

GUIDA RAPIDA ALL'USO

su

Offerte e Promozioni



Questa pubblicazione contiene informazioni protette da copyright. Nessuna parte di questa pubblicazione può essere riprodotta, trascritta o copiata senza il permesso dell'autore.

Tutti i marchi di fabbrica citati sono di proprietà dei rispettivi detentori e vengono riconosciuti in questa pubblicazione.

Il software descritto in questo documento è stato fornito con il contratto di licenza d'uso e può essere utilizzato solo in conformità con i termini di contratto.

Novisoft Srl non fornisce alcuna garanzia sulla precisione o l'utilizzo delle informazioni contenute nella presente guida rapida all'uso del software gestionale PRIMO. L'utilizzo della documentazione tecnica o delle informazioni in essa contenute è a rischio dell'utente. La documentazione potrebbe contenere imprecisioni tecniche o di altro tipo oppure errori tipografici. Novisoft Srl si riserva il diritto di effettuare modifiche senza preavviso e non garantisce l'aggiornamento della presente guida con il rilascio di nuove versioni o patch del software.

- **COSA SONO LE OFFERTE e LE PROMOZIONI**

Le **Offerte** e le **Promoziioni** di PRIMO sono potenti strumenti di marketing che consentono di fidelizzare i clienti attribuendo loro vantaggi in termini di *Sconto in percentuale*, *Sconto a valore*, *Accumulo Punti* in presenza di Fidelity Card.

Offerte e **Promoziioni** sono due strumenti molto simili, sia dal punto di vista della configurazione, sia dal punto di vista dell'utilizzo in Cassa; la differenza sostanziale risiede nel fatto che le **Offerte** sono disponibili in Cassa per tutti i Clienti e sarà l'Operatore a decidere se attivarle a vantaggio del Cliente.

Le **Promoziioni** prevedono, invece, la pre-assegnazione dei Clienti già in fase di creazione e, pertanto, in Cassa saranno disponibili solo a questi Clienti.

Per meglio comprendere la logica delle Promozioni si consideri l'esempio seguente:

*Si decide di strutturare un Filtro Speciale che estragga **tutti i clienti assenti da più di 45 giorni** e, su questi clienti, si decide di eseguire un'azione di marketing mirata. Creato il Filtro, si procede con la generazione della Promozione associando ad essa l'elenco dei Clienti estratti dal Filtro. A questo punto si potrebbe utilizzare un qualsiasi canale di comunicazione per informare i clienti della Promozione in corso (Primo supporta in modo semplice l'invio di SMS).*

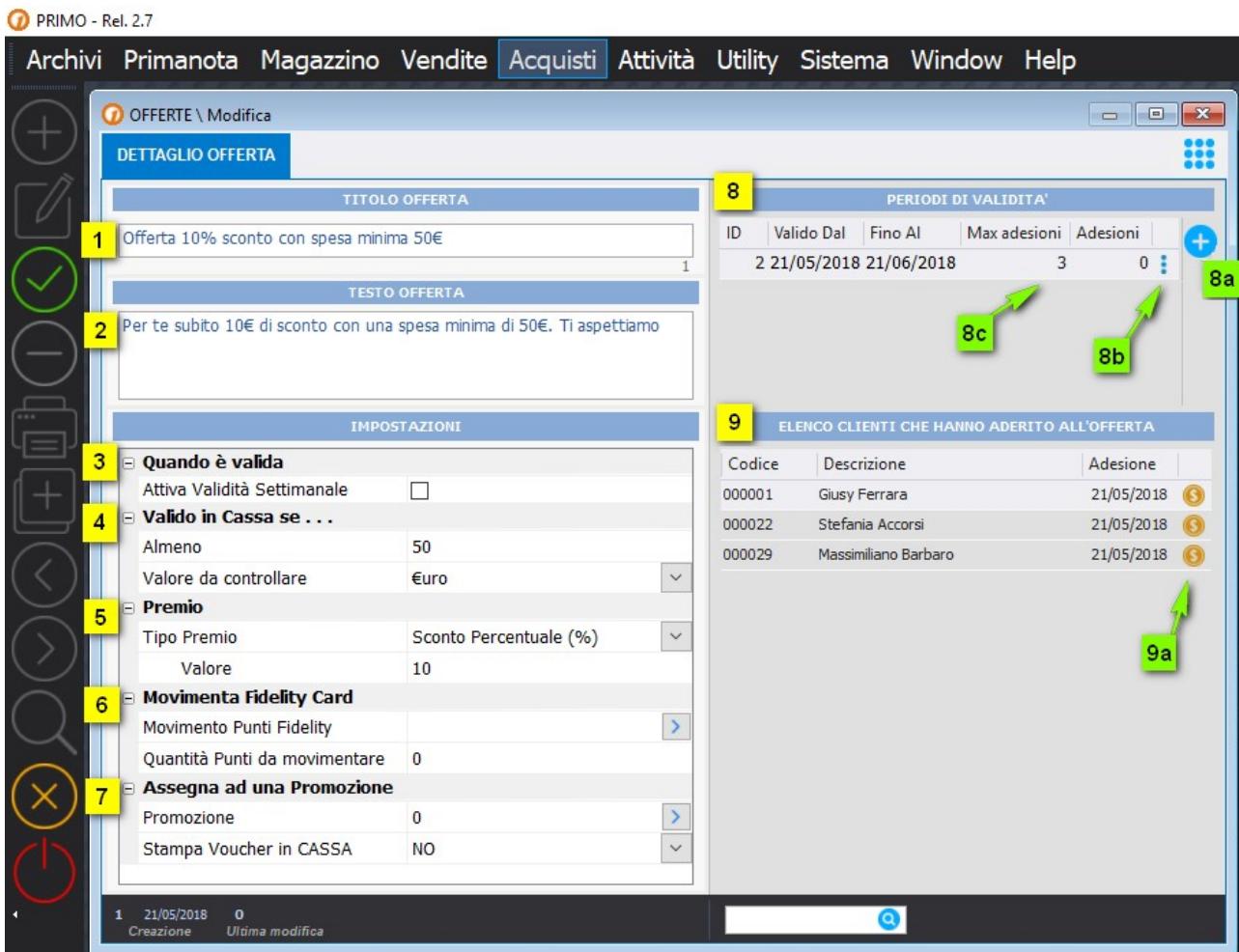
Dopo la selezione del Cliente in Cassa, Primo mostrerà automaticamente tutte le Promozioni in cui rientra il Cliente (si consideri che lo stesso cliente potrebbe rientrare in più di una Promozione)

Successivamente sarà possibile ottenere, attraverso una statistica, il riscontro delle Promozioni sia in termini di Adesioni, sia in termini di Fatturato.

* Le OFFERTE *

- **COME FUNZIONANO**

Di seguito un'immagine esplicativa della generazione di una Offerta (*Utility* → *Gestione Offerte e Promozioni* → *Offerte*):

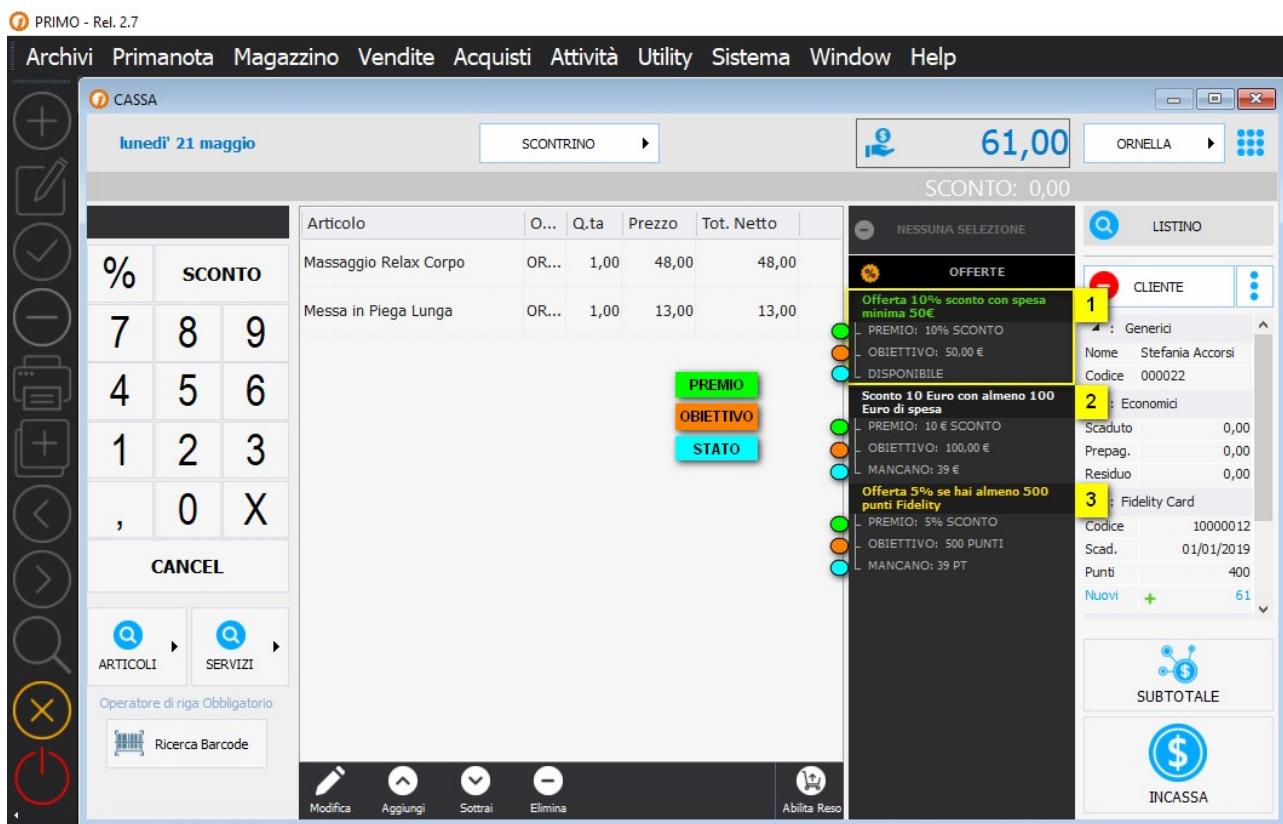


1. **Titolo dell'Offerta** (è il testo che verrà mostrato in Cassa e nelle ricerche)
2. **Testo dell'Offerta**
3. **Validità settimanale**: è possibile decidere in quali giorni della settimana l'Offerta è valida
4. **Obiettivo minimo** da raggiungere affinché l'Offerta diventi selezionabile in Cassa. I parametri di controllo possono essere di due tipi:
 1. Valore di spesa (Euro) (Es: almeno 50,00 Euro di spesa)
 2. Valore di Punti Fidelity (Es: almeno 500 punti presenti sulla Fidelity Card)
5. **Premio dell'Offerta**. Il premio può avere le seguenti nature:
 1. Sconto Percentuale sul totale in Cassa
 2. Sconto a Valore sul totale in Cassa
 3. Accredito Punti in presenza di una Fidelity Card
 4. Listino personalizzato
6. **Movimento Fidelity Card**. In seguito all'adesione di una Offerta si può far scatenare un movimento di punti sulla fidelity card associata al Cliente (Es: a fronte di un Premio di 10,00 Euro in Cassa dovrà corrispondere uno Scarico di 500 punti sulla Fidelity Card)

7. **Assegna ad una Promozione.** Con l'adesione ad una **Offerta** si può decidere di far rientrare il cliente in una **Promozione** futura. Questo consente di aumentare la fidelizzazione del cliente incrementandone i passaggi in Cassa. *Esempio: si fa Cassa ad un cliente attivando l'Offerta "Sconto 20%". Nel momento in cui viene chiusa la Cassa il programma assegna il Cliente alla Promozione e ne stampa il Voucher (Testo della Promozione). La Promozione prevede uno Sconto di 15,00 Euro su una spesa minima di almeno 50,00 Euro valido nei 10 giorni successivi. In questo modo avremo dato al cliente un valido motivo per eseguire un nuovo passaggio in Cassa.*
8. **Periodo di Validità dell'Offerta.** Periodo in cui l'Offerta sarà disponibile in Cassa. Al momento della creazione di una Offerta verrà impostato un periodo di default di un mese. Per modificarne la validità è sufficiente premere sull'icona contraddistinta con l'etichetta '8b'. Quando l'Offerta sarà scaduta sarà possibile riattivarla attribuendole un nuovo periodo di validità. Premendo sull'icona '+' (etichetta '8a') il programma aggiungere una nuova riga che riporterà le nuove date. Un altro parametro legato al Periodo di Validità è il numero di **MAX Adesioni** consentite ai clienti (etichetta '8c'). *Con un valore di 3, ad esempio, diciamo a PRIMO che ogni singolo cliente può aderire a quell'Offerta massimo tre volte, dopodiché non sarà più selezionabile in Cassa.*
9. In griglia saranno riportati tutti i Clienti che avremo fatto aderire all'Offerta con indicazione della data di adesione. Sarà, inoltre, possibile aprire direttamente il documento di vendita cliccando sull'icona inserita in ultima colonna (etichetta '9a').

- **LE OFFERTE in 'CASSA'**

Di seguito come appare il quadro Cassa in presenza di Offerte:



Nello specifico sono esposte tre Offerte:

1. 10% Sconto con spesa minima di 50,00€
2. Sconto 10,00€ con almeno 100,00€ di spesa
3. 5% sconto con almeno 500 punti Fidelity

Si noti le tre righe di dettaglio poste subito sotto ogni Offerta: nelle prime righe (**contraddistinte dal pallino verde**) è riportato il **valore e la tipologia del PREMIO** che sarà in termini di *Sconto in Percentuale* per le Offerte 1 e 3 e *Sconto a Valore* per l'Offerta 2.

Nelle seconde righe (**contraddistinte dal pallino arancione**) è indicato il **Valore Minimo** da raggiungere affinché l'Offerta sia selezionabile. 50,00€ e 100,00€ i valori minimi delle Offerte 1 e 2; 500 punti Fidelity per l'Offerta 3.

Nelle terze righe (**contraddistinte dal pallino celeste**) è indicato lo **Stato** dell'Offerta. Considerando una spesa di Cassa di 61,00€ ed un totale di 461 Punti Fidelity (dato dalla somma dei 400 pt già disponibili sulla Fidelity + i 61 attribuiti dalla vendita corrente) si spiegano di seguito gli Stati delle tre Offerte:

- **Offerta 1 = DISPONIBILE** (**Attiva di colore Verde**)

61,00€ totale Cassa > 50,00€ Obiettivo Minimo

- **Offerta 2 = NON disponibile. Mancano 39,00€** (**Non Attiva**)

100,00€ Obiettivo Minimo - 61,00€ (totale Cassa) = 39,00€ differenza

- **Offerta 3(*) = NON disponibile. Mancano 39 punti Fidelity**

500pt Obiettivo Minimo - (400pt già disponibili + 61pt Nuovi attribuiti dalla vendita corrente)
500 - 461 = 39

(*) L'Offerta 3 è di colore giallo perché **"è vicina all'obiettivo"**. Un'Offerta assume questo stato quando il valore dell'Obiettivo Minimo è stato raggiunto almeno all'80%:

80% di 500 pt (Obiettivo) = 400 pt → Valore raggiunto 461 > 400

* Le PROMOZIONI *

• COME FUNZIONANO

Come già detto in apertura di questa guida, la differenza sostanziale tra Offerte e **Promozioni** (*Utility → Gestione Offerte e Promozioni → Promozioni*) è che queste ultime prevedono la pre-assegnazione dei Clienti e, pertanto, in Cassa saranno disponibili **solo** per questi Clienti.

Tenendo presente questa peculiarità, descriviamo in dettaglio i parametri che consentono di gestire al meglio i Clienti *assegnati* alla Promozione.

PRIMO - Rel. 2.7 (rev. 1)

* Sezione 'i'

La **Scadenza Clienti** può essere di due tipi

1. **FISSA**: per i clienti assegnati valgono le stesse date di Inizio e Fine del Periodo di Validità
2. **DINAMICA**: come *Inizio Validità* (colonna con etichetta 'a1') sul cliente viene impostata la data di assegnazione (il giorno in cui viene assegnato alla Promozione). La data di *Fine Validità* (colonna con etichetta 'a2'), invece, viene calcolata aggiungendo alla data di Inizio il numero di *Giorni previsti* (Di seguito l'immagine che mostra il dettaglio di come si presenta il parametro se viene selezionata la *Scadenza Dinamica*).

Quando è valida	
Scadenza Clienti	Dinamica
Giorni di Validità	10

* Sezione 't'

Testo della Promozione: dispone dei parametri #NOME#, #INIZIO# e #FINE# che possono essere importanti nei i casi seguenti:

1. Stampare il Voucher in Cassa nel caso la Promozione sia di "Assegnazione" di un'altra Promozione oppure di un'Offerta (*si veda l'Esempio del punto 7 del paragrafo Offerte*)
2. Inviare SMS ai clienti per informali del fatto che rientrano in una Promozione garantendosi, in questo modo, un'**Adesione** (quindi un **Fatturato**) maggiore.

* Sezione 'v'

1. **Assegnati:** è il numero dei Clienti Assegnati alla Promozione.

L'Assegnazione dei Clienti può avvenire nei modi seguenti:

1. Dal tasto funzione 3 della sezione 'v' importando il risultato di un **Filtro Speciale**
2. Dal tasto funzione 6 della sezione 'c' secondo vari modalità
3. Da un Widget (opzione 4)



2. Icona che indica che alla Promozione è agganciato un **Filtro Speciale**
3. *Tasto funzione* per poter modificare le date del **Periodo di Validità**, modificare il numero **Max Adesioni per Cliente** e associare un **Filtro Speciale** alla Promozione (una volta associato un **Filtro Speciale** sarà mostrata anche l'opzione per poterlo aprire direttamente).

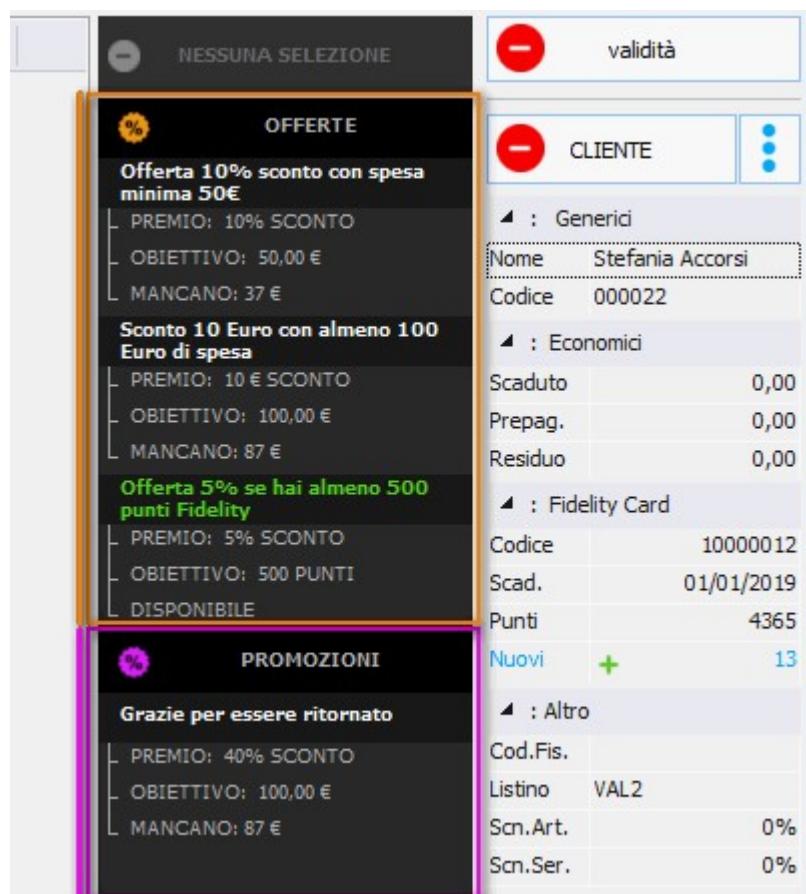
* Sezione 'c'

1. **Colonna 'DAL':** riporta l'inizio della Validità dei singoli Clienti
2. **Colonna 'AL':** riporta la fine della Validità dei singoli Clienti
(NB: le date sono modificabili tramite il tasto funzione presente nella colonna 5)
3. Indica se sono stati inviati SMS al Cliente circa la Promozione in atto.
4. Riporta l'icona con il simbolo \$ che indica che il Cliente ha aderito alla Promozione. Cliccandoci su è possibile aprire direttamente il Documento di Vendita.
5. *Tasto funzione* che consente di modificare le date del **Periodo di Validità** per ogni singolo Cliente; rimuovere il cliente dalla Promozione.
6. *Tasti funzione* che consentono di Associare oppure Rimuovere i clienti dalla Promozione. NB: si precisa che i Clienti che aderiranno alla Promozione non potranno essere rimossi.

7. *Tasto di Sharing (Condivisione)*. Tramite questo tasto è possibile condividere con la maschera di invio degli SMS i clienti presenti in elenco. Vengono presi in considerazione solo i Clienti che in anagrafica hanno un numero di cellulare valido e hanno abilitato il check di consenso 'Sms Comunicazione'. Si precisa, inoltre, che PRIMO impedisce che si invii due volte lo stesso SMS.

- **LE PROMOZIONI in 'CASSA'**

Le Promozioni in Cassa vengono mostrate in un Raggruppamento separato dalla Offerte ma, di fatto, le logiche di *attivazione* e *selezione* sono identiche. Di seguito un'immagine del dettaglio:



Evidenziato in viola il Raggruppamento delle Promozioni; in arancione il Raggruppamento le Offerte.



Rispetta l'ambiente

se non strettamente necessario consulta questa guida rapida in formato digitale, non stamparla su carta



Per tutto quanto non indicato nel presente documento v'invitiamo a contattare il call center assistenza al numero **0825.34001** oppure inviare una e@mail all'indirizzo **assistenza@novisoft.it**

Novisoft Srl – sedi Piacenza -Roma - Avellino (Italy) tel. 800 911 947