужно отправить в начало сценария, на повторную проверку подтверждения подписки в ноду **Условие (4)**. Нажмите на плюс после паузы, выберите **Добавить связь** - и отметьте ноду условия (идентификаторы нод у вас могут быть другие - они присваиваются в момент создания ноды).

Шаг 5: Активируйте и сохраните цепочку

После того, как вы внесли необходимые настройки и сконфигурировали шаги сценария, активируйте и сохраните его. Приветственная последовательность станет отличным началом для эффективного долгосрочного общения с клиентами. В списке сценариев ваша приветственная цепочка будет отображаться в виде плитки. В правой части доступно меню быстрых действий. Открыть сценарий для просмотра и редактирования вы можете, нажав на его название.

Приветственная цепочка

Создано: 2020-04-20 11:16:15 Состояние: ▶ Активная

Обновлено: 2020-07-10 12:43:51 Обработываются: 121

Автор: Boris Yudaev База данных: Клиенты B2C

ID: 2

Теги: Интернет-магазины Онбординг

Группы: Отдел маркетинга

Отдел продаж Отдел развития бизнеса

Описание: Welcome цепочка для посетителей сайта

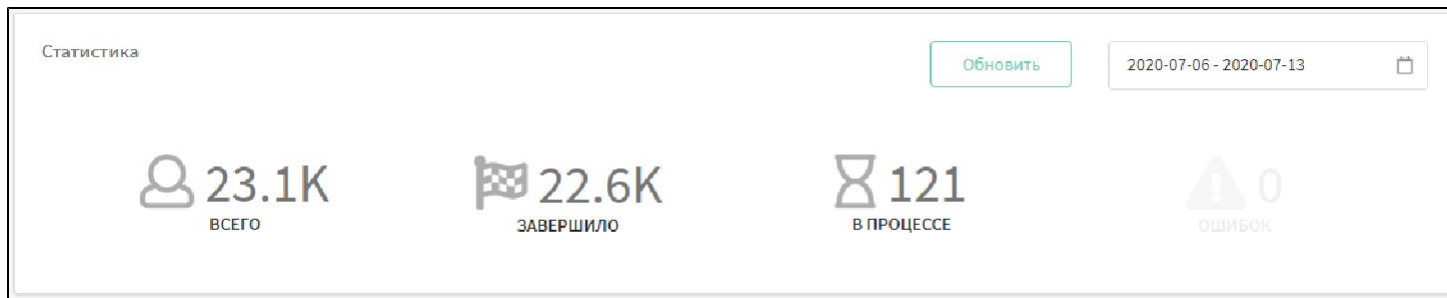
Редактировать

- Редактировать
- Деактивировать
- Клонировать
- Установить группу
- Отправить профили в сценарий
- Удалить

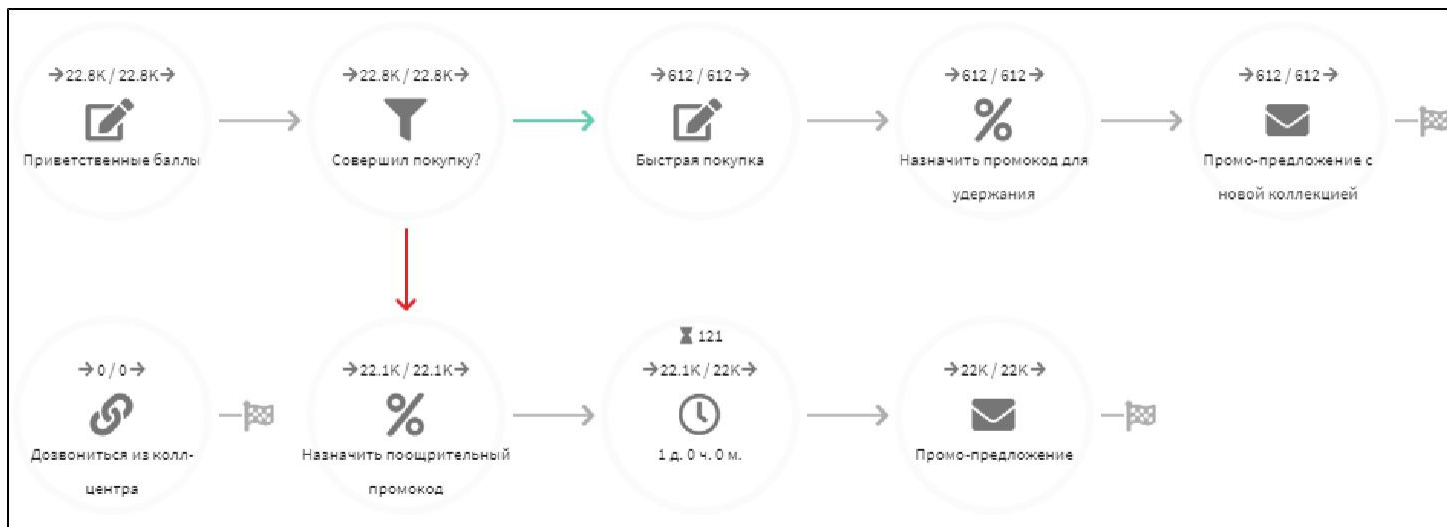
Шаг 6: Оцените эффективность

Оценить эффективность вашего сценария вы сможете, используя несколько аналитических инструментов:

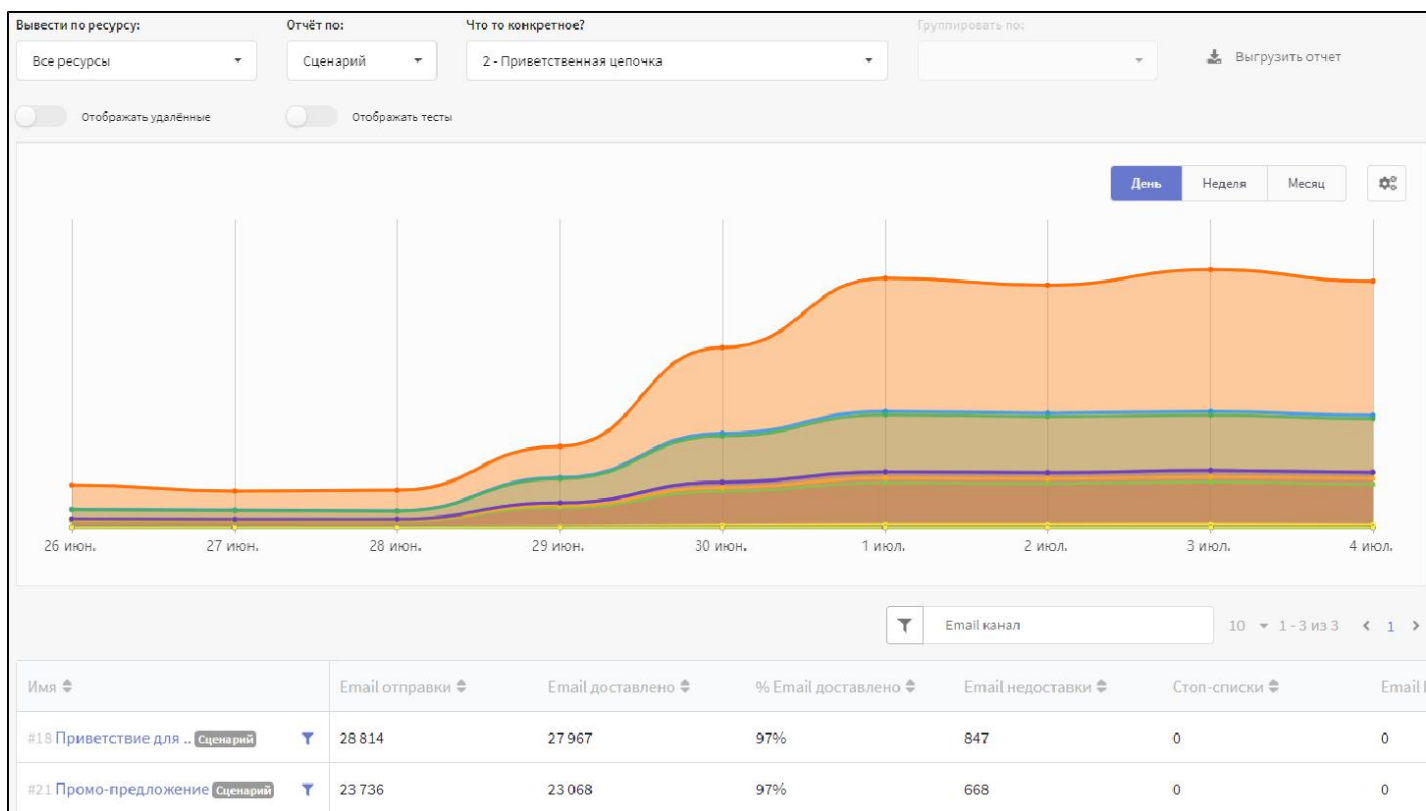
Первый из них - **статистика** внутри сценария. Выберите нужный период и просмотрите показатели прохождения:



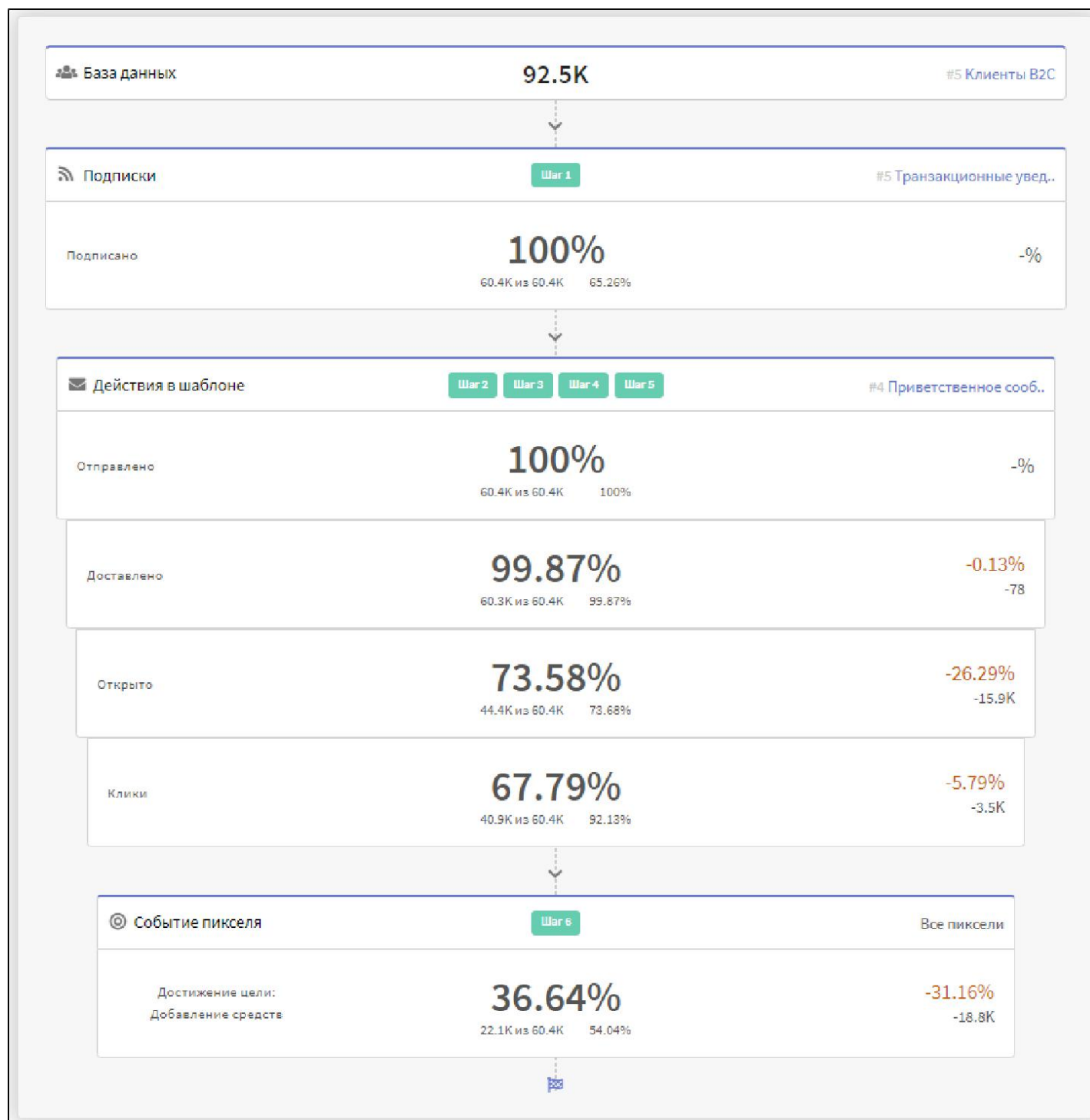
Над каждой нодой сценария отображается количество вошедших и обработанных профилей (пример продолжения цепочки с мотивацией первой покупки):



Второй - **сводный отчёт** по сценарию. Он предоставит подробную информацию по рассылкам в рамках сценария.



Наконец, вы можете добавить кампании и другие события сценария в [отчёт-воронку](#), чтобы ещё увереннее контролировать показатели конверсии. Шагом воронки может быть попадание клиента под условия выборки - или достижение определённой цели (Покупка, Внесение средств).



Программы лояльности

Описание

Программы лояльности используются для увеличения вовлечённости клиента в процесс покупки - и для удержания клиента до совершения следующей покупки.

В этом разделе



Промокоды

Программы лояльности управляют базой **промокодов**, которые могут предоставлять Вашим клиентам доступ к специальным предложениям, акциям, скидкам. Промокоды могут использоваться в [шаблонах сообщений](#) и [сценариях автоматизации](#). Также управление промо-кодами [доступно по API](#).

Промокоды

В этой статье:

- [Описание](#)
 - [Данные](#)
- [промокода Основные](#)
- [настройки Генерация промокодов](#)
 - [Шаблон для генерации](#)
 - [промокодов Обращение к внешнему сервису](#)
- [Настройки промокодов](#)
 - [Генерация промокодов по шаблону:](#)
 - [Импорт из](#)
 - [файла Экспорт](#)
 - [в файл](#)
 - [Просмотр](#)
- [Дополнительные поля данных](#)

Описание

Программа лояльности Altcraft позволяет создавать персональные или универсальные промокоды, которые затем можно применять в различных механиках управления лояльностью клиентов:

- **Персональный** промокод **привязывается** к профилю конкретного клиента для предоставления личных акций, скидок, предложений. **Универсальный** промокод может быть привязан к нескольким профилям клиентов. Может быть использован при организации массовых акций с общими условиями.

Назначение профилям клиентов промокодов доступно вручную и автоматически - кампаниями и сценариями Altcraft. Промокоды можно сгенерировать в интерфейсе **Программ лояльности** - или импортировать из файла.



Расширенное управление промокодами доступно по API. Например, можно отслеживать клиентов, которые воспользовались предложением. Документация API программ лояльности [доступна по этой ссылке](#).

Чтобы перейти к управлению промокодами, в главном меню откройте раздел **Лояльность**. Откроется список с существующими программами лояльности. Для каждой доступно контекстное меню, с помощью которого вы сможете редактировать, клонировать или удалить запись, активировать или остановить программу, назначить группу доступа. В меню также доступен **Просмотр** созданных в программе промокодов.

Чтобы начать новую программу лояльности, вверху страницы нажмите кнопку **+ Создать**:

Данные промокода

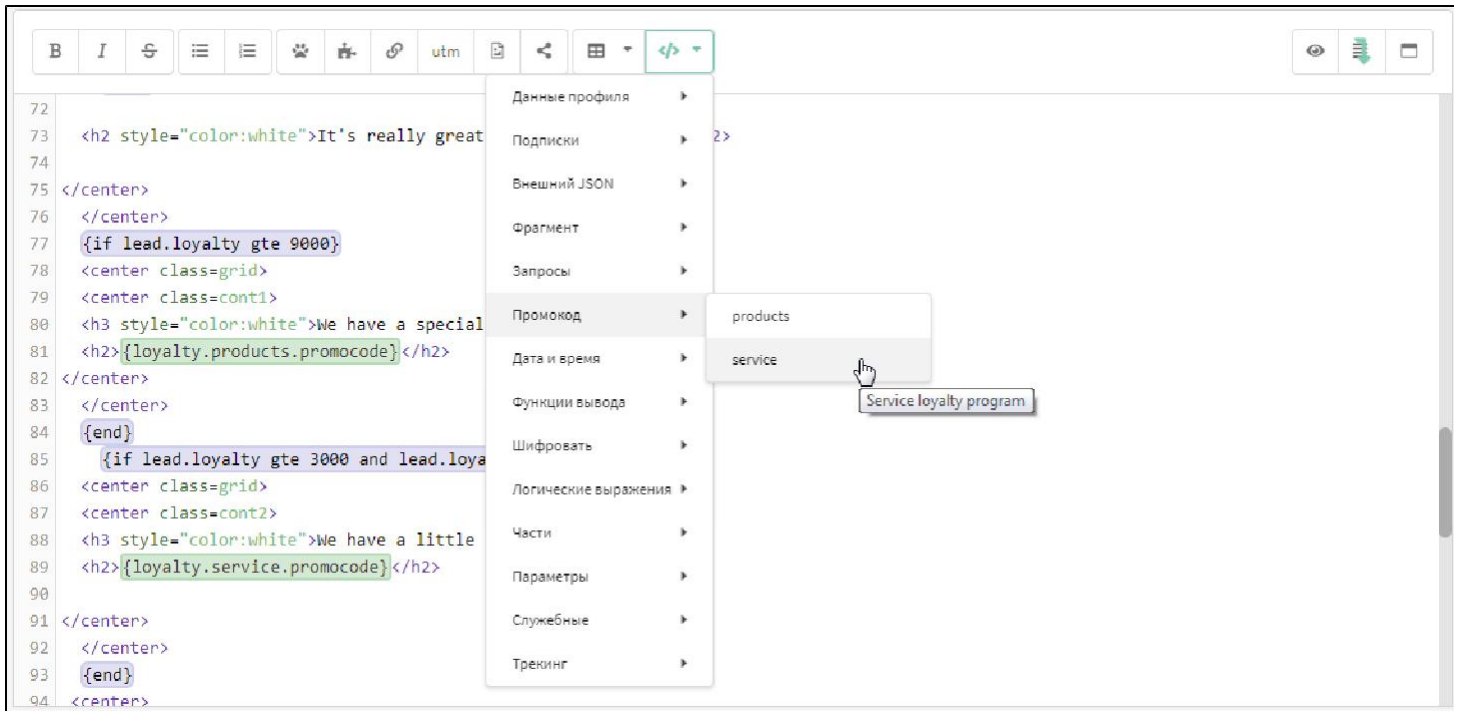
Каждый промокод помимо собственно кода для отправки клиентам содержит

- следующие данные: дата создания и ID программы лояльности
- признак и дата привязки промокода к профилю
- клиента срок действия, информация об
- истечении срока признак и дата активации кода
- клиентом дополнительные поля данных

Основные настройки

В основных настройках укажите **Имя программы лояльности** и введите **Описание**. Также при необходимости **установите группу** доступа:

В поле **Имя шаблона** введите название программы лояльности для использования в [шаблонах сообщений](#). В редакторе шаблона программа лояльности будет доступна в меню переменных `</>` или макросом `{loyalty.name.promocode}`:



Период действия позволит ограничить возможность создания и отправки промокодов в кампаниях и сценариях. Этот параметр не относится к времени действия уже отправленных клиентам промокодов. Установите необходимый диапазон дат и нажмите **Применить**.

✔ В настоящее время доступен только один тип программ лояльности - промокоды.

Генерация промокодов

⚠ Если вы планируете загрузить готовый список промокодов из файла, можете пропустить этот пункт.

В настройках типа генерации задается способ создания промокодов: средствами Altcraft или с использованием внешнего сервиса.

Шаблон для генерации промокодов

Если у вас нет действующей системы управления промокодами или фиксированного списка кодов, вы можете **сгенерировать их в интерфейсе** Альткрафт. Выберите необходимую комбинацию символов из выпадающего меню `</>`:



Обращение к внешнему сервису

Альтернативой является запрос к **внешнему сервису**, который создаст промокоды на вашей стороне:

Способ создания промокодов

Выберите способ создания промокодов: *

Внешний сервис

Выберите тип запроса: * Max batch (1 - 999 999): *

HTTP (JSON) 1000

URL запроса: *

https://api.example.com/v1/

Указывается **URL** сервиса и максимальное количество промокодов в одном запросе. Используется **POST** запрос с **JSON** данными, формат строго определен:

```
{
  account_id: ( ), loyalty_id: ( ),
  loyalty_name: ( ),
  loyalty_shortcode: ( ),
  campaign_id: ( ),
  campaign_name: ( ),
  workflow_id: ( ),
  workflow_name: ( ),
  count: ( ),
  is_test: Bool ( ),
  fields: {
    < >: < >
  }
}
```


Если промокоды запрашивает **кампания** или **сценарий**, добавьте их идентификаторы в запрос. Если передан флаг **is_test**, то промокод не должен быть настоящим, он просто используется для предпросмотра. Все поля, определенные в программе лояльности, будут передаваться вместе с запросом.

В ответе ожидается **список** промокодов, тоже в **JSON**:

```
{
  codes: ( )
}
```

Если есть необходимость с промокодами вернуть **дополнительные поля**, то промокоды нужно возвращать в виде массива объектов:

```
{
  codes:
    { code
      e: ( ), fields:
        {
          < >: < >
        }
    }
}
```

 Для проверки сервиса можно использовать кнопку **Генерировать** в блоке **Настройки промокодов**, при этом на сервис будет отправлен запрос с флагом **is_test**. Если сервис не отвечает или отвечает HTTP ошибкой, то система делает еще несколько попыток и затем возвращает ошибку.

Настройки промокодов

Сконфигурируйте программу лояльности под вашу бизнес-логику в блоке **Настройки промокодов**. Помимо настроек в этом блоке доступны команды генерации, импорта, экспорта и просмотра промокодов.

- **Сценарий может создавать промокоды, если их не хватает** - разрешает сценариям автоматизации генерировать промокоды по шаблону. В сценарии нужно добавить шаг **Назначить промокод**. Сами коды генерировать в таком случае нет необходимости.
- **Кампания может создавать промокоды, если их не хватает** - разрешает Кампаниям генерировать промокоды по шаблону. При отправке клиенту шаблона с использованием переменной программы лояльности будет сгенерирован и отправлен новый промокод. Сами коды генерировать в таком случае нет необходимости.
- **Один промокод может быть назначен нескольким профилям** - с помощью этой опции вы можете использовать один промокод для группы клиентов. Кампания или сценарий в таком случае будут назначать первый активный промокод программы лояльности.

- **Максимум промокодов** - общее возможное количество промокодов в программе лояльности.
- **Время жизни** - срок действия промокодов программы лояльности. По его истечении код считается истёкшим и не может быть прикреплен, отправлен или активирован.

Настройки промокодов

Сценарий может создавать промокоды, если их не хватает

Кампания может создавать промокоды, если их не хватает

Один промокод может быть назначен нескольким профилям

Максимум промокодов текущее количество: 0

Время жизни д. ч. м.

Чтобы приступить к генерации промокодов, пожалуйста, сохраните изменения.

✔ Время жизни промокода может быть дольше, чем период действия программы лояльности. Если программа завершена, коды нельзя будет назначить и отправить клиентам, однако отправленные коды могут быть использованы клиентами, пока срок их действия не истёк.

Генерация промокодов по шаблону:

При нажатии кнопки **Генерировать** откроется модальное окно с предпросмотром промокода по установленному шаблону. Будет предложено выбрать количество кодов и заполнить дополнительные поля, если они есть в программе лояльности. После генерации, в зависимости от количества промокодов они сразу обновятся в интерфейсе или будет создана задача на их создание:

Генерировать промокоды

Предпросмотр результата

PGVF-5460-GXKCS372498160

Выберите количество

Игнорировать лимит

Дополнительные поля

event_name

Так будет выглядеть генерируемый промокод

После генерации, в зависимости от количества промокодов они сразу обновятся в интерфейсе или будет создана задача на их создание.

Импорт из файла

При нажатии кнопки **Импорт из файла** будет предложено загрузить колоночный файл (CSV, XLS) с промокодами в систему, выбрать колонку с промокодами и запустить импорт кнопкой вверху страницы:

New products launch promo

Перетащите файлы сюда или кликните здесь для загрузки

.zip .tar.gz .xls .xlsx .csv .txt

promo codes import.csv

	Использовать	Пропустить	Пропустить
1	promo_code	regdate	vip
2	84f509dbabb514c9f826b3fdfa306593	2019-01-02T13:17:04Z	TRUE
3	c1bd711cada86eaa98fa92ec2e5737d3	2019-02-12T08:51:56Z	FALSE
4	90425cf1db13eddf4961e5e49d4f2e14	2019-02-01T20:58:23Z	TRUE
	87c35772c0516621552101f21f28ff89	2019-01-25T04:37:09Z	FALSE

Пропустить строк:

1

Экспорт в файл

При **Экспорте** вместе с промокодами можно выгрузить поля подписчикам, которым эти коды назначены. Выберите поля из выпадающего меню - и нажмите **ОК**, чтобы экспортировать файл в формате CSV:

Экспорт промокодов

Добавить поля из профиля:

Email ✕ | Имя ✕ | Фамилия ✕ |

Телефоны

Дата рождения

Пол

Дата рег.

IP адрес рег.

Город рег.

Страна рег.

Ссылка рег.

Просмотр

Просмотр

По нажатию кнопки **Просмотр** откроется список созданных в программе лояльности промокодов. По каждому будет отображаться краткая информация. Из списка можно удалить любой промокод вручную:

New products launch promo

[К программе](#)

Сортировать

1 - 10 из 2К

WZPU-8250-HZWT2680794135

Удалить

Создано: 2019-03-22 06:48:22

Привязан: Да

Дополнительные поля: Нет данных

Обновлено: 2019-03-22 06:48:53

Кол-во привязанных: 1

Создан:  Aleksei Kravtsov

Активирован: Нет

ID: 5c948536e7d8b93152c1a216

Время жизни: вечно

DUEF-8729-PRBN6859021374

Удалить

Создано: 2019-03-22 06:48:22

Привязан: Да

Дополнительные поля: Нет данных

Обновлено: 2019-03-22 06:48:53

Кол-во привязанных: 1

Создан:  Aleksei Kravtsov

Активирован: Нет

ID: 5c948536e7d8b93152c1a217

Время жизни: вечно

Дополнительные поля данных

Дополнительные поля запрашиваются при генерации и будут отправлены на внешний сервис, если он используется. При необходимости эти поля могут быть сохранены в промокод. Если внешний сервис возвращает поля с такими же названиями, то они также будут обновлены в промокоде.

Дополнительные поля

Имя поля

Тип

Значение по умолчанию

Акция

Строка

Чёрная пятница

Добавить поле

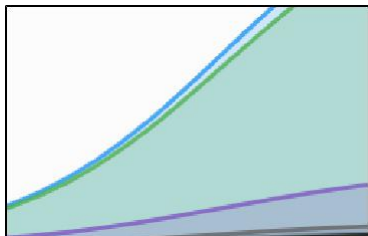
Сохранить значения в промокод при генерации

Отчеты и аналитика

Описание

Аналитические отчёты позволяют в реальном времени отследить эффективность кампаний и уверенно принимать решения: как в текущий момент, так и в долгосрочной перспективе. От детальной статистики по каждому каналу коммуникации и выполнению целевых действий до когортных и LTV отчётов, предоставляющих данные о степени вовлечённости ваших подписчиков.

Сквозная аналитика



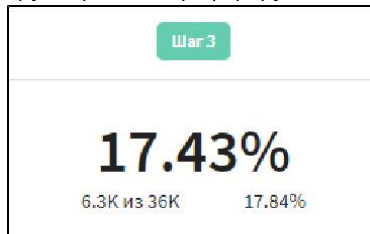
Сводный отчёт

Детальная статистика по **Кампаниям** с числовыми и процентными показателями для **Email, Push** и **SMS** каналов связи. Различные виды группировки показателей: по ресурсам, базам данных, шаблонам сообщений, доменным группам Email. Детальная статистика по кампаниям в рамках **Сценария** (цепочки) автоматизации.



Отчёт по целевым действиям

Аналитика посещения сайта и выполнения конкретных целевых действий, а также связанных с действиями числовых значений: прибыли от покупки, комиссии партнёра, количества бонусных баллов и т. п. Данные по известным и анонимным профилям, группировка по рефереру и данным устройств клиентов.



Воронка конверсии

Отчёт, в котором вы можете рассчитать конверсию всей вашей стратегии - или определённой акции. Отчёт предоставляет информацию о прохождении выбранных вами шагов для группы клиентов.

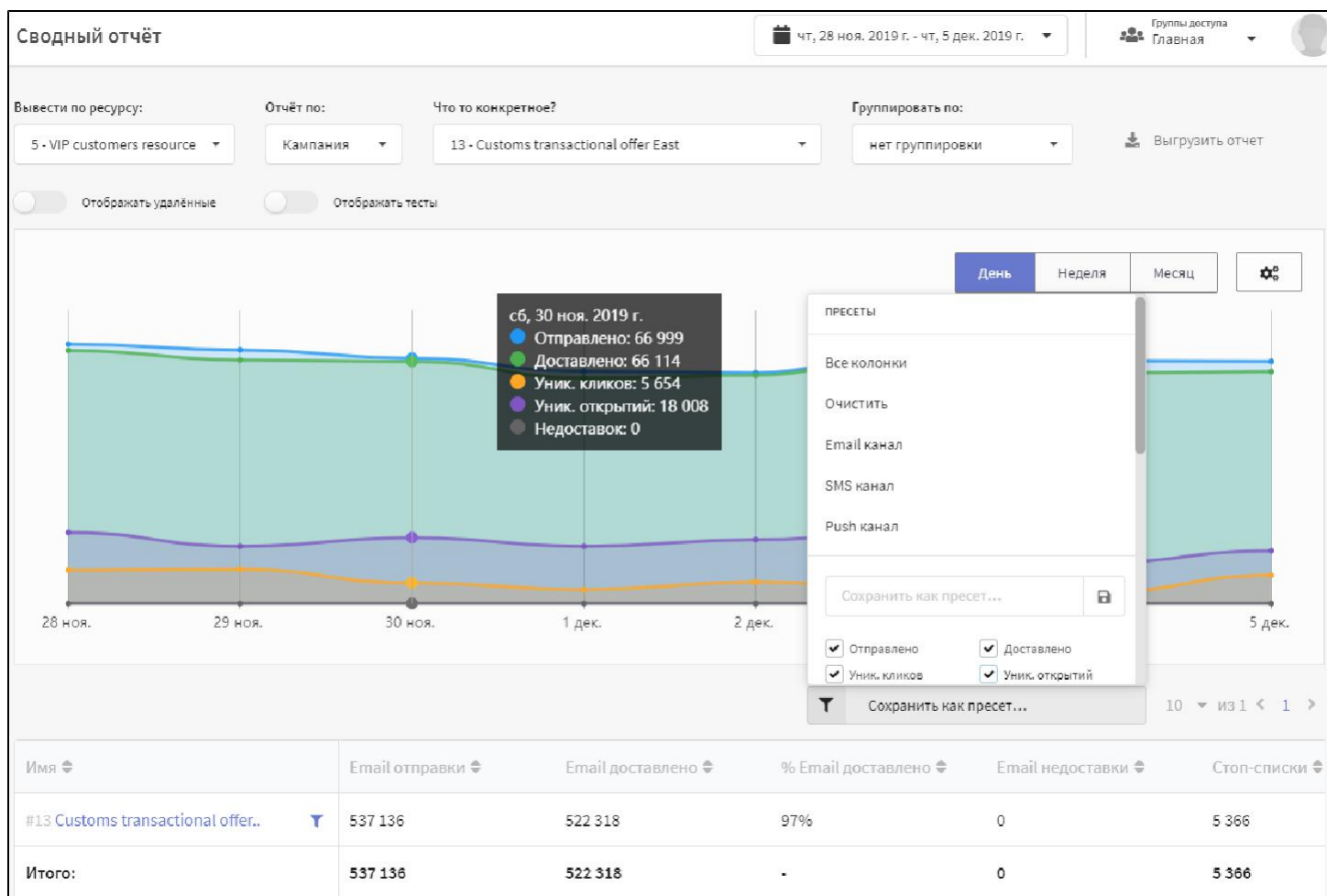
Сводный отчёт

В этой статье:

- [Описание](#)
- [Группировка объектов для анализа](#)
 - [Сводный отчёт по кампаниям в сценарии \(NEW\)](#)
- [График](#)
- [Показатели эффективности](#)
 - [Принцип расчёта относительных показателей](#)

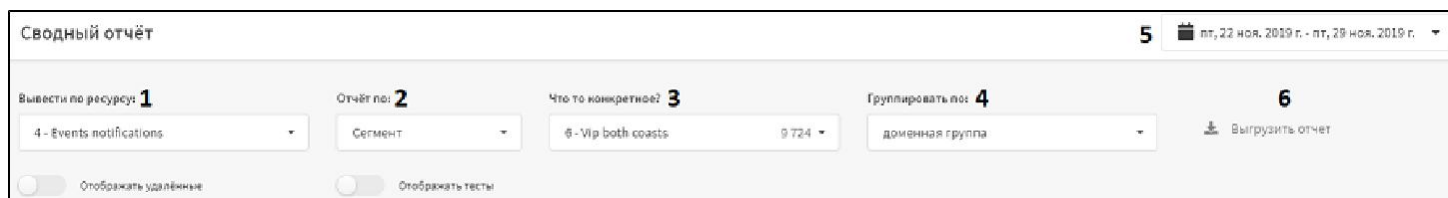
Описание

Сводный отчёт предоставляет детальную статистику по коммуникациям с числовыми и процентными (**CTR** и **OR**) показателями. В отчёте доступны пресеты для **Email**, **Push** и **SMS** каналов связи и различные виды группировки показателей: по ресурсам, базам данных, шаблонам сообщений, доменным группам Email.



Группировка объектов для анализа

По умолчанию сводный отчёт показывает данные по всем рассылкам. С помощью настроек в верхней части страницы вы можете выбрать только необходимую информацию:



В зависимости от выбранного типа отчёта данные можно дополнительно **сгруппировать**, чтобы просмотреть статистику по разным срезам и наборам показателей. **Зелёным цветом** выделены объекты, для которых доступны дополнительные группировки:

Ресурс	Тип объекта	Объект	Группировка
Отчёт по конкретному ресурсу или по всем	Кампани	Выберите конкретный объект для формирования Исключение здесь составляют домен, поставщик, день, месяц, неделя, окружение - такие отчёты аналогичны соответствующим типам группировки	доме
	Сценарий		
	База		доменная группа
	данных		база
	Шаблон		сообщени
	Ресур		ресур
	Доменная группа		push
	Домен		поставщ
	Поставщ		по
	Ден		по
	Недел		по
	Меся		по
	Окружен		окружен
	Сенде		сенде

Кнопка "**Отображать удаленные**" добавит в отчёт информацию по удаленным объектам. Кнопка "**Отображать тесты**" добавит тестовые отправки.

Период, за который вы хотите получить отчёт, настраивается в верхней части страницы (5).

Экспортировать отчет по таблице в виде MS Excel и CSV можно нажав кнопку **Выгрузить отчёт** (6).

Сводный отчёт по кампаниям в сценарии (NEW)

Чтобы просмотреть детальную статистику по всем кампаниям, созданным в рамках **Сценария автоматизации**, выберите тип объекта **Сценарий** - и необходимую последовательность взаимодействия.

Вывести по ресурсу: Все ресурсы

Отчёт по: Сценарий

Что то конкретное?: 1 - Follow-up workflow

Группировать по:

Отображать удалённые Отображать тесты

График

На основе выбранных данных сводный отчёт формирует график, позволяющих отследить эффективность ваших действий в динамике: по **дням, неделям и месяцам** выбранного периода. Показатели, которые необходимо визуализировать, вы можете выбрать, нажав на кнопку настройки:

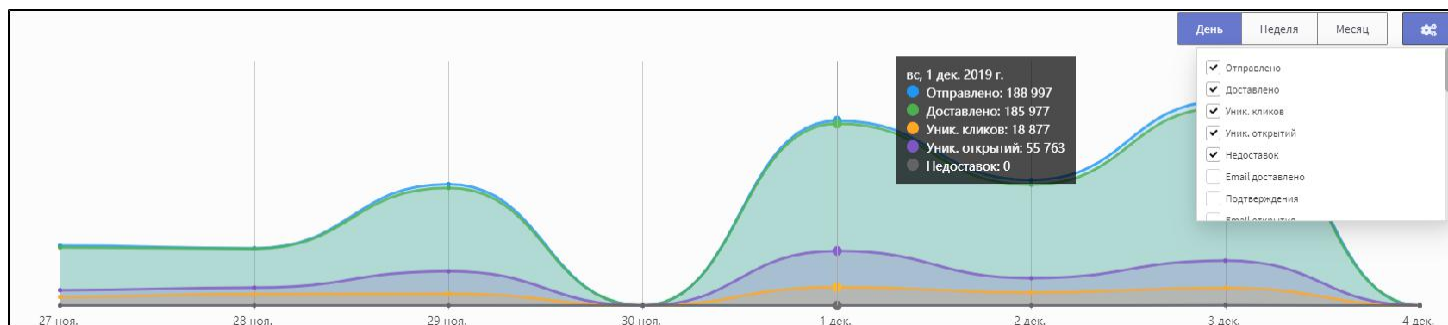
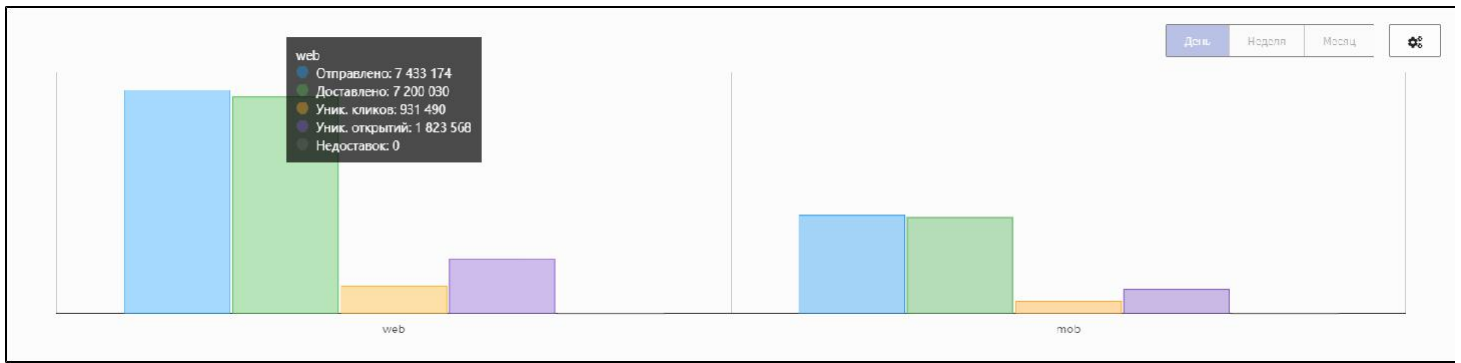


График для **доменных групп, доменов, поставщиков и окружения** представлен в виде столбцов:



Показатели эффективности

Сводные данные отчёта отображаются в виде таблицы в нижней части страницы. Доступно более 70 различных показателей эффективности. Вы можете выбрать только необходимые вам метрики в выпадающем меню. Для удобства можно использовать **пресеты** - готовые наборы показателей.

✔ Вы можете воспользоваться поиском по тэгам, чтобы дополнительно сгруппировать данные. Вы можете добавить произвольные тэги к любой кампании, базе данных, шаблону - и другим объектам.



Принцип расчёта относительных показателей

✔ **Уникальным действием** (открытием или кликом) считается действие одного подписчика, совершённое как минимум по прошествии 24 часов с момента совершения аналогичного действия (например, открытие одного и того же письма).

Таким образом, два открытия сообщения в разные дни будут считаться двумя уникальными событиями.

Если вам нужно рассчитать **точное количество клиентов**, совершивших действие - создайте [отчёт по конверсии](#) или [сегмент](#).

% Email	Email доставлено / Email
% Email	Уник. email открытия / Email
% Email	Уник. email клики / Уник. email
% Email	Email жалобы / Email
% Email hard	Email hard bounces / Email
% Email soft	Email soft bounces / Email
% Email	Отписки / Email

% Email	Email прочтений /
% Email	Email ответы /
% SMS	SMS доставлено / SMS
% Push	Push доставлено / Push
% Push	Уник. push открытия / Push
% Push	Уник. push клики / Уник. push
% SMS CTR	Уник. SMS клики / SMS

Когортный отчёт

В этой статье:

- [Описание](#)
- [Формирование](#)
- [отчёта График](#)
- [Показатели активности](#)

Описание

Когорта – это группа подписчиков, привлечённых в определённый временной промежуток. Панельный анализ помогает проследить изменения в активности каждой когорты с течением времени.

✔ Сравнивая когорты и даты акций по привлечению клиентов, можно спрогнозировать эффективность будущих или недавно проведённых акций.

Формирование отчёта

Начните работу с выбора **периода** для составления отчёта (в верхней части страницы). Далее выберите **базу профилей** для исследования и **ресурс**, на который подписаны клиенты:

Размер когорты может быть равен **неделе** или **месяцу**. Это и есть временной промежуток, когда клиенты были импортированы в базу данных.

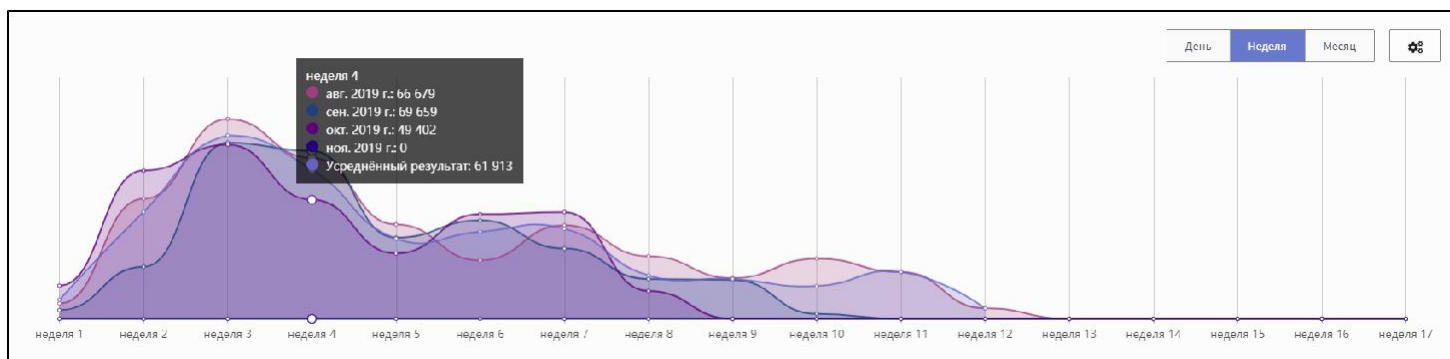
В меню **Значение когорты** выберите показатель, по которому хотите произвести оценку активности когорты:

- количество уникальных
- кликов количество уникальных открытий
- отношение уникальных кликов к открытиям
- отношение уникальных открытий к отправленным сообщениям
- отношение уникальных кликов к отправленным сообщениям

✔ Справа от настроек находится кнопка **Выгрузить отчёт**, с помощью которой вы можете экспортировать данные в формате XLS или CSV.

График

На графике наглядно отображается активность когорт подписчиков: доступны режимы визуализации по дням, неделям и месяцам **периода** формирования отчёта. С помощью кнопки настройки графика вы можете убрать или добавить определённые когорты - или усреднённый показатель по всем группам клиентов:



Показатели активности

В таблице под графиком отображаются показатели активности по всем группам подписчиков за выбранный **период** (в зависимости от **Значения когорты**), а также усредненный результат.

Когорты / Интервалы	неделя 1	неделя 2	неделя 3	неделя 4	неделя 5	неделя 6	неделя 7
● Усреднённый результат	7 841	44 312	76 052	61 913	33 316	36 150	37 404
● авг. 2019 г.	6 404	49 809	82 876	66 679	39 147	24 249	38 819
● сен. 2019 г.	3 647	21 636	73 052	69 659	33 693	40 829	29 147
● окт. 2019 г.	13 773	61 491	72 248	49 402	27 107	43 401	44 247
● ноя. 2019 г.	0	0	0	0	0	0	0

Время жизни

В этой статье:

- [Описание](#)
- [Настройки отчёта](#)
- [График когорт по времени жизни](#)
- [Динамика активности клиентов](#)

Описание

Время жизни показывает среднее время жизни подписчика в [когорте](#). Подписчик считается активным пока кликает на ссылки в сообщениях.

Подсчёт времени происходит с учётом количества активных подписчиков, за каждый день.

- В когорте выбирается максимальное количество кликов за день.
- Затем клики за каждый день в отчётном периоде делятся на это число. Таким образом учитывается вес каждого дня в общей сумме. Сумма результатов деления - это время жизни когорты подписчиков (в днях).
- Если количество кликов за какой-то день < 5% от максимума, то он не попадает в сумму.

Настройки отчёта

В верхней части страницы выберите **период** для формирования отчёта. Чтобы узнать время жизни определенной когорты, нужно выбрать **базу данных**, в которую импортировались пофилы. Если вам нужно отследить активность по конкретному [ресурсу подписки](#) - выберите ресурс в выпадающем меню.

Далее выбирается **размер когорты**: новые клиенты за неделю - или за месяц.

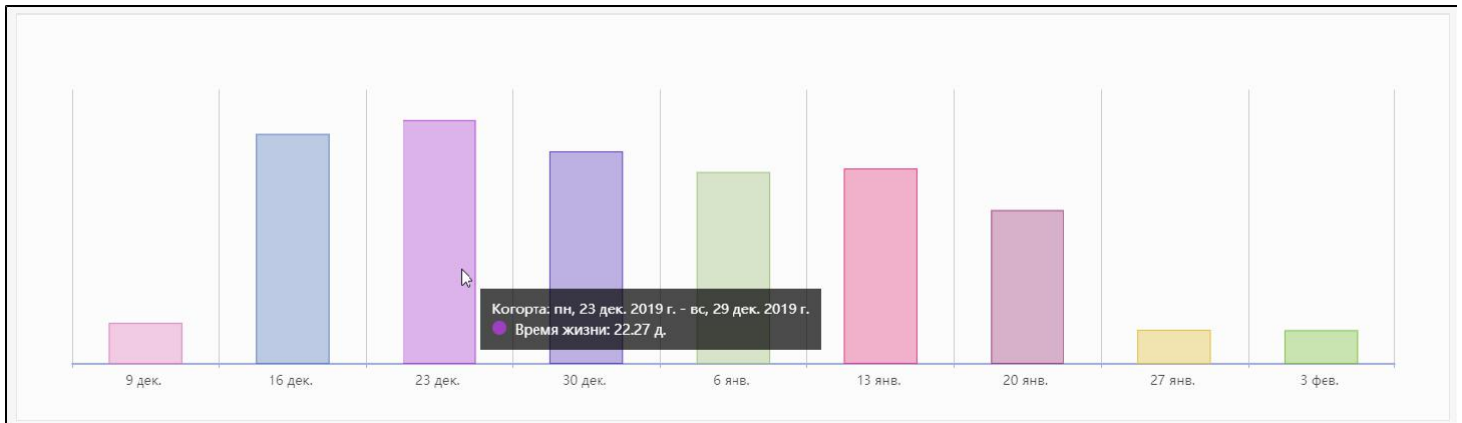
Время жизни пн, 30 дек. 2019 г. - сб, 15 фев. 2020 г. Группы доступа Главная

База данных: 4 - Лояльные клиенты 9 729 Ресурс: Все ресурсы Размер когорты: Недельные подписки Выгрузить отчет

✔ Отчёт по времени жизни когорт можно выгрузить в формате MS Excel и CSV.

График когорт по времени жизни

График отображает когорты клиентов по максимальному времени жизни: так вы можете отследить, когда привлечение новых подписчиков оказалось наиболее эффективно в долгосрочной перспективе. При наведении на когорту отображается её среднее время активности:



Динамика активности клиентов

Строки таблицы показывают активность подписчиков когорты относительно максимальной активности в этой когорте - для каждого **дня, недели или месяца периода** отчёта. Отслеживая динамику активности, вы сможете принять меры по увеличению вовлечённости клиентов:

	День	Неделя	Месяц			
Когорты / Интервалы	День 1	День 2	День 3	День 4	День 5	День 6
9 дек. 2019 г. - 15 дек. 2019 г.	37.09%	15.30%	8.56%	6.34%	8.46%	6.31%
16 дек. 2019 г. - 22 дек. 2019 г.	58.72%	69.72%	87.16%	51.38%	100.00%	92.66%
23 дек. 2019 г. - 29 дек. 2019 г.	66.39%	82.35%	57.98%	82.35%	85.71%	64.71%
30 дек. 2019 г. - 5 янв. 2020 г.	44.68%	57.45%	79.79%	92.55%	100.00%	40.43%
6 янв. 2020 г. - 12 янв. 2020 г.	36.43%	34.88%	69.77%	100.00%	89.92%	72.87%
13 янв. 2020 г. - 19 янв. 2020 г.	70.63%	67.46%	74.60%	92.06%	100.00%	71.43%
20 янв. 2020 г. - 26 янв. 2020 г.	66.67%	63.25%	98.29%	100.00%	86.89%	68.38%
27 янв. 2020 г. - 2 фев. 2020 г.	100.00%	36.43%	19.94%	20.36%	16.07%	12.88%
3 фев. 2020 г. - 9 фев. 2020 г.	100.00%	23.97%	25.77%	21.91%	26.55%	15.98%

Воронка конверсии

В этой статье:

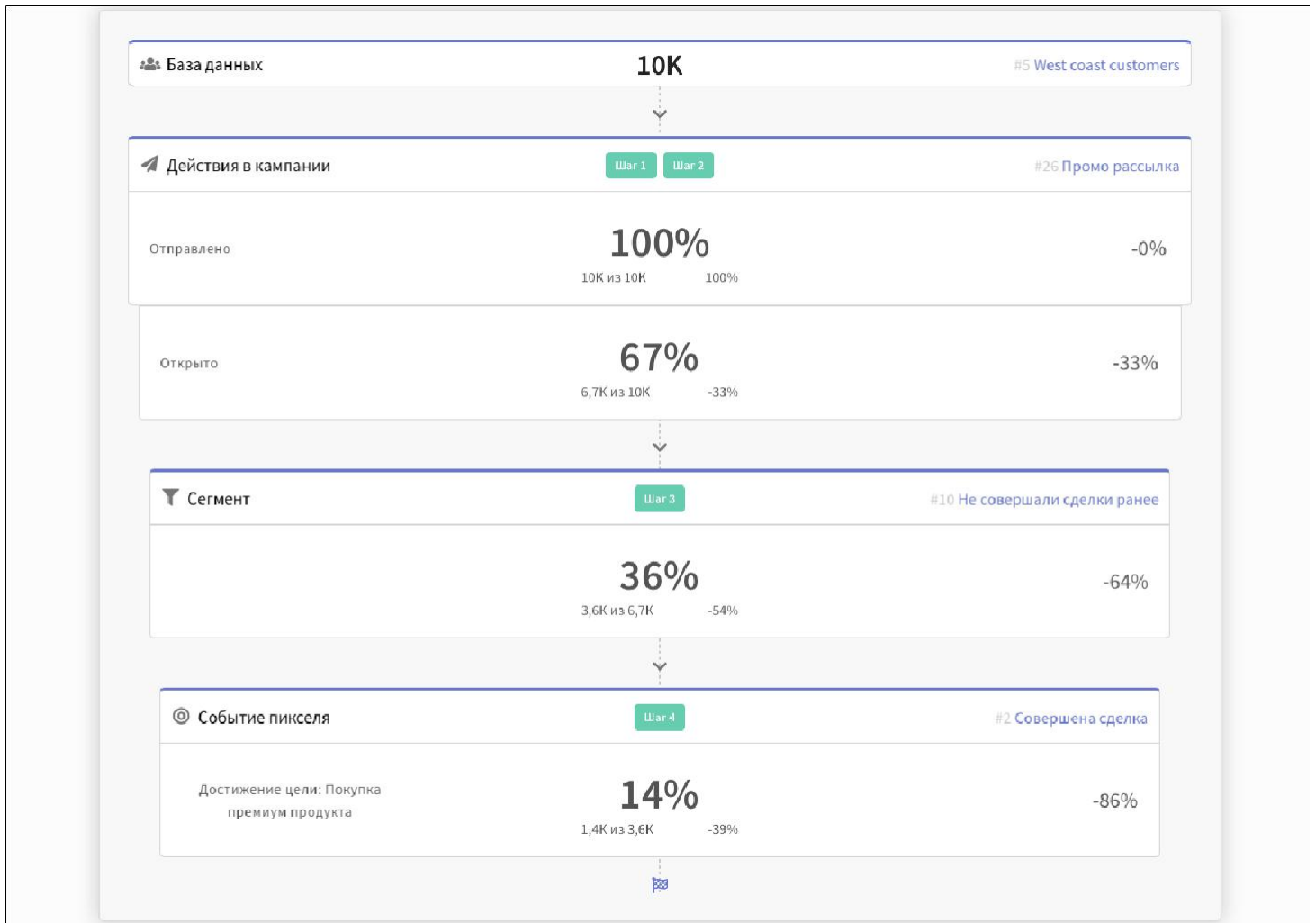
- [Описание](#)
- [Расчёт периода](#)
- [конверсии](#) [Создание и настройка отчёта](#)
 - [Сегмент](#)
 - [Действия в шаблоне Действия](#)
 - [в кампании](#)
 - [Событие пикселя](#)
 - [Подписки](#)

Описание

Воронка - наиболее полезный отчёт, если вы хотите отследить конверсию всей вашей стратегии - или отдельных кампаний (в широком смысле слова).

Отчёт представляет собой последовательность шагов, по которым проходит группа ваших клиентов. Эта группа определяется первым настроенным шагом воронки. Далее отчёт показывает, какое количество клиентов перешло на следующий шаг - тем самым сужая выборку.

Анализируя динамику прохождения воронки, вы можете оперативно принять меры по повышению конверсии на определённых этапах коммуникации.



Расчёт периода конверсии

Так как отчёт-воронка собирает данные из разных источников, расчёт может в некоторых случаях занять продолжительное время. Чтобы оптимизировать процесс работы с отчётом, для него периоды дат рассчитываются и сохраняются в платформе.

В меню воронок **выберите** готовый **отчёт** и интересующий вас расчётный **период**. Вы также можете добавить новый период отчёта или пересчитать текущий.

Из меню **Действия с отчётом** можно выгрузить, редактировать, клонировать и удалить текущий отчёт.

Сегмент Шаг 1

Тип сегмента
Новый

От % Диапазон % До % Условие

1 100 И

Статус профиля подписан

+ Добавить правило + Добавить группу

Шаг воронки "сегмент" не учитывает выбранный период, он работает в реальном времени, как фильтр.

Действия в шаблоне

Действия в шаблоне фиксируют профили, совершившие заданные действия в выбранном шаблоне. Информация по действиям в шаблоне представляет из себя количество событий (отправлено, доставлено, открыто, клики) по выбранному каналу.

Каждый тип действия добавляет новый шаг воронки.

Действия в шаблоне Шаг 1

Выберите шаблон
13 - The world of tomorrow V.2 Email Push SMS

Выберите канал * Выберите действия *

Email Push SMS Отправлено Доставлено Открыто Клики

Действия в кампании

Позволяет осуществить подсчет профилей по количеству совершенных заданных действий по выбранному каналу связи в кампании.

Каждый тип действия добавляет новый шаг воронки.

Действия в кампании Шаг 1

Выберите кампанию
4 - Custom shop Porsche promo Email Push SMS

Выберите канал * Выберите действия *

Email Push SMS Отправлено Доставлено Открыто Клики

Событие пикселя

Информация о посещении сайта или выполнении определённого действия. Выберите **пиксель**, по которому будут отобраны события. Это могут быть:

- **Посещение пикселя** - любое событие выбранного пикселя.
- **Достижение цели** - событие достижения клиентом конкретной **цели**. Дополнительно для цели можно указать минимальную общую прибыль:

Событие пикселя Шаг 1

Выберите пиксель Событие

2 - Purchase made pixel Достижение цели

Выберите цель * Общая прибыль, не менее

Test product name 500

Подписки

Этот шаг фиксирует профили тех, кто подписался на этот ресурс и канал. Информация по подпискам даёт сведения о количестве подписавшихся. Для того, чтобы узнать информацию о совершенных подписках **выберите ресурс**.

Подписки Шаг 1

Выберите ресурс

5 - VIP customers resource Email Push SMS

Цели

В этой статье:

- [Описание](#)
- [Динамика прибыли и достижения](#)
- [целей Аналитические срезы](#)
- [отчёта Показатели отчёта](#)

Описание

Цели - отчёт о выполнении вашими клиентами целевых действий - и о ценности их совершения. Цели могут регистрироваться профилям клиентов с использованием нескольких инструментов Altcraft:

- Скрипты [пикселей](#) отслеживания, [размещённые](#) на страницах сайта и
- других ресурсах Нода **Регистрация цели** в [Сценарии \(цепочке\)](#)
- [API регистрации целей](#)

✔ Отчёт автоматически складывает **ценность действий** с положительными и отрицательными значениями - и выводит в виде показателя **Прибыль**

Настройка отчёта

В верхней части страницы выберите **период** для формирования отчёта. В отчёте доступно две основных метрики:

- **Посещения** - количество совершения целевых
- действий **Прибыль** - сумма ценности совершённых действий

Также выберите необходимый режим отчёта:

- **Отчёт по пикселям** - аналитика по пикселям, для которых
- регистрируются цели **Отчёт по целям** - аналитика по целям, зарегистрированных на разные пиксели

✔ Так как цели могут регистрироваться для клиентов, чьи контактные и личные данные у вас ещё нет - для таких событий будут создаваться **анонимные профили**. Друг от друга Altcraft отличает их по данным о соединении (cookie). Когда клиент после этого регистрируется из того же браузера, его данные записываются в уже существующий профиль.

В зависимости от выбора, в поле **Что-то конкретное?** выберите пиксель или цель для анализа. При выборе конкретного пикселя или цели вы также сможете уточнить [Базу профилей](#) - для известных клиентов:

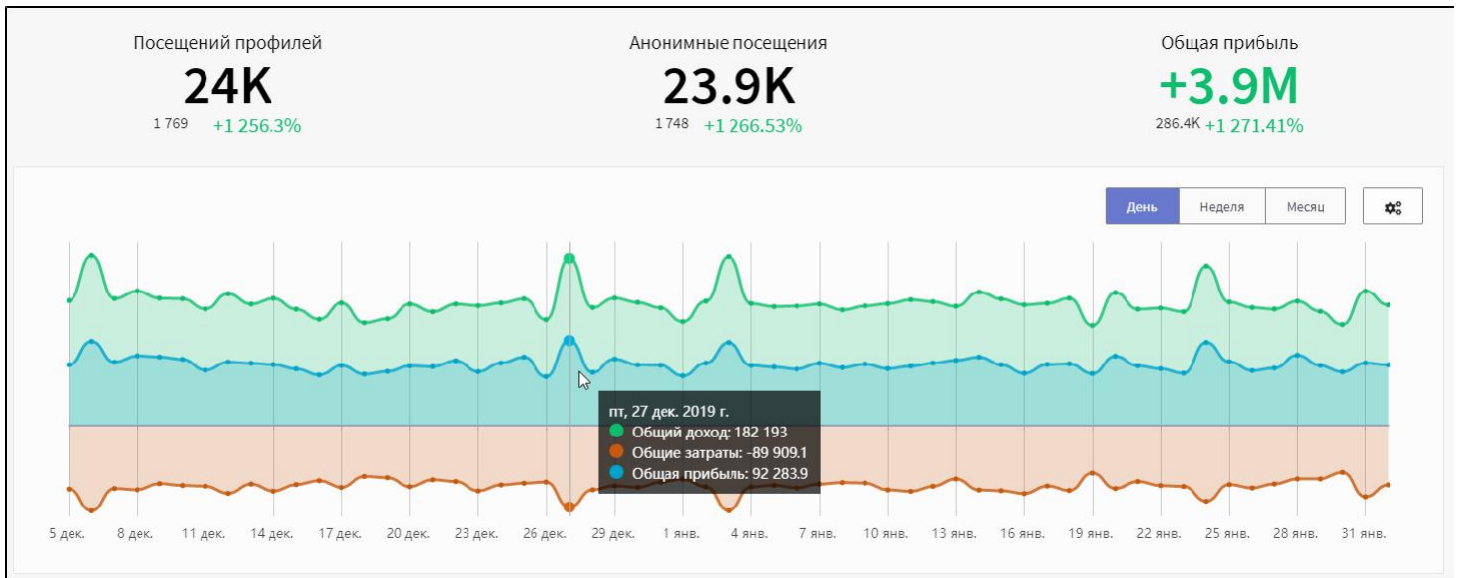
Цели				сб, 8 фев. 2020 г. - сб, 15 фев. 2020 г.	Группы доступа Главная	
Метрика	Отчёт по:	Что то конкретное?	База данных			
Посещения	Целям	Покупка товара	4 - Лояльные клиенты	Выгрузить отчет		

✔ Выгрузить получившийся отчёт в формате MS Excel и CSV можно нажав сверху "выгрузить отчёт".

Динамика прибыли и достижения целей

График отчёта о целях показывает общее количество посещений, а также общую прибыль от выполненных действий. Если вы оцениваете **Прибыль**, на графике будут представлены показатели **Дохода** и **Затрат** на привлечение клиента.

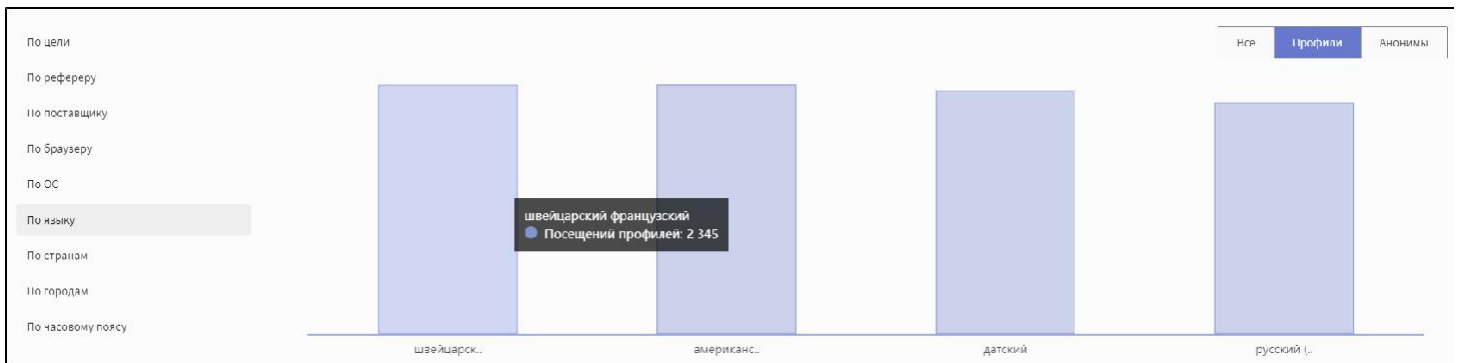
График строится по **дням**, **неделям** или **месяцам периода** отчёта. С помощью кнопки с шестерёнками вы можете убрать ненужные показатели с графика - или добавить.



Аналитические срезы отчёта

По умолчанию отчёт по пикселям сгруппирован по наиболее популярным целям, и наоборот. Помимо этого, доступен ряд других срезов:

При регистрации целевого действия Altcraft собирает информацию об устройстве, которым пользовался клиент - а также о сетевом соединении и реферере. На основе этих данных вы можете дополнительно сгруппировать получившуюся аудиторию по геолокации, рефереру, а также по браузеру или операционной системе:



Показатели отчёта

Таблица в нижней части страницы содержит сводные данные отчёта в зависимости от выбранных вами настроек, срезов и показателей. Именно эти данные будут выгружены при экспорте. С помощью кнопки настройки можно добавить колонки в таблицу или скрыть ненужные:

Язык	Посещений профилей	Анонимные посещения	Доход с профилей	Доход с анонимов	Затраты с профилей	Затраты с анонимов	% от всех достижений
американский английский	2 300	2 325	328 624.2	327 220.5	-164 725.1	-171 315.1	25.191%
датский	2 253	2 311	332 421.6	337 811.8	-168 567.1	-163 159	25.256%
русский (Россия)	2 173	2 264	307 205	310 020.0	157 090	166 820.3	24.157%
швейцарский французский	2 318	2 343	337 037.4	325 646.2	-156 744.6	-166 663	25.337%
Итого:	9 084	9 276	1 305 292.2	1 310 732.4	-645 026.5	-665 258.4	-

Прирост аудитории

В этой статье:

- [Описание](#)
- [Настройка](#)
- [отчёта График прироста](#)
- [Показатели динамики аудитории](#)

Описание

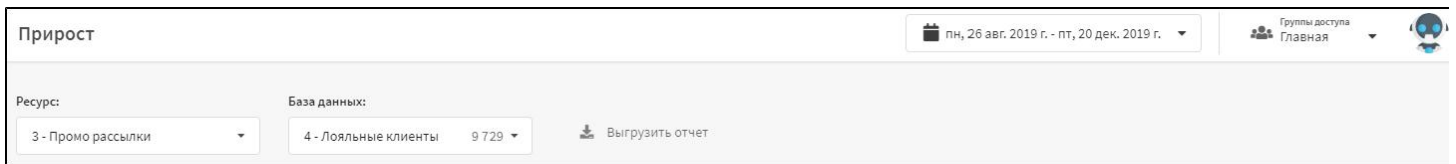
Отчёт по приросту позволяет отследить динамику роста аудитории подписчиков на ваши [ресурсы](#). Учитываются события добавления новых профилей подписчиков, а также прекращение подписки.

Так как при идентификации анонимного профиля Push подписчика временный профиль удаляется, слияния Push формально сокращают активную аудиторию.

Настройка отчёта

В верхней части страницы выберите **период** для формирования отчёта.

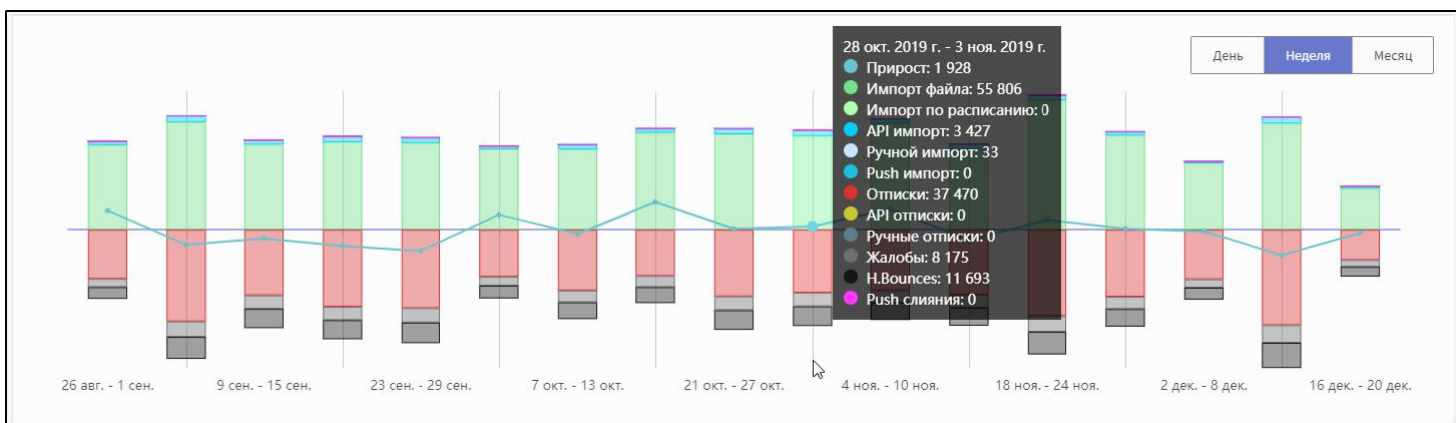
По умолчанию отчёт формируется для всех доступных [ресурсов подписки](#). С помощью выпадающих меню вы можете выбрать конкретный **Ресурс**, а также **Базу профилей** клиентов:



С помощью кнопки **Выгрузить отчёт** вы можете экспортировать данные по приросту в формате CSV или XLS.

График прироста

Визуальная часть отчёта содержит все факторы роста аудитории и может представлять данные в виде диаграмм по дням, неделям или месяцам **периода** отчёта:



Показатели динамики аудитории

Прирост аудитории представлен следующими метриками [импорта](#):

- **Подписчики** - общее количество новых профилей
- **Прирост** - увеличение активной аудитории подписчиков (с учётом сокращения)
- **Импорт файла** - добавление нескольких профилей из табличного файла
- **Импорт по расписанию** - создание новых профилей по расписанию из внешнего SQL
- ханилища **API импорт** - создание новых профилей по API
- **Ручной импорт** - создание профилей через интерфейс платформы
- **Push импорт** - создание анонимных и персональных профилей при подписке на [Web push: настройка и подключение](#)

Сокращение аудитории измеряется количеством следующих событий:

- **Отписки** - клик по ссылке **Отписаться** {unsubscribe} в Email сообщении. **API отписки** - изменение татуса подписки через **программный интерфейс**. **Ручные отписки** - изменение статуса подписки в интерфейсе Altcraft.
- **Жалобы** - клик по кнопке **Пожаловаться** (Спам) в клиенте почты.
- **Hard bounces** - изменение подписки после отправки на несуществующий ящик или спам-ловушку.
- **Push слияния** - слияние анонимного подписчика на **push** с известным профилем клиента по данным cookie

Настроить отображение нужных параметров вы можете по нажатию на кнопку настройки:

Дата ▾	Импорт файла ⚙	Прирост ⚙	API импорт ⚙	Ручной импорт ⚙	H.Bounces ⚙	Жалобы ⚙
16 дек. 2019 г. - 20 дек. 2019 г.	24 449	-1 996	1 475	29	5 860	4 096
9 дек. 2019 г. - 15 дек. 2019 г.	63 239	-15 157	3 934	43	15 036	10 513
2 дек. 2019 г. - 8 дек. 2019 г.	39 594	-1 047	996	14	7 158	5 003
25 ноя. 2019 г. - 1 дек. 2019 г.	56 086	+633	2 240	36	10 510	7 347
18 ноя. 2019 г. - 24 ноя. 2019 г.	76 998	+5 823	3 085	35	13 491	9 431
11 ноя. 2019 г. - 17 ноя. 2019 г.	47 762	-6 142	3 260	34	10 861	7 592
4 ноя. 2019 г. - 10 ноя. 2019 г.	63 250	+12 333	2 819	25	10 415	7 279
28 окт. 2019 г. - 3 ноя. 2019 г.	55 806	+1 928	3 427	33	11 693	8 175
21 окт. 2019 г. - 27 окт. 2019 г.	56 825	+529	3 312	27	11 731	8 201
14 окт. 2019 г. - 20 окт. 2019 г.	57 790	+16 506	2 378	25	9 521	6 656
Итого:	906 429	-5 635	46 668	493	179 158	125 240

Карта кликов (Email)

В этой статье:

- [Описание](#)
- [Составление карты кликов](#)
- [Тепловая карта и диаграмма переходов](#)

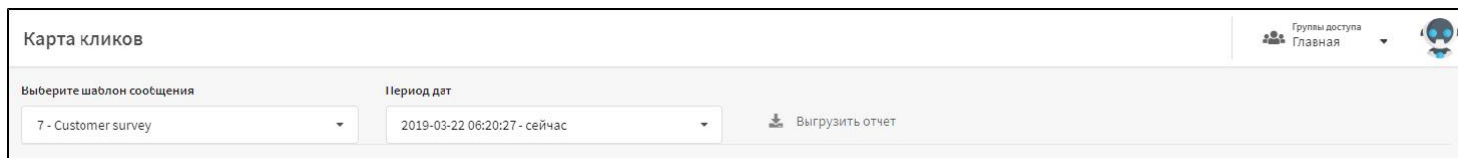
Описание

Карта кликов представляет из себя отчет по переходам ваших клиентов по ссылкам в отправленном Email сообщении. Карта кликов отображает только уникальные клики по всем ссылкам Email сообщения включая ссылки отписки. Карта кликов помогает определить качество контента шаблона и выявить наиболее удачное месторасположение и оформление ссылки.

Необходимо иметь в виду, что отчет строится именно по **шаблону**, не по **кампаниям**. Если шаблон использовался в нескольких кампаниях, то данные будут суммироваться.

Составление карты кликов

Для начала выберите **шаблон сообщения** для сбора статистики. Если вы изменяли сообщение - например, для разных кампаний - выберите необходимую версию в выпадающем меню **Период дат**:



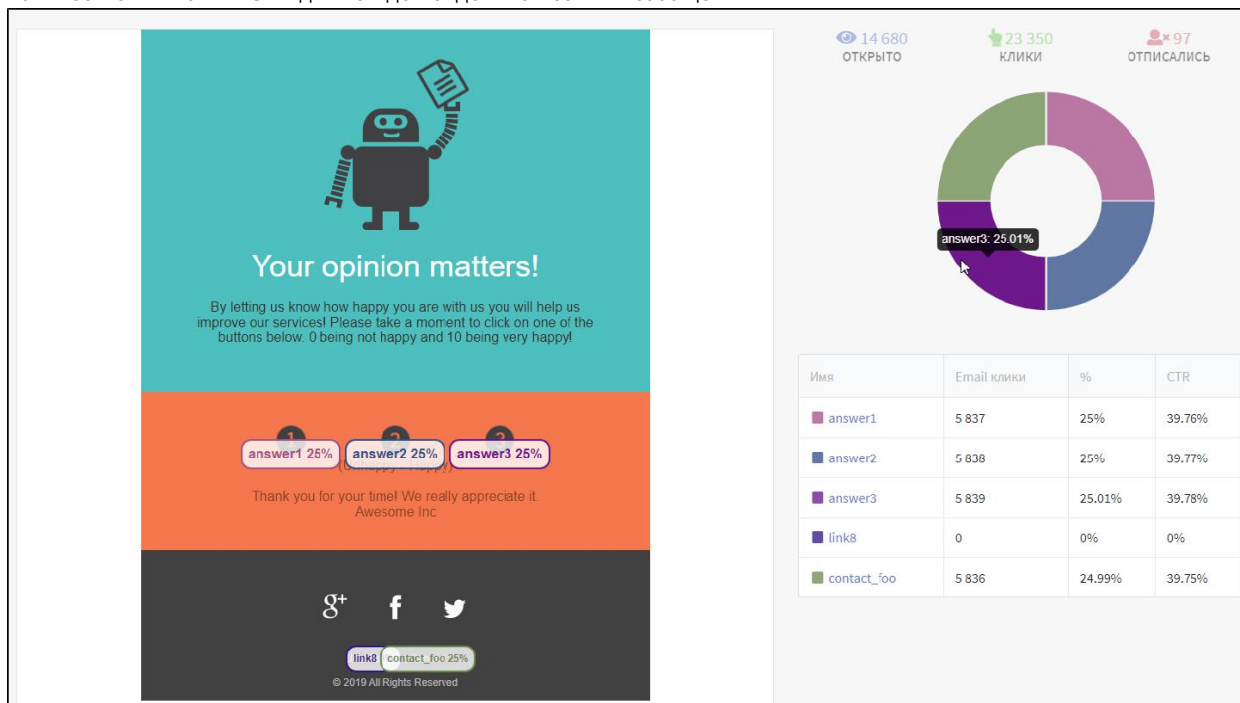
Выгрузить отчёт о переходах можно в формате MS Excel и CSV.

Тепловая карта и диаграмма переходов

При выборе шаблона и версии будет составлена тепловая карта, отмечающая процентные соотношения кликов по ссылкам в письме. **Справа** отображается дополнительная информация:

- Количество уникальных открытий шаблона
- Общее количество уникальных кликов
- Количество отписавшихся клиентов

Ниже представлена диаграмма кликов и таблица с количеством переходов по определённой ссылке, процентом от общего количества кликов - и **CTR** для каждой отдельной ссылки сообщения:



Отчёт о возвратах (Email)

В этой статье:

- [Описание](#)
- [Настройка отчёта](#)
- [График и статистика](#)

Описание

Отчёт о возвратах позволит вам отследить количество Email сообщений, которые не доставились получателям с первого раза. В таких случаях Altcraft помечает ошибку как **Soft bounce** - и пробует повторно отправить сообщение по [правилам повторной отправки](#).

Причинами Soft Bounce могут быть:

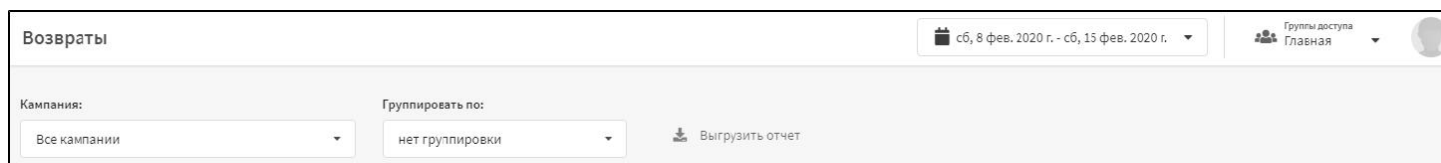
- Переполненный ящик получателя не может принять
- письмо Вложения слишком тяжелые для сервера
- получателя Временная недоступность сервиса
- Карантин сообщения в связи с жалобами на другие сообщения рассылки

В отличие от **Hard bounce**, означающих полную невозможность отправки, Soft bounce вызван ошибками клиента отправки (4xx) и не влияет на статусы подписок клиентов.

Настройка отчёта

В верхней части страницы выберите **период** для формирования отчёта.

Отчёт предоставляет информацию о всех временных ошибках отправки для всех **кампаний** за период - или для одной конкретной. Дополнительно, можно использовать группировку по **from домену** или **IP-адресу** сендера, с которого производилась отправка:





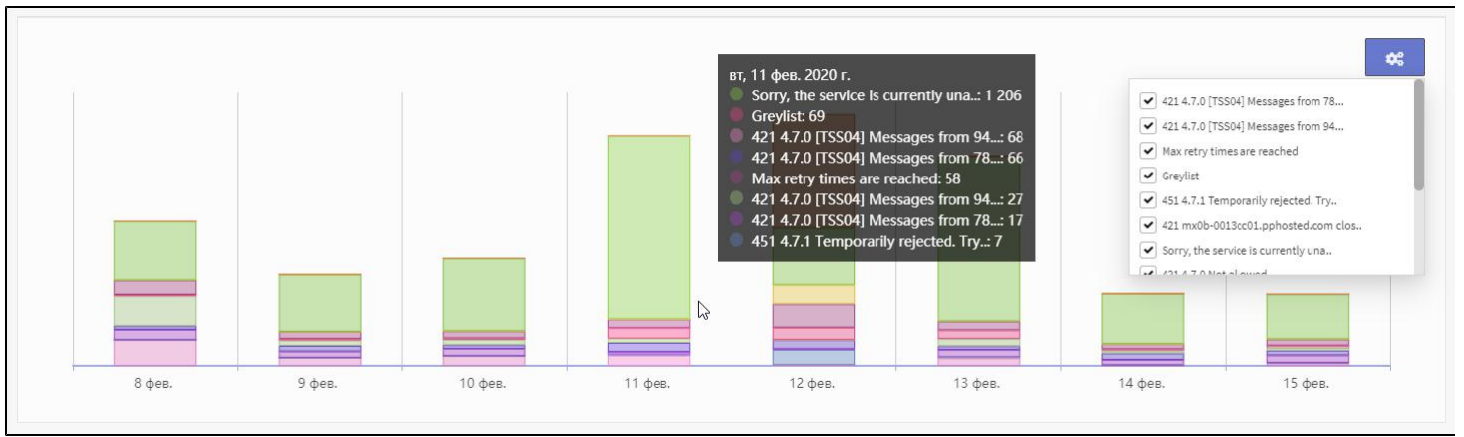
 **Выгрузить отчёт** о возврате можно в формате MS Excel и CSV.

График и статистика

Отчёт сортирует данные по количеству ошибок с одинаковым ответом от провайдеров Email. На основе текста ошибок также работают правила повторной отправки.

 Одно сообщение для одного получателя может быть возвращено несколько раз: каждый раз будет регистрироваться новый возврат. Так можно диагностировать и устранить проблемы с доставляемостью, если из-за большого количества временных ошибок письмо не доставляется в принципе.

На графике представлены наиболее частые типы возвратов за выбранный период. С помощью кнопки **настройки** вы можете убраться с графика тот или иной тип ошибки:



В таблице под графиком вы можете дополнительно отсортировать данные, а также просмотреть полный текст ошибки: для этого наведите на часть, которая отображается в отчёте:

Сгруппировано	Bounce текст	To domain	Количество
Все кампании	Sorry, the service is currently ..	yandex.ru	4 428
Все кампании	421 4.7.0 [TSS04] Messages from ..	yahoc.com	301
Все кампании	421 4.7.0 [TSS04] Messages from ..	yahoc.com	265
Все кампании	421 4.7.0 [TSS04] Messages from 94.231.116.100 temporarily deferred due to user complaints - 4.1655.1; see https://help.yahoo.com/kb/postmaster/SIN3434.html		
Все кампании	421 4.7.0 [TSS04] Messages from ..	yahoc.com	179
Все кампании	421 4.7.0 Not allowed.	iprospect.ru	171
Все кампании	Max retry times are reached	yahoc.com	147
Все кампании	421 4.7.0 Not allowed.	carat.ru	133
Все кампании	Max retry times are reached	rambler.ru	122
Все кампании	421 4.7.0 [TSS04] Messages from ..	aol.com	100
Итого:			10 177

Отчёт о недоставках (Email)

В этой статье:

- [Описание](#)
- [Настройка отчёта](#)
- [График и статистика](#)

Описание

Отчёт по недоставкам предоставляет подробную информацию по **Email** сообщениям, которые не были доставлены получателям по итогам одной или нескольких кампаний. Отчёт поможет выявить и устранить причины недостаточной доставляемости рассылок.

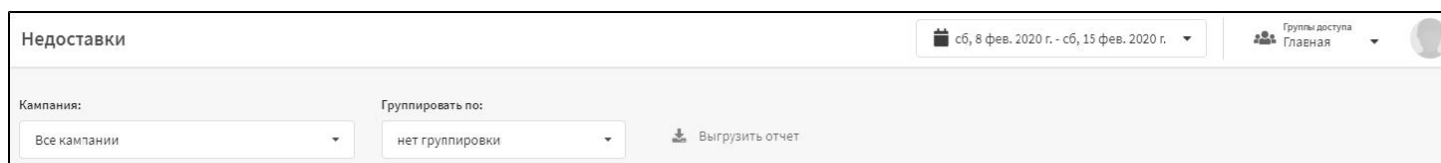
Наиболее частые причины недоставки:

- достигнуто максимальное количество [попыток переотправки](#) сообщения
- сообщение не удалось отправиться и было удалено на сендере (время жизни
- настраиваемое) сообщение было удалено из очереди пользователем
- сообщение было отправлено на несуществующий ящик (**hard bounce**)

Настройка отчёта

В верхней части страницы выберите **период** для формирования отчёта.

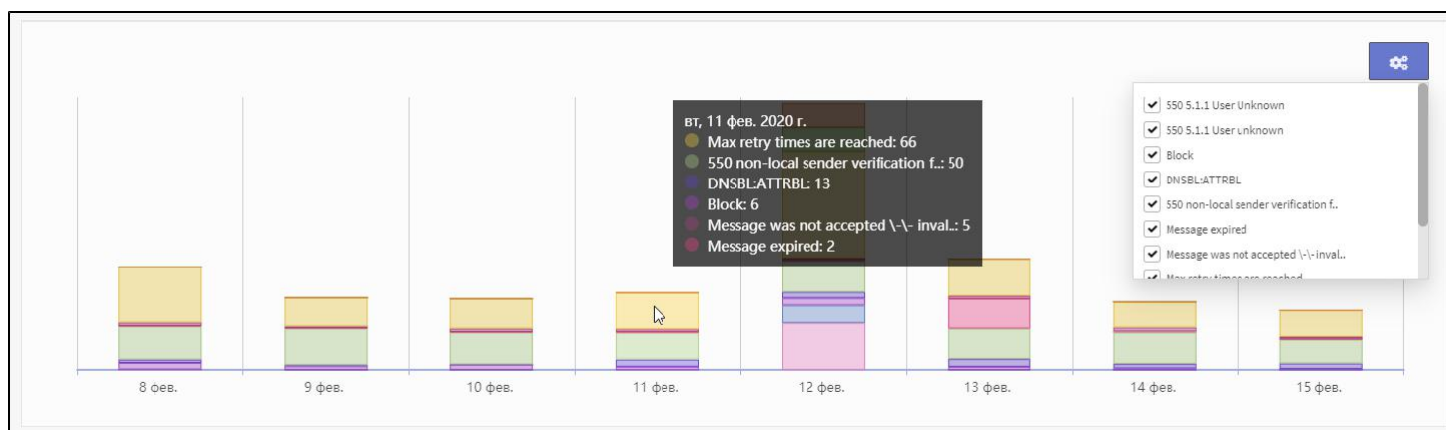
В отчете предлагается группировка по одной или по всем **кампаниям**. Дополнительно можно использовать группировку по **from домену** или **IP-адресу**, с которого производилась отправка:



✔ Отчёт о недоставках можно выгрузить в формате MS Excel и CSV.

График и статистика

На графике представлены наиболее частые типы возвратов за выбранный период. С помощью кнопки **настройки** вы можете убрать с графика тот или иной тип ошибки:



В таблице под графиком вы можете дополнительно отсортировать данные, а также просмотреть полный текст ошибки: для этого наведите на часть, которая отображается в отчёте:

Сгруппировано ▾	To domain ▾	Всплывающий текст ▾	Количество ▾
Все компании	mail.ru	550 non-local sender verificatio..	383
Все компании	yahoo.com	Max retry times are reached	159
Все компании	rambler.ru	Max retry times are reached	145
Все компании	aol.com	Max retry times are reached	61
Все компании	bk.ru	550 non-local sender verificatio..	44
Все компании	sbcglobal.net	DNSBL	30
Все компании	mail.ru	Message was not accepted \- in..	30
Все компании	iprospect.ru	Message was not accepted \- invalid mailbox Max retry times are reached	27
Все компании	inbox.ru	550 non-local sender verificatio..	24
Все компании	att.net	DNSBL:ATTRBL	24
Итого:			2 607

Настройка Пикселей

Описание

Пиксель представляет из себя HTML или JavaScript-код на сайте, который ведёт отслеживание действий пользователя. С помощью пикселя можно отслеживать:

- географию показов и кликов (страна, город, регион); браузер и платформу устройства;
- действия подписчика на сайте, до или после подписки; интересы и предпочтения подписчиков.

В сегментации профилей по событиям можно использовать добавленные к пикселям теги (цели), адреса сайтов, временной отрезок и количество срабатываний пикселя:

Условие

Отбор по: Достигнута цель

Значение (x): 7

Цель: []

Значение: 0.000

Пиксель: Все пиксели

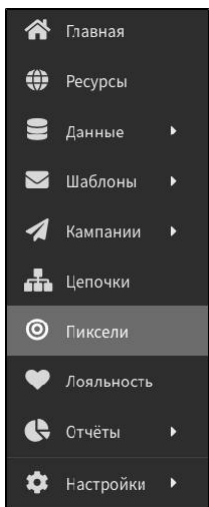
Условие отбора:

- суммарная стоимость за последние [x] дней больше
- средняя стоимость за последние [x] дней равна
- как минимум [n] раз
- как минимум [n] раз для пикселя
- как минимум [n] раз в период
- как минимум [n] раз в период для пикселя
- как минимум [n] раз в последние [x] дней
- как минимум [n] раз в последние [x] дней для пикселя
- как минимум [n] раз для цели

Достижение целей по тем или иным пикселям вы сможете наблюдать в отчёте "[Цели](#)".

✔ Более подробно использование пикселей рассмотрено [в этой статье](#).

Включение пикселей



При использовании Altcraft Platform на собственном оборудовании, для работы с пикселями необходимо включить опцию "Enable Pixel" в настройках аккаунта, [в панели администрирования платформы](#). Действия выполняет администратор платформы.

ℹ Так же, для использования пикселей необходимо настроить HTTPS (см. [руководство для системных администраторов](#)).

После включения опции, в пользовательском интерфейсе должен появиться соответствующий раздел.

Создание пикселей

Создайте новый пиксель и задайте основные настройки: имя пикселя, описание, группы доступа и связанные базы данных. Если нужно блокировать повторное срабатывание пикселя - установите нужный временной интервал:

#4 Общий пиксель отслеживания

Основные настройки

Имя пикселя: *

Описание пикселя:

Установить группу:

Отдел маркетинга ✕ Отдел продаж ✕

База данных:

Все базы данных

Блокировать повторное срабатывание триггеров (0-43200 минут):

30

Разрешить импорт данных на пикселе

Для того чтобы получить код пикселя, сохраните его.

Сохранить пиксель и показать код

✔ **Импорт данных профилей** при активации пикселя включает создание новых профилей клиентов (в том числе анонимных) при срабатывании кода отслеживания.

При импорте пиксель может создавать новый профиль или обновлять существующий:

- HTML пиксели (изображение и редирект ссылки) используют данные сессии (cookie) для поиска профиля. Если профиля с известной cookie (например, открывал почту с того же устройства) не найдено - будет создан новый **анонимный профиль**
- JavaScript пиксели могут использовать как данные сессии, так и непосредственно **данные профилей** в платформе. Если профиль найден - данные будут обновлены, а если нет - будет добавлен новый профиль с теми данными, которые вы укажете.

После сохранения пикселя будет доступен интерфейс конфигурации кода отслеживания:

Скрипты отслеживания доступны в трёх вариантах:

- **Показ страницы** - JavaScript для вставки в код сайта. Поддерживает срабатывание при прокрутке страницы и время ожидания
- **Показ страницы (Без JS)** - прозрачное изображение, загружаемое с трекинг-сервера. Подойдёт как для сайта, так и для сообщений - не требуется JavaScript.
- **Переход по ссылке (Без JS)** - перенаправление на трекинг для ссылок. Подойдёт для любых ссылок, JavaScript не требуется. Может использоваться в соцсетях и любых внешних ресурсах.

Код

Добавить цели: Значение пикселя:

Показ страницы Показ страницы (Без JS) **Переход по ссылке (Без JS)**

URL для перехода:

```

<!-- START OF ALTKRAFT PIXEL CODE !-->
<a href="https://pxl.ru.altkraft.com:443/pixel?k=hzej4aJbo7ZMKWnA226LMT3noVRXQo9hW12VHPBu4DvrefVpUwzdXPu4mc22ABLfgPrSSyPGwUFFBmyFMyAoG1U6c&s=b9ff037718b39653&redirect_url=&goals=Spent%20online&value=1000">Click!</a>
<!-- END OF ALTKRAFT PIXEL CODE !-->

```

Для каждого скрипта можно выбрать несколько целевых действий и общее для них значение (стоимость).

При размещении на странице код регистрирует указанные цели, дополнительных действий не требуется. Каждый код, созданный в пикселе будет ассоциировать цели именно с этим пикселем. Такую логику можно использовать для сравнения конверсии по разным лендингам, сайтам, формам сбора данных.

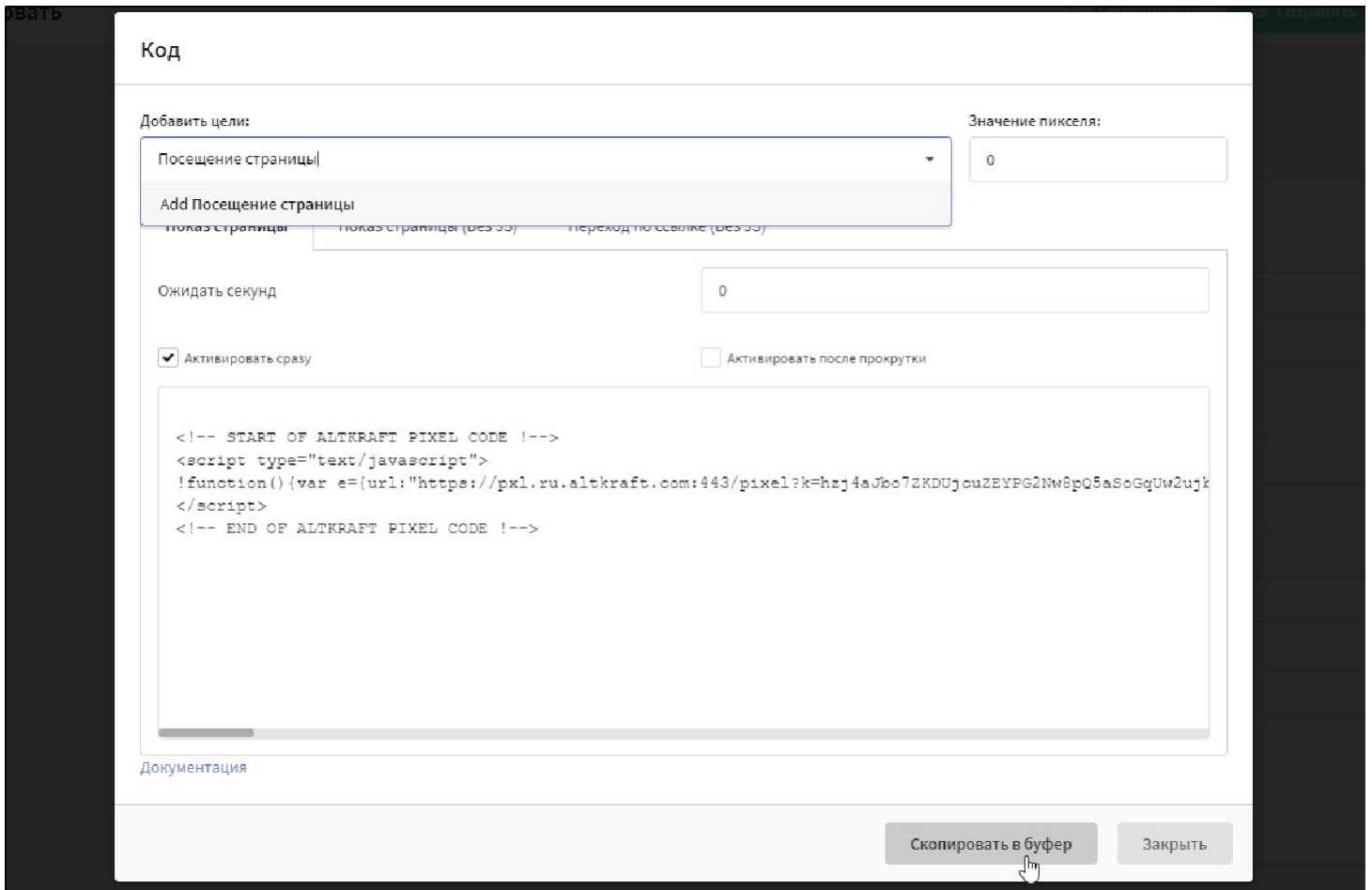
Настройка отслеживания действий на сайте

Конфигурация кода отслеживания

Скрипт добавляется **в код страниц сайта**, на которых вы хотите отслеживать действия клиентов. При посещении страницы пиксель будет регистрировать цели, которые вы можете выбрать в меню **Добавить цели**. Для всех целей вы также можете передать **значение** или стоимость действия.

Ниже вы можете настроить **время ожидания** или включить опцию **Активировать после прокрутки** - чтобы исключить из выборки случайных посетителей страницы.

✓ После того, как вы сконфигурировали пиксель, передайте его код из вкладки **Показ страницы** разработчикам вашего сайта, вместе с информацией из этого раздела.



Вызов API регистрации целей

На страницах сайта, где будет размещён **код пикселя**, можно отслеживать любые действия клиента по **событиям браузера**. Например, наведение курсора мыши, открытие выпадающего меню или формы. При наступлении события можно передавать в платформу любые цели и значения. В значение можно передавать стоимость действия или затраты по нему.

На страницах с размещённым JavaScript кодом отслеживания, используйте метод **ak_pixel_push()**:

Для него доступны следующие аргументы:

- **tags** - название целевого действия. Может содержать строку или массив строк.
- **value** - значение или стоимость целевого действия. Может содержать положительное или отрицательное число с плавающей точкой.

Описани	Мето
Простой	ak_pixel_push()
Вызов с	ak_pixel_push("click")
Вызов с действием, с некоторым	ak_pixel_push("click", 100)
Вызов с несколькими действиями, с отрицательным значением. ak_pixel_push(["click", "cars"], -100.40)	
Обоим целям будет назначено одинаковое значение.	

Импорт профилей клиентов при активации пикселя

Если для пикселя разрешён импорт данных профилей, вы можете добавить параметры для поиска и импорта **ak_pixel_push(tags, value, match, update, matching_mode)**:

- **match** - используется для поиска профиля. Представляет собой объект с одним или двумя параметрами: "поле для поиска": "значение поля" и "db_id": "ID базы данных" - только если база данных **не указана** в настройках пикселя.

 **db_id** можно не указывать, если [База профилей](#) выбрана в настройках пикселя.

- **update** - может содержать любые данные профиля, в том числе подписи. Структура объекта и названия полей данных профиля описаны [на этой странице](#).

- **matching_mode** - может содержать одно из значений "email", "email_profile", "phone", "profile_id" или "custom" для соответствующих режимов поиска.



matching_mode можно не указывать при поиске по кастомному полю.

Пример регистрации цели с импортом профиля

```
ak_pixel_push("registration", 100, {
  "db_id": 12,
  "Client_ID": 12311541
}, {
  "_fname": "",
  "_lname": "",
  "subscriptions": [{
    "resource_id": 3,
    "channel": "email",
    "email": "nikita.ryazanskiy@example.com"
  }]
});
```


Целевые действия клиентов и скоринг

В этой статье:

- [Описание](#)
- [Целевые действия при просмотре web страницы](#)
- [Целевые действия в соцсетях и на других публичных ресурсах](#)
- [Целевые действия в десктопных, мобильных и веб приложениях](#)

Описание

Пиксели Альткрафт позволяют отслеживать действия клиентов на сторонних сетевых

- ресурсах, таких как: Веб сайты и посадочные страницы, в том числе партнёрские.
- Форумы, социальные сети, записи в блогах и подобных сервисах. Мобильные и десктопные приложения.
- CRM и интеграционные сервисы компании.

Каждое зарегистрированное действие клиента содержит два

- параметра: **Цель (goal)** - название целевого действия.
- **Стоимость (value)** - связанное с целевым действием числовое значение.

Сам **Пиксель** при этом группирует цели по типу или источнику траффика, что может быть использовано в различных механиках, описанных в этой статье.

Целевые действия при просмотре web страницы

Для регистрации целевых действий посетителей определённой страницы при её просмотре можно использовать два типа скриптов:

- **Показ страницы** - для этого вида отслеживания применяется JavaScript. Активация скрипта настраивается, например можно установить срабатывание только после прокрутки страницы пользователем. Выберите необходимый пиксель, нажмите **Показать код пикселя** и в соответствующей вкладке сконфигурируйте параметры скрипта: Цели, Значение, Ожидание и необходимость прокрутки:

Код

Добавить цели:

Custom score 2 ✖

Значение пикселя:

9000,000

Показ страницы

Показ страницы (Без JS)

Переход по ссылке (Без JS)

Ожидать секунд

10

Активировать сразу

Активировать после прокрутки

```
<!-- START OF ALTKRAFT PIXEL CODE !-->
<iframe id="akpx_khzj4aJbo7ZMKWnA226LMSZ5pzRna4AfamYBkDa9L9xmhZSddTGPksvhZE8ymVrSdEkfMCgJop8bHKnxBLondkxtsba9959e075c6fedf" src="about:blank" style="display: none;"></iframe>
<script type="text/javascript">
  (function() {
    /* --- START OF CONFIGURATION SECTION --- */
    var config = {
      pixel: "https://pxl.ru.altkraft.com:443/pixel?k=hzj4aJbo7ZMKWnA226LMSZ5pzRna4AfamYBkDa9L9xmhZSddTGPksvhZE8ymVrSdEkfMCgJop8bHKnxBLondkxt&s=ba9959e075c6fedf&goals=",
      goals: "Custom%20score%202",
      value: 9000,
      timeout: 10000,
      after_scroll: true,
      auto_load: false,
    };
    /* --- END OF CONFIGURATION SECTION --- */
    var load_pixel = function(goals, value, timeout) {
      goals = [].concat(goals).join(",");
      if (!timeout) timeout = 0;
      setTimeout(function() {
        var doc = document.getElementById('akpx_khzj4aJbo7ZMKWnA226LMSZ5pzRna4AfamYBkDa9L9xmhZSddTGPksvhZE8ymVrSdEkfMCgJop8bHKnxBLondkxtsba9959e075c6fedf').contentWindow.document;
        doc.open(); doc.write('<html><head><title></title></head><body></body></html>'); doc.close

```

Скопировать в буфер

Закреть

После этого скопируйте код и передайте его разработчикам сайта.

- **Показ страницы (Без JS)** - это самый простой способ, прозрачное изображение, которое хранится на трекинг-сервере платформы. Вставляется в любую часть веб-страницы и при загрузке страницы клиентом регистрирует указанное целевое действие и связанное с ним значение.

Код

Добавить цели:

Premium access purchased ✕

Значение пикселя:

1,000

Показ страницы

Показ страницы (Без JS)

Переход по ссылке (Без JS)

```
<!-- START OF ALTKRAFT PIXEL CODE !-->

<!-- END OF ALTKRAFT PIXEL CODE !-->
```

Скопировать в буфер

Закреть

- ✔ Если необходимо регистрировать несколько целей, каждое со своим значением; а также если нужен более продвинутый алгоритм регистрации целевых действий, воспользуйтесь [API регистрации целей](#).

Целевые действия в соцсетях и на других публичных ресурсах

С помощью пикселей можно отследить действия клиентов в социальных сетях, на форумах и подобных веб-ресурсах. Подойдут два варианта:

- **Показ страницы (Без JS)** - прозрачное изображение, загружаемое с трекинг-сервера платформы, вставляется в форму, поддерживающую изображения с внешних источников. При просмотре клиентом такой записи, регистрируется целевое действие.

Код

Добавить цели: ✕ ▼ Значение пикселя: ⬇

Показ страницы Показ страницы (Без JS) Переход по ссылке (Без JS)

```
<!-- START OF ALTKRAFT PIXEL CODE !-->

<!-- END OF ALTKRAFT PIXEL CODE !-->
```

- **Переход по ссылке (Без JS)** - добавьте перенаправление на трекинг-сервер платформы для любой ссылки, которую хотите разместить в публикации - в соцсети или на схожем ресурсе. Переходы по такой ссылке будут регистрировать заданное целевое действие и его стоимость.

Код

Добавить цели: ✕ ▼ Значение пикселя:

Показ страницы Показ страницы (Без JS) **Переход по ссылке (Без JS)**

URL для перехода:

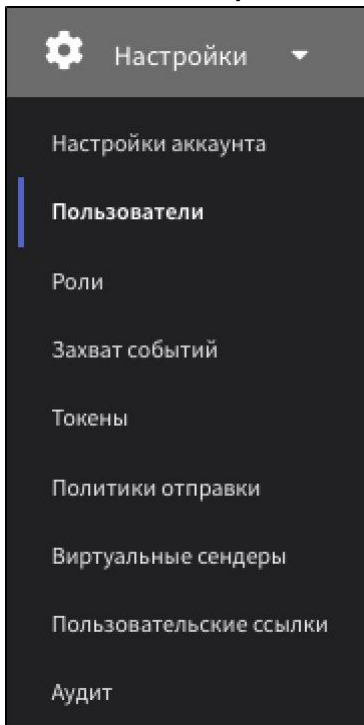
```
<!-- START OF ALTKRAFT PIXEL CODE !-->
<a href="https://px1.ru.altkraft.com:443/pixel?k=hzej4aJbo7ZMKWnA226LMSZ5pzRna4AfamYBkDa9L9xmhZSddTGP
ksvhZE8ymVrSdEkfMCgJop8bHKNxBLondkxt&s=ba9959e075c6fedf&redirect_url=&goals=New%20product%20purchase
d&value=200">Click!</a>
<!-- END OF ALTKRAFT PIXEL CODE !-->
```

Целевые действия в десктопных, мобильных и веб приложениях

Трекинг событий в приложениях осуществляется запросами к [API регистрации целей](#). Отличительной особенностью запроса к API является группировка целей и стоимости. В отличие от готовых скриптов, в запросе поддерживаются пары "цель"+"значение", так что можно передать несколько целей, каждую со своим значением.

Настройки

Меню настроек



Пользователям Альткрафт с правами мастера в **Главном меню** доступен дополнительный блок **Настройки**:

- **Настройки аккаунта** - общие настройки, не вошедшие в другие категории. **Пользователи** - учётные записи пользователей аккаунта.
- **Роли** - роли доступа пользователей и API токенов к объектам аккаунта.
- **Захват событий** - отправка событий Аккаунта во внешние системы (Action hooks). **Токены** - токены для [взаимодействия с аккаунтом по API](#).
- **Политики отправки** - ограничения отправки одному получателю.
- **Виртуальные сендеры** - группировка реальных сендеров по группе доступа, доменам отправки и доменам получателей. **Пользовательские ссылки** - кастомные значения для ссылок отписки и [подтверждения подписки](#).
- **Аудит** - журнал аудита активности в аккаунте.

Пользователи и разграничение доступа


В этой статье:

- [Описание](#)
- [Группы доступа](#)
 - [Главная группа](#)
 - [Создать/назначить группу](#)
 - [Переключить/удалить группу](#)
- [Роли доступа](#)
- [Учётные записи пользователей](#)
 - [Основные настройки](#)
 - [Пароль и авторизация](#)
 - [Доступ к объектам аккаунта](#)
 - [Настройка оповещений и экспорт данных пользователя API токены](#)
- [пользователя API токены](#)

Описание

В Altcraft можно ограничить функционал учётных записей **пользователей**, а также **токенов**, использующихся в **API** платформы для авторизации. Доступ определяется группами и ролями пользователя или токена:


- **Группы** определяют видимость таких объектов, как базы данных, шаблоны, кампании и сценарии - и других. **Роли** определяют набор доступных действий с видимыми объектами.

 Управление пользователями аккаунта и разграничением доступа доступно только для пользователей с правами **мастера**.

Группы доступа


С помощью **Групп** в аккаунте Альткрафт можно ограничивать доступ пользователей к тем или иным объектам аккаунта, например, к шаблонам, кампаниям, базам данных и сегментам. Группу можно представить как контейнер для объектов. Таким образом пользователи будут работать внутри своих контейнеров и не смогут случайно или намеренно повлиять на объекты в других группах.

Использовать группы удобно, когда вам нужно в рамках одного аккаунта с общей статистикой организовать работу нескольких подразделений организации, или создать условия для работы сторонних специалистов, например - верстальщиков для работы с шаблонами или разработчиков сайта /приложения для отладки интеграции.

 Если вам нужно сильнее разделить зоны ответственности нескольких департаментов компании - используйте [несколько аккаунтов платформы](#). Аккаунты могут использовать общие или выделенные ресурсы и компоненты. На все аккаунты одной платформы создаётся общий стоп-список email.

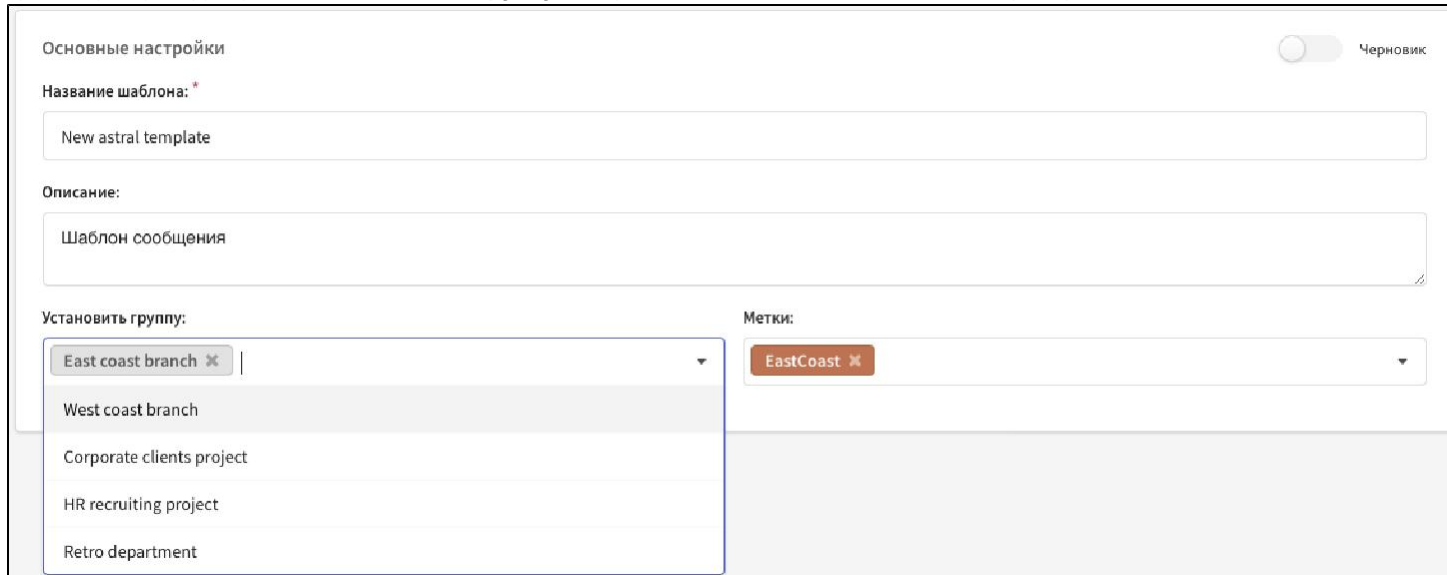
Главная группа

Главная группа создаётся системно и содержит все объекты аккаунта, в том числе объекты, входящие в другие группы. Если вы удаляете пользовательскую группу, объекты в ней не удаляются, но переходят в Главную группу. В Главной группе можно работать так же, как и в любой другой, если разделение по группам не требуется.

 **Мастер-доступ** подразумевает полный доступ к Главной группе аккаунта вне зависимости от назначенных дополнительно групп и ролей.

Создать/назначить группу

Группы назначаются и создаются динамически при редактировании объектов аккаунта - в блоке **Основные настройки**. Чтобы назначить существующую Группу, в поле **Установить группу** выберите её из выпадающего списка. Например, для [Шаблона сообщения](#):



Основные настройки Черновик

Название шаблона: *

New astral template

Описание:

Шаблон сообщения

Установить группу:

East coast branch ✕ |
West coast branch
Corporate clients project
HR recruiting project
Retro department

Метки:

EastCoast ✕

Чтобы создать новую группу, в этом же поле для любого объекта аккаунта введите её название и нажмите Enter на клавиатуре - или **Add %имя_группы%** в выпадающем списке:

Основные настройки Черновик

Название шаблона: *

New astral template

Описание:

Шаблон сообщения


Установить группу:

Тест интеграции

Add Тест интеграции


Метки:

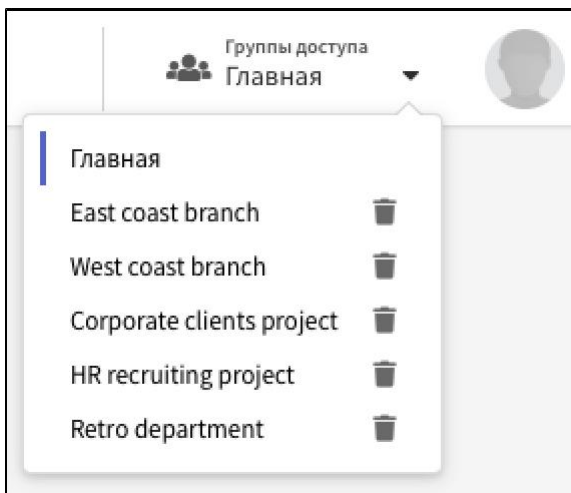
EastCoast X

 Каждому объекту, который создаёт пользователь присваивается группа, в которой он находился в этот момент.

Переключить/удалить группу

Группы, доступные пользователю, отображаются в меню в верхнем правом углу приложения, рядом с аватаром учётной записи. Переключиться с группы на группу можно из любого меню аккаунта.

 Удаление группы доступно в этом же списке - только **мастер-пользователям**.



Роли доступа

Роль доступа определяет, какие действия с объектами аккаунта разрешены пользователю. Чтобы перейти к управлению ролями, в главном меню выберите **Настройки** → **Роли**.

Роли

Поиск по имени или id

1 2 ID

1 из 3 < >

Супервайзер ID: 3 Группы: Главная

Базы данных: [иконка] [иконка] [иконка]
Запросы: [иконка]
Сообщения: [иконка] [иконка]
Сегменты: [иконка] [иконка]
Кампании: [иконка] [иконка] [иконка]
Стоп-списки: [иконка] [иконка]
Фрагменты: [иконка]

Вирт.сендеры: [иконка]
Цепочки: [иконка] [иконка]
Пиксели: [иконка]
Ресурсы: [иконка] [иконка]
Лояльности: [иконка]

Редактировать

Аутсорс - верстка шаблонов ID: 2 Группы: Главная

Базы данных: [иконка]
Запросы: [иконка]
Сообщения: [иконка] [иконка] [иконка]
Сегменты: [иконка]
Кампании: [иконка]
Стоп-списки: [иконка]
Фрагменты: [иконка] [иконка]

Вирт.сендеры: [иконка]
Цепочки: [иконка]
Пиксели: [иконка]
Ресурсы: [иконка]
Лояльности: [иконка]

Редактировать

Старший маркетолог ID: 1 Группы: Главная

Базы данных: [иконка] [иконка] [иконка]
Запросы: [иконка] [иконка]
Сообщения: [иконка] [иконка] [иконка] [иконка]
Сегменты: [иконка] [иконка] [иконка]
Кампании: [иконка] [иконка] [иконка]
Стоп-списки: [иконка] [иконка]
Фрагменты: [иконка] [иконка]

Вирт.сендеры: [иконка] [иконка]
Цепочки: [иконка] [иконка] [иконка]
Пиксели: [иконка] [иконка]
Ресурсы: [иконка] [иконка] [иконка]
Лояльности: [иконка] [иконка]

Редактировать

В открывшемся списке отображаются существующие роли. Роль можно редактировать, клонировать или удалить из контекстного меню в правой части плитки. Перейти к редактированию также можно, нажав на название роли. Чтобы создать новую роль, нажмите **+** **Создать** в верхней части страницы.

Для каждой роли настраиваются три параметра:

- **Название**, которое видят **мастер-пользователи** в списках ролей. **Группы**, на которые будут действовать ограничения роли.
- **Правила доступа** к объектам выбранных Групп.

! Если в роль включить **Главную группу**, эта роль будет применяться ко всем объектам аккаунта. На **мастер-пользователя** ограничения ролей и групп не распространяются.

Для всех объектов аккаунта можно разрешить **Просмотр**, а также **Создание и редактирование**. Для баз данных, сегментов, стоп-списков и ресурсов доступны также **Чтение и выгрузка** - скачивание списков данных.

i Роль без опции **Модерация** в блоке **Доступ к сообщениям** разрешит сохранять шаблоны сообщений только как черновики. Такие черновики будут доступны в рассылках только после активации - пользователем с соответствующими правами доступа. Такую роль удобно устанавливать для учётных записей подрядчиков, создающих шаблоны рассылок.

Для **Кампаний** и **Сценариев** можно запретить **Запуск** - пользователи с такой ролью смогут только готовить рассылки - а проверять и запускать их будет в таком случае пользователь с достаточными правами доступа. Ниже приведены все возможные правила доступа:

Правила доступа

Группы, для которых доступна данная роль:

Events ✕ Test ✕

ДОСТУП К БАЗАМ ДАННЫХ

Просмотр объекта Чтение и выгрузка Создание и редактирование

ДОСТУП К ЗАПРОСАМ

Просмотр объекта Создание и редактирование

ДОСТУП К СООБЩЕНИЯМ

Просмотр объекта Создание и редактирование Модерация Части

ДОСТУП К ФРАГМЕНТАМ

Просмотр объекта Создание и редактирование

ДОСТУП К СЕГМЕНТАМ

Просмотр объекта Чтение и выгрузка Создание и редактирование

ДОСТУП К СТОП-СПИСКАМ

Просмотр объекта Чтение и выгрузка Создание и редактирование

ДОСТУП К КАМПАНИЯМ

Просмотр объекта Создание и редактирование Запуск

ДОСТУП К СЦЕНАРИЯМ

Просмотр объекта Создание и редактирование Запуск

ДОСТУП К ПИКСЕЛЯМ

Просмотр объекта Создание и редактирование

ДОСТУП К РЕСУРСАМ

Просмотр объекта Чтение и выгрузка Создание и редактирование

ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ

Чтение и выгрузка Создание и редактирование




ДОСТУП К ВИРТУАЛЬНЫМ СЕНДЕРАМ

Просмотр объекта Создание и редактирование

Учётные записи пользователей

Управление учётными записями пользователей аккаунта Альткрафт доступно как в пользовательском интерфейсе, так и [в панели администрирования](#).

В этой статье рассмотрен функционал пользовательского интерфейса. Чтобы перейти к управлению учётными записями, в главном меню выберите **Наст ройки** → **Пользователи**:

	<p>Only</p> <p>Логин: only@demo_en Имя: Jerry Only Email: only@example.org Мастер: Нет Активный: Да Язык: Английский</p>	<p>Дата входа: 2019-03-20 21:29:54 IP входа: 185.135.83.25</p>	<p>Редактировать</p>
	<p>Ramone</p> <p>Логин: ramone@demo_en Имя: Dee Dee Ramone Email: d.ramone@example.org Мастер: Нет Активный: Да Язык: Английский</p>	<p>Дата входа: 2019-03-20 21:06:27 IP входа: 185.135.83.25</p>	<p>Редактировать</p>
	<p>Right</p> <p>Логин: right@demo_en Имя: Frank Right Email: cool@example.org Мастер: Нет Активный: Да Язык: Английский</p>	<p>Дата входа: 2019-03-20 21:08:06 IP входа: 185.135.83.25</p>	<p>Редактировать</p>

В открывшемся списке отображаются существующие учётные записи. Пользователя можно редактировать или удалить из контекстного меню в правой части плитки. Перейти к редактированию также можно, нажав на название записи. Чтобы создать нового пользователя, нажмите + **Создать** в верхней части страницы.

Основные настройки

В основных настройках укажите следующие данные:

- **Логин** - имя учётной записи. Логин используется для входа в аккаунт, вместе с алиасом аккаунта, в виде login@account. **Имя** - имя пользователя.
- **Фамилия** - фамилия пользователя.
- **Контактный email адрес** - адрес, на который будут отправлены данные доступа. **Язык интерфейса** - выберите между английским и русским языком.
- **Форматы даты и времени** - установите необходимые форматы отображения.

Основные настройки профиля

Логин: *

Имя: *

Фамилия: *

Контактный email адрес: *

Язык интерфейса:

Формат даты:

Формат времени:

Формат даты и времени:

Если доступ в аккаунты платформы настроен [по протоколу LDAP](#), через сервис директории организации, для авторизации в платформе будет использоваться логин сервиса директории и алиас аккаунта: user@company@account. Пароль при этом также задаётся в едином сервисе директории.

Пароль и авторизация

В блоке **Настройки безопасности** для каждой учётной записи можно установить пароль. Пароль после создания можно передать пользователю автоматически, отметив опцию **Отправить письмо с доступом пользователю**.

В этом же блоке будет отображаться информация о последнем входе пользователя в систему - дата, время и IP адрес.

Настройки безопасности

Пользователь еще не заходил в аккаунт

Установить пароль: *

cjkanκ8m

Отправить письмо с доступом пользователю

 Если доступ в платформу настроен [только по LDAP](#), управление паролями в интерфейсе не используется.

Доступ к объектам аккаунта

В блоке **Доступ** настраивается, какие действия может совершать пользователь с объектами тех или иных **Групп** аккаунта:

- **Мастер** - пользователю будут доступны любые действия в **Главной группе** аккаунта, соответственно - ко всем объектам всех групп. Ограничения ролей доступа при этом не действуют. Мастер-пользователи имеют доступ к блоку **Настройки** в главном меню, соответственно - к управлению другими пользователями.
- **Активный** - пользователь может авторизоваться в аккаунте и работать с интерфейсом. **Роли** - созданные ранее роли доступа.
- **Группы доступа** - группы объектов аккаунта, с которыми сможет взаимодействовать пользователь.

Доступ

Мастер Активный

Роли:


Аутсорс - верстка шаблонов ✕

Группы доступа:

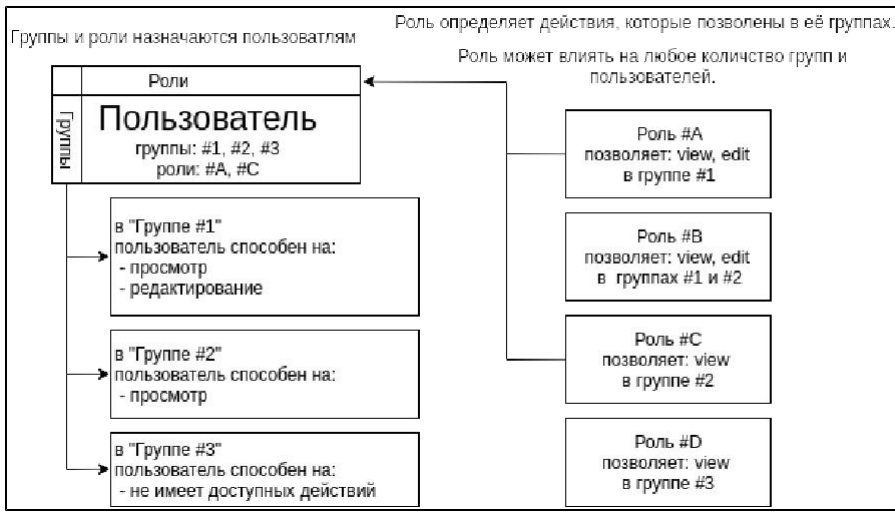
Группа А ✕ Группа Б ✕

Для того, чтобы пользователь мог авторизоваться в аккаунте, его учётная запись должна быть **активной**, и для неё должны быть установлены как минимум одна **роль** и как минимум одна **группа**.

На графике справа показано взаимодействие групп и ролей пользователя:

 Если в роли не задана группа, доступная пользователю, правила роли не будут работать - и пользователь не сможет взаимодействовать с объектами группы.

Если в роли задана группа, которая недоступна пользователю - она останется недоступной.



Настройка оповещений и экспорт данных пользователя

В блоке **Настройка оповещений** укажите адрес email, на который пользователь будет получать системные уведомления - ежедневные и еженедельные отчёты, а также моментальные оповещения о проблемах с доставкой сообщений.

Под блоком находится ссылка на скачивание данных учётной записи, а также действий, совершённых пользователем в аккаунте. Для истории действий настраивается период времени в днях. Более подробную информацию о действиях пользователя можно получить в [журнале аудита](#).

Настройка оповещений

Email для оповещений:

Истощение лимитов

Hard bounces

Жалобы подписчиков

Soft bounces

СВОДНЫЕ ОТЧЁТЫ

Присылать отчёты за день

Присылать отчёты за неделю

[Скачать персональные данные](#)

API токены

API токены используются для авторизации в аккаунте [при использовании API](#). Чтобы перейти к управлению токенами, в главном меню выберите **Настрой ки → Токены**.

New awesome API token

Создано: 2018-12-17 12:36:57

Токен: 0801a25e0c054ed7914e1f24d9e1fb46

Группа: Corporate clients project

Роль: 3 - Супервайзер

[Редактировать](#)

New lunar API token

Создано: 2018-12-17 12:45:11

Токен: e94ce55afc3e4e07bd64afb2227f8a5c

Группа: Главная

Роль: 1 - Старший маркетолог

[Редактировать](#)

В открывшемся списке отображаются существующие токены. Токен можно редактировать или удалить из контекстного меню в правой части плитки. Перейти к редактированию также можно, нажав на название токена. Чтобы создать новый токен, нажмите **+ Создать** в верхней части страницы.

Для нового токена выберите подходящее название - или оставьте системное. Сам токен станет доступен после сохранения записи. Для токена, как и для учётной записи [пользователя](#), необходимо установить [группы](#) видимости объектов аккаунта и связанные с ними [роли](#) доступа.



Если токену открыть доступ в **Главную группу** - для него будут доступны все объекты аккаунта, в том числе входящие в другие группы.

Основные настройки

Имя: *

New planetary API token

Токен

87928828274941cb8c6d19daf2fcaac8

Права доступа

Роли:

Старший маркетолог Ж

Группа:

Главная

Пользовательские ссылки

В этой статье:

- [Описание](#)
- [Создание ссылок отписки и подтверждения](#)

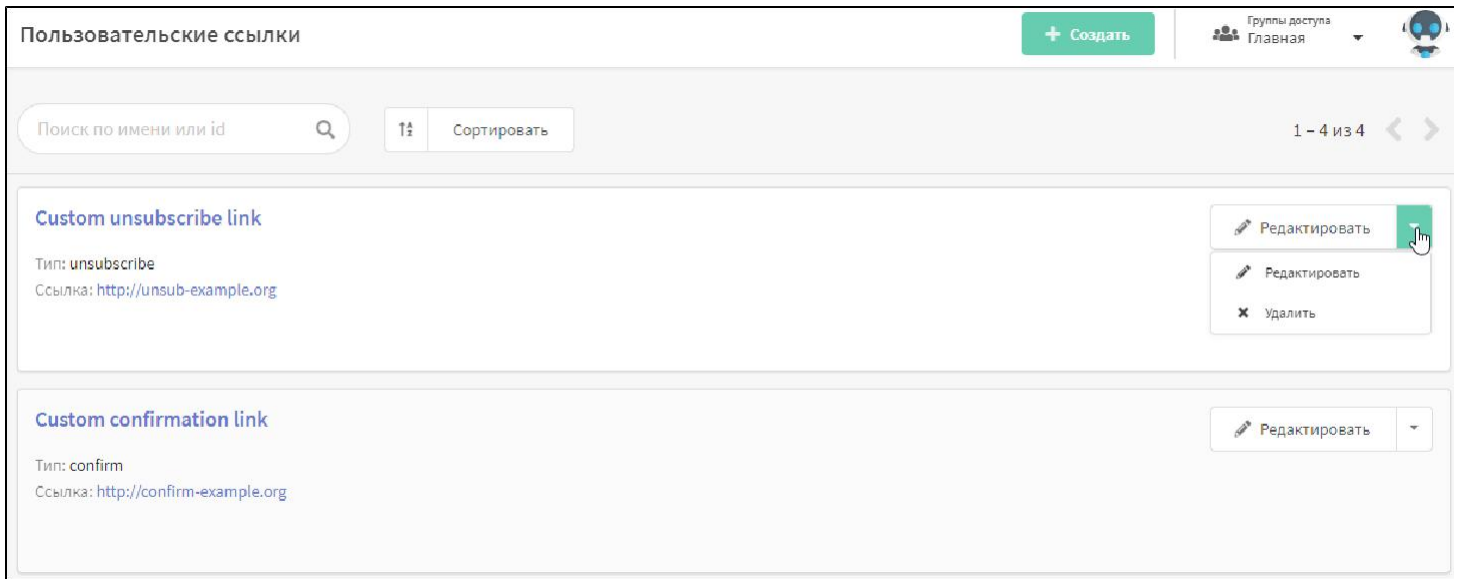
Описание

Пользовательские ссылки нужны для того, чтобы получатели email сообщений при нажатии кнопки "**Отписаться**" или "**Подтвердить подписку**" перенаправлялись в личный кабинет сайта или на любую веб-страницу.

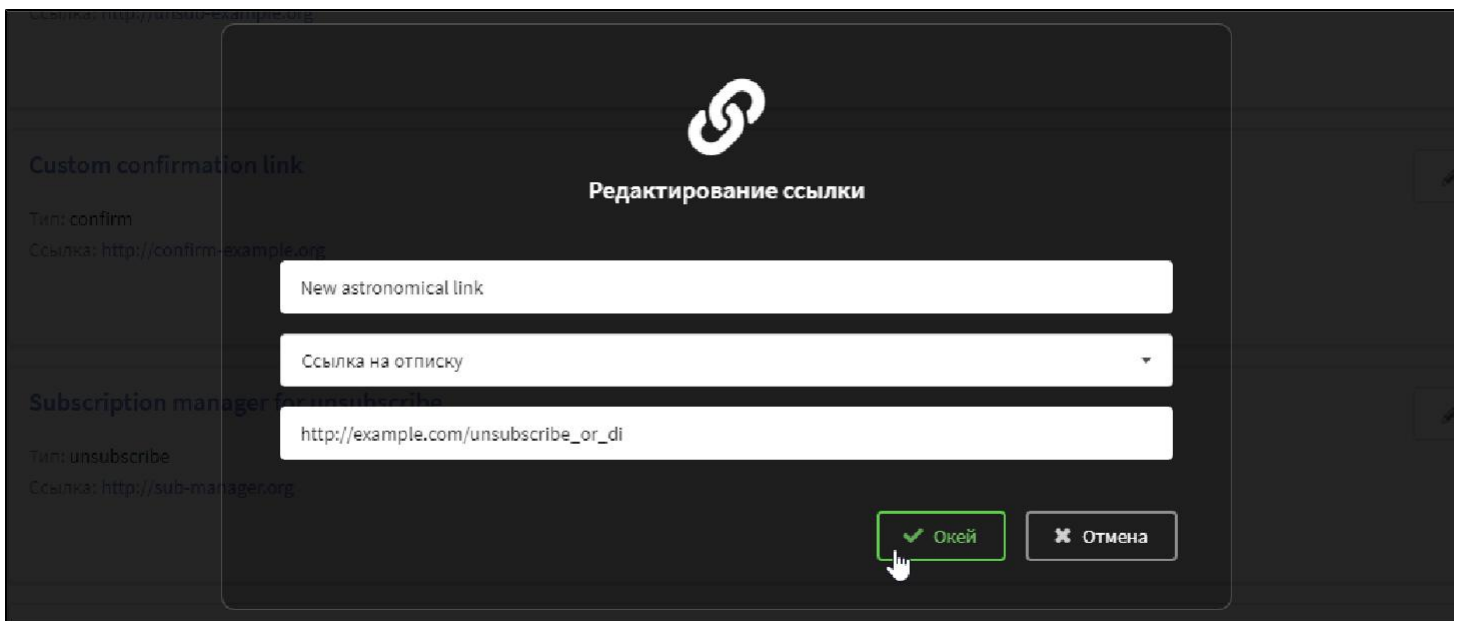
Особый вид ссылок позволяет **заменить** адреса ссылок в уже отправленных сообщениях.

Создание ссылок отписки и подтверждения

В главном меню выберите **Настройки** → **Пользовательские ссылки**. Для добавления новой астомной ссылки нажмите **+ Создать**:



В открывшейся форме вы можете ввести имя ссылки, выбрать тип (**отписка** или **подтверждение подписки**), и ввести URL для перенаправления:



Для **заменяемой** ссылки укажите **поисковый шаблон** для ссылки, которую нужно заменить (можно использовать часть адреса, заменив остальную символ шаблона wildcard (*)) :



Редактирование ссылки

Имя:

New stellar link

Тип:

Замененная ссылка

Шаблон: 

http://example1.com*

Новая ссылка:

http://example2.com/action

 **Окей**

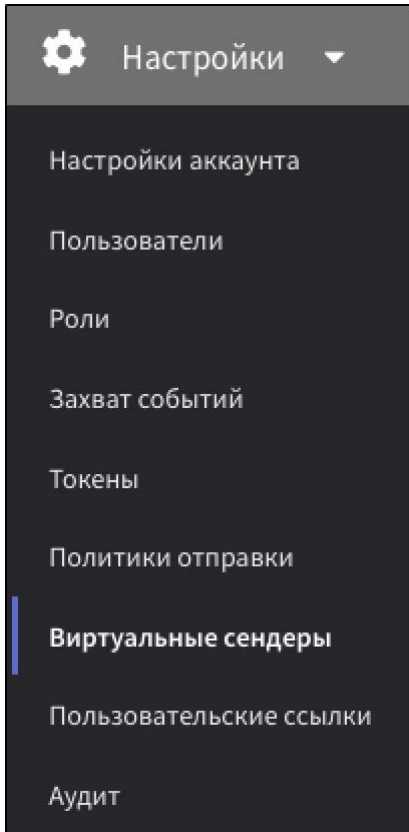
 **Отмена**

Виртуальные сендеры

В этой статье:

- [Описание](#)
- [Основные настройки и группы доступа](#)
- [Правила отправки для разных каналов связи](#)

Описание



Виртуальные сендеры объединяют реальные модули отправки платформы в группы и устанавливает правила и пропорции рассылки через них. Управление учётными записями пользователей аккаунта доступно как в [Административной панели Altcraft](#), так и в пользовательском интерфейсе. В этой статье рассмотрен функционал Пользовательского интерфейса.

 Виртуальные сендеры в Пользовательском интерфейсе могут создавать только [мастер-пользователи](#).

Чтобы перейти к управлению виртуальными сендерами аккаунта, в главном меню выберите **Настройки** → **Виртуальные сендеры**. Нажмите **+ Создать**, чтобы добавить новую запись.

Пользователи могут выбирать виртуальный сендер в Smart настройках кампаний. Для этого в аккаунте должна быть активирована опция **Smart settings**. Если Smart настройки не активированы - для кампаний будет использоваться первый подходящий Виртуальный сендер:



Основные настройки и группы доступа

В основных настройках для каждого виртуального сендера нужно указать уникальное имя:

Основные настройки

Имя виртуального сендера:

Новый виртуальный сендер

Назначить [Группы объектов аккаунта](#) можно в отдельном блоке внизу страницы:

Установить группу:

Главная ✕

Правила отправки для разных каналов связи

Правила отправки Email

Правила для email сендеров определяют, какие реальные отправщики и в каких пропорциях будут использоваться при тех или иных условиях. Чтобы добавить правило, нажмите + **Добавить правило**.

Настройка правил для отправки Email

+ Добавить правило

Отправка Email не сконфигурирована на этом виртуальном сендере

Выберите подходящее условие в выпадающем меню **Когда правило применяется**:

- **Group соответствует значению** - правило применяется к email-кампаниям, входящим в определённую Группу объектов аккаунта.
- **From domain соответствует значению** - правило применяется при отправках с определённого домена.
- **To domain соответствует значению** - правило применяется при отправках на определённые домены email. **По умолчанию (в любом случае)** - правило применяется при любых

отправках.

Когда выполняется правило:

По умолчанию (в любом случае)

Выбирать сендер:

12 - Основной сендер

akmta

Процент:

100

Перезаписать From Email:

Перезаписать Reply-To Email:

✕ Удалить сендер

+ Добавить сендер

✕ Удалить правило

↑ Передвинуть вверх

↓ Передвинуть вниз

Приоритет применения правил устанавливается их положением на странице: сверху вниз. Правило **По умолчанию (в любом случае)** обязательно должно быть последним в списке. Приоритет остальных правил устанавливается кнопками **Передвинуть вверх** и **Передвинуть вниз**.



Правило по умолчанию **По умолчанию (в любом случае)** невозможно удалить или переместить вверх по приоритету, так как оно обрабатывает все случаи, не попавшие под остальные правила.

Кнопками **Добавить сендер** и **Удалить сендер** вы можете добавлять и удалять сандеры в рамках правила отправки. Для каждого сендера настраиваются следующие поля:

- **Выбирать сендер** - выберите реальный сендер для отправки.
- **Процент** - установите для сендера процент отправляемых сообщений в рамках правила.
- **Перезаписать From Email** - переопределить значение From email для отправляемых сообщений.
- **Перезаписать Reply-to Email** - переопределить значение Reply-to email для отправляемых сообщений.



Сумма процентов для сендеров в рамках правила должна быть 100.

Правила отправки SMS

Правила для SMS сендеров определяют, какие реальные отправщики и в каких пропорциях будут использоваться при тех или иных условиях. Чтобы добавить правило, нажмите + **Добавить правило**.

Настройка правил для отправки SMS

[+ Добавить правило](#)

Отправка SMS не сконфигурирована на этом виртуальном сендере

Выберите подходящее условие в выпадающем меню **Когда выполняется правило**:

- **Group соответствует значению** - правило применяется к SMS-кампаниям, входящим в определённую Группу объектов аккаунта.
- **По умолчанию (в любом случае)** - правило применяется при любых отправках.

Когда выполняется правило:

По умолчанию (в любом случае) ▼

Выбирать сендер:

Процент: 100

Перезаписать from name:

[✗ Удалить сендер](#)

[+ Добавить сендер](#) [✗ Удалить правило](#) [↑ Передвинуть вверх](#) [↓ Передвинуть вниз](#)

Приоритет применения правил устанавливается их положением на странице: сверху вниз. Правило **По умолчанию (в любом случае)** обязательно должно быть последним в списке. Приоритет остальных правил устанавливается кнопками **Передвинуть вверх** и **Передвинуть вниз**.



Правило по умолчанию **По умолчанию (в любом случае)** невозможно удалить или переместить вверх по приоритету, так как оно обрабатывает все случаи, не попавшие под остальные правила.

Кнопками **Добавить сендер** и **Удалить сендер** вы можете добавлять и удалять сандеры в рамках правила отправки. Для каждого сендера настраиваются следующие поля:

- **Выбирать сендер** - выберите реальный сендер для отправки.
- **Процент** - установите для сендера процент отправляемых сообщений в рамках правила.
- **Перезаписать from name** - переопределить значение Caller_ID для отправляемых сообщений.



Сумма процентов для сендеров в рамках правила должна быть 100.

Правила отправки Push

Правила для Push сендеров определяют, какие реальные отправщики и в каких пропорциях будут использоваться при тех или иных условиях. Чтобы добавить правило, нажмите **+ Добавить правило**.

Настройка правил для отправки Push

+ Добавить правило

Отправка Push не сконфигурирована на этом виртуальном сендере

Выберите подходящее условие в выпадающем меню **Когда выполняется правило:**

- **Group соответствует значению** - правило применяется к SMS-кампаниям, входящим в определённую Группу объектов аккаунта.
- **По умолчанию (в любом случае)** - правило применяется при любых отправках.

Настройка правил для отправки Push

+ Добавить правило

Когда выполняется правило:
По умолчанию (в любом случае) ▾

Выбирать сендер:
3 - default push sender def ▾

Процент: 100

Перезаписать from name:

✖ Удалить сендер

+ Добавить сендер **✖ Удалить правило** **↑ Передвинуть вверх** **↓ Передвинуть вниз**

Приоритет применения правил устанавливается их положением на странице: сверху вниз. Правило **По умолчанию (в любом случае)** обязательно должно быть последним в списке. Приоритет остальных правил устанавливается кнопками **Передвинуть**



Правило по умолчанию **По умолчанию (в любом случае)** невозможно удалить или переместить вверх по приоритету, так

Кнопками **Добавить сендер** и **Удалить сендер** вы можете добавлять и удалять сендеры в рамках правила отправки. Для каждого сендера настраиваются следующие поля:

- **Выбирать сендер** - выберите реальный сендер для отправки.
- **Процент** - установите для сендера процент отправляемых сообщений в рамках правила.



Сумма процентов для сендеров в рамках правила должна

Политики отправки

В этой статье:

- [Описание](#)
- [Управление политиками отправки](#)
- [Назначение политики отправки](#)
 - [В рамках всего аккаунта](#)
 - [В рамках одного ресурса](#)
 - [В рамках одной кампании](#)

Описание

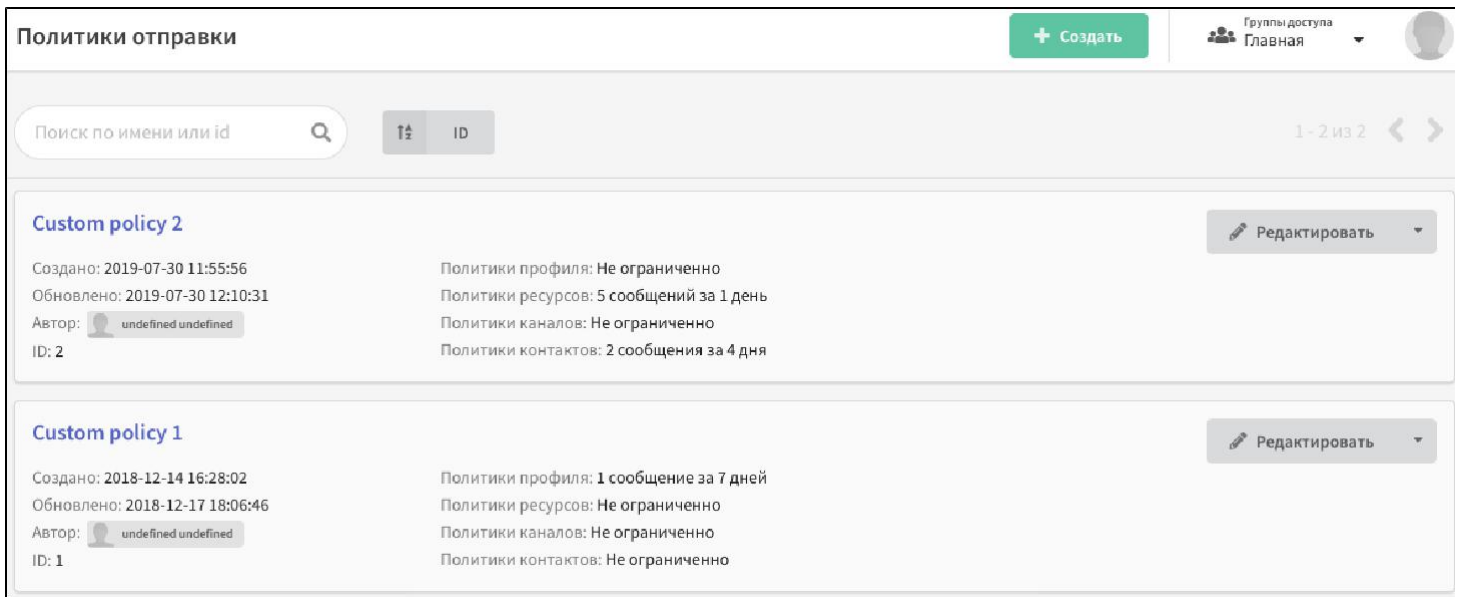
Политики отправки ограничивают количество отправляемых одному получателю сообщений. Политику отправки

- можно назначить: **В аккаунте** - политика будет использоваться глобально.
- **В ресурсе** - политика будет применяться ко всем кампаниям ресурса, переопределяя настройки аккаунта.
- **В кампании** - политика будет применяться к выбранной кампании, переопределяя настройки ресурса.

Управление политиками отправки

 Политики отправки, как и другой функционал меню **Настройки**, доступен только **мастер-пользователям** аккаунта.

Чтобы создать, редактировать или удалить политику отправки, в главном меню выберите **Настройки** → **Политики отправки**:



Имя	ID	Создано	Обновлено	Автор	Политика профиля	Политика ресурсов	Политика каналов	Политика контактов
Custom policy 2	2	2019-07-30 11:55:56	2019-07-30 12:10:31	undefined undefined	Не ограничено	5 сообщений за 1 день	Не ограничено	2 сообщения за 4 дня
Custom policy 1	1	2018-12-14 16:28:02	2018-12-17 18:06:46	undefined undefined	1 сообщение за 7 дней	Не ограничено	Не ограничено	Не ограничено

В открывшемся списке отображаются существующие политики отправки. Политику можно редактировать, клонировать или удалить из контекстного меню в правой части плитки. В этом же меню можно установить [Группу доступа](#). Перейти к редактированию также можно, нажав на название политики.

Чтобы создать новую политику отправки, нажмите **+ Создать** в верхней части страницы. Для каждой политики есть три блока настроек. В первом введите уникальное имя:



Политика отправки: *

Второй блок содержит ограничения отправки. Для каждого типа ограничения установите максимальное количество сообщений (**от 1 до 15**) и временной период (**от 1 до 16 дней**):

- **Ограничить отправки одному профилю** - будут учитываться отправки по любым контактам и подпискам в рамках одного **профиля подписчика**.
- **Ограничить отправки одному профилю в рамках ресурса** - будут учитываться все подписки **одного профиля** на определённый **Ресурс**.
- **Ограничить отправки одному профилю в рамках одного канала** - будут учитываться все подписки на все ресурсы **одного**

профиля по одному каналу коммуникации (email, sms, push)

- **Ограничить отправки одному контакту (email адрес, телефон)** - будут учитываться все подписки, содержащие одинаковый контакт. При этом подписки могут относиться к **разным профилям**.

<input checked="" type="checkbox"/> Ограничить отправки одному профилю	
Максимум:	За период в:
<input type="text" value="Не ограничено"/>	<input type="text" value="1 день"/>
<input checked="" type="checkbox"/> Ограничить отправки одному профилю в рамках ресурса	
Максимум:	За период в:
<input type="text" value="5 сообщений"/>	<input type="text" value="1 день"/>
<input checked="" type="checkbox"/> Ограничить отправки одному профилю в рамках одного канала	
Максимум:	За период в:
<input type="text" value="Не ограничено"/>	<input type="text" value="1 день"/>
<input checked="" type="checkbox"/> Ограничить отправки одному контакту (email адрес, телефон)	
Максимум:	За период в:
<input type="text" value="Не ограничено"/>	<input type="text" value="4 дня"/>

✔ Политика, где не выбрано ни одно ограничение, является безлимитной. Если вам нужно установить глобальное ограничение в рамках аккаунта и разрешить ресурсу или кампании неограниченную отправки - создайте безлимитную политику, чтобы переопределить глобальные настройки.

В третьем блоке настроек установите при необходимости [группы доступа](#), в ресурсах и кампаниях которых будет доступна для выбора эта политика отправки.


Установить группу:
<input type="text" value="East coast branch"/>

Назначение политики отправки

Политику отправки можно назначить глобально для всего аккаунта, в рамках одного [ресурса](#) - или для одной конкретной [кампании](#).

В рамках всего аккаунта

Чтобы установить глобальную политику, в главном меню откройте **Настройки** → **Настройки аккаунта** и выберите созданную ранее политику в этом выпадающем меню:

Задать политику отправки для аккаунта:	
<input type="text" value="2 - Custom policy 2"/>	
Ко всему аккаунту будут применяться следующие правила:	
	Коммуникация с одним профилем: Не ограничено
	Коммуникация в рамках одного ресурса: Не ограничено
	Коммуникация по одному каналу: Максимум 1 сообщение за 1 день
	Коммуникация по одному адресу: Не ограничено

⚠ Глобальную политику отправки для аккаунта может установить только **мастер-пользователь**.

В рамках одного ресурса

Политика отправки ресурса переопределит глобальные настройки. В главном меню откройте страницу **Ресурсы** и в **Основных настройках** нужного ресурса выберите созданную ранее политику отправки:

Основные


Название ресурса: *

Описание:

Установить группу: East coast branch ✕ Corporate clients project ✕ ▼

Задать политику отправки для ресурса:

К этому ресурсу будут применяться следующие правила:

	Коммуникация с одним профилем:	Не ограничено
	Коммуникация в рамках одного ресурса:	Не ограничено
	Коммуникация по одному каналу:	Максимум 1 сообщение за 1 день
	Коммуникация по одному адресу:	Не ограничено

В рамках одной кампании


Политика отправки кампании переопределит как глобальные настройки, так и политики ресурса. Откройте кампанию, к которой нужно применить ограничения - и в блоке **Ограничения рассылки** выберите созданную ранее политику отправки:

Ограничения рассылки

Лимит на каждый старт кампании: *

⊕

Автоматически наращивать лимит:


 Лимит кампании устанавливается на каждый запуск и предназначен для порционного ограничения трафика


Для ограничения аудитории установите лимит в сегменте #9

Вы можете автоматически наращивать лимит в абсолютных числах и относительных (%) при каждом успешном запуске кампании

Задать политику отправки для кампании:

К этой кампании будут применяться следующие правила:

	Коммуникация с одним профилем:	Не ограничено
	Коммуникация в рамках одного ресурса:	Не ограничено
	Коммуникация по одному каналу:	Максимум 1 сообщение за 1 день
	Коммуникация по одному адресу:	Не ограничено

 Сообщения, попавшие под ограничения, будут формировать в журнале кампании записи типа **Отправка запрещена политикой**.

Журнал аудита

Описание

Журнал аудита – это важный элемент безопасности и мониторинга, регистрирующий действия пользователей в платформе. Доступ к аудиту есть только у пользователей с правами **мастера**. Чтобы перейти к аудиту, откройте **Настройки → Журнал аудита**.

Лог аудита хранится в течение 90 дней. Чтобы изменить это значение, в файл конфигурации main.json необходимо добавить запись "AUDIT_LOG_TTL"

: 90, изменив значение на необходимое.

Настройки журнала аудита

Вы можете настроить запрос аудита под текущие задачи:

- **Период** - временные рамки для отображения зарегистрированных действий.
- **Тип действия** - тип события, зарегистрированного системой. Действия связаны с авторизацией в платформе, созданием, редактированием и активацией объектов в аккаунте.
- **Тип объекта** - позволяет просмотреть действия, связанные с определённым типом сущностей в Altcraft. Это могут быть пользователи, группы и роли доступа, базы данных и сегменты, ресурсы и кампании, шаблоны и их части, а также другие объекты.
- **Объект** - вы можете выбрать конкретный объект аккаунта и получить информацию по действиям с ним.

Чтобы просмотреть отчёт аудита, нажмите **Применить**. Чтобы выгрузить отчёт аудита в .XLS или .CSV, нажмите **Выгрузить отчёт**:

Аудит Период пт, 17 май. 2019 г. - чт, 23 май. 2019 г. Группы доступа Главная

Тип действия	Тип объекта	Пользователь	Объект
Любой тип действия	Кампания	любой	любой

Применить Выгрузить отчет

Просмотр событий аудита

Действия, подходящие под условия запроса, отображаются списком плиток. Заголовок каждой плитки указывает на тип зарегистрированного действия. Для действия отображается дата, пользователь, совершивший действие, его IP адрес и объект, с которым действие связано.

Дополнительная информация содержит более подробное описание события, например email адреса, на которые был отправлен тест. Действия в отчёте можно отсортировать по дате, пользователю, IP адресу или объекту.

Дата	1 - 4 из 4
Отправлен тест Дата: 2019-05-21 11:52:36 Пользователь: astero IP: 192.168.97.2 Объект: 45 - Кампания New stellar campaign	Дополнительная информация
Отправлен тест Дата: 2019-05-20 18:43:38 Пользователь: astero IP: 192.168.97.2 Объект: 45 - Кампания New stellar campaign	Дополнительная информация
Объект сохранен Дата: 2019-05-20 18:43:26 Пользователь: astero IP: 192.168.97.2 Объект: 45 - Кампания New stellar campaign	Дополнительная информация