

ALTCRAFT PLATFORM  
Руководство пользователя

## Оглавление

|   |            |
|---|------------|
| FAQ.....  | 6          |
| Термины.....  | 13         |
| <b>Хранение и сбор данных.....</b>                                | <b>18</b>  |
| Ресурсы подписок.....   | 20         |
| Работа с базами данных.....                                       | 41         |
| Профиль подписчика.....   | 52         |
| Импорт профилей клиентов и обновление данных.....                 | 78         |
| Импорт данных по расписанию.....                                  | 90         |
| Автоматизация сбора данных о профиле.....                         | 97         |
| Массовое обновление профилей клиентов.....                        | 100        |
| Double opt-in подписка.....                                       | 110        |
| Стоп-списки.....  | 115        |
| Связи между профилями.....  | 122        |
| Экспорт истории профилей.....                                     | 133        |
| Экспорт профилей.....   | 137        |
| Автоматическое создание статического сегмента при импорте.....    | 144        |
| Как открыть CSV файл в Excel.....                                 | 145        |
| Матчинг.....  | 149        |
| <b>Каналы коммуникации.....</b>                                   | <b>151</b> |
| Email: Рекомендации по взаимодействию с ISP.....                  | 156        |
| Email: Настройка собственного from-домена.....                    | 169        |
| Email: Настройка и использование постмастеров.....                | 173        |
| SMS: Готовые интеграции.....                                      | 182        |
| Web push: настройка и подключение.....                            | 185        |
| Технические настройки.....  | 188        |
| Настройка Web Push в браузерах.....                               | 189        |
| Apple Safari.....   | 191        |
| Mozilla Services.....   | 199        |
| Firebase Cloud Messaging.....                                     | 200        |
| Подключение Web push на сайт.....                                 | 205        |
| Импорт профилей клиентов при подписке на Web push уведомления.... | 208        |
| Импорт подписок со сторонних push-сервисов.....                   | 214        |
| Как перенести push-подписки из стороннего сервиса.....            | 215        |
| Как перенести push-подписки, настроенные для Safari.....          | 223        |
| Миграция с OneSignal.....   | 228        |
| Mobile push: настройка и подключение.....                         | 237        |
| Rich push уведомления.....  | 256        |
| Mobile Push: интеграция приложения с Altcraft.....                | 259        |
| Провайдеры: структура push сообщения.....                         | 260        |
| Обработка и добавление подписки.....                              | 273        |
| Регистрация событий.....  | 284        |
| Руководство: первая Email рассылка.....                           | 287        |
| Руководство: первая SMS рассылка.....                             | 301        |
| Руководство: первая Web push рассылка.....                        | 312        |
| Руководство: первая Mobile push рассылка.....                     | 327        |
| Руководство: первая WhatsApp рассылка.....                        | 341        |
| Руководство: первая Viber рассылка.....                           | 354        |
| Telegram Bot: руководство для первой рассылки.....                | 365        |
| Telegram Group: руководство для первой рассылки.....              | 374        |

|   |     |
|---|-----|
| <b>Сегментация</b> .....                                    | 382 |
| Статические сегменты.....                                   | 384 |
| Динамические сегменты.....                                  | 391 |
| Сегментация профилей по основным данным.....                | 396 |
| Сегментация профилей по данным подписок.....                | 408 |
| Сегментация профилей по истории действий.....               | 411 |
| Сегментация профилей по внешним данным.....                 | 434 |
| Сегментация профилей по внешним SQL таблицам.....           | 438 |
| Сегментация профилей по участию в сегменте.....             | 444 |
| Сегментация профилей по UTM.....                            | 447 |
| Сегментация по структуре профиля.....                       | 449 |
| Сегментация профилей по лучшему времени отправки.....       | 459 |
| <b>Шаблоны сообщений</b> .....                              | 462 |
| Работа с шаблонами сообщений.....                           | 463 |
| Фрагменты шаблонов.....                                     | 498 |
| Изображения в сообщениях.....                               | 503 |
| Персонализация контента в сообщениях.....                   | 511 |
| Формирование таблиц на основе элементов массива.....        | 515 |
| Редактор для Rich Push (бета версия).....                   | 519 |
| Переменные и функции ALTCRAFT.....                          | 536 |
| Использование логических выражений в сообщениях.....        | 551 |
| Использование циклов в сообщениях.....                      | 561 |
| Использование переменных макрета в сообщениях.....          | 564 |
| Использование функционала JSONPath.....                     | 578 |
| Динамический контент сообщений.....                         | 583 |
| Использование API контента в сообщениях.....                | 584 |
| Использование HTML контента в сообщениях.....               | 591 |
| Использование JSON контента в сообщениях.....               | 592 |
| Использование контента из SQL базы данных в сообщениях..... | 594 |
| Визуальный редактор для Email сообщений.....                | 598 |
| Интерфейс редактора.....                                    | 600 |
| Добавление элементов.....                                   | 602 |
| Элементы и их настройки.....                                | 608 |
| Пользовательские блоки.....                                 | 626 |
| Стили элемента.....   | 631 |
| Структура элементов.....                                    | 636 |
| Веб-версия письма.....                                      | 638 |
| AMP-версия письма.....                                      | 643 |
| Импорт и экспорт шаблона сообщения.....                     | 646 |
| Импорт шаблона из стороннего сервиса.....                   | 654 |
| <b>Кампании</b> .....                                       | 662 |
| Календарь кампаний.....                                     | 664 |
| Бродкаст кампания.....                                      | 668 |
| Регулярная кампания.....                                    | 679 |
| Триггерная кампания.....                                    | 690 |
| Мультивариантный тест (A/B/n).....                          | 708 |
| Тестирование кампаний.....                                  | 720 |
| Расписание кампании.....                                    | 724 |
| Кампания размещения.....                                    | 730 |

|   |      |
|---|------|
| <b>Сценарии автоматизации</b> .....                         | 736  |
| Работа со Сценариями автоматизации.....                     | 738  |
| Элементы (шаги) сценария.....                               | 751  |
| Классические сценарии автоматизации маркетинга.....         | 803  |
| Приветственный сценарий: пошаговая настройка.....           | 808  |
| Автоматическое оповещение менеджера через сценарий.....     | 823  |
| Сценарий брошенной корзины.....                             | 828  |
| <b>Маркет</b> .....   | 840  |
| Настройки маркета.....                                      | 842  |
| Продукты.....   | 850  |
| Создание продукта вручную.....                              | 852  |
| Импорт продукта из файла.....                               | 859  |
| Импорт по расписанию.....                                   | 862  |
| Подготовка YML-файла.....                                   | 867  |
| Заказы.....   | 875  |
| Переменные маркета в шаблонах.....                          | 881  |
| Руководство: как отправить письмо подтверждения заказа..... | 882  |
| <b>Программы лояльности</b> .....                           | 895  |
| Промокоды.....  | 896  |
| <b>Веб-слой</b> .....                                       | 908  |
| Формы.....  | 909  |
| Создание формы.....   | 911  |
| Конструктор формы.....                                      | 916  |
| Оформление формы.....                                       | 934  |
| Действия при активации формы.....                           | 937  |
| Аналитика данных.....                                       | 945  |
| Связывание данных канала и формы.....                       | 952  |
| Условная постраничная логика в формах и опросах.....        | 957  |
| Пиксели.....  | 972  |
| Целевые действия клиентов и скоринг.....                    | 984  |
| Попапы.....   | 989  |
| Создание и публикация попапа.....                           | 991  |
| Настройка попапа в редакторе кода.....                      | 1011 |
| Управление попапами вручную через скрипт.....               | 1019 |
| Аналитика попапов.....                                      | 1025 |
| Менеджер тегов.....   | 1032 |
| Настройка и установка Менеджера тегов.....                  | 1034 |
| Типы триггеров.....   | 1046 |
| Типы переменных.....  | 1055 |
| Связывание пикселя и Менеджера тегов.....                   | 1073 |
| <b>Отчеты и аналитика</b> .....                             | 1078 |
| Отчет по каналам.....                                       | 1081 |
| Отчёт по трафику.....                                       | 1107 |
| Сводный отчёт.....  | 1120 |
| Когортный отчёт.....  | 1131 |
| Время жизни.....  | 1133 |
| Воронка конверсии.....                                      | 1135 |
| Цели.....   | 1141 |
| Прирост аудитории.....                                      | 1145 |
| Карта кликов (Email).....                                   | 1148 |

|  |             |
|--|-------------|
| Отчёт о возвратах (Email).....                             | 1151        |
| Отчёт о недоставках.....                                   | 1154        |
| <b>Интеграции.....</b>                                     | <b>1157</b> |
| Синхронизация статических сегментов.....                   | 1159        |
| Яндекс.Аудитории™.....                                     | 1167        |
| Аудитории Google Ads.....                                  | 1172        |
| Facebook Ads Manager™.....                                 | 1176        |
| Область видимости интеграции.....                          | 1180        |
| WhatsApp.....  | 1181        |
| Viber.....   | 1189        |
| Tilda™.....  | 1200        |
| Yandex AppMetrica™.....                                    | 1210        |
| Lpgenerator™.....  | 1218        |
| VK Реклама™.....   | 1226        |
| Интеграция сторонних сервисов с Altcraft через Albato..... | 1232        |
| Подключение Altcraft к Albato.....                         | 1233        |
| Запуск приветственного сценария через Albato.....          | 1237        |
| Передача данных о событии.....                             | 1244        |
| Отправка триггерной кампании.....                          | 1249        |
| Регистрация событий.....                                   | 1253        |
| Захват событий.....  | 1257        |
| Захват событий Altcraft.....                               | 1258        |
| Типы событий для захвата.....                              | 1265        |
| Структуры сообщений захвата событий.....                   | 1274        |
| Отправить JSON запрос батчем.....                          | 1292        |
| Отправить сообщение в очередь RabbitMQ.....                | 1295        |
| Отправить сообщение в exchange RabbitMQ.....               | 1297        |
| Предварительное тестирование события.....                  | 1308        |
| <b>Настройки.....</b>                                      | <b>1311</b> |
| Настройки аккаунта.....                                    | 1313        |
| Поисковые теги: создание и применение.....                 | 1315        |
| Пользовательские ссылки.....                               | 1320        |
| Виртуальные сендеры.....                                   | 1323        |
| Политики отправки.....                                     | 1329        |
| Журнал аудита.....   | 1334        |
| Пользователи и разграничение доступа.....                  | 1336        |
| Двухфакторная аутентификация (2FA).....                    | 1349        |
| Подключения.....   | 1354        |
| Подключение к Facebook Ads.....                            | 1357        |
| Подключение к Google Ads.....                              | 1362        |
| Подключение к Яндекс.Аудитории™.....                       | 1367        |
| Подключение к 360dialog.....                               | 1372        |
| Подключение к Edna.....                                    | 1375        |
| Подключение к Devino Telecom.....                          | 1377        |
| Подключение к SMS Traffic.....                             | 1379        |
| Подключение к VK Рекламе™.....                             | 1381        |
| Подключение к MTS OmniChannel.....                         | 1385        |
| Подключение через OAuth2.....                              | 1387        |
| Подключение через Basic Authentication.....                | 1391        |
| Подключение через Token Authentication.....                | 1394        |
| Библиотека email-маркетолога.....                          | 1397        |

# FAQ

## 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, ресурсы, сегменты, каналы, шаблоны, импорты по расписанию, стоп-списки, кампании, сценарии, промокоды, 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.

---

## 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": [
        "IpHicQquekzYkuf1", "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.

### ПРИМЕЧАНИЕ

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 совершенного 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.

---

### **Название файлов во вложении в письмах имеет некорректное название**

Решить проблему можно следующими способами:

1. Переустановить Outlook из пакета Standard.
2. Настроить клиент Outlook: использовать UTF-8 для параметра **Кодировка исходящих сообщений**. Для этого необходимо:
  - В приложении Microsoft Outlook выбрать **Файл -> Параметр -> Дополнительно**.
  - В поле "Кодировка исходящих сообщений" выбрать UTF-8
3. Не использовать русские символы в названии файла.
4. Воспользоваться другой версией Outlook.

# Термины

## Термины email-маркетинга

**API (Application Programming Interface, интерфейс программирования приложений)** — это язык общения одной компьютерной программы с другой для совместного исполнения какой-нибудь общей задачи, когда одна программа выполняет запросы другой.

**BCC (Blind Carbon Copy, скрытая копия)** — скрытые получатели письма, чьи адреса не показываются другим получателям.

**Caller ID** — идентификатор абонента-отправителя SMS сообщений. Может содержать латинские буквы и цифры — без пробелов.

**Double Opt-In (двухэтапная подписка)** — пользователь указал свой email при подписке и подтвердил его, перейдя по специальной ссылке в письме подтверждения. Преимущество: в базу попадает более заинтересованная и активная аудитория. Недостаток: снижение конверсии, так как часть аудитории не подтверждает подписку.

**DKIM (Domain Keys Identified Mail)** — технология идентификации отправителя Email, которая 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.

**OR (Open Rate)** — это процент получателей, открывших письмо.

**CTR (Click-Through Rate)** — это процентное соотношение кликов по ссылке в письме к количеству доставленных писем.

**CTOR (Click to Open Rate)** — это процентное соотношение кликов по ссылке в письме к количеству открытий письма.

**SB (Soft Bounce, мягкие возвраты)** — возвращение письма отправителю из-за переполненности ящика или временной недоступности сервера получателя.

**SPF (Sender Policy Framework)** — технология, позволяющая проверить, не подделан ли домен отправителя. Для её работы необходимо добавить на

отправляющий домен (сендер домен, фром домен) специальную TXT-запись, которая определяет политику разрешения отправки этого домена с различных хостов.

**SQL (язык структурированных запросов, Structured Query Language)** — специальный язык, используемый для работы с базами данных. С помощью SQL можно задавать структуру базы, организовывать выборку данных из неё по каким-то определённым критериям, удалять данные.

**НВ (Hard Bounce, жесткие возвраты)** — это адреса, которые не принимают письма из-за недействительных email-ов или неожиданной ошибки во время отправки.

**Pop-up** — это элемент интерфейса в виде небольшого окна, которое появляется поверх основного содержимого веб-страницы.

## Внутренние термины Altcraft Platform

**Профиль подписчика** — объединяет информацию о получателях рассылок - клиентах, партнёрах, наблюдателях за рассылками

**База профилей** — определяет структуру основных и дополнительных полей данных профиля, а также возможность подписок на те или иные ресурсы.

**Статический сегмент** — фиксированный список профилей, сформированный с помощью определенных условий, или иными способами (вручную, с помощью сценария или API запроса). Статический сегмент изначально может быть рассчитан на выборку из базы данных, однако после сохранения он не будет пересчитываться автоматически.

**Динамический сегмент** — часть базы данных, которая включает профили, подходящие под определённые в сегменте условия. Такой сегмент не сохраняет список профилей, удовлетворивших условиям, вместо этого сохраняется сама структура запроса выборки.

**Ресурс** — средство для организации подписок клиентов на определённый контент по определённым каналам связи.

**Подписка профиля** — запись, объединяющая контактные данные по конкретному каналу связи и сведения о регистрации.

**Кампания** — инструмент для организации отправок сообщений клиентам.

**Бродкаст-кампания** — инструмент для организации массовых однократных рассылок контента подписчикам.

**Регулярная кампания** — инструмент для организации массовых многократных рассылок контента подписчикам.

**Триггерная кампания** — инструмент создания транзакционных сообщений в Altcraft Platform.

**Мультивариантный тест** — кампания, в которой несколько (до 8) шаблонов сообщений отправляется части аудитории, эффективность этих вариантов сравнивается, и шаблон-победитель отправляется остальной части аудитории.

**Журнал кампании** — инструмент для отслеживания всех этапов отправки кампаний и ошибок, возникших в процессе отправок.

**Шаблон сообщения** — контент, который Вы отправляете подписчикам в рамках одной или нескольких маркетинговых кампаний.

**Сценарий** — программы автоматизации маркетинговых процессов.

**Отчёт по каналам** — предоставляет данные по всем событиям, которые отслеживаются в кампаниях: отправки, доставки, открытия, клики и др.

**Отчёт по трафику** — предоставляет данные о трафике профилей из таких источников как каналы, формы, пиксели и попапы.

**Когортный отчет** — отчет по группам подписчиков, привлечённым в определённый временной промежуток.

**Время жизни (отчёт)** — отчет, который показывает среднее время жизни подписчика в когорте.

**Воронка конверсии** — представляет собой последовательность шагов, по которым проходит группа ваших клиентов.

**Цели (отчет)** — отчёт о выполнении вашими клиентами целевых действий и о ценности их совершения.

**Прирост аудитории (отчет)** — отчёт для отслеживания динамики роста аудитории подписчиков на ваши ресурсы.

**Карта кликов** — отчёт по переходам ваших клиентов по ссылкам в отправленном Email сообщении.

**Панель пользователя** — интерфейс, в котором происходит работа пользователя с Altcraft Platform.

**Панель администратора** — служебный интерфейс, используемый администратором Altcraft Platform для настройки платформы

**Тег** — помечает сущности: базы данных, сегменты, шаблоны, импорты по расписанию, стоп-списки, кампании, сценарии, формы, продукты, заказы и служит для навигации и улучшения поиска этих сущностей в платформе.

**Подключение** — механизм, позволяющий авторизоваться во внешних системах для расширения возможностей Altcraft Marketing функционалом этих систем. Обычно для создания такого подключения требуется аккаунт во внешней системе с правами доступа через API.

**Политика отправки** — настройки, ограничивающие количество отправляемых одному получателю сообщений. Политику отправки можно назначить для аккаунта, ресурса или кампании.

**Стоп-список** — это список email адресов и доменов, а также телефонных номеров, которым вы не хотите отправлять сообщения. Стоп-лист фильтрует email-адреса и номера телефонов в момент отправки кампании.

**Трекинг домен** — это домен для отслеживания действий подписчика. Он позволяет вам узнать, по каким ссылкам перешел получатель сообщения.

**Пиксель** — это HTML или JavaScript-код на сайте, позволяющий отслеживать поведение пользователей сайта.

**База наблюдателей** — база профилей, которые будут получать те же сообщения, что и профили, для контроля за ходом и результатом рассылки.

**Маркет** — функционал, позволяющий импортировать данные о товарах и заказах из различных маркетплейсов в платформу и использовать эти данные для коммуникации с клиентами.

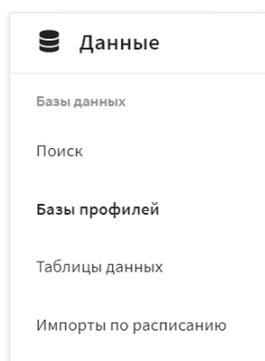
**Форма** — это инструмент для сбора данных от ваших клиентов, с помощью которого можно реализовывать различные механизмы с использованием внешних данных, например, добавлять новые профили в вашу базу, управлять подписками на различные ресурсы и получать обратную связь от клиентов.

**Менеджер тегов** — это инструмент, который позволяет вам управлять HTML тегами и JavaScript кодом без необходимости привлекать разработчиков. С его помощью вы можете создавать, добавлять и обновлять фрагменты кода на сайте, чтобы отслеживать действия пользователей и передавать данные в платформу.

# Хранение и сбор данных

## С чего начать?

### Создайте базу данных



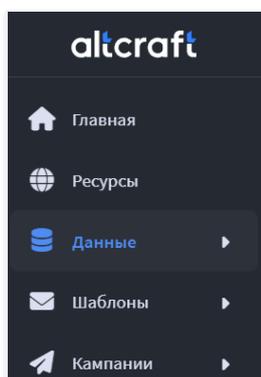
Начните с создания [базы данных](#), в которой будете хранить цифровые [профили своих клиентов](#).

Для базы определите структуру, используя стандартные поля данных и дополнительные — для реализации ваших бизнес-процессов.

**Создание базы данных — первый шаг в работе с Altcraft.**

### Создайте ресурс подписок

Коммуникация с клиентами в Altcraft 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 (рекламные, inbound, сервисные, партнёрские) сгруппированы в [Ресурсы](#).

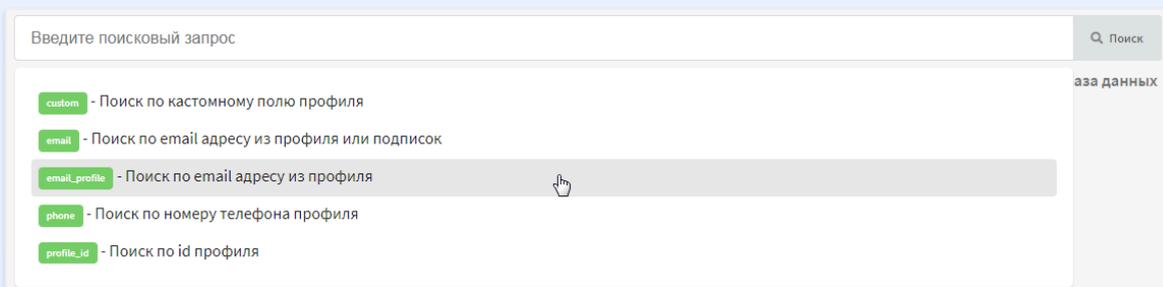
Ресурс — издатель контента, для которого можно отдельно настраивать данные отправителя, трекинг, политики отправки, а также используемые каналы коммуникации.

**Чтобы начать общение с клиентами, создайте как минимум один ресурс.**

## ⓘ К СВЕДЕНИЮ

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.



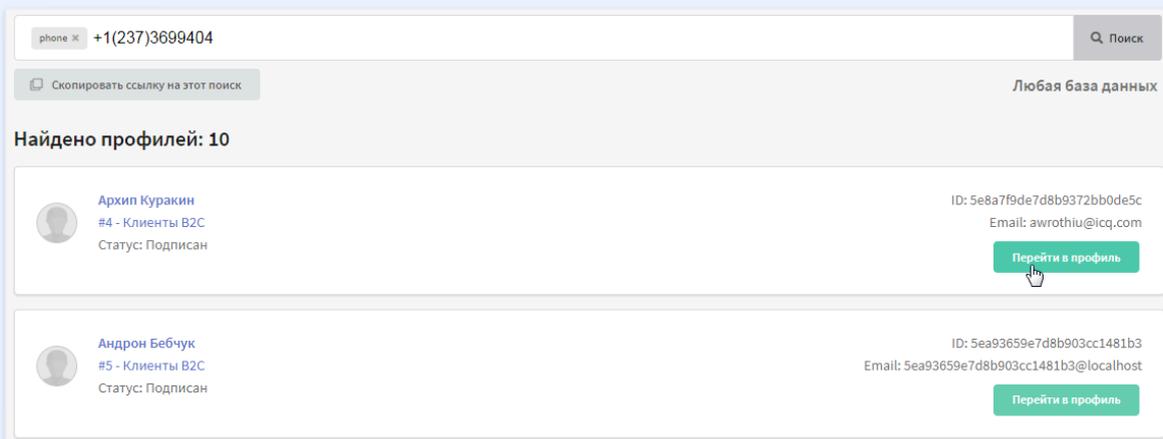
Введите поисковый запрос 🔍 Поиск

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

Для поиска профиля по дополнительному (кастомному) полю используйте следующий формат: `название_поля: значение`.

Вы можете открыть найденные профили и **скопировать ссылку** на поисковый запрос:



phone x +1(237)3699404 🔍 Поиск

Скопировать ссылку на этот поиск Любая база данных

Найдено профилей: 10

|   |   |                                   |
|---|---|-----------------------------------|
|  <p><b>Архип Куракин</b><br/>#4 - Клиенты B2C<br/>Статус: Подписан</p> | ID: 5e8a7f9de7d8b9372bb0de5c<br>Email: awrothiu@icq.com                   | <a href="#">Перейти в профиль</a> |
|  <p><b>Андрон Бибчук</b><br/>#5 - Клиенты B2C<br/>Статус: Подписан</p> | ID: 5ea93659e7d8b903cc1481b3<br>Email: 5ea93659e7d8b903cc1481b3@localhost | <a href="#">Перейти в профиль</a> |

# Ресурсы подписок

**Ресурс** — 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:

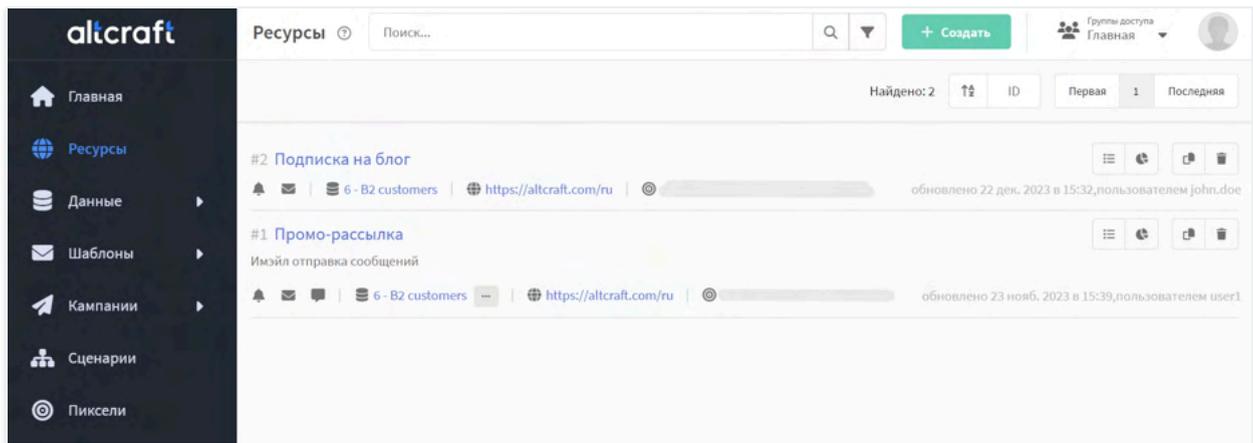
- сайт или отдельный лендинг,
- мобильное или десктопное приложение,
- форма регистрации на сайте партнёра (и сама партнёрская программа),
- определённый тип рассылок (промо-акции, новости, полезные советы),
- конкретная акция или продукт.

Например, если подписчика не устраивают рекламные рассылки, но интересуют информационные, то в случае использования двух ресурсов шанс сохранения потенциального клиента и заключения сделки существенно выше.

Разные ресурсы могут использовать разные домены трекинга и отправщика, имена отправителя. В "Отчётах по каналам" доступна общая группировка статистики по ресурсам, что позволяет проводить эффективный сквозной анализ разных направлений вашего маркетинга.

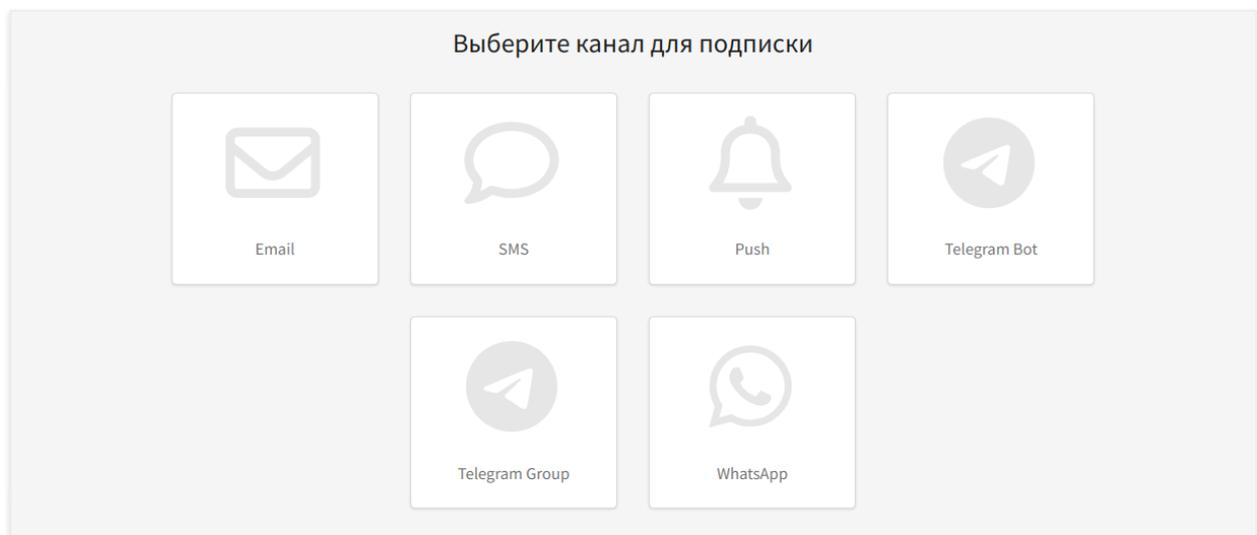
## Управление ресурсами

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



В открывшемся списке отображаются существующие ресурсы. Чтобы перейти к редактированию, нажмите на название ресурса. Из меню действий в правой части можно просмотреть подписчиков ресурса , клонировать ресурс  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:



## Основные настройки

Для нового ресурса укажите название и опционально — описание. Для каждого ресурса настраивается:

- **Группа доступа** — поместите ресурс в [группу объектов аккаунта](#).
- **Политика 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](#) кампании можно изменить эту настройку и добавить несколько трекинг-доменов.

Основные настройки

Имя ресурса: \*

Транзакционные уведомления

Описание ресурса:

Подписка на сервисные сообщения магазина: выставление счёта, изменение статуса заказа.

Установить группу: Sales and promotion ▼      Задать политику отправки для ресурса: Не определена ▼

Базы данных: \*

26 - B2C clients ▼

URL веб-сайта, формы или приложения: \* https://example.com      Трекинг домен по умолчанию: \* click.example.com

[Добавить дополнительные URL](#)

Повышать приоритет для новых подписок

### 💡 ПОВЫШАТЬ ПРИОРИТЕТ ПОДПИСКИ

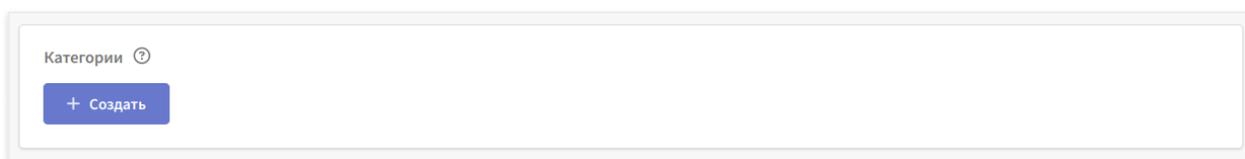
Пользователь может подписаться на один ресурс несколько раз, указав разные контактные данные (email или номер телефона). Если вы активируете опцию **"Повышать приоритет для новых подписок"**, то контактные данные, которые пользователь указал при последней подписке, станут приоритетными. Именно на этот email или номер будут отправляться сообщения в последующих рассылках.

Обратите внимание, опция "Повышать приоритет для новых подписок" работает только в случае, если при добавлении новой подписки явно не указан приоритет. Если приоритет новой подписки указывается явно (например, в [API-запросе](#)), то приоритеты существующих подписок не изменяются.

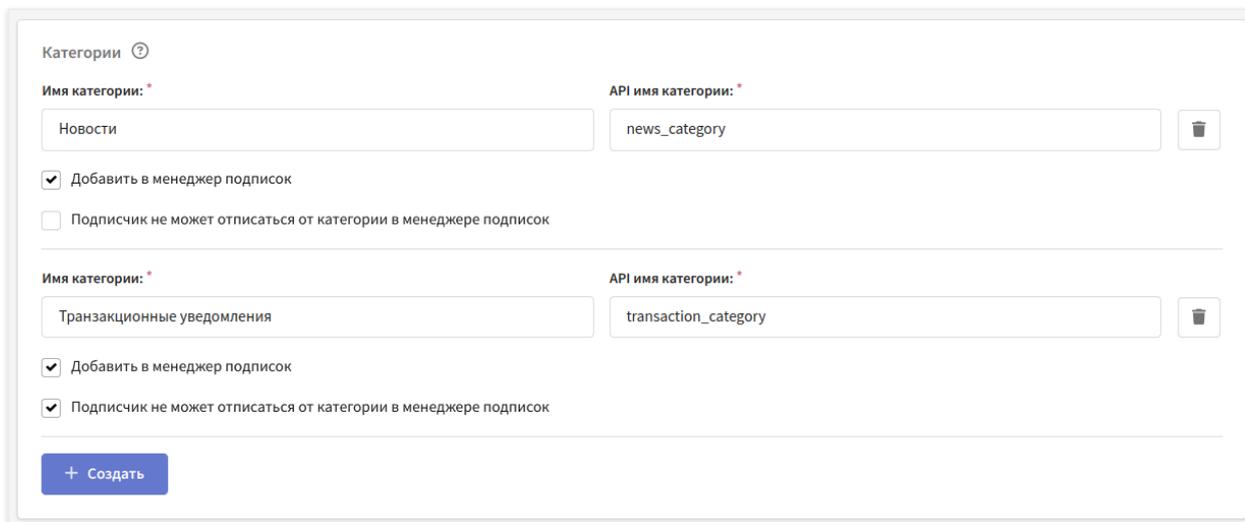
# Категории ресурса

Категории позволяют детализировать тип контента, на который подписан профиль. Например, ресурс "Мобильное приложение" может содержать такие категории, как "Новости", "Промо предложения" и "Транзакции". Если клиент отпишется от одной категории ресурса, он продолжит получать сообщения в рамках других категорий. В отличие от подписки на ресурс, подписка на категорию имеет только 2 статуса: "Подписан" и "Отписан". Изменять статус вы можете вручную в профиле клиента или через [API-запросы](#).

Чтобы добавить новую категорию в ресурс, нажмите кнопку **+ Создать**:



Укажите произвольное **имя категории** и **имя**, которое будет использоваться в **API-запросах**:



Дополнительно вы можете добавить категорию в менеджер подписок, чтобы у подписчика была возможность самостоятельно управлять подписками на категории. Если получение сообщений в рамках этой категории является обязательным, активируйте опцию **"Подписчик не может отписаться от категории в менеджере подписок"**.

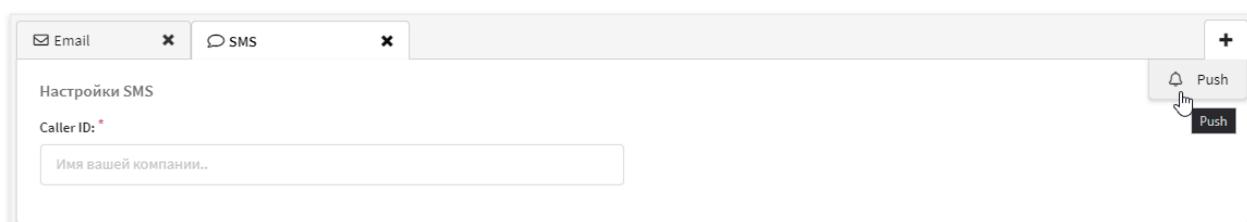
Количество категорий не ограничено. Для удаление категории нажмите кнопку



Обратите внимание, что после сохранения ресурса вы сможете отредактировать имя категории, но не API имя.

## Настройки каналов связи

Каждый ресурс может формировать [подписки](#) на один или несколько каналов коммуникации. По умолчанию доступно 6 каналов: Email, SMS, Push, Telegram, WhatsApp и Viber. 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 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.

Настройки Email

Имя отправителя: \* Awesome Books

Email отправителя: \* awesome@altcraft.com

Обратный получатель: Например, название сайта

Обратный Email: example@example.com

List-ID: ? \* test.awesome.altcraft.com

Не использовать list-unsubscribe в email

Вызывать URL, если была отписка через list-unsubscribe ?

Дополнительные поля ?

+ Добавить поле

Также необходимо заполнить поле **"List-ID"**. List-ID — это уникальный идентификатор списка рассылки, который передается в заголовке email-письма. Почтовые клиенты используют информацию из заголовка для фильтрации и сортировки входящих сообщений. Подробности стандарта List-ID можно найти по [ссылке](#).

Введите List-Id в формате `[list-label].[domain]`. Примеры:

- list-header.nisto.com
- commonspace-users.list-id.within.com
- 0Jks9449.list-id.cmu.edu

List-ID указывается без символов `<` и `>`. Длина идентификатора не должна превышать 255 символов. Домен должен совпадать с доменом отправителя.

#### ! К СВЕДЕНИЮ

Рекомендуется использовать разные List-ID для каждого ресурса.

## Настройки отписки в Email-канале

Платформа предоставляет два механизма отписки от Email-канала в ресурсе:

1. **Ссылка отписки в List-Unsubscribe** — передается в заголовке письма для использования почтовыми сервисами.
2. **Ссылка отписки в теле письма** — добавляется в шаблон с помощью переменной `{unsubscribe}`.

Для управления отпиской через **List-unsubscribe** доступны следующие настройки:

- **Не использовать list-unsubscribe в email** — ссылка отписки `list-unsubscribe` не добавляется в параметр заголовка.
- **Вызывать URL, если была отписка через list-unsubscribe** — отобразится обязательное поле "**Вызываемый URL**". В нем следует указать URL, на который перейдет пользователь после отписки через ссылку отписки почтового сервиса. Если URL не указывать, то пользователь перейдет на системную страницу отписки.

#### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

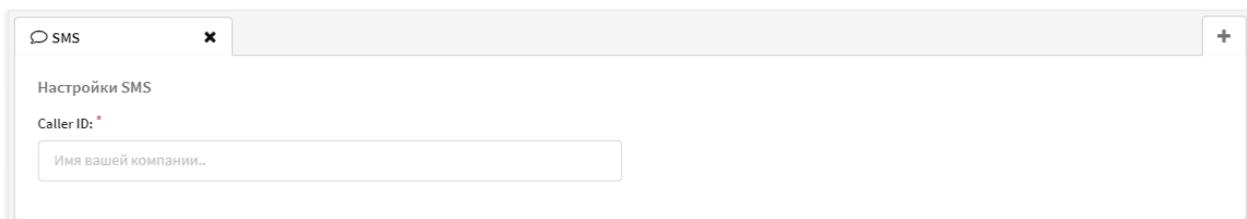
Опция отписки "**Не использовать list-unsubscribe в email**" доступна только для пользователей On-Premise решения. Для активации этой опции необходимо добавить параметр `"unconditional_subscriber"` в свойство `EXTRAS` в файл конфигурации `main.json`.

#### ПОДСКАЗКА

Для коммуникации с подписчиками через email-канал используется email-адреса в формате `john@example.com`. Email-адрес должен соответствовать стандартам RFC. Основные требования вы найдете по [этой ссылке](#).

## 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

Настройки SMS

Caller ID: \*

Имя вашей компании..

#### ПОДСКАЗКА

Для коммуникации с подписчиками через sms-канал используются номера телефонов. Номер должен быть указан в международном формате (без пробелов, дефисов и других разделителей, кроме плюса в начале). Пример:

+79123456789

## Push канал

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.

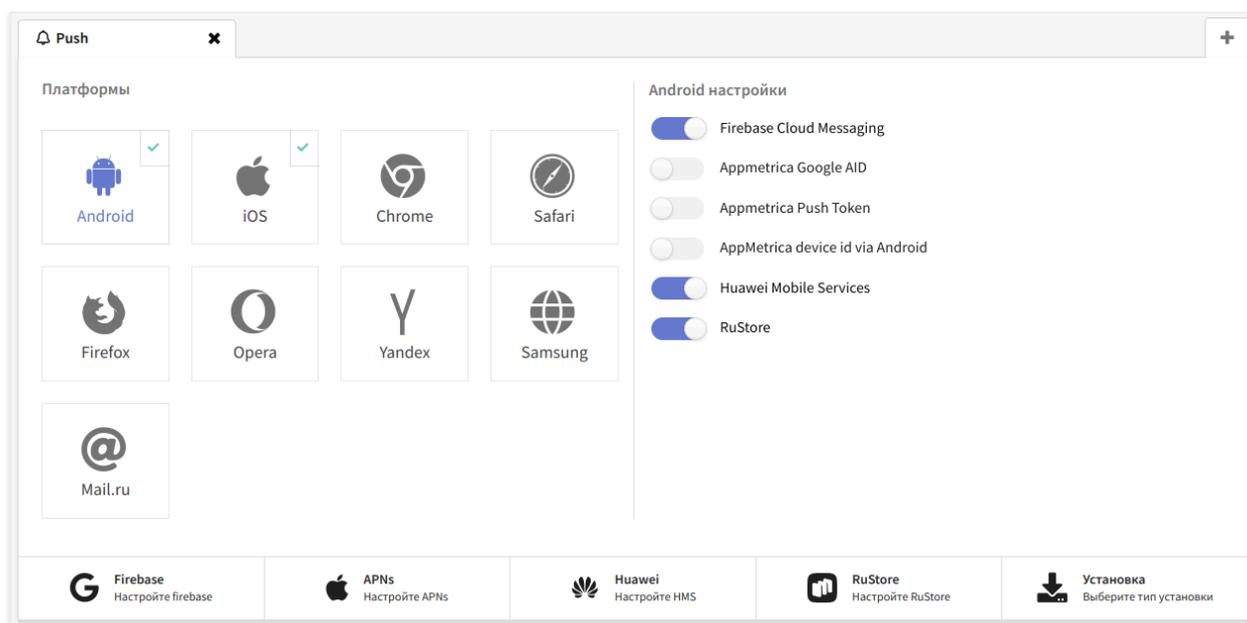
Для отправки уведомлений доступны следующие провайдеры:

- **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.
- **Huawei Mobile Services** — Android и iOS.
- **RuStore** — только Android.

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

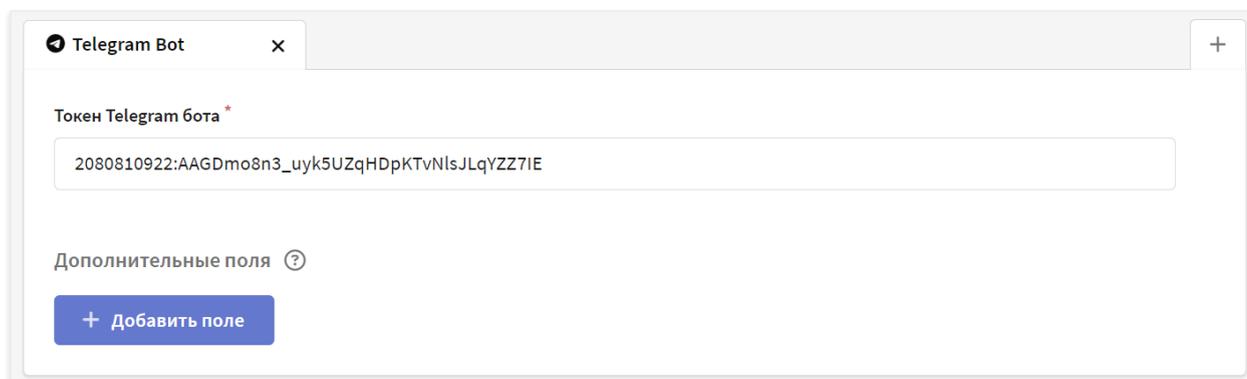
#### ПОДСКАЗКА

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



## Telegram Bot канал

Используйте этот канал для отправки подписчикам сообщений через Telegram бота. Необходимо указать токен бота. О том, как получить токен, читайте в [ЭТОМ гайде](#).



## Telegram Group канал

Сообщения в этот канал можно отправлять с помощью [кампаний размещения](#). Укажите токен бота и идентификатор группы или канала. Больше информации о настройке канала вы найдете [здесь](#).

Telegram Group x

Токен Telegram бота \*

Group/Channel ID \*

Дополнительные поля ?

+ Добавить поле

## WhatsApp канал

Чтобы отправлять подписчикам сообщения в мессенджер, необходимо [настроить интеграцию](#) с WhatsApp Business API. Интеграция осуществляется через одного из провайдеров: Edna или 360dialog.

После настройки интеграции выберите подключенный аккаунт (360dialog) или канал (Edna) в выпадающем списке:

WhatsApp x

WhatsApp аккаунт

Не выбрано

|                       |           |
|-----------------------|-----------|
| +790000000000         | 360DIALOG |
| #2 WhatsApp channel 1 | EDNA      |
| #3 WhatsApp channel 2 | EDNA      |

### 💡 ПОДСКАЗКА

Для коммуникации с подписчиками через WhatsApp-канал используются номера телефонов. Номер должен быть указан в международном формате (без пробелов, дефисов и других разделителей, кроме плюса в начале).

Пример: **+79123456789**

## Viber канал

Для отправки сообщений в Viber необходимо [настроить интеграцию](#). Интеграция осуществляется через провайдеров [Devino Telecom](#), [SMS Traffic](#) или [MTS OmniChannel](#).

В настройках канала выберите созданное ранее Viber-подключение и укажите **имя отправителя**. Это имя увидят подписчики при получении сообщения. Имя отправителя можно найти в личном кабинете сервиса-провайдера; оно должно быть с ним предварительно согласовано.



Viber

Viber подключение:

#43 - Viber подключение devino

Имя отправителя: ?

Altcraft

#### ! К СВЕДЕНИЮ

Для настройки коллбэков со статусами сообщений обратитесь к менеджеру компании или в техническую поддержку вашего провайдера: [Devino Telecom](#), [SMSTraffic](#) или [MTC OmniChannel](#).

#### 💡 ПОДСКАЗКА

Для коммуникации с подписчиками через Viber-канал используются номера телефонов. Номер должен быть указан в международном формате (без пробелов, дефисов и других разделителей, кроме плюса в начале). Пример:

+79123456789

## Дополнительные поля в каналах подписок

В любой канал ресурса можно добавить дополнительные поля. Они аналогичны дополнительным полям в базе профилей. Используйте их для хранения дополнительной информации по подписке на канал.

Чтобы создать поле, нажмите кнопку **"Добавить поле"** и выберите его тип:

- **Целое число** — положительные и отрицательные целые числа.
- **Число с точкой** — положительные и отрицательные числа с плавающей точкой.

- **Строка** — текст на любом языке, включая цифры, специальные символы, пробелы. Используется стандарт Unicode.
- **Boolean** — поле, которое предоставляет возможность выбора из двух вариантов True или False (Да или Нет).

Далее укажите **имя поля** и **имя**, которое будет использоваться в **API-запросах**. В имени допускается использование любых символов. В API-имени можно использовать только латинские символы, цифры и символ подчеркивания; также оно должно начинаться с буквы.

| Поле        | API имя поля    | Тип         | Значение по умолчанию | Сделать обязательным     | Добавить в менеджер подписок |
|-------------|-----------------|-------------|-----------------------|--------------------------|------------------------------|
| New_field_1 | api_new_field_1 | Строка      | Строковое значение    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>     |
| New_field_2 | api_new_field_2 | Целое число | 12345                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>     |

### Дополнительные настройки полей:

- **Значение по умолчанию** — указанное значение будет установлено в поле подписки, если не было передано других данных для этого поля.
- **Сделать обязательным** — данные для этого поля необходимо будет указывать при добавлении подписки профилю.
- **Добавить в менеджер подписок** — поле появится на странице менеджера подписок.

Чтобы удалить поле, нажмите крестик. Количество дополнительных полей не ограничено. После сохранения ресурса вы сможете редактировать имя поля и

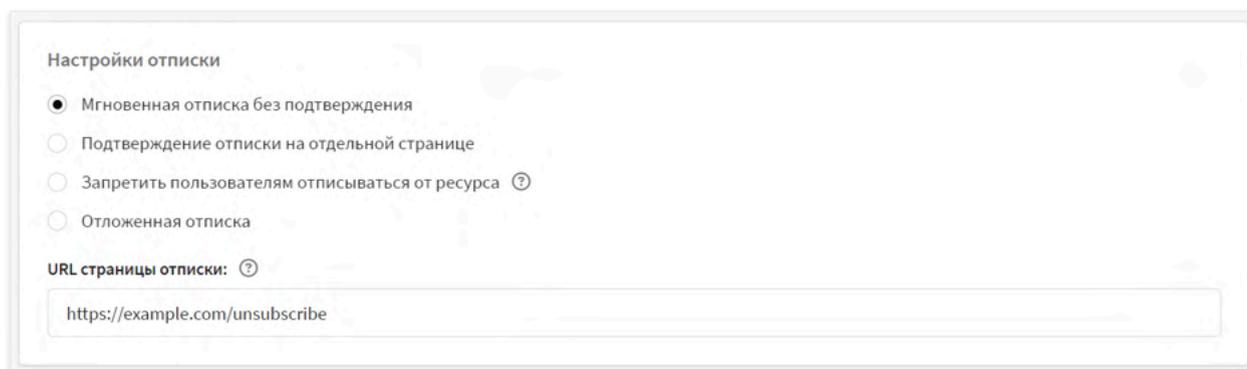
его дополнительные настройки, однако изменение API-имени будет невозможно.

## Настройка отписки

Для каждого ресурса можно настроить отдельный механизм отписки. URL страницы отписки, указанный в ресурсе, переопределит системную страницу отписки. Однако если в шаблоне письма указана пользовательская ссылка на отписку, то она будет приоритетной. Подробнее о [пользовательских ссылках](#).

### Мгновенная отписка без подтверждения

При клике на ссылку отписки профиль переходит на системную страницу отписки и его [статус](#) сразу же меняется на "Отписан". Данный тип отписки используется по умолчанию.



Настройки отписки

- Мгновенная отписка без подтверждения
- Подтверждение отписки на отдельной странице
- Запретить пользователям отписываться от ресурса ⓘ
- Отложенная отписка

URL страницы отписки: ⓘ

https://example.com/unsubscribe

Вы можете перенаправлять профиль на собственную страницу отписки, указав другой URL-адрес в поле "**URL страницы отписки**".

### Подтверждение отписки на отдельной странице

#### **⚠ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ**

Эта настройка отписки доступна только для пользователей On-Premise решения. Для активации этих настроек необходимо добавить параметр `"unconditional_subscriber"` в свойство `EXTRAS` в файл конфигурации `main.json`.

При клике на ссылку отписки в сообщении профиль перейдет на пользовательскую страницу отписки. Его [статус](#) изменится на "Отписан" только

после этого, как он подтвердит отписку. Такая страница может использоваться для уточнения причины отписки.

### Настройки отписки

Мгновенная отписка без подтверждения

Подтверждение отписки на отдельной странице

Запретить пользователям отписываться от ресурса ⓘ

Отложенная отписка

Обратите внимание, что URL страницы отписки должен содержать параметр **ID отправленного сообщения**.

Пример: `https://example.com/unsubscribe?paramname={send_message_id}`

Если URL уже содержит другие параметры: `https://example.com/unsubscribe?paramname1=123&paramname2={send_message_id}`

URL страницы отписки: \* ⓘ

</>

Добавьте следующий код на страницу отписки:

📄

## Настройка полей:

Укажите "**URL страницы отписки**" — этот URL переопределит URL-адрес системной страницы отписки.

В URL страницы отписки добавьте параметр **ID отправленного сообщения** `{send_message_id}`. Это обязательный параметр, который позволит идентифицировать ресурс и профиль, для которого требуется осуществить отписку.

Выберите механизм отписки:

### ▶ Механизм отписки с использованием Altcraft SDK

Вставьте предоставленный в ресурсе код на вашу страницу отписки для подключения Altcraft SDK. Далее инициализируйте класс `AkUnsub`. Пример:

```
<!-- Подключение Altcraft SDK -->
<script src="https://pxl.altkraft.com/ak_list_unsubscribe.js?id=MXw3Mw="></script>

<!-- Инициализация AkUnsub класса -->
<script>
```

```
const akUnsub = new AkUnsub();  
</script>
```

#### ❗ К СВЕДЕНИЮ

При необходимости вы можете переопределить токен ресурса и пиксель домен в скрипте:

```
new AkUnsub({  
  rtoken: 'example_token',  
  pxl_domain: 'your_pxl_domain',  
})
```

**Класс AkUnsub имеет 2 публичных метода:**

- `confirmUnsub` — метод для подтверждения отписки
- `cancelUnsub` — метод для отмены отписки. Используется только **для отложенной отписки**, подробнее о ней можно узнать в следующем пункте статьи.

Каждый из методов принимает следующие **аргументы:**

- **SMID** — идентификатор отправленного сообщения (обязательный параметр).
- **Массив категорий** ресурса, от которых происходит отписка (необязательный параметр).

Пример:

```
AkUnsub.confirmUnsub('SMID', ['cat_to_unsub'])  
AkUnsub.cancelUnsub ('SMID', ['cat_to_unsub'])
```

Для вызова методов на страницу отписки можно добавить кнопки. Пример:

```
<!-- Кнопка для подтверждения отписки -->  
<button onclick="akUnsub.confirmUnsub('SMID', ['category_1',  
'category_2'])">Подтвердить отписку</button>
```

```
<!-- Кнопка для отмены отписки -->  
<button onClick="akUnsub.cancelUnsub('SMID', ['category_1',  
'category_2'])">Отменить отписку</button>
```

Замените 'SMID' и ['category1', 'category2'] на соответствующие значения.

## ► Механизм отписки без использования Altcraft SDK

Вы можете реализовать механизм отписки на своей стороне. Для этого в **URL страницы отписки** необходимо добавить 2 параметра:

- **ID отправленного сообщения** {send\_message\_id}. Это обязательный параметр, позволяющий идентифицировать ресурс, от которого требуется осуществить отписку.
- **Токен ресурса** {resource\_token}. Этот параметр требуется для дополнительной защиты и для реализации собственного механизма отписки без использования Altcraft SDK. Токен ресурса можно передавать не в URL страницы отписки, а в теле API-запроса. Токен можно получить в окне редактирования ресурса на вкладке "i" — детали:

### #6 Транзакционные уведомления

Обновлено 08-12-2023 15:14:05 пользователем roman

Токен

YokfUxVQ6RS-ef5221d7b66a1b5e

Счетчики

| База данных | Канал | Профили  |         |          |             |                |               |            |
|-------------|-------|----------|---------|----------|-------------|----------------|---------------|------------|
|             |       | Подписан | Отписан | Жалобщик | Hardbounced | Не подтвержден | Приостановлен | Не валиден |
| Всего       |       | 0        | 0       | 0        | 0           | 0              | 0             | 0          |

Счетчики последний раз обновлялись: Никогда

Обновить счетчики

Если профиль своими действиями подтвердил отписку на вашей странице, то необходимо передать эти данные в платформу с помощью API запроса `/api/v1.1/profiles/message_unsub`. Статус подписки профиля на ресурс

изменится на "Отписан". Если передавать параметр `categories`, то профиль будет отписан только от указанных категорий ресурса.

Пример запроса:

```
{
  "token": "abcdefghijklmnopqrstuvwxy", // API токен
  "smid": "fGmXiWU9Y4NSIpCw14QG6QXAAAE", // ID отправленного сообщения
  "rtoken": "2fHLS9YR9daS-a90b371eccc2952f", // Токен ресурса
  "categories": ["cat_to_unsub"] // Категории ресурса, от которых отписать профиль
}
```

#### ПОДСКАЗКА

API запрос `/api/v1.1/profiles/message_unsub` описан в [документации](#).

## Запретить пользователям отписываться от ресурса

#### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Эта настройка отписки доступна только для пользователей On-Premise решения. Для активации этих настроек необходимо добавить параметр `"unconditional_subscriber"` в свойство `EXTRAS` в файл конфигурации `main.json`.

Для определенных типов рассылок можно установить ограничение на отписку. При выборе данного параметра все ссылки отписки, указанные в шаблоне, будут вести на страницу с причиной, по которой нельзя отписаться.

#### Настройки отписки

- Мгновенная отписка без подтверждения
- Подтверждение отписки на отдельной странице
- Запретить пользователям отписываться от ресурса ?
- Отложенная отписка

#### Объясните подписчикам, почему отписаться невозможно: \*

Вы пытаетесь отписаться от сервисных сообщений. К сожалению, это невозможно, поскольку с помощью таких сообщений мы предоставляем вам важную информацию.

### ❗ К СВЕДЕНИЮ

Отписка через ссылку list-unsubscribe в Email-письме также будет запрещена.

## Отложенная отписка

При клике на ссылку отписки в сообщении профиль перейдет на пользовательскую страницу отписки. Его **статус** изменится на "Отписан", если:

- профиль своими действиями подтвердит отписку;
- профиль не отменит отписку в течение времени, заданном в поле "Таймер" (максимальное значение таймера — 30 минут).

#### Настройки отписки

- Мгновенная отписка без подтверждения
- Подтверждение отписки на отдельной странице
- Запретить пользователям отписываться от ресурса ?
- Отложенная отписка



Обратите внимание, что URL страницы отписки должен содержать параметр ID отправленного сообщения.

Пример: `https://example.com/unsubscribe?paramname={send_message_id}`

Если URL уже содержит другие параметры: `https://example.com/unsubscribe?paramname1=123&paramname2={send_message_id}`

#### URL страницы отписки: \* ?

`https://example.com/unsub/?paramname={send_message_id}`



#### Добавьте следующий код на страницу отписки:

```
<script src="https://pxl.altkraft.com/ak_list_unsubscribe.js?id=MXw3Mw=="></script>
```



#### Таймер отписки: ?

10

мин

## Настройка полей:

Укажите "**URL страницы отписки**" — этот URL переопределит URL-адрес системной страницы отписки.

В URL страницы отписки добавьте параметр **ID отправленного сообщения** `{send_message_id}`. Это обязательный параметр, который позволит идентифицировать ресурс и профиль, для которого требуется осуществить отписку.

Выберите механизм отписки:

### ▶ Механизм отписки с использованием Altcraft SDK

Вставьте предоставленный в ресурсе код на вашу страницу отписки для подключения Altcraft SDK. Далее инициализируйте класс `AkUnsub`. Пример:

```
<!-- Подключение Altcraft SDK -->
<script src="https://pxl.altcraft.com/ak_list_unsubscribe.js?
id=MXw3Mw=="></script>

<!-- Инициализация AkUnsub класса -->
<script>
  const akUnsub = new AkUnsub();
</script>
```

#### ⓘ К СВЕДЕНИЮ

При необходимости вы можете переопределить токен ресурса и пиксель домен в скрипте:

```
new AkUnsub({
  rtoken: 'example_token',
  pxl_domain: 'your_pxl_domain',
})
```

Класс `AkUnsub` имеет 2 публичных метода:

- `confirmUnsub` — метод для подтверждения отписки
- `cancelUnsub` — метод для отмены отписки

Каждый из методов принимает следующие **аргументы**:

- **SMID** — идентификатор отправленного сообщения (обязательный параметр).
- **Массив категорий** ресурса, от которых происходит отписка (необязательный параметр).

Пример:

```
AkUnsub.confirmUnsub('SMID', ['cat_to_unsub'])
AkUnsub.cancelUnsub ('SMID', ['cat_to_unsub'])
```

Для вызова методов на страницу отписки можно добавить кнопки. Пример:

```
<!-- Кнопка для подтверждения отписки -->
<button onclick="akUnsub.confirmUnsub('SMID', ['category_1',
'category_2'])">Подтвердить отписку</button>

<!-- Кнопка для отмены отписки -->
<button onclick="akUnsub.cancelUnsub('SMID', ['category_1',
'category_2'])">Отменить отписку</button>
```

Замените `'SMID'` и `['category1', 'category2']` на соответствующие значения.

#### ► Механизм отписки без использования Altcraft SDK

---

Вы можете реализовать механизм отписки на своей стороне. Для этого в **URL страницы отписки** необходимо добавить 2 параметра:

- **ID отправленного сообщения** `{send_message_id}`. Это обязательный параметр, позволяющий идентифицировать ресурс, от которого требуется осуществить отписку.

- **Токен ресурса** `{resource_token}`. Этот параметр требуется для дополнительной защиты и для реализации собственного механизма отписки без использования Altcraft SDK. Токен ресурса можно передавать не в URL страницы отписки, а в теле API-запроса. Токен можно получить в окне редактирования ресурса на вкладке "i" — детали:

### #6 Транзакционные уведомления

Обновлено 08-12-2023 15:14:05 пользователем roman  

**Токен**

YokfUxVQ6RS-ef5221d7b66a1b5e

**Счетчики**

| База данных | Канал | Профили  |         |          |             |                |               |            |
|-------------|-------|----------|---------|----------|-------------|----------------|---------------|------------|
|             |       | Подписан | Отписан | Жалобщик | Hardbounced | Не подтвержден | Приостановлен | Не валиден |
| Всего       |       | 0        | 0       | 0        | 0           | 0              | 0             | 0          |

Счетчики последний раз обновлялись: Никогда Обновить счетчики

Если профиль своими действиями подтвердил отписку на вашей странице, то необходимо передать эти данные в платформу с помощью API запроса `/api/v1.1/profiles/message_unsub`. Статус подписки профиля на ресурс изменится на "Отписан". Если передавать параметр `categories`, то профиль будет отписан только от указанных категорий ресурса.

Пример запроса:

```
{
  "token": "abcdefghijklmnopqrstuvwxy", // API токен
  "smid": "fGmXiWU9Y4NSIpCw14QG6QXAAAE", // ID отправленного сообщения
  "rtoken": "2fHLS9YR9daS-a90b371eccc2952f", // Токен ресурса
  "categories": ["cat_to_unsub"] // Категории ресурса, от которых отписать профиль
}
```

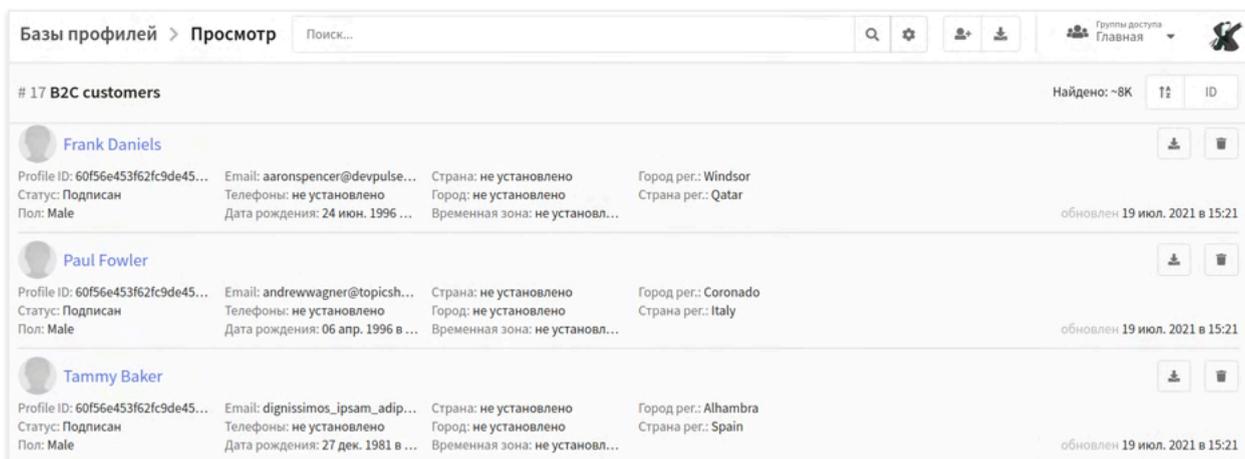
 ПОДСКАЗКА

API запрос `/api/v1.1/profiles/message_unsub` описан в [документации](#).

# Работа с базами данных

В основе современного People-Based маркетинга лежат поведенческие, полученные в реальном времени, и личные данные потребителей.

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



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 своём маркетинге. 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?

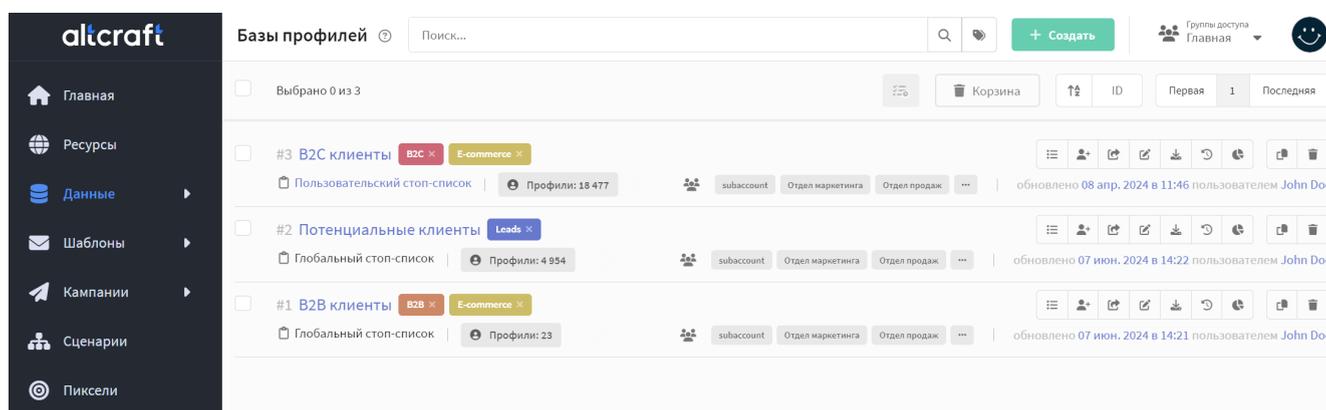
Определите, какая информация о потребителях вам необходима и запишите её в блокнотик. Это пригодится при разработке дополнительных (настраиваемых) полей для хранения информации о клиентах в вашей базе.

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**. Для создания новой базы, нажмите **+ Создать** в верхней панели.

Для редактирования существующей базы данных, нажмите на ее название.



В контекстном меню доступны следующие функции:

 — открыть список профилей в базе

 — импортировать профили клиентов (переход к разным вариантам [импорта](#))

 — скопировать профили в другую базу данных

 — обновить профили (массовое обновление профилей в базе данных)

### ПОДСКАЗКА

С помощью этого инструмента можно массово добавлять подписчикам определённые данные, подписывать профили на [ресурсы](#), а также привязывать профилям клиентов [промокоды](#) или отвязывать их.

 — экспортировать профили (выгрузить определенные данные о профилях клиентов в файл)

 — экспортировать историю профилей (выгрузить данные о [действиях профилей](#))

 — клонировать базу (создать новую **пустую** базу данных с настройками выбранной; дополнительные поля для данных копируются в новую базу)

 — удалить базу (полностью удалить базу данных с профилями)

### УДАЛЕНИЕ БАЗЫ

Удаление базы возможно только при условии, что в ней нет профилей, с которыми когда-либо происходило взаимодействие в рамках аккаунта. Если вы взаимодействовали с ними, например, отправляли кампанию, то необходимо предварительно удалить эти профили из базы.

## Создание базы профилей

### Основные настройки

Для новой базы данных укажите следующие настройки:

- **Имя базы профилей** — отображается во всех списках баз данных.
- **Описание** — произвольное описание назначения базы данных.

- **Установить группу** — назначить [группы доступа](#) к базе данных.
- **Теги** — используются для поиска баз данных по тегам.
- **Заголовок менеджера подписки** — отображается только в 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.
- **Ресурсы** — определяют возможность коммуникации с профилями базы по различным каналам в рамках конкретной тематики. Настройка ресурса описана в [этой статье](#).
- **Это база данных наблюдателей** — опция определяет базу данных наблюдателей за рассылками. Базы данных с этой опцией можно выбирать в [Smart настройках компаний](#).

## В2С клиенты

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

Имя базы профилей: \*

В2С клиенты

Описание базы профилей:

Установить группу:

Marketing department ×

Sales and promotion ×



Теги:

В2С ×

E-commerce ×



Заголовок менеджера подписки: \*

Управление подписками

Язык менеджера подписки:

 Русский



Прикреплённый стоп-список:

Только глобальный



Ресурсы:

1 - Транзакционные уведомления ×

2 - Подписка на блог ×

3 - Промо рассылки ×



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"/>            |

### ПРИМЕЧАНИЕ

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 10 типов для реализации различной бизнес-логики:

- **Число** — положительные и отрицательные целые числа.
- **Число с точкой** — положительные и отрицательные числа с плавающей точкой.
- **Строка** — текст на любом языке, включая цифры, специальные символы, пробелы. Используется стандарт Unicode.
- **Дата** — дата, записанная в формате RFC 3339, например, `2019-08-22T00:00:00.000Z`.
- **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.
- **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 строку через запятую.
- **IP** — IP в формате IPv4. Например, `127.0.0.1`.
- **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 строку через `,` `|` или `;`. Поэтому в самом теге эти символы не допустимы. Например: `Продукт-1, Продукт 2, Продукт_3`.
- **Объект** — поле для хранения неопределённых данных: набор флагов или сложные структуры данных.
- **Массив объектов** — поле для хранения подтаблицы, которая, например, может содержать список менеджеров, договоров и др.

❗ К СВЕДЕНИЮ

В поле с типом "Массив объектов" или "Объект" можно записывать только одноранговые объекты или одноранговые объекты, вложенные в другие объекты. Если вы используете объекты с более сложной структурой, подключите SQL базу и создайте запросы для выборки профилей.

► Допустимые значение

```
[
    {"x":1},
    {"y":2}
]

//или

{
  "key_1":
  {
    "sub_key_1":
    {"x":1,"y":2}
  },
  "key_2":
  {
    "sub_key_2":
    {"z":1,"w":2}
  }
}
```

Недопустимые значения:

```
[
    ["x","y"],
    ["z","w"]
]

// или

{
  "key":
```

```
[
  ["x", "y"],
  ["z", "w"]
]
```

| Дополнительные поля |                 |   |                          |                              |   |
|---------------------|-----------------|---|--------------------------|------------------------------|---|
| Поле                | Тип             | Значение по умолчанию   | Сделать обязательным     | Добавить в менеджер подписок |   |
| Custom_Integer      | Целое число     | 123   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>     | ✕ |
| Custom_Float        | Число с точкой  | 123.45  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>     | ✕ |
| Custom_String       | Строка          | Test  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>     | ✕ |
| Custom_ISO_date     | Дата            | 2021-03-04                      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>     | ✕ |
| Custom_Boolean      | Boolean         | Истина                          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>     | ✕ |
| New_list            | Список          | Option 1, Option 2, Option 3  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>     | ✕ |
| Custom_IP           | IP              | 127.0.0.1   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>     | ✕ |
| Custom_Tags         | Теги            | Tag 1, Tag 2, Tag 3           | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>     | ✕ |
| Custom_Object       | Объект          | {"x":1,"y":2,"z":3}   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>     | ✕ |
| Custom_Array        | Массив объектов | [{"key_1":"value_1"}, {"key_2":"value_2"}]  | <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:

## Включение машинного обучения

Включение машинного обучения в базе позволяет определить лучшее время для отправки сообщения профилю. Далее эти данные можно использовать для [сегментации профилей](#) и [настройки сценария](#).

### К СВЕДЕНИЮ

Для активации функционала требуется добавить дополнительные поля в конфигурационный файл платформы.

Активируйте обучение модели с помощью переключателя. После сохранения настроек вы увидите окно с информацией о том, когда запланирован пересчёт данных профилей в базе по машинному обучению.

Настройки машинного обучения

Обучение модели "Лучшее время отправки сообщения"

Статистика обновлений

| Профили с данными о лучшем времени | Последнее обновление  | Следующее обновление   |
|------------------------------------|---|--|
| Данные не собирались               |  - |  06-12-2023 12:00:00 |

Первые данные по лучшему времени отправки появятся после первого расчёта. Помимо даты последнего и следующего обновления данных, здесь также отображается количество профилей в базе, для которых удалось рассчитать лучшее время отправки.

#### Настройки машинного обучения



Обучение модели "Лучшее время отправки сообщения"

#### Статистика обновлений

Профили с данными о лучшем времени



8 848

Последнее обновление



05-12-2023 12:00:00

Следующее обновление



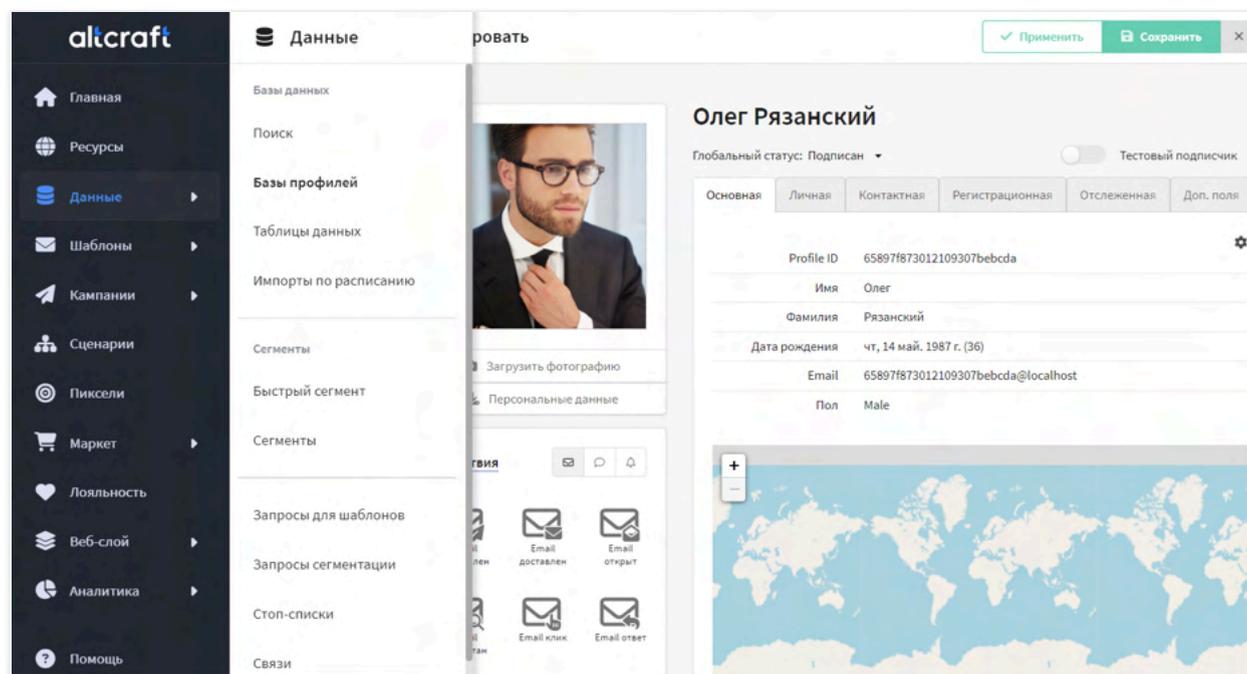
06-12-2023 12:00:00

#### ПОДСКАЗКА

Расписание для обновления данных по машинному обучению устанавливается в файле конфигурации в поле `ML_REFRESH_TIME_HOURS` (по часовому поясу аккаунта). По умолчанию — в 00:00.

# Профиль подписчика

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](#).

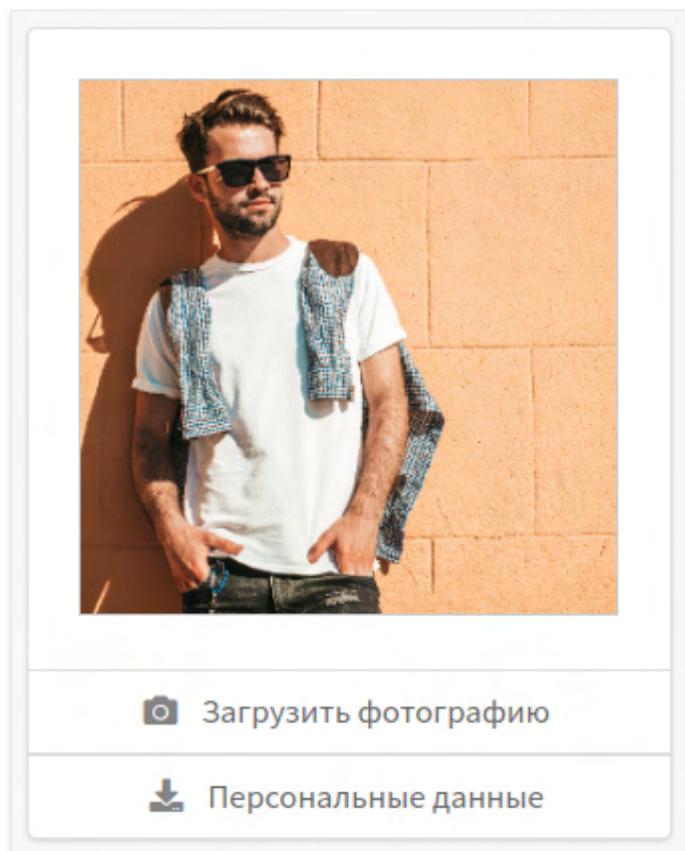


Профиль подписчика объединяет в себе несколько типов данных. На главной странице отображается та информация, которую вы записываете в базу данных вручную, из файла или автоматически в рамках интеграции. Вкладки в нижней части страницы содержат дополнительные сведения о клиенте:

- **История** — история событий, связанных с клиентом: отправки, открытия, достижение целей и др.
- **Взаимодействия** — участие профиля в статических сегментах и маркетинговых сценариях; можно вручную отправить профиль в сценарий, добавить в сегмент или запустить триггерную кампанию.
- **Данные** — информация о промокодах, заказах и связях профиля, а также список форм, которые он заполнял.
- **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 изображение или скачать данные клиента.

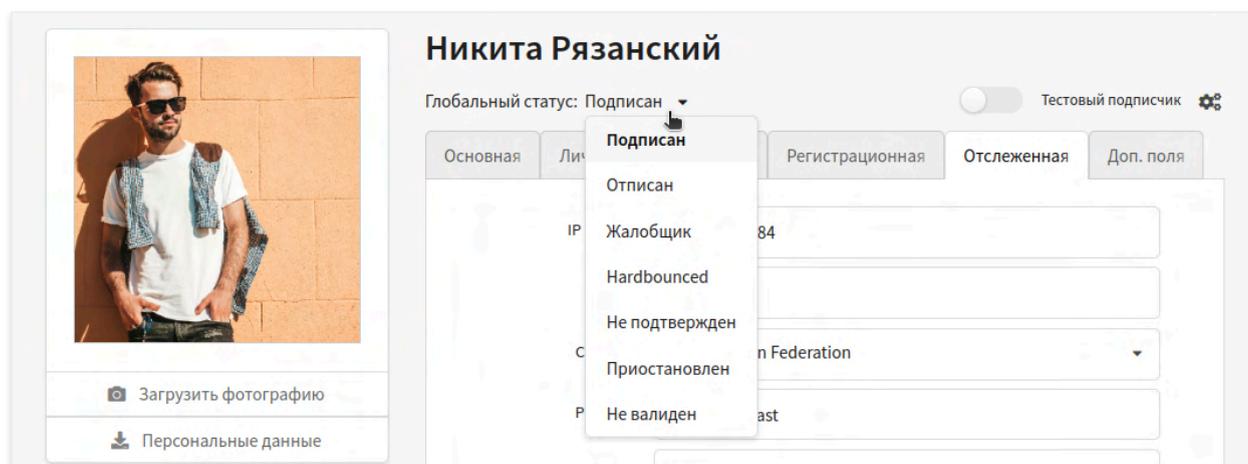


## Глобальный статус профиля

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 маркетинговых 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 отслеженного действия клиента.
- **Доп. поля** — кастомные поля базы данных с бизнес-информацией.

 **ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ**

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

# Никита Рязанский

Глобальный статус: Подписан ▾



Тестовый подписчик



Основная

Личная

Контактная

Регистрационная

Отслеженная

Доп. поля

Имя Никита



Фамилия Рязанский

Дата рождения ср, 10 апр. 1996 г. (26)

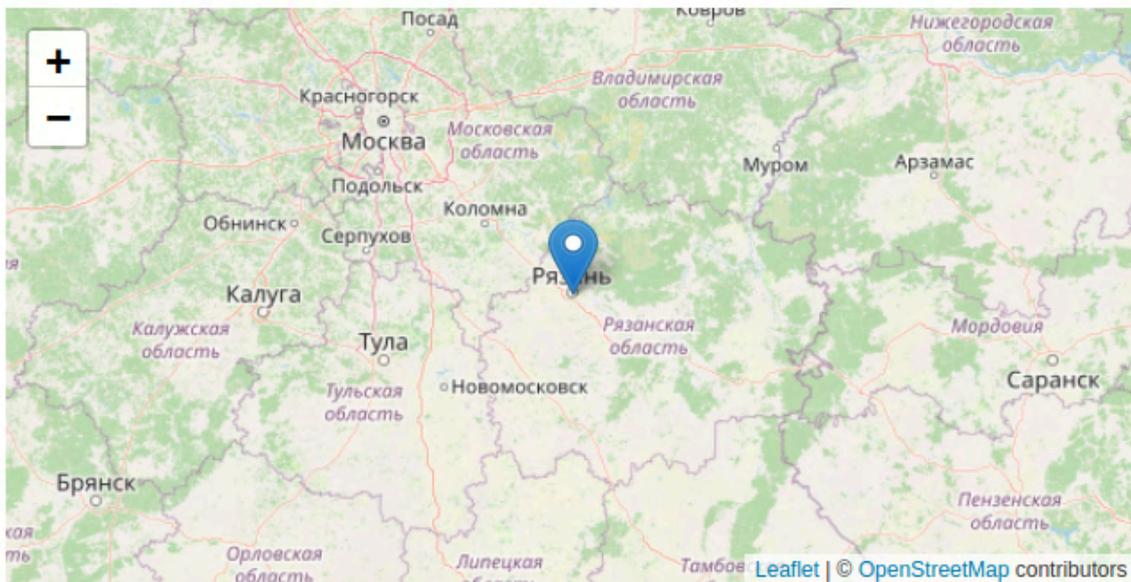
Email nikita.ryazanskiy@altcraft.com

Телефоны +7(900)0000000

Пол Male

Город рег. Рязань

Страна рег.  Russian Federation



## 💡 ПОДСКАЗКА

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

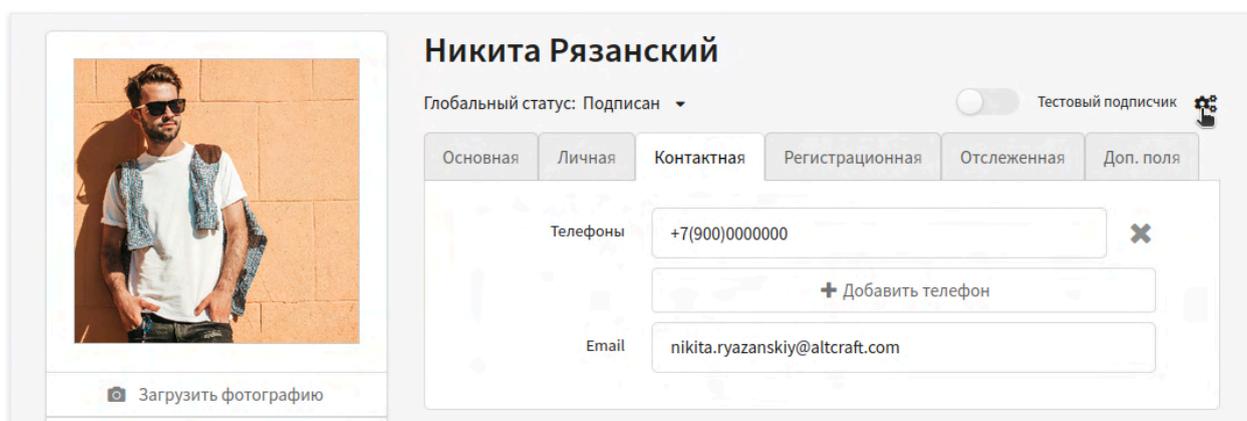
- **Последние известные данные:** Страна, Регион, Город, Индекс и Временная зона.
- **Данные регистрации:** Страна рег., Город рег.

**Автоматически** геолокация в Altcraft 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 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 шестерёнками:



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

## Настройки вкладок

Закрепить главной вкладкой

Основная



Скрывать пустые поля

Настраиваемая вкладка

Добавить свою вкладку

Отмена

Окей

## ⓘ К СВЕДЕНИЮ

Дополнительные поля настраиваются в структуре [базы профилей](#). Такие поля могут содержать данные 10 типов для реализации различной бизнес-логики:

1. **Число** — положительные и отрицательные целые числа.
2. **Число с точкой** — положительные и отрицательные числа с плавающей точкой.
3. **Строка** — текст на любом языке, включая цифры, специальные символы, пробелы. Используется стандарт Unicode.
4. **Дата** — дата, записанная в формате RFC 3339, например: `2019-08-22T00:00:00.000Z`.
5. **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.
6. **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.
7. **IP** — IP в формате IPv4. Например, 127.0.0.1
8. **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`.
9. **Объект** — поле для хранения неопределённых данных: набор флагов или сложные структуры данных.

10. **Массив объектов** — поле для хранения подтаблицы, которая, например, может содержать список менеджеров, договоров и др.

## История активности

В истории отображаются все события, связанные с профилем клиента:

- **Импорт** — способ добавления профиля в базу: вручную, через API импорт, импорт из файла, push-импорт.
- **События подписки** — добавление подписки на определенный канал ресурса (подписан на Email / SMS / Push / Telegram / WhatsApp / Viber/ кастомный канал), а также отписка от канала в ресурсе (изменение статуса подписки на “Отписан”).
- **Действия в кампании** — основные события, отслеживаемые в кампаниях: отправки, доставки, открытия, прочтения, клики, переходы по ссылке подтверждения, а также изменения статуса подписки на “Hardbounce” и “Жалобщик”.
- **Отписки** — событие отписки, которое фиксируется, когда профиль переходит по ссылке отписки в сообщении.
- **Пиксели** — выполнение действия на сайте или в мобильном приложении, в результате которого сработал пиксель отслеживания. Фиксируется достижение цели и ее стоимость, а также дополнительная информация о событии (например, геоданные, данные о промокодах, заказах и др.).
- **Промокоды** — промокод привязан, отвязан или активирован.
- **Сегмент** — профиль вошел или вышел из статического сегмента.

Чтобы посмотреть определенный тип события, используйте фильтр. При клике на  условия в фильтре сбросятся.

История    Взаимодействия    Данные    Подписки

Тип события    Последние 7 дней    1 - 10 из 19

сбросить    tcraft.com #d2f1c489    Email открыт     Превью

Отписки    49:28

События подписки

Статические сегменты    nday 2023 Template

Действия в кампании    едельник 2023

Пиксели    омендации

Промокоды    tcraft.com #d2f1c489    Email доставлен     Превью

Импорт    49:12

Сообщение доставлено

- Сообщение: #233 Cyber Monday 2023 Template
- Кампания: #535 Киберпонедельник 2023
- Ресурс: #57 Новости и рекомендации

По умолчанию отображается история действий профиля за последние 7 дней. Вы можете выбрать другой период:

История    Взаимодействия    Данные    Подписки

Тип события    Последние 7 дней    1 - 10 из 13 < >

nikita.ryaza    Сегодня  
сп, 1 ноя. 2    Вчера  
Сообщение отправле    Последние 7 дней  
• Сообщение: #233 С    Этот месяц  
• Кампания: #535 Ки    За период  
• Ресурс: #57 Новост    26-10-2023 - 01-11-2023

Email отправлен



nikita.ryazanskiy@altcraft.com #d2f1c489  
сп, 1 ноя. 2023 г. 11:06:01

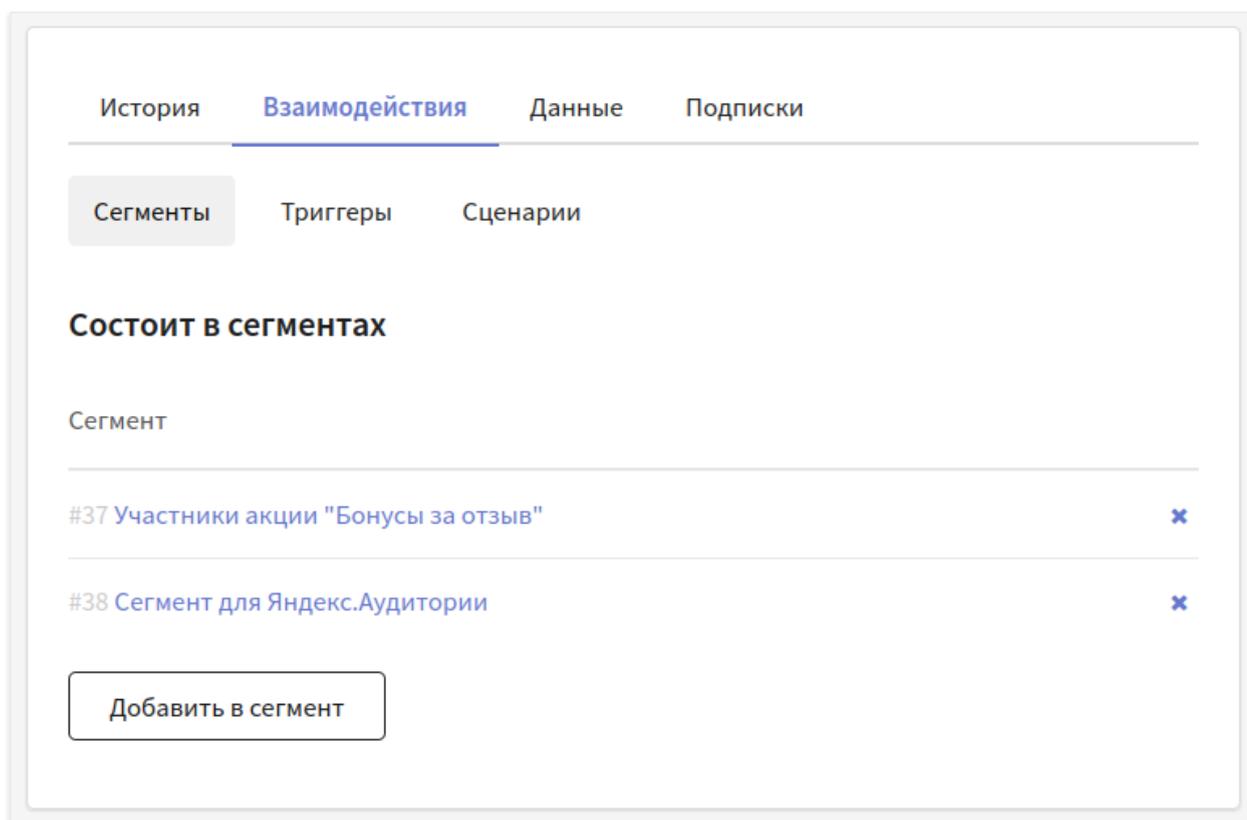
Подписан на Email канал ресурса

- Ресурс: #57 [Новости и рекомендации](#)

## Взаимодействия

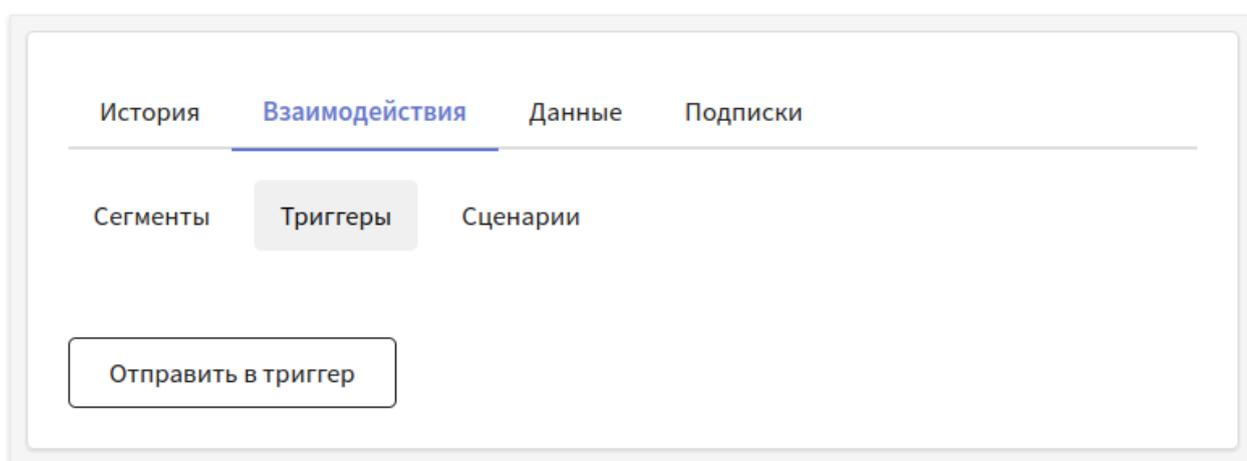
### Сегменты

**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 или удалить из него вручную.



## Триггеры

**Триггер** — это кампания, которая запускается при наступлении определенного события (переход по ссылке, заполнение формы и др.). Отсюда можно вручную отправить профилю триггерную рассылку.



## Сценарии

**Сценарии** — цепочки автоматизации вашего маркетинга. На этой вкладке отображаются сценарии, в которых участвовал клиент. Отсюда же можно вручную отправить профиль клиента в сценарий.

История **Взаимодействия** Данные Подписки

Сегменты Триггеры **Сценарии**

### Профиль захвачен сценарием

| Сценарий                                    | Захвачен | Вышел   | Статус    |
|---|----------|---------|-----------|
| <a href="#">#17 Брошенная корзина</a>       | 25 мар.  | 25 мар. | Вышел, ОК |
| <a href="#">#27 Приветственный сценарий</a> | 15 июн.  | 15 июн. | Вышел, ОК |

[Отправить в сценарий](#)

## Данные

### 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.

История    Взаимодействия    **Данные**    Подписки

---

Промокоды    Формы    Связи    Заказы

### Промокоды, привязанные к профилю

| ID   | Код  | Актив |
|--|--|-------|
| 613243ee3f62fcd87c311304<br>#2 Приветственный пром.. | 055c8f94-a7be-4976-87c1-bd646e5d3597NWpm8306YUEM | — Не  |

Привязать промокод

## Формы

**Форма** — это инструмент для сбора данных от ваших клиентов. С её помощью можно реализовывать различные механизмы с использованием внешних данных, например, добавлять новые профили в базу, управлять подписками на различные ресурсы и получать обратную связь от клиентов.

На этой вкладке показаны все формы, заполненные профилем. При клике на собранные данные вы перейдете в новое окно, где можно посмотреть данные, которые оставил подписчик при заполнении.

| История    Взаимодействия <b>Данные</b> Подписки |                                      |         |
|--|--------------------------------------|---------|
| Промокоды <b>Формы</b> Связи    Заказы           |                                      |         |
| <b>Формы, заполненные профилем</b>               |                                      |         |
| Форма  | Собранные данные                     | Дата    |
| #9 Фидбек  | 745cc3f3-f0e3-4e64-aa74-76642a380ada | 17 май. |
| #6 Заявка  | d36886cc-0481-4f8f-8439-6bee10032733 | 2 сен.  |

## 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.

| История <b>Связи</b> Сегменты    Промокоды    Сценарии    Подписки   |                |   |  |  |  |
|--|----------------|---|--|--|--|
| 1 - Партнёрская программа  | +              | 1 - 1 из 1 < >  |  |  |  |
|  <b>Селезнёва Алиса</b><br>#1 Loyal customers | Добавить связь |  |  |  |  |
| Рекомендовал знакомым: 5   |                |   |  |  |  |

## Заказы

**Заказы** — это элемент модуля "**Маркет**". Этот модуль позволяет загрузить данные о продуктах и заказах в платформу и использовать эти данные для коммуникации с подписчиками. Для активации этого модуля необходимо настроить соответствующие роли доступа.

История    Взаимодействия    **Данные**    Подписки

Промокоды    Формы    Связи    **Заказы**

### Заказы профиля

| Номер                       | Создан              | Сумма     | Статус    |   |
|-----------------------------|---------------------|-----------|-----------|---|
| <a href="#">#81 1134001</a> | пт, 29 апр. 2022 г. | 71990 RUB | Новый     |  |
| <a href="#">#82 1134002</a> | пт, 29 апр. 2022 г. | 11490 RUB | Доставлен |  |

[Добавить](#)

## Пиксели

**Пиксель** — это HTML или JavaScript-код, размещенный на веб-сайте или в приложении, который предназначен для отслеживания действий пользователей. Когда подписчик выполняет определенное действие на сайте или в приложении, на сервер отправляется запрос для регистрации этого действия.

Пиксель также может передавать информацию, связанную с этим действием, например, достигнутую цель, ценность совершённого действия, URL сайта, с которого перешёл подписчик, геоданные профиля, информацию об отправленных кампаниях и другое. Эти данные записываются в историю профиля и используются для [сегментации](#).



**tony@example.com** #b9bbb1ae  
пт, 6 окт. 2023 г. 16:37:54

 **Открыт Pixel**



Достигнута цель

- Цели: **purchase**
- Стоимость: **1000**
- Сообщение: **#317 Pixel test**
- Кампания: **#522 New solar campaign**
- Ресурс: **#15 Mobile App**
- Данные: **</>**
- Промокод: **6285183c3f62fcd4ac5ed36d**
- Лояльность: **#5 New planetary loyalty program**
- Категории: **category\_KBZ1qurFP**
- Точка контакта: **Точка контакта**
- Канал продаж: **Direct sales**
- Регион: **Moscow**
- Количество элементов: **1**
- Заказ: **#96 12345**
- SKU: **HD 450BT Earphones Black**
- Адрес: **19.379932°, 55.244075°, 140400, RUSSIAN FEDERATION, Ryazan, Ryazan**
- Реферер: **api.example.com**
- UTM Content: **utm\_content**
- UTM Source: **utm\_source**
- UTM Campaign: **utm\_campaign**
- UTM Term: **utm\_term**

### 💡 ПОДСКАЗКА

Для просмотра данных, переданных в объекте `pixel_data`, нажмите `</>` в пункте **"Данные"**.

## Подписки профиля

**Подписка профиля** — запись, объединяющая контактные данные по конкретному каналу связи и сведения о регистрации. В разных ресурсах могут использоваться одинаковые контактные данные. Так, например, отписавшись от одного ресурса, клиент продолжит получать желательный контент в рамках другого. У каждого профиля установлен лимит в 200 подписок, либо до 20 подписок на один ресурс в одном канале.

Здесь вы можете вручную изменить приоритет или статус подписки:

История    Взаимодействия    Данные    **Подписки**

**Подписка на ресурс #62 Мобильное приложение**

✉ Email #e61704a3 ✕

**Email:**

nikita.ryazanskiy@altcraft.com

**Статус:**  **Приоритет:**

**Информация о подписке**

Дата: пт, 29 сен. 2023 г. 11:23:42

**Категории подписки**

Новости

Транзакционные уведомления

Промо предложения

## Статус

Статус отдельной подписки определяет возможность коммуникации с клиентом по конкретным контактными 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. **Невалиден** — подписка не будет использоваться по любым другим причинам.

## Приоритет

Пользователь может подписаться на один ресурс несколько раз, указав разные контактные данные (email или номер телефона). Чем больше значение в поле "Приоритет", тем ниже приоритет подписки.

В примере ниже рассылки в рамках ресурса "Website" будут отправляться на адрес `test2@example.com`, т.к. подписка с этими контактными данными имеет наивысший приоритет — 0.

История    Взаимодействия    **Подписки**

Канал    Ресурс    Статус профиля

### Подписка на ресурс #31 Website

Email

Email:

test1@example.com

Статус:

Подписан

Домен: example.com

Доменная группа: other

MD5: aa99b351245441b8ca95d54a52d2998c

Приоритет:

1



Информация о подписке

Дата: 2022-01-18T17:53:54.293Z

Email

Email:

test2@example.com

Статус:

Подписан

Домен: example.com

Доменная группа: other

MD5: 43b05f394d5611c54a1a9e8e20baee21

Приоритет:

0



Информация о подписке

Дата: 2022-01-18T17:53:54.293Z

Автоматическое повышение приоритета можно настроить в ресурсе:

URL веб-сайта, формы или приложения: \*

https://example.com

Добавить дополнительные URL

Повышать приоритет для новых подписок

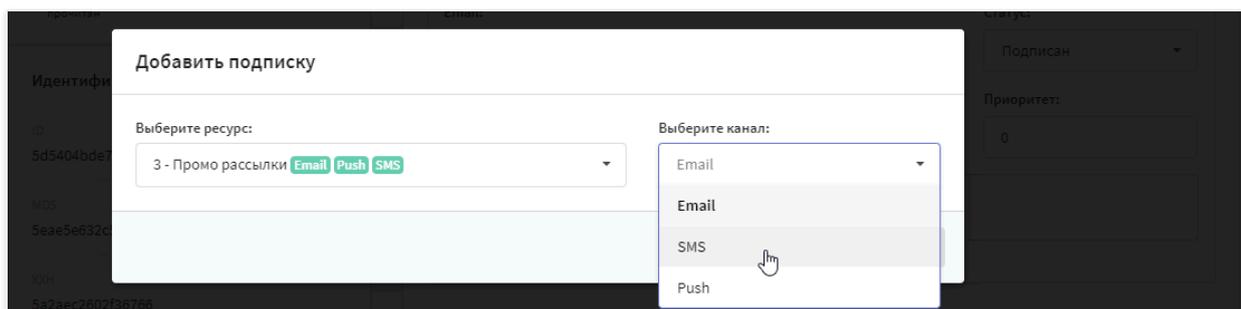
Трекинг домен по умолчанию: \*

click.example.com

### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Обратите внимание, опция "Повышать приоритет для новых подписок" работает только в случае, если при добавлении новой подписки явно не указан приоритет. Если приоритет новой подписки указывается явно (например, в [API-запросе](#)), то приоритеты существующих подписок не изменяются.

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



### ПОДСКАЗКА

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 Altcraft).
- **Double opt-in (DOI)** — факта создания подписки недостаточно. Клиентам обязательно надо отправить письмо с подтверждением согласия на получение сообщений. Такой процесс позволяет исключить из маркетинговых 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 Altcraft.

## Категории подписки

Подписка на ресурс может содержать несколько [категорий](#). Категории позволяют персонализировать рассылки. Клиент будет получать сообщения только в рамках тех категорий, на которые подписан.

В отличие от подписки на ресурс, подписка на категорию имеет только 2 статуса: "Подписан" и "Отписан". Чтобы подписать профилю на категорию, поставьте галочку в соответствующем поле. Также статусом подписки на категории можно управлять через [API-запросы](#).

**Категории подписки**

|   |  |
|---|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> Новости | <input checked="" type="checkbox"/> Транзакционные уведомления |
| <input type="checkbox"/> Промо предложения  |  |
| ▶ Стандартные поля                          |  |
| ▶ Дополнительные поля                       |  |

## Поля подписки на канал

Данные о подписке профилю на определенный канал хранятся в **стандартных** и **дополнительных полях**.

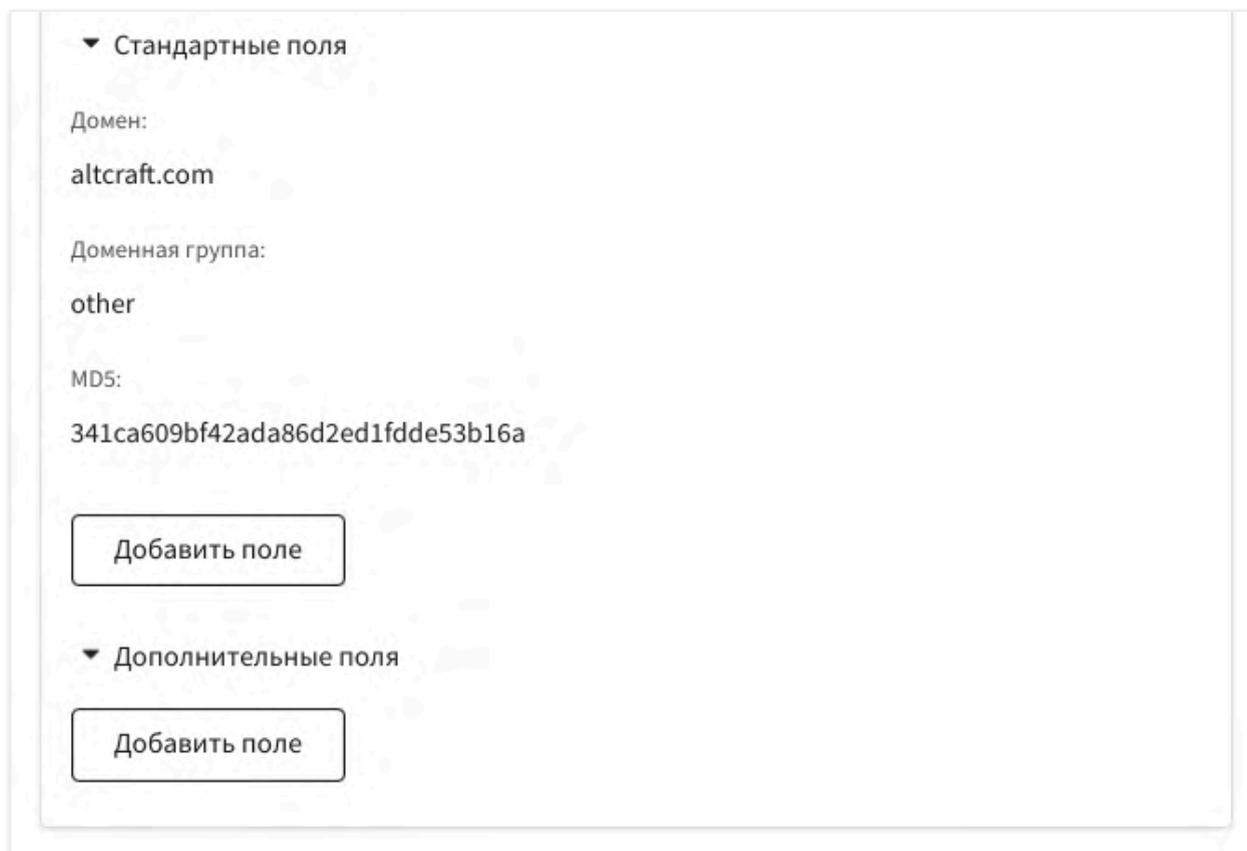
Возможно добавление других стандартных полей, которые будут содержать информацию об устройстве и приложении профилю:

- Тип устройства (Desktop, Mobile, Other)
- Модель устройства
- Имя устройства
- Платформа (Windows, Linux, Mac, Opera, iOS, BlackBerry, Android)
- Версия платформы
- Часовой пояс платформы
- Язык платформы
- Реклама разрешена (Истина или Ложь)
- Рекламный идентификатор
- Идентификатор приложения
- Идентификатор установки приложения
- Версия приложения

- Браузер (Bots, Internet Explorer, Firefox, Safari, Facebook, Chrome, Opera, Outlook, Thunderbird)
- Версия браузера

Чтобы добавить новое поле, нажмите кнопку "**Добавить поле**" и выберите поле в списке, а затем укажите его значение.

Для хранения дополнительной информации о подписке на канал используйте дополнительные поля. Они создаются в [настройках ресурса](#).



▼ Стандартные поля

Домен:  
altcraft.com

Доменная группа:  
other

MD5:  
341ca609bf42ada86d2ed1fdde53b16a

Добавить поле

▼ Дополнительные поля

Добавить поле

## Лимит подписок

Для каждого профиля существует лимит подписок. В профиле может быть не больше 200 подписок, либо не больше 20 подписок на один ресурс в канале. Если в профиле достигнуто максимальное количество, то новая подписка вытеснит одну из старых.

В первую очередь вытесняются следующие категории подписок:

- **Все удалённые подписки**
- **Все подписки со статусами:**
  - Неваиден

- Hard bounced
- Complainer
- Приостановлен
- Не подтверждён
- Подписки с наиболее низким приоритетом
- Наиболее старые подписки по дате создания

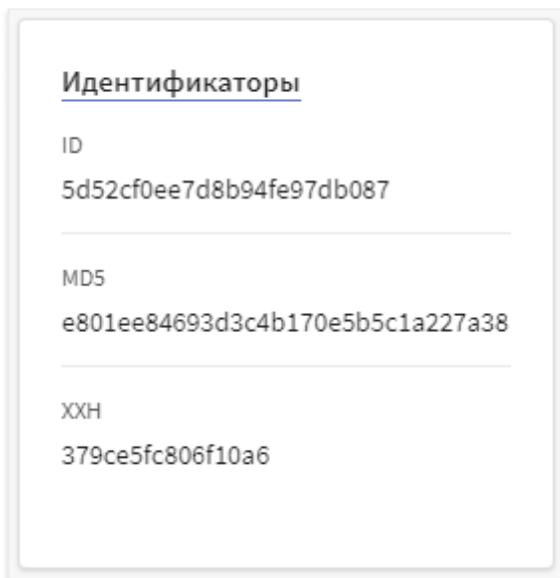
Если попытаться добавить вытесненную подписку, платформа посчитает её за новую и заново внесёт её в список подписок.

## Идентификаторы

Каждый профиль подписчика в Altcraft 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, то будет создана системная запись в виде `profile_id@localhost`.



# UTM

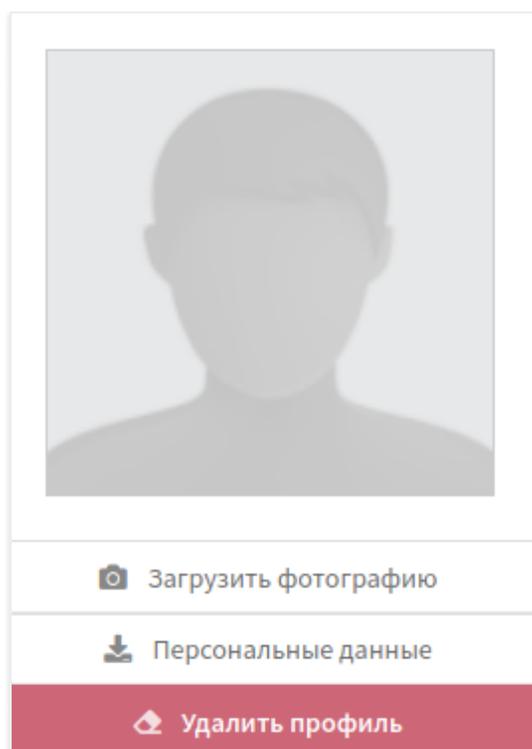
**UTM-метки** обновляются в профиле подписчика, если этот профиль был импортирован в базу после того, как новый подписчик заполнил [форму](#).

Обратите внимание, что UTM-метки добавляются только в том случае, если при публикации формы мы активировали опцию **"Обновлять данные UTM в профиле"**.

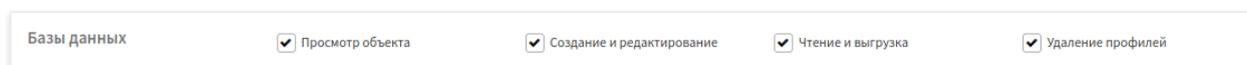
|  |   |
|--|---|
| <p>MD5<br/>3fe20d968c4ac6af1b6753aa4e07056a</p> <hr/> <p>XXH<br/>5bf7b32ea7a4cd8c</p>                                  | <p> rand.28b4211f0a@example.com<br/>mon, 16 Nov. 2020 16:48:00</p> <p>Pixel goal <b>Withdraw funds</b> achieved with a cc<br/><a href="#">pixel</a> / Referer emailtemplate.g</p> <hr/>        |
| <p><b>UTM</b></p> <p>Campaign<br/>evt_1231</p> <hr/> <p>Source<br/>email</p> <hr/> <p>Medium<br/>wtf_weekly_203010</p> | <p> rand.28b4211f0a@example.com<br/>mon, 16 Nov. 2020 16:48:00</p> <p>Pixel goal <b>ACMEProduct10_CANCEL_Label1</b><br/><a href="#">created demo pixel</a> / Referer emailtemplate.g</p> <hr/> |
|  | <p> rand.28b4211f0a@example.com<br/>mon, 16 Nov. 2020 16:48:00</p> <p>Pixel goal <b>OtherNotSoCheapStuff_BUY</b> achie<br/><a href="#">created demo pixel</a> / Referer altkraft.com</p>     |

## Удаление профиля

Если по каким-либо причинам вы хотите полностью удалить профиль из базы, вы можете это сделать с помощью кнопки "Удалить профиль". При этом удалится не только профиль, но и его история и связи.



Для того, чтобы пользователь мог удалить профиль из базы, ему требуются соответствующие полномочия, которые настраиваются в роли, которая будет присвоена пользователю. Подробнее про настройку ролей можно прочитать [здесь](#).



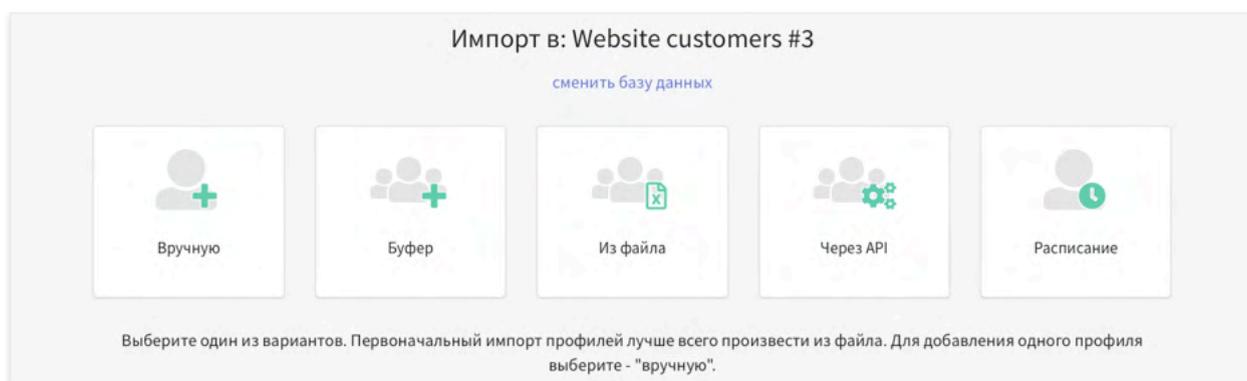
Также профиль может быть удален с помощью API запроса подробнее [здесь](#).

# Импорт профилей клиентов и обновление данных

## Способы импорта данных

Импорт и обновление данных клиентов в базы профилей Альткрафт Маркетинг 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 нескольким — [средствами API](#).
- **Расписание** — импорт профилей клиентов из внешней SQL базы данных по расписанию.



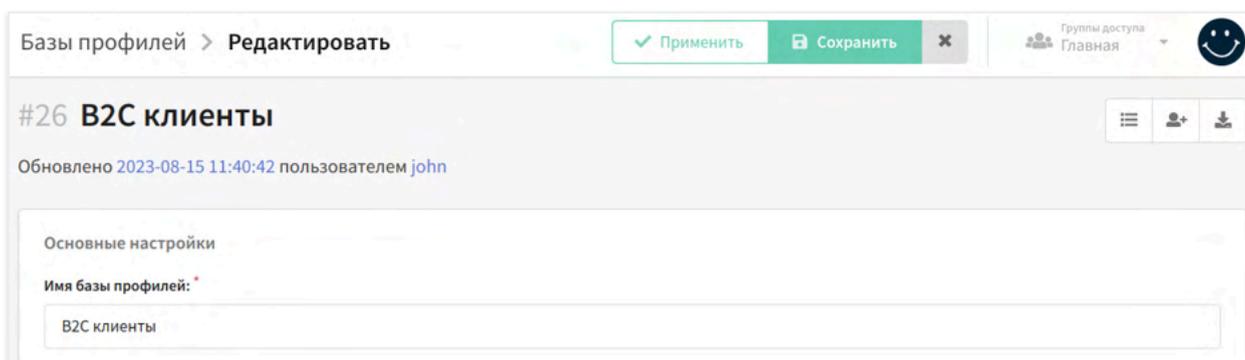
### 💡 ПОДСКАЗКА

Помимо перечисленных способов получения клиентских данных, в Altcraft Platform 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 вручную, перейдите в окно редактирования базы или откройте список профилей, а затем в верхней части нажмите кнопку  и выберите способ импорта — **"Вручную"**. Также можно воспользоваться контекстным меню БД.



Откроется [форма создания/редактирования профиля](#). На этапе создания профиля вы можете добавить личные, контактные, регистрационные и отслеженные данные. Эти данные записываются в стандартные поля базы. Значение дополнительных (кастомных) полей указываются на вкладке "Доп. поля". Обязательные поля отмечены красной звездочкой. Создать дополнительные поля, а также установить обязательные вы можете на [странице редактирования базы данных](#). Ниже на вкладке Подписки вы можете сразу при создании [подписать клиента](#) на тот или иной [ресурс](#).

Базы профилей > Редактировать ✓ Применить Сохранить ✕ Группы доступа Главная

## Новый профиль клиента

Глобальный статус: Подписан Тестовый подписчик

Личная **Контактная** Регистрационная Отслеженная Доп. поля

Имя

Фамилия

Дата рождения

Пол

Загрузить фотографию

Персональные данные

История Взаимодействия Данные **Подписки**

Канал Ресурс Статус профиля

Ни одной подписки еще нет

Добавить подписку

### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

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**.

### ! К СВЕДЕНИЮ

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 × Закрыть

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,Делакруа

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

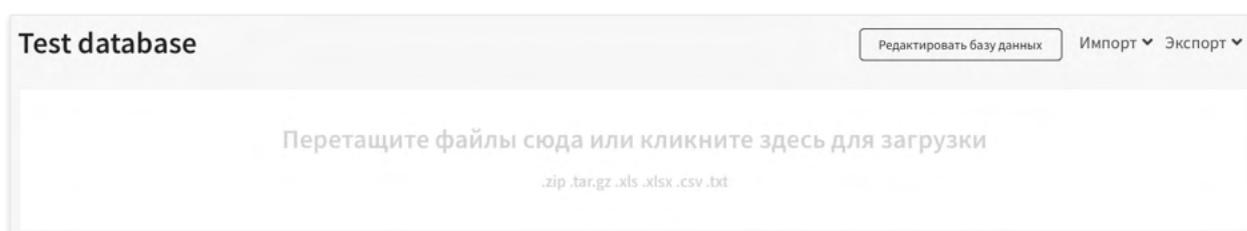
Для загрузки большого количества профилей, а также для обновления существующих данных используется импорт из файла. Это могут быть **.csv**

таблицы и **.txt** файлы в CSV формате, **.xls** и **.xlsx** таблицы данных. Файл может быть помещён в архив **.zip** или **.tar.gz**.

#### ❗ К СВЕДЕНИЮ

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:

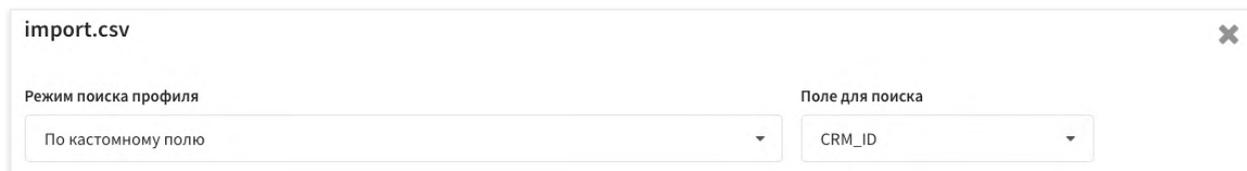


### Режим поиска профиля

Режим поиска профиля (**матчинг**) определяет, по каким данным из вашего файла платформа будет искать существующие профили. Это необходимо для обновления данных клиентов и избежания создания 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 email адресу из подписок** — только по email адресам из подписок.
- **По телефону из полей данных или подписок** — по полю профиля **Телефоны** или по телефонам из SMS подписок.
- **По телефону из SMS подписок** — только 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.

- **По кастомному полю из подписок** — по пользовательскому полю из подписок.
- **Мультиматчинг** — по Email или телефону из профиля и подписок (email\_phone), или по email или телефону из подписок (email\_phone\_sub).



The screenshot shows a window titled 'import.csv' with a close button in the top right corner. Below the title bar, there are two dropdown menus. The first is labeled 'Режим поиска профиля' and is currently set to 'По кастомному полю'. The second is labeled 'Поле для поиска' and is currently set to 'CRM\_ID'.

Необходимо учитывать следующие особенности матчинга:

- Значение поля для поиска должно быть **уникально** для каждого профиля в базе, в ином случае платформа не сможет однозначно определить искомый профиль
- Для одной базы профилей следует использовать **только один** режим поиска. Это необходимо для того, чтобы избежать создания дублирующихся профилей в базе.
- Если вы собираетесь пользоваться матчингом по пользовательскому полю, вам нужно обратиться к администратору платформы для создания **индекса** этого поля. Благодаря индексу поиск профиля в базе будет занимать значительно меньше времени.

## 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 АЗБИТЕМЫШИНУМ.. ✕

Ресурс для подписки Канал Статус подписки Провайдер

3 - Promo multichannel Email Push SMS Push канал Подписан iOS Firebase

Добавить подписку

## Соответствие колонок

### 💡 ПОДСКАЗКА

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 которое 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.

Найдено совпадений с полями профиля: 6. Колоннок в файле, кроме совпавших: 11.

Соответствие колонок

| Колонка в базе данных | Действие      | Колонка источника         | Обработка значений ?   |   |
|-----------------------|---------------|---------------------------|--|---|
| Custom_ID             | Установить из | CRM_ID<br>0               | <input type="checkbox"/> Игнорировать пустые<br><input type="checkbox"/> Считать нулевое значение пустым                       | ✕ |
| email                 | Установить из | Email<br>john.doe@examp.. | <input type="checkbox"/> Игнорировать пустые<br><input type="checkbox"/> Считать нулевое значение пустым                       | ✕ |
| FirstName             | Установить из | FirstName<br>John         | <input type="checkbox"/> Игнорировать пустые<br><input type="checkbox"/> Считать нулевое значение пустым                       | ✕ |
| LastName              | Установить из | LastName<br>Doe           | <input type="checkbox"/> Игнорировать пустые<br><input type="checkbox"/> Считать нулевое значение пустым                       | ✕ |
| Birthday              | Установить из | Birthday<br>1990-02-12    | <input checked="" type="checkbox"/> Игнорировать пустые<br><input type="checkbox"/> Считать нулевое значение пустым            | ✕ |
| Vendor                | Установить из | Vendor<br>tagchat.edu     | <input checked="" type="checkbox"/> Игнорировать пустые<br><input checked="" type="checkbox"/> Считать нулевое значение пустым | ✕ |

Добавить колонку   Автоподбор колонок

Пропустить строк:

1

Опция **"Игнорировать пустые"** используется при обновлении данных профилей, которые уже есть в базе. Например, в поле профиля "vendor" уже записано значение "test.com", но сейчас вы импортируете файл, где поле "vendor" у этого клиента пустое. Платформа перезапишет поле, подставив пустое значение. Чтобы избежать этого, включите опцию **"Игнорировать пустые"** для соответствующей колонки. Тогда значение в поле "vendor" останется прежним.

Если в вашем файле-источнике неизвестные о клиенте данные записаны с помощью таких значений, как `null`, `nil`, `none` или `undefined`, платформа также может обработать эти значения как пустые. Для этого вам необходимо одновременно активировать поля **"Считать нулевое значение пустым"** и

**"Игнорировать пустые значения"** рядом с той колонкой, где указано неизвестное значение. В таком случае платформа не обновит поле. При этом регистр null, nil, none и undefined неважен. Значения `"0001-01-01 00:00:00 +0000 UTC"` и `"0001-01-01T00:00:00Z"` тоже могут быть обработаны как пустые.

Если в вашей таблице есть шапка с именами колонок, в параметре **"Пропустить строк"** выберите количество строк, занятое шапкой.

В колонке **Действие** необходимо указать, как именно вы хотите изменить значение в поле профиля:

| Действие                        | Тип поля  | Описание  |
|---------------------------------|---|---|
| Установить из                   | все типы: целое число, число с точкой, строка, дата, boolean, список, IP, теги, объект, массив объектов | Устанавливает значение, указанное в поле колонки источника.   |
| Установить своё                 | все типы: целое число, число с точкой, строка, дата, boolean, список, IP, теги, объект, массив объектов | Устанавливает значение, введенное в поле вручную.   |
| Удалить значение                | все типы: целое число, число с точкой, строка, дата, boolean, список, IP, теги, объект, массив объектов | Удаляет поле из профиля.  |
| Увеличить на значение в колонке | целое число, число с точкой   | Увеличивает значение на число, указанное в поле источника. Можно уменьшать значение, используя отрицательное число. |
| Увеличить на значение в поле    | целое число, число с точкой   | Увеличивает значение на число, введенное в поле вручную. Можно уменьшать значение, используя отрицательное число.   |

| Действие                                  | Тип поля        | Описание   |
|---|-----------------|--|
| Добавить элемент                          | теги            | Добавляет тег, указанный в поле источника.   |
| Удалить элемент                           | теги            | Удаляет тег, указанный в поле источника.   |
| Добавить или изменить свойство поля       | массив объектов | Добавляет или обновляет элемент, указанный в поле источника. Укажите путь к свойству поля, которое хотите изменить.              |
| Удалить свойство поля                     | массив объектов | Удаляет элемент из поля, указанного в источнике. Укажите путь к свойству поля.   |
| Установить свойство на значение в колонке | объект          | Устанавливает значение указанного свойства на значение из поля источника. Укажите путь к свойству поля, которое хотите изменить. |

## Детали импорта

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

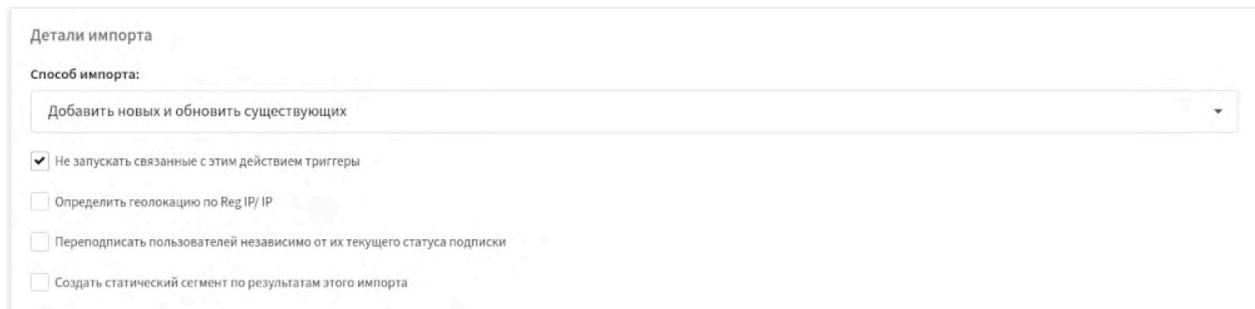
- Добавить новых и обновить существующих
- Только добавить новых, не обновлять существующих
- Только обновлять существующих, не добавлять новых

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".
- **Создать статический сегмент по результатам этого импорта** — при импорте профилей [автоматически создается статический сегмент](#).



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

Создать статический сегмент по результатам этого импорта

## Поле status при импорте

При импорте из файла и базы данных можно указать глобальный статус профиля в виде поля `_status`. Глобальный статус профиля может быть указан как в текстовом, так и в числовом виде.

### Возможные значения поля:

- 0, "subscribed" — "Подписан" (доступен для коммуникации по всем каналам связи)
- 1, "unsubscribed" — "Отписан" (отписался от получения сообщений по всем каналам)
- 2, "complained" — "Жалобщик" (пожаловался на спам, коммуникация остановлена)
- 3, "hardbounced" — "Hard bounced" (провайдер полностью отказался принимать сообщения на этот адрес)
- 4, "unconfirmed" — "Не подтвержден" (подписчик зарегистрировался, но не подтвердил согласие на получение рассылок)
- 5, "suspended" — "Приостановлен" (подписка приостановлена на некоторое время)
- 6, "invalid" — "Не валиден" (исключен из маркетинговых кампаний по любым другим причинам)

# API импорт

## подсказка

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

## подсказка

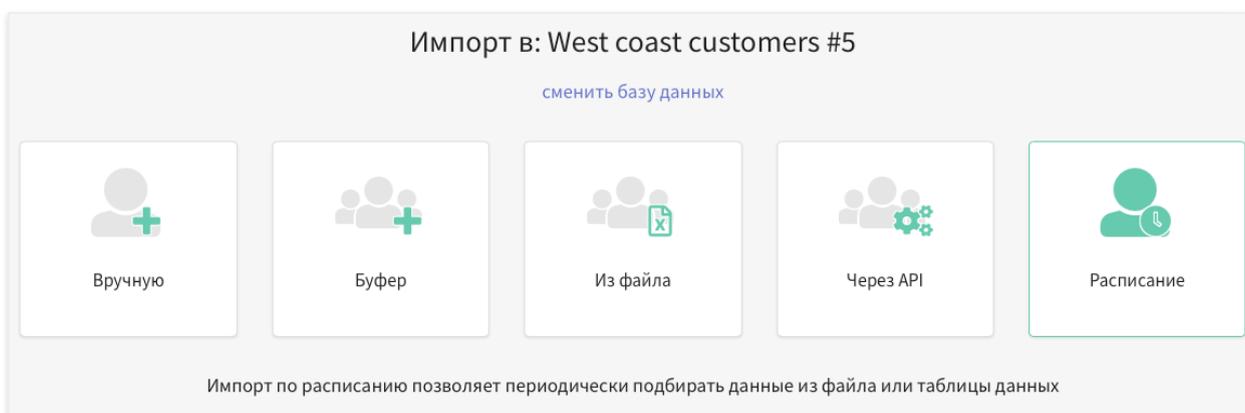
Альткрафт может автоматически забирать данные для импорта новых профилей клиентов и обновления существующих из внешней таблицы данных MySQL, MSSQL, PostgreSQL или Oracle RDBMS.

Инструкция по настройке импорта по расписанию вынесена в [отдельную статью](#).

# Импорт данных по расписанию

Импорт новых подписчиков в базы данных Altcraft, 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 требуется 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:
  - i. Добавить новых и обновить существующих
  - ii. Только добавить новых, не обновлять существующих
  - iii. Только обновлять существующих, не добавлять новых
- **Режим поиска профиля** — доступен поиск по контактным данным профиля, данным подписки (по Email, SMS, Push и кастомным подпискам), по

идентификатору профиля для обновления существующих профилей — и по кастомному полю базы данных. Также доступен мультиматчинг — по Email или телефону из профиля и подписок ( `email_phone` ), или по email или телефону из подписок ( `email_phone_sub` )

- **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 **Применить** 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.

### ПОДСКАЗКА

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, PostgreSQL, MSSQL, Oracle или ClickHouse. 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** — если значение указанной колонки в записи из таблицы и в профиле в базе данных совпадает, такая запись будет удалена.
- **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** ПРИМЕЧАНИЕ

Пример запроса: `SELECT * from TestTable where id>{lastItem} LIMIT 10`

Далее нужно указать, с какой строки в таблице вы хотите запустить первый импорт. Для этого выберите колонку с идентификатором в **Колонка для начала импорта** и укажите **Значение поля**.

Пример настроек для запуска импорта с первой строки (если данные в колонке **id** отсортированы по возрастанию):

Настройки поля начала импорта

|                             |               |
|-----------------------------|---------------|
| Колонка поля начала импорта | Значение поля |
| id <span>Выбрать</span>     | 0             |

Когда вы запустите регулярный импорт, **Значение поля** будет автоматически обновляться — в него будет подставляться последний идентификатор после предыдущего импорта.

## Соответствие колонок

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

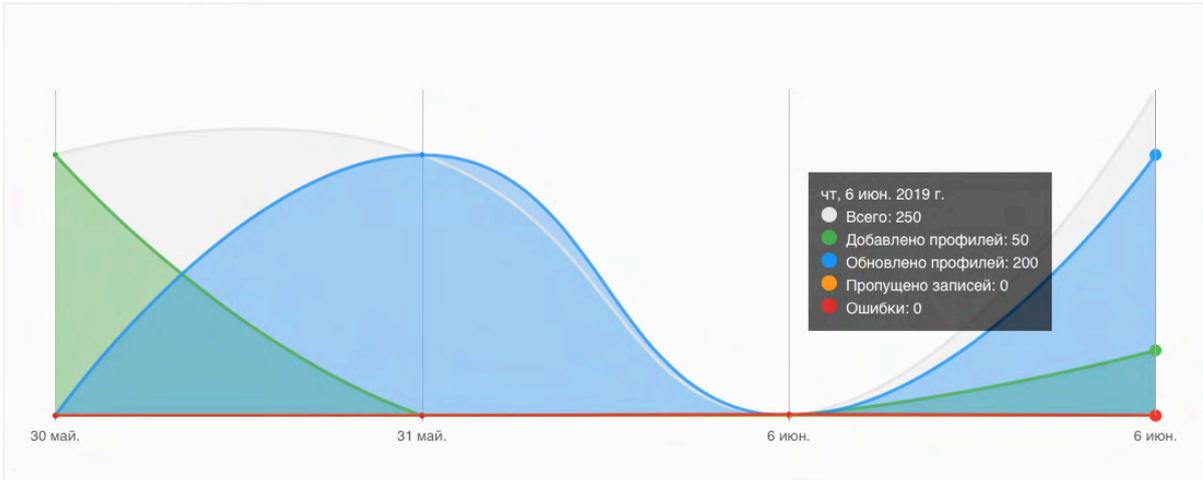
|                     |  |       |             |                 |          |           |                |
|---------------------|--|-------|-------------|-----------------|----------|-----------|----------------|
| Источник подписки   | email 2_2test@ya.ru  |       |             | ✕               |          |           |                |
| Ресурс для подписки | 1 - Multichannel notifications <b>Email</b> <b>Push</b> <b>SMS</b> | Канал | Email канал | Статус подписки | Подписан |           |                |
| Источник подписки   | phone 79307809820  |       |             | ✕               |          |           |                |
| Ресурс для подписки | 1 - Multichannel notifications <b>Email</b> <b>Push</b> <b>SMS</b> | Канал | SMS канал   | Статус подписки | Подписан |           |                |
| Источник подписки   | xxx 33333  |       |             | ✕               |          |           |                |
| Ресурс для подписки | 1 - Multichannel notifications <b>Email</b> <b>Push</b> <b>SMS</b> | Канал | Push канал  | Статус подписки | Подписан | Провайдер | Opera Firebase |

Добавить подписку

## Отчёт импорта по расписанию

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

Отчёт импорта по расписанию



Последний запуск

0  
В СЕКУНДУ

250  
ВСЕГО

50  
ДОБАВЛЕНО

200  
ОБНОВЛЕНО

0  
ПРОПУЩЕНО

0  
ОШИБОК

# 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 [отчёте по каналам](#), 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/Gr1X73`

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.

- [Профили](#)
- [Подписки](#)

# 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-вставьте_имя_поля="запишите в него это значение"` изменяет данные в профиле подписчика при клике на такую ссылку:

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

Атрибут **subscribe-to** при переходе по ссылке добавит клиенту **подписку** по тому же каналу на указанный **ресурс**:

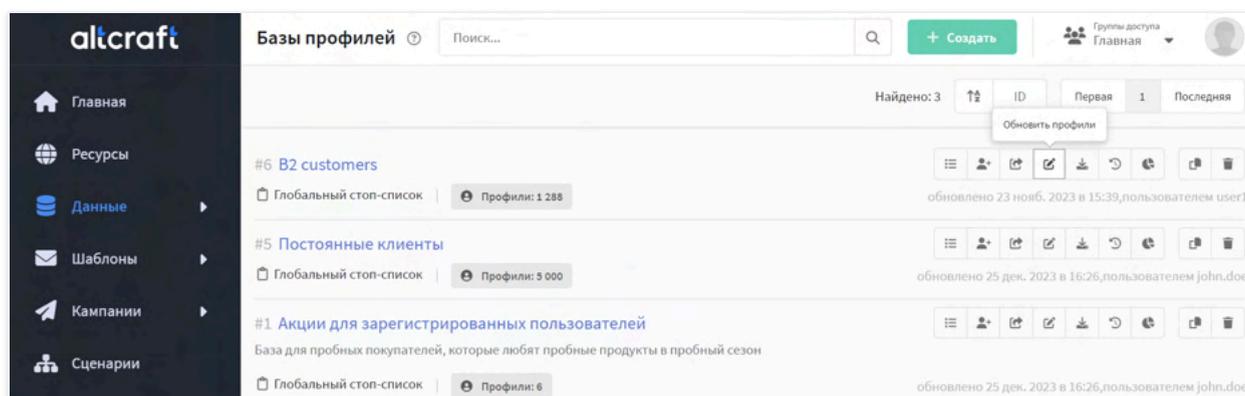
```
<a href="http://www.example.org" subscribe-to="1">Подписаться на ресурс #1</a>
```

# Массовое обновление профилей клиентов

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

- Добавление и изменение значений полей профиля клиента
- Добавление и обновление [подписок профилей](#)
- Управление [промокодами](#)
- Удаление профилей
- [Глобальная отписка](#) профилей

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



## Выборка профилей клиентов

Выберите **базу**, где хранятся профили, которые необходимо обновить. Если вы хотите обновить только часть профилей в базе, то добавьте уточняющие **правила сегментации**.

Вы также можете добавить нескольких правил и объединить их с помощью логического **И** (все условия должны выполняться) и **ИЛИ** (хотя бы одно условие должно выполняться).

**Источник**

База данных

5 - West coast customers 9 705 ▾

**Условие**

**И** **ИЛИ**

Участие в цепочке Завершил цепочку ✕

1 - Follow-up workflow ▾

Достигнута цель средняя стоимость больше ✕

Spent online 🔍

200,000

2 - Purchase made pixel ▾

+ Добавить правило + Добавить группу Скрипт

**Ограничение**

Лимит **i** От % Диапазон % До %

0 1  100

### 💡 ПОДСКАЗКА

В [этом разделе](#) документации вы найдете 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**:

- **Диапазон** определяет часть базы, к которой будут применены условия сегментации. По умолчанию диапазон равен 100%, т.е. если в базе 1000 профилей, то условия сегментации применятся ко всем профилям в базе. Если, например, вы установите диапазон от 10 до 50%, то условия будут применены к примерно 400 профилям, выбранным равномерно из всего объема базы.
- **Лимит** — максимальное количество профилей, которые могут быть включены в сегмент. Например, если 1000 профилей соответствуют условиям сегментации, а лимит — 400, то в сегмент войдут первые 400 профилей из выборки.

**Ограничение**

Лимит *i*      От %      Диапазон %      До %

400      10            50

**⚠ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ**

Ограничения, заданные с помощью **диапазона**, распространяются на всю базу. Ограничения, заданные с помощью **лимита**, накладываются на результат выборки сегмента.

## Обновление профилей клиентов

### Обновление полей профиля клиента

Выберите опцию "Обновить данные подписчиков":

**Ограничение**

Лимит *i*      От %      Диапазон %      До %

0      1            100

Что сделать с выборкой подписчиков?

- Обновить данные подписчиков**
- Добавить подписку. Источник подписки - поля профиля
- Добавить подписку. Источник подписки - ресурс
- Обновить подписку
- Управление Промокодами
- Удалить профили по выбранным условиям
- Глобальная отписка

Не запускать связанные с этим действием триггеры

В выпадающем списке доступны все [поля базы](#). Выберите поле, которое хотите обновить и нажмите **+ Добавить это поле**. Далее выберите вариант обновления: изменить или удалить значение. При изменении выберите новое значение в зависимости от типа поля:

Лимит i  От %  Диапазон %  До %

**Что сделать с выборкой подписчиков?**

Обновить данные подписчиков ✕

+ Добавить это поле

Не запускать связанные с этим действием триггеры

## Добавление подписки на новый ресурс

В зависимости от источника контактных данных доступно два способа добавления подписки:

**Что сделать с выборкой подписчиков?**

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
| <br>Обновить данные подписчиков | <br>Добавить подписку. Источник подписки - поля профиля | <br>Добавить подписку. Источник подписки - ресурс | <br>Обновить подписку |
| <br>Управление Промокодами      | <br>Удалить профили по выбранным условиям               | <br>Глобальная отписка                          |  |

Не запускать связанные с этим действием триггеры

### Источник подписки — поля профиля

Подписка создается на основе контактных данных (номер телефона, адрес электронной почты и др.), которые указаны в полях профиля.

Выберите **ресурс** и **канал**, на который хотите добавить подписку. Ресурс должен быть привязан к базе. Далее укажите **статус подписки**.

**Что сделать с выборкой подписчиков?**

Добавить подписку. Источник подписки - поля профиля ✕

**i** Подписка будет сформирована на основе полей профиля.  
 Данные для каналов Email и SMS можно взять из полей email и phone профиля. Для остальных каналов требуется выбрать источник подписки.

Подписка

На ресурс

23 - Транзакционные уведомления Email SMS whatsapp

Каналы **i**

Email

Добавить

Статус подписки

Подписан

Включая небезопасные статусы: отписан, жалобщик, hardbounced, не валиден

**i** Без выбора этой опции, подписки у профиля, имеющие небезопасные для изменения статусы проигнорируются.  
 Например: Если выбрать статус "Подписан", то подписка профиля со статусом "Отписан" не изменят свой статус, т.к. "Отписан" - небезопасный статус.

В качестве **источника подписки** выберите поле профиля. Для подписки на Email-канал используйте поле **Email**, для подписки на каналы SMS, WhatsApp, Viber — поле **Phones**. Данные для других каналов коммуникации вы можете хранить в **дополнительных полях базы**.

Источник подписки

Поле профиля

Email

Не запускать связанные с этим действием триггеры

### **⚠ НЕБЕЗОПАСНЫЕ СТАТУСЫ**

Если вы меняете статус подписки на "Подписан", то по умолчанию подписки профилей с небезопасными статусами не обновляются. К таким статусам относятся: Отписан, Жалобщик, Hardbounced, Невалиден. Чтобы изменить это поведение, активируйте опцию **"Включая небезопасные статусы"**.

## **Источник подписки — ресурс**

Подписка создается на основе контактных данных, которые используются в подписке на другой ресурс. Настройте поля:

- **Взять каналы из ресурса** — платформа использует для обновления контактные данные из подписки на выбранный ресурс. Если у профиля нет подписки на этот ресурс, платформа не добавит ему новую подписку.
- **На ресурс** — платформа добавит профилям подписку на выбранный ресурс.
- **Каналы** — платформа добавит профилям подписку на выбранный канал в ресурсе. Обратите внимание, что этот канал должен быть настроен в обоих ресурсах.
- **Статус подписки** — платформа добавит подписку с выбранным статусом.

**Что сделать с выборкой подписчиков?** ✕

Добавить подписку. Источник подписки - ресурс

Подписка

Взять каналы из ресурса

28 - Онлайн акция Email

На ресурс

23 - Транзакционные уведомления Email SMS whatsapp

Каналы <sup>i</sup>

Email

Добавить

Статус подписки

Подписан

Включая небезопасные статусы: отписан, жалобщик, hardbounced, не валиден

**i** Без выбора этой опции, подписки у профиля, имеющие небезопасные для изменения статусы проигнорируются.  
 Например: Если выбрать статус "Подписан", то подписка профиля со статусом "Отписан" не изменят свой статус, т.к. "Отписан" - небезопасный статус.

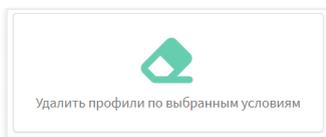
Не запускать связанные с этим действием триггеры

### НЕБЕЗОПАСНЫЕ СТАТУСЫ

Если вы меняете статус подписки на "Подписан", то по умолчанию подписки профилей с **небезопасными статусами** не обновляются. К таким статусам относятся: Отписан, Жалобщик, Hardbounced, Невалиден.

Также подписка не обновляется, если для обновления вы используете данные из подписки с небезопасным статусом. Чтобы изменить это поведение, активируйте опцию **"Включая небезопасные статусы"**.

## Обновление подписки



Меняет статус существующих подписок на ресурс. Удобно, если вы, например, хотите разово отписать всех неактивных клиентов.

Выберите ресурс и канал, а затем укажите, какой статус необходимо установить:

### Что сделать с выборкой подписчиков?

Обновить подписку ✕

Подписка

На ресурс

51 - Транзакционные уведомления Email SMS viber

Каналы i

Email

Обновить

Статус подписки

Приостановлен

Включая небезопасные статусы: отписан, жалобщик, hardbounced, не валиден

i **Без выбора этой опции, подписки у профиля, имеющие небезопасные для изменения статусы проигнорируются.**  
Например: Если выбрать статус "Подписан", то подписка профиля со статусом "Отписан" не изменят свой статус, т.к. "Отписан" - небезопасный статус.

Не запускать связанные с этим действием триггеры

### ⚠ НЕБЕЗОПАСНЫЕ СТАТУСЫ

Если вы меняете статус подписки на "Подписан", то по умолчанию подписки профилей с небезопасными статусами не обновляются. К таким статусам относятся: Отписан, Жалобщик, Hardbounced, Невалиден. Чтобы изменить это поведение, активируйте опцию **"Включая небезопасные статусы"**.

## Управление промокодами

Данная опция позволяет **привязать** профилям или **отвязать** от них промокоды определенной **Программы лояльности**:

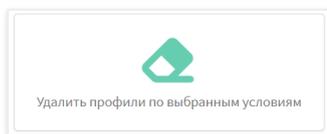
**Что сделать с выборкой подписчиков?**

Управление Промокодами ✕

Привязать 16 - Приветственный промокод для нового клиента

Не запускать связанные с этим действием триггеры

## Удалить профили по выбранным условиям



Удаляет из базы профили, соответствующие заданным условиям. При этом статистика действий удаленных профилей сохраняется в отчётах.

Удалить все профили из базы невозможно. Вам необходимо задать условия выборки:

Выборка профилей клиентов для обновления

**Источник**

База данных  
26 - В2С клиенты 8 482

**Условие**

Отбор по Условие отбора ✕

Статус профиля отписан

+ Добавить правило + Добавить группу + Импортировать условия

**Ограничение**

|                                |                                |  |                                  |
|--------------------------------|--------------------------------|--|----------------------------------|
| Лимит i                        | От %                           | Диапазон %   | До %                             |
| <input type="text" value="0"/> | <input type="text" value="1"/> | <div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #007bff; position: relative;"><div style="position: absolute; left: 0; right: 0; top: 0; bottom: 0;"></div></div> | <input type="text" value="100"/> |

Платформа удалит не все профили, а только те, с которыми до начала текущего месяца не происходило взаимодействий более 4 месяцев. Например, если текущая дата 1 мая, будут удалены профили, с которыми не было взаимодействий, начиная с 1 января. Если текущая дата 31 мая, будут удалены те же профили.

Взаимодействие предполагает любое действие профиля, записанное в его [историю](#). Информация об актуальном периоде отобразится ниже:

Что сделать с выборкой подписчиков?

Удалить профили по выбранным условиям ✕

**i** Будут удалены профили, с которыми не взаимодействовали начиная с 01-01-2024

Не запускать связанные с этим действием триггеры

После запуска обновления вы можете перейти в Задачи и посмотреть, сколько профилей было удалено. Если профиль попал под условия выборки, но не был удален, значит, за последние 4 месяца с ним были зафиксированы взаимодействия.

Группы доступа  
Главная 

---

 **Групповое обновление данных профилей клиентов**

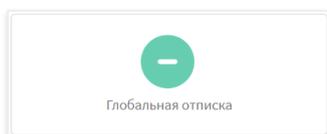
Попало под условия выборки: 10Обновлений: 0Удалено: 5

Создано : 12-04-2024 18:44:09  Pol Zak ID задачи: cf70a0ab-111d-4c1b-8497-c0b4d4fc6388

 **ПОДСКАЗКА**

Минимальное количество месяцев без взаимодействия, после которого профили будут удалены, устанавливается в файле конфигурации.

## Глобальная отписка



Устанавливает всем профилям [глобальный статус "Отписан"](#). Это полностью останавливает коммуникацию с клиентом по любым каналам. Даже если у профиля есть активные подписки на ресурсы, кампании не будут отправлять ему сообщения.

Изменить глобальный статус всех профилей в базе невозможно. Обязательно задайте условия отбора профилей:



## Выборка профилей клиентов для обновления

## Источник

## База данных

1 - Database

1 293

## Условие

## Отбор по

Доставлен Email

## Условие отбора

не существует

+ Добавить правило

+ Добавить группу

+ Импортировать условия

## Ограничение

## Лимит i

0

## От %

1

## Диапазон %

## До %

100

## Что сделать с выборкой подписчиков?

Полностью и глобально отписать профили

**Отписка будет сформирована по выбранным условиям**

Профили, которые будут отписаны, не смогут получать сообщения.

 Не запускать связанные с этим действием триггеры

В платформе могут быть настроены триггерные кампании или сценарии, которые запускаются при добавлении или изменении подписки, при обновлении полей профиля или при назначении промокода. Если вы не хотите, чтобы эти триггеры работали после текущего обновления, активируйте опцию **"Не запускать связанные с этим событием триггеры"**.

# Double opt-in подписка

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

1. Подписчик оставляет контактные данные — онлайн и офлайн, 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 маркетинговых кампаний
- Повышение лояльности, упрощение работы с постоянными клиентами

## ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

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.

История    Взаимодействия    Данные    **Подписки**

Канал    Ресурс    Статус профиля

**Подписка на ресурс #57 Новости и рекоменда..**

✉ Email #53434da0 ✕

**Email:**  
arg07rips@gmail.com

**Статус:**  
Не подтвержден ▾

**Домен:** gmail.com  
**Доменная группа:** Gmail (US)  
**MD5:** 1c6e10776f10d1b62dd63a901d278f11

**Приоритет:**  
0

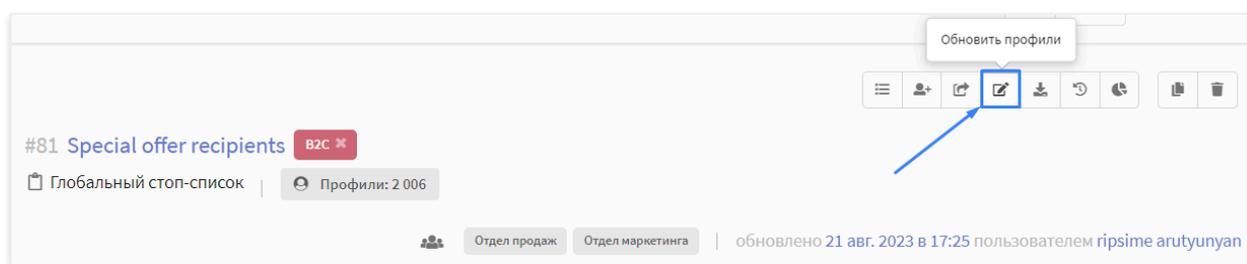
**Информация о подписке**  
Дата: пт, 18 авг. 2023 г. 11:41:28

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**.



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

**⚠ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ**

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

Выборка профилей клиентов для обновления

**Источник**

База данных

81 - Special offer recipients 2 006 ▾

**Условие**

+ Добавить правило + Добавить группу + Импортировать условия

**Ограничение**

Лимит i От % Диапазон % До %

0 1 100

**Что сделать с выборкой подписчиков?**

Обновить данные подписчиков

Добавить подписку. Источник подписки - поля профиля

**Добавить подписку. Источник подписки - ресурс**

Обновить подписку

Управление Промокодами

Полностью и глобально отписать выбранных

Не запускать связанные с этим действием триггеры

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

**Подписка**

**Взять каналы из ресурса**

57 - Новости и рекомендации Email Push SMS

**На ресурс**

28 - Онлайн акция Email

**Каналы *i***

Email

**Добавить**

**Статус профиля**

Не подтвержден

Включая небезопасные статусы: отписан, жалобщик, hardbounced, не валиден

***i*** **Без выбора этой опции, подписки у профиля, имеющие небезопасные для изменения статусы проигнорируются.**  
 Например: Если выбрать статус `&#34;Подписан&#34;`, то подписка профиля со статусом `&#34;Отписан&#34;` не изменят свой статус, т.к. `&#34;Отписан&#34;` - небезопасный статус.

Полностью и глобально отписать выбранных

Не запускать связанные с этим действием триггеры

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

***i* ПРИМЕЧАНИЕ**

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. Чтобы создать шаблон сообщения перейдите в раздел **"Шаблоны"**. Ссылка подтверждения — это любая ссылка в шаблоне с атрибутом `confirm-link`. Вы можете добавить атрибут вручную или создать ссылку в конструкторе. Для этого в редакторе сообщения нажмите "Вставить ссылку" и отметьте 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 подписок изменится с **Не подтверждён** на **Подписан**.

**И** ПРИМЕЧАНИЕ

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

Запросы для шаблонов

Запросы сегментации

Стоп-списки

Связи

**Стоп-список** — это список email адресов и доменов, а также телефонных номеров, которым вы НЕ хотите отправлять сообщения. Стоп-лист фильтрует email-адреса и номера телефонов **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 и телефонные номера, по которым от провайдеров пришёл **hard bounce**. Отдельно хранятся валидные адреса и номера, 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 со стоп-списками) 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 или номеров** — в этот список попадают email-адреса и телефонные номер со всех Аккаунтов платформы, по которым от

провайдера пришёл **hard bounce** (ответ о том, что ящик или мобильный номер не существует).

#### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

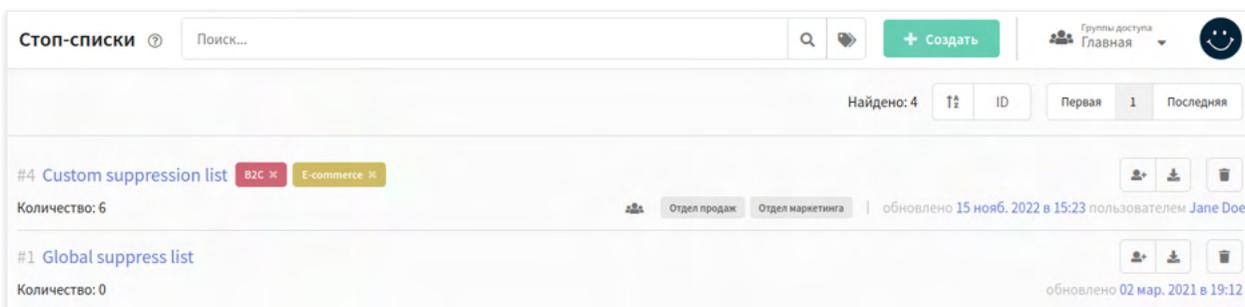
Обратите внимание, что при таком ответе **Статус подписки** клиента меняется на **hard bounce**. Такие подписки не будут использоваться в кампаниях, так как отправка на несуществующие адреса ухудшает репутацию отправителя в почтовых сервисах.

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 email или номеров** — блокирует любые email-адреса, домены или телефонные номера 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. Панель быстрых действий позволяет сразу приступить к работе с необходимым стоп-списком:



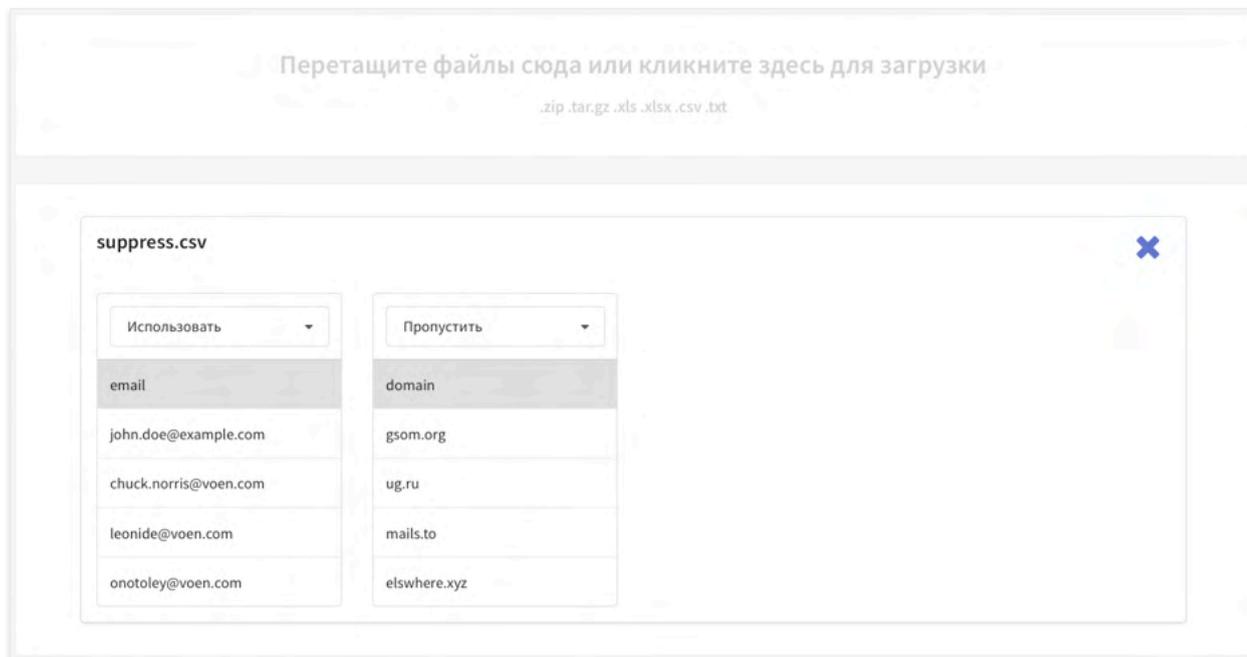
Скриншот интерфейса «Стоп-списки»:

- Надпись: **Стоп-списки**
- Поиск: Поиск...
- Кнопка: **+ Создать**
- Группы доступа: Главная
- Найдено: 4
- Сортировка: T, ID
- Панель: Первая 1 Последняя
- Список:
  - #4 Custom suppression list (B2C, E-commerce) | Количество: 6 | Обновлено: 15 нояб. 2022 в 15:23 пользователем Jane Doe
  - #1 Global suppress list | Количество: 0 | Обновлено: 02 мар. 2021 в 19:12

## Импорт из файла

Чтобы добавить в стоп-список контакты из файла, нажмите  в панели быстрых действий. 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:



## Импорт вручную

Чтобы добавить контакты клиентов вручную, откройте необходимый стоп-список. В стоп-список можно добавлять email-адрес, email-домены и телефонные номера клиентов. В зависимости от типа контакта, откройте одну из вкладок и в блоке **Блокировка/разблокировка** введите контактные данные, которые хотите добавить в список.

### 💡 ПОДСКАЗКА

Несколько позиций указываются через запятую, пробел или каждая на новой строке. Можно указать до 500 email-адресов, доменом или номеров.

Номер телефона указывается в международном формате (например, +79123456789).

Затем нажмите **Проверить**:

Почтовые адреса и домены    Телефонные номера

Блокировка/разблокировка адресов и доменов email

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

john.doe@example.com  
jane.doe@gmail.com

Проверить

Откроется две вкладки: **Существующие** и **Новые**. Если домен, адрес или номер 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 на вкладках можно выделить все email адреса/домены или номера телефонов:

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 создаётся один глобальный стоп-список, который работает всегда — для всех компаний 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** \*

Описание

Почтовые адреса и домены | **Телефонные номера**

Блокировка/разблокировка телефонных номеров (в международном формате)

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

+79009009090  
+79123456789  
+79000000000

Проверить

Применить | Сохранить

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

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 теги для быстрого поиска. Сохраните его, чтобы продолжить работу.

**Пользовательский стоп-список** \*

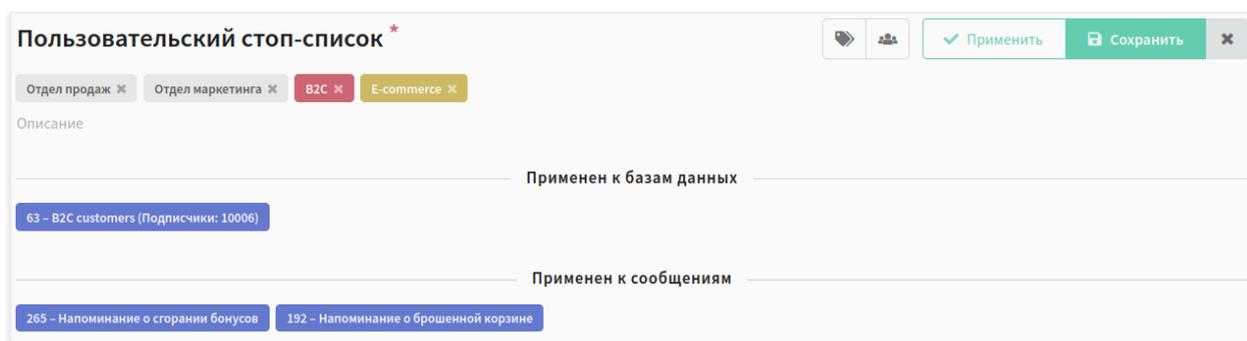
Отдел продаж ✕ | Отдел маркетинга ✕ | **B2C ✕** | E-commerce ✕

Описание

**Новый стоп-список**  
Требуется сохранить его, прежде чем продолжить работать с ним

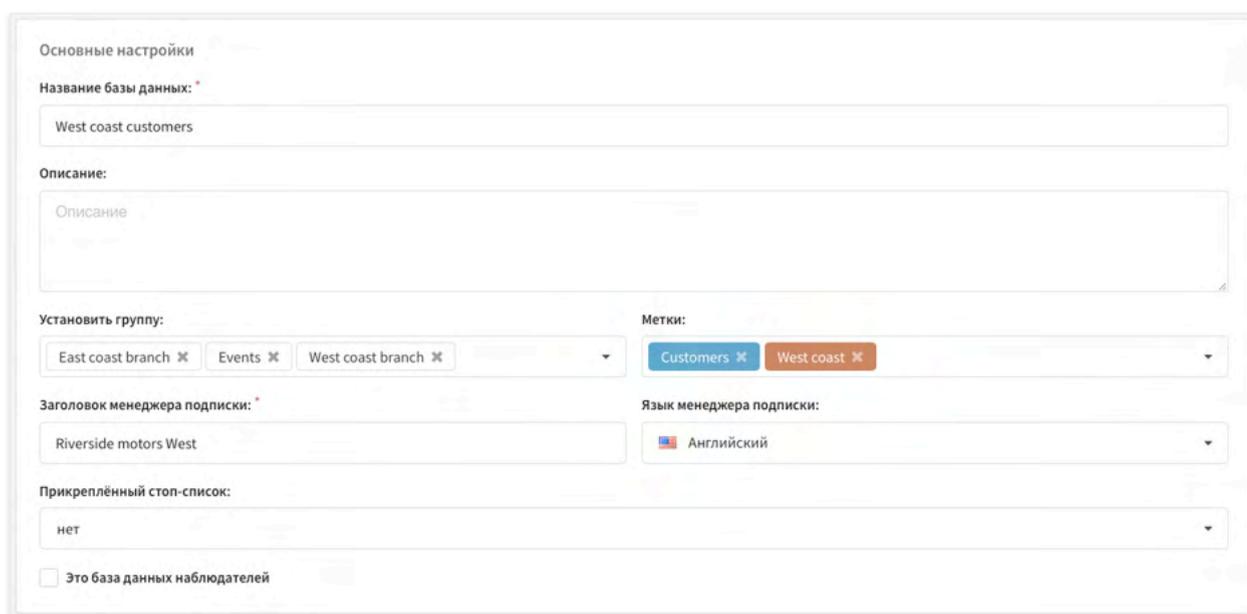
Применить | Сохранить

После этого вы можете добавлять контакты клиентов в созданный стоп-список вручную или импортом из файла, а также прикреплять список к базам профилей и шаблонам. У вас также есть возможность в любой момент посмотреть, к каким объектам платформы прикреплен список:



## 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:



## 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: профили, чьи контакты есть в прикрепленном стоп-списке, не будут получать рассылки с этим шаблоном.

Откройте необходимый **Шаблон**, перейдите на [вкладку "Опции"](#) и в блоке **"Дополнительные настройки"** выберите нужный стоп-список. Если вы хотите, чтобы контакты профилей, отписавшихся по ссылке в шаблоне, попали в стоп-

список, активируйте опцию "**Добавить отписавшихся в прикрепленный стоп-список**".

Дополнительные настройки

Перенаправить при нажатии на ссылку отписки:

Перенаправление по умолчанию (системная страница) ▾

Перенаправить при нажатии на ссылку подтверждения:

Не выбран ▾

Стоп-список:

Стоп-список не выбран ▾

Добавить отписавшихся в прикрепленный 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, прикрепленные к **Базам профилей**, исключают из рассылки подписчиков своих баз данных. Каждый только из той базы, к которой прикреплен.

### **i** ПРИМЕЧАНИЕ

Если в двух базах данных одинаковые подписки, а стоп-список, который их содержит, прикреплен 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 прикреплен, то есть первую.

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

# Связи между профилями

Связи между профилями позволяют реализовать на платформе стратегии взаимодействия между клиентами. Связь можно установить между профилями внутри одной базы данных или связать профили из разных баз. Существует два типа связи:

- **Прямая** — исходящая. Показывает отношение профиля к другим профилям. Например, связь клиента-реферала с его клиентами.
- **Обратная связь** — входящая. Показывает, как другие профили относятся к выбранному профилю. Например, клиенты одного агента или менеджера компании оценивают качество его работы.

У каждой связи есть **свойства** — отношения между клиентами. Свойства могут быть в виде числовых или булевых (ложь — истина) значениях.

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 клонировать или удалить связь.

Чтобы добавить новую связь между базами данных профилей, нажмите **Создать** в верхней части страницы. Чтобы отредактировать имеющуюся связь, нажмите на ее имя.

The screenshot shows the 'Связи' (Connections) interface. At the top, there is a search bar with the text 'Поиск...', a '+ Создать' (Create) button, and a user profile icon labeled 'Группы доступа Главная'. Below the search bar, there is a table of connections. The first row shows a connection named '#7 Клиенты - кураторы школы' with a description: 'Лояльность клиентов к кураторам школы. Позволяет определить топ-3 лидеров, распределить нагрузку на кураторов'. It includes tags for 'clients\_mentors', 'B2C-клиенты', and 'Кураторы школы', and was updated on '02 мая 2024 в 16:08' by 'John Doe'. The second row shows a connection named '#6 Клиенты - менеджеры по продажам' with a description: 'Лояльность клиентов к сотрудникам отдела продаж. Позволяет эффективно подбирать сотрудника для каждой аудитории клиентов: на основе финансовых показателей или оценки клиентов'. It includes tags for 'clients\_salesmanagers', 'B2C-клиенты', and 'Менеджеры по продажам в Новгороде', and was updated on '26 апр. 2024 в 17:16' by 'John Doe'. The interface also features a 'Выбрано 0 из 6' (Selected 0 of 6) indicator, a 'Корзина' (Trash) button, and pagination controls for 'Первая 1 Последняя' (First 1 Last).

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.

В основных настройках введите **название** и **короткое имя** новой связи. **Короткое имя** связи будет использовано в [редакторе шаблонов](#) для подставления переменных, а также в [API запросах](#) управления связями.

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, иницилирующие связь. Например, клиенты, вносящие средства или оставляющие оценки качества сервиса. Иными словами - **субъекты**.

#### ПОДСКАЗКА

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

| Участники связи    |   |
|--------------------|---|
| База данных А *    | База данных Б *                           |
| 6 - Клиенты 1289 ▼ | 1 - Менеджеры по продажам в Новгороде 6 ▼ |

## Свойства связи

Связи могут содержать **до 11 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

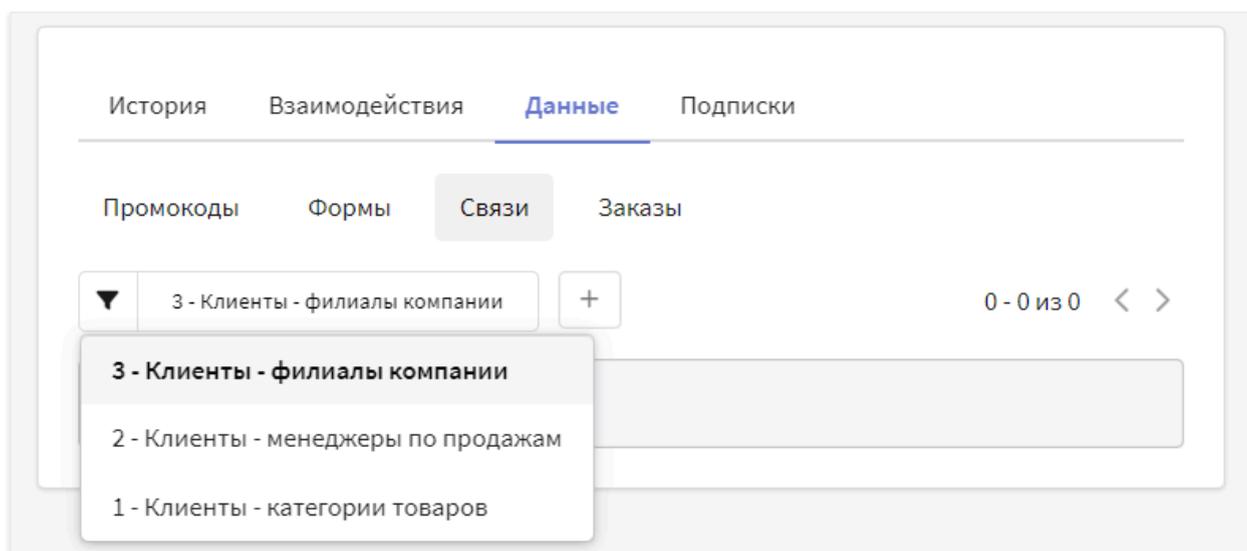
|                |                    |                           |   |   |            |
|----------------|--------------------|---------------------------|---|---|------------|
| Имя:           | Полученная прибыль | Статистика свойства связи | <input checked="" type="checkbox"/> Хранить сумму | <input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

[Добавить свойство](#)

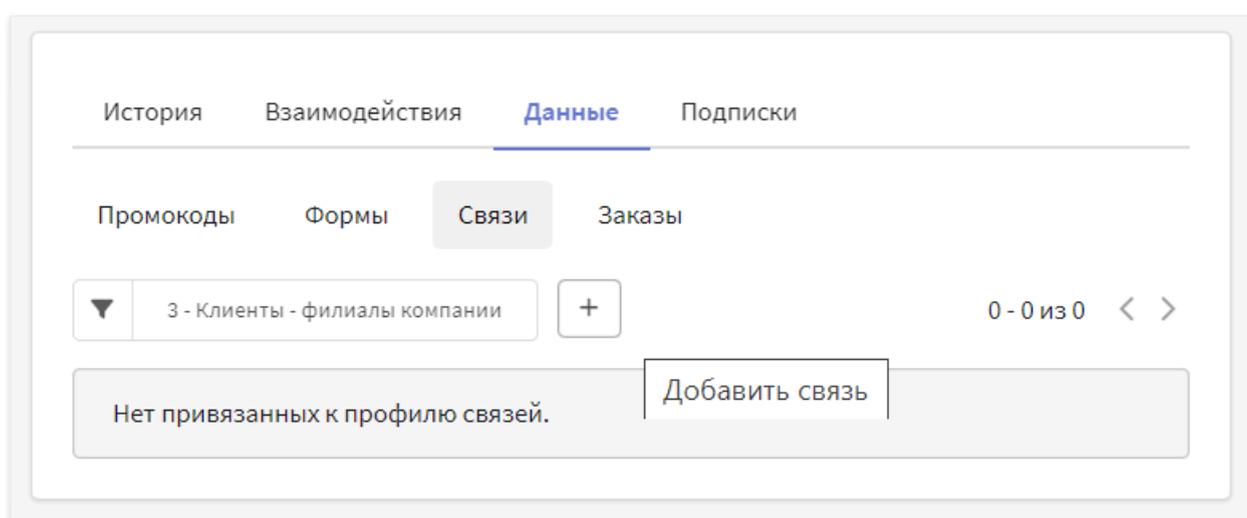
## Добавление связи вручную

Откройте необходимый профиль подписчика в **Базе данных А**. На вкладке **Данные** перейдите в раздел **Связи**. Здесь отображаются доступные для профиля текущей базы данных связи.

Нажмите на кнопку с фильтром, чтобы открыть выпадающее меню:



Выберите необходимую связь и добавьте нажатием на +.



В открывшемся окне укажите правило для отбора профиля из **Базы данных Б**.  
Используются стандартные правила, как при поиске или сегментации профилей:

### Выбрать профиль

**ИСТОЧНИК**

База данных  
5 - Постоянные клиенты 5 000 ▾

**Условие**

Отбор по: Email ▾      Условие отбора: равно ▾      ✕

Значение (x)  
example@example.com

+ Добавить правило    + Добавить группу    + Импортировать условия

Применить

Назад

Нажмите "Применить" и "Выбрать":

|                                       |                                 |                   |
|---------------------------------------|---------------------------------|-------------------|
| <b>Retha Skayman</b>                  |                                 | ✓ Выбрать ▾       |
| Создан: 17-10-2023 10:53:19           | Глобальный статус: Подписан     | Индекс:           |
| Обновлен: 15-01-2024 13:49:24         | Email: rskaymanrr@blinklist.com | Страна:           |
| Подписан: 17-10-2023 10:53:19         | Телефон:                        | Город: Gostyń     |
| MD5: d062203efd3cb4f32cf7c4208a0b5221 | Пол: Male                       | Страна рег.:      |
| XXH: a72af1d4e8fab375                 | Возраст: 31                     | Город рег.:       |
| ID: 652e3d6f252fc445aba7fd14          | IP адрес: 165.86.61.29          | Всего подписок: 1 |

После этого укажите вес связи в открывшемся окне:



Введите вес связи "4 - Клиенты - менеджеры по продажам" для профиля aalwellog@163.com

profit\_per\_day:

6000

✓ Сохранить

✕ Отмена

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:

История    Взаимодействия    **Данные**    Подписки

Промокоды    Формы    **Связи**    Заказы

▼ 4 - Клиенты - менеджеры по продажам + 1 - 1 из 1 < >

 **Alwell Auroora**  
#5 Акции для зарегистрированных польз..

Прибыль за день: 6 000

## Использование связей и их значений в платформе

### 1. Сегментация по связям

С их помощью можно сформировать [статический](#) или [динамический сегмент](#). Благодаря этому из всех клиентов одной базы данных "отделяется" целевая

аудитория по признаку отношения ее участников друг к другу.

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.

#### ПОДСКАЗКА

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: ⓘ             |   |
| 5 - Лояльные клиенты - агенты компании | не учитывать           |   |
| Прибыль:                               |                        |   |
| больше или равно                       | 9000                   |   |
| Лояльность:                            |                        |   |
| не учитывать                           | 12345                  |   |

## 2. Подстановка динамического контента в шаблонах

Значения связей могут быть добавлены в [шаблон сообщения](#) с помощью специальных переменных.

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:            | 9000                             |                    |                  |
| Лояльность:         | 12345                            |                    |                  |

### 💡 ПОДСКАЗКА

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.

### 💡 ПОДСКАЗКА

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

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.

#### ПОДСКАЗКА

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}
```

### 3. Условие для запуска триггерной кампании или сценария

На появление или удаление связи может быть настроена [триггерная кампания](#):



**Каналы**  
Выберите канал



**Подписчики**  
Выберите получателей



**Шаблоны**  
Шаблоны сообщений



**Триггер**  
Условия запуска

Высокий приоритет

Тип события

При изменении связи

Подождать дней

0

Подождать час.

0

Подождать мин.

0

Тип события:

Появление связи

Связь:

5 - Клиенты - филиалы компании

Направление связи:

Прямое

База данных:

6 - B2C-клиенты

Ежедневная прибыль:

меньше или равно

Назад

Готово

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.

Либо связи могут реализовываться в [сценарий автоматизации](#):

### Захват профилей при изменении связи

Данный триггер захватит в сценарий профили, у которых было зафиксировано определенное изменение в связях. Выберите тип события, которое должно произойти в связях профиля для попадания в сценарий, после чего настройте это событие.

Тип события:

Появление связи

Направление связи:

Обратное

Связь:

3 - Клиенты - филиалы компании

прибыль:

больше или равно

Закреть

Применить

### ПОДСКАЗКА

Приведем в пример следующую ситуацию:

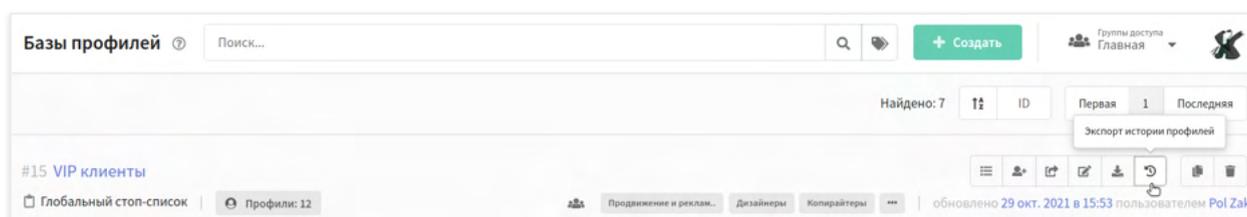
У вас есть реферальная программа, для нее вы можете настроить две разные последовательности:

- Первую для клиента-реферала: в сценарии или триггере нужно выбрать запуск при появлении прямой связи — когда реферал передает другому клиенту токен участия в реферальной программе. Прямая связь здесь будет учитывать всех приведенных рефералом клиентов. В свойствах связи можно учитывать приносимую рефералом прибыль. Например, вы можете назначать разные бонусы при покупках на разную сумму.
- Вторую для приведенных 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.

# Экспорт истории профилей

Экспорт истории профилей позволяет выгрузить из платформы данные о действиях профилей, которые находятся в определенной [базе данных](#) или в [сегменте](#). Данные будут выгружены в csv-файл.

1. Откройте список баз или сегментов, найдите нужную базу и кликните на иконку "Экспорт истории профилей".



2. Укажите период, данные за которой необходимо выгрузить.

**1** **Укажите период истории**

Период истории

2021-09-01 - 2021-10-01

3. Выберите события для экспорта:

- Основные (подтверждение подписки, жалобы, отписка и др.)
- Действия в различных каналах связи (доставки сообщений, открытия, клики и др.)
- Пиксель и регистрация цели
- Промокоды
- Связи

2

## Выберите события

- Все
  - Основные
    - Клик на Confirm ссылку
    - Подтверждение подписки
    - Клик по ссылке отписки
    - Жалоба на сообщение
    - Невозможно доставить сообщение

4. Укажите поле базы профилей, по которому хотите сгруппировать выгружаемые данные.

3

## Укажите дополнительные настройки

### Добавить поле базы профилей

Из базы профилей:

#15 - VIP клиенты

Поле базы профилей

Email

5. Добавьте дополнительную информацию для экспорта:

- [ресурс](#) — добавление в конечный файл ID и имя ресурса, на который подписался профиль
- [кампания](#) — ID и имя кампании, в которой произошло событие;
- [сообщение](#) — ID и имя использованного шаблона;
- ссылка на веб-версию письма;

- [пиксели](#) и цель — ID и имя пикселя, а также наименование и значение (value) цели, которую пиксель регистрирует.

**Добавить информацию**

- Добавить информацию о ресурсе
- Добавить информацию о кампании
- Добавить информацию о сообщении
- Добавить ссылку на веб-версию
- Добавить информацию о пикселе и цели

6. Введите произвольное имя архива.

**Задайте имя архива**

Имя архива \*

7. Экпортируйте данные, нажав "**Выгрузить**". Автоматически будет создана задача на экспорт. Ее прогресс отобразится тут же.

8. Когда задача будет завершена, кликните "**Скачать файл**". Архив в формате .zip будет скачан на ваше устройство.

4

## Выгрузить данные

 Выгрузить

### Задача создана

Задание на экспорт в файл создано (9819fe3f-5caf-46fd-aa2b-956e41b0efbd)

### Экспорт истории профилей



**Завершено**

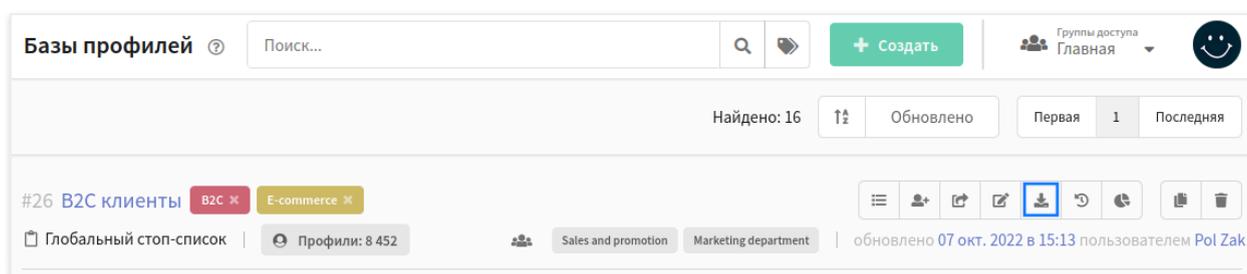
 Скачать файл

# Экспорт профилей

## Описание

Экспорт профилей позволяет выгрузить csv-файл с информацией обо всех профилях в базе данных или в сегменте. Вы можете самостоятельно выбрать данные, которые хотите получить.

Чтобы начать экспорт, выберите базу или сегмент и нажмите кнопку  в панели управления:



## Поля для экспорта

Отметьте поля профиля, которые необходимо выгрузить. Здесь вам могут помочь кнопки в верхней части страницы: **выбрать все поля** или снять выделение с полей, а также отметить только **opt-in данные**. К opt-in данным относится регистрационная информация: email, дата, ссылки и IP адрес при регистрации.

## #15 B2C клиенты

**Поля для экспорта**

Выбрать все
Только opt-in
Снять все

|  |   |   |   |
|--|---|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> Email          | <input checked="" type="checkbox"/> Телефоны        | <input checked="" type="checkbox"/> Имя         | <input checked="" type="checkbox"/> Фамилия       |
| <input checked="" type="checkbox"/> Дата рождения  | <input checked="" type="checkbox"/> Пол             | <input checked="" type="checkbox"/> Дата per.   | <input checked="" type="checkbox"/> IP адрес per. |
| <input checked="" type="checkbox"/> Город рег.     | <input checked="" type="checkbox"/> Страна рег.     | <input checked="" type="checkbox"/> Ссылка per. | <input checked="" type="checkbox"/> IP адрес      |
| <input checked="" type="checkbox"/> Город          | <input checked="" type="checkbox"/> Страна          | <input checked="" type="checkbox"/> Регион      | <input checked="" type="checkbox"/> Индекс        |
| <input checked="" type="checkbox"/> Временная зона | <input checked="" type="checkbox"/> Поставщик       | <input checked="" type="checkbox"/> Pushes      | <input checked="" type="checkbox"/> ХХН           |
| <input checked="" type="checkbox"/> Статус         | <input checked="" type="checkbox"/> Доменная группа | <input checked="" type="checkbox"/> Домен       |   |

---

**Поля с информацией о поведении подписчика**

|   |   |  |   |
|---|---|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> Send date       | <input checked="" type="checkbox"/> Email отправлен | <input checked="" type="checkbox"/> Deliv date     | <input checked="" type="checkbox"/> Email доставлен |
| <input checked="" type="checkbox"/> Open date       | <input checked="" type="checkbox"/> Email открыт    | <input checked="" type="checkbox"/> Read date      | <input checked="" type="checkbox"/> Email прочитан  |
| <input checked="" type="checkbox"/> Click date      | <input checked="" type="checkbox"/> Email клик      | <input checked="" type="checkbox"/> Reply date     | <input checked="" type="checkbox"/> Email ответ     |
| <input checked="" type="checkbox"/> Send SMS date   | <input checked="" type="checkbox"/> SMS отправлено  | <input checked="" type="checkbox"/> Deliv SMS date | <input checked="" type="checkbox"/> SMS доставлено  |
| <input checked="" type="checkbox"/> Click SMS date  | <input checked="" type="checkbox"/> SMS клик        | <input checked="" type="checkbox"/> Send push date | <input checked="" type="checkbox"/> Push отправлен  |
| <input checked="" type="checkbox"/> Deliv push date | <input checked="" type="checkbox"/> Push доставлен  | <input checked="" type="checkbox"/> Open push date | <input checked="" type="checkbox"/> Push открыт     |
| <input checked="" type="checkbox"/> Click push date | <input checked="" type="checkbox"/> Push клик       | <input checked="" type="checkbox"/> Confirm        | <input checked="" type="checkbox"/> Pixel date      |
| <input checked="" type="checkbox"/> Пиксель         | <input checked="" type="checkbox"/> Confirm date    |  |   |

---

**Системные поля**

|  |   |  |  |
|--|---|--|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> Создано                  | <input checked="" type="checkbox"/> Обновлено   | <input type="checkbox"/> Подписки (линейно)      | <input type="checkbox"/> Подписки (base64)     |
| <input checked="" type="checkbox"/> ID Статических сегментов | <input checked="" type="checkbox"/> ID          | <input checked="" type="checkbox"/> utm_campaign | <input checked="" type="checkbox"/> utm_source |
| <input checked="" type="checkbox"/> utm_medium               | <input checked="" type="checkbox"/> utm_content | <input checked="" type="checkbox"/> utm_term     |  |

---

**Дополнительные поля**

|   |  |  |  |
|---|--|--|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> flight_info | <input checked="" type="checkbox"/> managers | <input checked="" type="checkbox"/> bonus_points | <input checked="" type="checkbox"/> user_preferences |
|---|--|--|--|

Для экспорта доступны следующие поля профиля:

- [стандартные поля](#);
- поля с информацией о поведении подписчика;
- системные поля;
- [дополнительные поля](#).

## Стандартные поля

| Поле для экспорта | Колонка в файле |
|-------------------|-----------------|
| Email             | Email           |
| Телефоны          | Phones          |
| Имя               | FirstName       |
| Фамилия           | LastName        |

| Поле для экспорта                  | Колонка в файле |
|------------------------------------|-----------------|
| Дата рождения                      | Birthday        |
| Пол                                | Gender          |
| Дата рег.                          | RegDate         |
| IP адрес рег.                      | LastCity        |
| Город. рег                         | RegCity         |
| Страна рег.                        | RegCountry      |
| Ссылка рег.                        | RegUrl          |
| IP адрес                           | LastIP          |
| Город                              | LastCity        |
| Страна                             | LastCountry     |
| Регион                             | LastRegion      |
| Индекс                             | LastPostalCode  |
| Временная зона                     | LastTZ          |
| Поставщик                          | Vendor          |
| ХХН (ххhash идентификатор профиля) | ХХН             |
| Статус (Глобальный статус профиля) | Status          |
| Доменная группа                    | DomainGroup     |
| Домен                              | EmailDomain     |

## Поля с информацией о поведении подписчика

| Поле для экспорта                                   | Колонка в файле                                  | Описание   |
|---|--|--|
| Send date<br>Send SMS date<br>Send push date        | SendDate<br>SendSMSDate<br>SendPushDate          | Дата и время первого отправленного сообщения (Email, SMS, Push)                                  |
| Open date<br>Open push date                         | OpenDate<br>OpenPushDate                         | Дата и время последнего открытия сообщения (Email, Push)   |
| Click date<br>Click SMS date<br>Click push date     | ClickDate<br>ClickSMSDate<br>ClickPushDate       | Дата и время последнего клика в сообщении (Email, SMS, Push)                                     |
| Deliv date<br>Deliv SMS date<br>Deliv push date     | DelivDate<br>DelivSMSDate<br>DelivPushDate       | Дата и время последней доставки сообщения (Email, SMS, Push)                                     |
| Read date   | ReadDate   | Дата и время последнего прочтения сообщения (Email)  |
| Reply date  | ReplyDate  | Дата и время последнего ответа на сообщение (Email)  |
| Confirm date  | ConfirmDate                                      | Дата и время перехода по ссылке подтверждения  |
| Pixel date  | PixelDate  | Дата и время последней активации пикселя   |
| Email отправлен<br>SMS отправлено<br>Push отправлен | SendExists<br>SendSMSExists<br>SendPushExists    | Было ли отправлено сообщение за весь период взаимодействия с профилем (Email, SMS, Push)         |
| Email открыт<br>Push открыт                         | OpenExists<br>OpenPushExists                     | Было ли открыто сообщение за весь период взаимодействия с профилем (Email, Push)                 |
| Email клик<br>SMS клик<br>Push клик                 | ClickExists<br>ClickSMSExists<br>ClickPushExists | Был ли переход по ссылке в сообщении за весь период взаимодействия с профилем (Email, SMS, Push) |

| Поле для экспорта                                   | Колонка в файле                                  | Описание   |
|---|--|--|
| Email доставлен<br>SMS доставлено<br>Push доставлен | DelivExists<br>DelivSMSExists<br>DelivPushExists | Было ли доставлено сообщение за весь период взаимодействия с профилем (Email, SMS, Push)     |
| Email прочитан                                      | ReadExists                                       | Было ли прочитано сообщение за весь период взаимодействия с профилем (Email)                 |
| Email ответ   | ReplyExists                                      | Было ли получен ответ на сообщение за весь период взаимодействия с профилем (Email)          |
| Confirm   | ConfirmExists                                    | Было ли переход по ссылке подтверждения в сообщении за весь период взаимодействия с профилем |
| Pixel   | PixelOpenExists                                  | Был ли активирован любой пиксель за весь период взаимодействия с профилем                    |

## Системные поля

| Поле для экспорта  | Колонка в файле | Описание   |
|--------------------|-----------------|--|
| Создано            | CreateTime      | Дата и время создания профиля  |
| Обновлено          | UpdateTime      | Дата и время последнего обновления профиля   |
| Подписки (линейно) |                 | <p>Выгружаются данные по подписке:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• subscription_resource_id (идентификатор ресурса)</li> <li>• subscription_channel (канал подписки)</li> <li>• subscription_status (статус)</li> <li>• subscription_priority (приоритет)</li> <li>• subscription_hash_id (хэш)</li> <li>• subscription_is_delete (была ли подписка удалена)</li> </ul> |

| Поле для экспорта   | Колонка в файле  | Описание  |
|---|--|---|
|   |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• subscription_email (электронный адрес)</li> <li>• subscription_phone (номер телефона)</li> <li>• subscription_subscription_id (идентификатор push подписки)</li> <li>• subscription_provider (push провайдер)</li> <li>• subscription_date (дата подписки)</li> <li>• subscription_ip (IP-адрес)</li> <li>• subscription_url (URL-адрес подписки)</li> </ul> |
| Подписки (base64)   |  | Данные о подписках выгружаются в виде строки, закодированной в base64   |
| utm_campaign<br>utm_source<br>utm_medium<br>utm_content<br>utm_term | UtmCampaign<br>UtmSource<br>UtmMedium<br>UtmContent<br>UtmTerm | UTM метки   |
| ID статических сегментов  | StaticSegments   | Идентификатор статического сегмента, в котором состоит профиль  |
| ID  | Id   | Идентификатор профиля (profile_id)  |

## Настройки экспорта

В этом блоке задаются дополнительные настройки экспорта. Вы можете экспортировать данные о профилях только с определенным **глобальным статусом**, а также ограничить количество выгружаемых профилей, указав значение в поле **"Лимит"**:

Настройки

Глобальный статус:       Имя файла:       Лимит:

Чтобы выгрузить информацию о профилях с подпиской на один из ресурсов, активируйте опцию **"Отфильтровать по определенным подпискам"**. Выберите

ресурс и при необходимости статус подписки.

Если необходимо, чтобы в файле также отображались данные профилей, у которых ранее была подписка на выбранный ресурс, но теперь удалена — поставьте галочку в поле "**Добавить в экспорт удаленные подписки**".

Отфильтровать по определенным подпискам  
Статус подписки:  Ресурс:   
 Добавить в экспорт удаленные подписки

---

Когда вы выберете поля для выгрузки и настроите детали экспорта, нажмите на кнопку "**Экспортировать**". Платформа запустит процесс. Перейдите в раздел "**Задания**", чтобы скачать сгенерированный файл с данными профилей.

# Автоматическое создание статического сегмента при импорте

Если мы импортируем профили в базу с помощью файла, в деталях импорта можно включить опцию **"Создать статический сегмент по результатам импорта"**.

## 💡 ПОДСКАЗКА

Это удобно в случае, если регулярно в одну и ту же базу импортируются новые профили и именно для них надо осуществить однократную рассылку. Создание статического сегмента позволит объединить данные.

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

Создать статический сегмент по результатам этого импорта

Можно проверить процесс импорта и создания сегмента в **Заданиях**.

## Задания

**Импорт профилей в базу данных**

Импорт данных в базу данных [New cosmic database](#)  
Создан статический сегмент [Импорт 2021-03-05 16:55:47](#)

**Наиболее частые ошибки:**

Country or TLD not found: (1554 times)

Добавлено: 8442    Обновлено профилей: 2    Обновлений: 3    Отклонено: 1554    Всего: 9999

[Скачать файл](#)

Создано : 2021-03-05 16:55:47 | Polina Zak ID задачи: f6a3be5c-5b94-456b-89bb-d36afe55e99b

Таким образом, как только импорт завершится, будет создан новый статический сегмент, куда войдут только что импортированные профили. Название статического сегмента будет сгенерировано автоматически.

# Как открыть CSV файл в Excel

## Что такое CSV

**CSV** (Comma-Separated Values) — это текстовый формат, предназначенный для представления табличных данных. Данные в таком файле разделены запятыми или другими разделителями, такими как точка с запятой или табуляция.

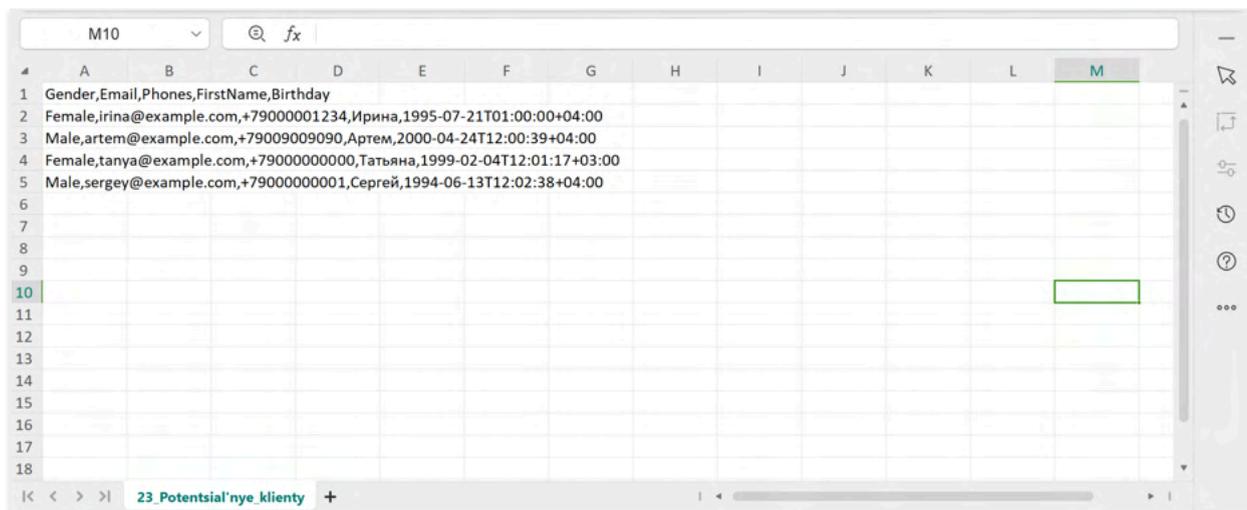
```
Email,Phones,FirstName,Gender,Birthday
irina@example.com,+79000001234,Ирина,Female,1995-07-21T01:00:00+04:00
artem@example.com,+79009009090,Артём,Male,2000-04-24T12:00:39+04:00
tanya@example.com,+79000000000,Татьяна,Female,1999-02-
04T12:01:17+03:00
sergey@example.com,+79000000001,Сергей,Male,1994-06-13T12:02:38+04:00
```

## Использование CSV файлов в платформе

В платформе CSV-файлы используются в следующих случаях:

- импорт профилей в базу [из файла](#)
- [экспорт профилей](#) и [их истории](#) из базы
- выгрузка отчетов
- выгрузка результатов выполнения задач и т.д.

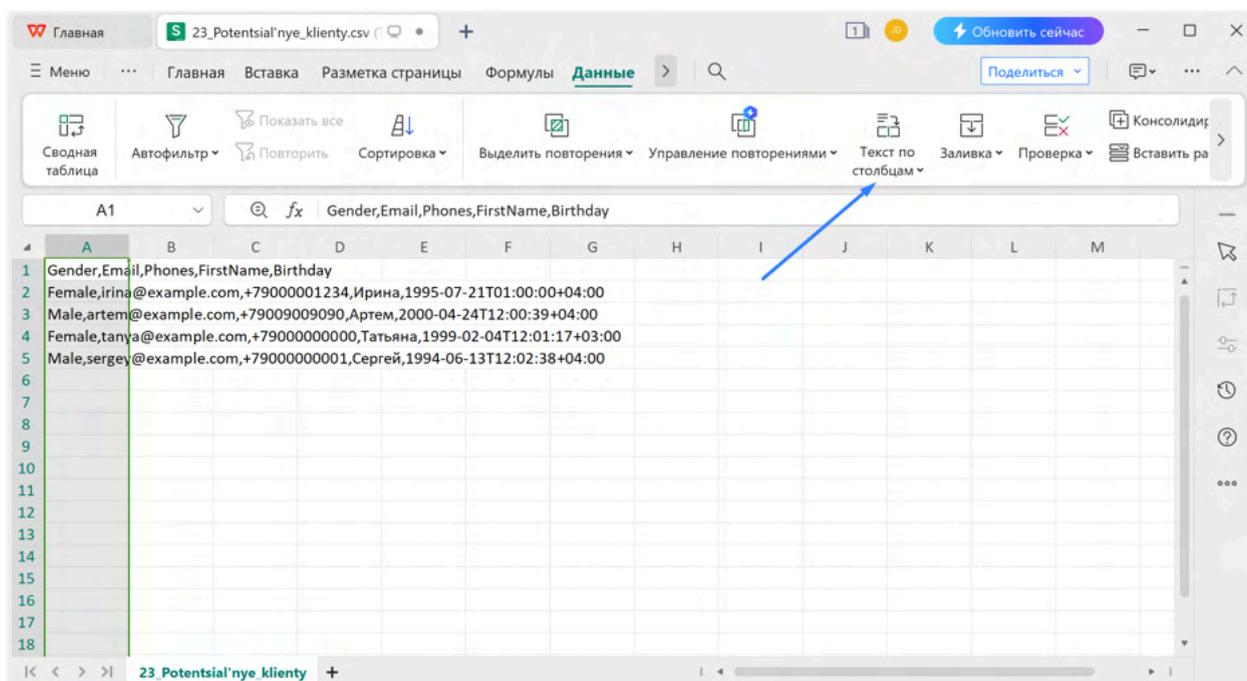
Для работы с CSV-файлами часто используют Excel. Однако при открытии файла иногда данные могут отображаться некорректно. Основная проблема заключается в том, что Excel неправильно определяет используемый разделитель и помещает все данные в одну колонку:



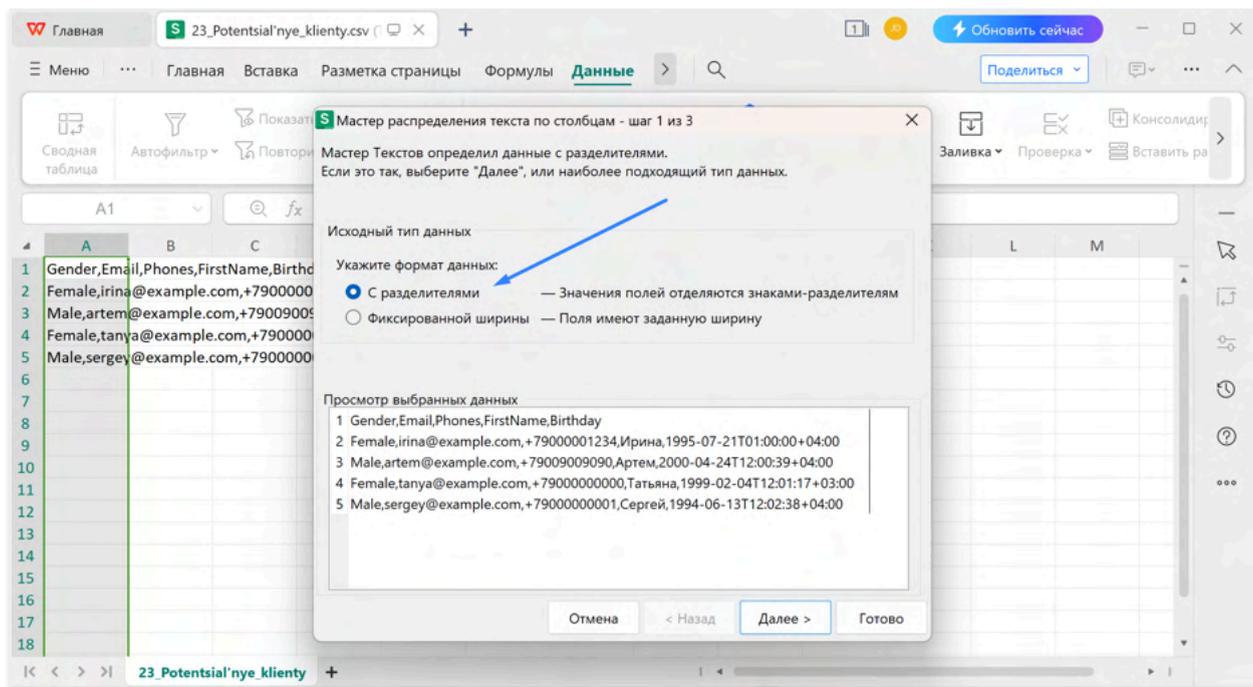
Ниже вы найдете инструкции, как правильно открыть CSV-файл. В зависимости от версии Excel интерфейс программы может незначительно отличаться.

## Инструкция по открытию CSV-файла

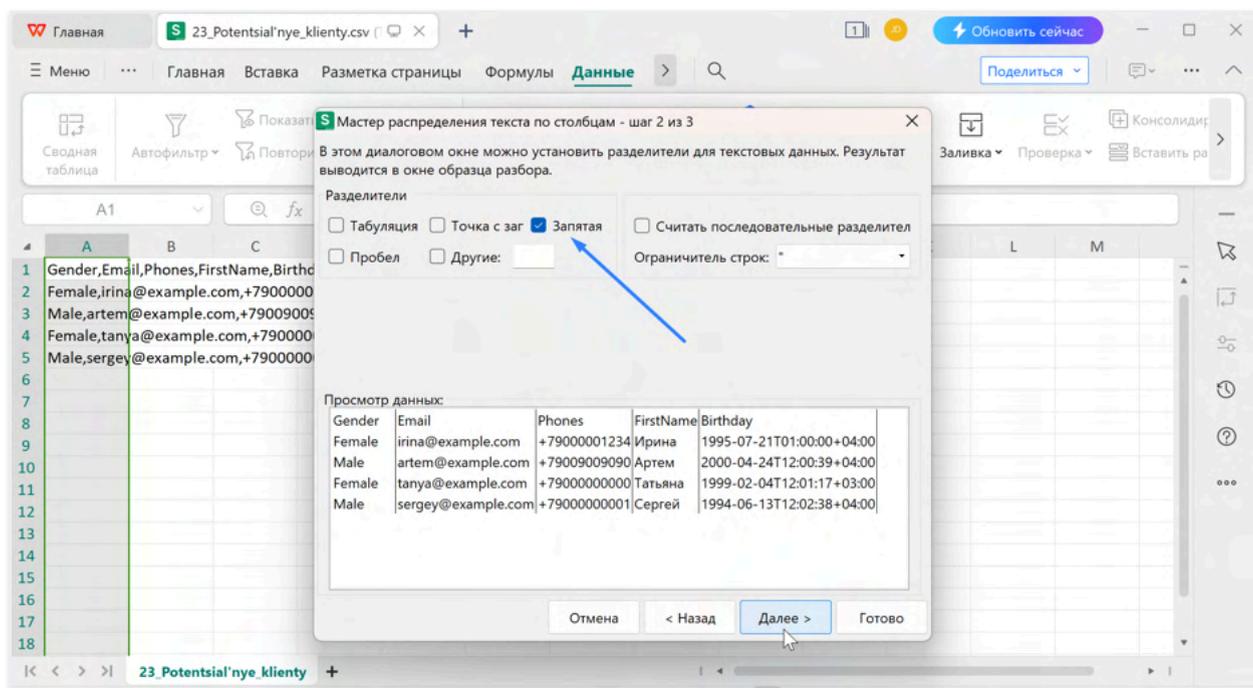
1. Откройте файл, выделите весь первый столбец и на верхней панели перейдите в раздел "Данные". Нажмите "Текст по столбцам":



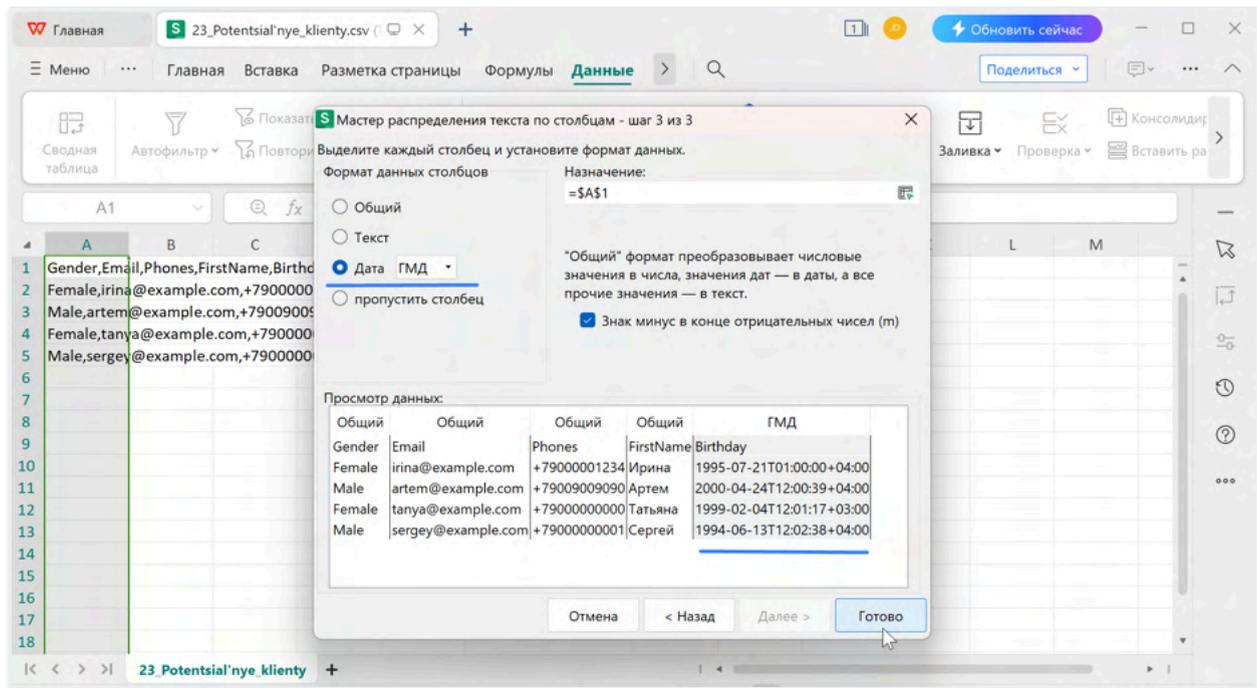
2. Программа откроет мастер распределения текста по столбцам, который поможет вам правильно интерпретировать данные. На первом шаге укажите формат исходных данных — **с разделителем**. Нажмите "Далее":



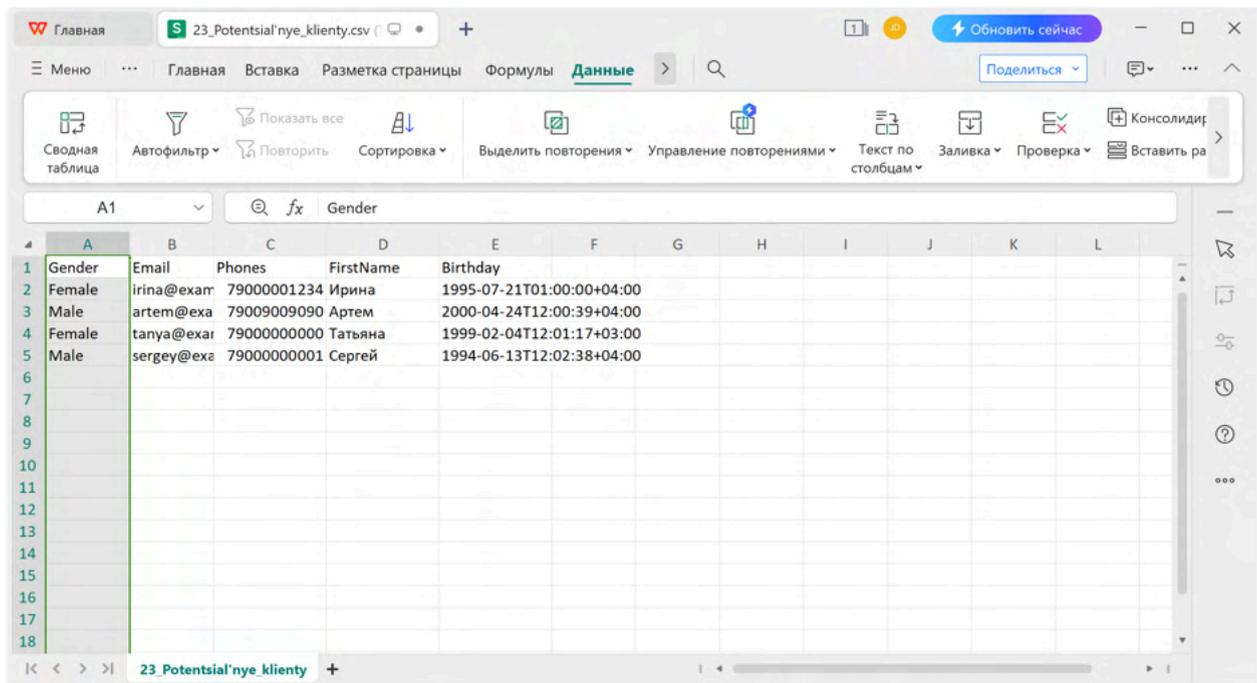
3. На втором шаге выберите **запятую** в качестве **разделителя столбцов**. Нажмите **"Далее"**:



4. На третьем шаге при необходимости вы можете определить формат данных в столбцах. В примере ниже для колонки Birthday устанавливается формат Дата (год-месяц-день). Затем нажмите **"Готово"**:



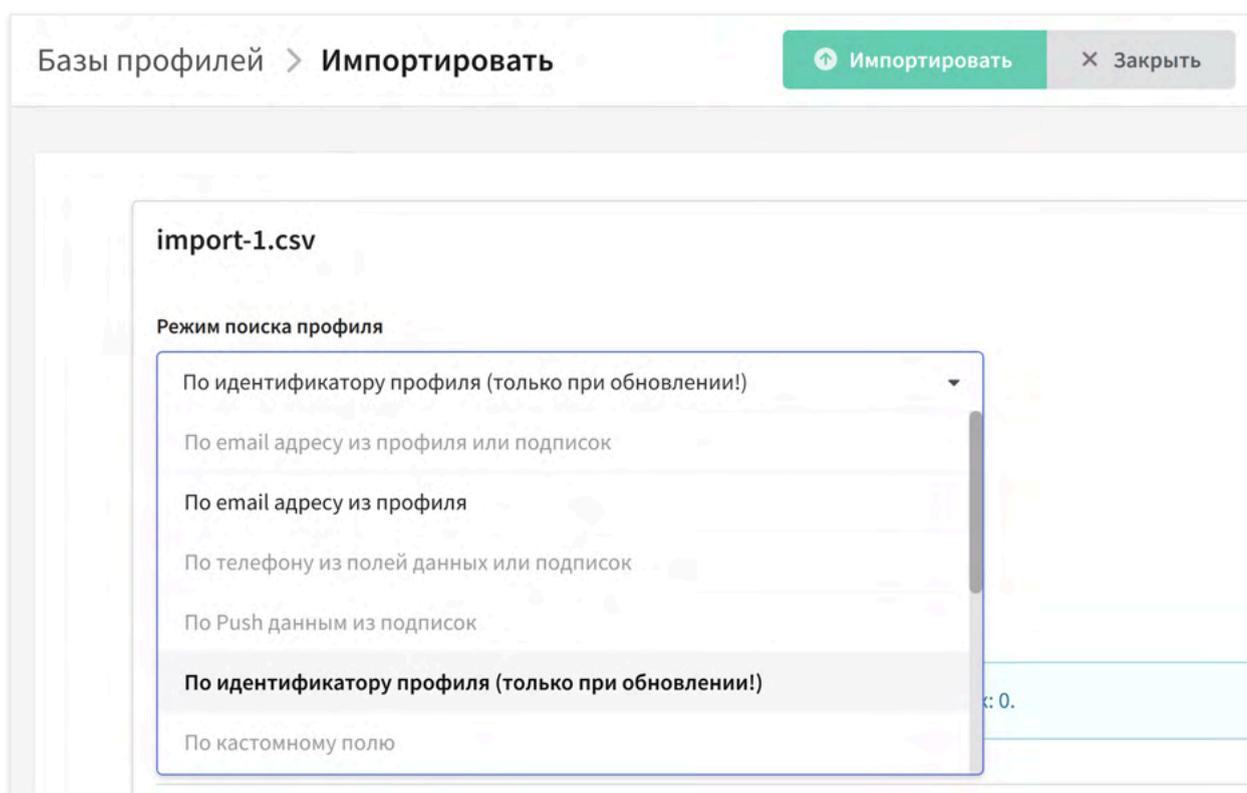
Если все шаги были выполнены правильно, то данные в файле распределяться по соответствующим колонкам:



# Матчинг

**Матчинг** — это процесс поиска и идентификации существующих профилей клиентов в базе данных по определенным данным. Он используется для обновления информации о клиентах и предотвращения создания дублирующихся записей в базе.

При импорте профилей в базу данных (из файла, через API запрос или из внешней SQL таблицы), вы указываете режим поиска профиля:



В процессе импорта платформа сравнивает эти данные с теми, что уже есть в базе. Если она находит профиль с такими же данными, то **обновляет его**. Если не находит — **создает новый профиль**.

Обратите внимание, данные, которые вы собираетесь использовать для поиска, должны быть в источнике. Например, если вы импортируете данные из файла и выбираете режим поиска по email, убедитесь, что у вас есть колонка с email-адресами в вашем файле.

# Режимы поиска

Доступны следующие режимы поиска:

- **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 email адресу из подписок**
- **По телефону из полей данных или подписок** — по полю профиля **Телефоны** или по телефонам из SMS подписок.
- **По телефону 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.
- **По кастомному полю из подписок**
- **Мультиматчинг** — по Email или телефону из профиля и подписок (email\_phone), или по email или телефону из подписок (email\_phone\_sub).

## Особенности работы матчинга

Есть несколько важных нюансов, связанных с матчингом:

- Поле, по которому осуществляется поиск, должно быть уникальным для каждого профиля. Значение этого поля не должно совпадать у разных профилей в одной базе данных.
- Не рекомендуется использовать разные типы матчинга в одной базе данных, чтобы избежать дублирования профилей.
- Если при импорте или обновлении профилей через API не передавать режим поиска в поле matching, платформа будет искать профиль по email-адресу по умолчанию.

### ⓘ К СВЕДЕНИЮ

Если вы собираетесь пользоваться матчингом по пользовательскому полю, вам нужно обратиться к администратору платформы для создания **индекса** этого поля. Благодаря индексу поиск профиля в базе будет занимать значительно меньше времени.

# Каналы коммуникации

## Связь с клиентами

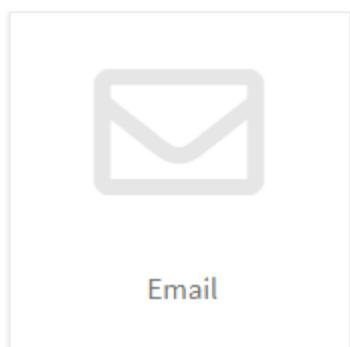
В платформе Altcraft по умолчанию доступно 7 каналов связи: **Email, SMS, Push** (браузерные и мобильные), а также **Telegram, WhatsApp, Viber и Notify**. В той или иной конфигурации платформы вам могут быть доступны пользовательские (кастомные) каналы, например, мессенджеры или баннеры. В этом разделе 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 **Сценарии** — цепочки автоматизации маркетинга. 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, который необходимо указать в **Ресурсах**, использующих Email канал.

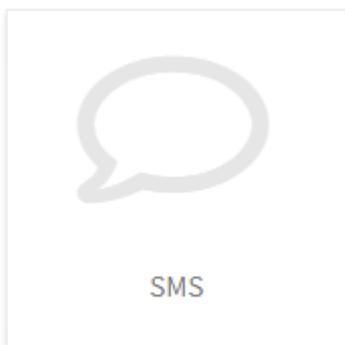
❗ К СВЕДЕНИЮ

Организируйте свою первую Email рассылку с помощью [Пошагового руководства!](#)

❗ К СВЕДЕНИЮ

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.

❗ К СВЕДЕНИЮ

Организируйте свою первую SMS рассылку с помощью [Пошагового руководства!](#)

❗ К СВЕДЕНИЮ

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.

## ⓘ К СВЕДЕНИЮ

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

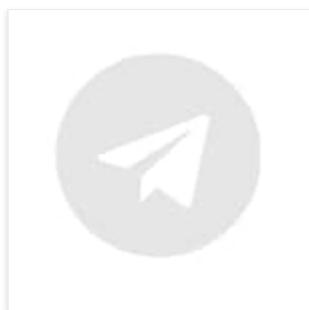
## ⓘ К СВЕДЕНИЮ

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

## ⓘ К СВЕДЕНИЮ

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

# Telegram



Для коммуникации с подписчиками в Telegram доступны 2 канала: **Telegram Bot** и **Telegram Group**. Telegram Bot позволит вам персонально отправлять сообщения подписчикам, которые вступили в чат с ботом. С помощью Telegram Group вы сможете через бота публиковать посты в Telegram-группе или канале.

ⓘ К СВЕДЕНИЮ

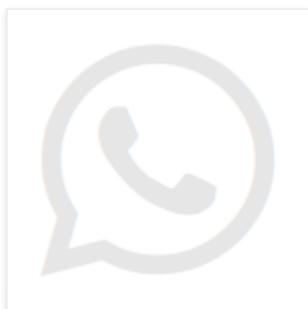
**Пошаговое руководство** позволит вам организовать отправку персональных сообщений подписчику в Telegram.

Обратите внимание, при использовании канала Telegram Bot со стороны платформы происходит только отправка рассылок. Сбор и передача в платформу данных о пользователях, которые вступили в чат с Telegram ботом, осуществляется на стороне клиента.

ⓘ К СВЕДЕНИЮ

Для коммуникации с подписчиками в Telegram группе или канале используйте **это руководство**.

## WhatsApp

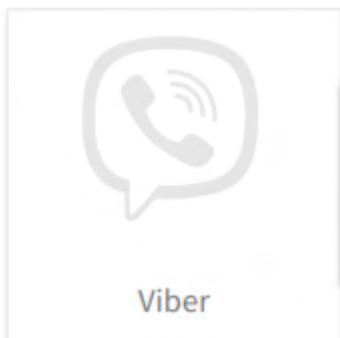


**WhatsApp** — это эффективный канал коммуникации, который позволяет выстроить диалог с клиентом в режиме реального времени. Через этот канал вы можете сообщать подписчикам о важных событиях, изменениях по статусам заказа и предстоящих мероприятий. Открываемость писем в мессенджере достигает 90%.

ⓘ К СВЕДЕНИЮ

Организируйте свою первую WhatsApp рассылку с помощью **Пошагового руководства!**

# Viber



**Viber** — быстрый и удобный канал коммуникации. Отправляйте промо-рассылки, транзакционные и триггерные сообщения вашим подписчикам. Стоимость таких отправок дешевле, чем SMS.

## ⓘ К СВЕДЕНИЮ

Интеграция с Viber может быть реализована через провайдеров [Devino Telecom](#), [SMS Traffic](#) или [MTC OmniChannel](#). [Это руководство](#) поможет вам создать свою первую Viber рассылку.

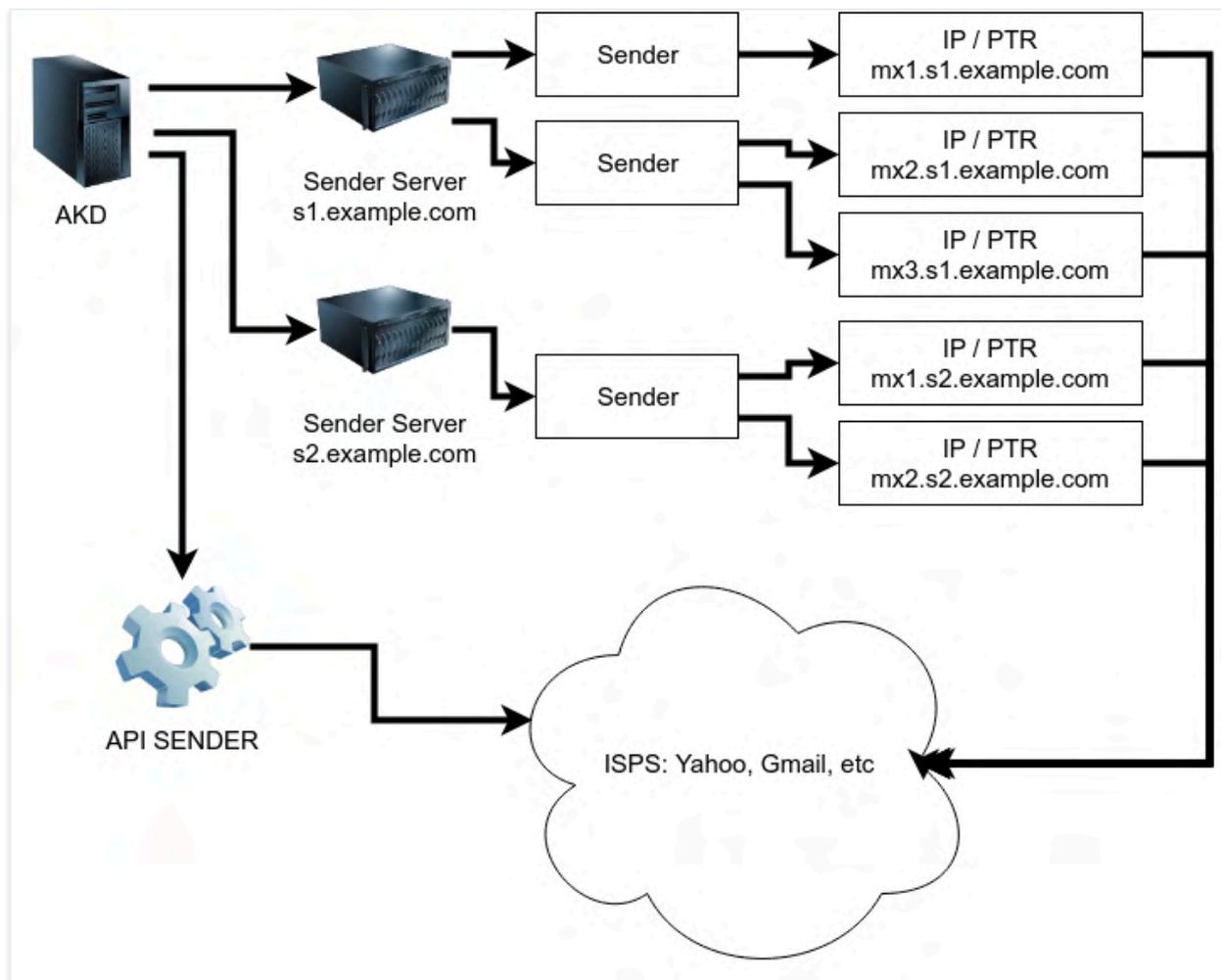
# Email: Рекомендации по взаимодействию с ISP

## 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 рассылного 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 |

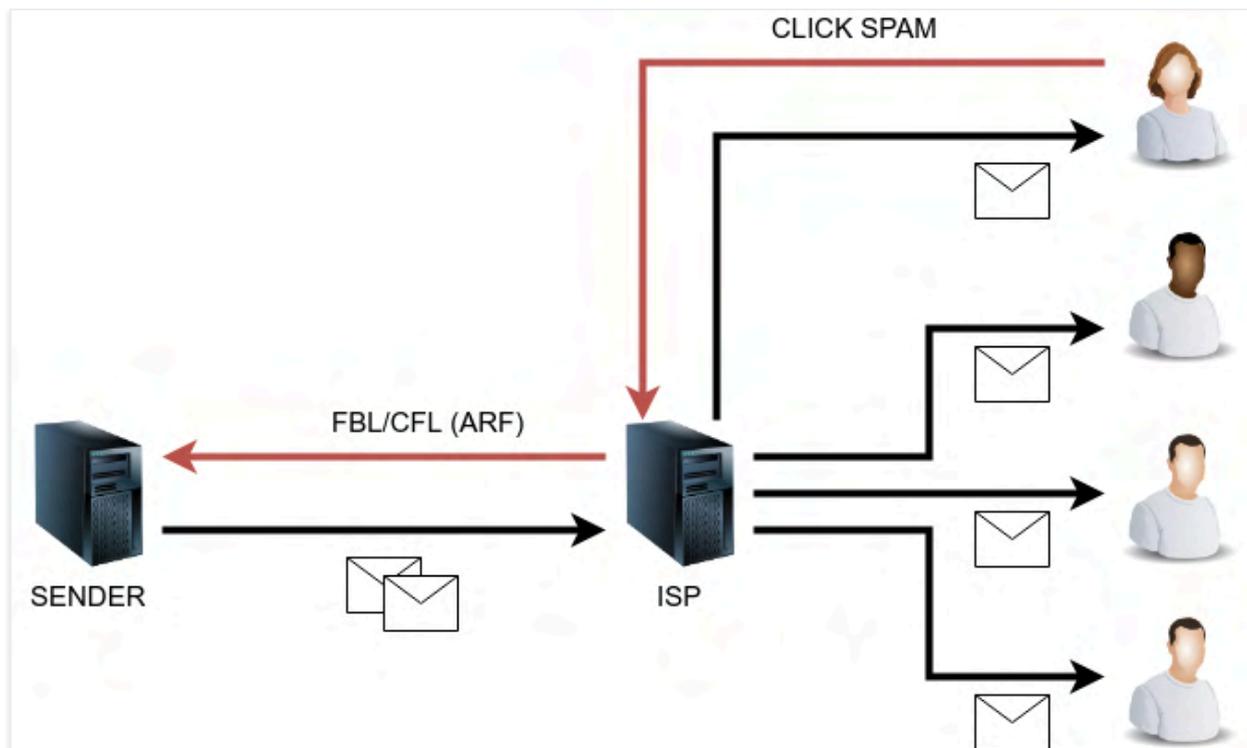
Обратите внимание что IP адрес в имени домена перевернут, это необходимо для возможности делегирования поддомена конечному владельцу / арендатору.

## Настройка сервера входящей почты 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.

**И** ПРИМЕЧАНИЕ

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:

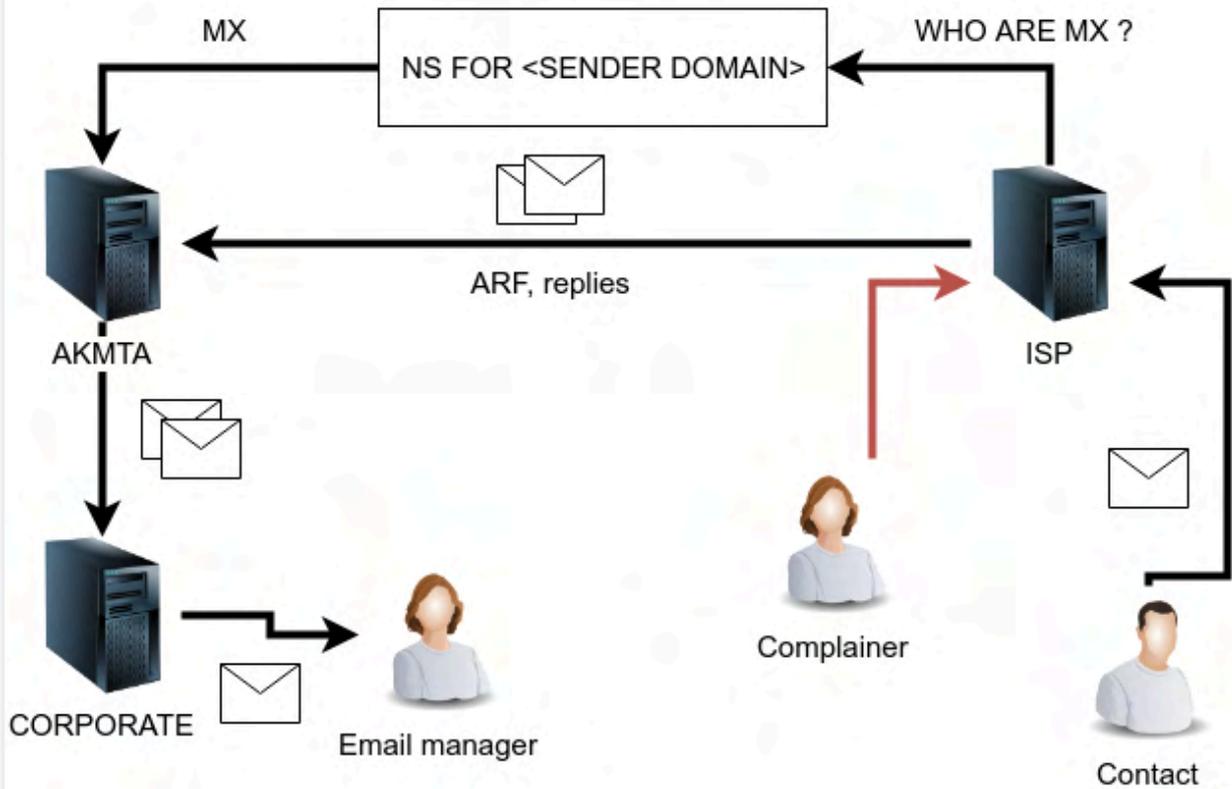
| Ящик                 | Назначение  |
|----------------------|---|
| abusemaster@<domain> | Автоматические ARF отчеты                           |
| postmaster@<domain>  | Письма подтверждения; необходим при регистрации FBL |
| abuse@<domain>       | Ящик рекомендуемый к использованию abuse.net     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

В АКМТА сендер уже встроен сервер входящей почты. Вам необходимо указать на NS домена что его почту обслуживает хост (MX) настроенный в АКМТА. Таким

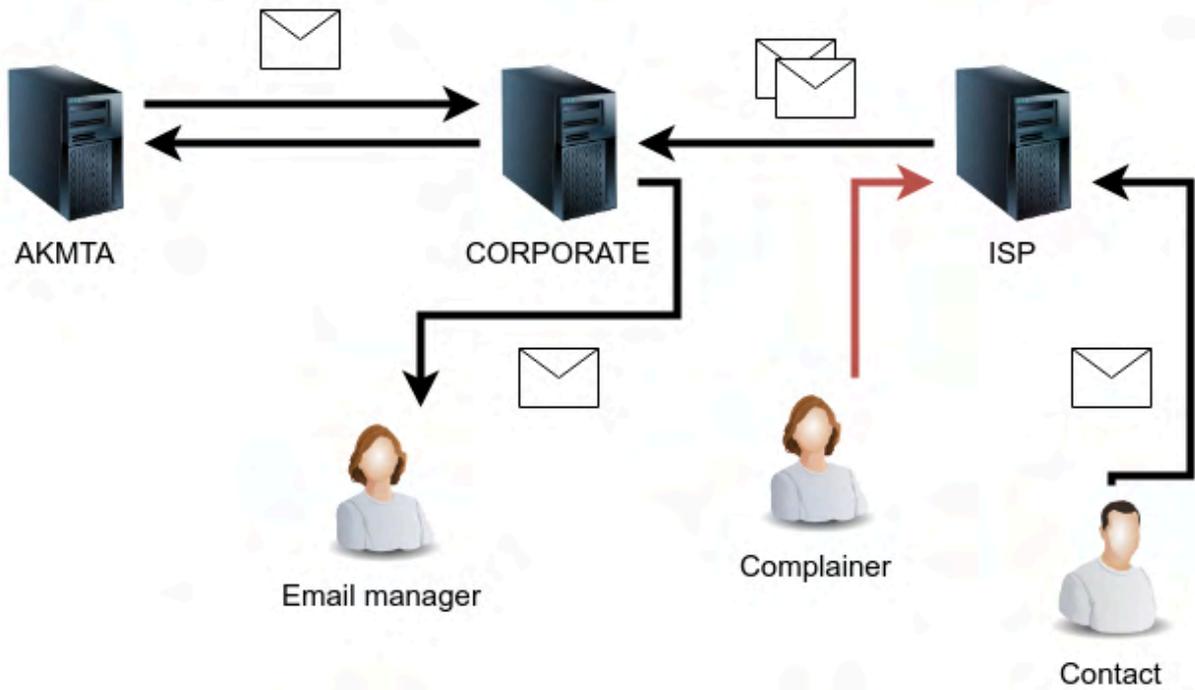
образом он будет получать всю почту для любых ящиков этого домена. Почта не содержащая ARF отчетов будет переправлена на ящик указанный в конфиге.

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)



## Список веб-страниц с формами регистрации FBL в ISP

Перед тем как отправлять запросы, убедитесь что:

- У вас есть имя ответственного лица, его телефон и контактный email
- Известен список IP и доменов сендера
- Настроен abusemaster@ ящик и туда доставляется почта
- Имеется доступ к postmaster@ ящику и туда доставляется почта

| Почтовый провайдер | FBL   |
|--------------------|---|
| AOL                | <a href="https://postmaster.info.aol.com/fbl-request">https://postmaster.info.aol.com/fbl-request</a> |
| Comcast            | <a href="http://feedback.comcast.net/">http://feedback.comcast.net/</a>                               |
| Cox                | <a href="http://fbl.cox.net/">http://fbl.cox.net/</a>   |
| Earthlink          | <a href="mailto:fblrequest@abuse.earthlink.net">fblrequest@abuse.earthlink.net</a>                    |
| Excite (Bluetie)   | <a href="http://feedback.bluetie.com/">http://feedback.bluetie.com/</a>                               |
| Fastmail           | <a href="http://fbl.fastmail.fm/">http://fbl.fastmail.fm/</a>   |
| Hotmail            | <a href="https://postmaster.live.com/snds/">https://postmaster.live.com/snds/</a>                     |
| Outblaze           | <a href="mailto:postmaster@outblaze.com">postmaster@outblaze.com</a>                                  |
| Rackspace          | <a href="http://fbl.apps.rackspace.com/">http://fbl.apps.rackspace.com/</a>                           |
| Road Runner        | <a href="http://feedback.postmaster.rr.com/">http://feedback.postmaster.rr.com/</a>                   |
| Spamcop            | <a href="http://www.spamcop.net/reported.shtml">http://www.spamcop.net/reported.shtml</a>             |
| Synacor            | <a href="http://fbl.synacor.com/">http://fbl.synacor.com/</a>   |
| Terra (Brazil)     | <a href="http://fbl.mail.terra.com.br/">http://fbl.mail.terra.com.br/</a>                             |
| Tucows             | <a href="http://fbl.hostedemail.com/">http://fbl.hostedemail.com/</a>                                 |

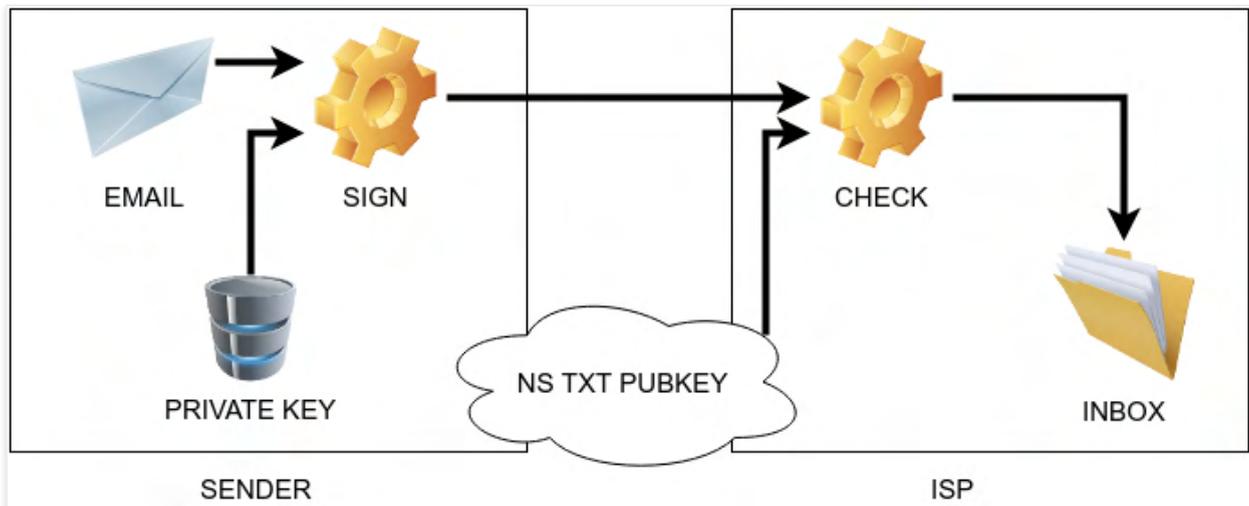
| Почтовый провайдер | FBL  |
|--------------------|--|
| USA.net            | <a href="http://fbl.usa.net/">http://fbl.usa.net/</a>  |
| Yahoo!             | <a href="http://feedbackloop.yahoo.net/">http://feedbackloop.yahoo.net/</a>  |
| ZOHO               | <a href="http://www.zoho.com/fbl/index.html">http://www.zoho.com/fbl/index.html</a>  |
| Mail.ru            | <a href="https://postmaster.mail.ru/">https://postmaster.mail.ru/</a>  |
| Yandex.ru          | <a href="http://yandexfbl.senderscore.net/">http://yandexfbl.senderscore.net/</a>  |
| Gmail              | Support only List-Unsubscribe - технология позволяющая добавить специальный заголовок, по которому осуществляется отчет о жалобе по e-mail каналу или по ссылке. Полностью поддерживается системой Altcraft. |

## 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=MIGfMA0G.....QAB"
```

Создать DKIM ключ для АКМТА 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

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

### Private Key #n

**Name:**  
AKMTA DKIM Key

**Type:**  
DKIM Key

Generate new key pair

OR PASTE KEYS

**Public Key:**  
MIGfMA0GCSqGSIb3DQEBAQUAA4GNADCBiQKBgQCwath+vf6VqQjkqmGx0hKZ05juGeduVL+GUV9IFdQMgsYHnrjzHUHIG8L+n60WPqnDwo+oMvXHbF1ev5I6WAL4n7rDTkrDuhk9wxU4yuRfeqx8q6QR

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-----
MIICXglBAKBgQCwath+vf6VqQjkqmGx0hKZ05juGeduVL+GUV9IFdQMgsYHnrjz
HUHIG8L+n60WPqnDwo+oMvXHbF1ev5I6WAL4n7rDTkrDuhk9wxU4yuRfeqx8q6QR
BSZdDXBb2EBY4vUEVukQmud15xzKx5YRKUCKgaQ0u//6X8tjZinOKCPqyQIDAQAB
AoGBAKYyD9qsyqXbNjGxiaoPqY5WY5RmKux7WkqDZivWxl0uXl8S0hf63DUZPm
gX0vU2ckZ4mhWIGiyON1viBQwZo97BeN9qCUzzWGuwRD1+mpAdMtlWxbyoljbu9
7tGtZ5W/w56WR+rKXKcZm0NL6Z5fv/eZT8lYDp1N3RAyHHqxAKEA5VzMYIYsq2Tj
0yK2qlHZc0awZ/vx/BZBoZzCyG15uxhWYQn8FDbo0GbUHF4pqCLTltFnSTJWB6cwT
izVTon80YwiRdMTn5ernsv27uKgn0e0a113cln6/mK0DmtuA3zi9hCul//qhgaaVS
```

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 отpravку с любых хостов используйте +all (не рекомендуется). Проверить наличие и содержимое SPF записей можно также командой dig.

## Типичная настройка From домена

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

| Поддомен           | Тип   | Запись  | Комментарии  |
|--------------------|-------|---|--|
|                    | SPF   | <pre>spf2.0/pra include:spf.aksend.net ip4:A.B.C.D -all</pre>   | <p>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 совместимости.</p> |
|                    | TXT   | <pre>spf2.0/pra include:spf.aksend.net ip4:A.B.C.D -all</pre>   | <p>В случае, если домен уже используется для рассылок, то необходимо добавить в SPF правило существующие рассыльные ресурсы (IP-Адреса)</p>  |
|                    | TXT   | <pre>v=spf1 include:spf.aksend.net ip4:A.B.C.D -all</pre>   |  |
| trk                | CNAME | <pre>trk.aksend.net</pre>   |  |
| _dmarc             | TXT   | <pre>v=DMARC1; p=none; rua=mailto:dmarc@example.com; sp=none</pre>  | <p>Укажите email ответственного лица за рассылки.</p>  |
| _domainkey         | TXT   | <pre>o=-;</pre>   |  |
| _policy._domainkey | TXT   | <pre>o=-;</pre>   |  |
| ak._domainkey      | TXT   | <pre>v=DKIM1; k=rsa; p=MIGfMA0GCSqGSIb3DQEBAQ UAA4GNADCBiQKBgQCldFYh3R frmeov+WqYYpwfW2bVUzxXPY 9dSVoUCGLKcN+vgY/pdKIIBF itkvZJXGLnHqreqwGzoriEWf 9ZRd+cL2LdA4UrDKheMeorBd 2NSIqihkTaKz8PA+SIBFxFGm</pre> |  |

Здесь для примера указан 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 отправку 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 option, 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 рекламных кампаний. Чтобы сократить этот показатель нужно повышать узнаваемость письма подписчиком, не затрагивать в содержимом писем темы, обсуждение которых может показаться неприемлемым 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, запрещенная реклама (содержимое) - может вызвать негативные последствия как для доменов, так и для IP.

# Email: Настройка собственного from-домена

## Настройка SPF

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

Мы рекомендуем внести записи разных версий:

| Домен        | Тип записи | Содержимое  |
|--------------|------------|---|
| example.com. | TXT        | <code>v=spf1 include:spf.aksend.net ~all</code>     |
| example.com. | TXT        | <code>spf2.0/pra include:spf.aksend.net ~all</code> |

На домене `spf.aksend.net` содержится актуальный список IP адресов сендеров Altcraft.

Если ваш фром домен уже используется для рассылок, то уточните, какие SPF-записи уже существуют и добавьте к ним `"include:spf.aksend.net"`.

## Настройка 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.

Необходимо внести следующие записи (используется ключ Altcraft, ak):

| Домен                            | Тип записи | Пример содержимого                        |
|----------------------------------|------------|---|
| akru2022._domainkey.example.com. | ТХТ        | v=DKIM1; k=rsa; p=<ваш персональный ключ> |
| _domainkey.example.com.          | ТХТ        | o=-;                                      |

## Настройка DMARC

Технология DMARC позволяет почтовому серверу решить, что делать с почтой, если с DKIM и SPF-записями что-то не так.

Мы рекомендуем установить правила, запрещающие принимать сообщения, которые получены с чужих IP-адресов, либо не правильно подписаны.

| Домен               | Тип записи | Пример содержимого   |
|---------------------|------------|--|
| _dmarc.example.com. | ТХТ        | v=DMARC1; p=reject; sp=reject; rua=mailto:report@example.com |

## Настройка BIMI

Технология BIMI ([Brand Indicators for Message Identification](#)) используется совместно с SPF, DKIM и DMARC и используется для идентификации компании по брендовому изображению, помещаемому рядом с темой сообщения в инбоксе получателя. Почтовые провайдеры таким образом могут дополнительно валидировать отправителя.

### ПРИМЕЧАНИЕ

Аутентификацию писем BIMI поддерживают такие почтовые сервисы как Fastmail, Gmail, and Yahoo!

Чтобы использовать технологию, вам нужно указать путь до файла в формате **svg**. Изображение должно быть квадратным и не иметь дополнительных слоёв.

Внесите в настройках домена следующую запись:

| Домен                     | Тип записи | Пример содержимого                              |
|---------------------------|------------|---|
| default._bimi.example.com | TXT        | v=BIMI1;<br>l=https://example.com/bimi/bimi.svg |

Вы можете также воспользоваться генератором записи на <https://bimigroup.org/bimi-generator/>

## Настройка трекинга

На поддомене вашего фром домена необходимо внести следующую запись:

| Домен            | Тип записи | Пример содержимого |
|------------------|------------|--------------------|
| trk.example.com. | CNAME      | trk.aksend.net     |

Дополнительно, вы можете использовать сколько угодно трекинг доменов, настройки будут аналогичные.

### ПРИМЕЧАНИЕ

Запись **trk.aksend.net** используется только для облачного решения Altcraft. Если вы используете On-premise решение, введите собственную запись.

## Настройка CNAME для обработки bounces

Для облачных клиентов необходимо также настроить дополнительную CNAME-запись, направленную на домен `akmta.net`:

Пример записи:

```
ac-bounces.example.com IN CNAME akmta.net
```

Здесь `ac-bounces` представляет собой поддомен, а `example.com` - ваш from-домен. Этот поддомен будет использоваться в Return-Path, что позволит проходить SPF-аутентификацию и выполнять "выравнивание" для улучшения доставляемости писем.

# Email: Настройка и использование постмастеров

## Описание

**Постмастер (postmaster)** — это сервис почтового провайдера, который отслеживает статистику email-рассылок: сколько писем было доставлено, сколько попало в спам, сбой при отправке, на какое количество писем пожаловались и т.д.

Регистрация постмастера **обязательна**, если вы планируете доставлять большие объемы писем, больше 10 тысяч в сутки. Постмастер также необходим при регистрации FBL.

### ПОДСКАЗКА

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. Узнать больше о FBL можно в [этой статье](#).

Выбор постмастера зависит от того, какие почтовые домены чаще используются в вашей базе данных. Каждый постмастер выдает статистику только по своим доменам.

Наиболее популярные сервисы-постмастеры в России:

- [Mail.ru Postmaster](#)
- [Gmail Postmaster Tools](#)
- [Outlook.com Postmaster](#)
- [Yahoo Complaint Feedback Loop Service](#)

## Как подключить Постмастер Mail.ru

**Шаг 1.** Создайте аккаунт Mail.ru или авторизуйтесь с помощью одного из указанных способов.

**Шаг 2.** Перейдите на страницу добавления домена — <https://postmaster.mail.ru/add/>.

**Шаг 3.** Введите название домена, о котором вы хотите собирать статистику, и нажмите “Добавить домен”:

### Adding domain step 1 of 2

Postmaster Mail.ru collects data about a domain from its DKIM signature (tag 'd'). That is why in Postmaster Mail.ru interface you should add the domain indicated in DKIM of sent emails. [More info about DKIM](#). Enter the domain name you want to send emails from and click 'Add domain'. After domain verification you will be able to see detailed statistics. [More info...](#)

Note: subdomains are verified together with the main domain, e. g. mail.ru verification automatically leads to e.mail.ru subdomain verification.

**Domain name**

  
e. g. e.mail.ru Add domain

Confirming a domain you accept [User Agreement](#).

**Шаг 4.** Выберите один из способов подтверждения домена:

- **HTML-файл** — данный способ можно использовать только при наличии веб-сервера у домена. Выполните инструкции, описанные на вкладке, и нажмите “Подтвердить”
- **Meta-тег** — используется только при наличии собственного сайта. Добавьте тег с персональным кодом в раздел `head` главной страницы сайта и нажмите “Подтвердить”
- **DNS-проверка** — позволяет использовать постмастер даже при отсутствии собственного сайта. Значение DNS-записи необходимо разместить в DNS-записях домена, используя интерфейс хостинг-провайдера или регистратора доменного имени.

Domain added

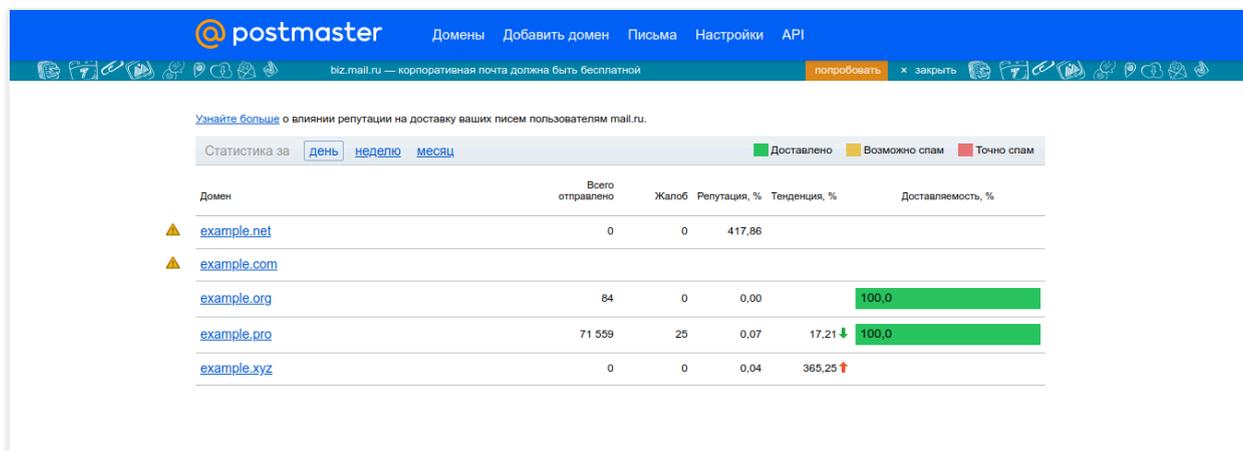
### Adding domain step 2 of 2

example.ru

Please confirm the domain ownership to see detailed statistics. You can verify your ownership in one of the following ways:

HTML file   [Meta tag](#)   [DNS checking](#)

Если все инструкции выполнены верно, домен будет добавлен в постмастер. Описанным образом вы можете добавить неограниченное количество доменов:



The screenshot shows the Postmaster Mail.ru interface. At the top, there is a navigation bar with the Postmaster logo and links for 'Домены', 'Добавить домен', 'Письма', 'Настройки', and 'API'. Below the navigation bar, there is a header with the text 'biz.mail.ru — корпоративная почта должна быть бесплатной' and a 'попробовать' button. The main content area displays a table of domain statistics. The table has columns for 'Домен', 'Всего отправлено', 'Жалоб', 'Репутация, %', 'Тенденция, %', and 'Доставляемость, %'. The table is filtered for 'example.net', 'example.com', 'example.org', 'example.pro', and 'example.xyz'. The 'example.org' and 'example.pro' rows have green bars indicating 100.0% deliverability. The 'example.pro' row also shows a downward arrow indicating a decrease in reputation from 17.21% to 0.07%.

| Домен                       | Всего отправлено | Жалоб | Репутация, % | Тенденция, % | Доставляемость, % |
|-----------------------------|------------------|-------|--------------|--------------|-------------------|
| <a href="#">example.net</a> | 0                | 0     | 417,86       |              |                   |
| <a href="#">example.com</a> |                  |       |              |              |                   |
| <a href="#">example.org</a> | 84               | 0     | 0,00         |              | 100,0             |
| <a href="#">example.pro</a> | 71 599           | 25    | 0,07         | 17,21 ↓      | 100,0             |
| <a href="#">example.xyz</a> | 0                | 0     | 0,04         | 365,25 ↑     |                   |

## Настройка пересылки FBL

Постмастер Mail.ru поддерживает технологию **FeedBack Loop**. FeedBack Loop предоставляет доступ к статистике рассылок, группируя ее по дням, неделям и месяцам.

Данная статистика позволяет отслеживать следующие показатели:

- **Письма** — количество отправленных писем;
- **Жалоб** — количество нажатий на кнопку "Спам";
- **Репутация, %** — средний процент жалоб за 30 дней. Она рассчитывается как отношение количества жалоб за 30 дней к общему количеству отправок за этот промежуток времени и выражается в процентах;
- **Тенденция, %** — изменение процента жалоб за 7 дней по отношению к проценту за 30 дней;
- **Прочит.** — количество открытых писем;
- **Удал. прочит.** — количество писем, удалённых после прочтения;
- **Удал. непрочит.** — количество писем, удалённых до прочтения;
- **Доставлено, %** — процентное соотношение следующих типов писем:
  - Доставлено — количество писем, доставленных в папку "Входящие";
  - Возможно, спам — количество писем, доставленных в папку "Спам";
  - Точно спам — количество писем, которые не были приняты серверами Mail.ru. В ответ на такие письма всегда приходит письмо с ошибкой "550 spam message discarded".

postmaster Домены Добавить домен Письма Настройки API

biz.mail.ru — корпоративная почта должна быть бесплатной [попробовать](#) x закрыть

example.net [другой домен](#) [Проверить защиту домена от подделок](#)

Статистика [Графики](#) [Проблемы](#)

за [день](#) [неделю](#) [месяц](#) ■ Доставлено ■ Возможно спам ■ Точно спам

| Дата     | Письма    | Жалоб | Репутация, % | Тенденция, % | Прочт.  | Удал. прочт. | Удал. непрочт. | Доставлено, %                                |
|----------|-----------|-------|--------------|--------------|---------|--------------|----------------|--|
| Май      | 513 638   | 274   | 0,07         | 15,82 ↓      | 42 643  | 36 810       | 158 500        | 95,5 <span style="color: red;">4,4</span>    |
| Апрель   | 1 960 149 | 1 393 | 0,07         | 7,12 ↑       | 168 888 | 121 093      | 568 341        | 99,6 <span style="color: red;">0,4</span>    |
| Март     | 2 117 381 | 1 311 | 0,06         | 4,16 ↑       | 175 973 | 126 761      | 616 838        | 100,0  |
| Февраль  | 2 189 901 | 1 461 | 0,06         | 7,25 ↑       | 188 748 | 126 518      | 592 153        | 99,9   |
| Январь   | 2 013 777 | 1 122 | 0,06         | 2,91 ↓       | 176 658 | 109 672      | 590 538        | 100,0  |
| Декабрь  | 3 021 725 | 1 973 | 0,06         | 13,45 ↑      | 243 642 | 121 891      | 693 411        | 99,9   |
| Ноябрь   | 2 212 540 | 1 028 | 0,04         | 8,39 ↑       | 137 926 | 59 015       | 354 545        | 99,8 <span style="color: red;">0,2</span>    |
| Октябрь  | 136 590   | 48    | 0,18         | 33,82 ↓      | 9 604   | 4 195        | 20 837         | 99,7 <span style="color: orange;">0,3</span> |
| Сентябрь | 7 160     | 22    | 0,20         | 11,50 ↑      | 1 031   | 540          | 1 592          | 100,0  |
| Август   | 6 552     | 11    | 0,09         | 2,86 ↑       | 1 211   | 372          | 1 040          | 100,0  |
| Июль     | 2 230     | 1     | 0,03         | 31,11 ↑      | 365     | 128          | 233            | 96,1 <span style="color: red;">3,8</span>    |
| Июнь     | 1 922     | 0     | 0,13         | 73,33 ↓      | 400     | 85           | 228            | 97,6 <span style="color: red;">2,4</span>    |
| Май      | 180       | 1     | 0,41         | 9,65 ↑       | 28      | 5            | 1              | 100,0  |

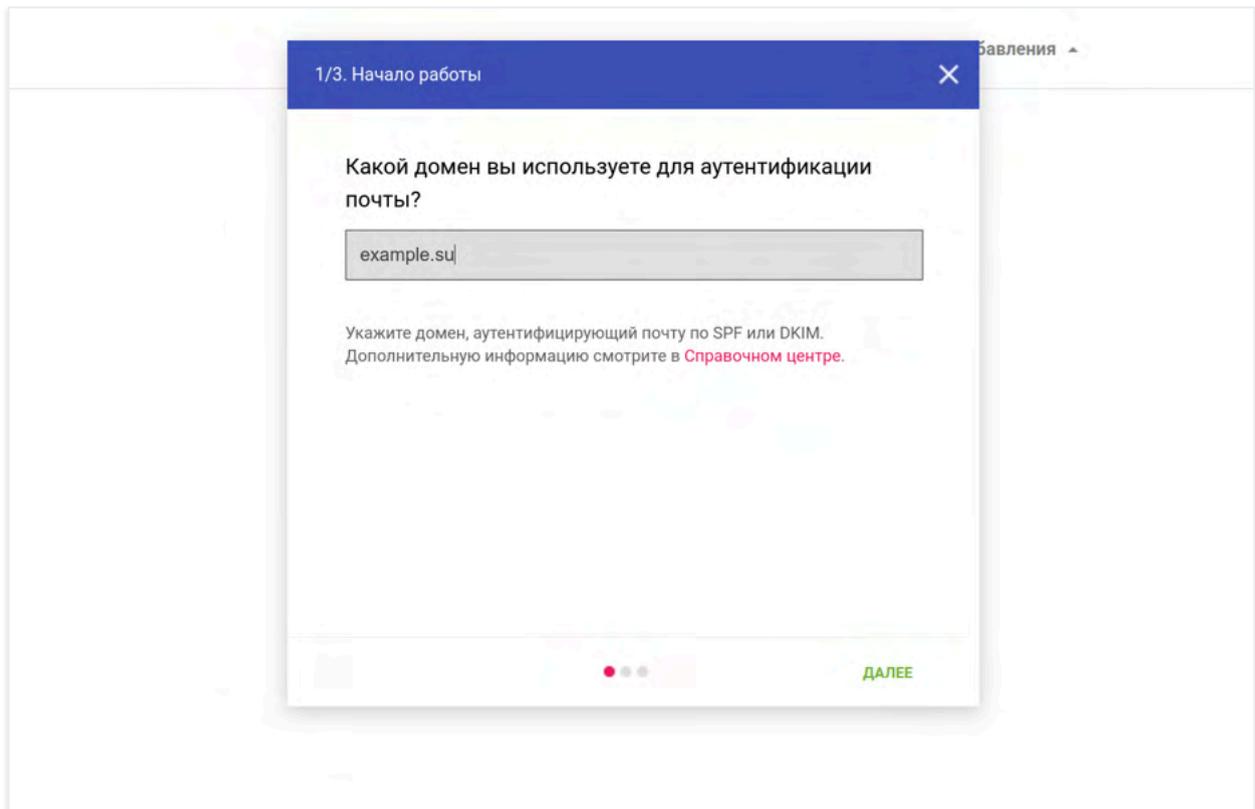
На странице [настроек](#) для всех доменов укажите адрес FBL. На него будет поступать информация о том, какие адресаты нажали кнопку «Спам» после получения письма. После каждой рассылки Постмастер Mail.ru будет отображать статистику по количеству отправленных писем и их состоянию: «**Доставлено**», «**Возможно спам**», «**Точно спам**».

## Как подключить Postmaster Tools by Gmail

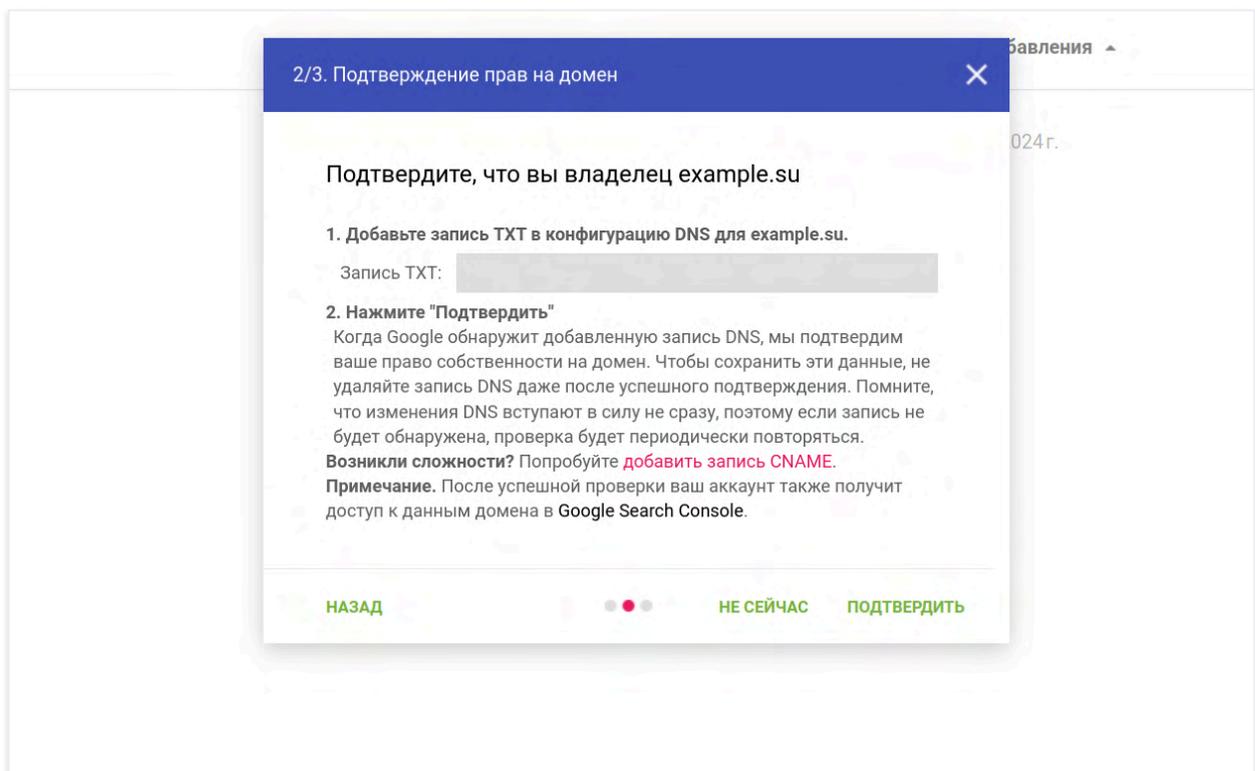
**Шаг 1.** Выполните вход в [Postmaster Tools](#) с помощью учетной записи Google.

**Шаг 2.** В правом нижнем углу нажмите кнопку “Добавить”.

**Шаг 3.** Введите свой домен аутентификации (DKIM или SPF) и нажмите “Далее”:



**Шаг 4.** Подтвердите право собственности на домен. Для этого получите доступ к записи DNS и добавьте **запись TXT**, предоставленную Google. После завершения вернитесь к Google Postmaster и выберите "Проверить". Если запись не найдена, проверьте, правильно ли был добавлен TXT, и повторите попытку. Если у вас есть проблемы с добавлением TXT-записи, Google предлагает второй метод проверки, который включает в себя добавление записи "CNAME":



После подтверждения прав на домен, он отобразится в интерфейсе Postmaster Tools со статусом «Подтвержден»:

| Домен       | Статус      | Дата добавления  |
|-------------|-------------|------------------|
| example.net | Подтвержден | 25 авг. 2017 г.  |
| example.com | Подтвержден | 25 авг. 2017 г.  |
| example.org | Подтвержден | 29 дек. 2020 г.  |
| example.pro | Подтвержден | 2 мар. 2023 г.   |
| example.xyz | Подтвержден | 14 мар. 2023 г.  |
| example.io  | Подтвержден | 25 сент. 2023 г. |
| example.su  | Подтвержден | 26 февр. 2024 г. |

Постмастер Gmail позволяет собирать информацию о ваших рассылках. Отслеживаются такие данные, как:

- доля попадания в спам;
- репутация IP и домена;
- информация об аутентификации (прохождении проверок DKIM, SPF и DMARC);
- информация о шифровании трафика (доля TLS);
- информация о сбоях доставки.



Все отчёты в постмастере Gmail формируются в виде графиков и таблиц с выборкой данных за промежуток от 7 до 120 дней. Информация в отчетах может отсутствовать в случае малого количества отправок на почтовые ящики Gmail.

Данные начнут отображаться при наличии достаточного объема данных (от ста записей) о ежедневном трафике.

## Настройка пересылки FBL

Для того чтобы настроить FBL, отправитель должен добавить новый заголовок **Feedback-ID**, состоящий из параметров, уникально определяющих кампанию. Такие параметры называются **идентификаторами**. Идентификаторы, сообщения с которыми часто попадают в спам или испытывают проблемы с доставкой, отображаются на панели FBL в Postmaster Tools.

Формат заголовка — `Feedback-ID: a:b:c:SenderId`,

где `Feedback-ID:` – имя добавляемого заголовка, а `a, b, c:` – необязательные поля, с помощью которых отправитель может задать до трех идентификаторов (например, с названием компании или клиента). `SenderId` – выбранный отправителем обязательный уникальный идентификатор (5–15 символов). Он должен быть одинаковым во всех письмах.

## Как подключить Outlook.com Postmaster

**Шаг 1.** Войдите в аккаунт Microsoft и перейдите [к сервису](#).

**Шаг 2.** Заполните и отправьте форму на странице [Junk Mail Reporting Program](#). Здесь необходимо ввести информацию о компании и все IP-адреса для рассылок:

Outlook.com Sign out

**Smart Network Data Service**

- View Data
- View IP Status
- Request Access
- Access Control
- Edit Profile
- FAQ
- Junk Mail Reporting Program

**Join SNDS and JMRP**

Smart Network Data Services (SNDS) and the Junk Mail Reporting Program (JMRP) are two services Outlook.com provides for email senders to receive feedback on their mail. SNDS provides an overview of your IP addresses, and shows relevant statistics like approximate inbox rate, complaint rate, and trap hits. JMRP lets you set up a feedback loop, so you can receive copies of messages Outlook.com users mark as Junk. To join SNDS and JMRP, please enter your IP addresses and complete the form below. After authorizing your access to these IPs, you will be enrolled in both programs.

**Basic information**

|   |  |
|---|--|
| Company name:                                   | <input type="text"/>   |
| Contact email address:                          | <input type="text"/>   |
| Complaint feedback email address:               | <input type="text"/>   |
| Complaint format:                               | <input checked="" type="radio"/> ARF<br><input type="radio"/> Attachment<br><input type="radio"/> Original Message |
| Max complaints to send per IP per day:          | <input type="text" value="100000000"/>   |
| Max complaints to send per day, across all IPs: | <input type="text" value="100000000"/>   |

**IP Addresses**

To add IPs, please enter one IP range in the form below.

| Networks  | Authorization Status   |
|---|--|
| Ip address or range: <input type="text"/><br><input type="button" value="Add New Network"/> | <b>Examples:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1.2.3.4/24</li> <li>• 1.2.3.0 - 1.2.3.255</li> </ul> |

When you submit this form, two things will happen:

1. We will send email messages to each of the above authorization addresses, with an authorization link. Once the links have been clicked, you will be able to view data for those IPs in SNDS.
2. After you have been authorized to view IP data, JMRP feedback complaints will start flowing to the complaint address provided above in a while.

You must follow the authorization links in the emails for your registration to be complete.

Clicking **Begin SetUp** means that you agree to the [JUNK EMAIL REPORTING AGREEMENT](#).

**Шаг 3.** После ввода IP-адреса сервис предлагает выбрать почтовые ящики, на которые после отправки формы придёт письмо со ссылкой подтверждения. По этой ссылке будет необходимо перейти.

После выполнения всех требований на указанный почтовый ящик начнут приходить уведомления о жалобах на рассылки.

Службы Outlook.com Postmaster позволяют пользователю:

- получать отчеты о случаях доставки нежелательной почты, о которых сообщили пользователи Outlook.com
- распознать потенциальные проблемы, связанные с методами распространения и содержимым электронной почты
- улучшить репутацию отправителей путем удаления из списков нежелательных подписчиков
- предоставлять общие сведения об оценке пользователями получаемой электронной почты и надежности диапазона IP-адресов отправителей на основе показателей системы Outlook.com
- увидеть оценку вашей электронной почты спам-фильтрами

- отслеживать количество пользователей, жалующихся на вашу электронную почту

## Как подключить Yahoo FBL

Yahoo предоставляет отправителям инструмент для отписки пользователей, пожаловавшихся на спам — **Yahoo Complaint Feedback Loop Service (YFBL)**.

**Шаг 1.** Для работы YFBL вам понадобится почтовый ящик вида **postmaster@(ваш\_домен)**. Создайте его на сервисе, где настроена ваша доменная почта.

**Шаг 2.** Перейдите по ссылке и заполните обязательные поля:

- **Company name** — название организации;
- **Contact Name** — имя контактного лица;
- **Contact Email** — email контактного лица;
- **Reporting Email** — адрес для получения FBL-отчетов;
- **Selector** — укажите «\*»;
- **Request type** — тип запроса: добавление, изменение или удаление. Укажите «Add»;
- **Domain** — домен, для которого настраиваете FBL. После заполнения обязательных полей нажмите кнопку «Get Verification Code».

**Шаг 3.** Найдите в созданном почтовом ящике письмо от сервиса. Вставьте код подтверждения в соответствующее поле на странице сервиса YFBL и нажмите «Create Request».

Обратите внимание: подтверждение настроек и включение отправки отчетов занимает до 48 часов. После успешной настройки сервис будет работать следующим образом: если получатель нажмет кнопку «Spam» в письме из вашей рассылки, то в ваш аккаунт придёт FBL-отчёт, а получатель будет автоматически отписан от рассылок.

# SMS: Готовые интеграции

## Описание

Altcraft Marketing 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](mailto:team@altcraft.com).

## Готовые интеграции

Для **SMS** доступны следующие готовые интеграции:

- **SMS.ru** — интеграция с SMS шлюзом от "СМС-Центр".  
Ссылка на документацию: <https://smsc.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?pagelid=327775>
- **Devino** — интеграция с API многофункционального шлюза Devino telecom.  
Ссылка на документацию: <https://docs.devinotele.com/httpapi.html>
- **SMSTraffic** — интеграция с SMS шлюзом от "СМС-Трафик".  
Ссылка на документацию: <https://lk.smstraffic.ru/techdocs>
- **Infobip** — интеграция с SMS шлюзом от "Infobip".  
Ссылка на документацию: <https://www.infobip.com/docs/api#channels/sms/send-sms-message>
- **MTS** — интеграция с SMS шлюзом от "МТС".  
Ссылка на документацию: [https://support.mts.ru/mts\\_marketolog/Rassilki-po-svoei-baze-PRO-i-API-k-nim/dokumentatsiya-rest-api](https://support.mts.ru/mts_marketolog/Rassilki-po-svoei-baze-PRO-i-API-k-nim/dokumentatsiya-rest-api)
- **MFMS EDNA** — интеграция с SMS шлюзом от "EDNA".  
Ссылка на документацию: [SMS-MFMS-PROTOCOL-HPG.pdf](#)

- **Sky Media** — интеграция с SMS шлюзом Sky Media. Ссылка на документацию: <https://sky-ms.ru/api.html>
- **Play Mobile** — интеграция с SMS шлюзом Play Mobile ([документация](#)).
- **Rapporto** — интеграция с SMS шлюзом от Rapporto (ex. Zagruzka). Ссылка на документацию: <https://docs.rapporto.ru/pages/viewpage.action?pagelId=7962673>
- **VK Notify** — интеграция с SMS шлюзом сервиса Notify.

#### 💡 ШЛЮЗ RAPPORTO

Для получения статусов отправленных SMS-сообщений необходимо предоставить сервису **Rapporto** URL для приема статусов доставки сообщений. Для формирования URL обратитесь к администраторам платформы.

## Настройка отправки

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

### Sender #new

Name:

Type:

Login:

Password or MD5 hash:

Await delivery (seconds):

Once the password is set it will not be displayed

Assigned accounts:

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:  Override "From name":

[✖ Remove sender](#)

[+ Add sender](#) [✖ Remove rule](#) [↑ Move up](#) [↓ Move down](#)

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

Email ✕ SMS ✕ +

Настройки SMS

Caller ID: \*

# Web push: настройка и подключение

## 💡 ПОДСКАЗКА

Настройка **мобильных push-уведомлений** описана в соответствующей статье.

**Web push** — это небольшие всплывающие окна в браузере.



Вы можете отправлять web push уведомления в десктопные и мобильные браузеры ваших клиентов. Когда пользователь подписывается на Web push уведомления, то при рассылке такое уведомление отображается на его устройстве в углу или верхней части экрана. Причем отображается оно, даже если окно браузера неактивно.

## 💡 ОТЛИЧИЕ WEB PUSH УВЕДОМЛЕНИЯ ОТ MOBILE PUSH

**Web Push** уведомления могут приходить как в десктопные, так и в мобильные браузеры. Такие уведомления приходят от вебсайтов. **Mobile Push** уведомления приходят от **мобильных приложений**.

Push уведомление может содержать следующие данные:

- **Заголовок** — аналогичен теме Email сообщения;
- **Тело** — любой текст для сообщения;
- **Иконка** — изображение в уведомлении;
- **Ссылка для перехода** — перенаправление при нажатии на push уведомление.

Настройка push уведомлений зависит от поддерживаемых браузеров:

| Сервис                          | Какие браузеры используют данный сервис для отправки Web push уведомлений?      |
|---------------------------------|---|
| Google Firebase                 | Google Chrome, Mozilla Firefox, Opera, Яндекс.Браузер, Samsung Internet Browser |
| Apple Push Notification Service | Apple Safari (в т.ч. PWA-приложения)  |
| Mozilla Services                | Mozilla Firefox   |

#### ПОДСКАЗКА

Обратите внимание, что отправка уведомлений через браузер **Mozilla Firefox** возможна как напрямую — **Mozilla Services** (SDK встроен в браузер), так и через сервис **Google Firebase**.

#### ПРИМЕЧАНИЕ

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

## Как настроить и подключить Web Push уведомления



### Технические настройки

Прежде чем начать настройку push уведомлений, убедитесь, что ваш веб-сайт работает по протоколу https, а в системе Altcraft Marketing настроены пиксели.



## Настройка Web Push в браузерах

Для отправки пушей через платформу необходимо подключить push-провайдер. В зависимости от браузера провайдер может отличаться.



## Подключение Web push на сайт

Узнайте, как подключить web push уведомления на ваш веб-сайт — добавьте код на сайт и загрузите service-worker.js в корневую директорию.



## Импорт профилей клиентов при подписке на Web push уведомления

Импортируйте в базу пользователей, которые подписались на браузерную push-рассылку.

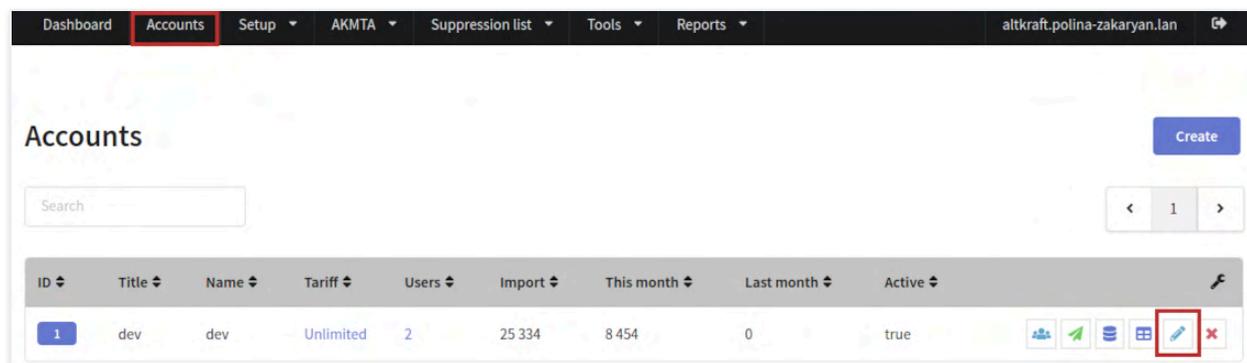


## Импорт подписок со сторонних push сервисов

# Технические настройки

Убедитесь, что ваш web-сайт работает [по протоколу HTTPS](#).

Кроме того, в системе Altcraft Platform должны быть [настроены web пиксели](#).  
Зайдите в **Панель администрирования** → [Управление аккаунтами](#):



Активируйте **push-уведомления** и **pixel** для **аккаунтов**, с которых планируется отправка.

Enable AK Pixel

Custom pixel and pushes domain:  
pxl.kirill-naumov.dev.altkraft.com

Enable push channel

Enable email web versions

Always save email web versions

Days to keep email web versions:  
30

Capture email replies

## 💡 ПОДСКАЗКА

Далее необходимо настроить Web push уведомления в браузере. Читайте статью ["Настройка Web Push в браузерах"](#).

# Настройка Web Push в браузерах

## Предварительные шаги

1. В платформе Altcraft создайте или выберите **Базы данных**, в которых будут храниться подписчики на push-уведомления.
2. Выберите **Ресурс** для Web push подписок или создайте новый.
3. Введите **Имя** и **Описание** ресурса.
4. В поле **URL веб-сайта, формы или приложения** укажите адрес сайта, с которого отправляются уведомления.
5. В поле **Трекинг домен по умолчанию** укажите домен, на котором запущен трекинг Altcraft. Этот домен 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:** \*

[Добавить дополнительные URL](#)

Повышать приоритет для новых подписок

# Настройка Web Push уведомлений для определённого браузера



## Apple Safari

Чтобы отправлять push-уведомления в браузер Apple Safari, требуется настроить Apple Push Notification Service. Подробнее о настройке.



## Mozilla Services

Узнайте, как в два клика настроить push уведомления в браузере Firefox, используя Mozilla Services.



## Firebase Cloud Messaging

Узнайте, как в два клика настроить push уведомления в браузере Firefox, используя Mozilla Services.

# Apple Safari



Для настройки Web Push в браузер Safari необходимо иметь расширение Developer в Apple аккаунте.

## ⚠ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Все действия выполняются на macOS X устройстве.

## ⓘ ОТПРАВКА ПУШЕЙ В PWA ПРИЛОЖЕНИЯ

В версиях iOS 16.4+ Apple добавила **поддержку push-уведомлений от PWA-приложений**.

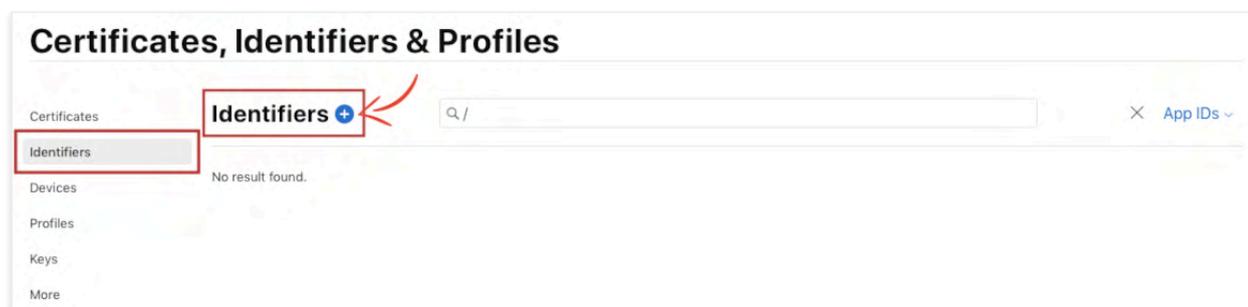
**PWA** (от англ. "progressive web app") — это технология, которая позволяет установить сайт на смартфон или на компьютер как приложение. Установка не требует загрузки через магазин приложений — пользователь просто заходит на сайт и добавляет иконку на рабочий стол своего устройства. Такое приложение обладает функционалом нативного мобильного приложения: оно может работать в автономном офлайн режиме, кэшировать данные и принимать пуши.

Чтобы отправлять push-уведомления пользователям PWA-приложений, необходимо **настроить провайдер APNS для Safari в ресурсе**. При сохранении настроек автоматически подключится провайдер PWA.

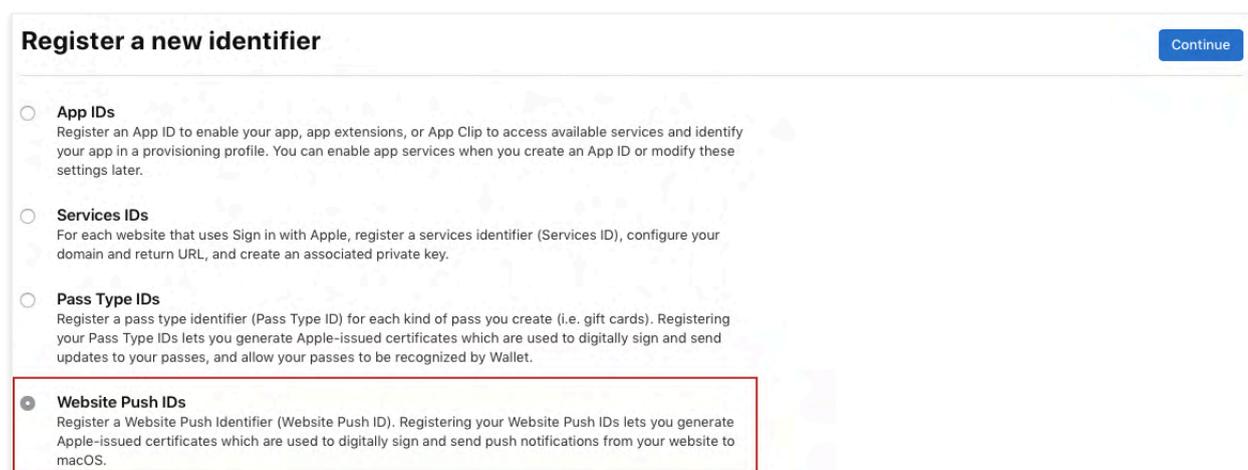
**Обратите внимание, идентификатор подписки на PWA пуши привязан к конкретному ресурсу. Если вы перенесёте подписки из одного ресурса в другой, они не будут работать.**

# Шаг 1. Регистрация нового идентификатора

1. Перейдите по ссылке <https://developer.apple.com/account/ios/certificate> (**Certificates, Identifiers & Profiles**) и войдите в аккаунт разработчика Apple.
2. Слева в панели навигации выберите вкладку "**Identifiers**" и нажмите на значок **+** рядом с заголовком "Identifiers":



3. В открывшемся окне выберите **Website Push IDs**, поскольку мы хотим отправлять пуш-уведомления на устройства macOS с веб-сайта:



4. Введите **Description** (Описание) и **Identifier** (Идентификатор).

## 💡 ПОДСКАЗКА

Идентификатор должен иметь формат `web.com.domainname.appname`.

**Важно!** Первая часть всегда — **web**. Частей может быть сколько угодно, но в разумных пределах. Рекомендуется использовать стиль обратного домена, например, `web.org.example.push`.

< All Identifiers

## Register a Website Push ID

Back Continue

Description: My site  
You cannot use special characters such as @, &, \*, ;, ", -, .

Identifier: web.org.example.push  
We recommend using a reverse-domain name style string (i.e., com.domainname.appname).

5. Нажмите кнопки **Continue**, затем **Register**.

< All Identifiers

## Register a Website Push ID

Back Register

Description: My site

Identifier: web.org.example.push

Итак, вы создали и зарегистрировали **Website Push ID**. Теперь вы можете в любой момент посмотреть информацию об этом идентификаторе на вкладке **"Identifiers"**:

Certificates Identifiers + Q my Website Push IDs v

| NAME v  | IDENTIFIER           |
|---------|----------------------|
| My site | web.org.example.push |

Devices Profiles Keys More

**💡 ПОДСКАЗКА**

Чтобы увидеть идентификаторы для рассылки push уведомлений именно с веб-сайтов, откройте выпадающий список в правом углу и выберите **Website Push IDs**.

**Certificates, Identifiers & Profiles**

Certificates Identifiers + Q / App IDs v

Identifiers No result found.

- App IDs
- Services IDs
- Pass Type IDs
- Website Push IDs
- iCloud Containers
- App Groups
- Merchant IDs
- Music IDs
- Maps IDs

## Шаг 2. Создание сертификата

1. Для каждого идентификатора требуется **Сертификат**. Найдите только что созданный **Web Push ID** в списке и кликните по нему.

2. Обратите внимание на поле "**Identifier**". Информация из этого поля потребуется для настройки ресурса в платформе Altcraft, а именно — при заполнении поля **Website Push ID**.

3. Нажмите "**Create Certificate**", чтобы создать сертификат:



< All Identifiers

### Edit your Identifier Configuration

Remove

Description  
My site

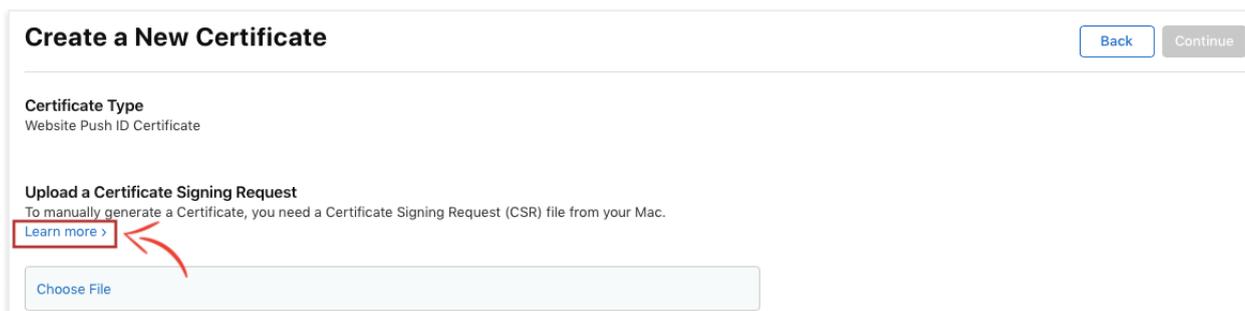
Identifier  
web.org.example.push

Production Certificates

Create an additional certificate to use for this Website Push ID.

Create Certificate

4. Теперь необходимо сгенерировать Сертификат. Для этого требуется **Certificate Signing Request (CSR)** (формат запроса - **.certSigningRequest**). Для создания запроса кликните **Learn more**:



### Create a New Certificate

Back Continue

Certificate Type  
Website Push ID Certificate

Upload a Certificate Signing Request

To manually generate a Certificate, you need a Certificate Signing Request (CSR) file from your Mac.

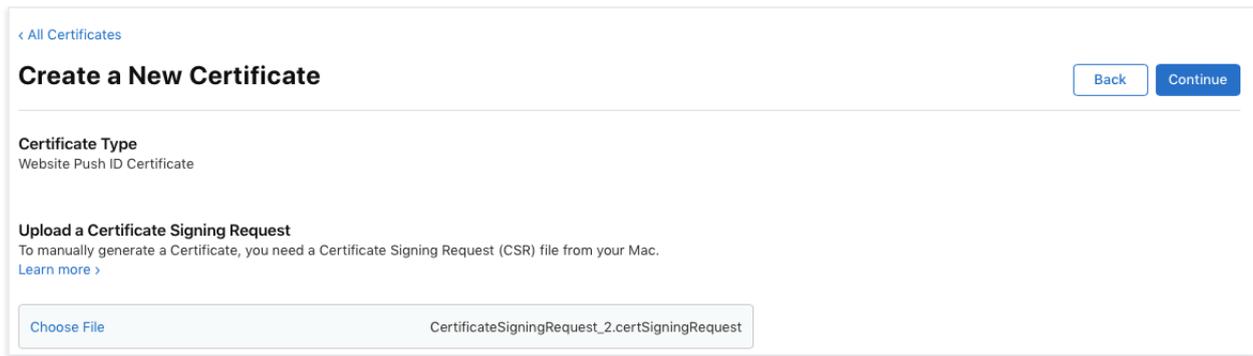
Learn more >

Choose File

5. Откроется новая страница. Следуйте инструкциям, приведённым на ней.

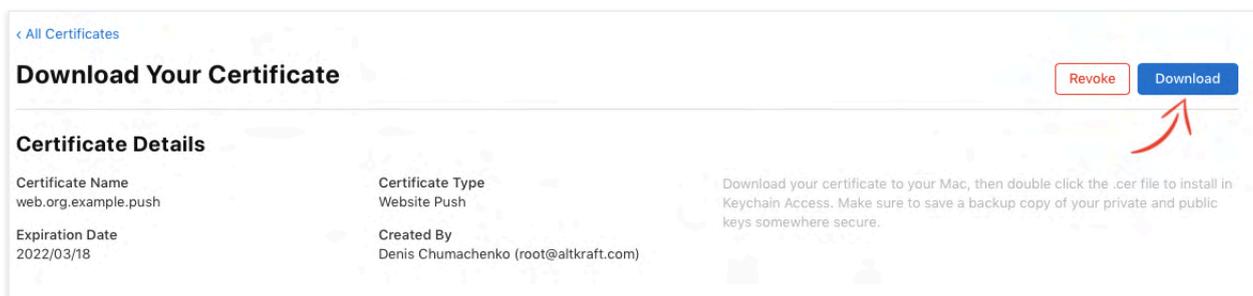
6. После создания **Certificate Signing Request** вернитесь на предыдущую страницу. Нажмите "**Choose File**" и выберите созданный **CSR**.

7. Нажмите "**Continue**".

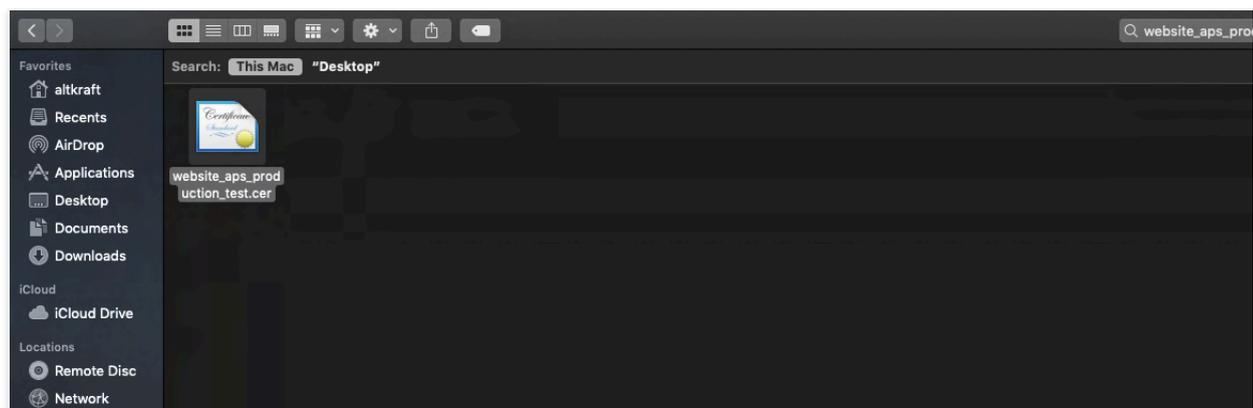


## Шаг 3. Сохранение сертификата

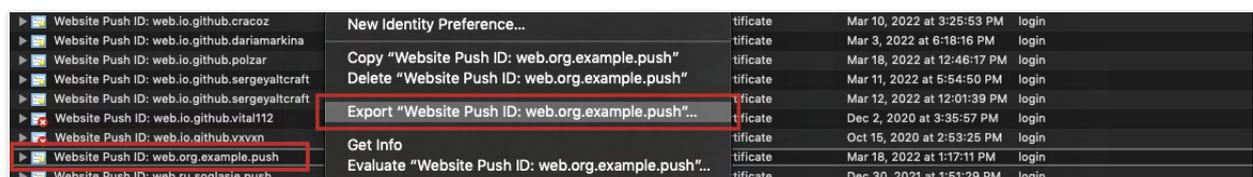
1. На следующей странице нажмите "**Download**", чтобы скачать сертификат в формате **.cer** на ваш Mac:

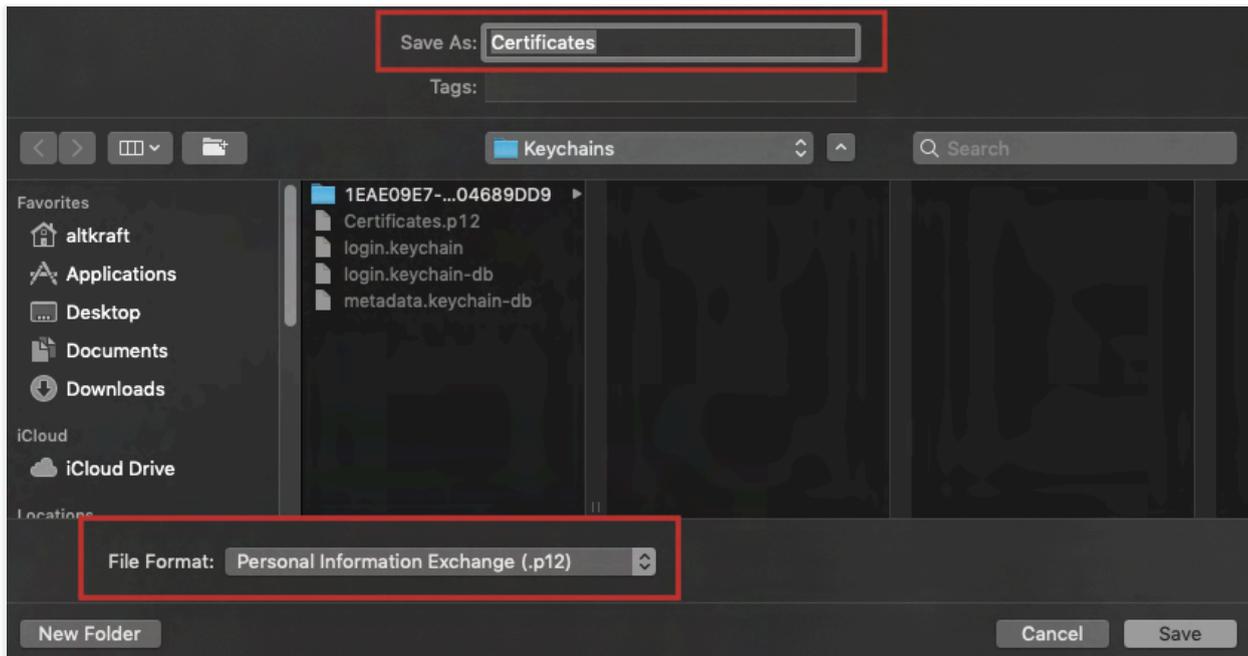


2. Найдите загруженный файл на вашем устройстве и дважды кликните по нему, чтобы установить его в **Keychain**:

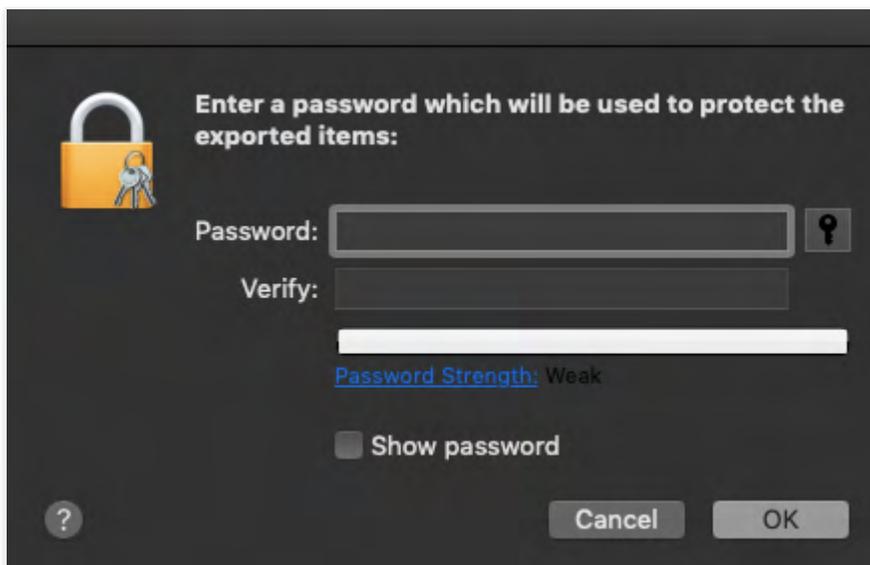


3. Найдите установленный сертификат в Keychain, кликните правой кнопкой мыши и экспортируйте его на диск в формате **.p12**:





4. В процессе экспорта вам будет предложено ввести пароль. **Запомните этот пароль**, поскольку он потребуется для настройки push-рассылок в платформе Altcraft.



## Шаг 4. Настройка ресурса в платформе Altcraft

1. Вернитесь в платформу Altcraft и откройте настройки ресурса, в рамках которого вы хотите настроить рассылку браузерных push-уведомлений. Перейдите в настройки push-канала.

2. Выберите платформу **Safari** и активируете сервис **Apple Safari**:

Платформы

Android iOS Chrome

Safari Firefox Opera

Yandex Samsung

Safari настройки

Apple Safari

Website Push ID: \*

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

Website Client SSL Certificate #PKCS12 пароль: \*

API token: \*

3. Заполните следующие поля:

- **Website Push ID** — идентификатор в аккаунте разработчика Apple. Это значение берется из поля "Identifier" в вашем Apple Developer аккаунте.
- **Website Client SSL Certificate** — файл сертификата с расширением .p12. Этот сертификат экспортируется из Keychain Access на вашем Mac-устройстве.
- **Website Client SSL Certificate пароль** — пароль, использованный при экспорте сертификата .p12
- **API token** — токен платформы. Позволяет APNS отправлять запросы на подписку в платформу. Создать токен можно в разделе [Настройки](#) → [Токены](#). Если токен удалить, платформа перестанет принимать подписки от Safari для данного ресурса.
- **Иконка** — изображение в формате .png, которое будет показано в push-уведомлении. Иконка помогает пользователю идентифицировать источник уведомления. Рекомендуется использовать размер **256x256** пикселей или больше. Safari поддерживает только одно изображение для ресурса (веб-сайта).



The website "Ресурс для рассылки push уведомлений" would like to send you push notifications in Notification Center.

Website notifications can be changed in Safari Websites preferences.

Don't Allow

Allow

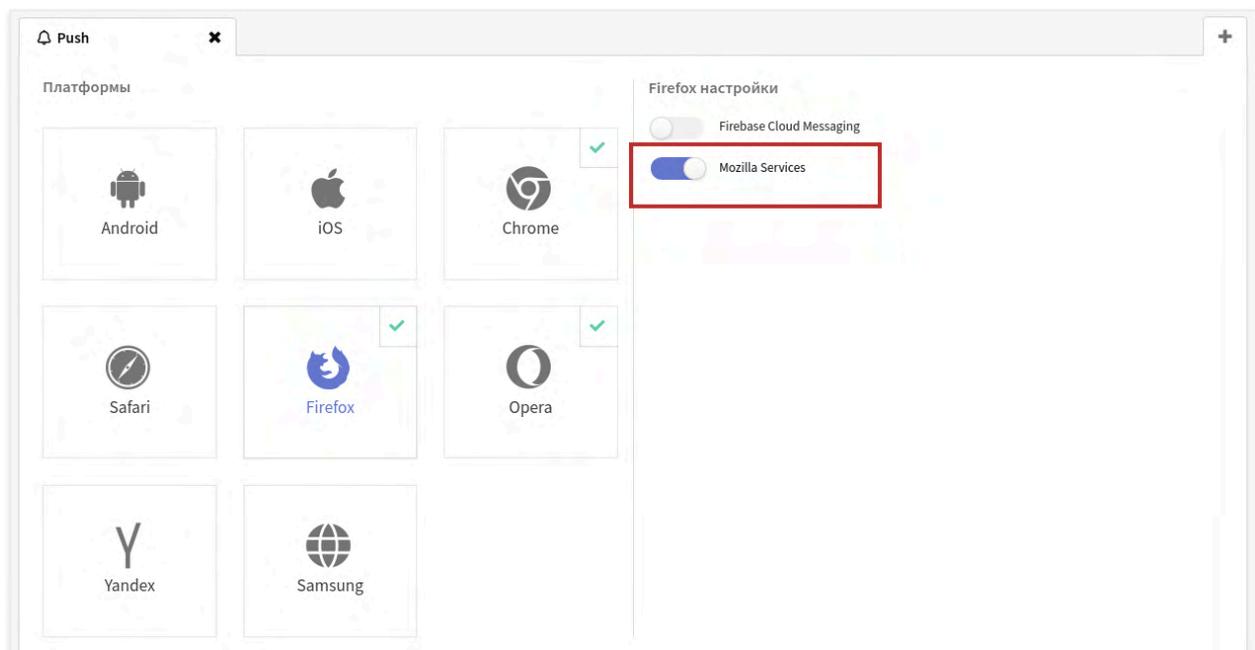
 ПОДСКАЗКА

Следующий шаг: [Подключение Web push на сайт](#)

# Mozilla Services



Для отправки push сообщений в Mozilla Firefox достаточно активировать **"Mozilla services"** в блоке **"Firefox настройки"**.

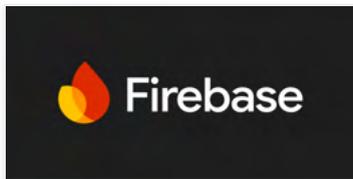


💡 ПОДСКАЗКА

Следующий шаг: [Подключение Web push на сайт](#)

# Firebase Cloud Messaging

## Шаг 1. Создание проекта Firebase



Для отправки Web Push в браузеры **Mozilla Firefox**, **Opera**, **Google Chrome**, **Яндекс.Браузер**, **Samsung Internet Browser** необходимо предварительно настроить проект в Firebase Console.

Перейдите по [ссылке](#), создайте учётную запись в Google Firebase и зарегистрируйте свой сайт или приложение. Для этого нажмите на кнопку **Add project** (Добавить проект) и укажите название проекта:

A screenshot of the Firebase console's "Create a project" dialog. The title bar says "Create a project (Step 1 of 3)". The main text reads "Let's start with a name for your project". Below this, there is a text input field labeled "Project name" containing the text "New project". Underneath the input field is a small button with a pencil icon and the text "new-project-43439". At the bottom of the dialog is a blue "Continue" button.

### 💡 ПОДСКАЗКА

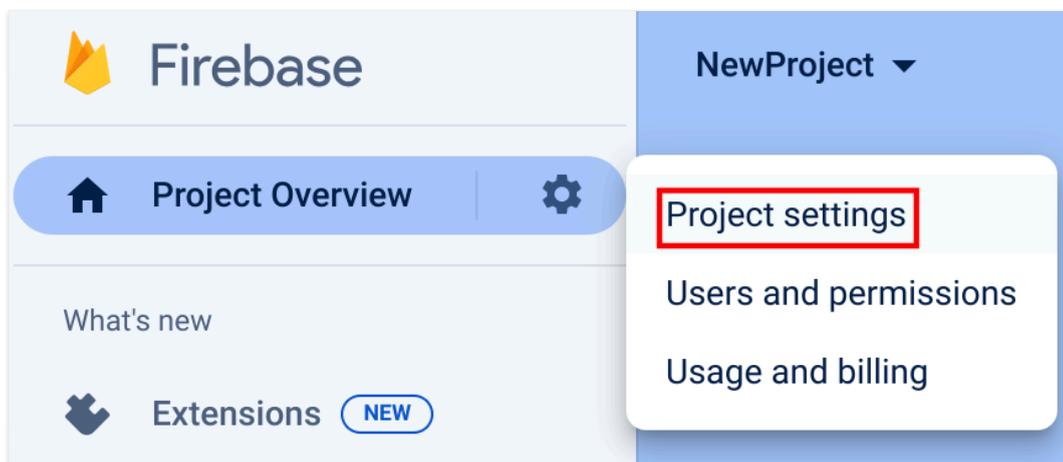
При создании проекта вы можете настроить Google Analytics, а также добавить Firebase в ваше веб-приложение, но это не является обязательными действиями.

## Шаг 2. Получение данных проекта

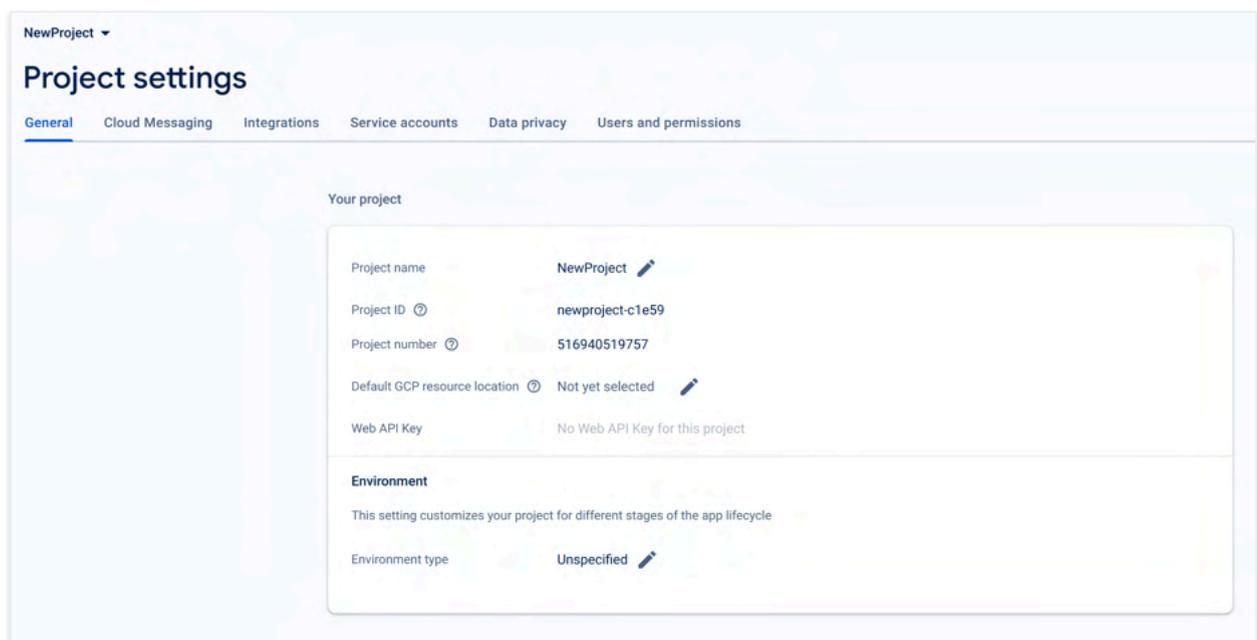
Для настройки Firebase Cloud Messaging в платформе Altcraft вам потребуется следующая информация:

- **Ключ API для веб-приложений**
- **Идентификатор проекта firebase**
- **Идентификатор отправителя**
- **Firebase файл с приватным ключом**

Данную информацию вы можете найти в интерфейсе Firebase Console. Для этого в навигационной панели слева нажмите на иконку "Настройки" и выберите **Project settings** (Настройки проекта):

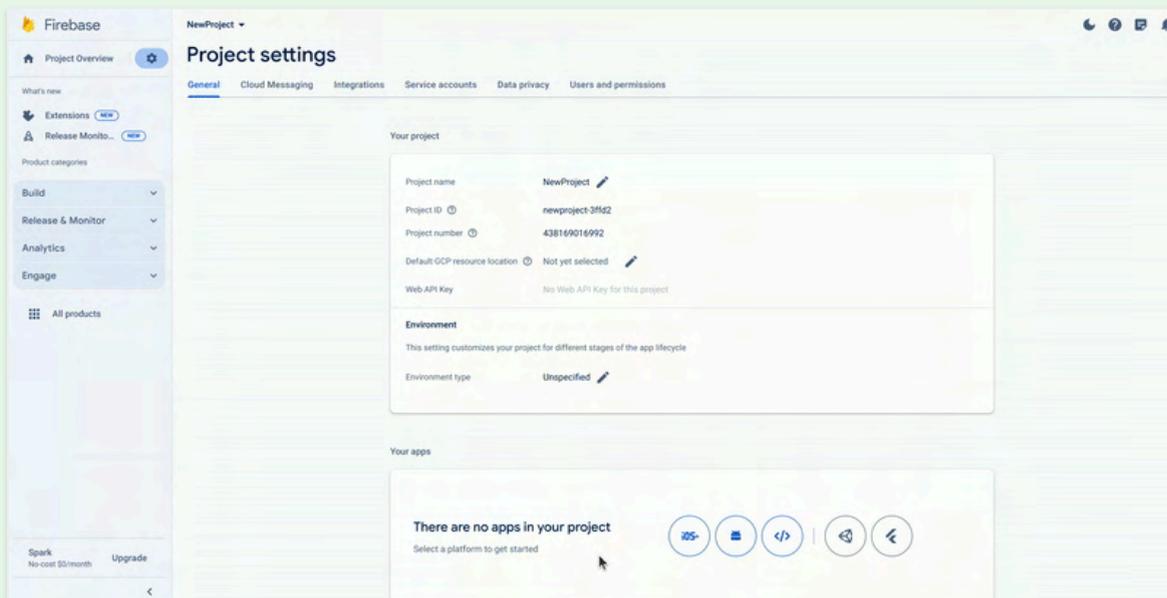


**Идентификатор проекта firebase** (Project ID) и **Ключ API для веб-приложения** (Web API key) находятся в разделе **Общие настройки** (General):

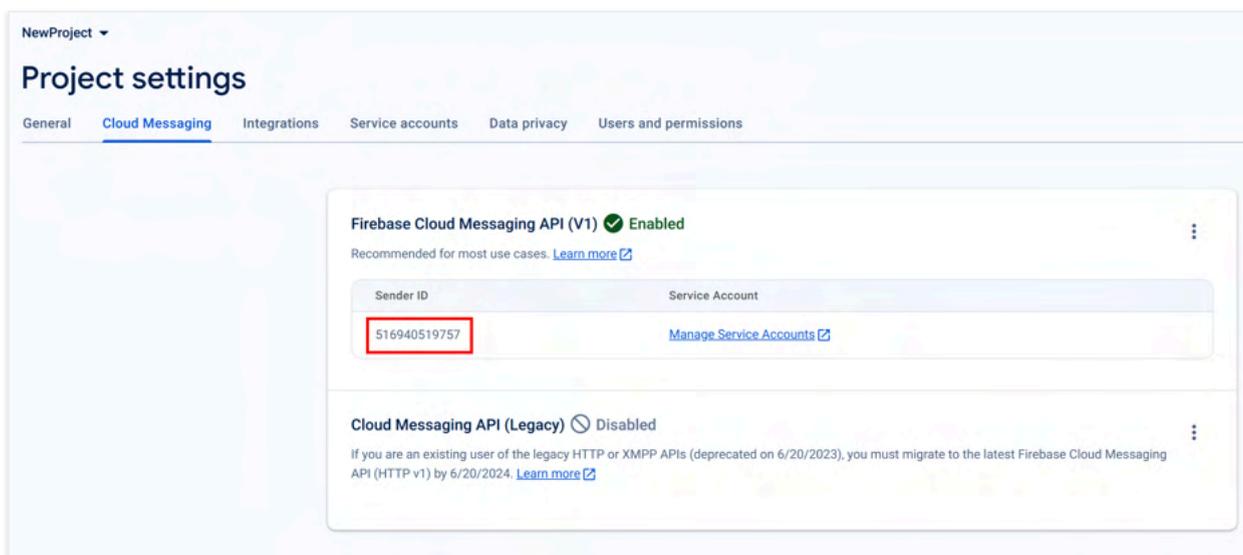


## 💡 ПОДСКАЗКА

Если у вас не отображается Web API Key, перейдите в раздел **Build** и выберите пункт **Authentication** в выпадающем меню. Нажмите на кнопку **Get started**, которая появится на экране. Теперь вы можете вернуться в настройки, нажав на соответствующую иконку в меню слева.



Идентификатор отправителя (Sender ID) находится в разделе **Cloud Messaging**:



Для настройки Firebase на платформе нам также понадобится **firebase-файл с приватным ключом**. Чтобы его скачать, перейдите на вкладку **Service accounts**. Кликните **Generate new private key**. Начнется скачивание файла.

**Project settings**

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

[Manage service account permissions](#)

**Firebase Admin SDK**

Legacy credentials

Database secrets

Other service accounts

3 service accounts from Google Cloud

**Firebase Admin SDK**

Your Firebase service account can be used to authenticate multiple Firebase features, such as Database, Storage and Auth, programmatically via the unified Admin SDK. [Learn more](#)

Firebase service account  
firebase-adminsdk-z5zdz@test-project-d8cb3.iam.gserviceaccount.com

Admin SDK configuration snippet

Node.js  Java  Python  Go

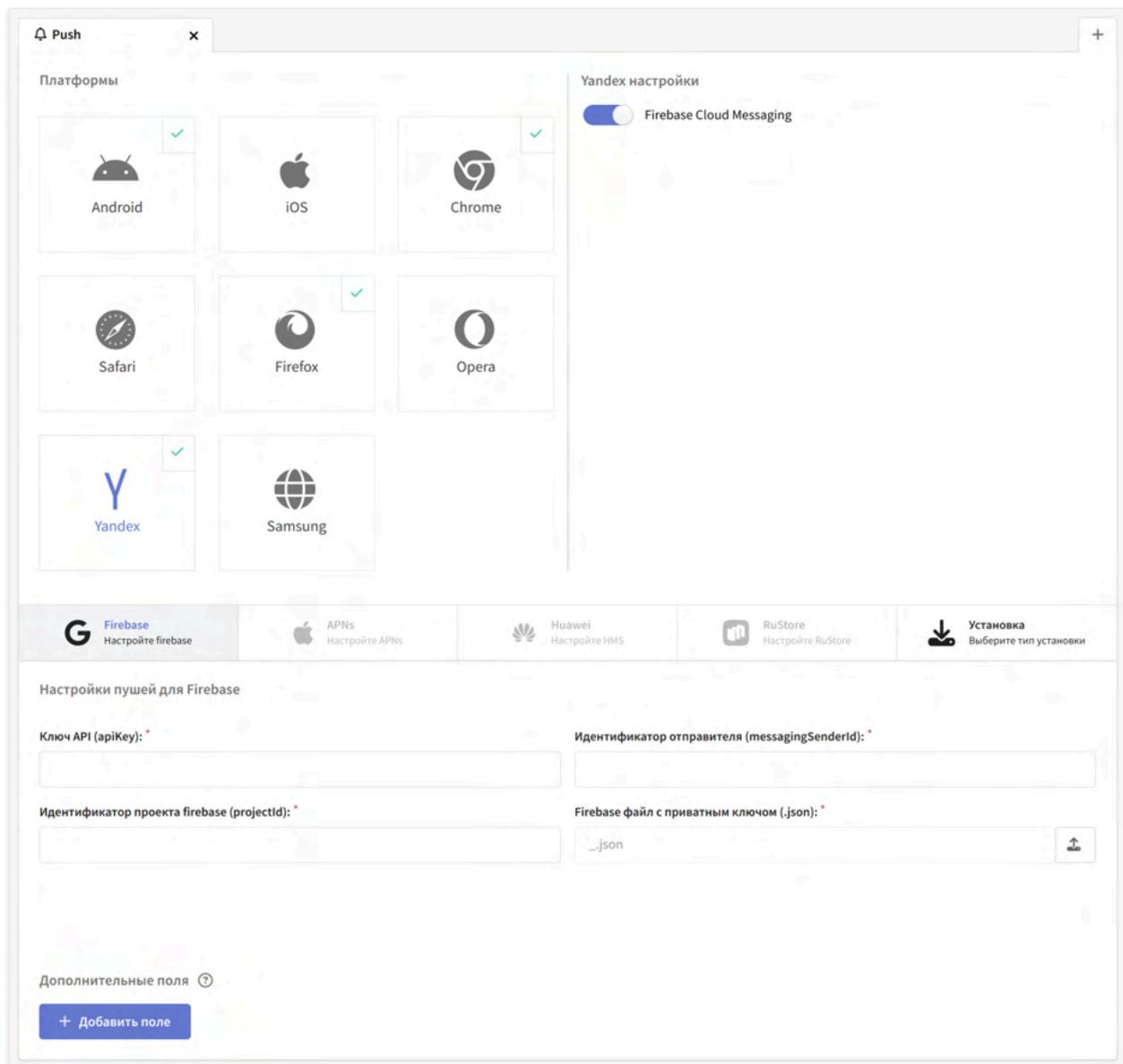
```
var admin = require("firebase-admin");
var serviceAccount = require("path/to/serviceAccountKey.json");

admin.initializeApp({
  credential: admin.credential.cert(serviceAccount)
});
```

**Generate new private key**

## Шаг 3. Настройка push канала в ресурсе

Вернитесь в платформу Altcraft и откройте настройки ресурса. Настройте Firebase Cloud Messaging для поддерживаемых браузеров, используя данные из Firebase Console. Для поля **"Firebase файл с приватным ключом (.json)"** выберите скачанный файл из предыдущего шага:



**Сохраните** ресурс или **примените** изменения, используя кнопки в правом верхнем углу экрана. Только после этого перейдите на вкладку "**Установка**".

💡 ПОДСКАЗКА

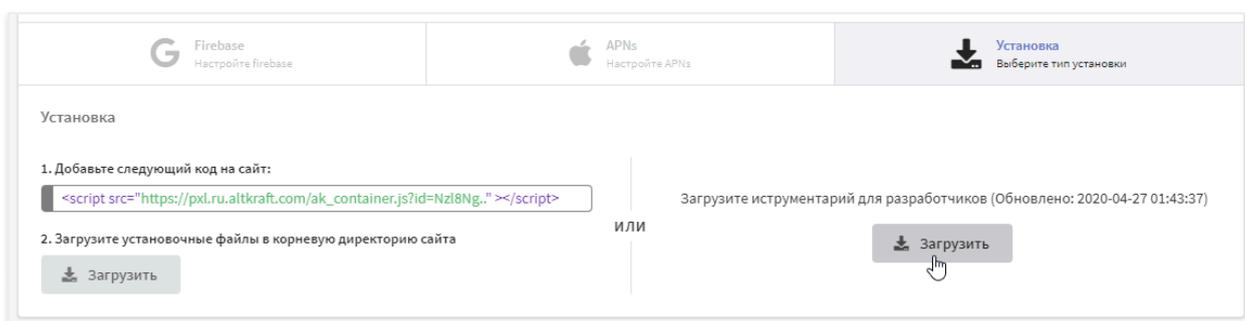
Следующий шаг: [Подключение Web push на сайт](#)

# Подключение Web push на сайт

## Шаг 1. Загрузка Toolkit

После того как нужные настройки заполнены, можно сохранять ресурс и скачивать **Toolkit**, части которого затем размещаются на вашем сайте.

Toolkit появится в разделе **Установка** на месте подписи "**Сохраните ресурс, для того чтобы скачать инструментарий**":



Установка нужных файлов на сайт возможна в двух вариантах:

1. добавление кода на сайт + загрузка установочных файлов в корневую директорию сайта;
2. Загрузка инструментария для разработчиков.

### Добавление кода на сайт + Загрузка установочных файлов в корневую директорию сайта

Алгоритм действий для данного варианта указан в левой части. Добавьте указанный код на сайт, затем сохраните и загрузите в корневую директорию сайта установочные файлы:

- **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.

Здесь файл **service-worker.js** является **динамическим**. Он автоматически обновляется каждый раз, когда вы вносите изменения в настройки ресурса.

Пример service-worker.js

```
importScripts('https://pxl.test.com/service-worker.js?id=MXw3');
```

## Загрузка инструментария для разработчиков

Алгоритм действий для данного варианта указан в правой части. Нажмите на кнопку **"Загрузить"**, после чего будет загружен архив Toolkit. Распакуйте архив и разместите файлы Toolkit в корневой директории вашего сайта.

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.

Здесь файлы **service-worker.js** и **ak-push.js** является **статичным**. При использовании данного способа после изменения настроек ресурса необходимо заново загрузить Toolkit и обновить файлы на сайте.

### ПОДСКАЗКА

При использовании инструментария для разработчиков можно **изменить путь до файла service-worker.js**. Для этого откройте файл **ak-push.js**, найдите свойство **swPath** и отредактируйте его, указав нужный путь до файла.

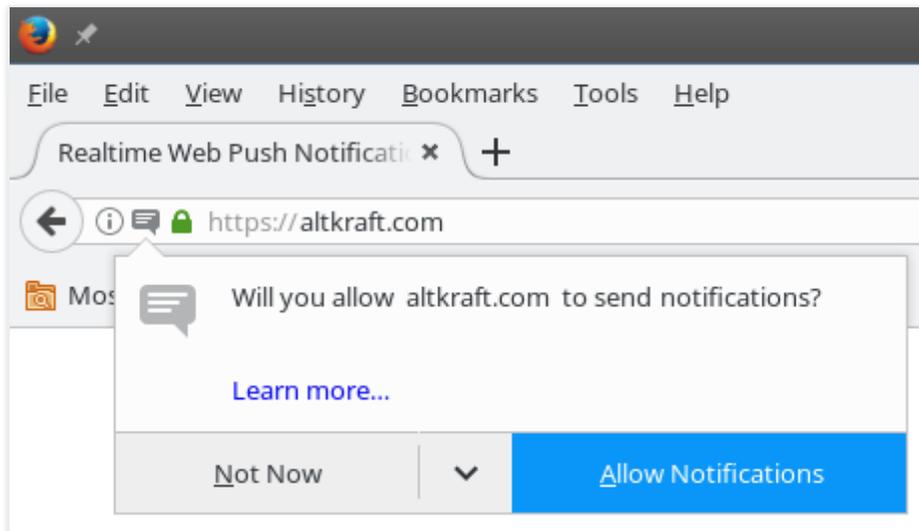
## Шаг 2. Добавление скриптов на сайт

После того как Toolkit загружен на сайт, добавьте код, который будет показывать окно подписки на необходимое действие.

Пример для кнопки "Подписаться":

```
<button id="init_sub">Подписаться на уведомления</button> // Кнопка
подписки

<script>
    document.getElementById('init_sub').addEventListener('click',
function() { // По клику на кнопку..
    try {
        var akPush = new AKPush();
        akPush.initSubscription() // ..показать форму подписки
    }
    catch (e) {
        console.log(e); // Или записать ошибку в консоль
браузера
    }
    });
</script>
```



Как только все будет 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 Web push уведомления

Когда пользователь подпишется на Web push уведомления, в **Базы данных** и в **Ресурс**, в котором был сгенерирован Toolkit, размещенный на сайте, будет добавлен **новый профиль**.

## 💡 ПОДСКАЗКА

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

Когда подписчик кликает на push-уведомление (переход по ссылке), платформа Altcraft собирает данные о профиле:

- страна, регион, часовой пояс, город, почтовый индекс и IP адрес, с которого произошла подписка на push;
- браузер и операционная система подписчика.

**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 |

Загрузить фотографию

Персональные данные

Действия

### 📌 ПРИМЕЧАНИЕ

Мобильные браузеры также поддерживают Service worker и Web push уведомления.

## Передача данных клиента при импорте профиля через Push канал

В момент регистрации подписки на push-уведомления в профиль нового пользователя можно записать любые данные, известные на момент подписки. Например, имя или фамилия клиента, дата рождения, информация о просмотренных страницах и 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 в ресурсе и добавлением имени и фамилии пользователя:

```
akPush.initSubscription(  
  {  
    email: 'example@email.com'  
  }, // Поиск профиля по email. Также будет записано в профиль,  
    // если совпадений не найдётся.  
  
  {  
    _fname: 'Anatoly',  
    _lname: 'Wasserman'  
  } // запись в профиль подписчика имени и фамилии  
)
```

Если к ресурсу привязано несколько баз данных, вы можете задать идентификатор той базы, в которую необходимо импортировать профиль. Пример с поиском по email в базе данных с `id=1`:

```
akPush.initSubscription(  
  {  
    db: 1  
    email: 'example@email.com'  
  }, // Поиск профиля по email. Также будет записано в профиль,  
    // если совпадений не найдётся.  
  
  {  
    _fname: 'Anatoly',  
    _lname: 'Wasserman'  
  } // запись в профиль подписчика имени и фамилии  
)
```

Пример с поиском по email в базах данных с `id=15` и `id=20`:

```
akPush.initSubscription(  
  {  
    db: [15,20]  
    email: 'example@email.com'  
  }, // Поиск профиля по email. Также будет записано в профиль,  
    // если совпадений не найдётся.  
  
  {  
    _fname: 'Anatoly',  
    _lname: 'Wasserman'  
  } // запись в профиль подписчика имени и фамилии  
)
```

 ПОДСКАЗКА

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

## Обновление данных профиля и приостановка подписок

**⚠ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ**

**akPush.updateSubscription** вернет ошибку, если перед этим не был получен актуальный токен через **akPush.initSubscription**, или он был удален из кеша с помощью **akPush.removeToken**.

Пользователь, подписавшийся в браузере на пуши, может менять свое состояние. Например, авторизоваться в личном кабинете и получить другой матчнинг. При этом текущую пуш подписку необходимо отключить на предыдущем профиле и включить на новом. Для этих целей необходимо использовать метод `akPush.updateSubscription`:

```
akPush.updateSubscription(  
  {  
    db: [15,20]  
    email: 'example@email.com'  
  },  
  {  
    _fname: 'Anatoly',  
    _lname: 'Wasserman'  
  }, // запись в профиль подписчика имени и фамилии  
  inexclusive: false // нужно ли приостанавливать все подписки  
  // на ресурс с текущим токеном браузера у остальных профилей (по  
  // умолчанию)  
)
```

Если флаг `inexclusive` не передан или равен `false`:

1. Если фильтр баз не указан, то в каждой базе ресурса будет только один профиль с одной подпиской на актуальный токен со статусом подписан.
2. Если фильтр указан, то в каждой из заданных баз будет только один профиль с одной подпиской на актуальный токен со статусом подписан. В остальных базах при этом будут приостановлены все совпадающие подписки на ресурс у всех профилей.

Если флаг `inexclusive` равен `true`, то вызов эквивалентен вызову `akPush.updateSubscription({db: [15,20], email: 'example@email.com', _fname: 'Anatoly', _lname: 'Wasserman'})`, т.е. просто произойдет обновление профиля данными и смена статуса подписки на "Подписан".

# События создания и обновления web push подписки

Пользователи платформы могут подписаться на события:

- **subscribe** — создание push подписки
- **update\_subscription** — обновление подписки (изменение токена подписчика)

При наступлении события данные о подписке можно отправить на сторонний сервер с помощью дополнительного кода.

Чтобы подписаться на события, добавьте следующий код на страницы сайта:

```
AKPush.events.on('subscribe', (data) => { // подписка на событие
  subscribe
  console.log(data);
});
AKPush.events.on('update_subscription', (data) => { // подписка на
  событие update_subscription
  console.log(data);
});
```

Данный код выведет в консоль токен подписчика, а также информацию о браузере и push-провайдере:

```
{
  browser: "Firefox"
  provider: "FirefoxFirebase"
  token: "<токен подписчика>"
}
```

При подписке токен кэшируется. Вы можете сбросить его с помощью метода:

```
AKPush.removeToken()
```

 ПОДСКАЗКА

В случае устаревания токена или повторной подписки пользователя на push, платформа автоматически обновит его подписку и выдаст новый токен. Таким образом в базе данных не будут создаваться дубликаты профилей.

# Импорт подписок со сторонних push сервисов



Как перенести push подписки из стороннего сервиса



Как перенести push подписки, которые настроены для Safari?



Миграция с OneSignal

# Как перенести push подписки из стороннего сервиса

## Шаг 1. Получение VAPID ключей с сервиса, с которого предполагается миграция

Запросите ключи у технической поддержки вашего сервиса. Необходимы как приватный, так и публичный ключи: **private key**, **public key**.

### ПОДСКАЗКА

Обратите внимание, что **VAPID keys** и **Application Server keys** — это одно и то же.

## Шаг 2. Импорт в Firebase проект VAPID ключей

Зайдите в настройки проекта в Firebase и перейдите на вкладку **Cloud Messaging**. Внизу страницы вы увидите раздел **Web Configuration**. Здесь вы можете сгенерировать ключи самостоятельно, но нам это не нужно, поскольку вы уже получили VAPID ключи у своего сервиса. Кликните **import an existing key pair** в самом низу раздела.

## Project settings

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

Project credentials

[Add server key](#)

| Key          | Token  |
|--------------|--|
| Server key   | AAAAO7w0SVM:APA91bGfK2RsrUnFHh-0c_PFa1ILnWt9i39lhaG7iRkQsB9n3vSW-6imABUdp_zirRvll7ovQwW96u0YZPIYIGJq4_zPQIwnPbhMNM6kbBpxMamEd4zZXHPPdNY8LGRxJT1QD84huARM |
| Sender ID    |  |
| 256560613715 |  |

iOS app configuration

Web configuration

**Web Push certificates**

Web Push certificates

Firebase Cloud Messaging can use Application Identity key pairs to connect with external push services. [Learn more](#)

| Key pair | Date added |
|----------|------------|
|----------|------------|

[Generate key pair](#)

You can also [import an existing key pair](#)

В появившемся окне введите **Public key** и **Private key**, которые ранее предоставил вам сервис.

### Import a key pair

Import a web-safe base64 encoded key pair. [Learn more](#)

Public key

Private key

[Cancel](#) [Import](#)

## Шаг 3. Настройка ресурса

О настройке ресурса для Web push уведомлений читайте в разделе [Web push: настройка и подключение](#).

### ПОДСКАЗКА

Обратите внимание, что настройка ресурса отличаются у разных браузеров.

## Шаг 4. Создание csv файла с подписками

При подписке нового пользователя на push уведомления создается объект `PushSubscription`. Именно в нем содержится вся информация, которая необходима для последующей отправки push уведомлений этому пользователю. Объект хранится в JSON-формате:

### Пример PushSubscription

```
{
  "endpoint": "https://some.pushservice.com/something-unique",
  "keys": {
    "p256dh":
      "BIPUL12DLfytvTajnr2PRdAgXS3HGKiLqndGcJGabyhHheJY1NGCeXl1dn18gSJ1WAKAP1",
    "auth": "FPssNDTKnInHVndSTdbKFw=="
  }
}
```

Сейчас нам необходимо выгрузить поля подписки (т.е. значения ключей объекта `PushSubscription`) у стороннего сервиса. Другими словами, вам надо любым доступным для сервиса способом получить **csv файл**, где у каждой подписки будут указаны значения полей `endpoint`, `p256dh`, `auth`.

## Шаг 5. Передача csv файла администратору или службе поддержки

# Altcraft

Если платформа Altcraft установлена в контур вашей компании, то передайте созданный csv файл с подписками администратору платформы.

Если платформа установлена на облаке, то передайте csv файл в службу поддержки Altcraft.

## Шаг 6. Получение обработанного csv файла у администратора

## Шаг 7. Импорт профилей

Теперь вы можете импортировать профили в **Базы профилей** из csv файла, при этом **создавая подписку** на нужный провайдер.

Кроме того, у вас есть возможность выполнить **обновление базы** с созданием подписки на этот же провайдер. Обратите внимание, в данном случае это обязательно должен быть один из Firebase провайдеров.

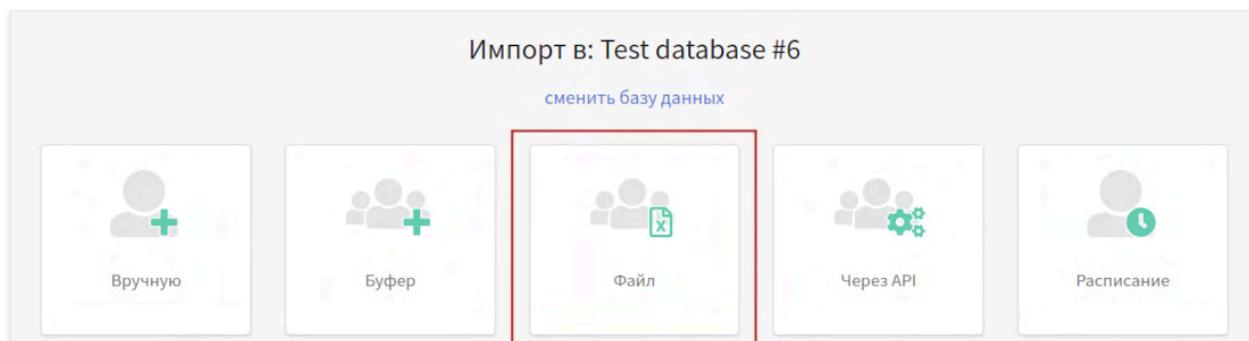
### 💡 ПОДСКАЗКА

Идентификатор провайдера позволяет узнать, к какому именно браузеру относится подписка и через какой сервис она создавалась. Примеры провайдеров: Chrome Firebase, Apple Safari, Mozilla Firefox.

Итак, создайте или выберите подходящую базу и в выпадающем списке кликните **Импорт профилей клиентов**.

The screenshot shows a user interface with two database entries and a dropdown menu. The first entry is 'Test database' with creation date 2021-03-10 14:26:01, update date 2021-03-22 11:52:08, author Polina Zak, ID: 6, 5 subscribers, 0 not confirmed, 0 suspended, 0 hard bounced, 0 complaints, and 0 sent. The second entry is 'New cosmic database' with creation date 2021-03-05 15:31:19, update date 2021-03-17 13:12:59, author Polina Zak, ID: 4, 8443 subscribers, 0 not confirmed, 0 suspended, 0 hard bounced, 0 complaints, and 0 sent. A dropdown menu is open on the right, listing actions: Редактировать, Импорт профилей клиентов, Скопировать профили, Обновить профили, Экспортировать, Просмотр, Клонировать, Установить группу, and Удалить.

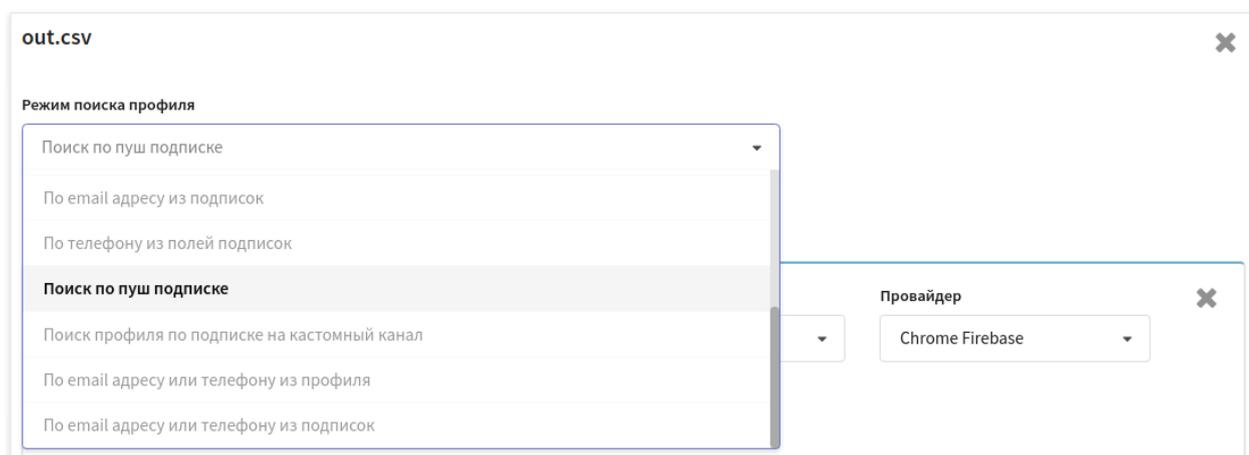
Выберите способ импорта — **Файл**. Загрузите необходимый csv файл с подписками.



Кликните **Режим поиска подписки** и в выпадающем списке выберите **Поиск по пуш подписке**.

#### **⚠ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ**

Если в вашем csv файле есть какие-то данные, которые можно использовать, чтобы настроить соответствия между профилями ("смастчить пользователей"), то при импорте выберите соответствующий режим поиска профиля.



Нажмите на кнопку **Добавить подписку**. Затем настройте подписку:

1. Канал — **Push канал**;
2. Провайдер — если браузер подписки неизвестен, то можно импортировать подписки с провайдером Chrome Firebase;
3. Источник подписки — **firebase\_push\_token**.

**⚠ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ**

Для создания подписки необходимо название поля, где хранится id той подписки, которую вы импортируете. В нашем csv файле такое поле будет называться `firebase_push_token`.

Настройки подписок

| Ресурс для подписки   | Канал      | Статус подписки | Провайдер       | ✕ |
|---|------------|-----------------|-----------------|---|
| 8 - Ресурс для рассылки Rich push уведомлений <span>Push</span> | Push канал | Подписан        | Chrome Firebase |   |

Источник подписки

|                     |                  |
|---------------------|------------------|
| firebase_push_token | edca:dffdsf-as.. |
|---------------------|------------------|

Добавить подписку

Теперь необходимо настроить **соответствие колонок**:

- **SubscriptionID** — `firebase_push_token`;
- **Provider** — поле идентификатора провайдера Altcraft.

**💡 ПОДСКАЗКА**

Если в csv файле отсутствует поле идентификатора провайдера Altcraft, то укажите то же поле, что и в SubscriptionID. Таким образом для каждой подписки будет создан новый подписчик.

**⚠ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ**

В поле **Пропустить строк** укажите значение **"1"**, если в файле есть заголовки. В противном случае, при импорте будут захватываться заголовки.

Соответствие колонок

Найдено совпадений с полями базы данных: 0. Колонок в файле, кроме совпавших: 5.

| Колонка в базе данных | Колонка источника   |                            |   |
|-----------------------|---------------------|----------------------------|---|
| SubscriptionID        | firebase_push_token | edca:dfdfs-as..            | <input type="checkbox"/> Игнорировать пустые <span>✕</span> |
| Provider              | endtp               | https:&#x2F;&#x2F;fireba.. | <input type="checkbox"/> Игнорировать пустые <span>✕</span> |

Добавить колонку    Автоподбор колонок

Пропустить строк:

1

После того, как вы нажмете кнопку **Импортировать** в правом верхнем углу экрана, начнется процесс импорта новых профилей в Базу данных.

Как только профили будут успешно импортированы, вы можете посмотреть их в выбранной вами Базе профилей. Открыв вкладку **Подписки**, вы увидите новую подписку профиля на push уведомления и информацию о ней.

История    Взаимодействия    **Подписки**

**Подписка на ресурс #8 Ресурс для рассылки..**

Push ✕

**Идентификатор подписки:**

**Статус:**

**Push провайдер:**

**Приоритет:**

**Информация о подписке**  
Дата: 2021-03-22T15:53:15.166Z

 ПОДСКАЗКА

Если вы хотите осуществить миграцию с сервиса OneSignal, изучите эту статью: [Миграция с OneSignal](#).

# Как перенести push подписки, настроенные для Safari

## ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Если вы хотите перенести push подписки, которые настроены для браузера Safari, вам необходимо иметь расширение **Developer в Apple аккаунте**. Кроме того, перенос возможен только в случае, если они создавались с сертификатом и ключом из этого аккаунта.

## Шаг 1. Настройка ресурса

О настройке ресурса для Web push уведомлений читайте в разделе [Web push: настройка и подключение](#).

## Шаг 2. Создание csv файла с подписками

Выгрузите идентификаторы Safari подписок из внешнего сервиса в формате **csv** файла.

## Шаг 3. Импорт профилей

Теперь вы можете импортировать профили в **Базы профилей** из csv файла, при этом **создавая подписку** на нужный провайдер.

Кроме того, у вас есть возможность выполнить **обновление базы** с созданием подписки на этот же провайдер.

## ПОДСКАЗКА

Идентификатор провайдера позволяет узнать, к какому именно браузеру относится подписка и через какой сервис она создавалась.

**⚠ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ**

Обратите внимание, в данном случае это обязательно должен быть один из Firebase провайдеров.

Итак, создайте или выберите подходящую базу и в выпадающем списке кликните **Импорт профилей клиентов**.

The screenshot shows a list of databases. The first one is 'Test database' with details: Created: 2021-03-10 14:26:01, Updated: 2021-03-22 11:52:08, Author: Polina Zak, ID: 6, Subscribers: 5, Not confirmed: 0, Suspended: 0, Hardbounced: 0, Complaints: 0, Forwarded: 0. The second is 'New cosmic database' with details: Created: 2021-03-05 15:31:19, Updated: 2021-03-17 13:12:59, Author: Polina Zak, ID: 4, Subscribers: 8 443, Not confirmed: 0, Suspended: 0, Hardbounced: 0, Complaints: 0. A dropdown menu is open over the 'Test database' entry, showing options: Редактировать, Импорт профилей клиентов, Скопировать профили, Обновить профили, Экспортировать, Просмотр, Клонировать, Установить группу, Удалить.

Выберите способ импорта - **Файл**. Загрузите необходимый csv файл с подписками.

The screenshot shows the 'Импорт в: Test database #6' screen. At the top, there is a link 'сменить базу данных'. Below are five import methods: 'Вручную', 'Буфер', 'Файл', 'Через API', and 'Расписание'. The 'Файл' option is highlighted with a red border.

Кликните **Режим поиска подписки** и в выпадающем списке выберите **Поиск по пуш подписке**.

**⚠ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ**

Если в вашем csv файле есть какие-то данные, которые можно использовать, чтобы настроить соответствия между профилями ("смастчить пользователей"), то при импорте выберите соответствующий режим поиска профиля.

out.csv

Режим поиска профиля

- Поиск по пуш подписке
- По email адресу из подписок
- По телефону из полей подписок
- Поиск по пуш подписке**
- Поиск профиля по подписке на кастомный канал
- По email адресу или телефону из профиля
- По email адресу или телефону из подписок

Провайдер

Chrome Firebase

Нажмите на кнопку **Добавить подписку**. Затем настройте подписку:

- Канал — **Push канал**;
- Провайдер — **Apple Safari**;
- Источник подписки — здесь необходимо указать поле идентификатора подписки из файла.

Режим поиска профиля

Поиск по пуш подписке

Настройки подписок

| Ресурс для подписки                                       | Канал      | Статус подписки | Провайдер    |
|---|------------|-----------------|--------------|
| 8 - Ресурс для рассылки Rich push уведомлений <b>Push</b> | Push канал | Подписан        | Apple Safari |

Источник подписки

id 554286f9-2719-...

Теперь необходимо настроить **соответствие колонок**:

- **SubscriptionID**: поле идентификатора подписки из файла;
- **Provider**: поле идентификатора провайдера Altcraft;

#### 💡 ПОДСКАЗКА

Если в csv файле отсутствует поле идентификатора провайдера Altcraft, то укажите то же поле, что и в SubscriptionID. Таким образом для каждой подписки будет создан новый подписчик.

**⚠ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ**

В поле "**Пропустить строк**" укажите значение "**1**" если в файле присутствуют заголовки.

Соответствие колонок

Найдено совпадений с полями базы данных: 1. Колонок в файле, кроме совпавших: 18.

| Колонка в базе данных | Колонка источника |  |
|-----------------------|-------------------|--|
| SubscriptionID        | id                | 554286f9-2719-... <input type="checkbox"/> Игнорировать пустые ✕           |
| Provider              | identifier        | https:&#x2F;&#x2F;fcm.go... <input type="checkbox"/> Игнорировать пустые ✕ |

Добавить колонку   Автоподбор колонок

Пропустить строк:

1

После того, как вы нажмете кнопку **Импортировать** в правом верхнем углу экрана, начнется процесс импорта новых профилей в Базу данных.

Как только профили будут успешно импортированы, вы можете посмотреть их в выбранной вами Базе профилей. Открыв вкладку **Подписки**, вы увидите новую подписку профиля на push уведомления и информацию о ней.

История

Взаимодействия

**Подписки**



Канал



Ресурс



Статус профиля

### Подписка на ресурс #8 [Ресурс для рассылки..](#)

Push ✕

Идентификатор подписки:

e2853901-52c1-4b20-84fa-b7f20b0cf3c0

Статус:

Подписан

Push провайдер:

Apple Safari

Приоритет:

0



**Информация о подписке**

Дата: 2021-03-22T18:15:46.913Z

# Миграция с OneSignal

## Шаг 1. Получение VAPID ключей с сервиса OneSignal

### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Пропустите этот шаг, если вы переносите подписки, настроенные для браузера Safari.

Запросите ключи у технической поддержки сервиса OneSignal. Необходимо как приватный, так и публичный ключи: **private key**, **public key**.

### ПОДСКАЗКА

Обратите внимание, что **VAPID keys** и **Application Server keys**— это одно и то же.

## Шаг 2. Импорт в Firebase проект VAPID ключей

### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Пропустите этот шаг, если вы переносите подписки, настроенные для браузера Safari.

Зайдите в настройки проекта в Firebase и перейдите на вкладку **Cloud Messaging**. Внизу страницы вы увидите раздел **Web Configuration**. Здесь вы можете сгенерировать ключи самостоятельно, но нам это не нужно, поскольку вы уже получили VAPID ключи у своего сервиса. Кликните "**import an existing key pair**" в самом низу раздела.

## Project settings

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

Project credentials

[Add server key](#)

| Key          | Token  |
|--------------|--|
| Server key   | AAAAO7w0SVM:APA91bGfK2RsrUnFHh-0c_PFa1ILnWt9i39lhaG7iRkQsB9n3vSW-6imABUdp_zirRvll7ovQwW96u0YZPIYIGJq4_zPQIwnPbhMNM6kbBpxMamEd4zZXHPPdNY8LGRxJT1QD84huARM |
| Sender ID    |  |
| 256560613715 |  |

iOS app configuration

Web configuration

**Web Push certificates**

Web Push certificates

Firebase Cloud Messaging can use Application Identity key pairs to connect with external push services. [Learn more](#)

| Key pair   | Date added |
|--|------------|
| <a href="#">Generate key pair</a>                        |            |
| You can also <a href="#">import an existing key pair</a> |            |

В появившемся окне введите **Public key** и **Private key**, которые ранее предоставил вам OneSignal.

### Import a key pair ✕

Import a web-safe base64 encoded key pair. [Learn more](#)

Public key

Private key

[Cancel](#) [Import](#)

## Шаг 3. Настройка ресурса

О настройке ресурса для Web push уведомлений читайте в разделе [Web push: настройка и подключение](#).

### ПОДСКАЗКА

Обратите внимание, что настройка ресурса отличаются у разных браузеров.

## Шаг 4. Экспорт подписок

Экспорт подписок предполагает создание CSV файла, который будет содержать все ваши текущие данные о пользователях.

Используйте утилиту **Curl**, чтобы сделать **POST запрос**. Запрос сгенерирует **URL**, по которому вы сможете **скачать** сжатый **CSV файл (.csv .gz)**.

### ПОДСКАЗКА

Создание файла может занять несколько минут в зависимости от количества ваших пользователей.

Вы можете проверить, завершен ли процесс создания файла, отправив GET-запрос, в котором в качестве параметра будет передано значение `csv_file_url`.

Если файл еще не готов, будет возвращена ошибка 403. В противном случае будет возвращен сам файл.

Ниже приведен пример запроса, который можно запустить в терминале.

### Пример запроса

```
curl -X POST -H "Authorization: Basic YOUR_REST_API_KEY" -H "Content-Type: application/json" -d '{
  "extra_fields": ["web_auth", "web_p256"],
  "last_active_since": "1469392779", "segment_name": "Active Users"
}'
```

```
}' "https://onesignal.com/api/v1/players/csv_export?
app_id=YOUR_APP_ID"
```

Здесь необходимо указать ваши **REST\_API\_Key** и **APP\_ID**. Эти данные вы можете найти на сервисе OneSignal. Зайдите в **Settings** и перейдите на вкладку **Keys & IDs**.

ONESIGNAL APP ID

1 ec5ad513-5918-4f80-bc88-1314ccb2a981

REST API KEY

2 OGI4ODQwZjYtOGI0My00ODVklWFJZmQtY2EwYzgzMTUyMjc1

**REST API KEY SECUR**

Important: Treat your RE keep it private!

- Do not put it in you
- Do not share it on g

The REST API key is sole

В теле запроса необходимо передать следующие параметры:

| Поле                | Значение  |
|---------------------|---|
| "extra_fields"      | Дополнительные поля, которые вам необходимы.<br>На данный момент доступны: <i>location, country, rooted, notification_types, ip, external_user_id, web_auth, web_p256</i> .<br>В нашем случае обязательно надо указать <b>web_auth</b> и <b>web_p256</b> .  |
| "last_active_since" | Экспортировать все устройства, у которых значение поля <i>last_active</i> больше указанной временной отметки timestamp.   |
| "segment_name"      | Экспортировать все устройства, которые относят к указанному сегменту.<br>Вы можете использовать это поле, чтобы экспортировать только интересующие вас сегменты.<br>Подробнее о сегментах в OneSignal:<br><a href="https://documentation.onesignal.com/docs/segmentation">https://documentation.onesignal.com/docs/segmentation</a> . |

#### ПОДСКАЗКА

Более подробную информацию об экспорте подписок с сервиса OneSignal вы можете получить здесь:

<https://documentation.onesignal.com/reference/csv-export>.

## Шаг 5. Передача csv файла с полями администратору или службе поддержки Altcraft

#### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Пропустите этот шаг, если вы переносите подписки, настроенные для браузера Safari.

Если платформа Altcraft установлена в контур вашей компании, то передайте созданный csv файл с подписками администратору платформы.

Если платформа установлена на облаке, то передайте csv файл в службу поддержки Altcraft.

## Шаг 6. Получение обработанного csv файла у администратора

#### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Пропустите этот шаг, если вы переносите подписки, настроенные для браузера Safari.

## Шаг 7. Импорт профилей

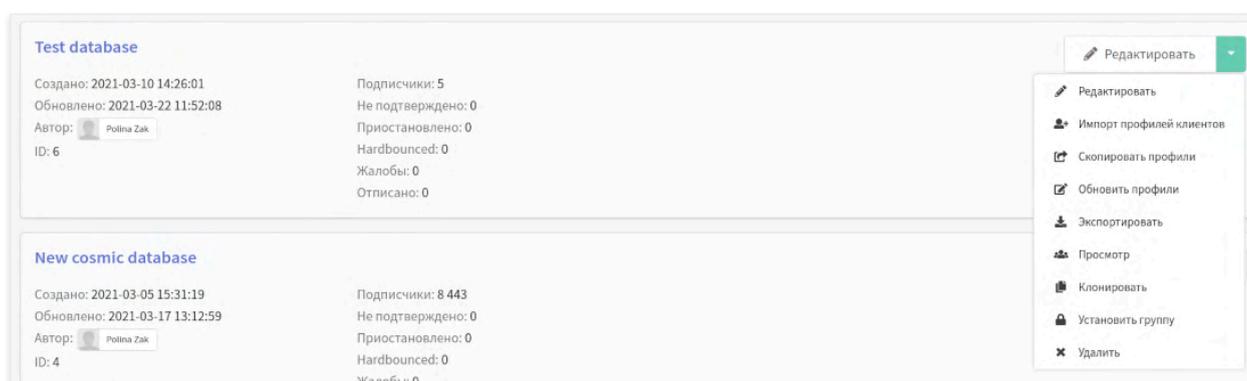
Теперь вы можете импортировать профили в **Базы профилей** из csv файла, при этом **создавая подписку** на нужный провайдер.

Кроме того, у вас есть возможность выполнить **обновление базы** с созданием подписки на этот же провайдер. Обратите внимание, в данном случае это обязательно должен быть один из Firebase провайдеров.

#### 💡 ПОДСКАЗКА

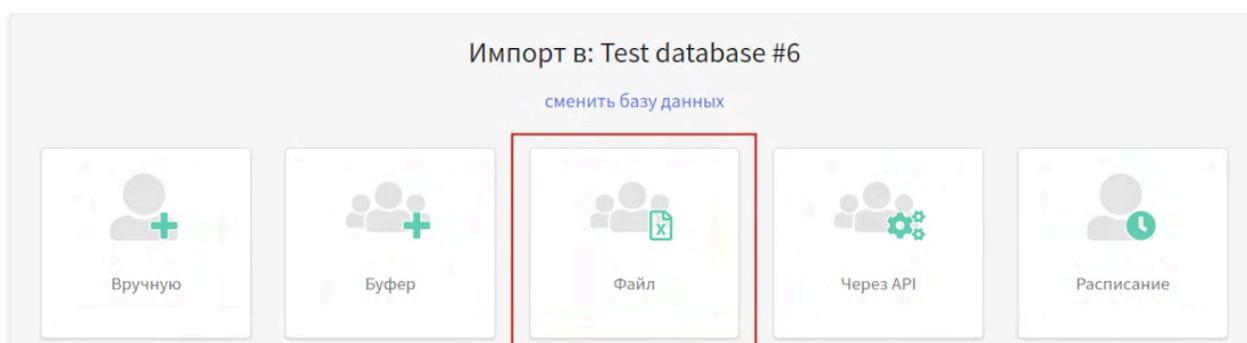
Идентификатор провайдера позволяет узнать, к какому именно браузеру относится подписка и через какой сервис она создавалась. Примеры провайдеров: Chrome Firebase, Apple Safari, Mozilla Firefox.

Итак, создайте или выберите подходящую базу и в выпадающем списке кликните **Импорт профилей клиентов**.



| Database Name       | Created             | Updated             | Author     | ID | Subscribers | Not confirmed | Paused | Hardbounced | Complaints | Unsubscribed |
|---------------------|---------------------|---------------------|------------|----|-------------|---------------|--------|-------------|------------|--------------|
| Test database       | 2021-03-10 14:26:01 | 2021-03-22 11:52:08 | Polina Zak | 6  | 5           | 0             | 0      | 0           | 0          | 0            |
| New cosmic database | 2021-03-05 15:31:19 | 2021-03-17 13:12:59 | Polina Zak | 4  | 8 443       | 0             | 0      | 0           | 0          | 0            |

Выберите способ импорта — **Файл**. Загрузите необходимый csv файл с подписками.



Импорт в: Test database #6

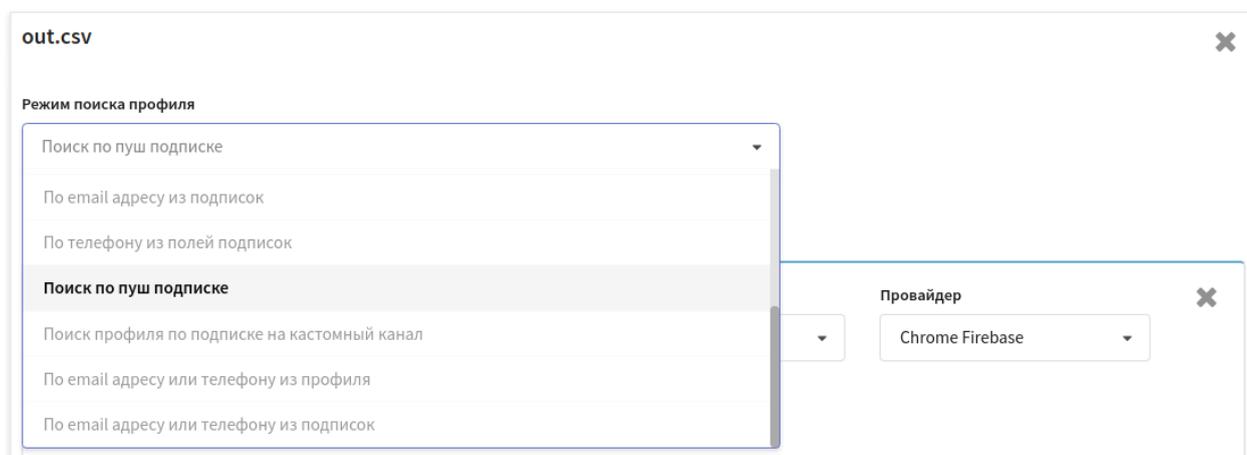
сменить базу данных

- Вручную
- Буфер
- Файл**
- Через API
- Расписание

Кликните **Режим поиска подписки** и в выпадающем списке выберите **Поиск по пуш подписке**.

**⚠ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ**

Если в вашем csv файле есть какие-то данные, которые можно использовать, чтобы настроить соответствия между профилями ("смастчить пользователей"), то при импорте выберите соответствующий режим поиска профиля.



Нажмите на кнопку **Добавить подписку**. Затем настройте подписку:

- **Канал** — **Push канал**;
- **Провайдер** — браузер, через который осуществлена подписка. Если пользователь подписался через браузер **Safari**, то укажите **Apple Safari**. Если браузер подписки неизвестен, то можно импортировать подписки с провайдером **Chrome Firebase**.
- **Источник подписки** — поле идентификатора подписки из csv файла. Если пользователь подписался через браузер **Safari**, то вам необходимо определить данное поле самостоятельно. Для других браузеров здесь необходимо указать **firebase\_push\_token**.

**⚠ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ**

Для создания подписки необходимо название поля, где хранится id той подписки, которую вы импортируете. В нашем csv файле такое поле будет называться **firebase\_push\_token**.

Настройки подписок

Ресурс для подписки

Канал

Статус подписки

Провайдер ✕

8 - Ресурс для рассылки Rich push уведомлений Push

Push канал

Подписан

Chrome Firebase

Источники подписки

firebase\_push\_token

edca:dffdsf-as..

Добавить подписку

Теперь необходимо настроить соответствие колонок:

| Поле                  | Для браузеров Safari   | Для остальных браузеров |
|-----------------------|--|-------------------------|
| <b>SubscriptionID</b> | Поле идентификатора подписки из csv файла  | firebase_push_token     |
| <b>Provider</b>       | Если в csv файле отсутствует поле идентификатора провайдера Altcraft, то укажите то же поле, что и в SubscriptionID. Таким образом для каждой подписки будет создан новый подписчик. |                         |

### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

В поле **Пропустить строк** укажите значение "1". В противном случае, при импорте будут захватываться заголовки.

Соответствие колонок

Найдено совпадений с полями базы данных: 0. Колонок в файле, кроме совпавших: 5.

Колонка в базе данных

Колонка источника

SubscriptionID

firebase\_push\_token edca:dffdsf-as..

Игнорировать пустые ✕

Provider

endtp https:&#x2F;&#x2F;fireba..

Игнорировать пустые ✕

Добавить колонку
Автоподбор колонок

Пропустить строк:

1

После того, как вы нажмете кнопку **Импортировать** в правом верхнем углу экрана, начнется процесс импорта новых профилей в Базу данных.

Как только профили будут успешно импортированы, вы можете посмотреть их в выбранной вами Базе профилей. Открыв вкладку **Подписки**, вы увидите новую подписку профиля на push уведомления и информацию о ней.

История    Взаимодействия    **Подписки**

Канал    Ресурс    Статус профиля

**Подписка на ресурс #8 Ресурс для рассылки..**

Push ✕

**Идентификатор подписки:**  
edca:dffdsf-asdsds-fdgfggf-jhjhhj

**Статус:**  
Подписан

**Push провайдер:**  
Chrome Firebase

**Приоритет:**  
0

**Информация о подписке**  
Дата: 2021-03-22T15:53:15.166Z

Добавить подписку

# Mobile push: настройка и подключение

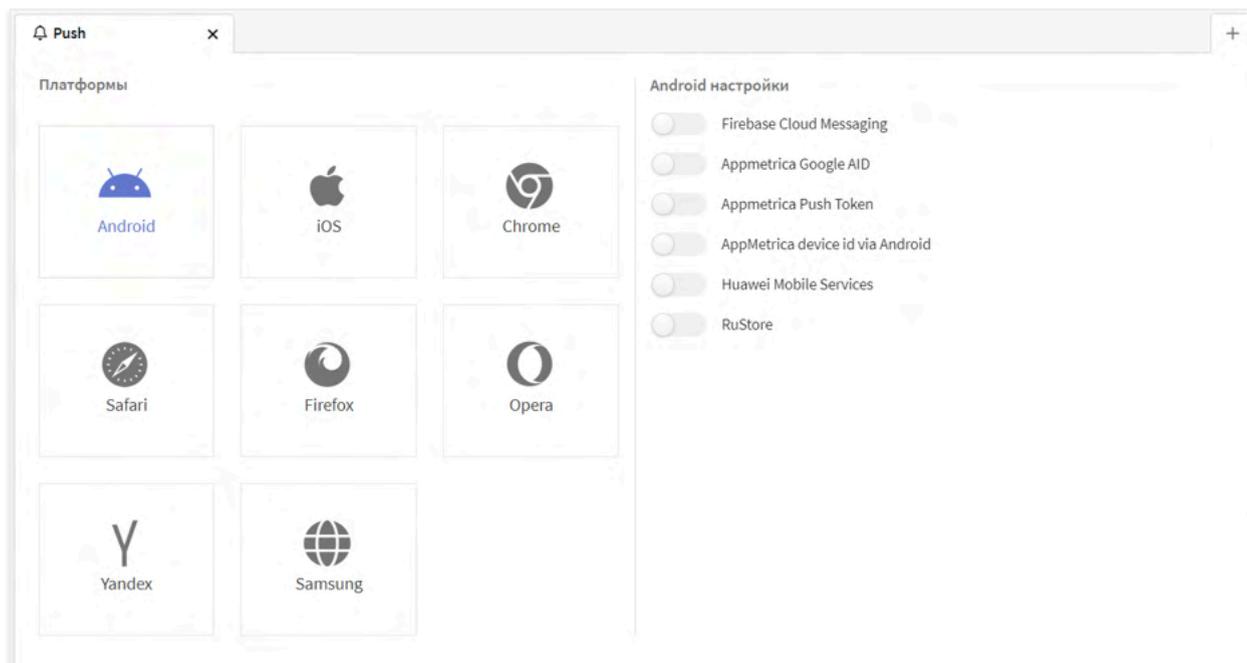
## ПОДСКАЗКА

Настройка [браузерных Push-уведомлений](#) описана в соответствующей статье.

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 5 вариантов 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
- **Huawei Mobile Services** — для Android и iOS приложений
- **RuStore** — только для Android приложений



#### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

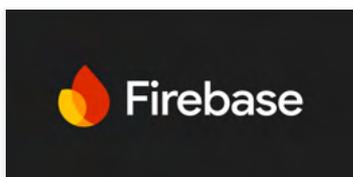
**Yandex.AppMetrica** использует для отправки SDK Google Firebase. Для отправки уведомлений вам нужно будет установить его в приложение.

#### ПОДСКАЗКА

В Altcraft Marketing доступна [интеграция с Yandex.AppMetrica](#) для импорта профилей пользователей, регистрации их действий и связанной с ними ценности (стоимости).

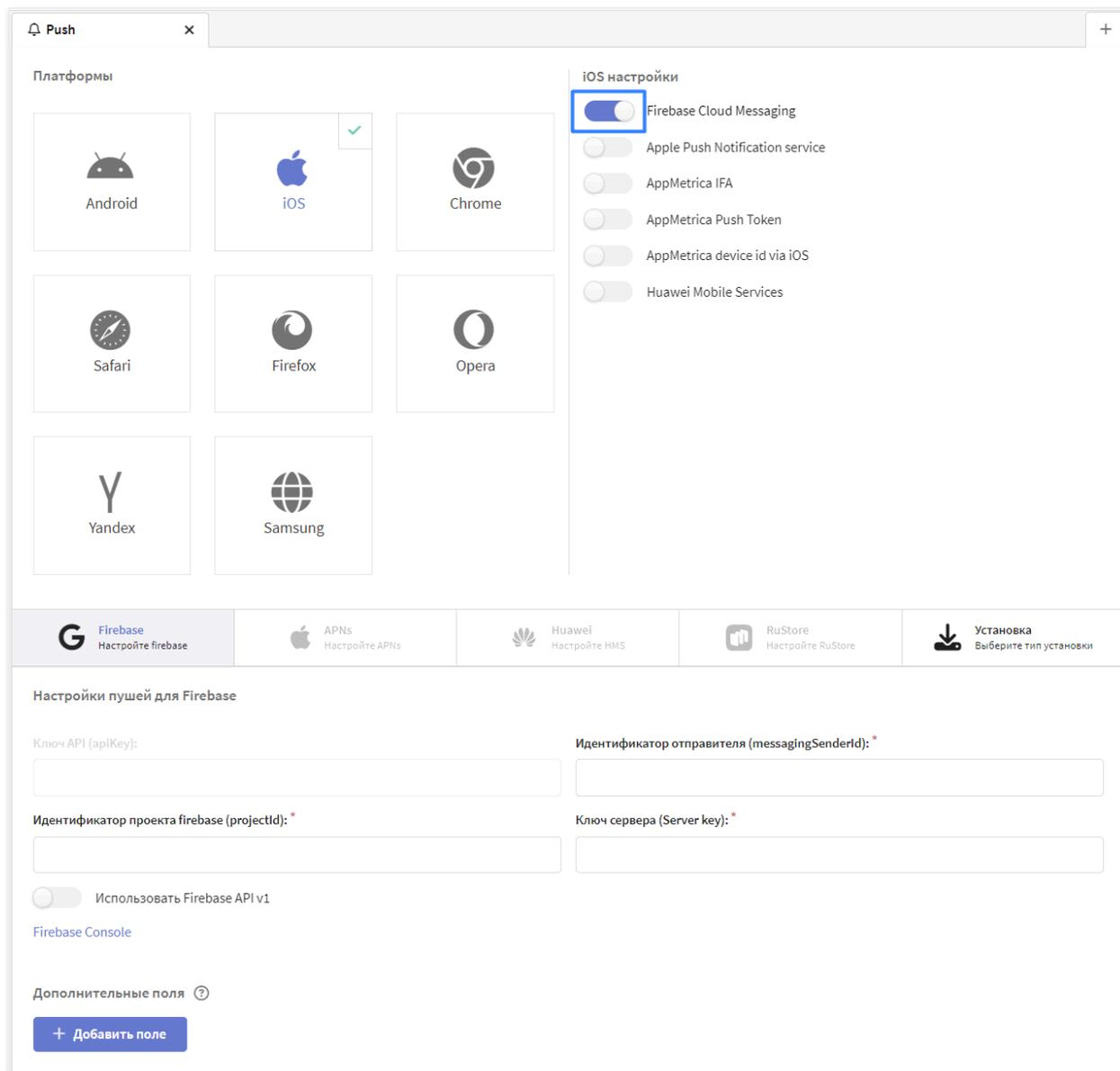
## Настройка App Push в мобильных приложениях Android & iOS

### Firebase Cloud messaging

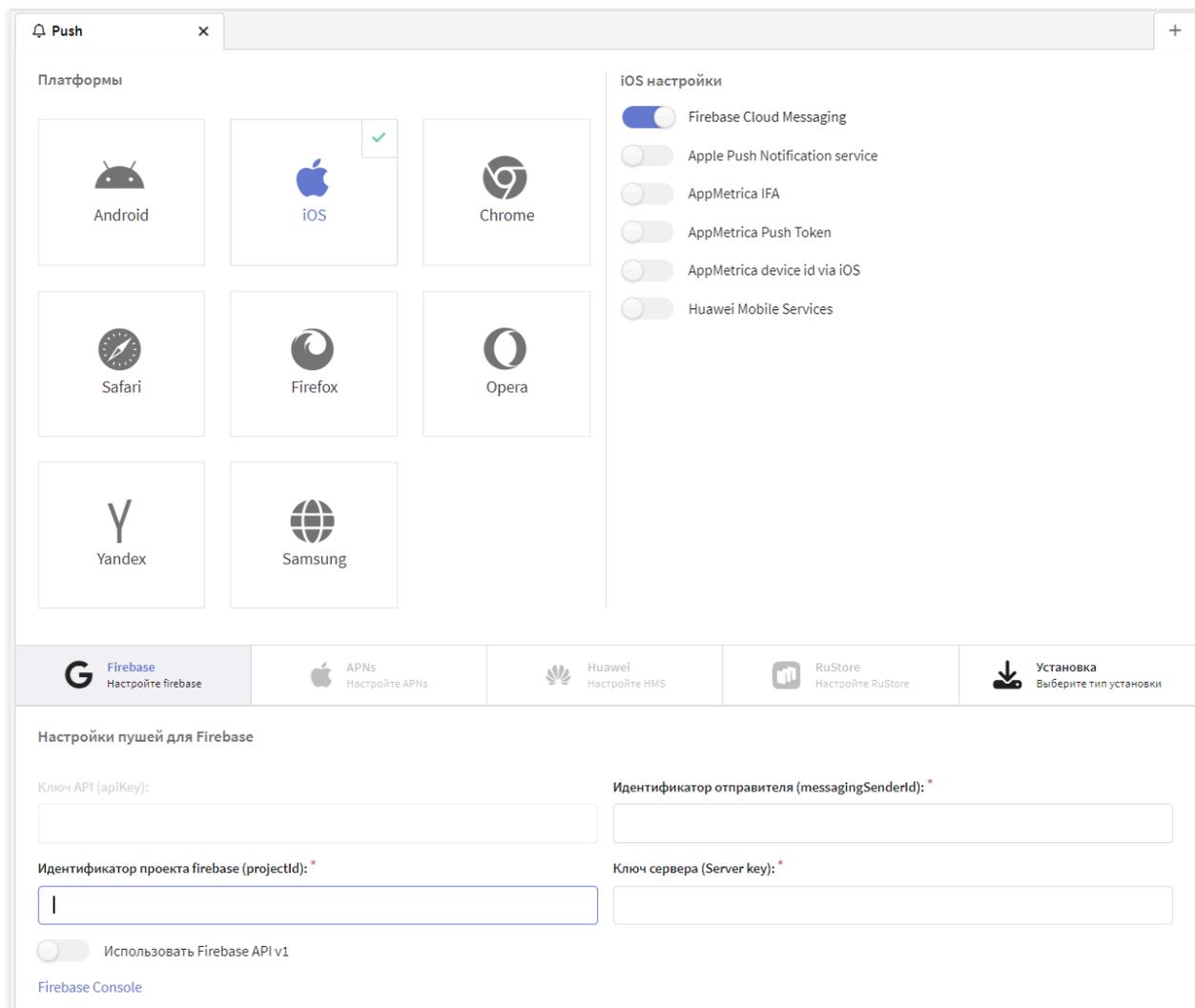


Для отправки Push мобильных приложений на устройства с Android и iOS с помощью платформы **Google Firebase** необходимо предварительно настроить проект в [Firebase Console](#).

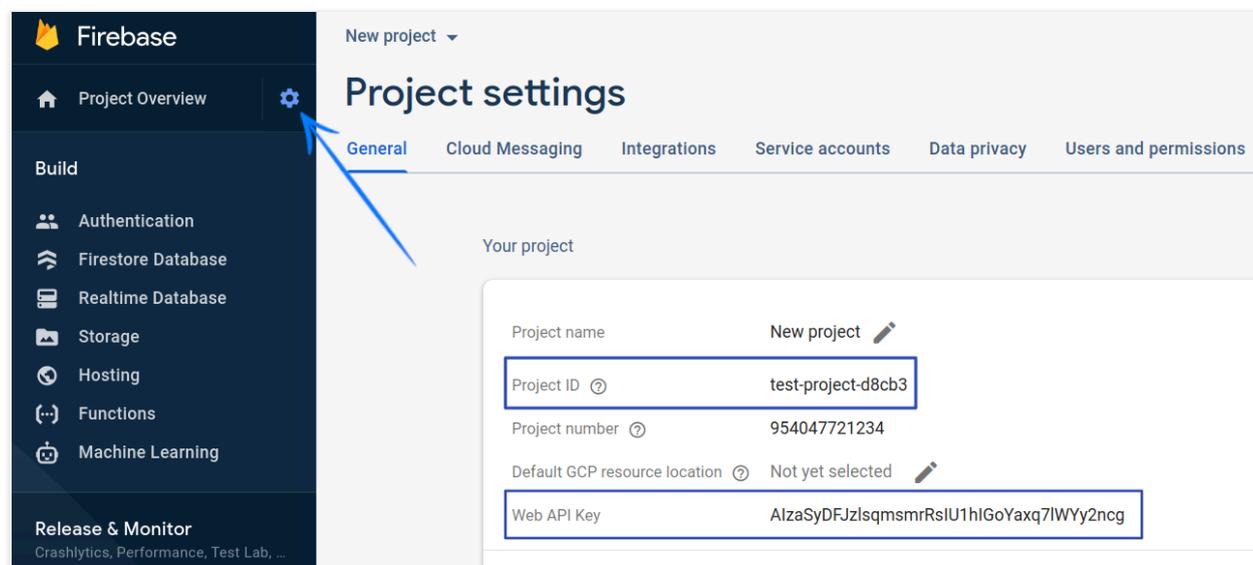
Создайте учётную запись в Google Firebase и зарегистрируйте свой сайт или приложение:



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

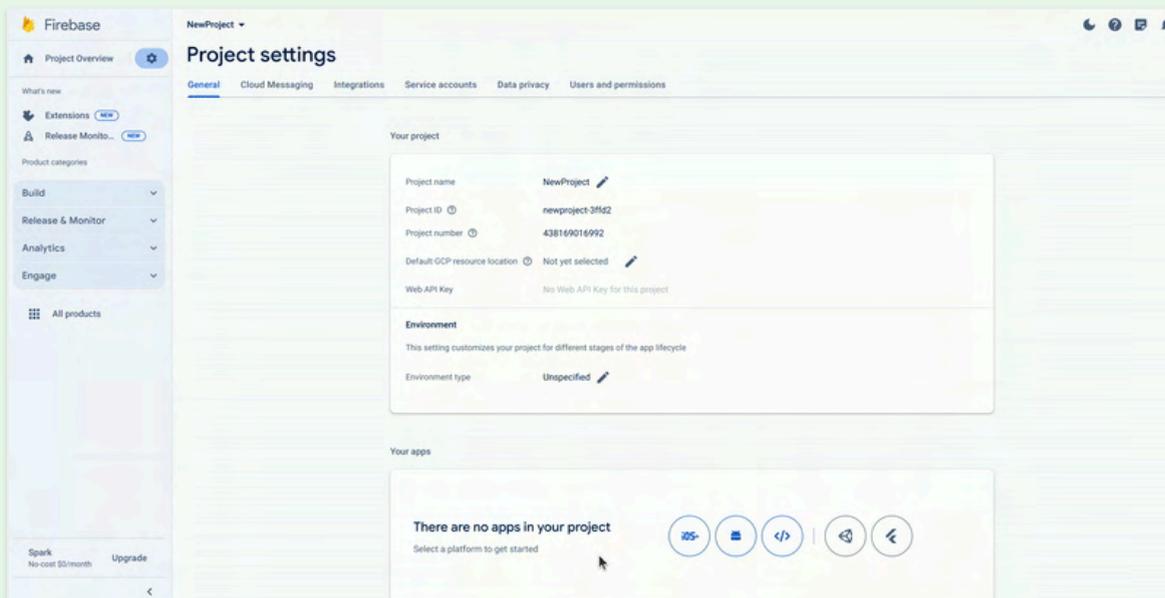


**Ключ API для веб-приложения (Web API Key) и Идентификатор проекта firebase (Project ID)** вы можете найти в настройках Firebase console в разделе общие (General):

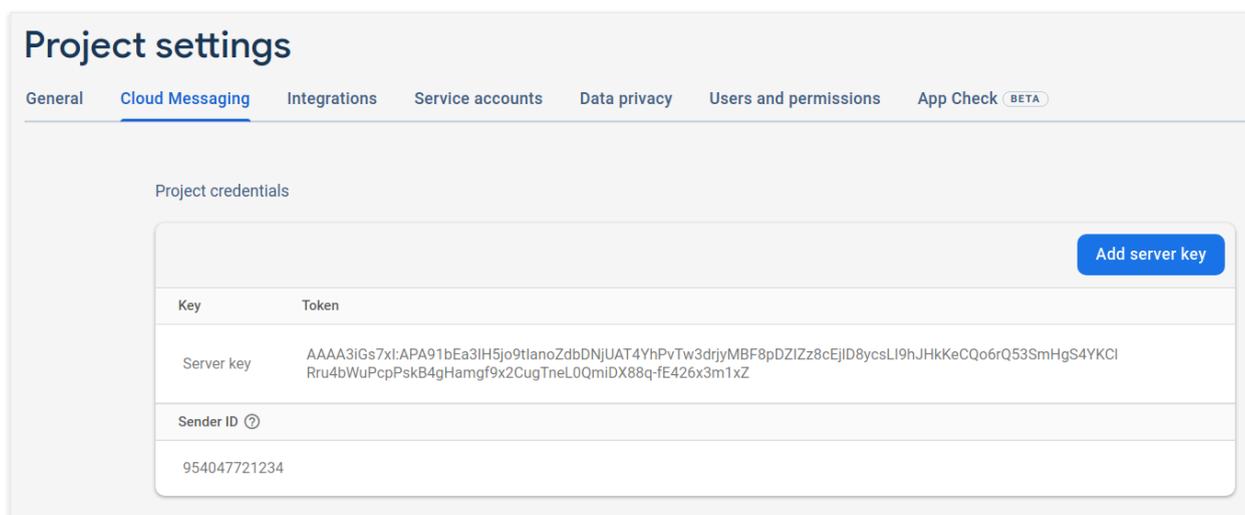


## 💡 WEB API KEY

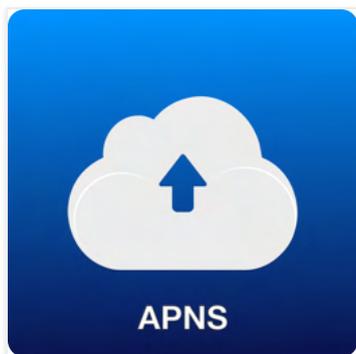
Если у вас не отображается Web API Key, перейдите в раздел **Build** и выберите пункт **Authentication** в выпадающем меню. Нажмите на кнопку **Get started**, которая появится на экране. Теперь вы можете вернуться в настройки, нажав на соответствующую иконку в меню слева.



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

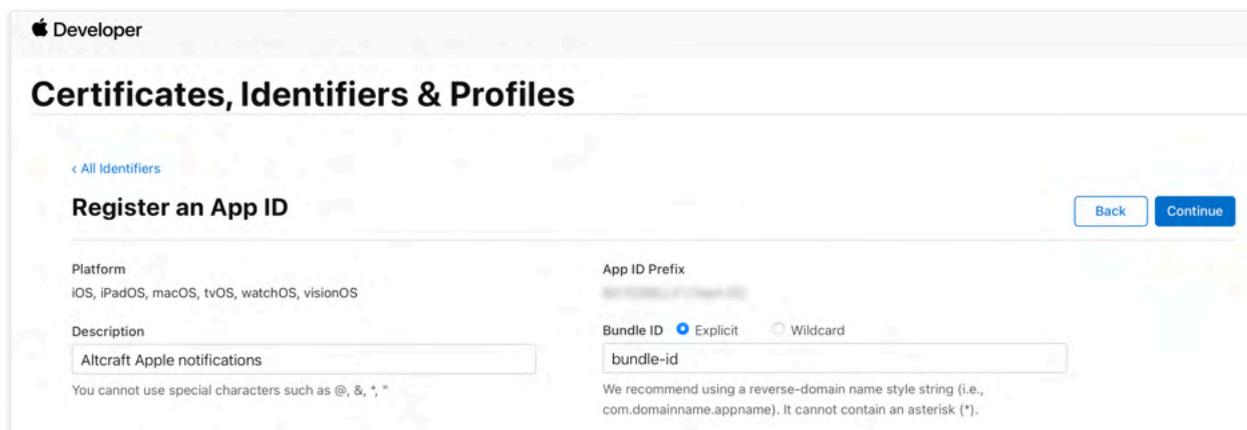


## Apple Push Notification service

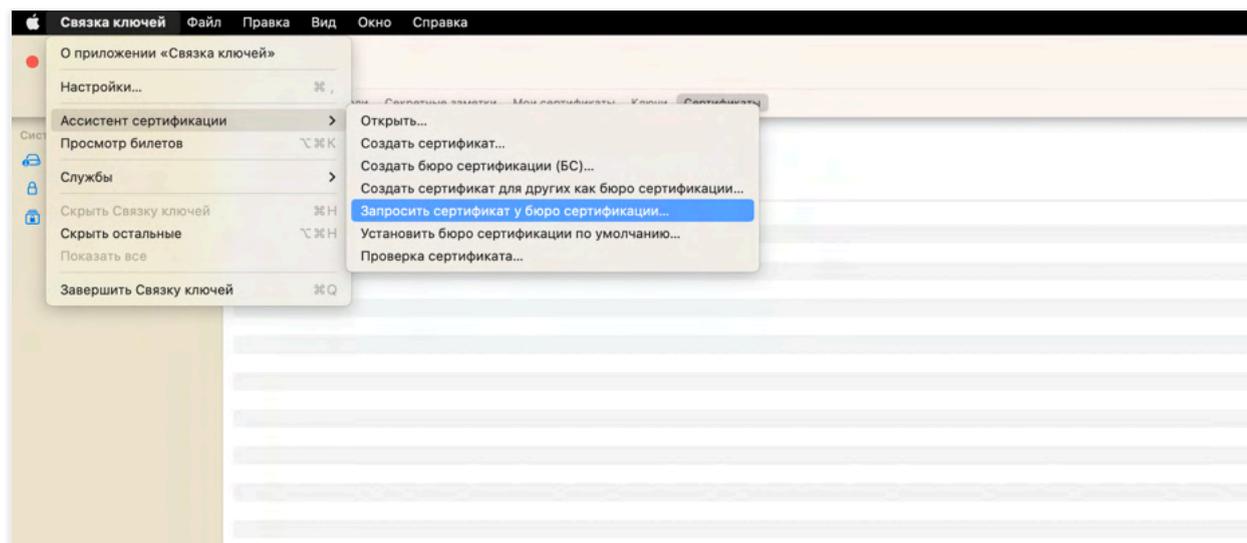


Apple Push Notification service позволяет отправлять push-уведомления мобильных приложений на устройства с iOS. Для настройки сервиса необходим аккаунт Apple Developer и устройство на macOS.

Перейдите на [сайт Apple Developer](#) в раздел "**Account**" — "**Certificates, Identifiers & Profiles**" — "**Identifiers**". Создайте новый идентификатор. Выберите опцию **App IDs**, затем **App**. Введите в поле **Description** название, укажите **Bundle ID** приложения в соответствующем поле, выберите опцию **Explicit**, затем в списке ниже выберите пункт **Push Notifications** и зарегистрируйте ID:



Откройте на устройстве приложение "**Связка ключей**". Перейдите в раздел "**Связки ключей по умолчанию**" — "**Вход**", в меню выберите "**Ассистент сертификации**" — "**Запросить сертификат у бюро сертификации**":



В открывшемся окне заполните необходимые поля и выберите пункт **"Сохранен на диске"**. Сохраните сертификат на устройстве:

Ассистент сертификации

### Информация о сертификате

Введите информацию о запрашиваемом сертификате. Чтобы запросить сертификат в БС, нажмите «Продолжить».

E-mail пользователя:

Общее имя:

Адрес e-mail БС:

Запрос:

- Отправлен в БС
- Сохранен на диске
- Указать информацию о паре ключей вручную

Продолжить

Вернитесь в раздел **"Certificates, Identifiers & Profiles"** — **"Certificates"** на сайте. Создайте новый сертификат. В списке Services выберите **Apple Push Notification service SSL (Sandbox & Production)**. В следующем пункте найдите ваше приложение в выпадающем списке **AppID**. Загрузите созданный ранее сертификат в соответствующее поле. Получившийся сертификат Apple сохраните на устройстве:

Apple Developer

## Certificates, Identifiers & Profiles

< All Certificates

**Download your certificate** [Download](#)

### Certificate Details

|                               |   |   |
|-------------------------------|---|---|
| Certificate Name<br>altcraft  | Certificate Type<br>Apple Push Services | Download your certificate to your Mac, then double click the .cer file to install in Keychain Access. Make sure to save a backup copy of your private and public keys somewhere secure. |
| Expiration Date<br>2025/08/11 | Created By                              |   |

Дважды нажмите на него, чтобы он появился в приложении "Связка ключей". Откройте его и выберите в параметрах использования сертификата опцию

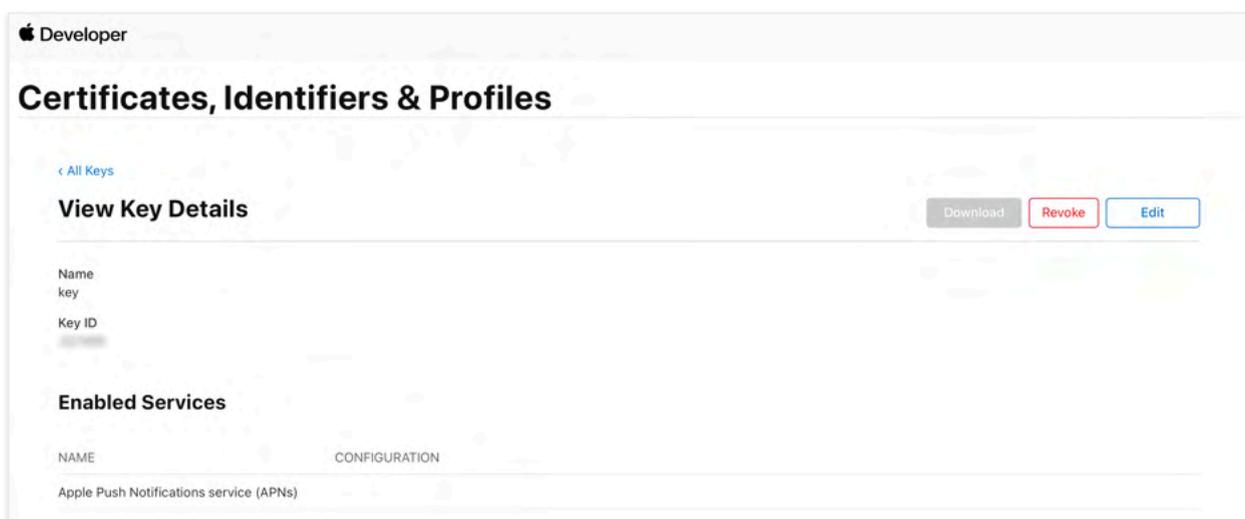
"Всегда доверять":



Дальнейшие действия зависят от того, какой тип аутентификации вы будете использовать: аутентификация с помощью **токена** или с помощью **сертификата**.

## Аутентификация с токеном

На сайте Apple Developer перейдите в раздел "**Certificates, Identifiers & Profiles**" — "**Keys**". Создайте новый ключ. Укажите название ключа и его тип — **APNs**, нажмите "**Continue**", затем "**Register**". Запишите **Key ID**, он будет необходим для конфигурации ресурса на платформе:

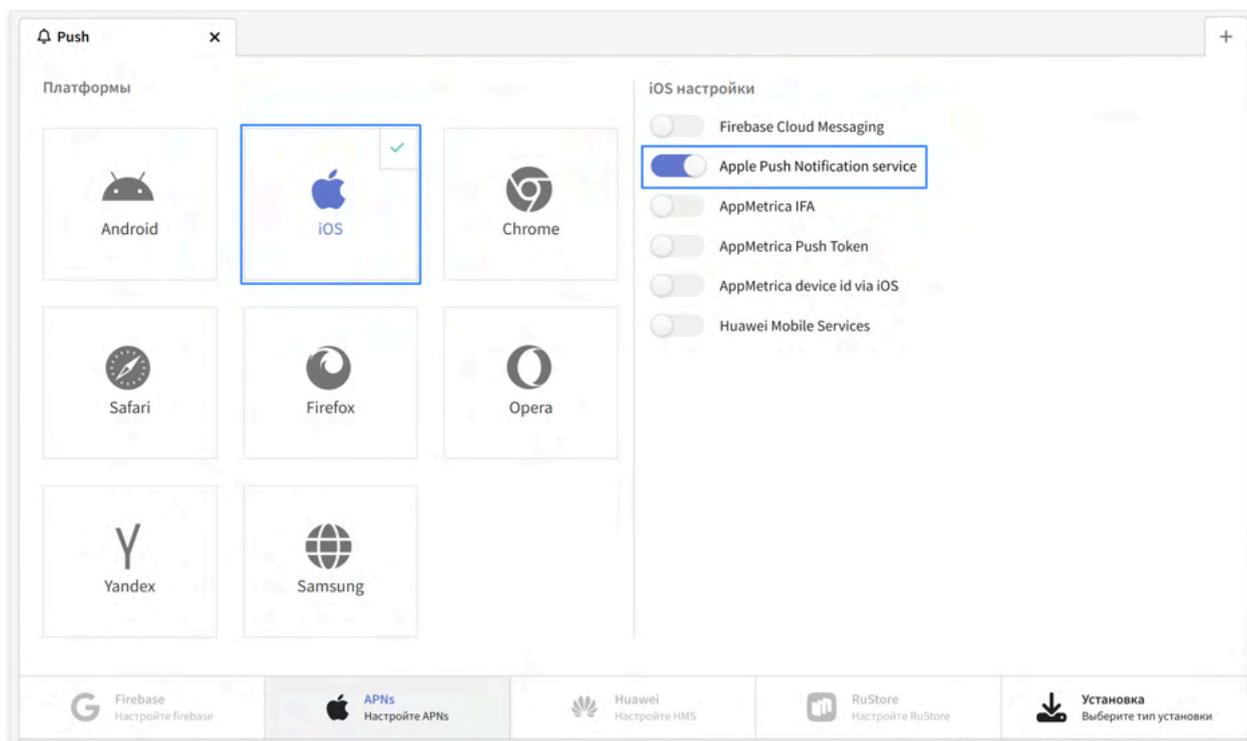


Скачайте ключ к себе на устройство. Его необходимо открыть с помощью любого текстового редактора. Внутри содержится **ключ подписи**. Его нужно будет указать в соответствующем поле при настройке ресурса.

### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

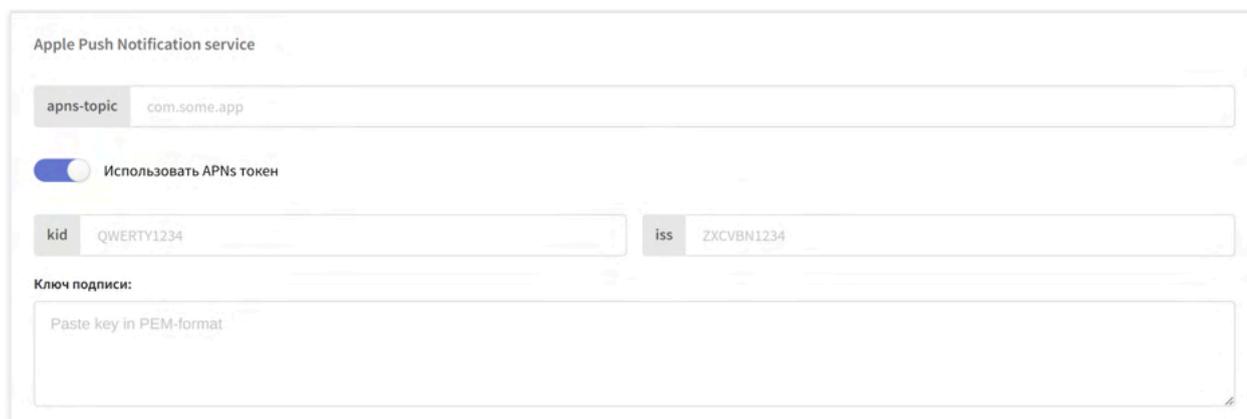
Ключ можно скачать лишь **один раз**. Если вы не можете его скачать сейчас, нажмите "**Done**" и вернитесь, когда такая возможность появится.

На платформе Altcraft создайте **ресурс** для push-канала, выберите платформу **iOS** и включите переключатель **Apple Push Notification service**:



Активируйте переключатель **"Использовать APNs токен"** в настройках ниже. Заполните следующие поля:

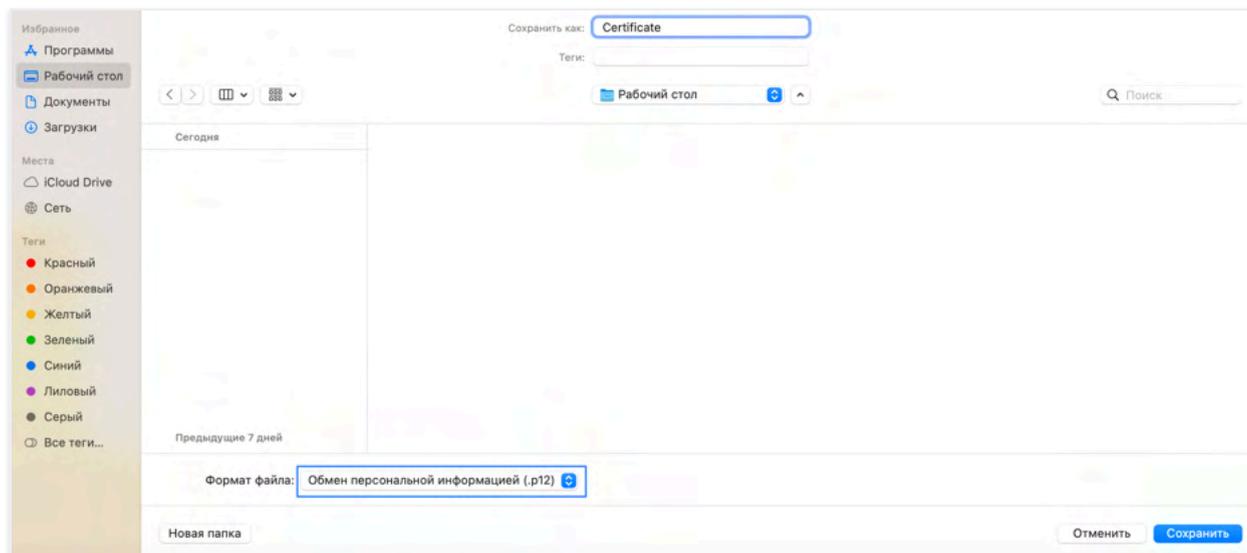
- **apns-topic** — Bundle ID приложения.
- **kid** — значение keyID ключа.
- **iss** — Team ID, обычно указан в аккаунте разработчика на сайте Apple Developer.
- **Ключ подписи** — содержимое файла-ключа, скачанного ранее.



Сохраните настроенный ресурс с помощью кнопок в верхней части страницы. Платформа готова к отправке уведомлений с помощью APNs.

## Аутентификация с сертификатом

В приложении "Связка ключей" нажмите правой кнопкой мыши на созданный сертификат и экспортируйте его. Выберите формат .p12. При необходимости установите для сертификата пароль:



Используя **терминал** перейдите в папку, в которую вы экспортировали сертификат. Создайте **pem-ключ** с помощью команды `openssl pkcs12 -in filename.p12 -out filename.key.pem -nocerts -nodes`, где `filename.p12` — имя экспортированного файла, а `filename.key.pem` — название создаваемого pem-файла с ключом.

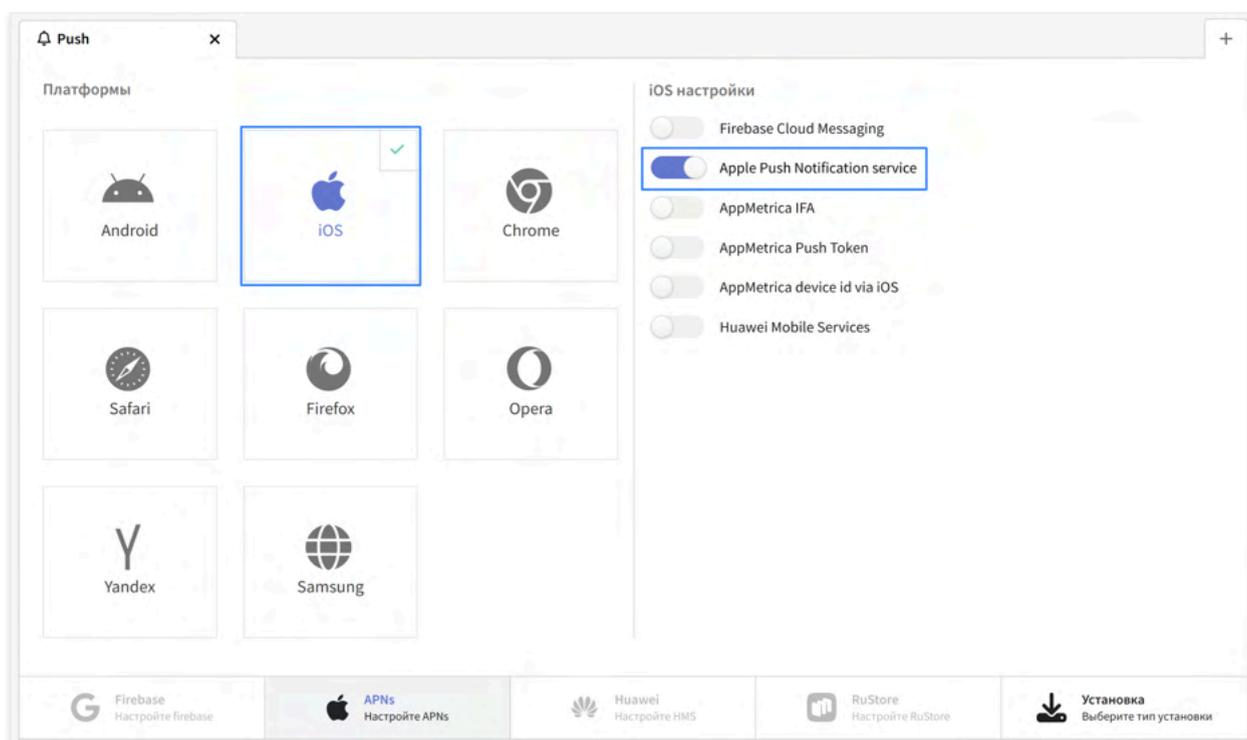
**Не закрывая терминал и не переходя в другие папки**, создайте **pem-сертификат** с помощью команды `openssl pkcs12 -in filename.p12 -out filename.crt.pem -clcerts -nokeys` по аналогии с командой выше (`filename.p12` — исходный файл, `filename.crt.pem` — конечный файл).

Откройте данные файлы с помощью **редактора nano** и скопируйте значение ключа и сертификата:

```
nano sert.key.pem — 177x52
UM PICO 5.09 File: sert.key.pem
Bag Attributes
  friendlyName:
  localKeyId:
Key Attributes: <No Attributes>
-----BEGIN PRIVATE KEY-----
[Large block of base64-encoded text]
-----END PRIVATE KEY-----

Get Help WriteOut Read File Prev Pg Cut Text Cur Pos
Exit      Justify  Where is  Next Pg  UnCut Text To Spell
```

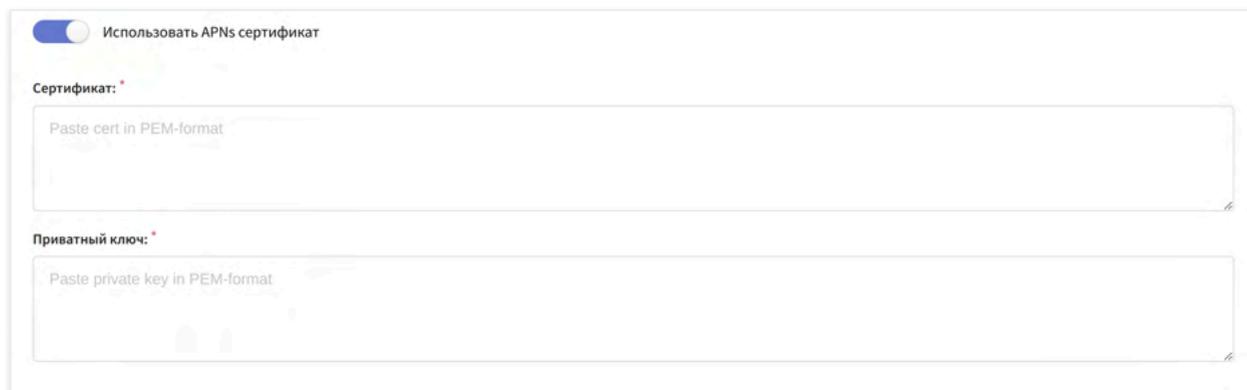
На платформе Altcraft создайте **ресурс** для push-канала, выберите платформу **iOS** и включите переключатель **Apple Push Notification service**:



Активируйте переключатель **"Использовать APNs сертификат"** в настройках ниже. Заполните следующие поля:

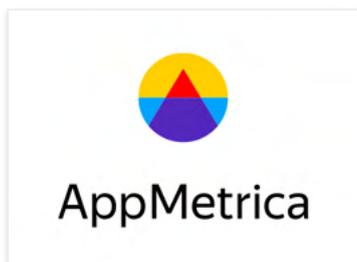
- **Сертификат** — значение созданного вами pem-сертификата.

- **Приватный ключ** — значение созданного вами pem-ключа.



Сохраните настроенный ресурс с помощью кнопок в верхней части страницы. Платформа готова к отправке уведомлений с помощью APNs.

## Yandex.AppMetrica push SDK

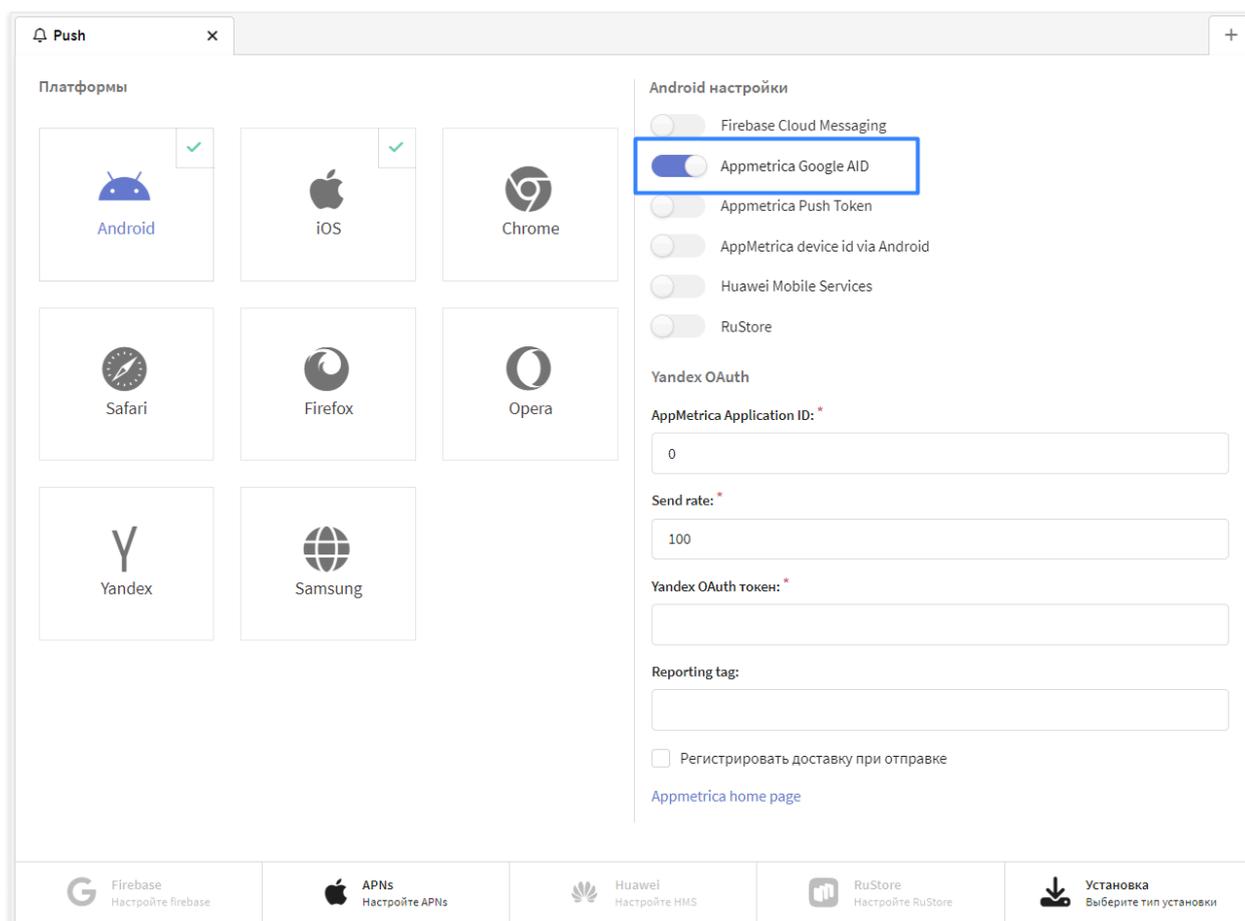


Аналитическая платформа Yandex.AppMetrica может использоваться для отправки пуш-уведомлений на **Android**, так и на **iOS** устройства. Для этого Push SDK метрики должен быть установлен в приложение. Ссылка на документацию по подключению SDK — [Документация Yandex AppMetrica](#).

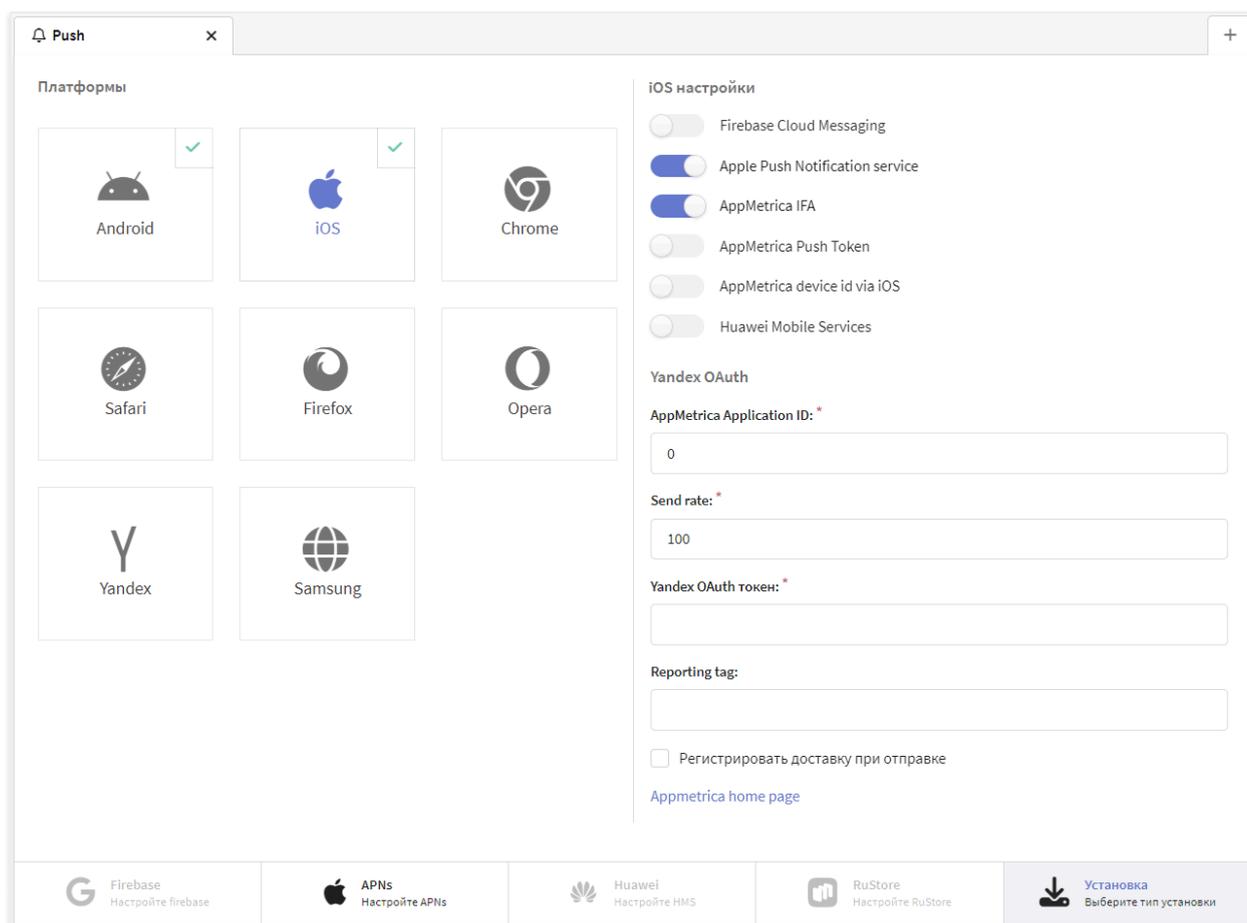
В качестве источника подписки может выступать один из следующих уникальных идентификаторов устройств:

- **AppMetrica device ID** — идентификатор устройства в AppMetrica (для обеих операционных систем).
- **iOS IFA** — рекламный идентификатор (только для Apple устройств).
- **Google AID** — рекламный 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:



- 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 тег, который будет использоваться в отчётах AppMetrica.

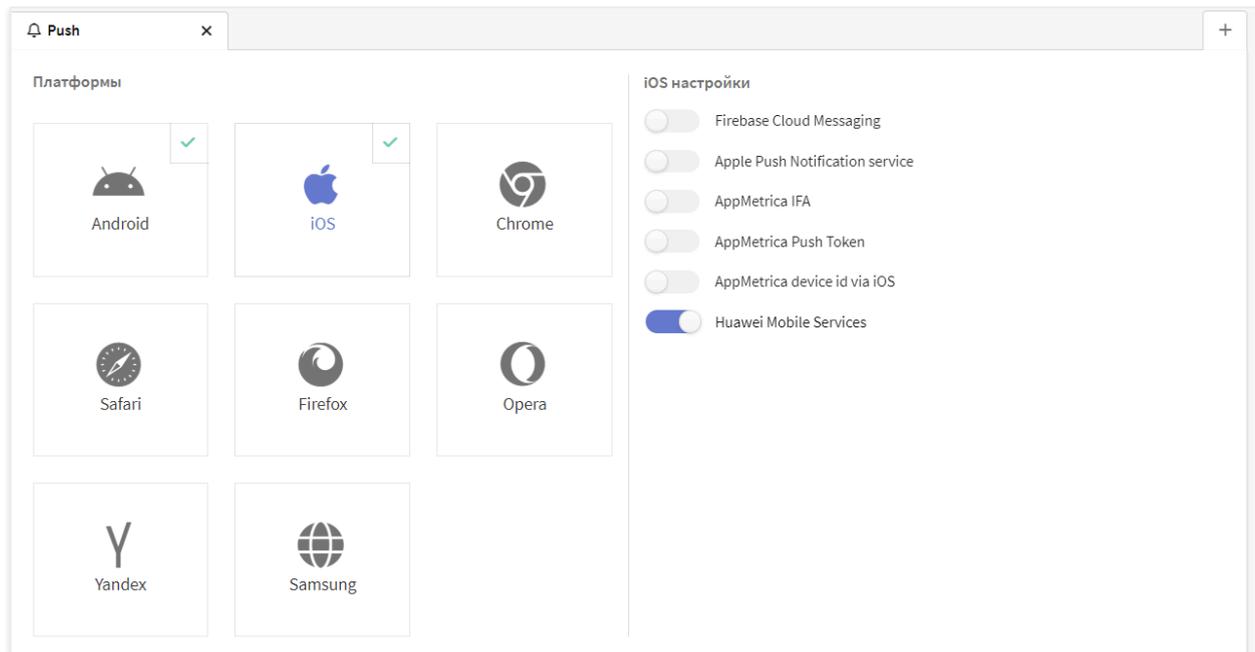


## Huawei Mobile Services



Huawei Mobile Services позволяет отправлять push-уведомления из приложений, поддерживаемых Huawei, на Android и iOS устройства.

Откройте настройки ресурса и активируйте **Huawei Mobile Services** для ваших **Android** и **iOS** приложений:



На панели внизу выберите **Huawei**:



Введите данные для настройки:

Идентификатор проекта, пароль и ID Android или iOS приложений вы можете найти в настройках своего проекта. Для этого в аккаунте разработчика Huawei откройте консоль и перейдите на страницу [AppGallery Connect](#) → **Мои проекты**. На панели сверху в выпадающем списке выберите приложение, для которого хотите настроить отправку push-уведомлений.

Используйте данные приложения:

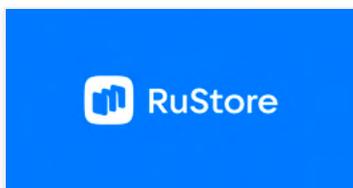
- **App ID = ID клиента = Идентификатор проекта**

- Секрет клиента = Пароль
- ID приложения = ID Android/iOS приложения

The screenshot shows the 'AppGallery Connect' interface. The left sidebar lists various services like 'Доходы', 'Рост', and 'Сборка'. The main content area is titled 'Настройки проекта' and includes sections for 'Данные разработчика', 'Информация о проекте', and 'Данные приложения'. The 'Данные приложения' section is highlighted with a blue box and contains the following information:

- Конфигурация SDK: Загрузите последний файл конфигурации (вам может потребоваться подать заявку на последний файл конфигурации вашего приложения, если вы изменили сведения о проекте или приложении).
- Файл: agconnect-services.json
- Имя пакета: com.huawei.xyzdemo
- ID приложения: 104378485
- Отпечаток сертификата SHA-256: Добавить
- ID клиента OAuth 2.0: ID клиента 104378485
- Секрет клиента: 5d5bfad32f755b5178a204bf1fb2cac9f408bdbb0b0ff073f6fe81b...
- URL-адрес обратного вызова: (empty)

## RuStore

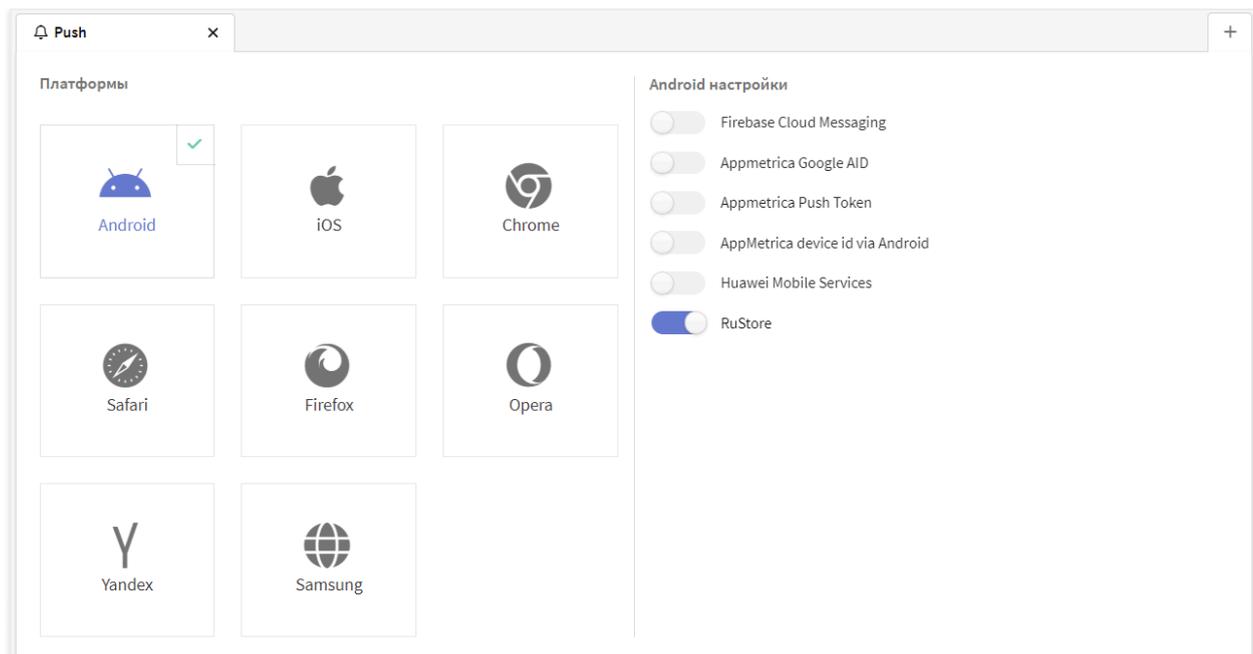


Сервис RuStore позволяет отправлять push-уведомления из приложений, размещенных в магазине RuStore. Предварительно необходимо создать проект push-уведомлений для вашего приложения.

### 💡 ПОДСКАЗКА

Для публикации приложения в магазине RuStore следуйте [официальной документации](#).

Откройте настройки ресурса и активируйте RuStore для Android приложений:



На панели внизу выберите RuStore и введите данные для настройки:

|   |                               |   |                                     |  |
|---|-------------------------------|---|-------------------------------------|--|
| <b>Firebase</b><br>Настройте firebase                         | <b>APNs</b><br>Настройте APNs | <b>Huawei</b><br>Настройте HMS  | <b>RuStore</b><br>Настройте RuStore | <b>Установка</b><br>Выберите тип установки |
| <b>Настройки web пушей для RuStore</b>                        |                               |   |                                     |  |
| <b>Идентификатор проекта:</b> *                               |                               | <b>Пароль:</b> *  |                                     |  |
| <input type="text" value="i3jwpv11IomM5KIV3qwertYarHsM2j4s"/> |                               | <input type="text" value="keXxed9MZ7yVLPvE13EJp-qwErtYiKlRnfSKSSs11vOY8Y3XRNZdRLXePC4SG8Y0"/> |                                     |  |

Данные для настройки ресурса можно получить в системе RuStore Консоль. Для этого на странице приложения перейдите в раздел «Push-уведомления» → «Проекты» и откройте соответствующий проект:

- Идентификатор проекта — это ID проекта;
- Пароль — это сервисный токен.

The screenshot shows the RuStore console interface. At the top, there are tabs for 'Приложения' (Applications) and 'Разработчик' (Developer). The main area is titled 'New app 678'. On the left, there is a sidebar menu with options like 'Информация', 'Версии', 'Доступы', 'Отзывы', 'Статистика по приложению', 'Карты и геосервисы', 'API RuStore', 'Монетизация', 'Подписки', 'Разовые покупки', 'Управление платежами', and 'Push-уведомления'. The 'Push-уведомления' section is expanded, showing 'Проекты' (Projects) and 'Статистика по Push-уведомлениям' (Push notification statistics). The main content area shows the 'Test project' settings. It includes a notification that push notifications are in testing mode. Below that, the project ID is displayed as 'i3jwrv11lomM5KIV3qwertYarHsM2j4s'. A SHA-256 signature hash is also shown: 'EB:AE:AF:90:BA:EF:AA:CB:CA:EA:AB:AC:EA:99:D0:4C:EA:FA:0C:28:E6:FA:F6:68:B6:B6:DE:6B:8E:CC:2E'. The 'Сервисные токены' (Service tokens) section shows a list of tokens, with one token 'keXxed9MZ7yVLPvE13EJp-qwErtYiKIRnfSKSSsl1vOY8Y3XRNZdRLXePC4SG8Y0' highlighted. There is a '+ Создать' (Create) button next to the token list. At the bottom, there is a 'Тестовое push-уведомление' (Test push notification) section with a description and an 'Отправить' (Send) button.

## Добавление подписки на push приложений

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

### 💡 ПОДСКАЗКА

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 отображаются в истории пользователя и отчёте по каналам.

```
{
  "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](#).

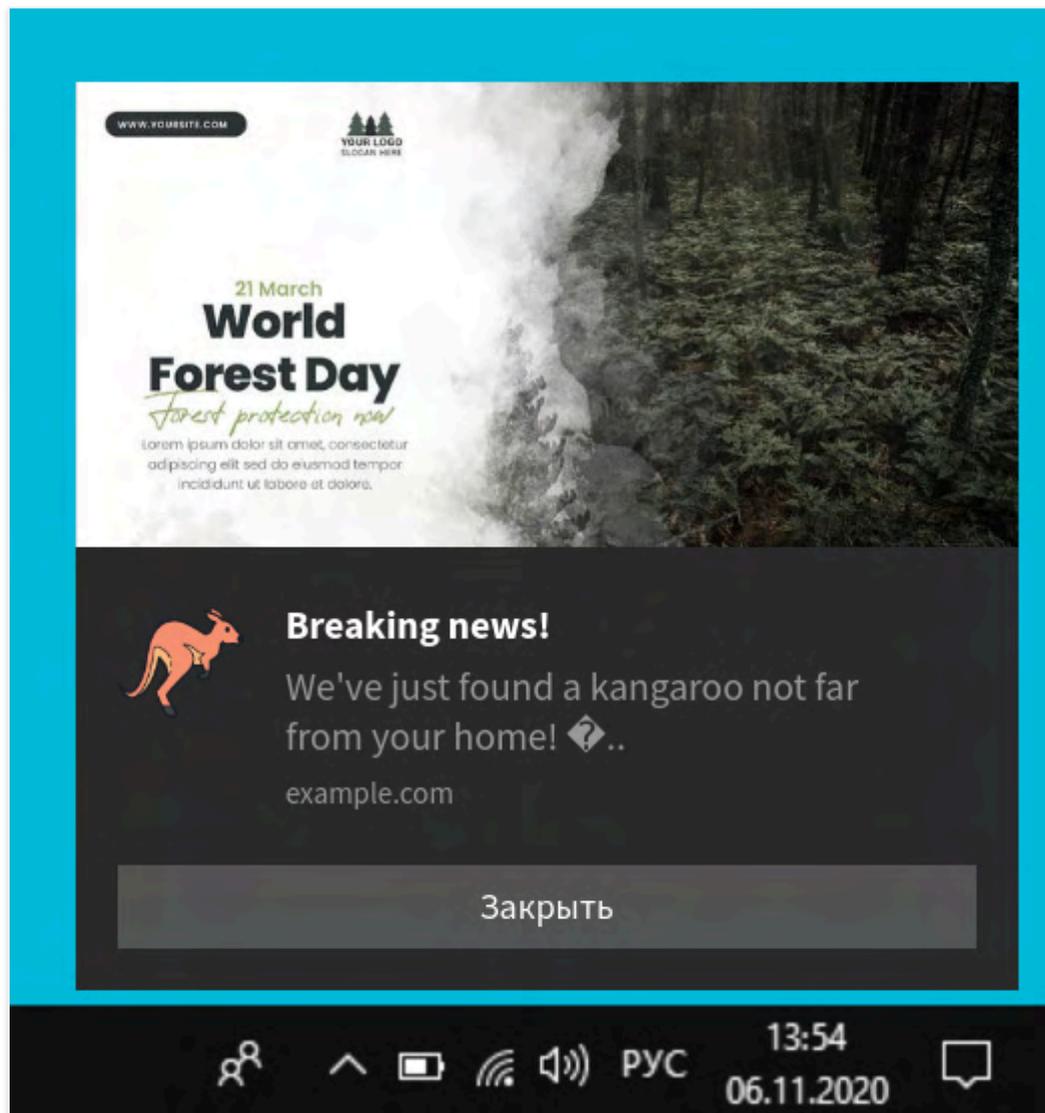
# Rich push уведомления

Rich push уведомление — это расширенная версия push уведомления. Push уведомление может содержать:

- заголовок,
- тело,
- иконку,
- ссылку для перехода.

В Rich push уведомление, помимо этих элементов, вы также можете добавить:

- картинку (баннер), видео или аудио,
- элементы взаимодействия (кнопки).
- Rich push также может содержать до 3-х ссылок.



#### 💡 ПОДСКАЗКА

Человек лучше воспринимает именно визуальную информацию, поэтому вероятность заполучить внимание ваших подписчиков при рассылке Rich push уведомлений ваше, чем при рассылке стандартных Push уведомлений.

## Создание шаблона

Чтобы создать шаблон для Rich Push уведомлений, воспользуйтесь [редактором для Rich Push](#).

## Настройка и подключение

## Firestore API v1

Как только вы создадите шаблон Rich Push, вы сможете разослать уведомление.

Как мы уже говорили, Rich push уведомления — это те же Push уведомления, но с расширенными возможностями. Вот почему их настройка и подключение практически не отличаются от настройки и подключения Web Push уведомлений. Настройка описана в статье ["Web push: настройка и подключение"](#).

# Mobile Push: интеграция приложения с Altcraft

Для интеграции приложения с Altcraft Platform разработчик должен самостоятельно реализовать:

- подключение нужного SDK push провайдера
- отправку новых push подписок в Altcraft
- отображение push сообщения
- регистрацию событий

Используйте следующие инструкции:

## Шаг 1. Провайдеры: структура push сообщения

В этой инструкции описана структура push сообщений в Altcraft Platform для каждого провайдера.

## Шаг 2. Обработка и добавление подписок

Узнайте, как импортировать подписки из мобильного приложения в Altcraft Platform.

## Шаг 3. Регистрация событий

Читайте о том, как регистрировать события доставки и открытия push сообщения в Altcraft Platform.

# Провайдеры: структура push сообщения

Altcraft Platform поддерживает следующие сервисы для отправки мобильных push сообщений:

- [Google Firebase Cloud Messaging](#) — для Android и iOS приложений
- [Apple Push Notification Service](#) — только для iOS приложений
- [Yandex.AppMetrica](#) — для Android и iOS приложений
- [Huawei Mobile Services](#) — для Android и iOS приложений
- [RuStore](#) — для Android приложений

## ПРИМЕЧАНИЕ

Требуется подключение соответствующих SDK в приложении.

## ПОДСКАЗКА

[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).

Необходимо проверить, что приложение поддерживает структуру push-уведомлений Altcraft Platform. Если формат не поддерживается, Altcraft может скорректировать структуру сообщения со своей стороны.

## Формат отправки push сообщения

### Android Firebase (legacy)

**📌 ПРИМЕЧАНИЕ**

Возможно редактирование объекта JSON (**по запросу**).

Поддерживается добавление дополнительных данных в объект **data**. Это можно сделать для каждой отправки персонально в настройках сообщения Altcraft MP.

```
{
  "to": "SubscriptionID",
  "priority": "Priority",
  "time_to_live": 0-86400,
  "content_available": true,
  "mutable_content": true,
  "data": {
    "uid": "UID",
    "message": "Body",
    "mediaUrl": "Icon",
    "image": "Image",
    "launch_id": "LaunchID",
    "hub_link": {
      "open": "URLOpenEvent",
      "ack": "URLDelivEvent"
    }
  },
  "notification": {
    "title": "Title",
    "body": "Body",
    "icon": "Icon",
    "color": "ImageBackgroundColor",
    "click_action": "ClickURL",
    "sound": "Sound"
  }
}
```

**💡 ПОДСКАЗКА**

**uid** — внутренний идентификатор отправки, уникальный для каждого сообщения. **launch\_id** — внутренний идентификатор отправки, уникальный в рамках рассылки.

## Android Firebase (api v1)

### 📘 ПРИМЕЧАНИЕ

Возможно редактирование объекта JSON **(по запросу)**.

Поддерживается добавление дополнительных данных в объект **data**. Это можно сделать для каждой отправки персонально в настройках сообщения Altcraft MP.

```
{
  "message": {
    "token": "SubscriptionID",
    "android": {
      "priority": "Priority",
      "ttl": TTL,
      "data": {
        "uid": "UID",
        "launch_id": "LaunchID",
        "hub_link": "{\"open\": \"URLOpenEvent\", \"ack\": \"URLDelivEvent\"}"
      },
      "notification": {
        "title": "Title",
        "body": "Body",
        "icon": "Icon",
        "click_action": "ClickURL",
        "sound": "Sound",
        "color": "ImageBackgroundColor",
        "light_settings": {
          "color": {
            "red": 0-1,
            "green": 0-1,
            "blue": 0-1,
            "alpha": 0/1
          },
          "light_on_duration": "LEDOnduration",
          "light_off_duration": "LEDOffDuration"
        },
        "image": "Image",
        "default_vibrate_timings": true/false,
        "notification_count": 0-999
      }
    }
  }
}
```

```
}  
  }  
}  
}
```

#### ПОДСКАЗКА

**uid** — внутренний идентификатор отправки, уникальный для каждого сообщения. **launch\_id** — внутренний идентификатор отправки, уникальный в рамках рассылки.

## iOS Firebase (legacy)

#### ПРИМЕЧАНИЕ

Возможно редактирование объекта JSON (**по запросу**).

Поддерживается добавление дополнительных данных в объект **data**. Это можно сделать для каждой отправки персонально в настройках сообщения Altcraft MP.

```
{  
  "to": "SubscriptionID",  
  "priority": "Priority",  
  "time_to_live": 0-86400,  
  "content_available": true,  
  "mutable_content": true,  
  "data": {  
    "uid": "UID",  
    "message": "Body",  
    "mediaUrl": "Icon",  
    "media": "Media",  
    "launch_id": "LaunchID",  
    "hub_link": {  
      "open": "URLOpenEvent",  
      "ack": "URLDelivEvent"  
    }  
  },  
  "notification": {  
    "title": "Title",  
  }  
}
```

```
"body": "Body",
"icon": "Icon",
"color": "ImageBackgroundColor",
"click_action": "ClickURL",
"sound": "Sound"
}
}
```

#### 💡 ПОДСКАЗКА

**uid** — внутренний идентификатор отправки, уникальный для каждого сообщения. **launch\_id** — внутренний идентификатор отправки, уникальный в рамках рассылки.

## iOS Firebase (api v1)

#### 📘 ПРИМЕЧАНИЕ

Возможно редактирование объекта JSON (**по запросу**).

Поддерживается добавление дополнительных данных в объект **data**. Это можно сделать для каждой отправки персонально в настройках сообщения Altcraft MP.

```
{
  "message": {
    "token": "SubscriptionID",
    "apns": {
      "headers": {
        "apns-expiration": "TTL"
      },
      "payload": {
        "aps": {
          "badge": 0-999,
          "sound": "Sound",
          "mutable-content": 1,
          "alert": {
            "title": "Title",
            "subtitle": "SubTitle",

```

```
        "body": "Body"
    },
    "click-url": "ClickURL",
    "uid": "UID",
    "launch_id": "LaunchID",
    "hub_link": "{\"open\": \"URLOpenEvent\", \"ack\": \"URLDelivEvent\"}",
    "media": "Media",
        "mediaUrl": "Icon"
    },
    "fcm_options": {
        "image": "Media"
    }
}
}
```

#### 💡 ПОДСКАЗКА

**uid** — внутренний идентификатор отправки, уникальный для каждого сообщения. **launch\_id** — внутренний идентификатор отправки, уникальный в рамках рассылки.

## iOS APNS

#### ℹ️ ПРИМЕЧАНИЕ

Возможно редактирование объекта JSON (**по запросу**).

Поддерживается добавление дополнительных данных в объект **data**. Это можно сделать для каждой отправки персонально в настройках сообщения Altcraft MP.

```
{
  "aps": {
    "badge": 0-999,
    "sound": "Sound",
    "mutable-content": 1,
    "alert": {
```

```

    "title": "Title",
      "subtitle": "SubTitle",
    "body": "Body"
  }
},
"click-url": "ClickURL",
"icon": "Icon",
  "media": "Media",
"hub_link": {
  "open": "URLOpenEvent",
  "ack": "URLDelivEvent"
}
}

```

## AppMetrica iOS

### ⓘ ПРИМЕЧАНИЕ

Возможно редактирование объекта JSON **(по запросу)**.

Поддерживается добавление дополнительных данных в объект **data**. Это можно сделать для каждой отправки персонально в настройках сообщения Altcraft MP.

```

{
  "push_batch_request": {
    "group_id": 97737,
    "tag": "tag",
    "batch": [
      {
        "messages": {
          "iOS": {
            "silent": true/false,
            "content": {
              "title": "Title",
              "text": "Body",
              "badge": 0-999,
              "expiration": 0,
              "data": "{\"hub_link\":
{\\"ack\\":\\"URLDelivEvent\\",\\"open\\":\\"URLOpenEvent\\"},\\"icon\\":
\\"Icon\\",\\"media\\":\\"Media\\"}"
            }
          }
        }
      }
    ]
  }
}

```

```
        "open_action": {
            "url": "URL",
            "deeplink": "Deeplink"
        }
    },
    "devices": [
        {
            "id_values": ["SubscriptionID"],
            "id_type": "ios_push_token"
        }
    ]
}
}
```

```
{
  "push_batch_request": {
    "group_id": 97737,
    "tag": "tag",
    "batch": [
      {
        "messages": {
          "android": {
            "silent": true/false,
            "content": {
              "title": "Title",
              "text": "Body",
              "time_to_live": 0,
              "image": "Icon",
            }
          }
        }
      }
    ]
  }
}
```

```

        "icon_background": "IconBackground",
        "banner": "Banner",
        "led_color": "LEDColor",
        "data": "{\"hub_link\":
{\\\"ack\\\":\\\"URLDelivEvent\\\",\\\"open\\\":\\\"URLOpenEvent\\\"}}\"
    },
    "open_action": {
        "url": "URL",
        "deeplink": "Deeplink"
    }
}
},
"devices": [
    {
        "id_values": ["SubscriptionID"],
        "id_type": "google_aid"
    }
]
}
]
}
}

```

## HMS Android

### ⓘ ПРИМЕЧАНИЕ

Возможно редактирование объекта JSON **(по запросу)**.

Поддерживается добавление дополнительных данных в объект **data**. Это можно сделать для каждой отправки персонально в настройках сообщения Altcraft MP.

```

{
  "message":{
    "android":{
      "notification":{
        "badges":{
          "set_num":2
        },
        "body":"Уважаемый пользователь, предлагаем Вам наш

```

```

новый продукт, productName!",
    "click_action":{

"intent":"#Intent;compo=com.example/app2;S.W=U;end",
    "type":1
    },
    "color":"#cdc167",
    "icon":"https://i.postimg.cc/2yVZyQMn/demo-Push-
Icon.jpg",
    "importance":"NORMAL",
    "light_settings":{
        "color":{
            "alpha":1,
            "blue":0.70980394,
            "green":0.78039217,
            "red":0.5686275
        },
        "light_off_duration":"1.5s",
        "light_on_duration":"1.5s"
    },
    "sound":"tadaam.ogg",
    "title":"Title of push message"
},
    "params":{
        "hub_link": "{\"open\": \"URLOpenEvent\", \"ack\":
\"URLDelivEvent\"}",
        "launch_id":"2_6j_4LxYQQ8VECT",

"uid":"w4LxYQQsznE1_2_6j_i_o___4.2Pzr5NNonCwUWQwvJ_4u71jH"
    },
    "ttl":"604800s"
},
    "token":[
        "AGIwonWCgyDXGEG-
aing4cUbVxeq0RFDfTuDM2hPWRrxfMociyvLNmn-
GWdd4I6ZDrXIee46IrWSjC-
cPDauP3ciS74bVi8wJ7T3PwHhvEY38VdYSu5zeHRXQzBRDgTnxA"
    ]
}
}

```

HMS iOS

**ⓘ ПРИМЕЧАНИЕ**

Возможно редактирование объекта JSON **(по запросу)**.

Поддерживается добавление дополнительных данных в объект **data**. Это можно сделать для каждой отправки персонально в настройках сообщения Altcraft MP.

```
{
  "message":{
    "apns":{
      "headers":{
        "apns-expiration":"3600"
      },
      "hms_options":{
        "target_user_type":1
      },
      "payload":{
        "apple":"red",
        "aps":{
          "alert":{
            "body":"Уважаемый пользователь, предлагаем Вам наш
новый продукт, productName!",
            "subtitle":"sub title",
            "title":"Title of push message"
          },
          "badge":0,
          "mutable_content":1,
          "sound":"default"
        },
        "click-url":"",
        "hub_link": "{\"open\": \"URLOpenEvent\", \"ack\":
\\\"URLDelivEvent\\\"}",
        "launch_id":"2_6j_4LxYKovmDvu",
        "mediaUrl":"https://i.postimg.cc/2yVZyQMn/demo-Push-
Icon.jpg",

        "uid":"w4LxYKq9nBMc_2_6j_i_o___4.2Pzr5NNonCwUWQwvJ_aDfVX"
      }
    },
    "token":[
```

```
"IQAAAACy0huaAQwLF6BO92GYzCAnfqZgaxhD1f7wLWGM0xQ6bFKCQYQQYtTi2-1hXHlsXAnCzLQdX3m4RTCCEI-KYu-XcaBJYovDZANG2eRTvPv7qA"
  ]
}
}
```

```
{
  "validate_only": false,
  "message": {
    "token": "{{.SubscriptionID}}",
    "data": {
      "uid": "{{.UID}}",
      "message": "{{.Body}}",
      "mediaUrl": "{{.Icon}}",
      "image": "{{.Image}}",
      "launch_id": "{{.LaunchID}}",
      "hub_link": "\\\"open\\\": \\\"{{.URLOpenEvent}}\\\", \\\"ack\\\": \\\"{{.URLDelivEvent}}\\\""}
    },
    "android": {
      "priority": "{{.Priority}}",
      "notification": {
        "title": "{{.Title}}",
        "body": "{{.Body}}",
        "icon": "{{.Icon}}",
        "color": "{{.ImageBackgroundColor}}",
        "image": "{{.Image}}",
        "click_action": "{{.ClickURL}}",
        "sound": "{{.Sound}}",
        "channel_id": "{{.ChannelID}}",
        {{if ne .LEDColorHex ""}}

```

```
"light_settings": {
  "color": {
    "red": {{.LEDColorSRGBA.R}},
    "green": {{.LEDColorSRGBA.G}},
    "blue": {{.LEDColorSRGBA.B}},
    "alpha": {{.LEDColorSRGBA.A}}
  },
  "light_on_duration": "{{.LEDOnduration}}",
  "light_off_duration": "{{.LEDOffDuration}}"
},
{{end}}
"notification_count": {{.Badges}}
},
"ttl": {{.TTL}}
}
}
}
```

 ПОДСКАЗКА

**uid** — внутренний идентификатор отправки, уникальный для каждого сообщения. **launch\_id** — внутренний идентификатор отправки, уникальный в рамках рассылки.

# Обработка и добавление подписки

При получении push токена приложение должно передать его в Altcraft Platform для формирования подписки. Для этого используется API запрос.

С помощью этого запроса можно:

- Добавить новые подписки.
- Поменять статус уже существующих подписок.

Режим поиска профиля можно задавать с помощью поля `matching` в запросе (см. спецификацию ниже). Если профиль не будет найден, то будет создан новый.

При этом, если в ресурсе указано несколько баз данных, то все они будут обрабатываться по отдельности. Запрос к такому ресурсу будет создавать и обновлять профили сразу в нескольких базах. Пример такого случая можно посмотреть ниже.

Если в ресурсе нет ни одной базы, то будет возвращена ошибка.

## URL-адрес

Метод: POST

`https://<cookiesaver_host>/push_subscribe`

## Параметры запроса

| Параметр       | Тип    | Пример                      |
|----------------|--------|-----------------------------|
| id             | string | "abcdefghijklmnopqrstuvwxy" |
| resource_token |        |                             |

| Параметр      | Тип  | Пример   |
|---------------|--|--|
| db_ids        | []int  | [2,3]  |
| matching      | string   | "custom"   |
| subscriptions | JSON array<br><a href="#">SubscriptionObject</a> | <pre>[{   "provider" : "android-firebase",   "subscription_id" : "%subscriptionid%" }]</pre> |

## SubscriptionObject

| Параметр        | Тип    | Пример                       | Обязательный | Описание   |
|-----------------|--------|------------------------------|--------------|--|
| provider        | string | "android-firebase"           | Да           | <p>Идентификатор провайдера в Altcraft MP. Возможны следующие значения:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• android-firebase</li><li>• ios-firebase</li><li>• ios-apns</li><li>• yandex-Appmetrica-device-id-ios</li><li>• yandex-Appmetrica-device-id-android</li><li>• yandex-Appmetrica-ios-ifa</li><li>• yandex-Appmetrica-google-aid</li><li>• yandex-Appmetrica-android-token</li><li>• yandex-Appmetrica-ios-token</li><li>• android_huawei</li><li>• ios_huawei</li></ul> <p><b>Каждому типу токена в AppMetrica соответствует свой id провайдера.</b></p> |
| subscription_id | string | "abcdef-ghijklmn-qrstuvwxyz" | Да           | Токен push подписки  |
| unsubscribe     | bool   | false                        | Нет          | Флаг отписки. Отменяет подписку, если true.  |

## Возвращаемые параметры

| Параметр   | Тип                      | Описание  |
|------------|--------------------------|---|
| data       | JSON array<br>DataObject | <p>Информация о созданных подписках.</p> <p><b>В массиве может быть несколько объектов в следующих случаях:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>В запросе было передано несколько <a href="#">SubscriptionObject</a></li> <li>В ресурсе Altcraft MP используется несколько баз данных. В этом случае для каждой базы из ресурса добавится новый профиль с подписками.</li> </ul> |
| error      | int                      | Код ошибки  |
| error_text | string                   | Текст ошибки  |

## DataObject

| Параметр        | Тип    | Описание                         |   |
|-----------------|--------|----------------------------------|---|
| subscription_id | string | "abcdef-ghijklmn-<br>qrstuvwxyz" | Токен push подписки   |
| unsubscribe     | bool   | false                            | Флаг, была ли подписка добавлена или наоборот отменена  |
| profile_id      | string | "5fb62e815ae47a4aa04dfadd"       | id профиля (переданный или вновь созданный), для которого добавлена подписка.   |
| provider        | string | "android-firebase"               | <p>Идентификатор провайдера в Altcraft MP.</p> <p>Возможны следующие значения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>android-firebase</li> <li>ios-firebase</li> <li>ios-apns</li> </ul> |

| Параметр             | Тип    | Описание                      |  |
|----------------------|--------|-------------------------------|--|
|                      |        |                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• yandex-Appmetrica-device-id-ios</li> <li>• yandex-Appmetrica-device-id-android</li> <li>• yandex-Appmetrica-ios-ifa</li> <li>• yandex-Appmetrica-google-aid</li> <li>• yandex-Appmetrica-android-token</li> <li>• yandex-Appmetrica-ios-token</li> <li>• android_huawei</li> <li>• ios_huawei</li> </ul> <p>Каждому типу токена в AppMetrica соответствует свой id провайдера</p> |
| db_id                | int    | 2                             | id базы данных в Altcraft MP, в которой находится профиль  |
| resource_id          | int    | 1                             | id ресурса в Altcraft MP   |
| subscription_hash_id | string | "92807e89"                    | Хеш подписки   |
| status               | string | "error"                       | <p>Статус операции</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ok</li> <li>• error</li> </ul>   |
| description          | string | "Duplicate push subscription" | Описание ошибки  |

# Примеры

## Запрос с матчингом по системному id профиля

### Запрос

```
{
  "id": "59db33d269d426509e9c4bf9",
  "resource_token": "3LXP2FRcRxJ-7b14db88ec937f14",
  "subscriptions": [
    {
      "provider": "android-firebase",
      "subscription_id": "%subscriptionid%"
    }
  ]
}
```

### Ответ

```
{
  "data": [
    {
      "subscription_id": "%subscriptionid%",
      "unsubscribe": false,
      "profile_id": "59db33d269d426509e9c4bf9",
      "provider": "android-firebase",
      "db_id": 17,
      "resource_id": 5,
      "subscription_hash_id": "adsfdffdf",
      "status": "ok",
      "description": ""
    }
  ],
  "error": 0,
  "error_text": "Successful operation"
}
```

## Запрос с матчингом по дополнительному полю профиля.

## Запрос

```
{
  "resource_token": "3LXP2FRcRxJ-7b14db88ec937f14",
  "matching": "custom",
  "field_name": "CustomNumber1",
  "field_value": 123,
  "subscriptions": [
    {
      "provider": "android-firebase",
      "subscription_id": "%subscriptionid%"
    }
  ]
}
```

## Ответ

```
{
  "data": [
    {
      "subscription_id": "%subscriptionid%",
      "unsubscribe": false,
      "profile_id": "59db33d269d426509e9c4bfc",
      "provider": "android-firebase",
      "db_id": 17,
      "resource_id": 5,
      "subscription_hash_id": "adsfdffdfdf",
      "status": "ok",
      "description": ""
    }
  ],
  "error": 0,
  "error_text": "Successful operation"
}
```

## Запрос с матчингом по пуш подпискам

## Запрос

```
{
  "resource_token": "3LXP2FRcRxJ-7b14db88ec937f14",
  "subscriptions": [
    {
      "provider": "android-firebase",
      "subscription_id": "%subscriptionid%"
    }
  ]
}
```

## Ответ

```
{
  "data": [
    {
      "subscription_id": "%subscriptionid%",
      "unsubscribe": false,
      "profile_id": "59db33d269d426509e9c4bfa",
      "provider": "android-firebase",
      "db_id": 17,
      "resource_id": 5,
      "subscription_hash_id": "adsfdfdffdf",
      "status": "ok",
      "description": ""
    }
  ],
  "error": 0,
  "error_text": "Successful operation"
}
```

## Запрос к ресурсу с несколькими базами данных

### Запрос

```
{
  "resource_token": "3LXP2FRcRxJ-7b14db88ec937f14",
  "matching": "custom",
  "field_name": "CustomNumber1",
  "field_value": 12345,
```

```
"subscriptions": [  
  {  
    "provider": "android-firebase",  
    "subscription_id": "%subscriptionid%"  
  }  
]  
}
```

## ОТВЕТ

```
{  
  "error": 200,  
  "error_text": "Successful operation",  
  "data": [  
    {  
      "db_id": 34,  
      "description": "",  
      "profile_id": "6156ed18eb7fec10a206e916",  
      "provider": "android-firebase",  
      "resource_id": 22,  
      "status": "ok",  
      "subscription_hash_id": "340ca49c",  
      "subscription_id": "%subscriptionid%",  
      "unsubscribe": false  
    },  
    {  
      "db_id": 2,  
      "description": "matching error: unknown field",  
      "resource_id": 22,  
      "status": "error"  
    }  
  ]  
}
```

**Запрос с матчингом по дополнительному полю профиля в определенной базе**

**Запрос**

```
{
  "resource_token": "3LXP2FRcRxJ-7b14db88ec937f14",
  "db_ids": [1],
  "matching": "custom",
  "field_name": "CustomNumber1",
  "field_value": 123,
  "subscriptions": [
    {
      "provider": "android-firebase",
      "subscription_id": "%subscriptionid%"
    }
  ]
}
```

## Ответ

```
{
  "error": 0,
  "error_text": "Successful operation",
  "data": [
    {
      "db_id": 1,
      "description": "",
      "profile_id": "637f1a284fda7c5c08be62f",
      "provider": "android-firebase",
      "resource_id": 31,
      "status": "ok",
      "subscription_hash_id": "f8af057de",
      "subscription_id": "%subscriptionid%",
      "unsubscribe": false
    }
  ]
}
```

**Запрос не обновил и не добавил ни одной подписки профиля**

**Запрос**

```
{
  "resource_token": "3LXP2FRcRxJ-7b14db88ec937f14",
  "matching": "custom",
  "field_name": "CustomNumber1",
  "field_value": 12345,
  "subscriptions": [
    {
      "provider": "android-firebase",
      "subscription_id": "%subscriptionid%"
    }
  ]
}
```

## ОТВЕТ

```
{
  "error": 200,
  "error_text": "Successful operation",
  "data": [
    {
      "db_id": 34,
      "description": "",
      "profile_id": "6156ed18eb7fec10a206e916",
      "resource_id": 22,
      "status": "ok"
    }
  ]
}
```

# Регистрация событий

Существует две схемы регистрации событий доставки и открытия push сообщения в Altcraft MP:

1. Напрямую от приложения.
2. Через промежуточный сервис.

## Регистрация событий напрямую от приложения

По умолчанию при отправке push сообщения в полезных данных отправляется объект `hub_link`

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

Приложение должно выполнить GET запрос по ссылкам `ack` и `open`, для регистрации доставки и открытия пуша соответственно.

## Регистрация событий через промежуточный сервис

### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Этот способ требует наличия Extra UID в пользовательских данных push сообщения (**настраивается по запросу**)

Приложение сообщает промежуточному сервису факт события с передачей последнему Extra UID из пуша.

Шлюз должен передать через [API](#) это событие в Altcraft Platform.

## URL-адрес

Метод: POST

`https://example.com/api/v1.1/pushes/post_events`

## Параметры запроса

| Параметр | Тип    | Пример  | Обязательный | Описание  |
|----------|--------|---|--------------|---|
| token    | string | "abcdefghijklmnopqrstuvwxyz"                          | Да           | <a href="#">API токен</a>                                     |
| events   | int    | 1 - доставлен<br>2 - открыт<br>3 - доставлен и открыт | Да           | События   |
| uid      | string | "uid"   | Да           | Приходит вместе с push сообщением от Altcraft в Data payload. |

## Пример запроса

```
{
  "token" : "abcdefghijklmnopqrstuvwxyz" ,
  "events" : 1,
  "uid" :
  "e|2_4S_4HFn8RDhhmA|w4HFn8RPFUi_2_4S_S_3___6.2NvyN8Hb67wmzJshM_6BuFTt|ic
  apns"
}
```

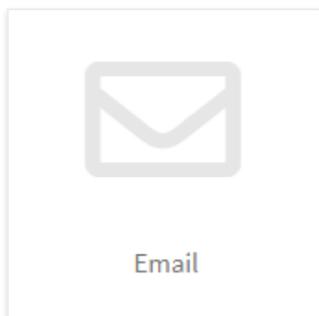
## Пример ответа

```
{
  "error" : 0,
  "error_text" : "Successful operation"
}
```

## Возвращаемые параметры

| Параметр   | Тип    | Описание     |
|------------|--------|--------------|
| error      | int    | Код ошибки   |
| error_text | string | Текст ошибки |

# Руководство: первая Email рассылка



**Электронная почта** остаётся одним из наиболее эффективным способом маркетинговой 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.

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

## ⓘ К СВЕДЕНИЮ

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

## Шаг 1: Настройте отправщик Email

Платформа Altcraft Marketing отправляет электронную почту по протоколу **SMTP**. Для этого нами был разработан собственный транспортный модуль **АКМТА** (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 потребуется **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.

#### ПОДСКАЗКА

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

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

## Установка транспортного модуля АКМТА

#### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

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 Marketing 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 Marketing 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.

### 💡 ПОДСКАЗКА

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** 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 (**Обратный получатель** и **Обратный email**):

Настройки Email для отправки сообщений

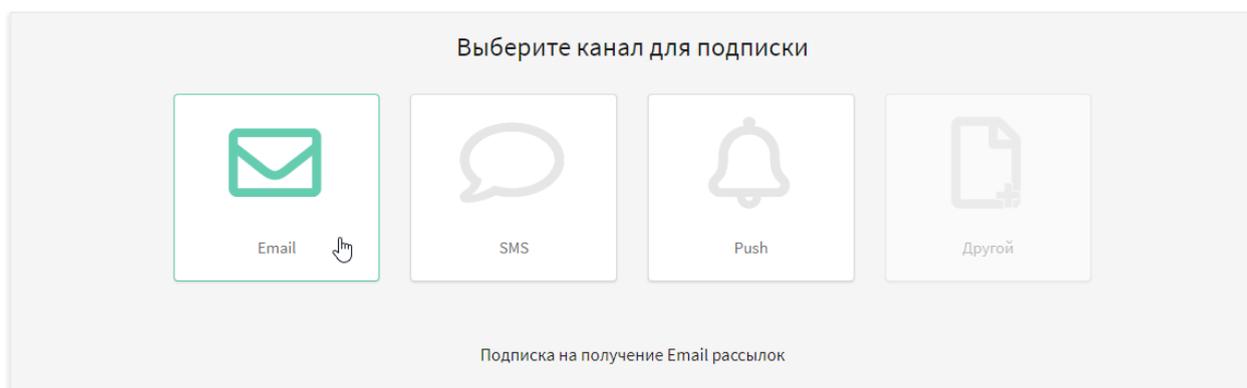
|                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| Имя отправителя: *                   | Email отправителя: *                               |
| <input type="text" value="AWESOME"/> | <input type="text" value="customers@awesome.com"/> |

Настройки Email для обратной связи

|   |  |
|---|--|
| Reply-to name:  | Reply-to email:                                  |
| <input type="text" value="Например, название сайта"/> | <input type="text" value="example@example.com"/> |

## Ресурсы подписок

Каждый профиль клиента может быть подписан на один или несколько [ресурсов](#). Ресурсом может быть отдельное направление маркетинга, 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:



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

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

## Профили клиентов и подписка на ресурс

После настройки базы и ресурса подписок можно импортировать в платформу данные клиентов. Для каждого клиента в Altcraft Marketing 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

#### 💡 ПОДСКАЗКА

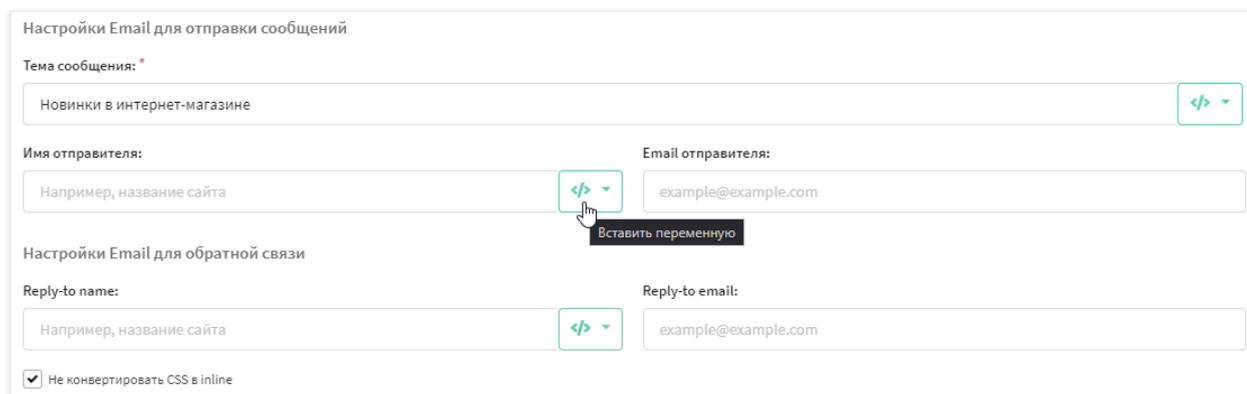
Если у вас уже есть база профилей, добавьте им подписку на новый ресурс. Есть два варианта:

- если у клиентов есть подписки на другой ресурс с актуальными email адресами — используйте [массовое обновление профилей](#).
- если для подписки на ресурс, 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 **переопределяют** настройки **как ресурса, так и базы данных**.



Настройки Email для отправки сообщений

Тема сообщения: \*

Новинки в интернет-магазине

Имя отправителя: Например, название сайта

Email отправителя: example@example.com

Настройки Email для обратной связи

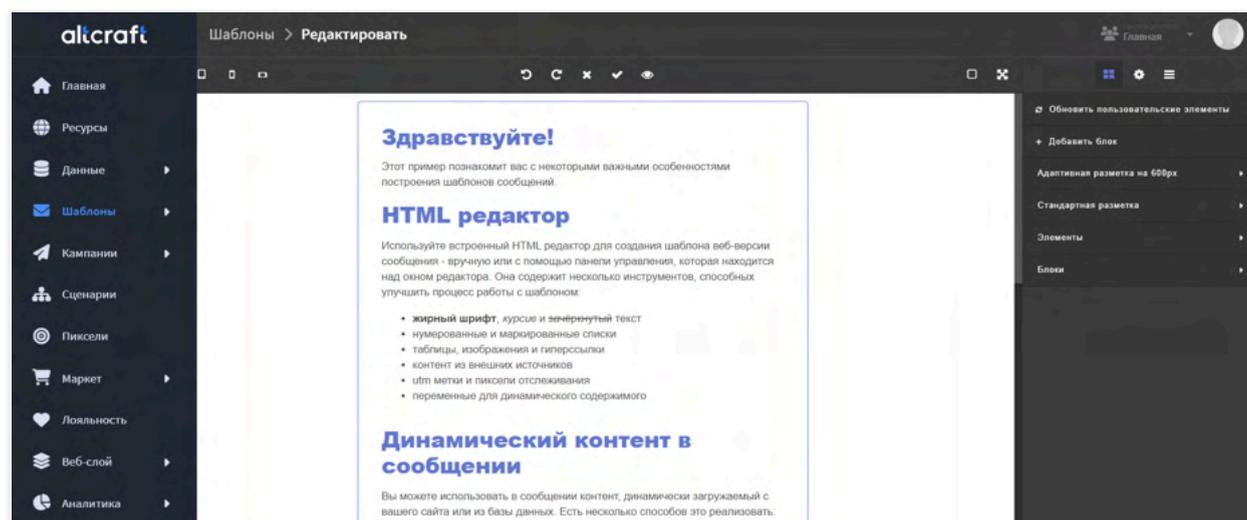
Reply-to name: Например, название сайта

Reply-to email: example@example.com

Не конвертировать CSS в inline

Шаблоны в Altcraft Marketing 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**:

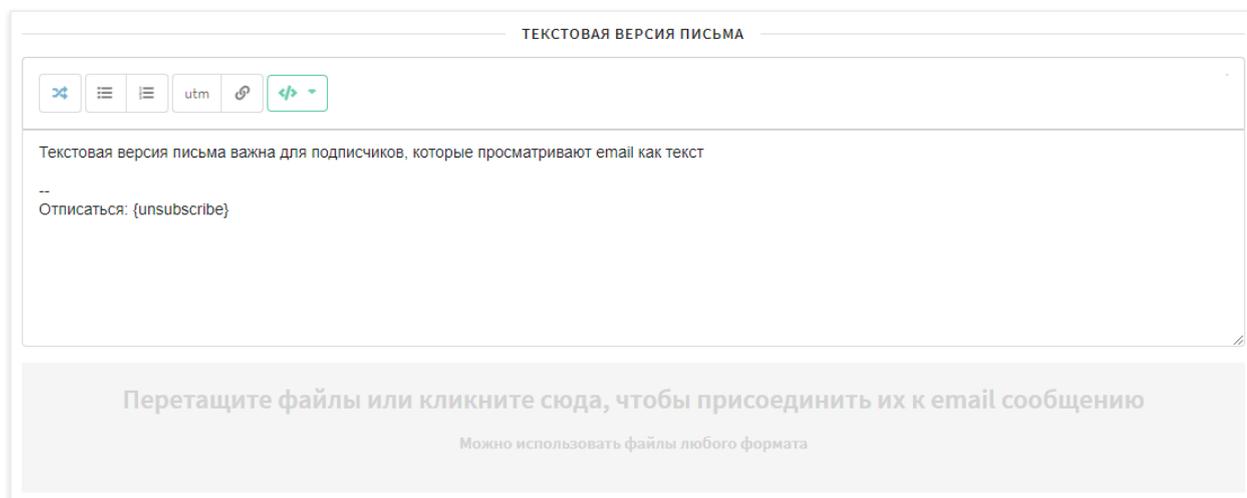


Часть ваших подписчиков может пользоваться клиентом почты, в котором недоступна загрузка изображений — например, по корпоративной политике. Для таких случаев в шаблоне есть **Текстовая версия**.

### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

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.

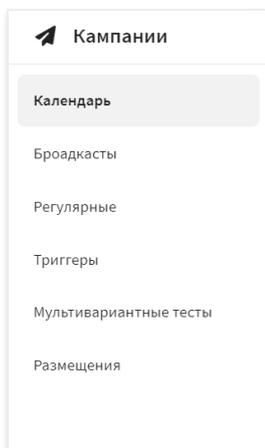
В случае же её наличия показатели доверия к рассылке серьёзно возрастают.



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

## Шаг 4: Выберите тип рассылки

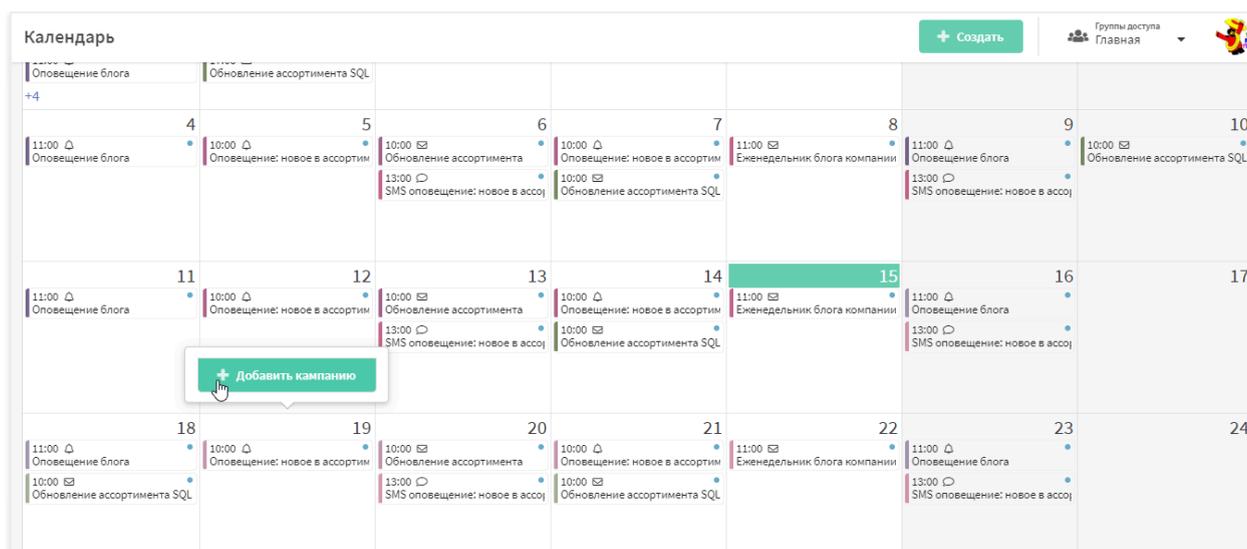
Для отправки Email сообщений используется инструмент **Кампания**.



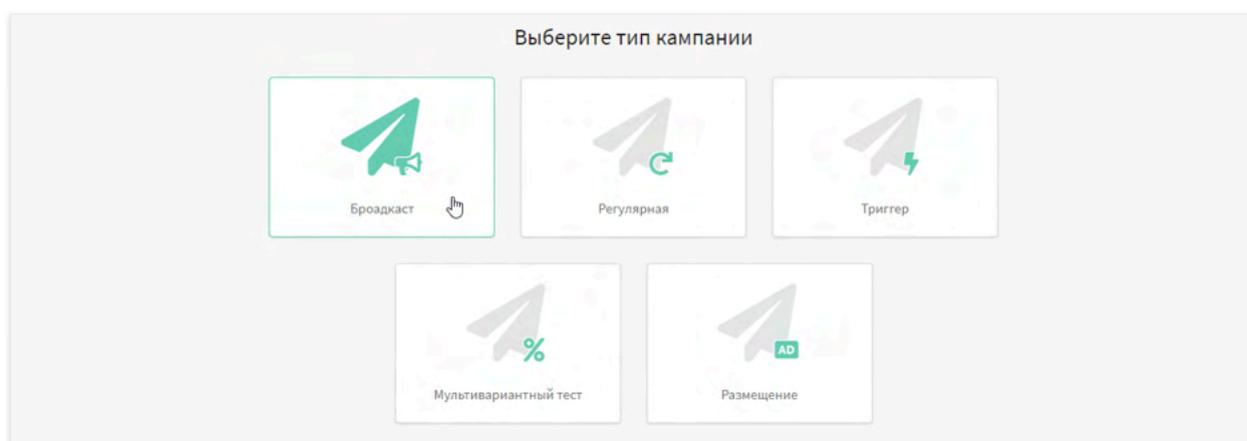
Если вам нужно произвести **разовую** рассылку по целой базе профилей или определённому сегменту аудитории — подойдёт бродкаст.

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:



#### 💡 ПОДСКАЗКА

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

#### 💡 ПОДСКАЗКА

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: 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** от отправку — и если всё успешно, **активировать** рассылку:

Броадкасты

Поиск...

+ Создать

Группы доступа  
Главная

Выбрано 0 из 44

Корзина

ID

Первая 1 2 3 Последняя

Активировать

Новая коллекция

#135 Обновление ассортимента

Не активна

tag1

Promo messaging

Database

New AWESOME collection

Следующий запуск: Никогда

Без ссылки подтверждения

subaccount Sales and promotion

обновлено 16 мая 2024 в 16:01 пользователем Roman Romanov

### ⚠ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

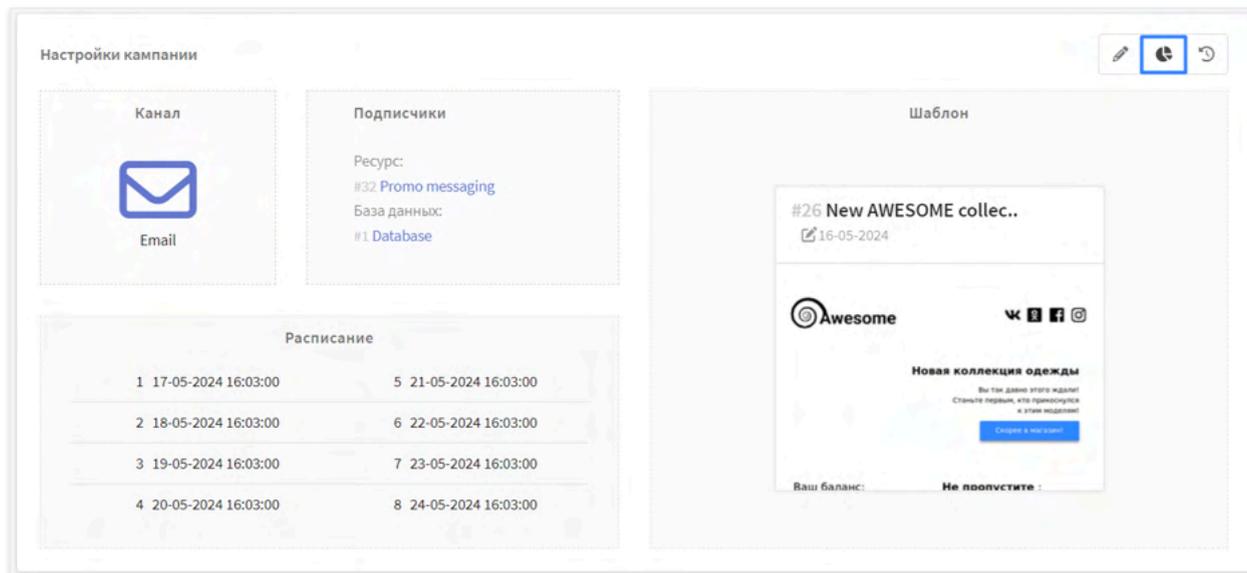
Активная кампания начнёт отправлять письма, когда наступит время запуска по расписанию. Сообщения передаются на сендер - отправщик. Очередь сендера вы также можете открыть из меню быстрых действий.

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

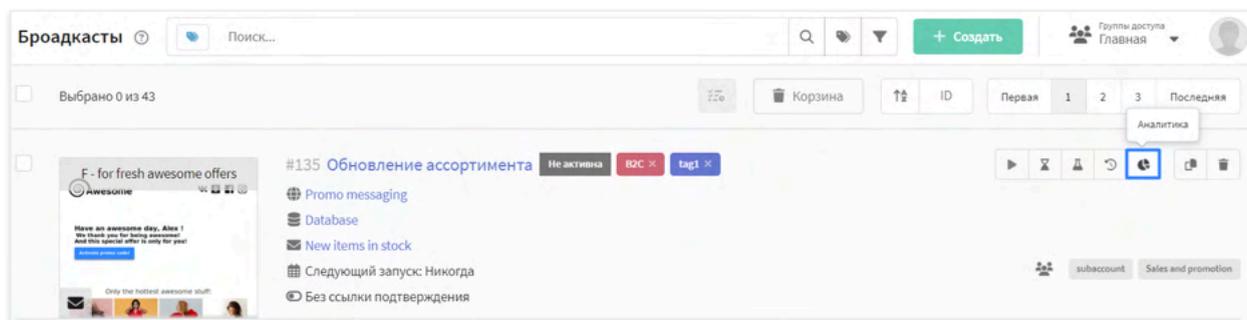
## Шаг 5: Оцените эффективность рассылки

Для оценки результатов текущей рассылки вы можете просмотреть отчет по каналу. **Отчёт по каналам** предоставляет аналитику по одной или нескольким кампаниям, по выбранному каналу связи.

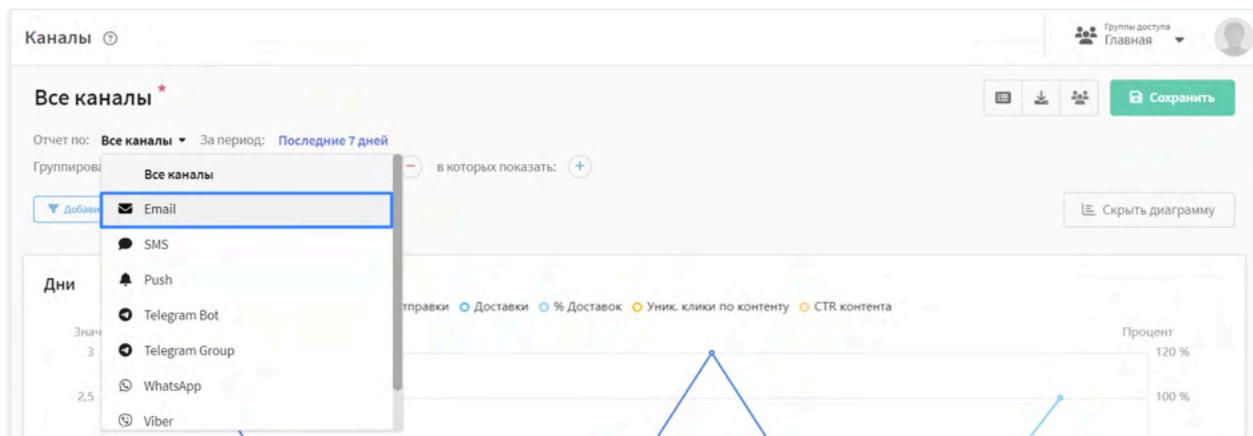
К отчёту по конкретной рассылке можно перейти по **ссылке в редакторе кампании**:



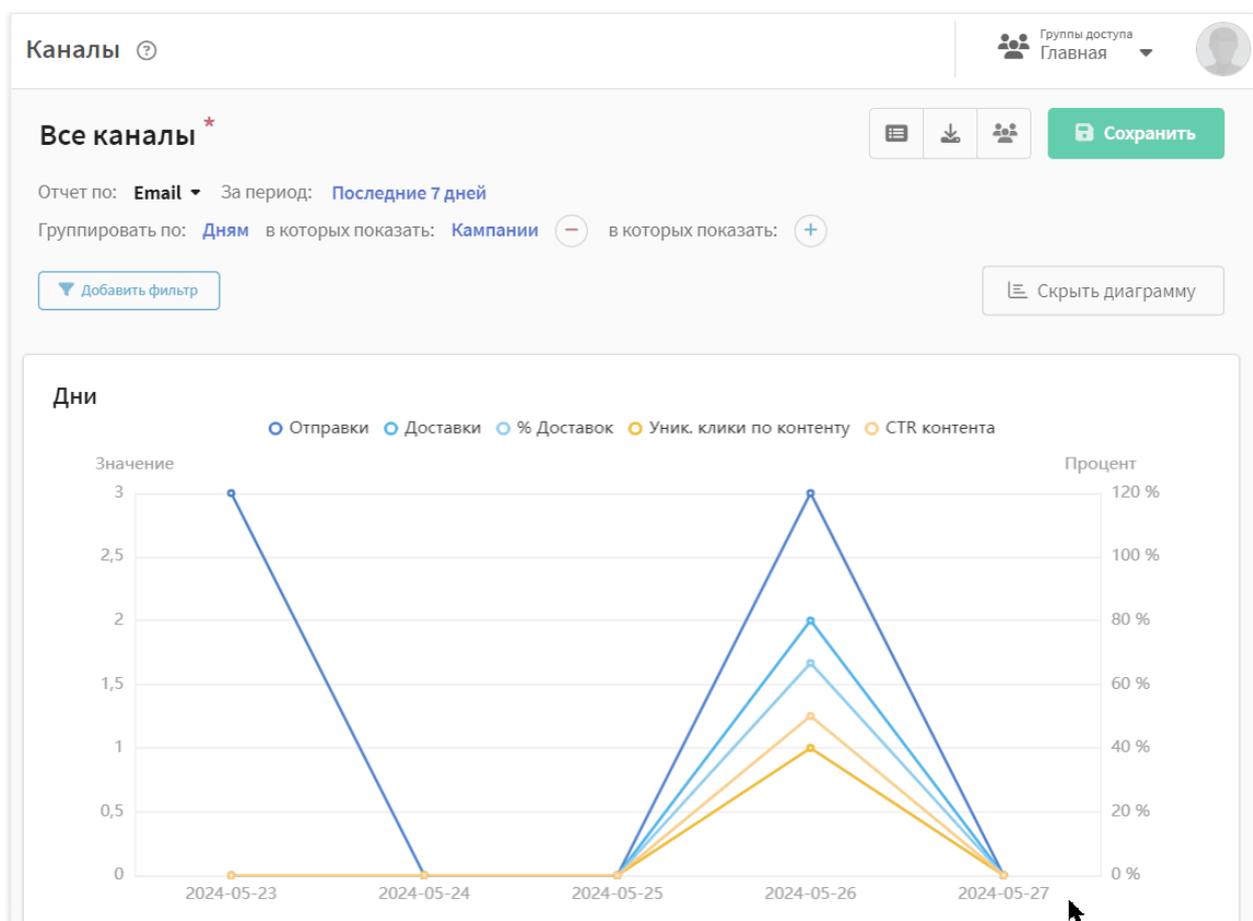
Или выберите кнопку **Аналитика** из панели быстрых действий:



Есть еще третий способ получения статистики по кампании. Для этого выберите раздел **"Аналитика"** по **"Каналам"** в главном меню платформы. По умолчанию отобразится отчет по **"Всем каналам"** за последние 7 дней. Для группировки по **Email** каналу выберите **"Отчет по"**:



Следующим шагом **"Добавьте фильтр"** по **"Кампаниям"**. В отобразившемся списке выберите нужную кампанию.



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

Каналы ⓘ

## #135 Обновление ассортимента \*

Отчет по: **Email** ▾ За период: **Сегодня**

Группировать по: **Дням** в которых показать: (+)

Включить кампанию #135 Обновление ассортимента × | Добавить фильтр

| Наименование ▾                 | Отправки | Доставки | % Доставок |
|--------------------------------|----------|----------|------------|
| <input type="checkbox"/> Всего | 766      | 703      | 91,78 %    |

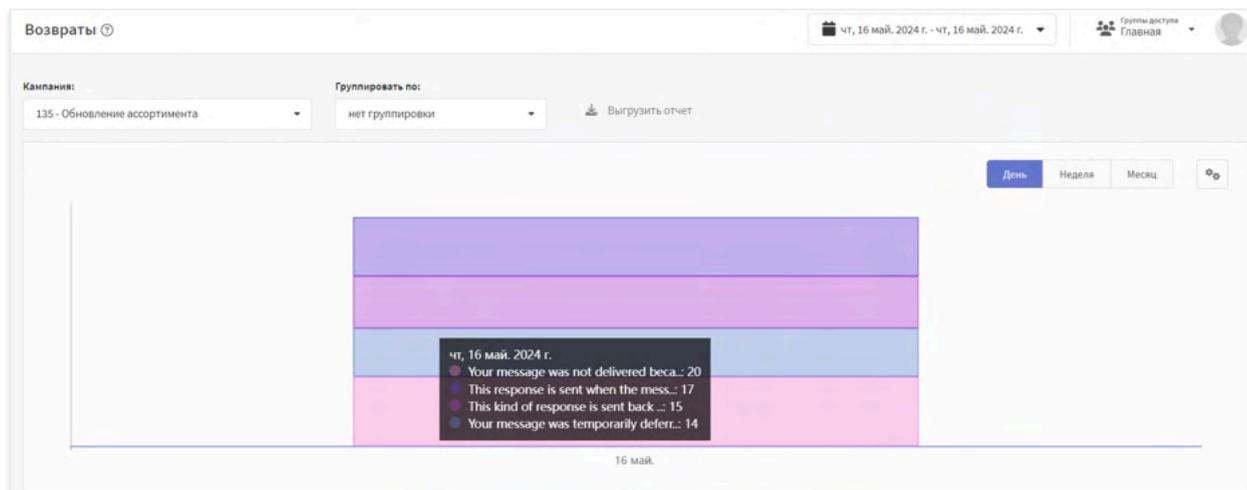
Группировка

- Часы (24)
- Дни
- Дни недели
- Недели
- Месяцы
- Кварталы
- Год и кварталы
- Годы
- ▼ Канал
  - Ресурсы
  - Сценарии
  - Кампании
  - Базы профилей
  - Сегменты
  - Шаблоны
  - Сендеры
  - Sub ID
- ▼ Событие
  - Поставщики
  - Домены
  - Доменные группы
  - Ссылки

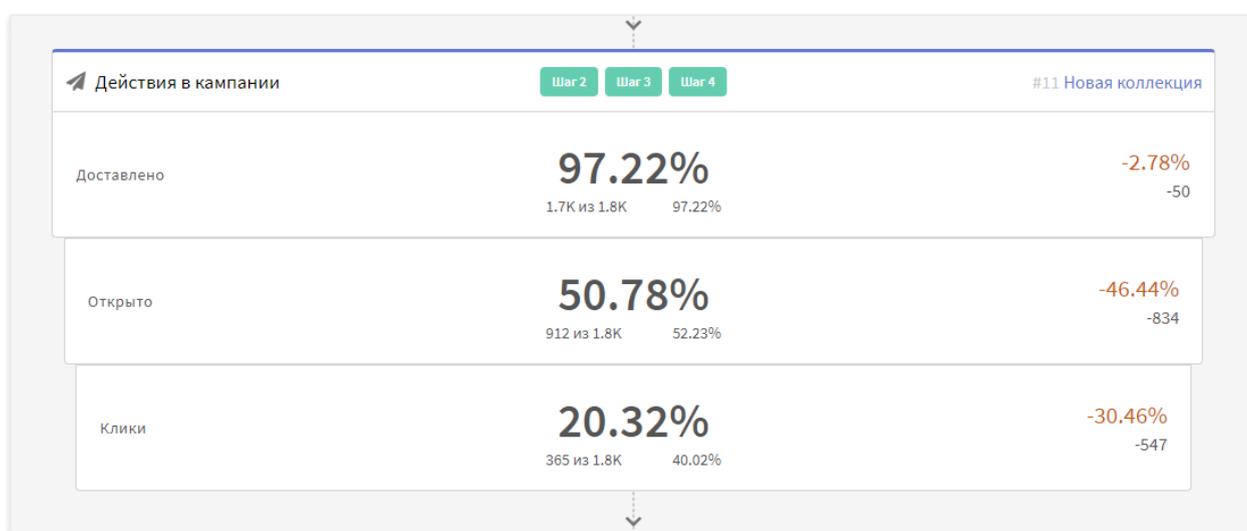
Информация по провайдерам появится в **таблице** под графиком:

| Наименование ▾                      | Отправки | Доставки | % Доставок | Открытия | Прочтения | % Прочтений | Клик по контенту | Уник. клики по контенту | Недоставки |
|-------------------------------------|----------|----------|------------|----------|-----------|-------------|------------------|-------------------------|------------|
| <input type="checkbox"/> Всего      | 766      | 703      | 91,78 %    | 351      | 266       | 37,84 %     | 1 057            | 151                     | 63         |
| <input type="checkbox"/> 2024-05-16 | 766      | 703      | 91,78 %    | 351      | 266       | 37,84 %     | 1 057            | 151                     | 63         |

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:

Выберите шаблон сообщения

26 - New AWESOME collection

Период дат

16-05-2024 16:04:16 - сейчас

Выгрузить отчет



**Новая коллекция одежды**

Вы так давно этого ждали!  
Станьте первым, кто прикоснулся к этим моделям!

banner\_top 14%

**Ваш баланс: 1943 бонусов**

**Не пропустите : новая коллекция уже здесь**

banner\_promo 14%

banner\_collect 14%

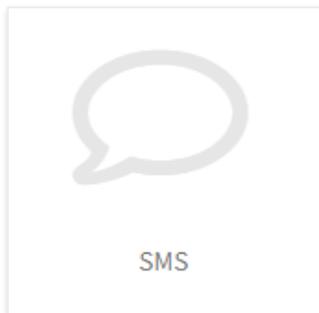
703  
ОТКРЫТО

1 981  
КЛИКИ

28  
ОТПИСАЛИСЬ

| Имя            | Клики ↓ | %      | CTR    |
|----------------|---------|--------|--------|
| banner_top     | 279     | 14.08% | 39.69% |
| banner_promo   | 279     | 14.08% | 39.69% |
| banner_collect | 279     | 14.08% | 39.69% |
| buy1           | 279     | 14.08% | 39.69% |
| buy2           | 279     | 14.08% | 39.69% |
| buy3           | 279     | 14.08% | 39.69% |
| buy4           | 279     | 14.08% | 39.69% |
| unsubscribe    | 28      | 1.41%  | 3.98%  |

# Руководство: первая SMS рассылка



**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: достаточно номера телефона клиента, чтобы начать.

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

## ⚠ К СВЕДЕНИЮ

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 Marketing использует интеграции с телеком-провайдерами (операторами мобильной связи).

## 💡 ПОДСКАЗКА

Готовые интеграции перечислены в [этой статье](#). Если вы используете другой шлюз отправки, напишите нам на [team@altcraft.com](mailto:team@altcraft.com) и мы согласуем с вами сроки подключения нового шлюза.

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

#### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

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

Если вы пользуетесь Altcraft Marketing 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](#).

#### ПОДСКАЗКА

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

## Шаг 2: Подпишите клиентов на SMS канал

### Базы профилей

Рассылки Altcraft Marketing 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

Кампании при отправке SMS используют **подписки профиля** на **Ресурсы** — так вы можете оповещать клиента по нескольким номерам телефона. Ресурсом

может быть отдельное направление маркетинга, сайт, приложение или тип контента.

 SMS ✕

Телефон:

Статус:

MD5: 12f3c47aeca1650fedcd928b979bef83

Приоритет:

**Информация о подписке**  
Дата: 2020-05-18T05:47:53.747Z  
IP: 213.87.131.87

 SMS ✕

Телефон:

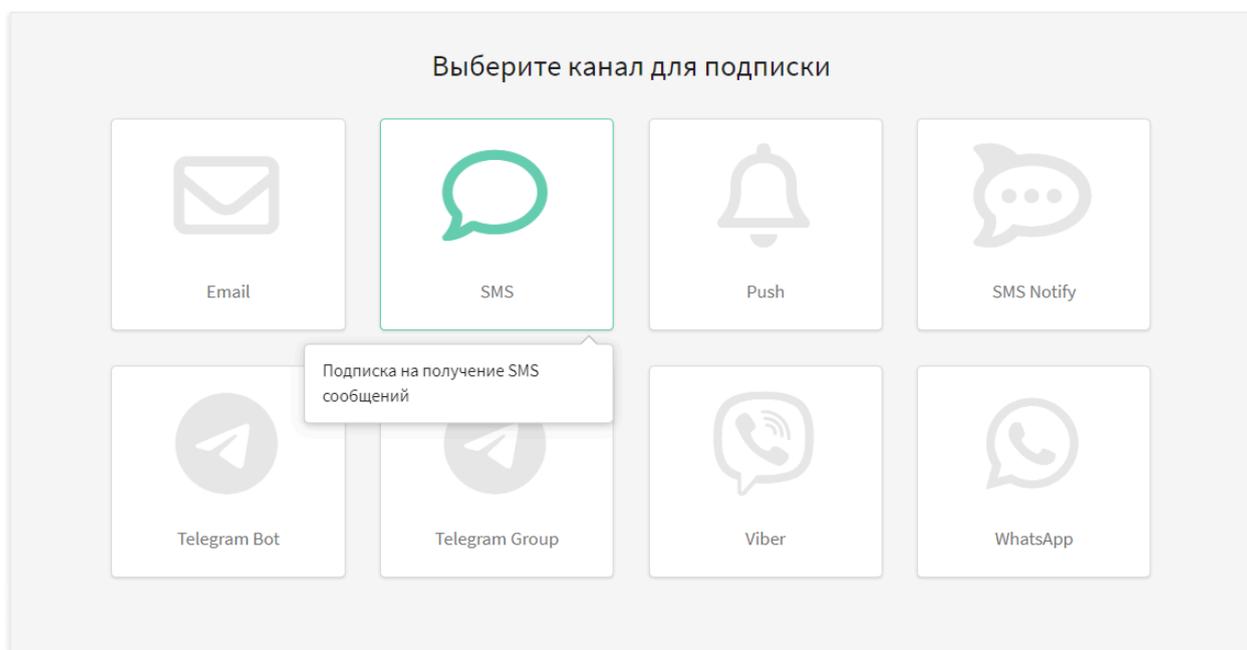
Статус:

MD5: e089a4e04930976ff4af7eb5a405ef9a

Приоритет:

**Информация о подписке**  
Дата: 2020-05-18T05:48:39.064Z  
IP: 213.87.131.87

Выберите 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:



В основных настройках добавьте необходимые базы данных, при необходимости назначьте [политику отправки](#). 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: \*  
https://example.com

Трекинг домен по умолчанию: \*  
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 Marketing 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 **SMS** 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

### 💡 ПОДСКАЗКА

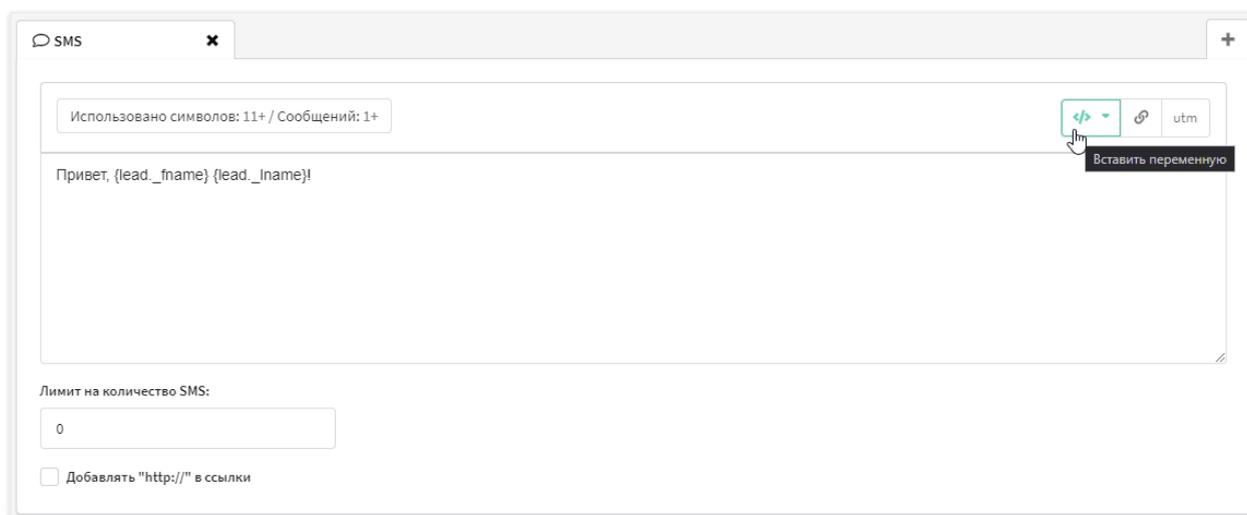
Если у вас уже есть база профилей, добавьте им подписку на новый ресурс. Есть два варианта:

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

## Шаг 3: Подготовьте контент для отправки

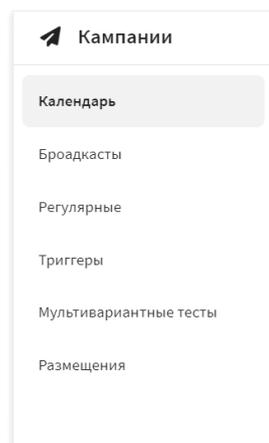
Контент для ваших SMS рассылок создаётся в [Шаблонах сообщений](#). Шаблоны содержат контент для всех доступных каналов. При создании нового шаблона выберите SMS канал, или добавьте его для существующего.

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

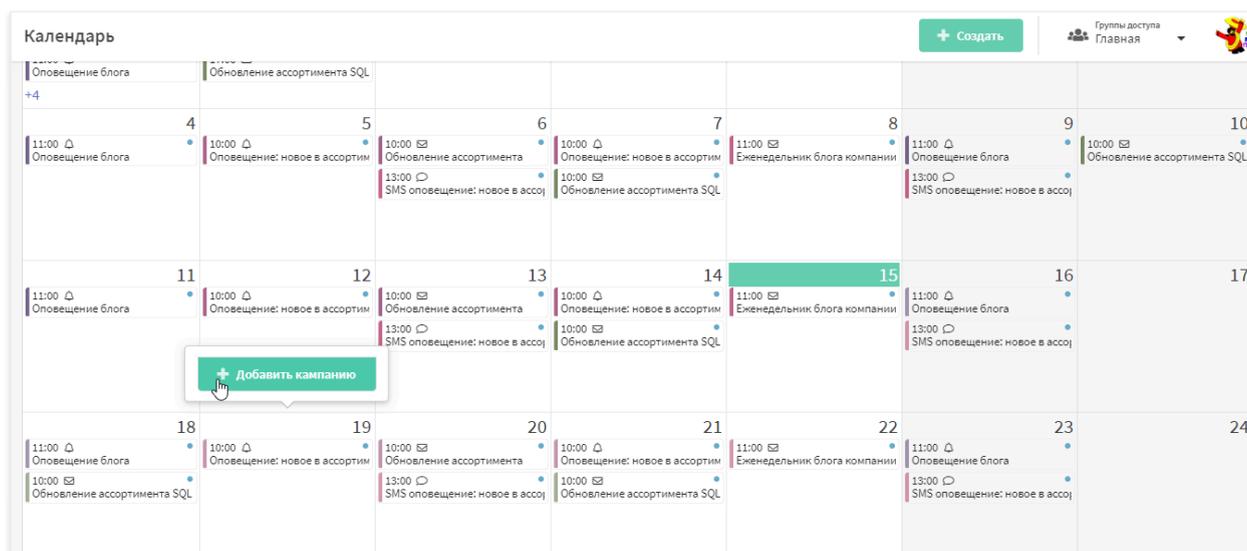
Для отправки SMS сообщений используется инструмент [Кампания](#).



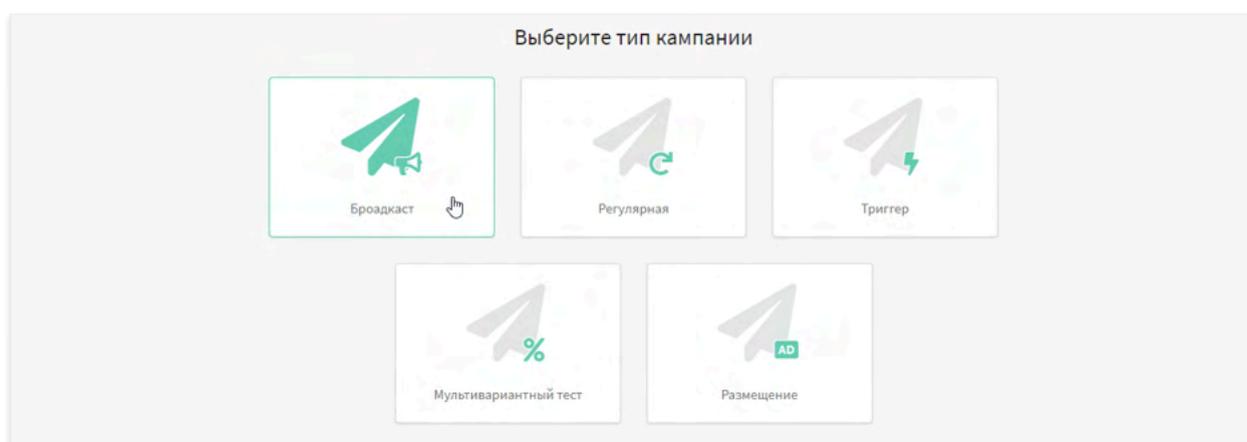
Если нужно произвести **разовую** рассылку по целой базе профилей или определённому сегменту аудитории — подойдёт бродкаст.

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:



 ПОДСКАЗКА

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

 ПОДСКАЗКА

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":

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:

Регулярные

Поиск...

+ Создать

Группы доступа Главная

Выбрано 0 из 15

Корзина

ID

Первая 1

Последняя

Активировать

#117 SMS оповещение: новое в ассортименте

Не активна tag1 tag2

Новая коллекция!

Database

СМС шаблон

Следующий запуск: Никогда

Без ссылки подтверждения

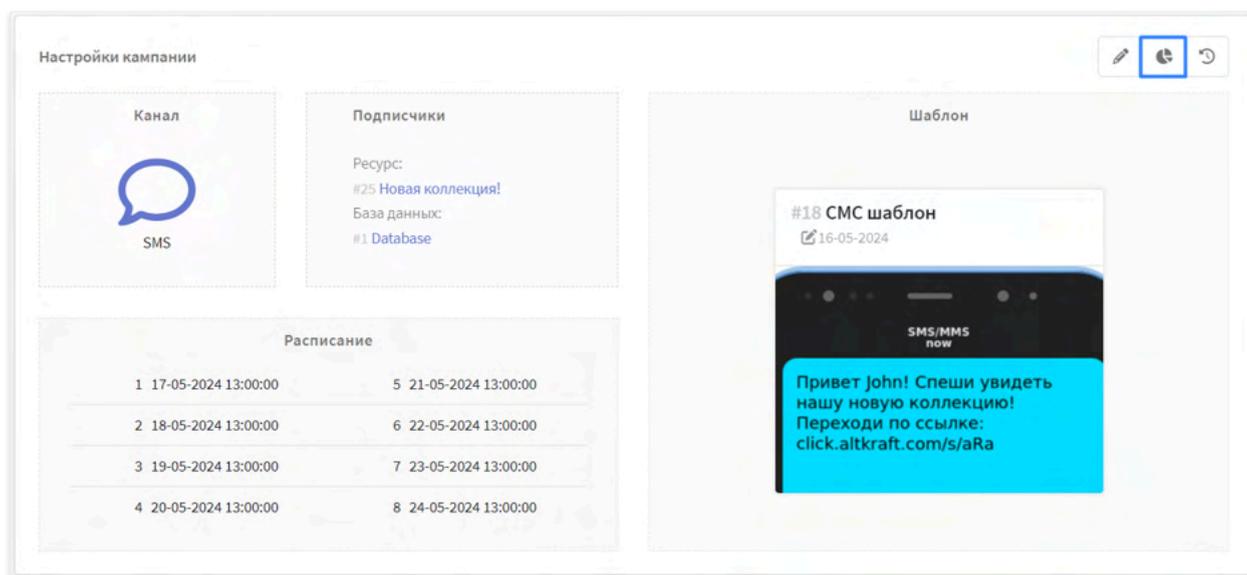
subaccount Sales and promotion

# Шаг 5: Оцените эффективность рассылки

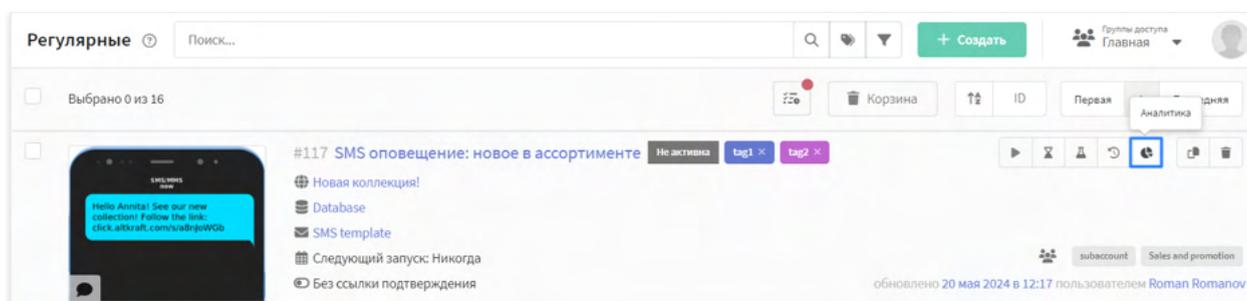
Для оценки результатов ваших рассылок воспользуйтесь отчетом по каналам. **Отчёт по каналам** предоставляет аналитику по одной или нескольким кампаниям, по одному или нескольким каналам связи.

На платформе есть три способа получения аналитики по текущей кампании:

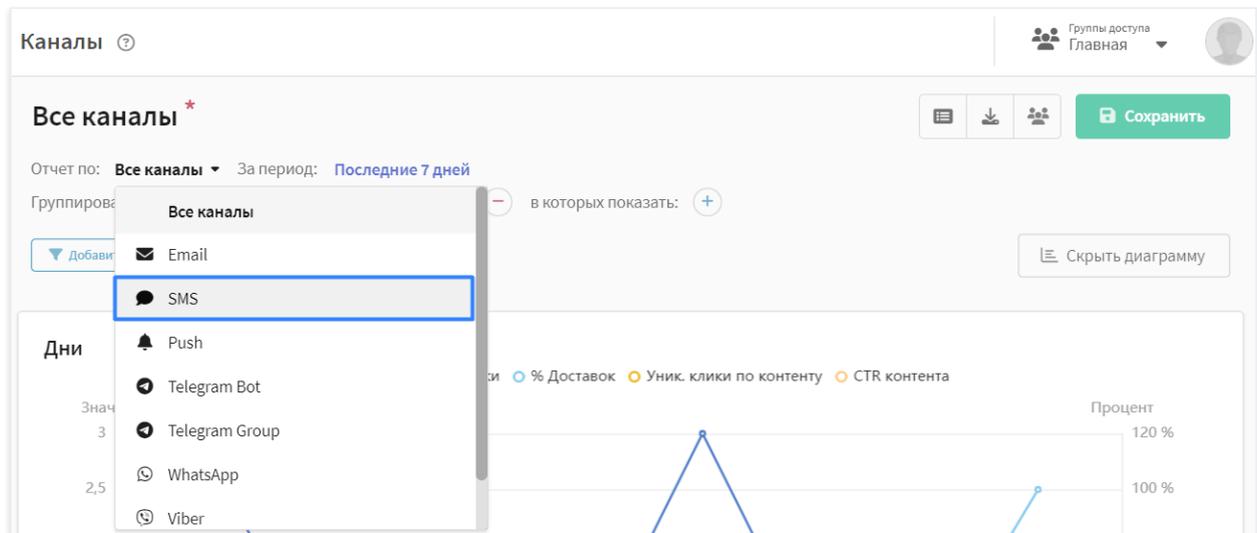
1. К отчёту по каналам конкретной рассылки можно перейти по ссылке в редакторе **кампании**:



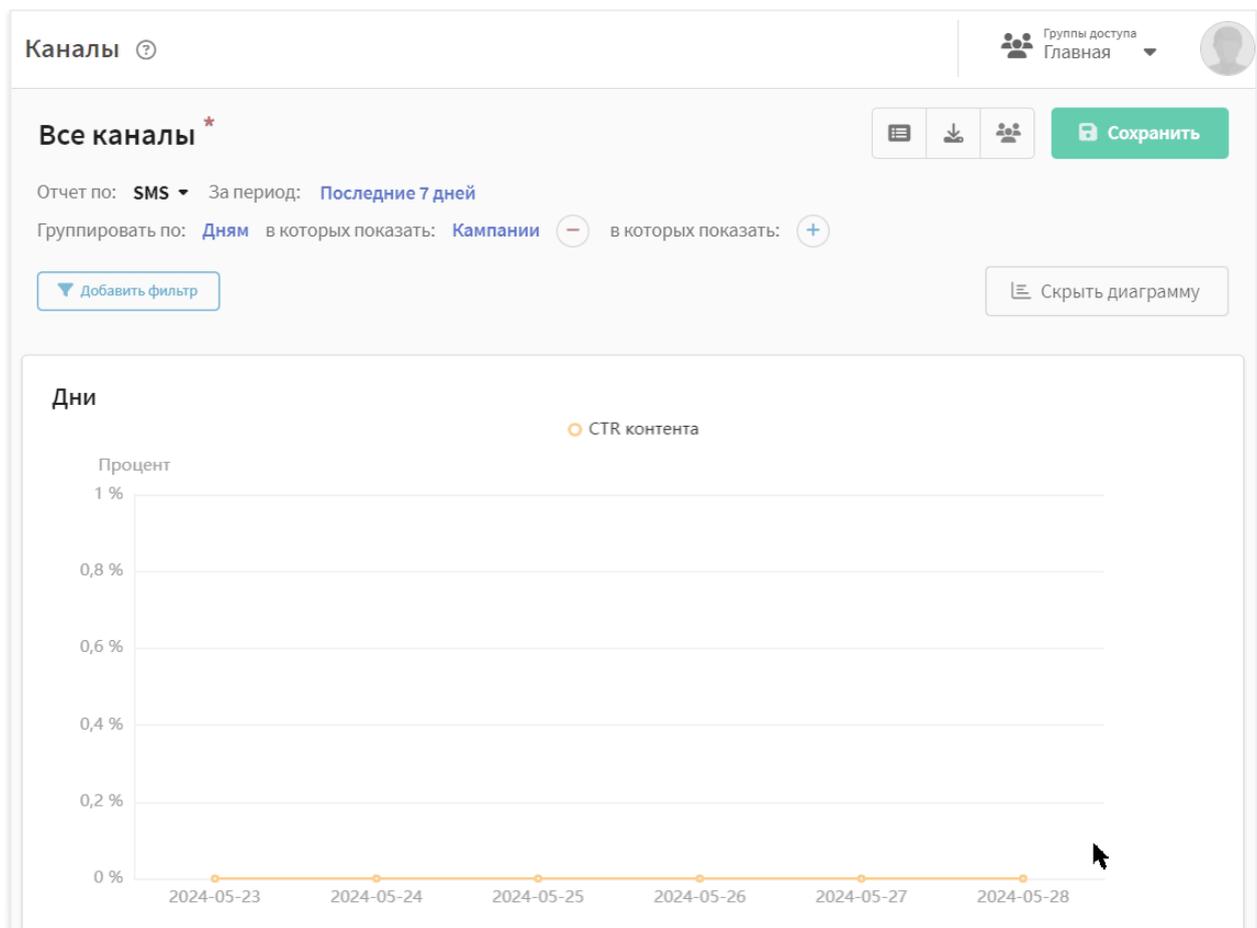
2. Также возможно получить статистику через меню быстрых действий:



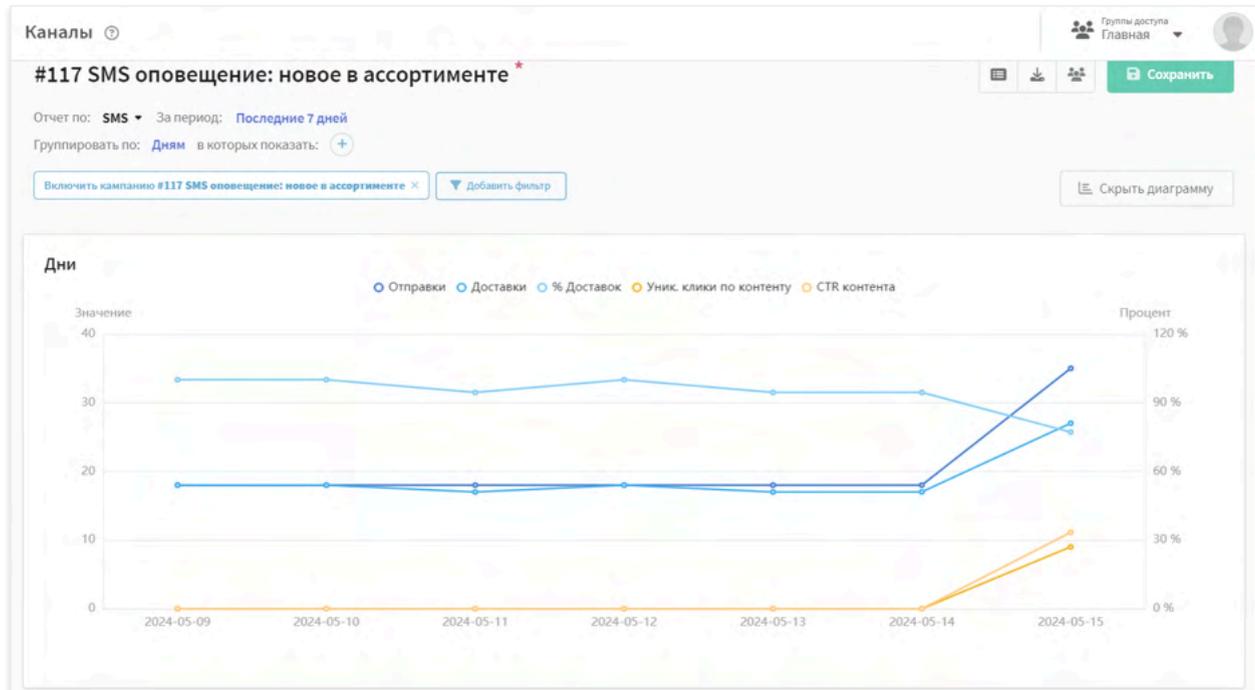
3. Выберите раздел **"Аналитика"** по **"Каналам"** в главном меню платформы. По умолчанию отобразится отчет по **"Всем каналам"**. Для группировки по SMS каналу выберите **"Отчет по"**:



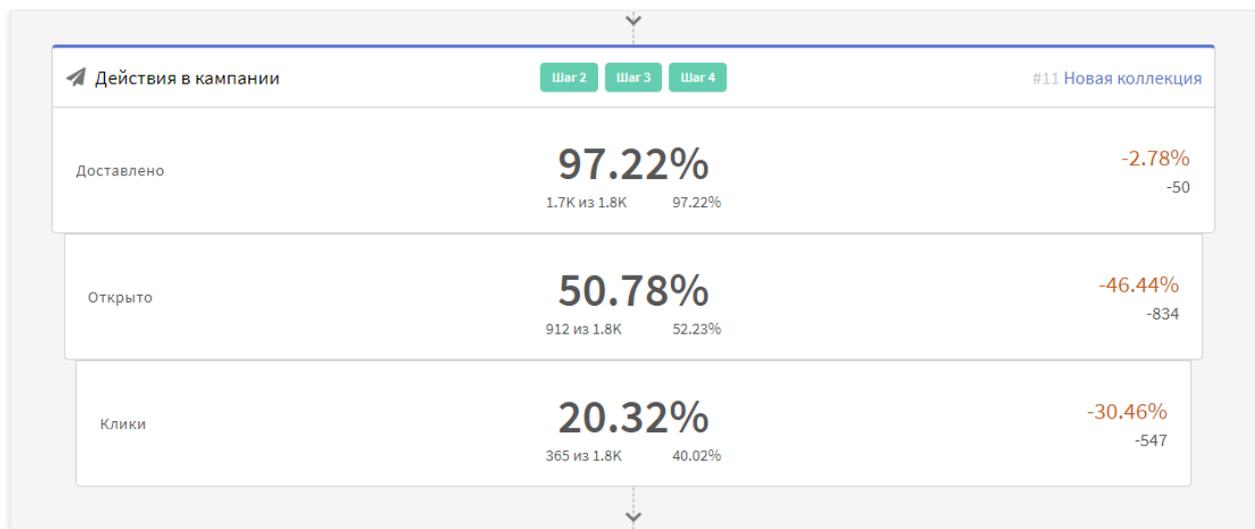
Следующим шагом **"Добавьте фильтр"** по **"Кампаниям"**. В отобразившемся списке выберите нужную кампанию.



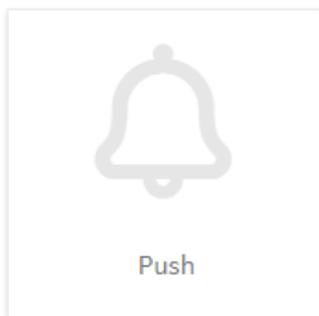
В результате вы получите статистику по выбранной кампании за последние 7 дней.



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



# Руководство: первая Web push рассылка



**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 неактивно.

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

## 💡 ПОДСКАЗКА

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

## Шаг 1: Настройте домен для работы с Push

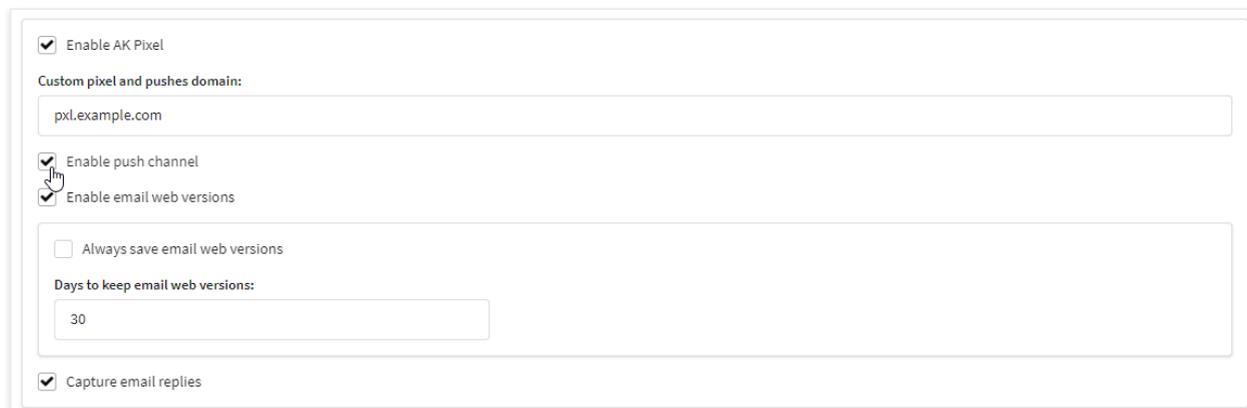
### ⚠️ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

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

При установке Altcraft Marketing 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 Marketing должны быть **настроены веб пиксели**.

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



The screenshot shows a configuration panel with the following settings:

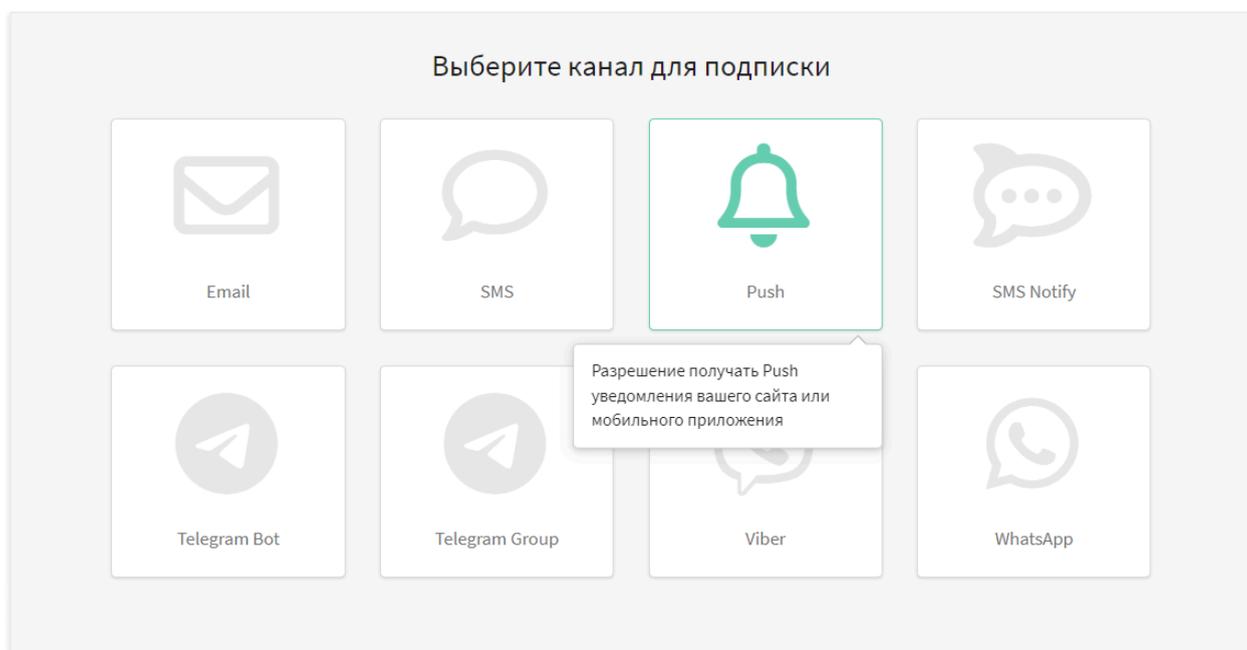
- Enable AK Pixel
- Custom pixel and pushes domain:
- Enable push channel
- Enable email web versions
- Always save email web versions
- Days to keep email web versions:
- Capture email replies

## Шаг 2: Подпишите клиентов на Push канал

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

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

Выберите в главном меню раздел "**Ресурсы**", создайте новый ресурс или выберите существующий. Добавьте **Push** канал в существующий ресурс:



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 ✕

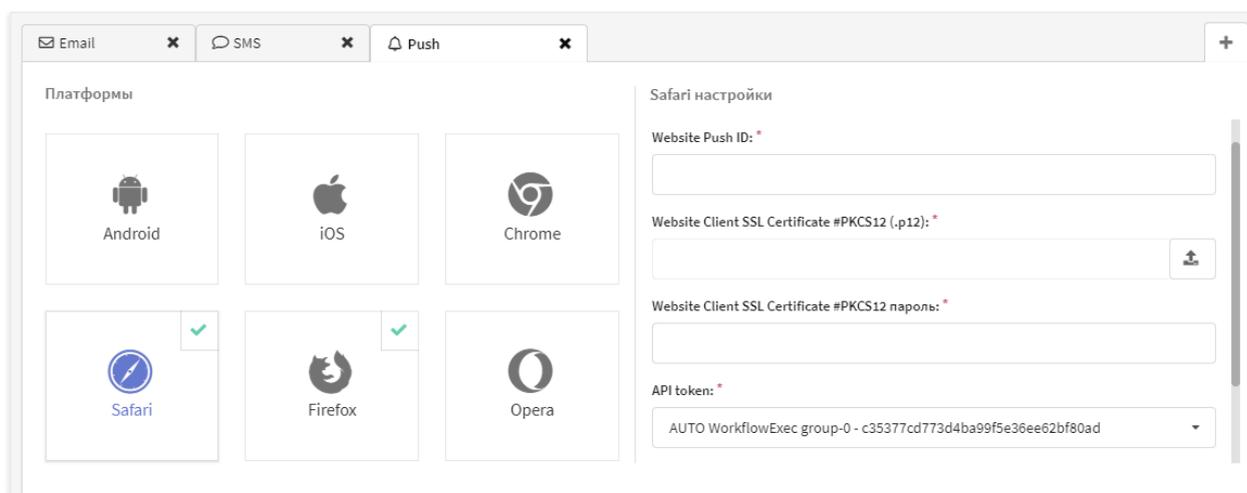
URL веб-сайта, формы или приложения: \* → Трекинг домен по умолчанию: \*

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

Добавить дополнительные URL

Повышать приоритет для новых подписок

В настройках Push канала ресурса выберите **браузеры**, в которые собираетесь отправлять уведомления клиентам. После этого внесите соответствующие настройки:



Для отправки уведомлений в разные браузеры используются разные push сервисы:

| Сервис  | Какие браузеры используют данный сервис для отправки Web push уведомлений?      |
|---|---|
| <a href="#">Google Firebase</a>                 | Google Chrome, Mozilla Firefox, Opera, Яндекс.Браузер, Samsung Internet Browser |
| <a href="#">Apple Push Notification Service</a> | Apple Safari  |
| <a href="#">Mozilla Services</a>                | Mozilla Firefox   |

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

## Профили клиентов и подписка на ресурс

Для каждого клиента в Altcraft Marketing 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

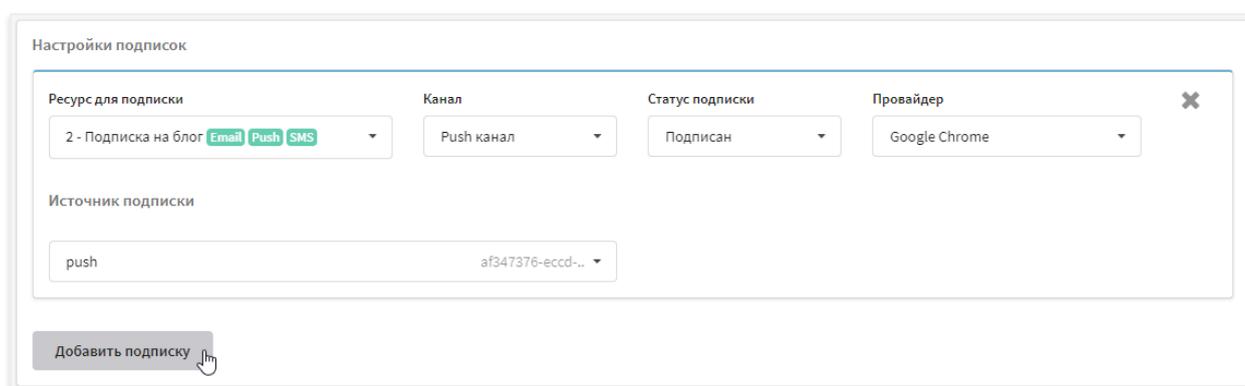
Если у вас есть база токенов для ваших клиентов, вы можете загрузить эти данные в платформу и использовать для отправки рассылок: по одному клиенту,

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 в разделе **"Настройки подписки"** выберите Push в качестве канала связи, выберите провайдера уведомлений, в поле **"Источник подписки"** укажите колонку с токенами устройств:



#### 💡 ПОДСКАЗКА

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 уведомления идентификаторы необходимо загрузить в платформу — используйте [импорт профилей](#) в режиме "только обновление".

### Новые push подписчики сайта

Altcraft Marketing 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:

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

Загрузить фотографию

Персональные данные

Действия

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

## Шаг 3: Установите инструменты push на ваш сайт

Как только вы сохраните ресурс, у вас появится возможность загрузить инструментарий разработчика — **push toolkit**.

### 💡 ПОДСКАЗКА

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

Установка

1. Добавьте следующий код на сайт:

```
<script src="https://pxl.ru.altkraft.com/ak_container.js?id=Nzl8Ng." ></script>
```

2. Загрузите установочные файлы в корневую директорию сайта

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

Загрузить

**Установка** нужных файлов на сайт возможна в двух вариантах:

1. Добавление кода на сайт + Загрузка установочных файлов в корневую директорию сайта

## 2. Загрузка инструментария для разработчиков

### Добавление кода на сайт + Загрузка установочных файлов в корневую директорию сайта

Алгоритм действий для данного варианта указан в левой части. Добавьте указанный код на сайт, затем сохраните и загрузите в корневую директорию сайта установочные файлы:

- **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.

Здесь файл **service-worker.js** является **динамическим**. Он автоматически обновляется каждый раз, когда вы вносите изменения в настройки ресурса.

Пример service-worker.js

```
importScripts("https://px1.altkraft.com/service-worker.js?id=MXw3");
```

### Загрузка инструментария для разработчиков

Алгоритм действий для данного варианта указан в правой части. Нажмите на кнопку **"Загрузить"**, после чего будет загружен архив Toolkit. Распакуйте архив и разместите файлы Toolkit в корневой директории вашего сайта.

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.

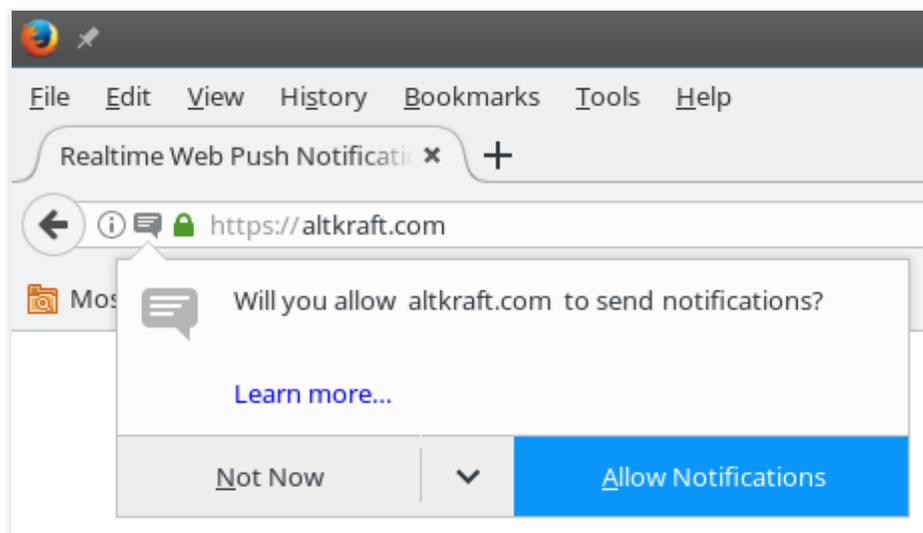
Здесь файлы **service-worker.js** и **ak-push.js** является **статичным**. При использовании данного способа после изменения настроек ресурса необходимо заново загрузить Toolkit и обновить файлы на сайте.

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

```
<button id="init_sub">Подписаться на уведомления</button> // Кнопка
подписки

<script>
  $("#init_sub").click(function(){ // По клику на кнопку..
    try {
      var akPush = new AKPush();
      akPush.initSubscription() // ..показать форму подписки
    }
    catch (e) {
      console.log(e); // Или записать ошибку в консоль браузера
    }
  });
</script>
```

Как только все будет 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 уже существующего шаблона.

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:

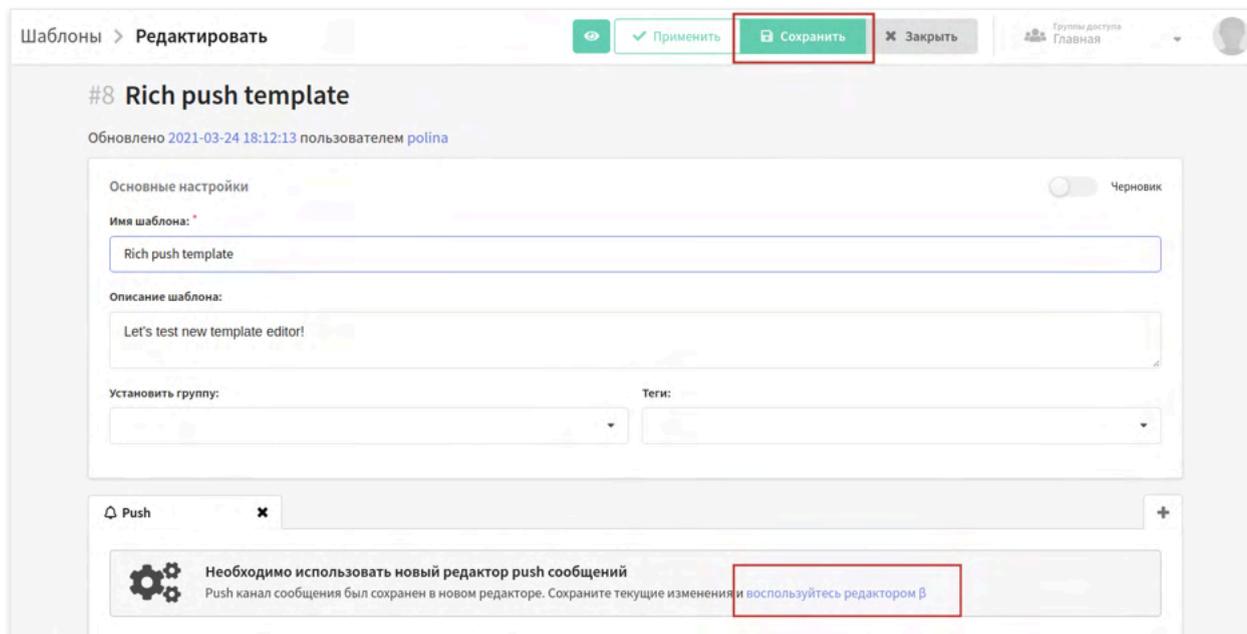
The screenshot shows a 'Push сообщение' (Push message) editor interface. It includes the following sections:

- Заголовок:** A text input field containing 'Новая коллекция уже в продаже!' (New collection already on sale!). To the right is a green icon button with a dropdown arrow.
- Иконка:** A text input field containing 'https://icon-service.tld/some-icon.png'. To the left is a label 'Иконка: ?'.
- Тело сообщения:** A large text area containing 'Использовано символов: 33+' (Characters used: 33+). Below this is a preview of the message body: 'Привет, {lead\_fname} {lead\_lname}! Твой личный промокод: {loyalty.vip.promocode}'. To the right is a green icon button with a dropdown arrow and the text 'utm'.
- Настройки ссылок:** A section with the label 'Ссылка для перехода по клику (Только SSL):'. It contains a text input field with 'https://you-service.tld' and a green icon button with a dropdown arrow. Below this are two checkboxes: 'Использовать как ссылку подтверждения ?' (checked) and 'Не оборачивать ссылки для отслеживания ?' (unchecked).
- iOS app deep-link:** A text input field containing 'myapp://mypath'.
- Android app deep-link:** A text input field containing 'myapp://mypath'.

Если вы рассылаете [Rich push уведомления](#), то для создания шаблона вам стоит воспользоваться специальным [редактором](#). В Rich push уведомления можно добавлять не только текст и иконку, но и кнопки, изображения, банеры и даже аудио и видеофайлы. Более того, новый редактор позволяет отдельно

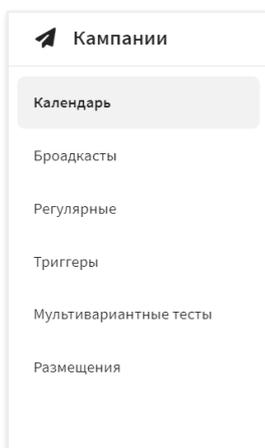
настраивать уведомление для определенной ОС, а также добавлять адаптивные ссылки и deeplink.

Чтобы открыть новый редактор, зайдите в обычный редактор шаблонов и сделайте начальную версию push сообщения. Как это сделать, мы описали выше. После этого нажмите кнопку **Сохранить**. Теперь вернитесь в созданный шаблон и кликните "**воспользуйтесь редактором β**", чтобы перейти в новый редактор.



## Шаг 5: Выберите тип рассылки

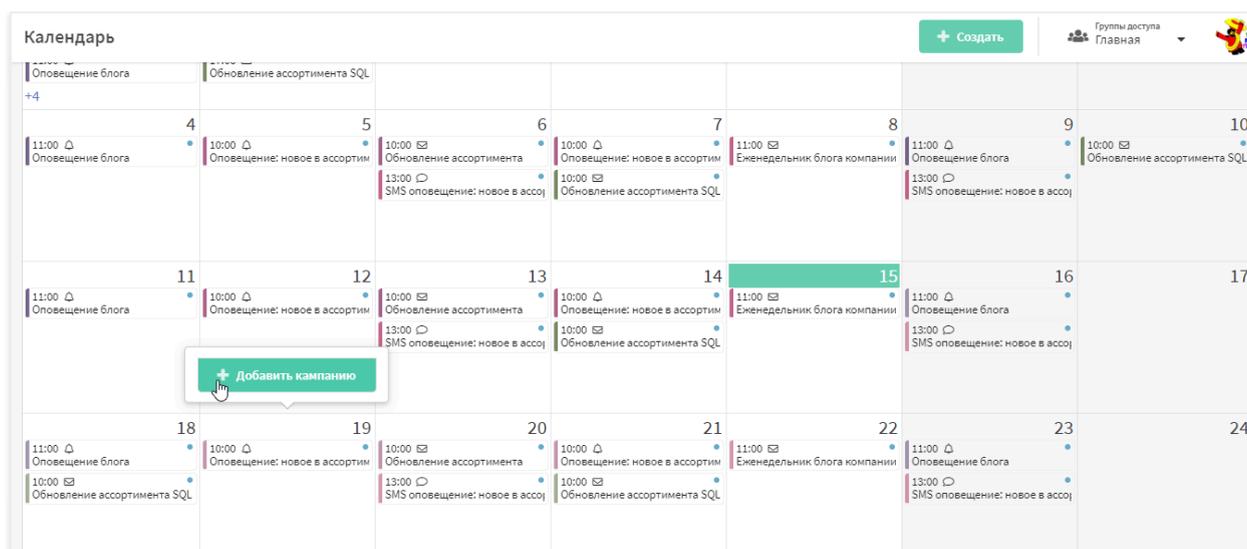
Для отправки Push сообщений используется инструмент **Кампания**.



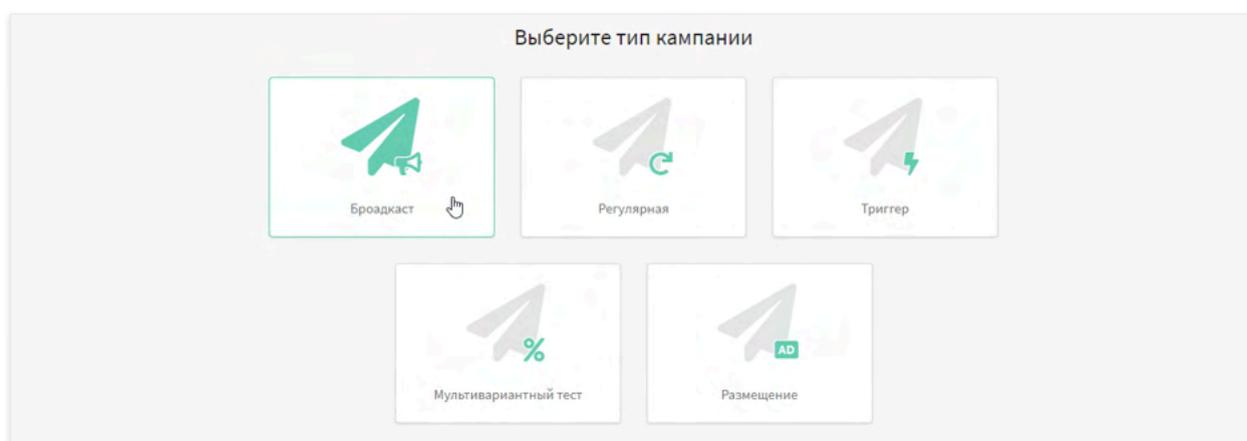
Если вам нужно произвести **разовую** рассылку по целой базе профилей или определённому сегменту аудитории — подойдёт бродкаст.

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:



#### 💡 ПОДСКАЗКА

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

#### 💡 ПОДСКАЗКА

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

Заполнив основные настройки кампании, вам необходимо:

1. Выбрать **Push** как канал связи
2. Выберите провайдеров для рассылки и режим отправки. Есть два вида отправки — **fanout**, рассылка на все подписки с учетом фильтров, или **last**, отправка на подписку с самой свежей датой создания. Если несколько

подписок были созданы одновременно, то из них будет выбрана одна случайная. Если в кампании заданы фильтры по провайдеру, дополнительным полям или категориям, то сначала накладываются фильтры, а потом уже ищется самая свежая подписка.

3. Выбрать настроенный ранее **ресурс** подписок и **аудиторию** получателей
4. Добавить в рассылку **шаблон** сообщения
5. Установить **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:

Бродкасты      Поиск...      + Создать      Группы доступа Главная

Выбрано 0 из 43      Корзина      ID      Первая 1 2 3 Последняя

Активировать

#133 Оповещение: новое в ассортименте      Не активна

Promo messaging  
09 database  
Оповещение: новое в ассортименте  
Следующий запуск: Никогда  
Без ссылки подтверждения

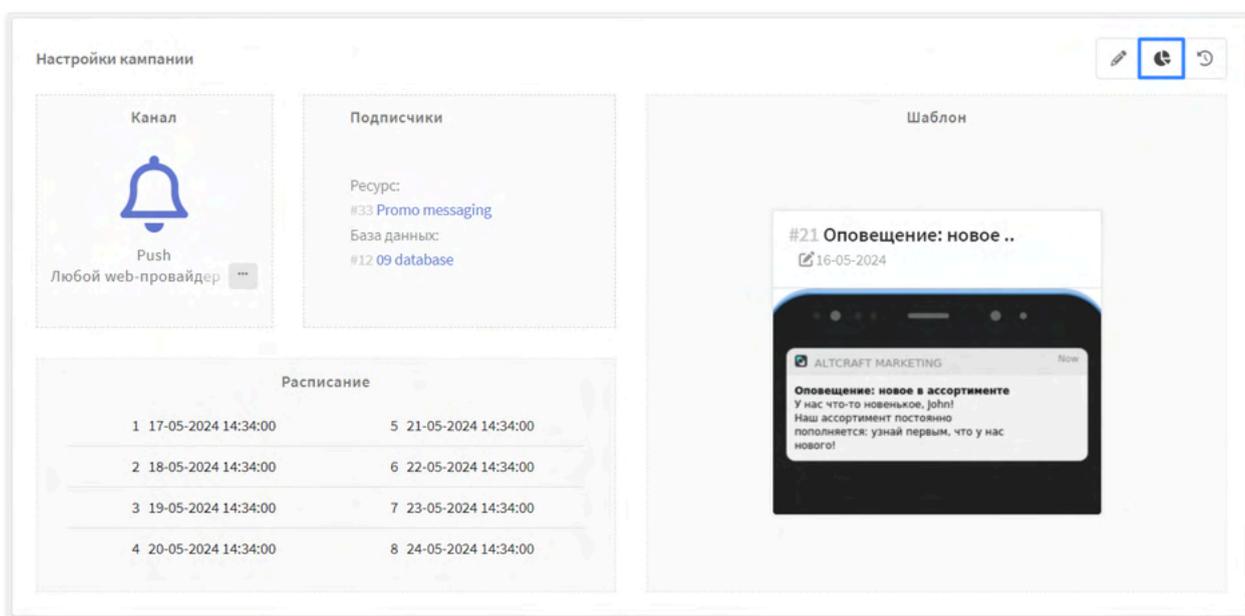
обновлено 16 мая 2024 в 15:02 пользователем Roman Romanov

# Шаг 6: Оцените эффективность рассылки

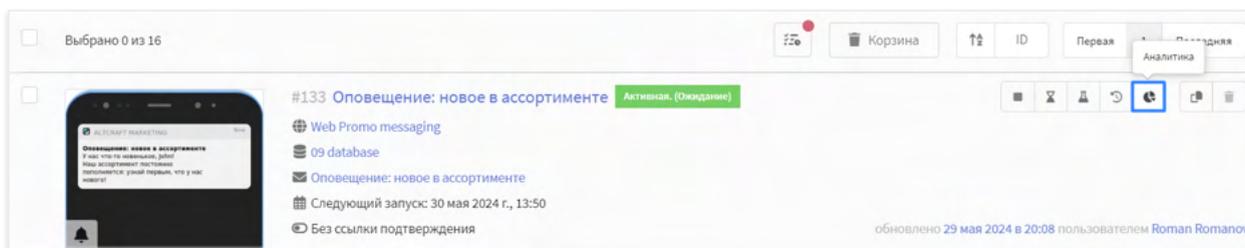
Для оценки результатов ваших рассылок воспользуйтесь отчетом по каналам. [Отчёт по каналам](#) предоставляет аналитику по одной или нескольким кампаниям, по одному или нескольким каналам связи.

На платформе есть три способа получения аналитики по текущей кампании:

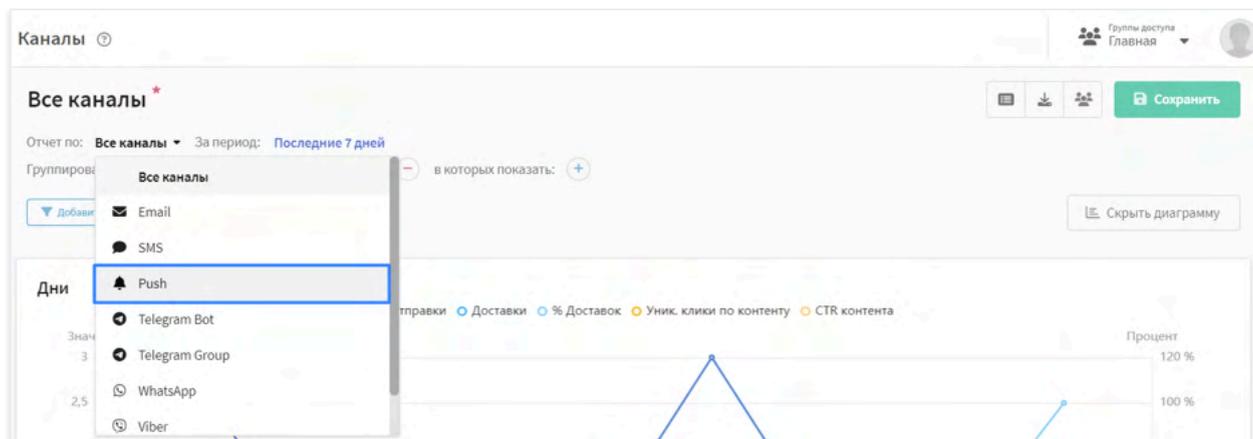
1. К отчёту по каналам конкретной рассылки можно перейти по ссылке в редакторе **кампании**:



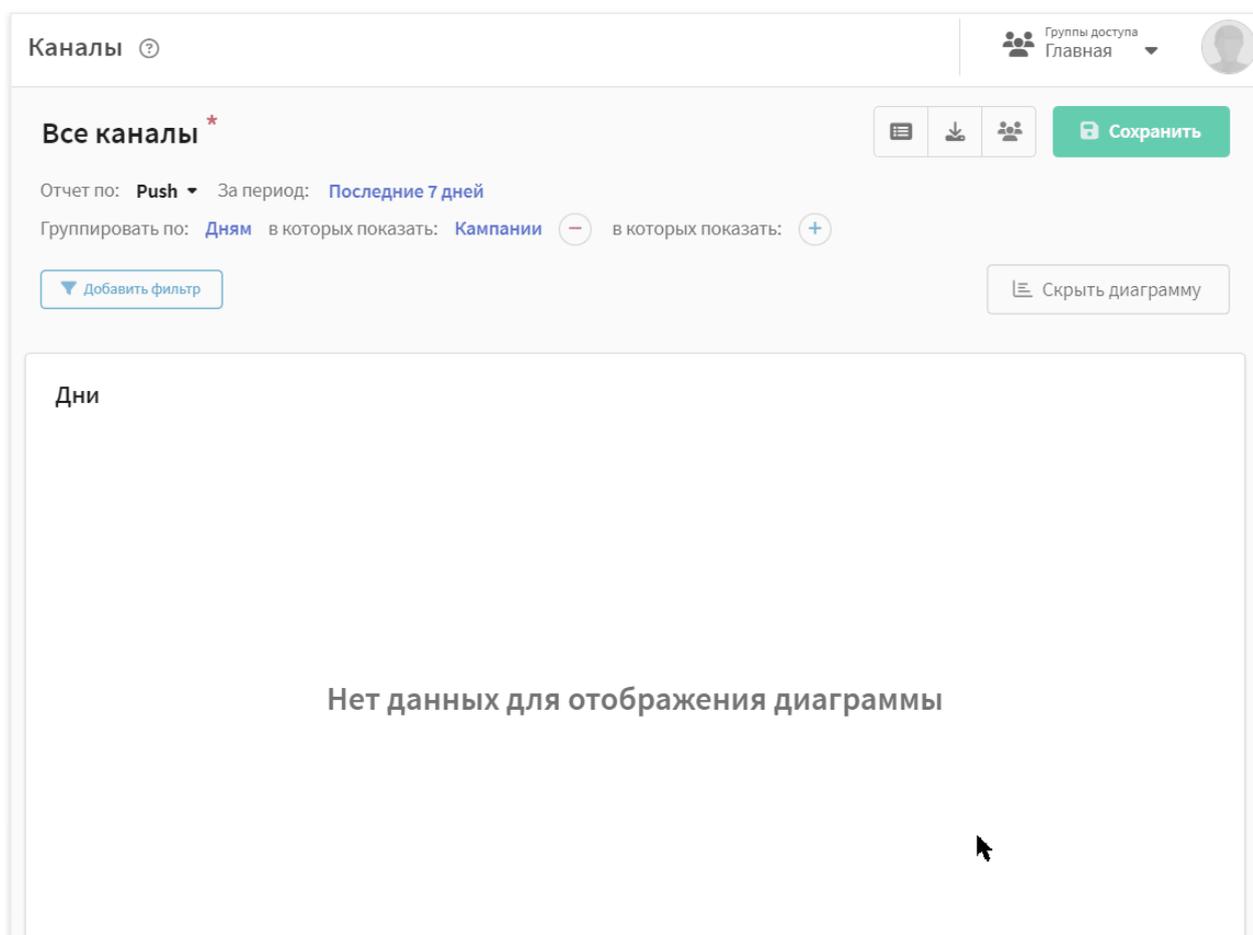
2. Вызов аналитики по текущей кампании также возможен через меню быстрых действий:



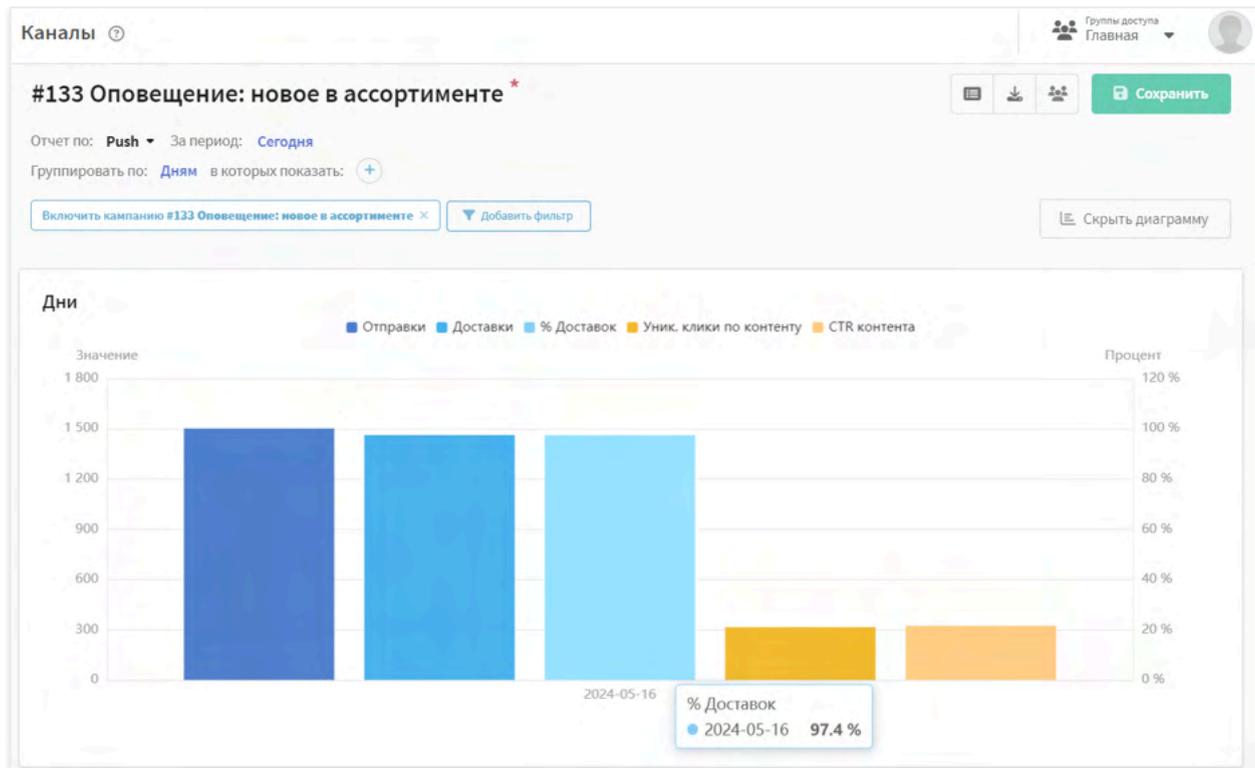
3. Выберите раздел **"Аналитика"** по **"Каналам"** в главном меню платформы. По умолчанию отобразится отчет по **"Всем каналам"** за последние 7 дней. Для группировки по **Push** каналу выберите **"Отчет по"**:



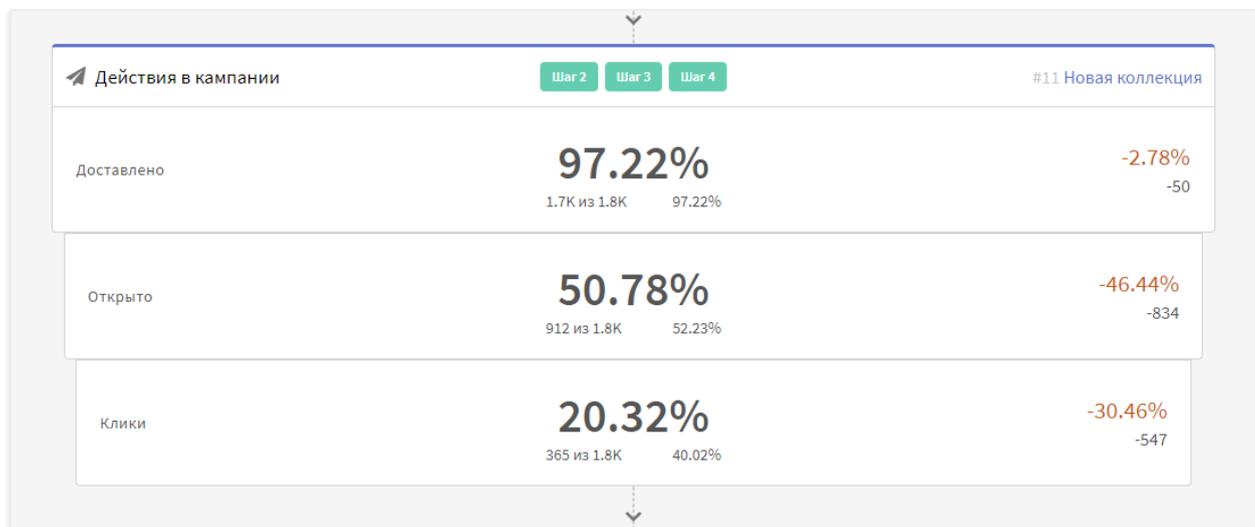
Следующим шагом **"Добавьте фильтр"** по **"Кампаниям"**. В отобразившемся списке выберите нужную кампанию.



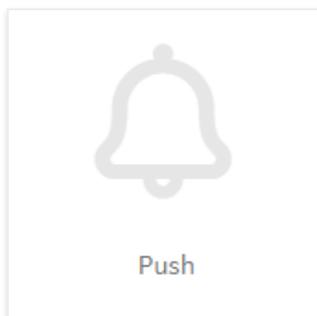
В результате вы получите статистику по выбранной кампании.



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



# Руководство: первая Mobile push рассылка



**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.

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

## ПОДСКАЗКА

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

## Шаг 1: Настройте домен для работы с Push

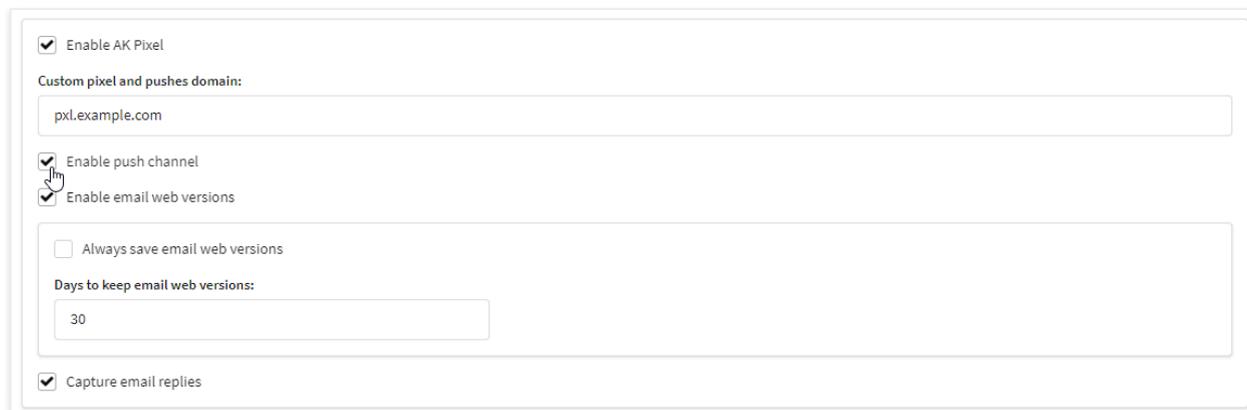
### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

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 Marketing должны быть **настроены web пиксели**.

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



The screenshot shows a configuration panel with the following settings:

- 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

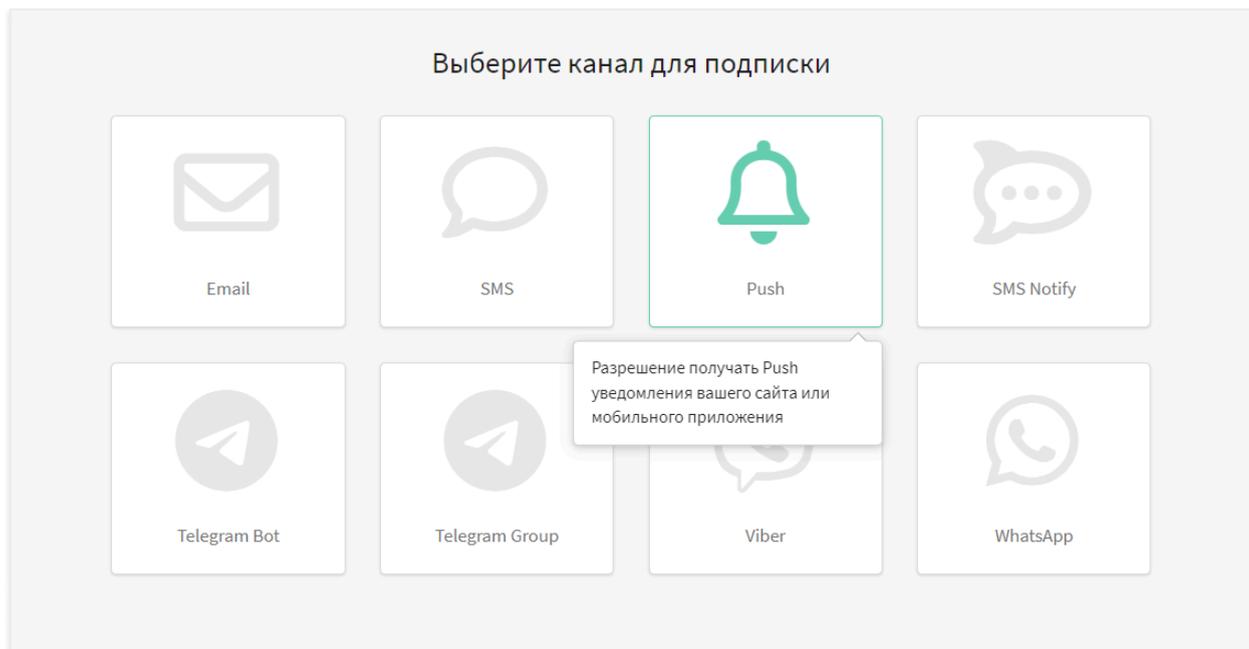
## Шаг 2: Подпишите клиентов на Push канал

### Базы профилей и ресурсы подписок

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

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

Выберите в главном меню раздел "Ресурсы", создайте новый ресурс или выберите уже существующий. После этого добавьте **Push** канал в существующий ресурс или выберите его в качестве основного канала для нового:



В основных настройках добавьте необходимые базы данных, при необходимости назначьте [политику отправки](#). 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 ✕

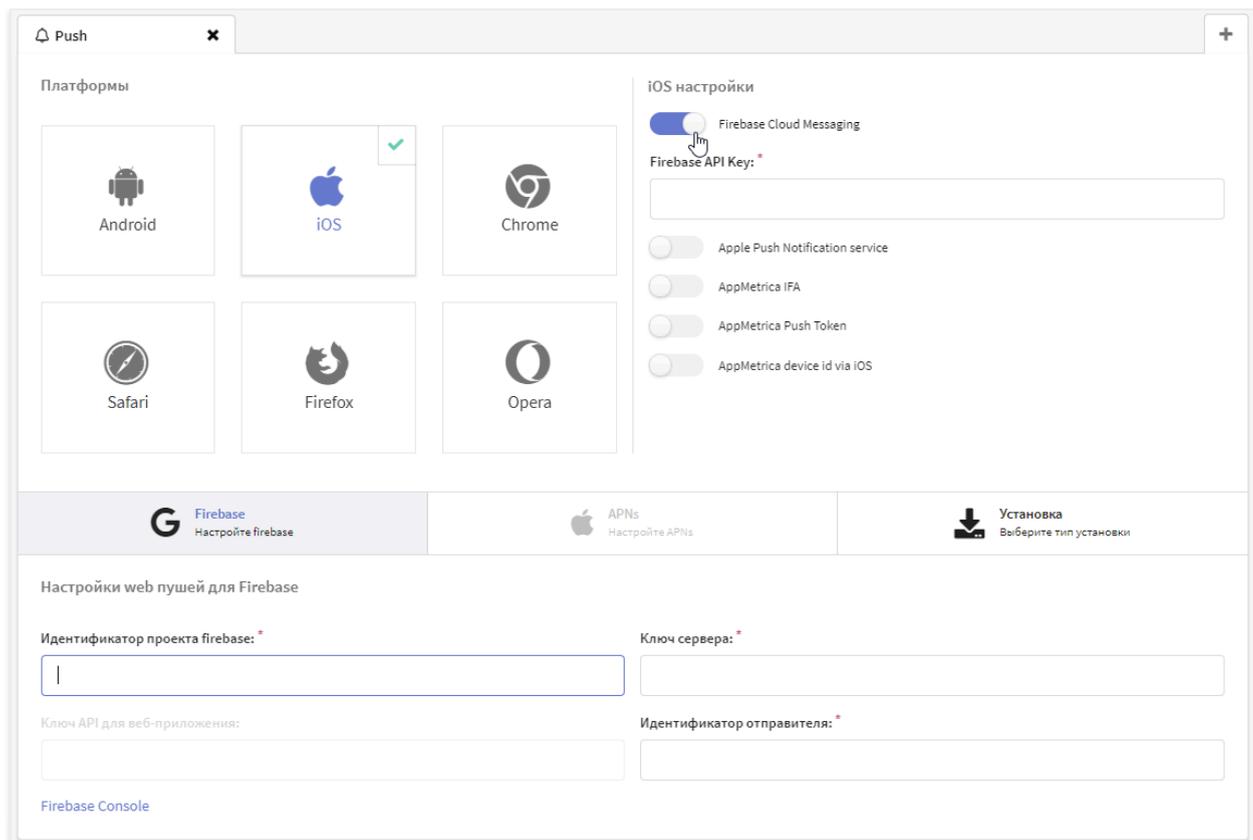
URL веб-сайта, формы или приложения: \* → Трекинг домен по умолчанию: \*

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

Добавить дополнительные URL

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 4 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.
- [Huawei Mobile Services](#) — для Android и iOS приложений.
- [RuStore](#) — только для Android 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 в разделе **"Настройки подписки"** выберите Push в качестве канала связи, выберите провайдера уведомлений, в поле **"Источник подписки"** укажите колонку с токенами устройств:

Ресурс для подписки: 1 - Промо-рассылки (Email, Push, SMS)

Канал: Push канал

Статус подписки: Подписан

Провайдер: iOS APNs

Источник подписки: push (а6dd9d56-d72a-...)

Добавить подписку

#### 💡 ПОДСКАЗКА

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 определённая по нему геолокация:

Раиса Оськина

Глобальный статус: Подписан

Основные вкладки: 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 |

Действия:

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, а именно 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).

#3 Мобильное приложение

Обновлено 2020-04-20 17:46:54 пользователем boris

Токен

uMDPDRhrFWW-b67cf285410170e0

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

#### ПОДСКАЗКА

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:

Использовано символов: 33+

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

Настройки ссылок

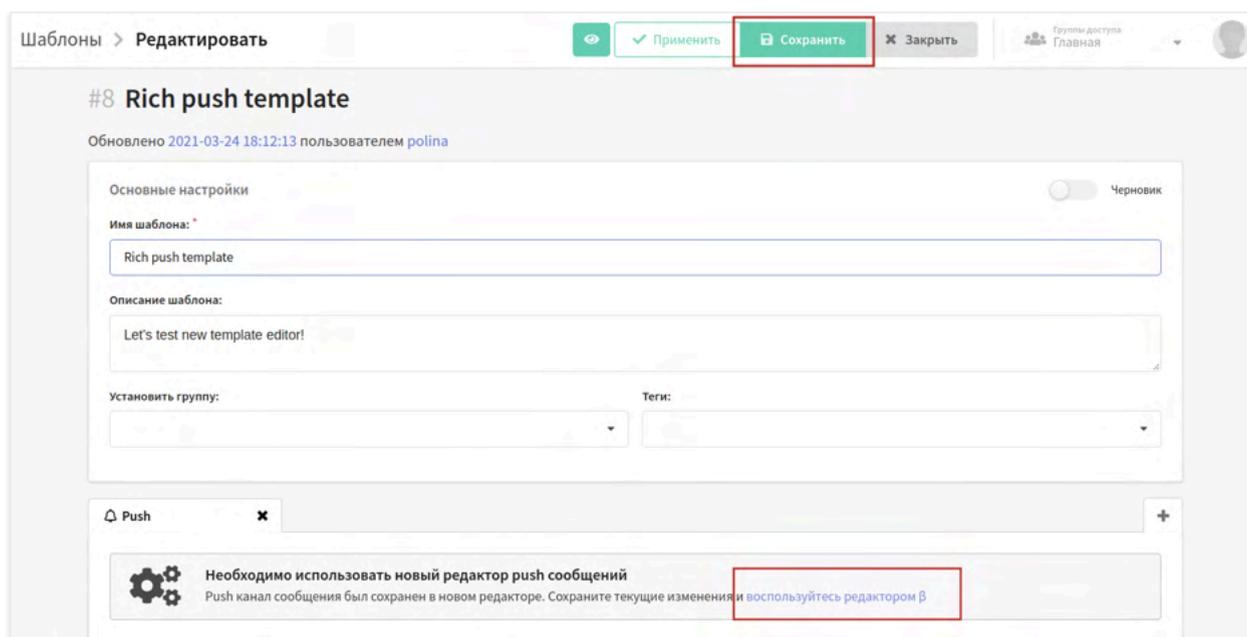
Ссылка для перехода по клику (Только SSL):

Использовать как ссылку подтверждения  Не оборачивать ссылки для отслеживания

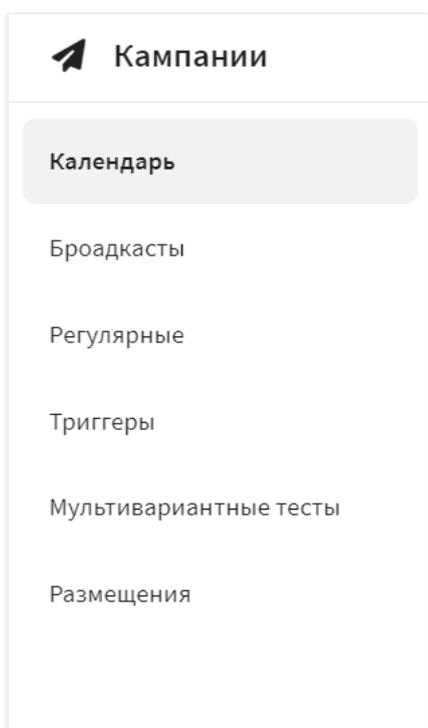
iOS app deep-link:  Android app deep-link:

Если вы рассылаете **Rich push уведомления**, то для создания шаблона вам стоит воспользоваться специальным **редактором**. В Rich push уведомления можно добавлять не только текст и иконку, но и кнопки, изображения, банеры и даже аудио и видеофайлы. Более того, новый редактор позволяет отдельно настраивать уведомление для определенной ОС, а также добавлять адаптивные ссылки и deeplink.

Чтобы открыть новый редактор, зайдите в обычный редактор шаблонов и сделайте начальную версию push сообщения. Как это сделать, мы описали выше. После этого нажмите кнопку **Сохранить**. Теперь вернитесь в созданный шаблон и кликните "**воспользуйтесь редактором β**", чтобы перейти в новый редактор.



## Шаг 5: Выберите тип рассылки

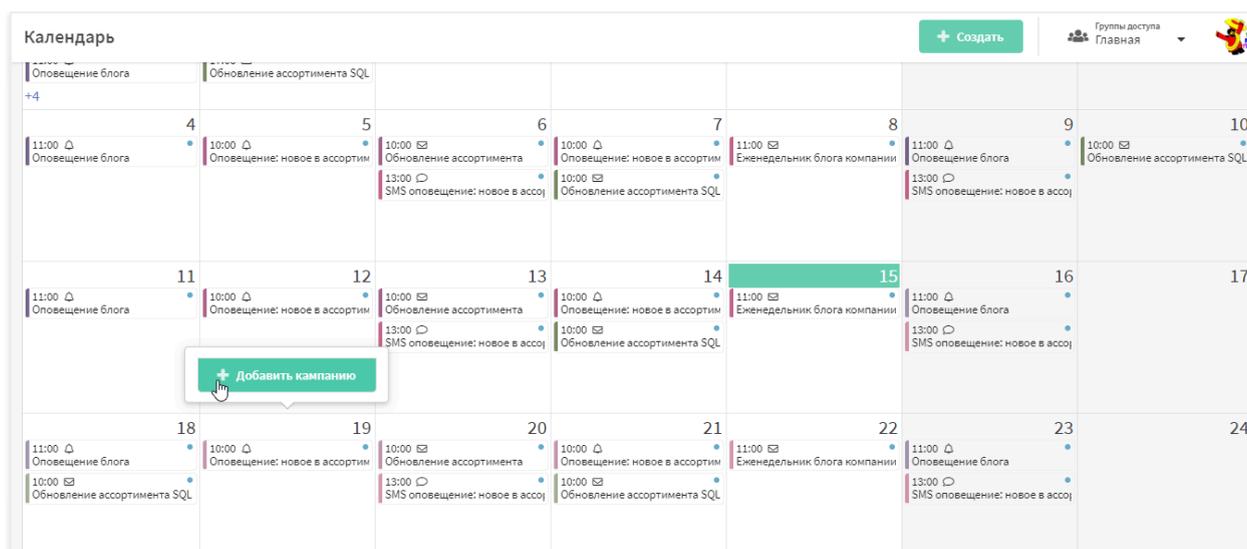


Для отправки Push сообщений используется инструмент **Кампания**.

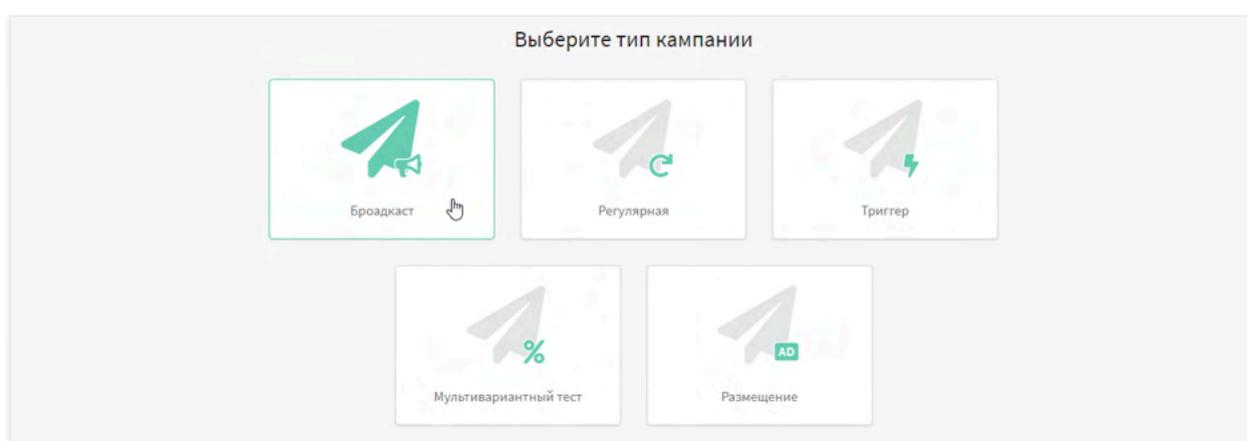
Если вам нужно произвести **разовую** рассылку по целой базе профилей или определённому сегменту аудитории — подойдёт бродкаст.

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:



#### 💡 ПОДСКАЗКА

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

#### 💡 ПОДСКАЗКА

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

1. Выбрать **Push** как канал связи
2. Выберите провайдеров для рассылки и режим отправки. Есть два вида отправки — **fanout**, рассылка на все подписки с учетом фильтров, или **last**, отправка на подписку с самой свежей датой создания. Если несколько подписок были созданы одновременно, то из них будет выбрана одна случайная. Если в кампании заданы фильтры по провайдеру,

дополнительным полям или категориям, то сначала накладываются фильтры, а потом уже ищется самая свежая подписка.

3. Выбрать настроенный ранее **ресурс** подписок и **аудиторию** получателей
4. Добавить в рассылку **шаблон** сообщения
5. Установить **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 Юсбаев

ID: 16

Теги: B2C Интернет-магазины

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

Оповещение блога

Создано: 2020-04-20 10:48:52

Обновлено: 2020-04-27 03:14:30

Автор: Воля Юсбаев

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

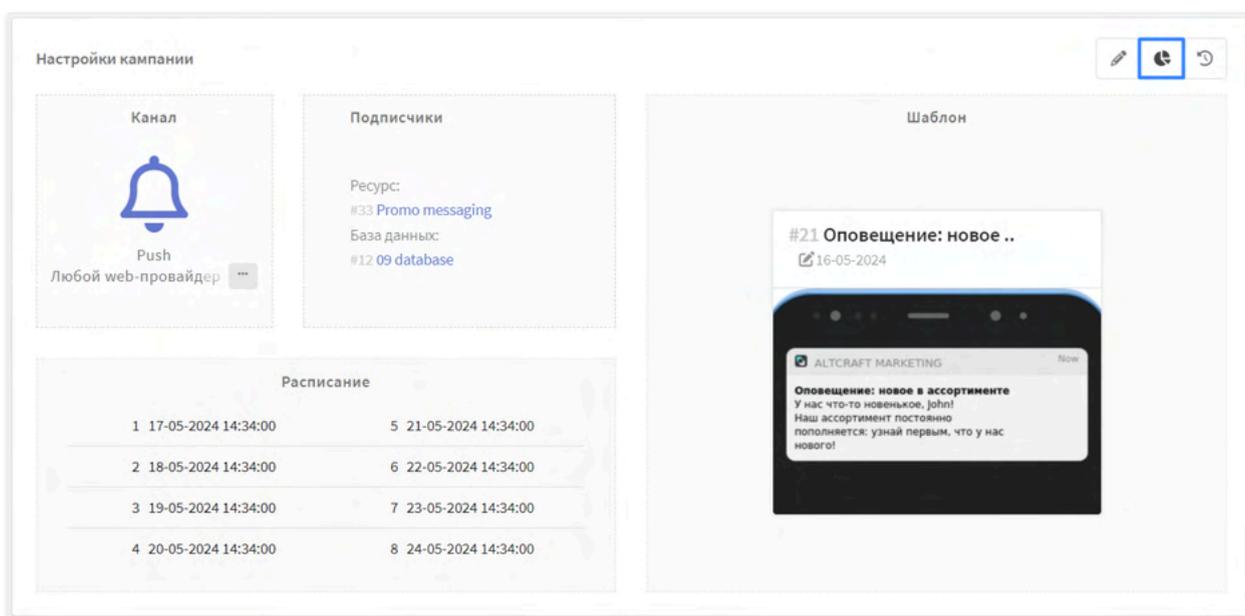
Профили: Клиенты B2C

# Шаг 6: Оцените эффективность рассылки

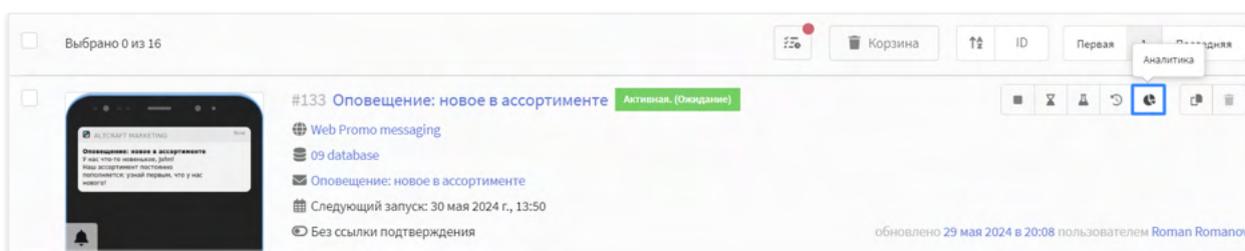
Для оценки результатов ваших рассылок воспользуйтесь отчетом по каналам. **Отчёт по каналам** предоставляет аналитику по одной или нескольким кампаниям, по одному или нескольким каналам связи.

На платформе есть три способа получения аналитики по текущей кампании:

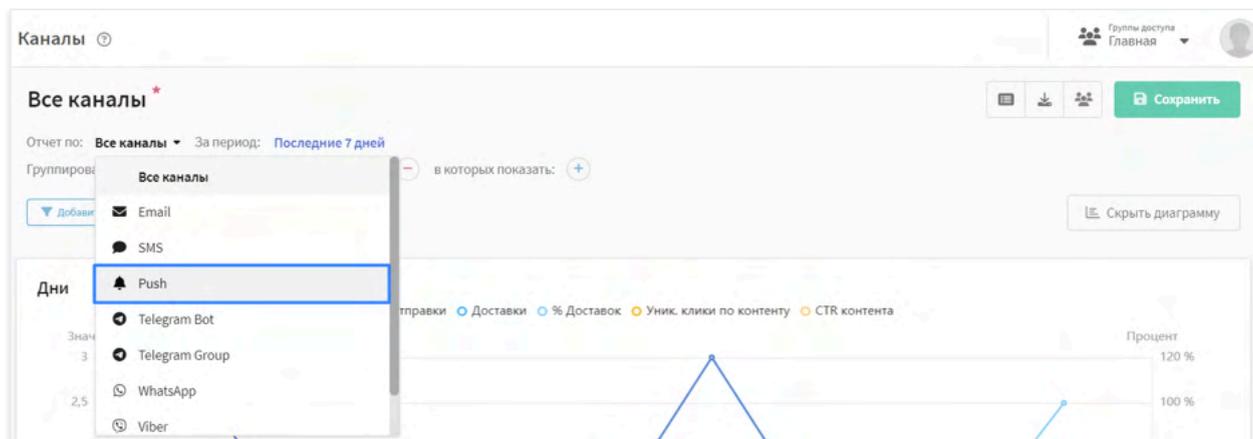
1. К отчёту по каналам конкретной рассылки можно перейти по ссылке в редакторе **кампании**:



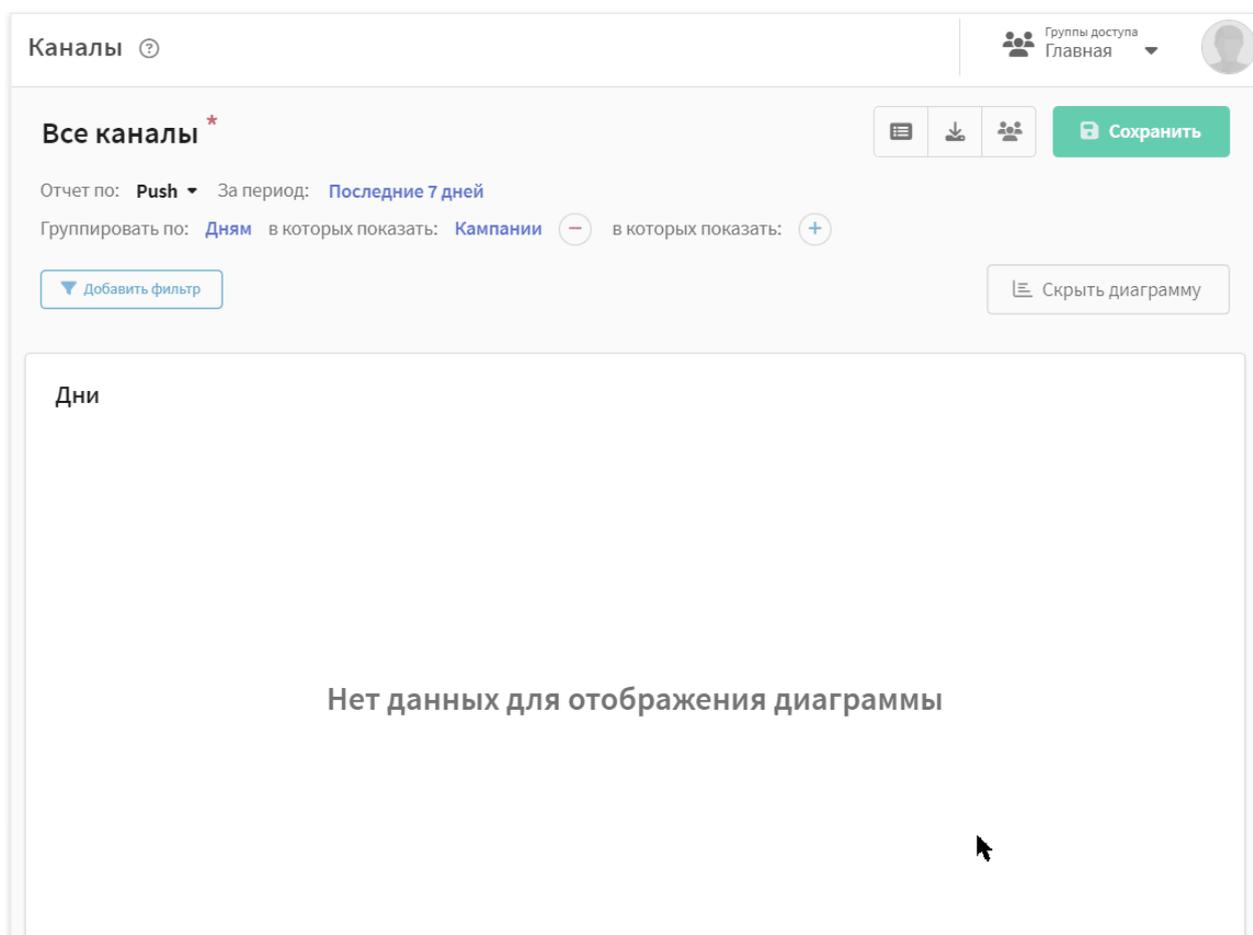
2. Вызов аналитики по текущей кампании также возможен через меню быстрых действий:



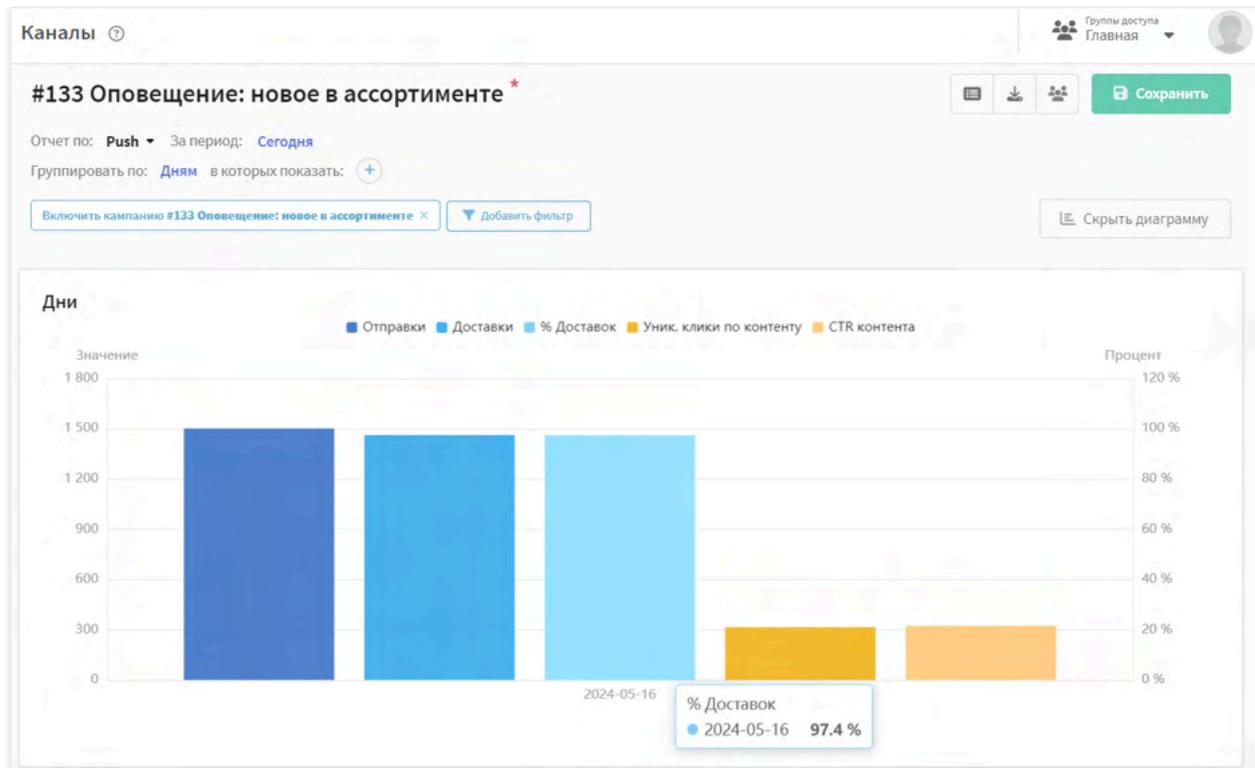
3. Выберите раздел **"Аналитика"** по **"Каналам"** в главном меню платформы. По умолчанию отобразится отчет по **"Всем каналам"** за последние 7 дней. Для группировки по **Push** каналу выберите **"Отчет по"**:



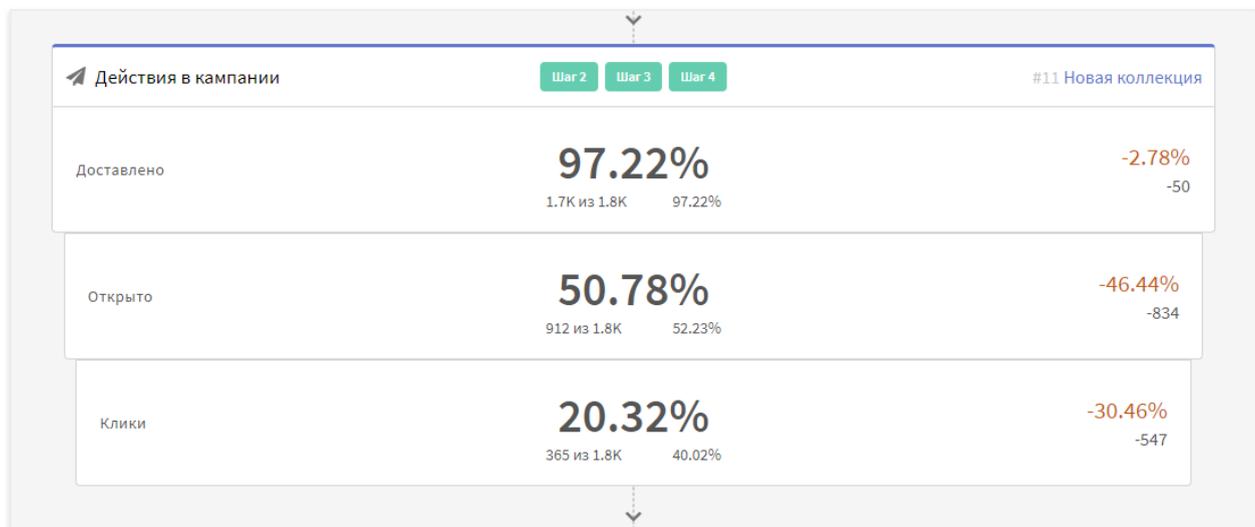
Следующим шагом **"Добавьте фильтр"** по **"Кампаниям"**. В отобразившемся списке выберите нужную кампанию.



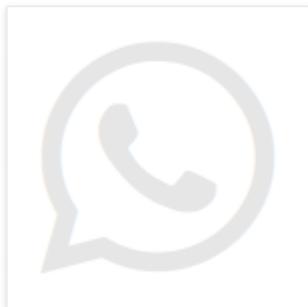
В результате вы получите статистику по выбранной кампании.



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



# Руководство: первая WhatsApp рассылка



WhatsApp — это эффективный канал коммуникации, который позволяет выстроить диалог с клиентом в режиме реального времени. Через этот канал вы можете сообщать подписчикам о важных событиях, изменениях по статусам заказа и предстоящих мероприятиях. Открываемость писем в мессенджере достигает 90%.

Данное руководство поможет вам запустить первую рассылку в WhatsApp.

## Шаг 1. Подключите WhatsApp Business API через провайдера

Чтобы отправлять массовые рассылки в WhatsApp, необходимо подключить WhatsApp Business API. В платформе Altcraft такое подключение возможно через официальных провайдеров: [Edna](#) или [360dialog](#). Зарегистрируйте аккаунт у одного из провайдеров. Для этого вам потребуются номер телефона и [верифицированный аккаунт](#) в Facebook Business Manager.

### 💡 ПОДСКАЗКА

Если вы хотите зарегистрировать WABA аккаунт через Edna, оставьте заявку по [этой ссылке](#).

360dialog собирает заявки через [эту форму](#).

### 💡 ПОДСКАЗКА

Вы можете использовать городской +7(495) или мобильный +7(900) номер. Для регистрации подойдет номер телефона, который не связан с приложением WhatsApp, или номер, который не был активен в WhatsApp в течение 6 месяцев.

### ⚠️ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

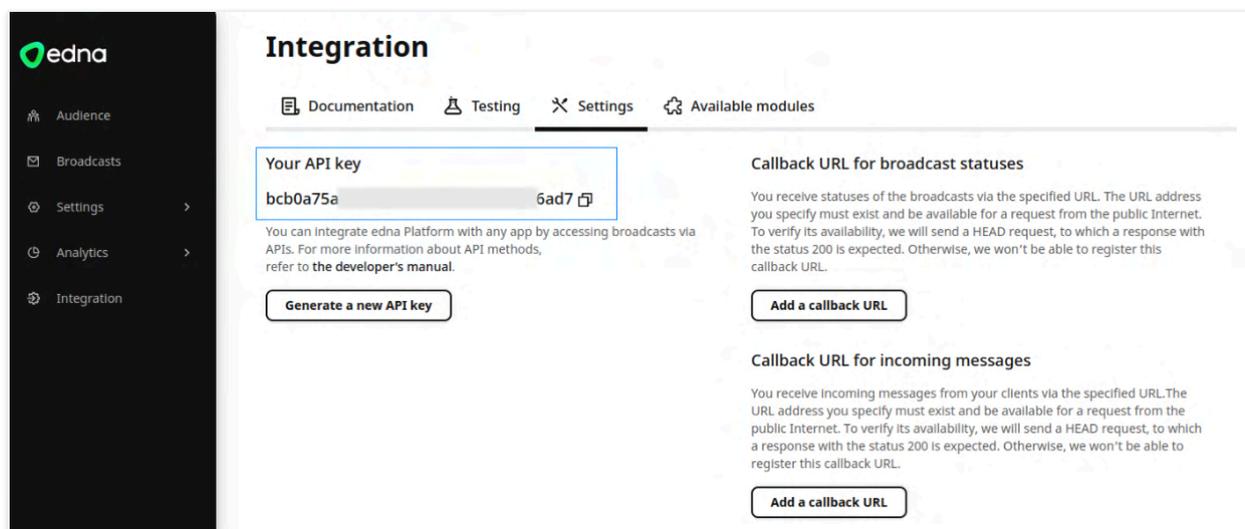
Интеграция с WhatsApp Business API и последующая отправка сообщений не тарифицируются дополнительно на стороне Altcraft. Однако вам потребуется оплачивать услуги вашего провайдера (360dialog или Edna). Кроме того, стоимость отправляемых сообщений в WhatsApp также оплачивается отдельно. Подробнее о тарифах на сообщения в WhatsApp вы можете узнать [здесь](#).

## Шаг 2. Получите API ключ

API ключ можно получить в личном кабинете провайдера:

### Edna

В личном кабинете Edna откройте раздел **Интеграции** и перейдите на вкладку **Настройки**:



**Integration**

Documentation Testing **Settings** Available modules

**Your API key**

bcb0a75a 6ad7

You can integrate edna Platform with any app by accessing broadcasts via APIs. For more information about API methods, refer to the [developer's manual](#).

[Generate a new API key](#)

**Callback URL for broadcast statuses**

You receive statuses of the broadcasts via the specified URL. The URL address you specify must exist and be available for a request from the public Internet. To verify its availability, we will send a HEAD request, to which a response with the status 200 is expected. Otherwise, we won't be able to register this callback URL.

[Add a callback URL](#)

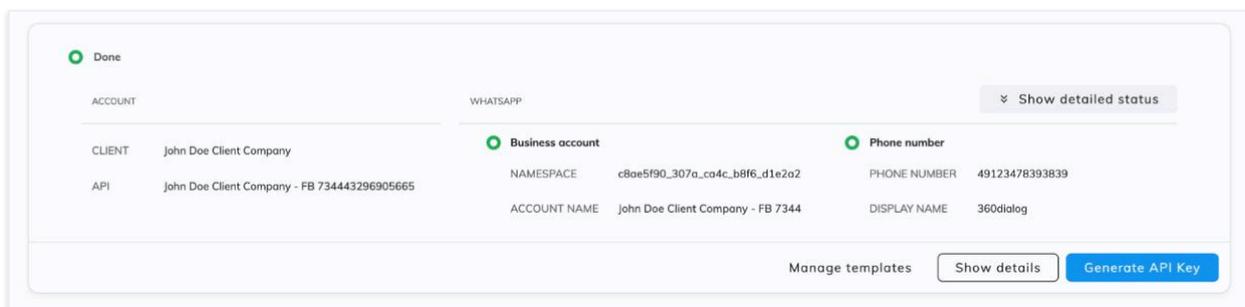
**Callback URL for incoming messages**

You receive incoming messages from your clients via the specified URL. The URL address you specify must exist and be available for a request from the public Internet. To verify its availability, we will send a HEAD request, to which a response with the status 200 is expected. Otherwise, we won't be able to register this callback URL.

[Add a callback URL](#)

## 360dialog

В 360 Client Hub перейдите в раздел **WhatsApp Accounts** и нажмите на кнопку **Generate API key**:

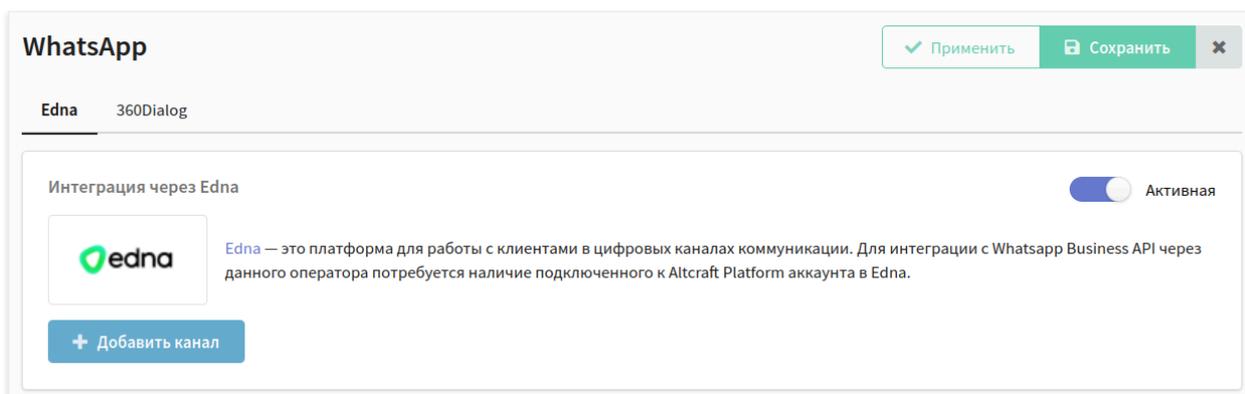


## Шаг 3. Настройте интеграцию

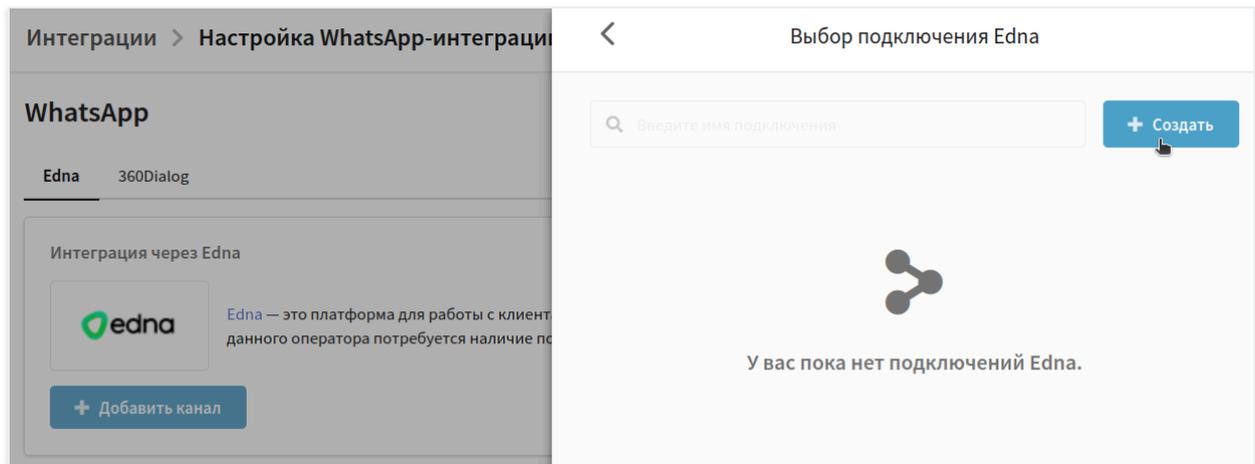
Вернитесь в платформу и откройте раздел **Интеграции**. Выберите тип интеграции — **WhatsApp**. Перейдите на вкладку вашего провайдера.

### Edna

1. **Активируйте** интеграцию с помощью переключателя в правом верхнем углу. Нажмите **Добавить канал**:

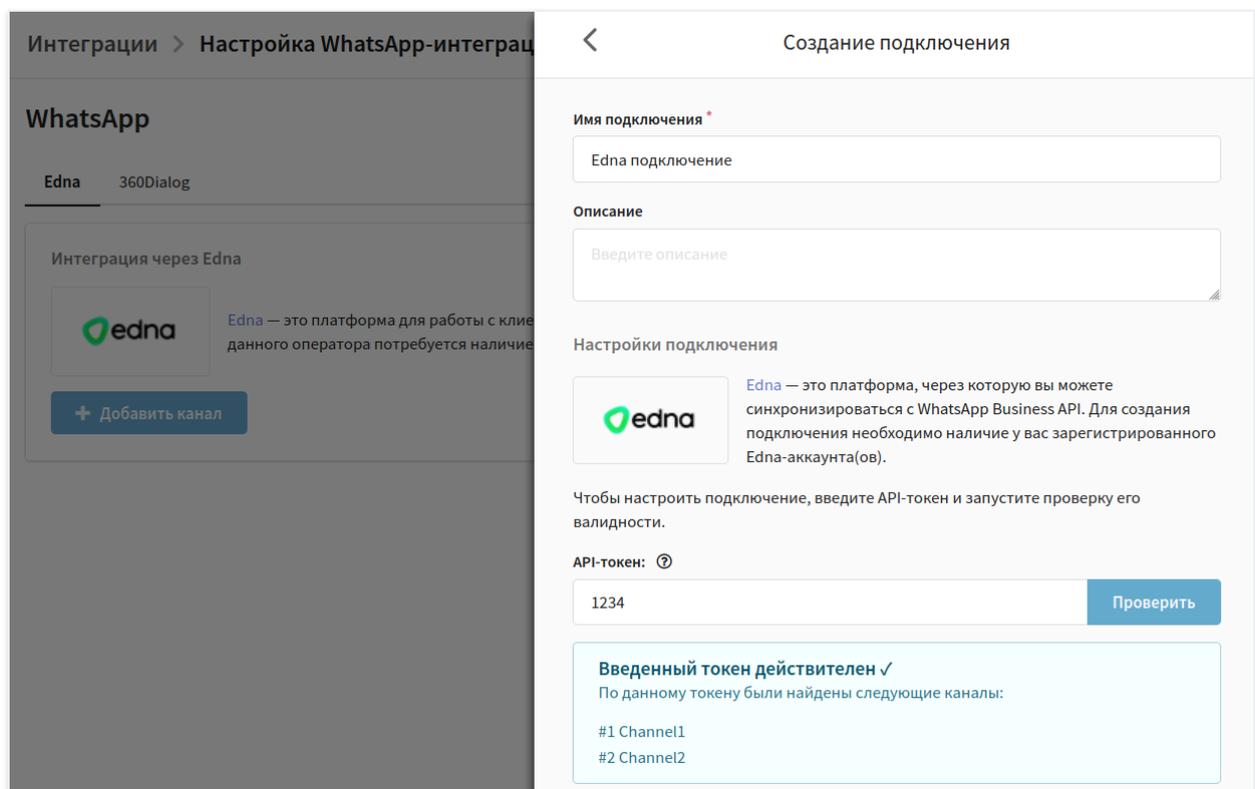


2. Для интеграции необходимо связать аккаунт провайдера с платформой Altcraft. Связывание аккаунтов происходит через подключение. Нажмите **Создать**, чтобы настроить новое подключение:

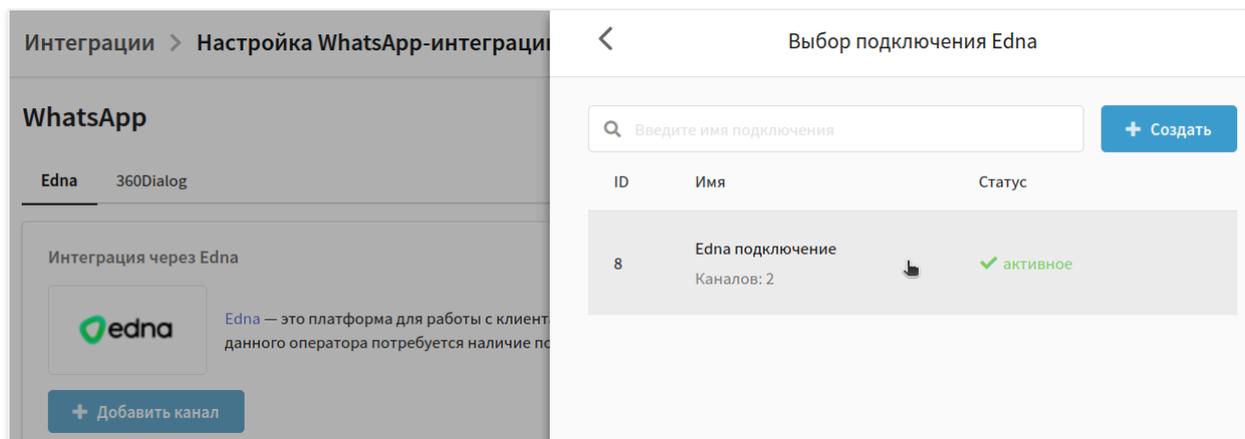


3. В новом окне задайте **имя** и **описание** подключения.

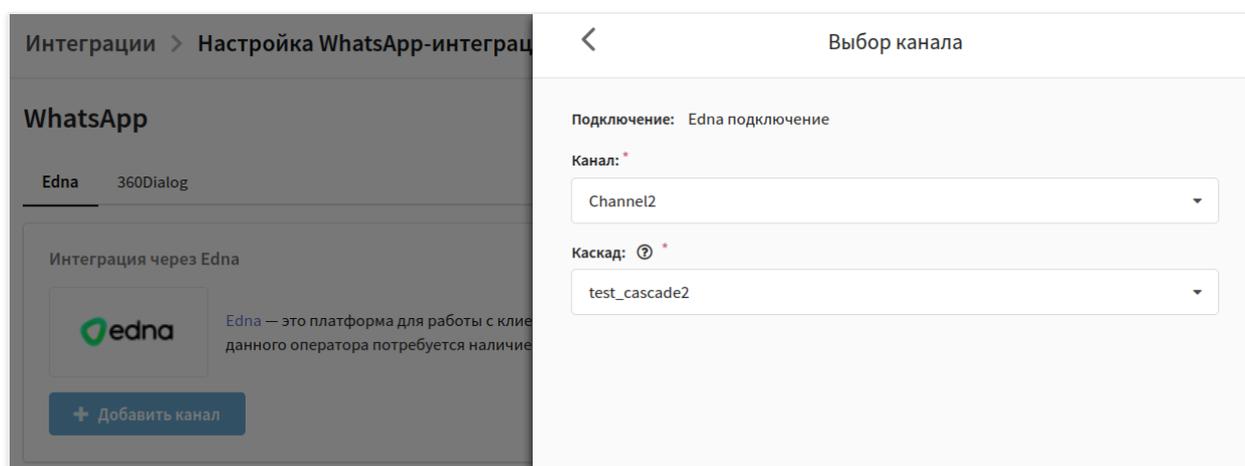
4. Введите **API-токен**, сгенерированный в личном кабинете провайдера, и запустите **проверку**, чтобы подтвердить его валидность. Если токен прошёл проверку, в окне отобразятся данные по доступным каналам в аккаунте:



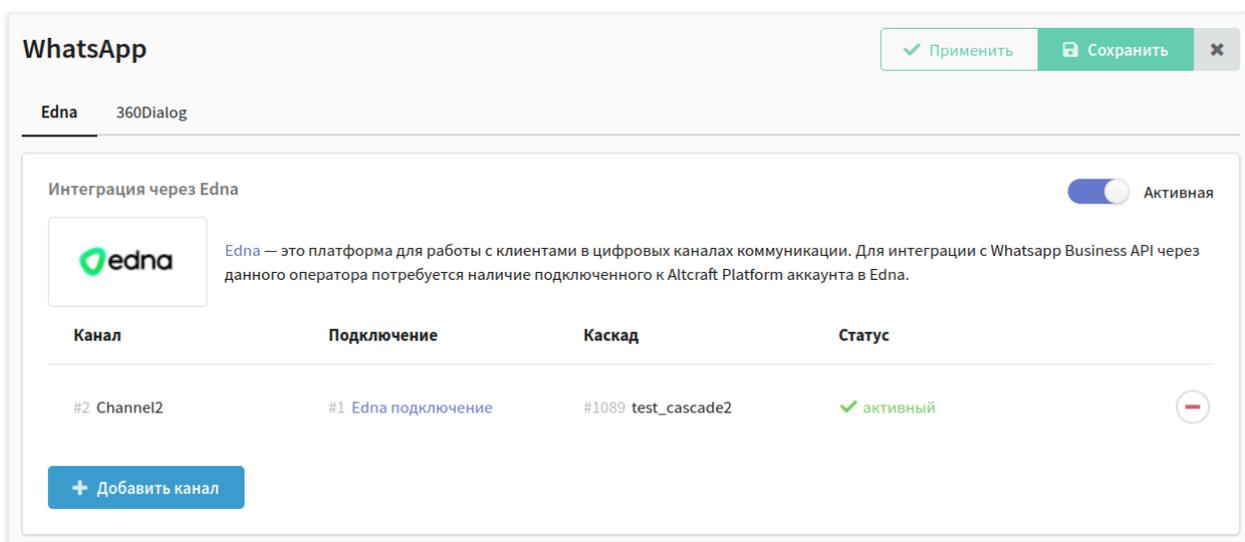
5. Нажмите кнопку **Создать** в правом нижнем углу, чтобы сохранить подключение. Вы вернётесь в список подключений. Выберите только что созданное:



6. Выберите **канал** и **каскад**. Канал должен находиться в статусе "Работает исправно", а каскад должен использовать только один канал. Затем нажмите **Добавить** в правом нижнем углу.



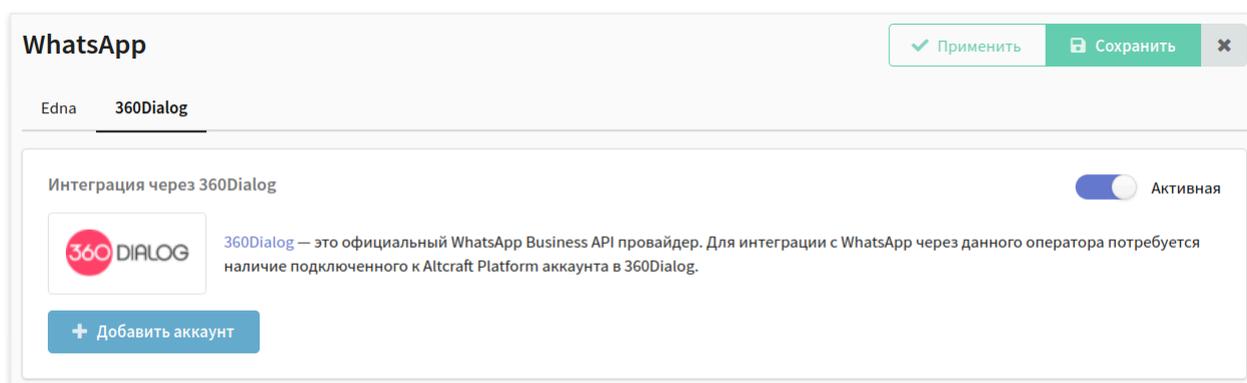
Данные по добавленному Edna-каналу отобразятся в интеграции. При необходимости вы можете добавить несколько каналов для Edna.



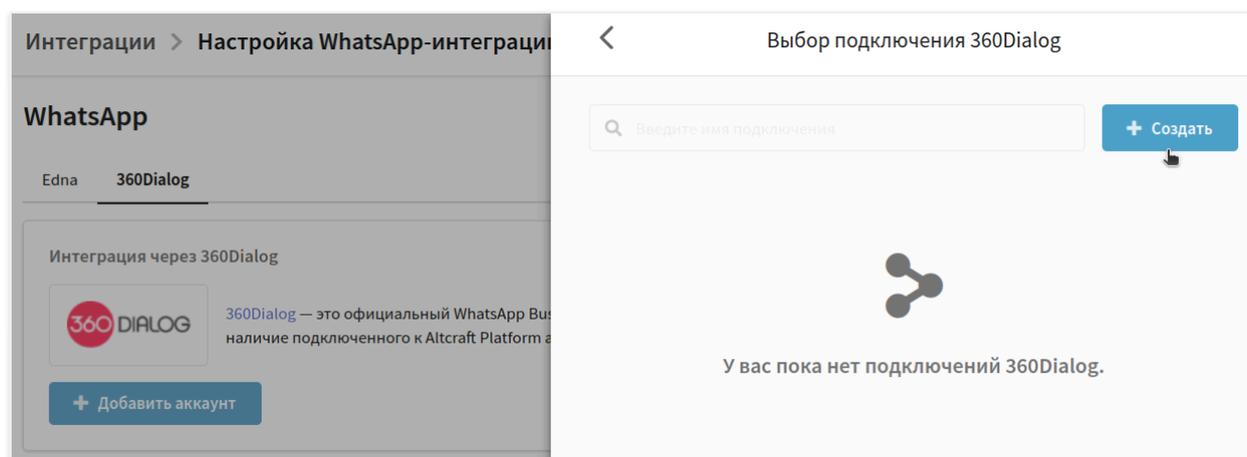
7. **Сохраните интеграцию** с помощью кнопок в правом верхнем углу.

## 360dialog

1. **Активируйте** интеграцию с помощью переключателя в правом верхнем углу. Нажмите **Добавить аккаунт**:

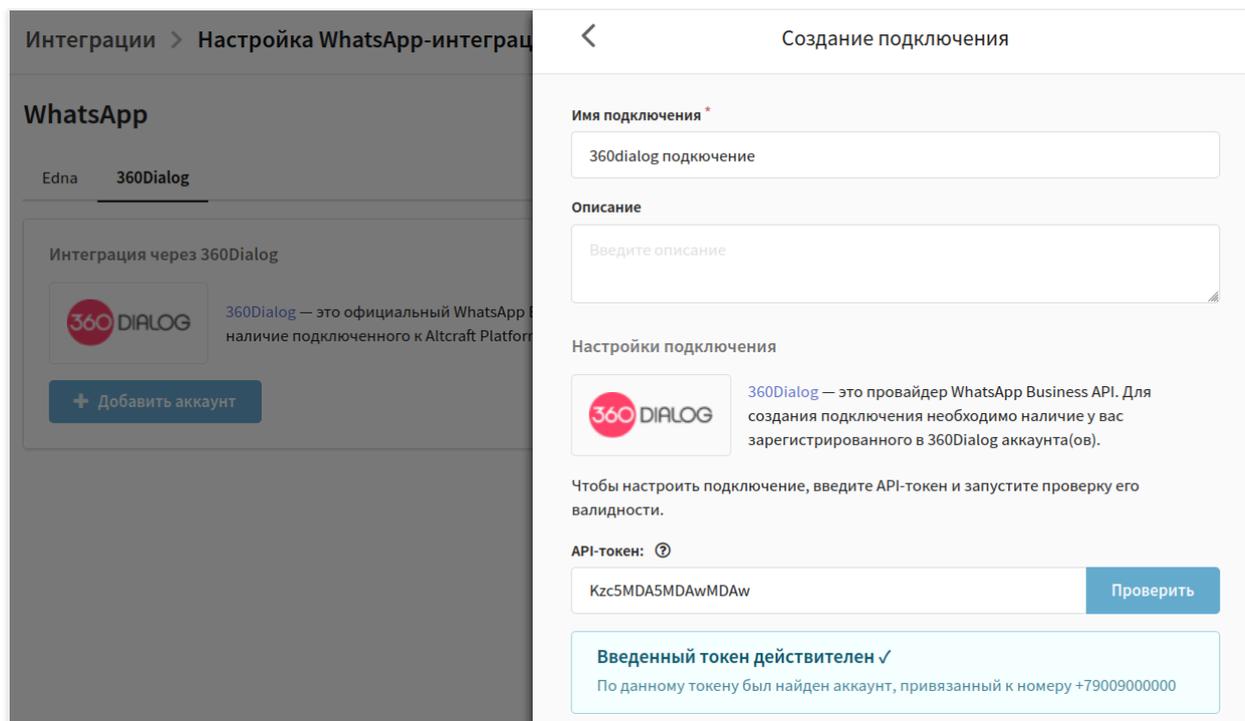


2. Для интеграции необходимо связать аккаунт провайдера с платформой Altcraft. Связывание аккаунтов происходит через подключение. Нажмите **Создать**, чтобы настроить новое подключение:

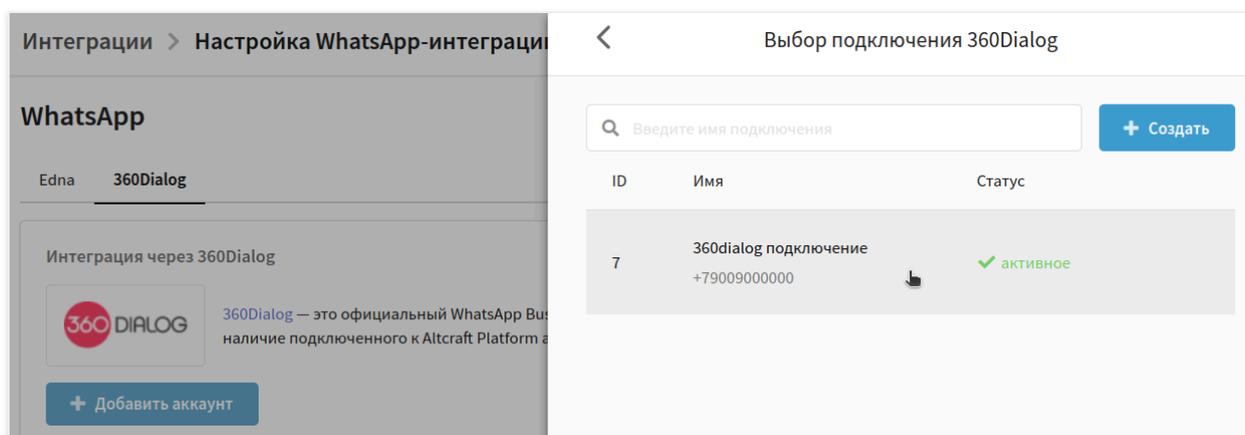


3. В новом окне задайте **имя** и **описание** подключения.

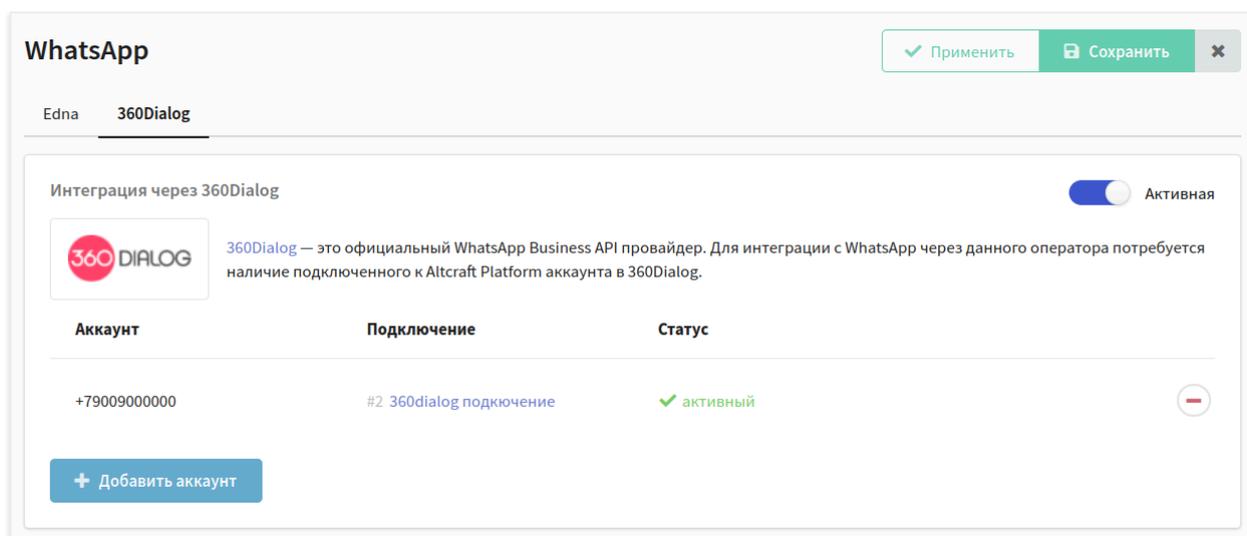
4. Введите **API-токен**, сгенерированный в личном кабинете провайдера, и запустите **проверку**, чтобы подтвердить его валидность. Если токен прошёл проверку, в окне отобразится номер телефона, привязанный к подключаемому аккаунту:



5. Нажмите кнопку **Создать** в правом нижнем углу, чтобы сохранить подключение. Вы вернётесь в список подключений. Выберите только что созданное:



После этого вы увидите данные по добавленному аккаунту. При необходимости вы можете добавить несколько аккаунтов для 360dialog.



7. **Сохраните интеграцию** с помощью кнопок в правом верхнем углу.

## Шаг 4. Подпишите клиентов на WhatsApp канал

Для отправки сообщения пользователю в WhatsApp требуется:

- Наличие номера телефона пользователя в базе данных;
- Наличие у профиля подписки на WhatsApp-канал ресурса;
- [Согласие пользователя](#) на получение сообщений от вашей компании.

### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Номер телефона профиля, на который вы отправляете сообщения, должен быть записан в международном формате. Необходимо использовать следующий формат: +79001234567.

Сначала выберите или [создайте базу](#) профилей, в которой будут храниться данные подписчиков, в том числе номера телефонов. Затем [создайте новый ресурс](#) или отредактируйте существующий, добавив WhatsApp-канал. Для настройки канала выберите подключенный ранее WhatsApp-аккаунт:



Далее [импортируйте данные](#) подписчиков в платформу — например, через файл. При импорте добавьте им подписку на ресурс с WhatsApp каналом. В качестве **источника подписки** выберите колонку вашего файла, в которой записаны номера телефонов.

Настройки подписок

Ресурс для подписки

31 - Website [Email](#) [Push](#) [SMS](#) [whatsapp](#)

Канал

WhatsApp [whatsapp](#)

Статус подписки

Подписан

Источник подписки

phone (string):

phone +79001234567

Добавить подписку

Для каждого клиента будет создан [цифровой профиль](#), объединяющий личные данные, историю действий и подписки на ресурсы. Если при импорте клиенту была успешно добавлена подписка на WhatsApp-канал, эти данные отобразятся в его истории:

История    Взаимодействия    Данные    **Подписки**

▼ Канал    ▼ Ресурс    ▼ Статус профиля

### Подписка на ресурс #31 Website

🕒 WhatsApp #d98370f4 ✕

————— WHATSAPP —————

Статус: Подписан ▼

Телефон: +79001234567

Приоритет: 0

**Информация о подписке**  
Дата: вт, 25 июл. 2023 г. 10:34:17

Добавить подписку

## Шаг 5. Создайте шаблон в личном кабинете провайдера

В WhatsApp Business API доступны два типа сообщений:

- **Произвольное сообщение** — сообщение в свободном формате, отправляемое в рамках 24-часового окна;
- **Шаблонное сообщение** — сообщение, шаблон которого ранее был [согласован с Facebook](#); отправляется после закрытия 24-часового окна.

#### ПОДСКАЗКА

24-часовое диалоговое окно открывается, если клиент первым написал компании или ответил на ее сообщение. После этого компания в течение суток может отправить клиенту неограниченное количество произвольных сообщений.

Шаблонные сообщения используются, чтобы инициировать диалог с клиентом или продолжить общение спустя 24 часа после последнего входящего сообщения.

#### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Платформа Altcraft позволяет отправлять только **шаблонные сообщения (HSM)**. Поддерживаются различные типы: текстовые, мультимедийные и сообщения с кнопками.

Шаблонное сообщение состоит из фиксированного текста и переменных. Переменные — это текст, который можно менять перед каждой рассылкой без согласования с Facebook.

Шаблон создается в личном кабинете провайдера, а в платформе Altcraft вы только подставляете текст в переменные, настраиваете кнопки и добавляете медиа файлы.

#### ПОДСКАЗКА

Больше информации о создании шаблонов вы можете найти в документации вашего провайдера:

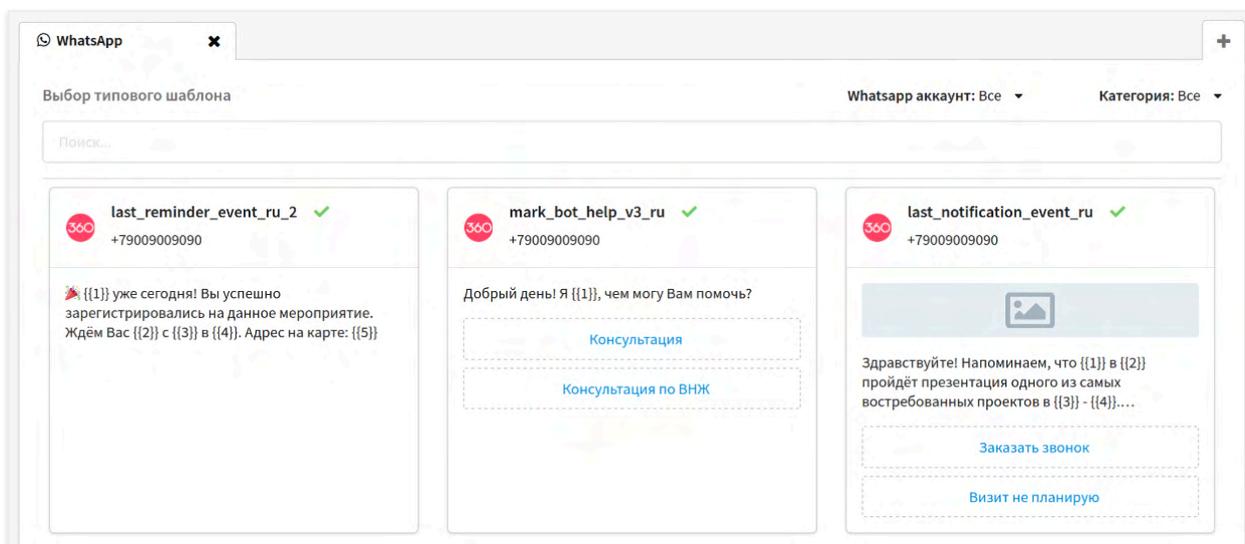
- **Edna:** <https://docs.edna.ru/kb/shablony-whatsapp/>
- **360dialog:** <https://docs.360dialog.com/docs/360-client-hub/template-management-ui>

#### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Шаблон, созданный в личном кабинете провайдера, должен пройти **верификацию в Facebook**. В кампаниях, запускаемых через Altcraft, можно использовать только шаблоны, которые успешно прошли проверку.

## Шаг 6. Создайте сообщение на основе шаблона в Altcraft

В платформе Altcraft откройте раздел **Шаблоны** и создайте новый шаблон для WhatsApp канала. Все шаблоны, доступные в WhatsApp-аккаунтах, подключенных через [edna](#) или [360dialog](#), автоматически доступны в платформе и отображаются в редакторе:



Выберите шаблон и создайте сообщение на его основе. Для этого заполните переменные, настройте кнопки и добавьте медиа файлы.

### 💡 ПОДСКАЗКА

Создание шаблона для WhatsApp канала описывается в [этой статье](#).

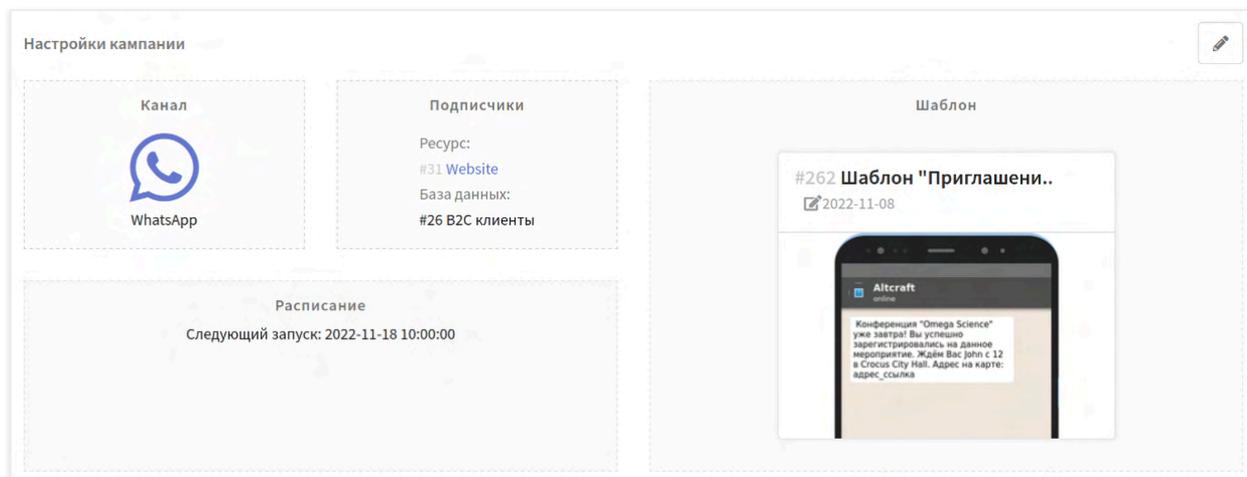
## Шаг 7. Запустите кампанию и оцените эффективность рассылки

Перейдите в раздел **Кампании** и выберите тип рассылки:

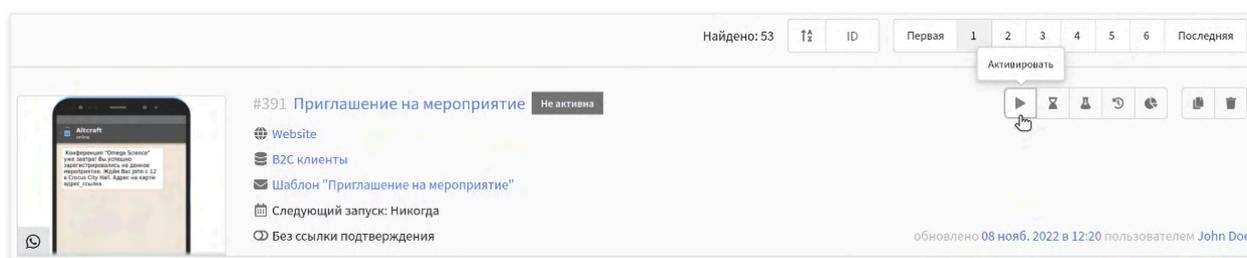
- Бродкаст — разовая рассылка сообщений.
- Регулярная кампания — периодическая рассылка.

Настройте кампанию: выберите WhatsApp как канал связи, настроенный ранее ресурс и аудиторию получателей (база или сегмент). Добавьте в рассылку

шаблон сообщения и установите расписание:



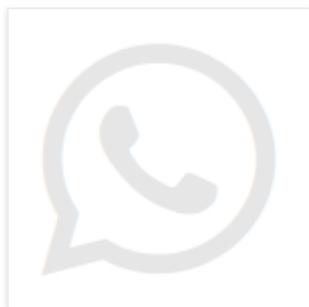
Сохраните кампанию. Найдите её в списке кампаний выбранного типа и активируйте, кликнув ► в панели быстрых действий. Активная кампания начнёт отправлять сообщения, когда наступит время запуска по расписанию.



Для оценки результатов вашей рассылки воспользуйтесь [отчётом по каналам](#).

Чтобы перейти в отчёт, нажмите на кнопку аналитики 📊 в панели быстрых действий. Вы получите информацию о количестве отправленных, доставленных и недоставленных сообщений, а также о количестве новых подписок на WhatsApp канал. Для удобства группировки можно выбрать **пресет** показателей для WhatsApp.

# Руководство: первая Viber рассылка



Данное руководство поможет вам запустить первую рассылку в Viber.

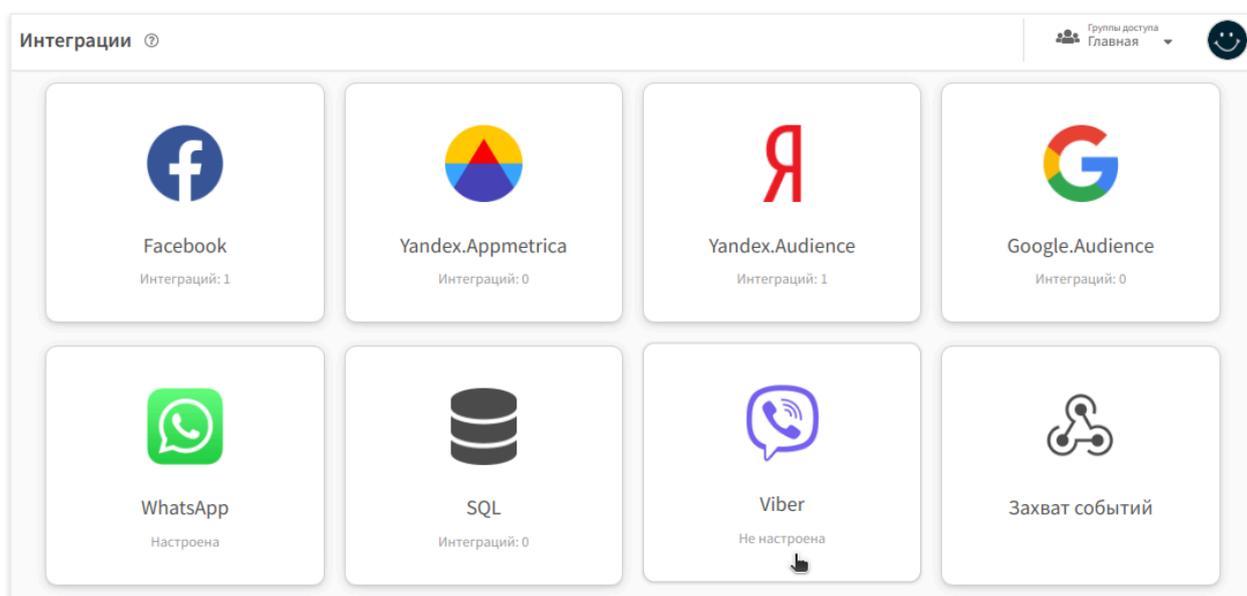
Интеграция Altcraft Platform с Viber осуществляется с помощью [Devino Telecom](#), [SMS Traffic](#) или МТС [OmniChannel](#). Если у вашей компании нет аккаунта ни в одном из этих сервисов, зарегистрируйте его.

## ⓘ К СВЕДЕНИЮ

Стоимость сообщений определяется на стороне провайдера. Altcraft Platform не взимает дополнительной платы за отправку сообщений в Viber.

## Шаг 1. Настройте интеграцию

1. В главном меню откройте раздел "**Интеграции**".
2. Выберите тип интеграции — **Viber**.



3. Выберите провайдера — **Devino Telecom**, **SMS Traffic** или **MTC OmniChannel**.

The screenshot displays three panels for Viber integration, each with a 'Viber' title and 'Применить' / 'Сохранить' buttons. The first panel is for 'Devino telecom', the second for 'SMS Traffic', and the third for 'MTC OmniChannel'. Each panel contains a description of the provider, a toggle switch set to 'Активная', and a '+ Добавить подключение' button.

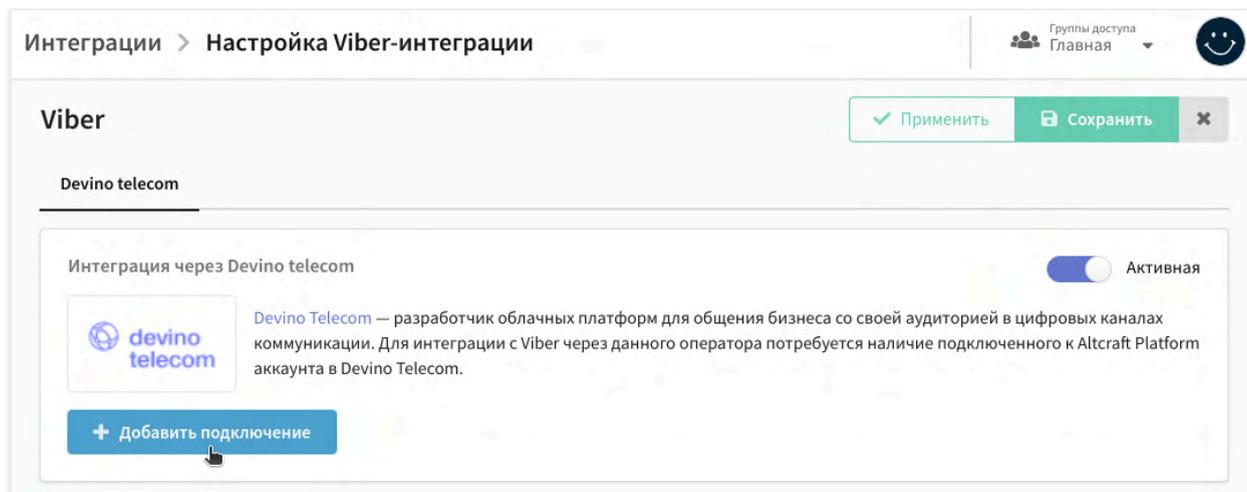
**Devino telecom**  
Интеграция через Devino telecom  Активная  
Devino Telecom — разработчик облачных платформ для общения бизнеса со своей аудиторией в цифровых каналах коммуникации. Для интеграции с Viber через данного оператора потребуется наличие подключенного к Altcraft Platform аккаунта в Devino Telecom.  
+ Добавить подключение

**SMS Traffic**  
Интеграция через SMS Traffic  Активная  
SMS Traffic — разработчик облачных платформ для взаимодействия бизнеса со своей аудиторией в цифровых каналах коммуникации. Для интеграции с Viber через этого провайдера требуется наличие аккаунта в SMS Traffic, подключенного к Altcraft Platform.  
+ Добавить подключение

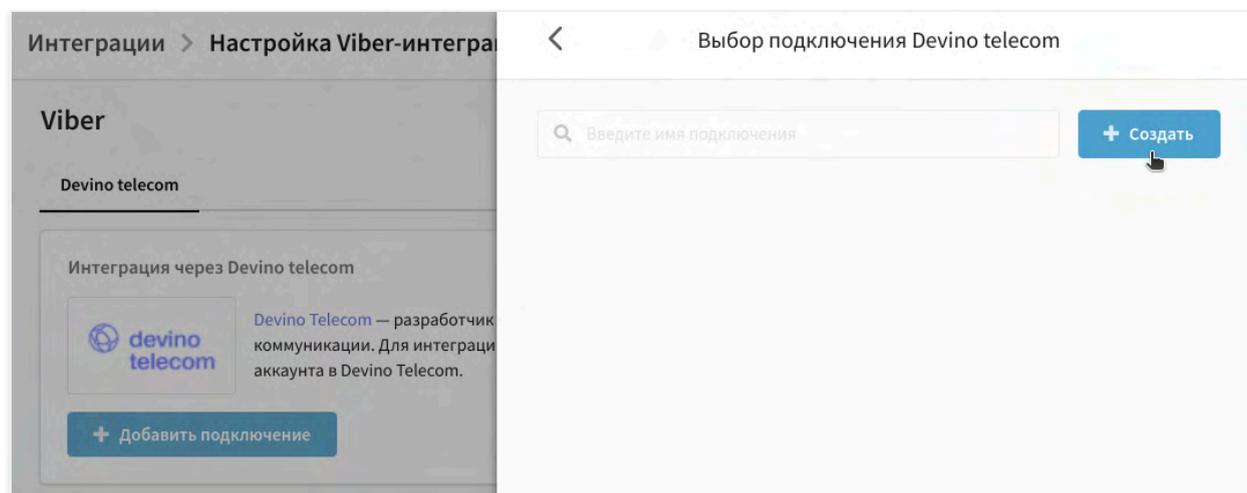
**MTC OmniChannel**  
Интеграция через MTC OmniChannel  Активная  
MTC OmniChannel платформа для рассылки сообщений через различные цифровые каналы. Для интеграции с Viber через данного оператора потребуется наличие подключенного к Altcraft Platform аккаунта в MTC OmniChannel.  
+ Добавить подключение

4. **Активируйте интеграцию** с помощью переключателя в правом верхнем углу.

5. Нажмите **"Добавить подключение"**:



6. Справа появится новое окно с доступными подключениями. Подключение позволяет связать аккаунт провайдера с платформой Altcraft. Нажмите **"Создать"**, чтобы настроить новое подключение:



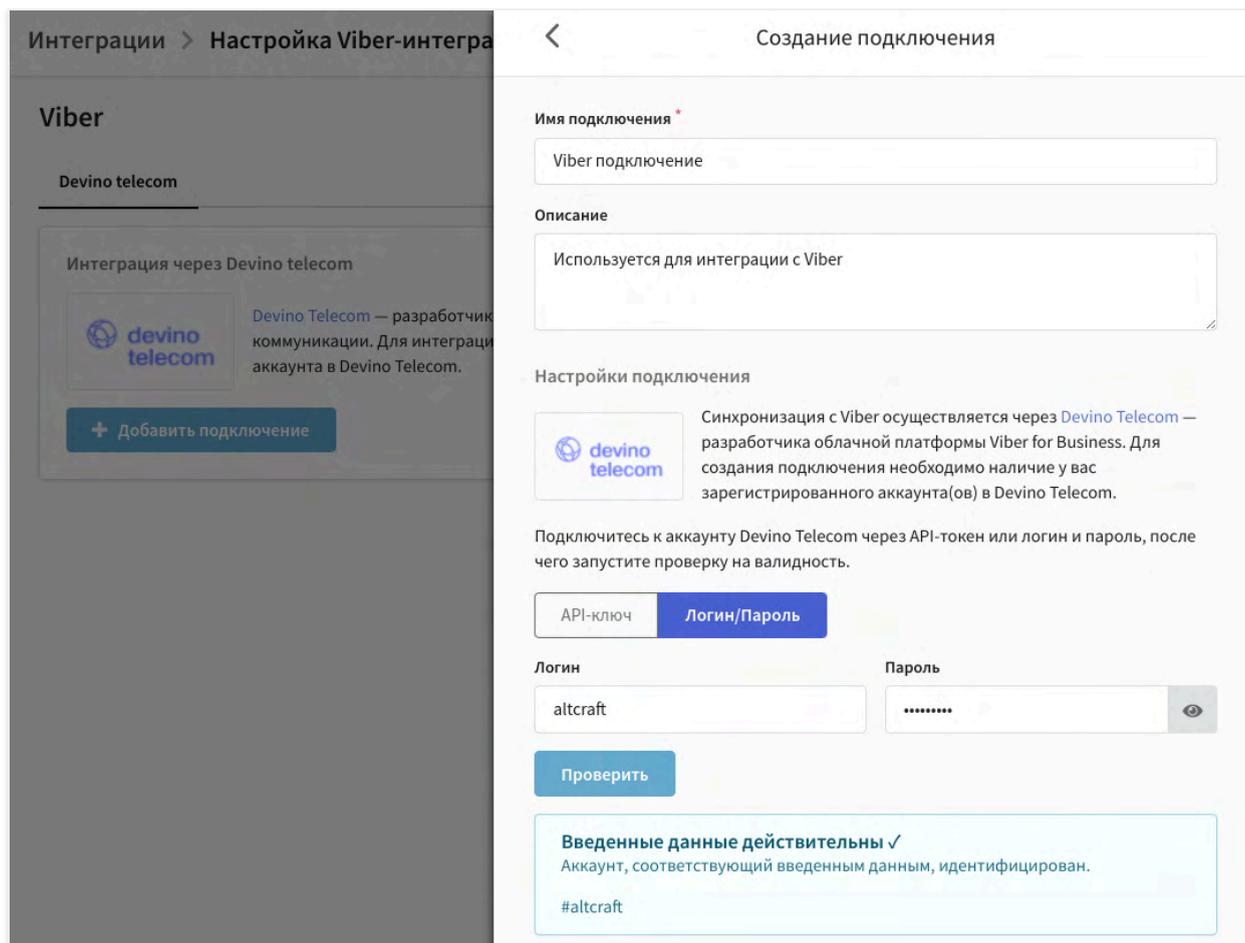
7. В новом окне задайте **имя** и **описание** подключения.

8. Авторизуйтесь в аккаунте провайдера.

#### 💡 ПОДСКАЗКА

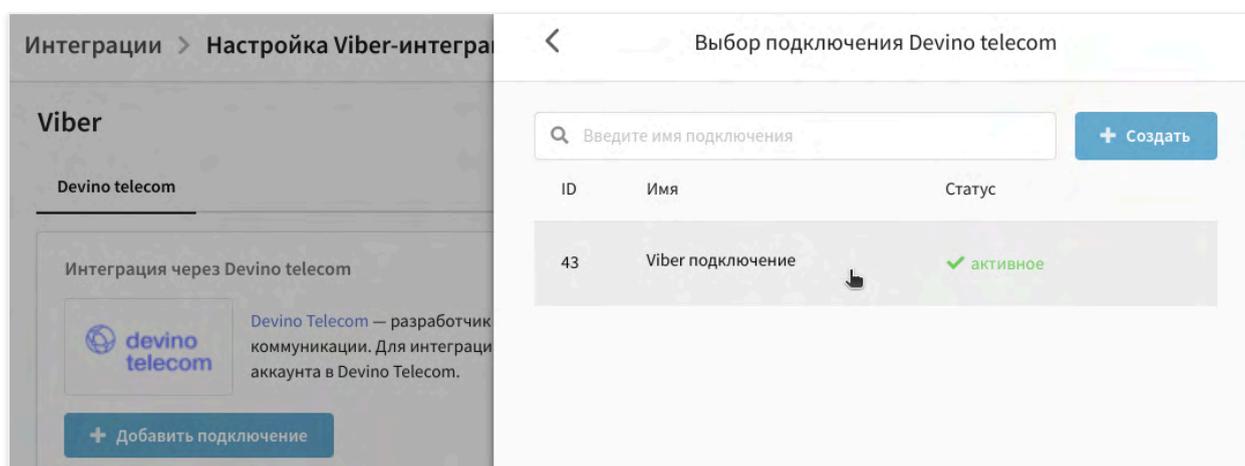
Для **Devino Telecom** существует два способа авторизации. Подробнее о создании подключения можно узнать в [ЭТОЙ СТАТЬЕ](#).

9. Введите данные для авторизации и запустите проверку валидности введенных данных с помощью кнопки **"Проверить"**. Если данные действительны, ниже появится информация об успешно идентифицированном аккаунте:

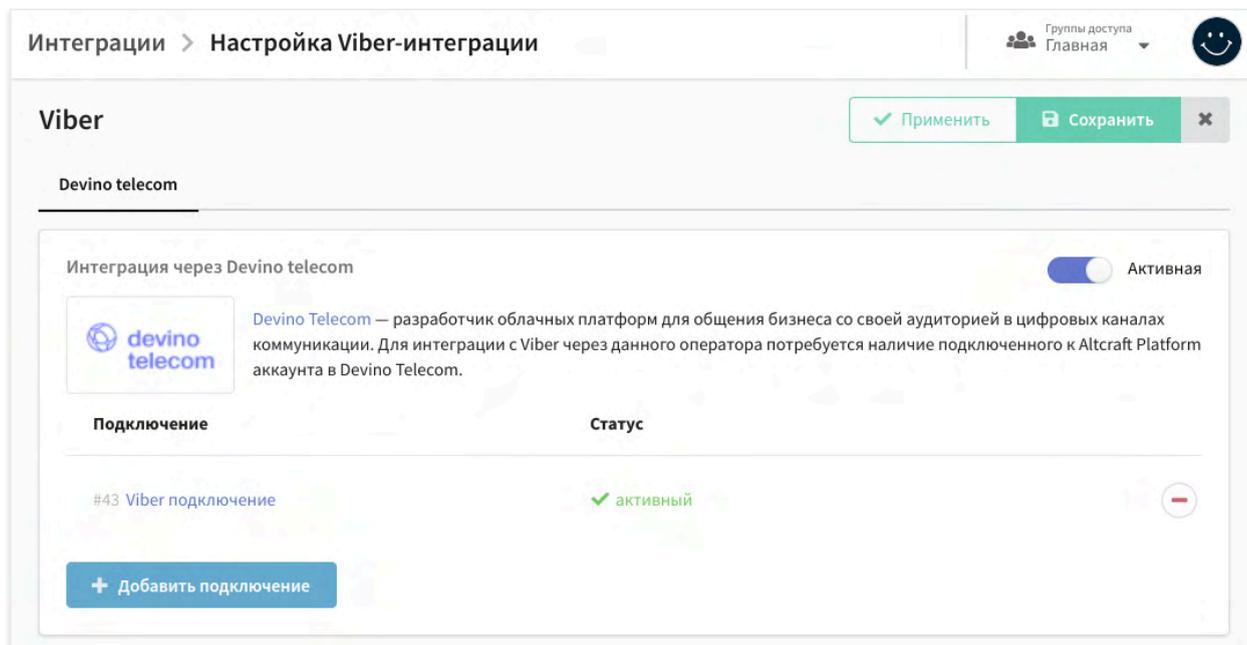


10. Нажмите кнопку **"Создать"** в правом нижнем углу, чтобы сохранить подключение.

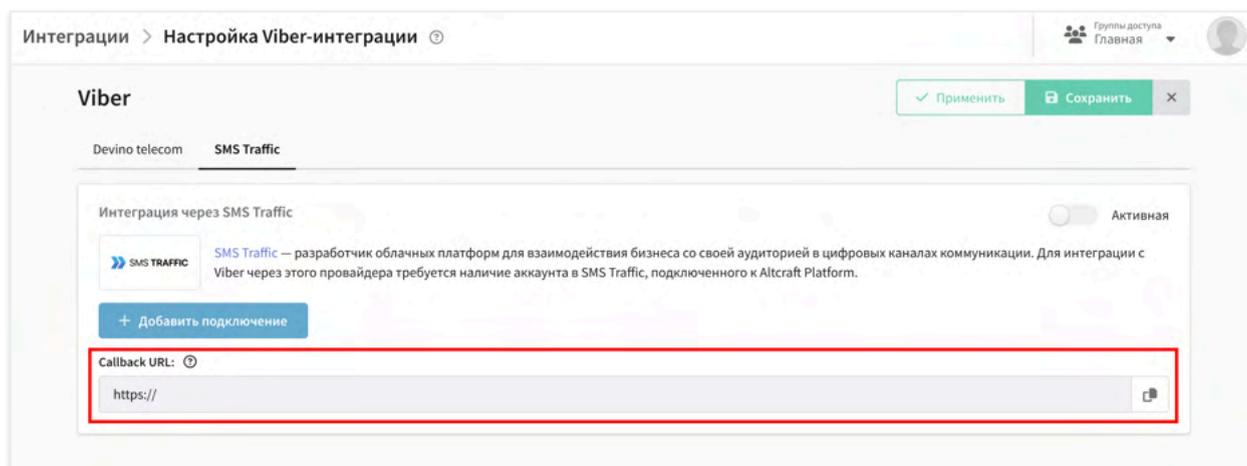
11. Вы вернётесь в список подключений. Выберите только что созданное:



12. Информация о добавленном подключении отобразится в интеграции. Убедитесь, что статус подключения — "активный". В противном случае проверьте статус вашего аккаунта в личном кабинете провайдера. Имейте в виду, что аккаунт может быть заблокирован, если не внесена абонентская плата.



13. Если вы используете SMS Traffic в качестве оператора, то вам необходимо отправить в [техническую поддержку](#) ваш **Callback URL**, указанный в интеграции.



14. Сохраните интеграцию с помощью кнопок в правом верхнем углу.

## Шаг 2. Подпишите клиентов на Viber канал

Для отправки сообщения пользователю в Viber требуется:

- Наличие номера телефона пользователя в базе данных;
- Наличие у профиля подписки на Viber-канал ресурса.

### ❗ К СВЕДЕНИЮ

Номер телефона профиля, на который вы отправляете сообщения, должен быть записан в международном формате. Необходимо использовать следующий формат: **+79001234567**.

Чтобы подписать клиентов на Viber-канал, выполните следующие действия:

1. Выберите или [создайте базу профилей](#), в которой будут храниться данные подписчиков, в том числе номера телефонов.
2. Создайте [новый ресурс](#) или отредактируйте существующий, добавив Viber-канал. Для настройки канала выберите созданное ранее **Viber подключение** и укажите имя отправителя. Это имя увидят подписчики при получении сообщения. **Имя отправителя** можно найти в личном кабинете провайдера; оно должно быть согласовано с вашим провайдером.



### ❗ К СВЕДЕНИЮ

Для настройки коллбэков со статусами сообщений обратитесь к менеджеру компании провайдера или в **техническую поддержку**:

- [Техническая поддержка Devino Telecom.](#)
- [Техническая поддержка SMS Traffic.](#)
- [Техническая поддержка МТС OmniChannel.](#)

3. [Импортируйте данные подписчиков](#) в платформу — например, через файл. При импорте добавьте им подписку на Viber канал в ресурсе. В качестве **источника подписки** выберите колонку вашего файла, в которой записаны номера телефонов:

### Настройки подписок

**Ресурс для подписки**

**Канал**

**Статус подписки**

**Источник подписки**

Для каждого клиента будет создан **цифровой профиль**, объединяющий личные данные, историю действий и подписки на ресурсы. Если при импорте клиенту была успешно добавлена подписка на Viber-канал, эти данные отобразятся в его истории:



Загрузить фотографию

Персональные данные

## John Doe

Глобальный статус: Подписан Тестовый подписчик

Основная
Личная
Контактная
Регистрационная
Отслеженная
Доп. поля

|            |                                    |
|------------|------------------------------------|
| Profile ID | 65019906107f9937a5671a39           |
| Имя        | John                               |
| Фамилия    | Doe                                |
| Email      | 65019906107f9937a5671a39@localhost |

История
Взаимодействия
Данные
Подписки

Канал
Ресурс
Статус профиля

**Подписка на ресурс #57 Новости и рекоменда..**

Viber #d98370f4

VIBER

Телефон

Статус:

Приоритет:

**Информация о подписке**

Дата: ср, 13 сен. 2023 г. 14:12:06

Добавить подписку

**Идентификаторы**

ID

65019906107f9937a5671a39

---

MDS

2e8cbe7a0a5f914cf69c70d0dca412ab

## Шаг 3. Создайте шаблон сообщения

1. В главном меню откройте раздел "**Шаблоны**" и создайте новый шаблон с помощью кнопки "**Создать**" на верхней панели.

2. Выберите способ создания — **Редактор** и канал отправки — **Viber**.

3. Заполните **основные настройки** шаблона.

4. Viber-шаблон состоит из серии сообщений. Чтобы добавить первое сообщений в серию, нажмите кнопку **+ Сообщения**.

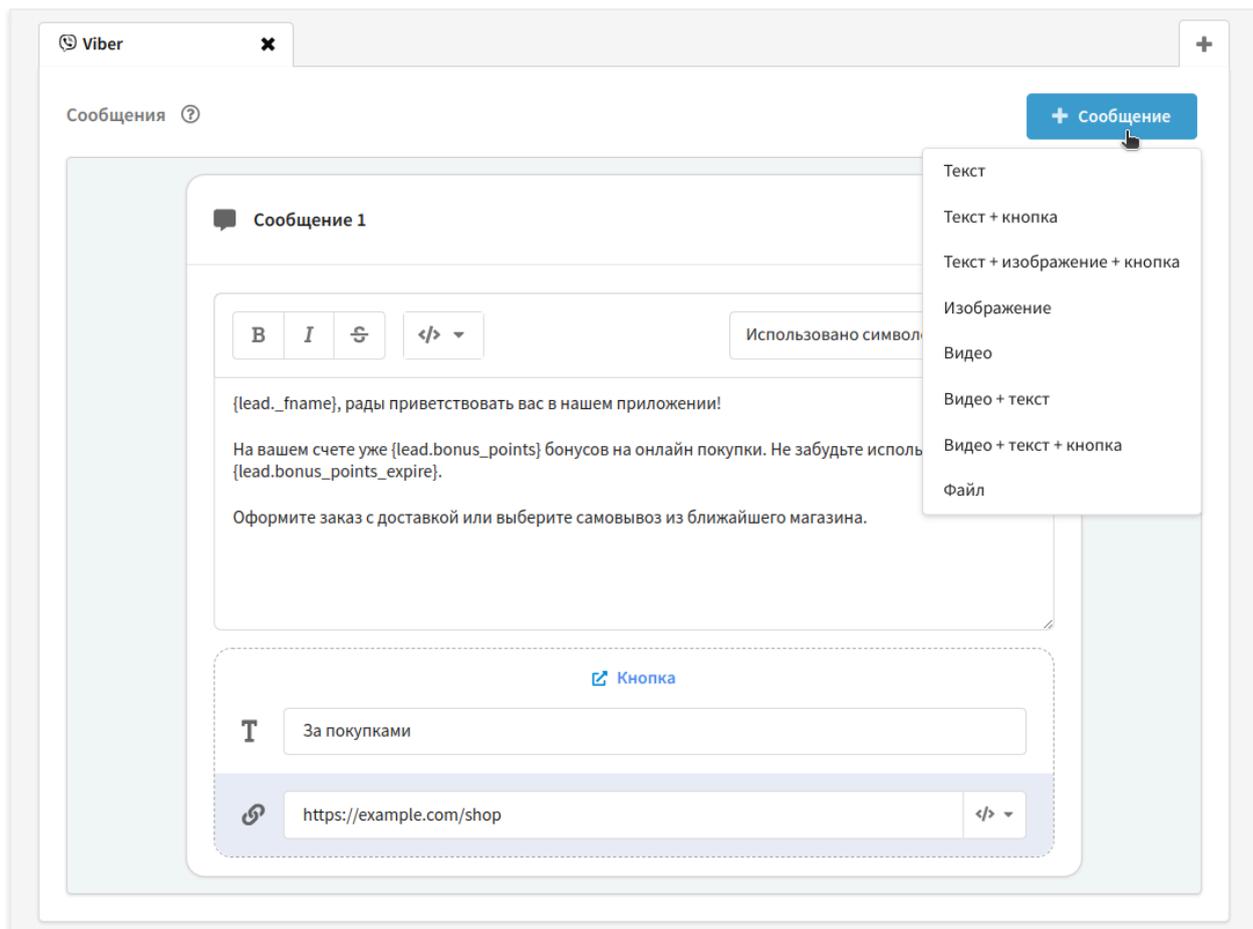
5. Выберите **тип сообщения**:

- Текст
- Текст + кнопка
- Текст + изображение + кнопка
- Изображение
- Видео (*недоступно для MTS Omnichannel*)
- Видео + текст (*недоступно для MTS Omnichannel*)
- Видео + текст + кнопка (*недоступно в SMS Traffic и MTS Omnichannel*)
- Файл (*недоступно в SMS Traffic и MTS Omnichannel*)

6. Заполните содержание. Для персонализации рассылки используйте в сообщениях **переменные** .

### К СВЕДЕНИЮ

Максимальное количество сообщений в серии — 5. Если в шаблоне используется несколько сообщений, каждое из них будет отправляться с интервалом в 2 секунды.



7. Проверьте, как ваши получатели увидят сообщение. Для этого нажмите на кнопку **предпросмотра** на верхней панели.

8. **Сохраните** шаблон сообщения.

#### 💡 ПОДСКАЗКА

Больше информации о создании шаблона для Viber-канала вы найдёте в [этой статье](#).

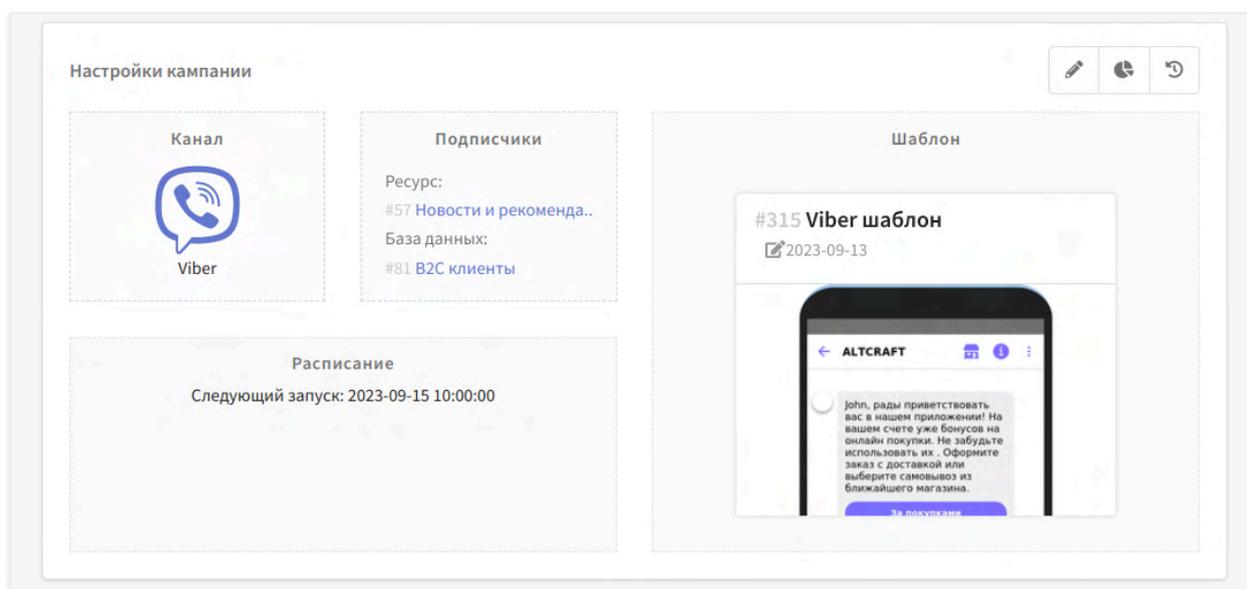
## Шаг 4. Запустите кампанию и оцените эффективность рассылки

1. Перейдите в раздел "[Кампании](#)" и выберите тип рассылки:

- Бродкаст — разовая рассылка сообщений.
- Регулярная кампания — периодическая рассылка.

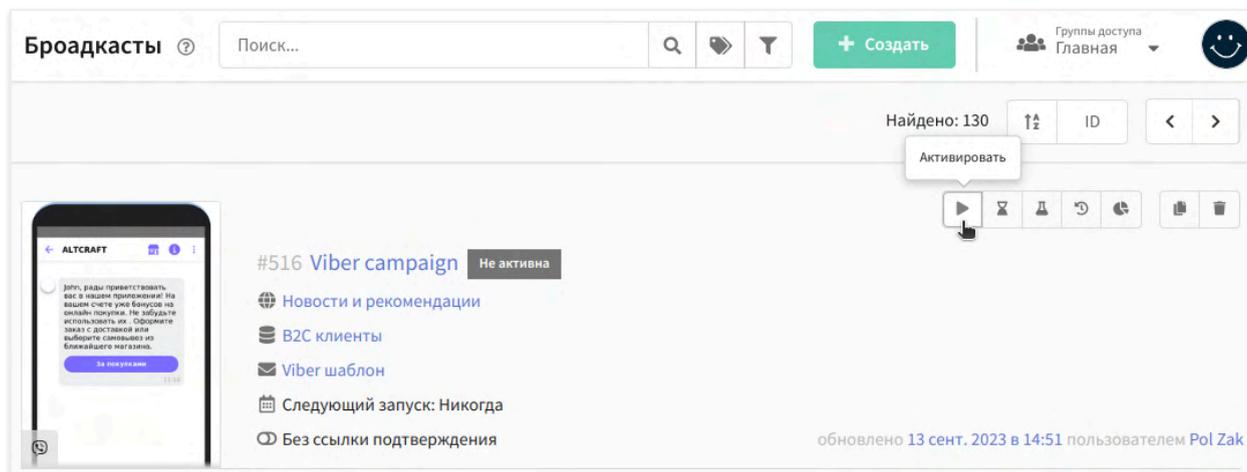
## 2. Настройте кампанию:

- выберите Viber как канал связи,
- выберете настроенный ранее ресурс и аудиторию получателей (база или сегмент),
- добавьте в рассылку шаблон сообщения,
- установите расписание.



## 3. Сохраните кампанию.

4. Найдите её в списке кампаний выбранного типа и активируйте, кликнув  в панели быстрых действий. Активная кампания начнёт отправлять сообщения, когда наступит время запуска по расписанию.



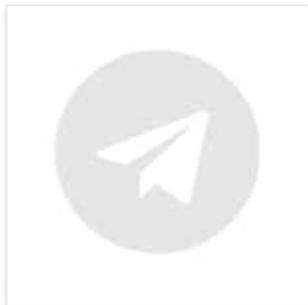
5. Для оценки результатов вашей рассылки воспользуйтесь [отчётом по каналам](#).

Чтобы перейти в отчёт, нажмите на кнопку аналитики  в панели быстрых

действий. Отчёт предоставит следующую информацию о кампании:

- количество отправленных, доставленных и недоставленных сообщений;
- количество прочтений и переходов по ссылкам в сообщениях;
- количество отписок и подписок на Viber-канал.

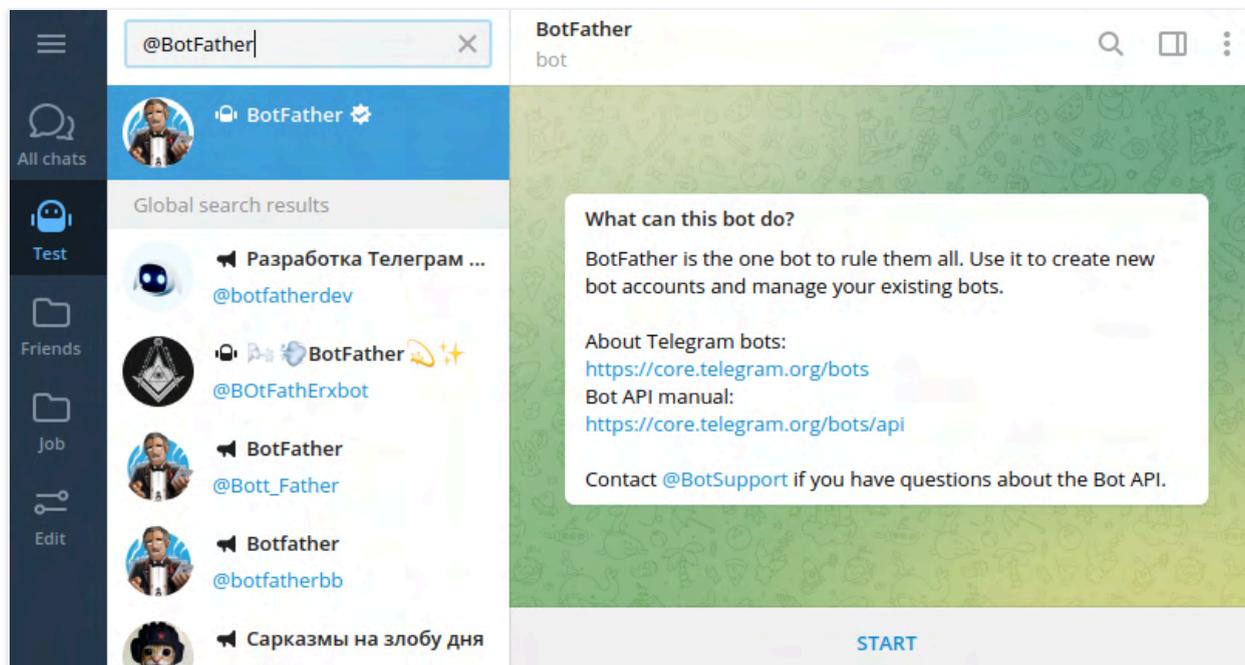
# Telegram Bot: руководство для первой рассылки



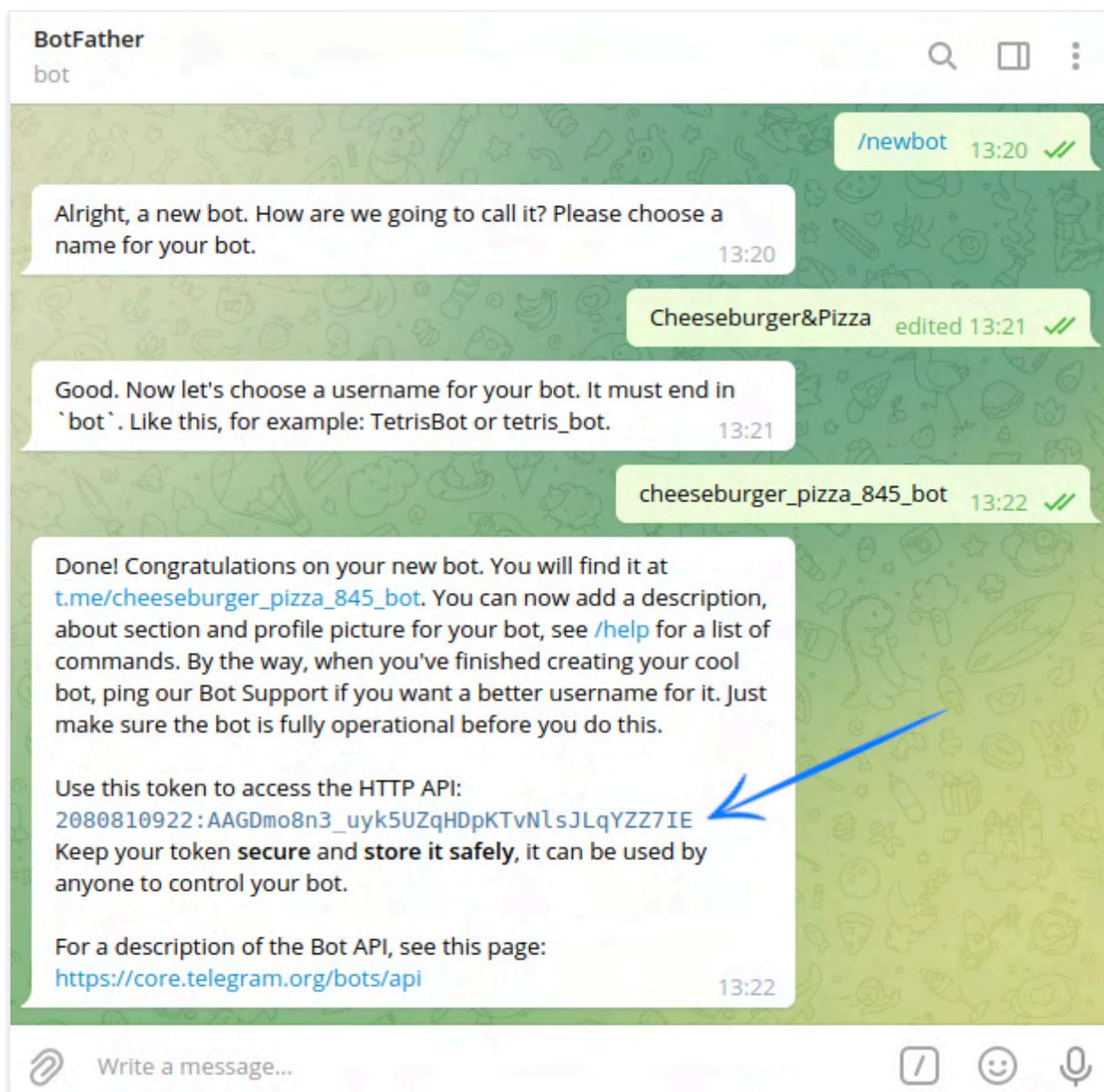
Бот — это директ канал, позволяющий персонально отправлять сообщения подписчикам, которые вступили в чат с ботом. Используйте данное руководство, чтобы организовать рассылку с помощью Telegram бота в платформе Altcraft.

## Шаг 1. Создайте бот и получите токен

1. Зайдите в Telegram, введите **@BotFather** в окне поиска и выберите нужного бота:



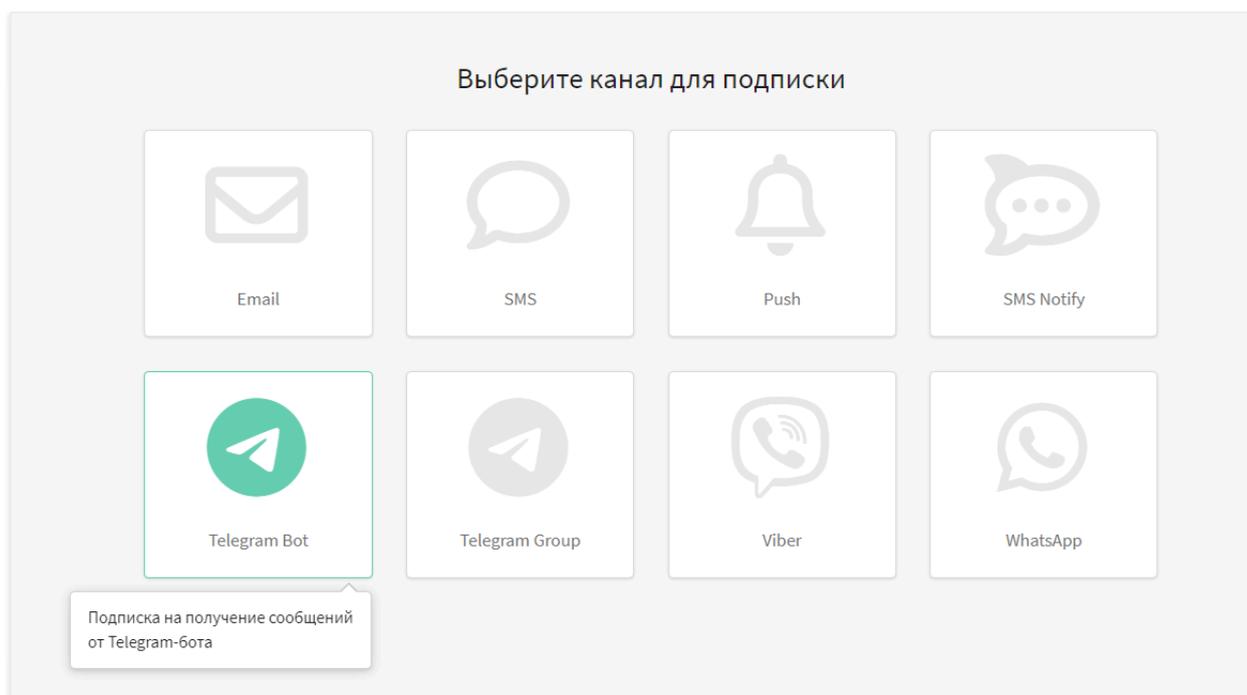
2. Начните диалог с ботом, нажав кнопку **START** в чате. Затем отправьте боту команду `/newbot`. Введите сначала имя, а затем username для нового бота. Обратите внимание, username должен оканчиваться на **"bot"** или **"Bot"**. Скопируйте полученный токен бота:



## Шаг 2. Подпишите клиентов на Telegram Bot

Перейдите в раздел "**Данные**" → "**База профилей**" и создайте **новую базу**. Здесь будут храниться данные пользователей, которые подпишутся на бота, в том числе ID этих пользователей в Telegram.

Затем в разделе "**Ресурсы**" создайте **новый ресурс** или выберите существующий. В качестве канала используйте **Telegram Bot**.



В основных настройках добавьте необходимые базы данных. Укажите **трекинг домен по умолчанию**, который будет обрабатывать переходы подписчиков по ссылкам в сообщениях Telegram бота:

**Основные настройки**

**Имя ресурса:** \*

**Описание ресурса:**

**Установить группу:**

**Задать политику отправки для ресурса:**

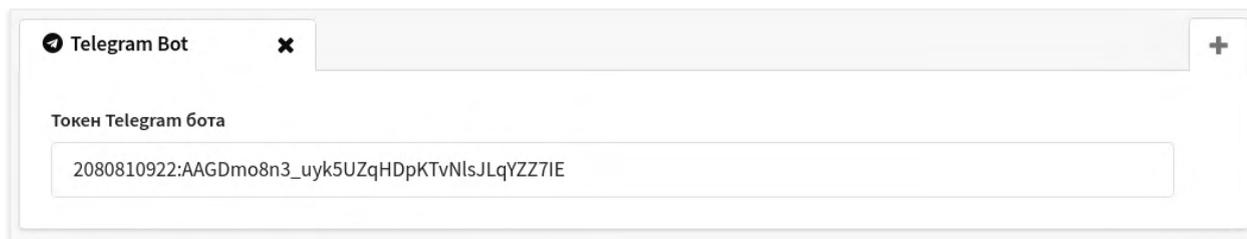
**Базы данных:** \*

**URL веб-сайта, формы или приложения:** \*

**Трекинг домен по умолчанию:** \*

[Добавить дополнительные URL](#)

Добавьте скопированный из Telegram токен бота и сохраните ресурс.



Теперь необходимо импортировать данные пользователей в базу, подписав их на соответствующий ресурс.

#### **📘 ПРИМЕЧАНИЕ**

Обратите внимание, со стороны платформы происходит только отправка рассылок. Сбор и передача в платформу данных о пользователях, которые подписались на Telegram бота, осуществляется на стороне клиента. Подробнее о том, как это сделать, читайте в [документации Telegram](#).

#### ▶ Пример получения chat\_id клиента с помощью метода getUpdates

**Метод:** POST

**URL-адрес:**

`https://api.telegram.org/bot<bot_token>/getUpdates`

**Ответ:**

```
{
  "ok": true,
  "result": [
    {
      "update_id": 262756455,
      "message": {
        "message_id": 47,
        "from": {
          "id": <chat_id>,
          "is_bot": false,
          "first_name": "John",
          "last_name": "Doe",
          "username": "john_doe",
          "language_code": "en"
        }
      }
    }
  ]
}
```

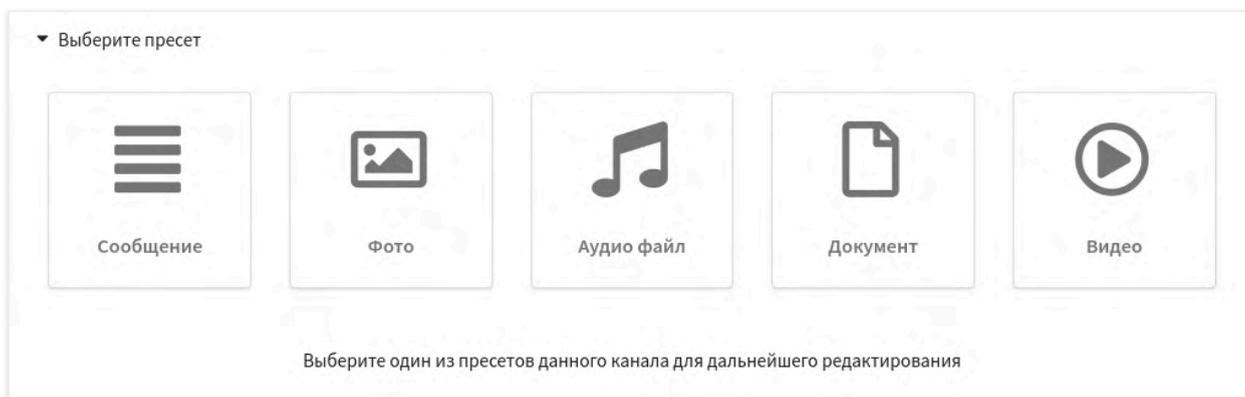
```
    },
    "chat": {
      "id": <chat_id>,
      "first_name": "John",
      "last_name": "Doe",
      "username": "john_doe",
      "type": "private"
    },
    "date": 1652284613,
    "text": "Hello, world"
  }
}
]
```

**<chat\_id>** — это идентификатор чата с конкретным пользователем, который необходимо передать в платформу.

## Шаг 3. Создайте шаблон

Перейдите в раздел "[Шаблоны](#)". При создании нового шаблона выберите **Telegram Bot** канал или добавьте этот канал для уже существующего шаблона.

В **Telegram** версии шаблона необходимо выбрать тип контента:



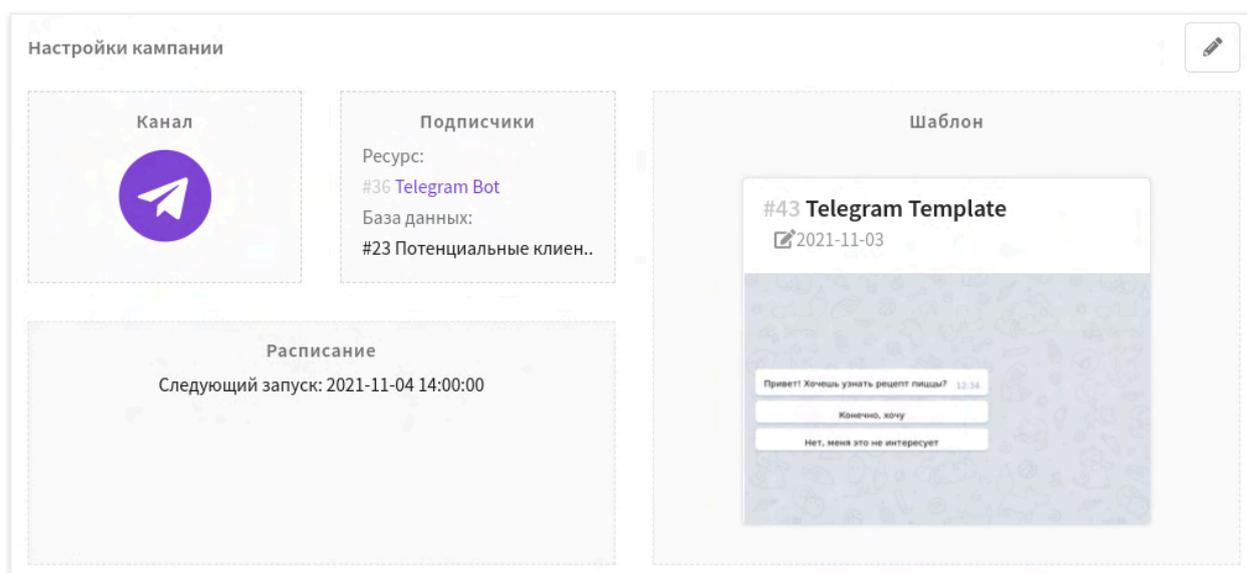
Есть возможность добавлять [данные конкретного клиента](#), а также [динамический текстовый контент](#) из внешних источников.

## Шаг 4. Настройте и запустите кампанию

Откройте раздел "**Кампании**" и выберите подходящий способ рассылки: [бродкаст](#), [регулярная](#) или [триггерная](#) кампания.

Создайте новую кампанию. После заполнения основных настроек необходимо:

1. Выбрать **Telegram Bot** как канал связи
2. Выбрать настроенный ранее **ресурс** подписок и **аудиторию** получателей
3. Добавить в рассылку **шаблон** сообщения
4. Установить **расписание**



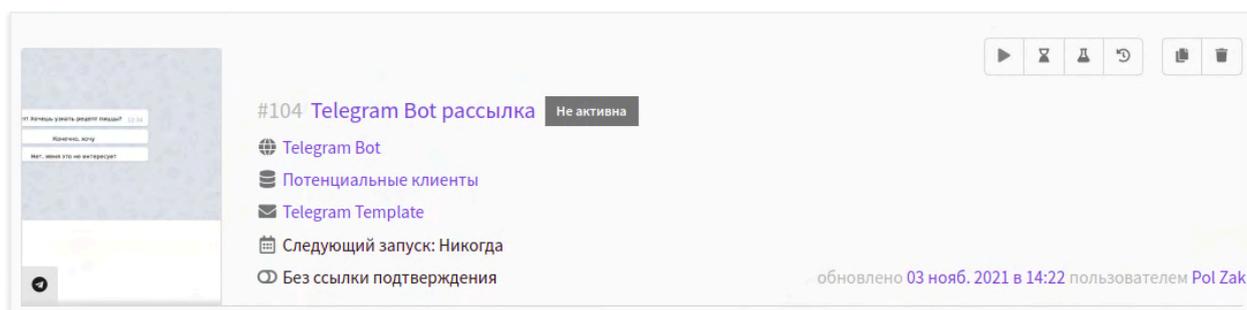
После завершения настройки кампании сохраните её. Она будет отображаться в списке кампаний соответствующего типа. В правой части каждой записи есть меню быстрых действий. С его помощью вы можете сделать **тестовую** отpravку



и, если всё успешно, **активировать** рассылку



:

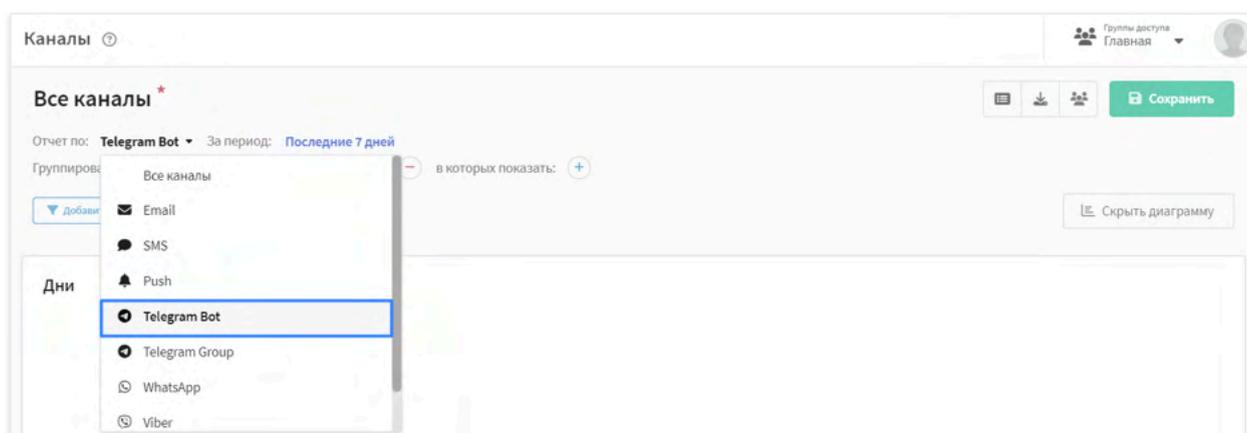


## Шаг 5. Оцените эффективность рассылки

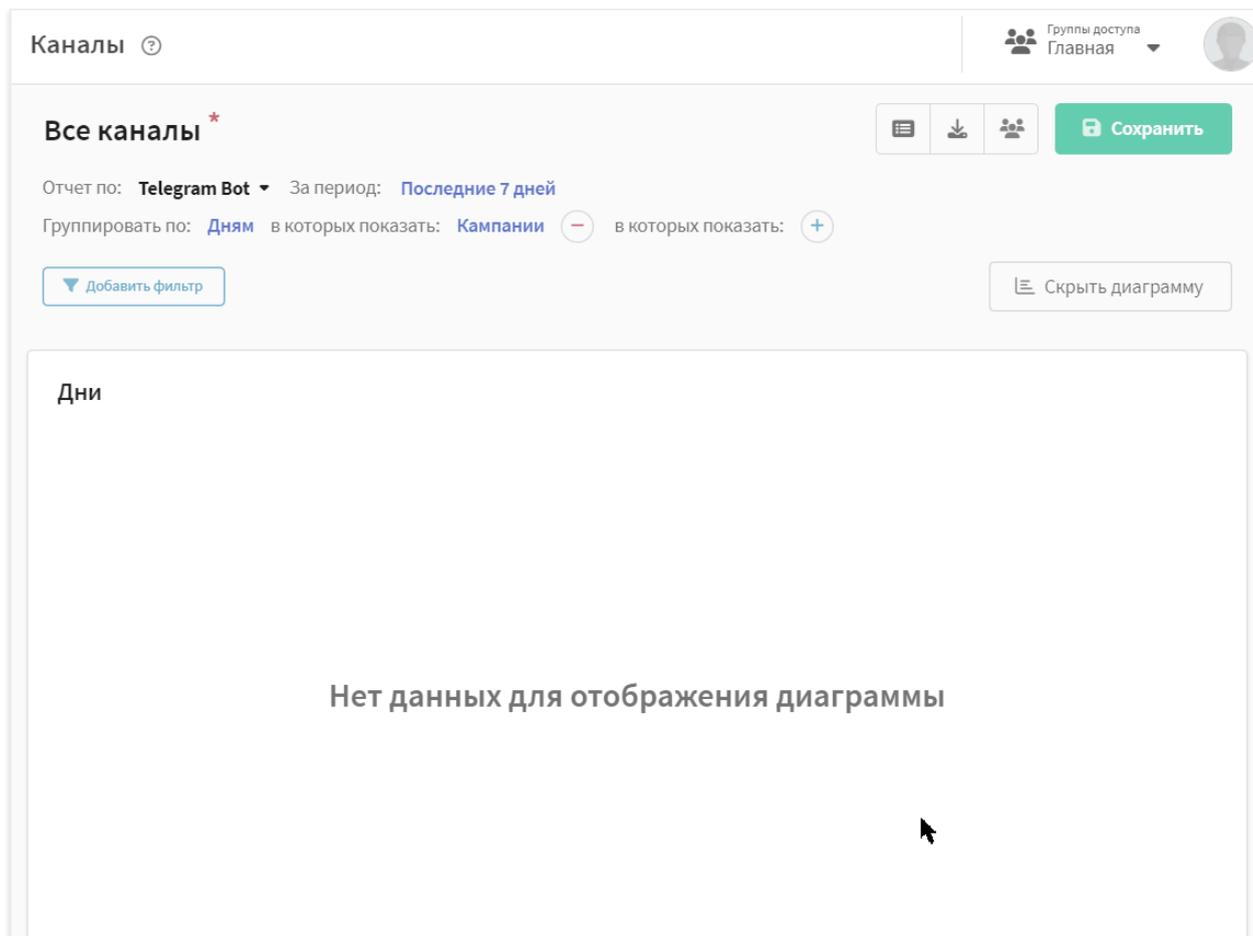
Для оценки результатов текущей рассылки вы можете просмотреть отчет по каналу.

**Отчет по каналам** предоставляет аналитику по одной или нескольким кампаниям.

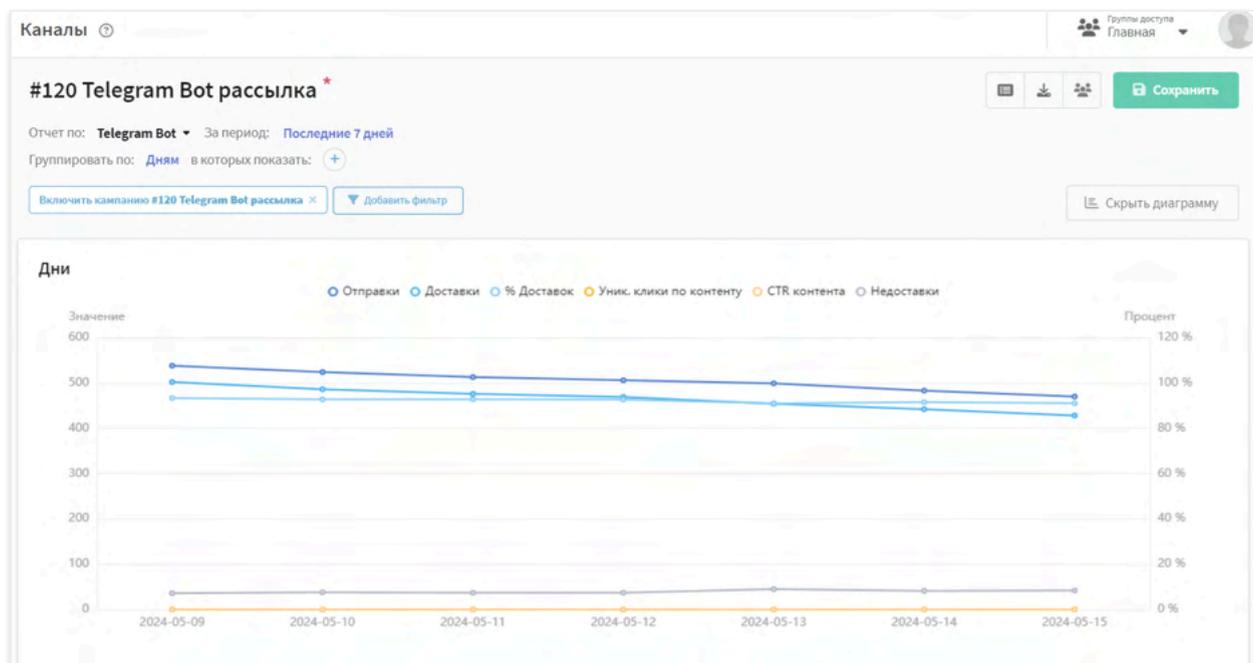
Для получения статистики используйте раздел **"Аналитика"** по **Каналам** в главном меню платформы. По умолчанию отобразится отчет по **Всем каналам** за последние 7 дней. Для группировки по **"Telegram Bot"** каналу выберите **"Отчет по"**:



Следующим шагом **"Добавьте фильтр"** по **"Кампаниям"**. В отобразившемся списке выберите нужную кампанию.



В результате вы получите статистику по выбранной кампании.



В таблице отобразятся данные о количестве отправленных, доставленных или недоставленных сообщений, а также информация о количестве уникальных кликов и открытий.

| Наименование ▾                      | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
|-------------------------------------|--|--|--|--|--|--|
|                                     | Отправки   | Доставки   | % Доставок   | Недоставки   | % Недоставок   | Ошибки генерации   |
| <input type="checkbox"/> Всего      | 3 533  | 3 257  | 92,19 %  | 276  | 7,81 %   | 5 863  |
| <input type="checkbox"/> 2024-05-15 | 470  | 428  | 91,06 %  | 42   | 8,94 %   | 877  |
| <input type="checkbox"/> 2024-05-14 | 483  | 442  | 91,51 %  | 41   | 8,49 %   | 861  |
| <input type="checkbox"/> 2024-05-13 | 499  | 454  | 90,98 %  | 45   | 9,02 %   | 842  |
| <input type="checkbox"/> 2024-05-12 | 506  | 469  | 92,69 %  | 37   | 7,31 %   | 835  |
| <input type="checkbox"/> 2024-05-11 | 513  | 476  | 92,79 %  | 37   | 7,21 %   | 828  |
| <input type="checkbox"/> 2024-05-10 | 524  | 486  | 92,75 %  | 38   | 7,25 %   | 817  |
| <input type="checkbox"/> 2024-05-09 | 538  | 502  | 93,31 %  | 36   | 6,69 %   | 803  |

# Telegram Group: руководство для первой рассылки

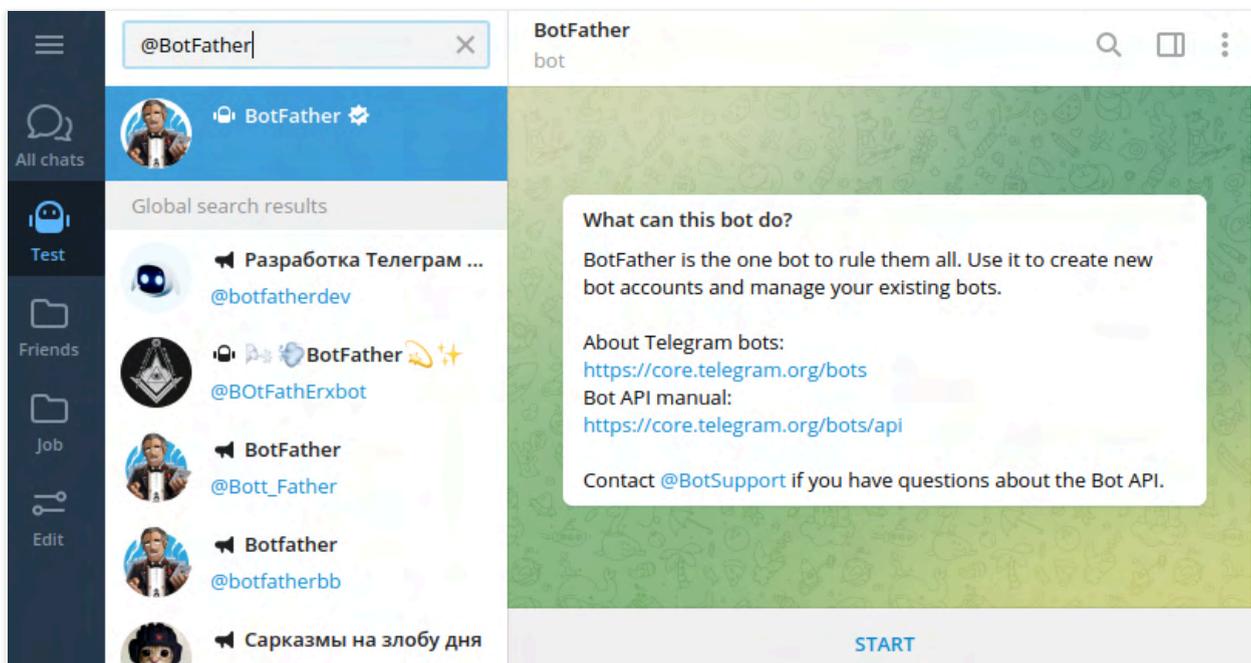


Telegram канал представляет собой ленту текстовых сообщений, которые дополняются медиафайлами и эмодзи. Также в канале доступны комментарии и опросы пользователей. Группы отличаются от каналов двусторонней коммуникацией: каждый пользователь может написать сообщение в общий чат.

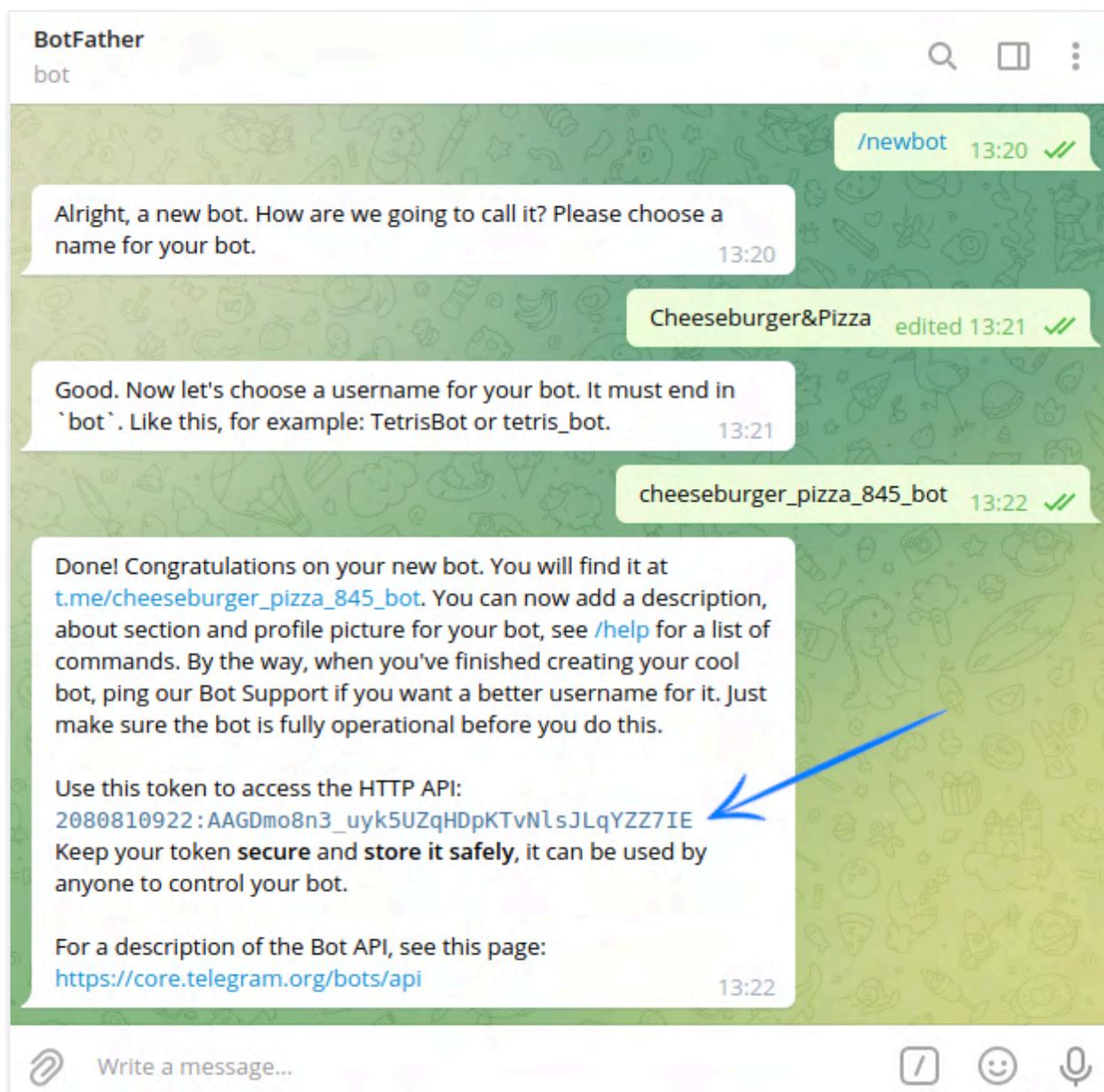
Канал Telegram Group в платформе Altcraft позволит вам настроить автоматическую публикацию постов в каналах и группах мессенджера с помощью [кампаний размещения](#).

## Шаг 1. Создайте бота и получите токен

1. Зайдите в Telegram, введите `@BotFather` в окне поиска и выберите нужного бота:



2. Начните диалог с ботом, нажав кнопку **START** в чате. Затем отправьте боту команду `/newbot`. Введите сначала имя, а затем username для нового бота. Обратите внимание, username должен оканчиваться на **"bot"** или **"Bot"**. Скопируйте полученный токен бота:



## Шаг 2. Добавьте бота в группу или канал и получите chat\_id

1. Создайте группу или канал. Более подробную информацию о том, как это сделать, вы найдете [здесь](#).
2. Добавьте бота в группу или канал. Затем назначьте боту права администратора.

3. Отправьте тестовое сообщение в чат с помощью API-запроса. Сделать это можно через [Postman](#) или любой другой инструмент для тестирования API.

**Метод:** POST

**URL-адрес:**

```
https://api.telegram.org/bot[BOT_API_KEY]/sendMessage?chat_id=[CHANNEL_NAME]&text=[MESSAGE_TEXT]
```

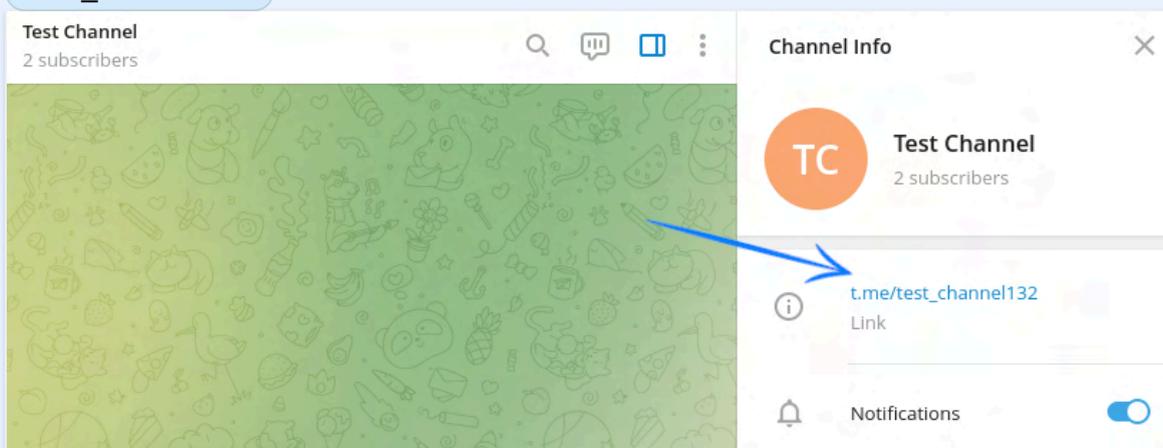
- [BOT\_API\_KEY] — токен бота, полученный в диалоге с @BotFather.
- [CHANNEL\_NAME] — название канала или группы через @.
- [MESSAGE\_TEXT] — текст сообщения.

**Пример:**

```
https://api.telegram.org/bot2080910120:AAGfho8n3_uyk5trh4DpKTvN1sJLkadsZ7IE/sendMessage?chat_id=@new_test_group132&text=Привет!
```

#### ! ГДЕ НАЙТИ НАЗВАНИЕ КАНАЛА ИЛИ ГРУППЫ

Название заложено в ссылке на канал или группу. Например, если ссылка [t.me/test\\_channel132](#), то названием канала станет часть после слеша — [test\\_channel132](#).



**Ответ:**

В теле ответа вы получите `chat_id`. Он должен начинаться с `-100`.

POST [https://api.telegram.org/bot2080810922:AAGDmo8n3\\_uyk5UZqHDpKtVnIjLqYZZ7IE/sendMessage?chat\\_id=@test\\_channel132&text=Привет!](https://api.telegram.org/bot2080810922:AAGDmo8n3_uyk5UZqHDpKtVnIjLqYZZ7IE/sendMessage?chat_id=@test_channel132&text=Привет!)

Params Authorization Headers (6) **Body** Pre-request Script Tests Settings

none form-data x-www-form-urlencoded raw binary GraphQL JSON

1

Body Cookies Headers (9) Test Results

Pretty Raw Preview Visualize JSON

```
1 {
2   "ok": true,
3   "result": {
4     "message_id": 2,
5     "sender_chat": {
6       "id": -1001548446730,
7       "title": "Test channel",
8       "username": "test_channel132",
9       "type": "channel"
10    },
11    "chat": {
12      "id": -1001548446730,
13      "title": "Test channel",
14      "username": "test_channel132",
15      "type": "channel"
16    },
17    "date": 1649334603,
18    "text": "Привет!"
19  }
20 }
```

## Шаг 3. Создайте ресурс

Перейдите в раздел **"Ресурсы"** и создайте **новый ресурс** или выберите существующий. В качестве канала используйте **Telegram Group**:

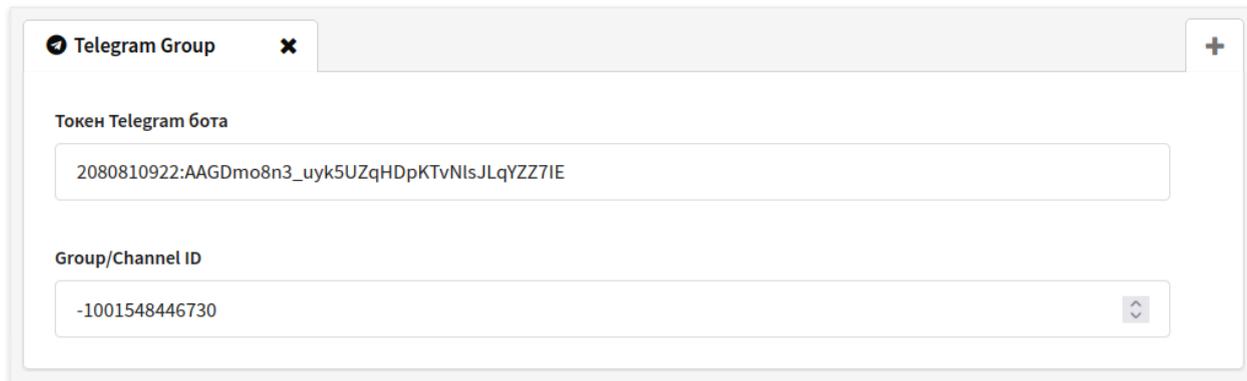
Выберите канал для подписки

|   |   |  |   |
|---|---|--|---|
| <br>Email        | <br>SMS            | <br>Push  | <br>SMS Notify |
| <br>Telegram Bot | <br>Telegram Group | <br>Viber | <br>WhatsApp   |

Размещение постов в Telegram канале или группе

В основных настройках добавьте необходимые базы данных. Укажите **трекинг домен по умолчанию**, который будет обрабатывать переходы подписчиков по ссылкам в постах Telegram группы.

Добавьте полученные ранее **токен бота** и **ID группы или канала** (`chat_id`):



Telegram Group x +

Токен Telegram бота

2080810922:AAGDmo8n3\_uyk5UZqHDpKTVNlsJLqYZZ7IE

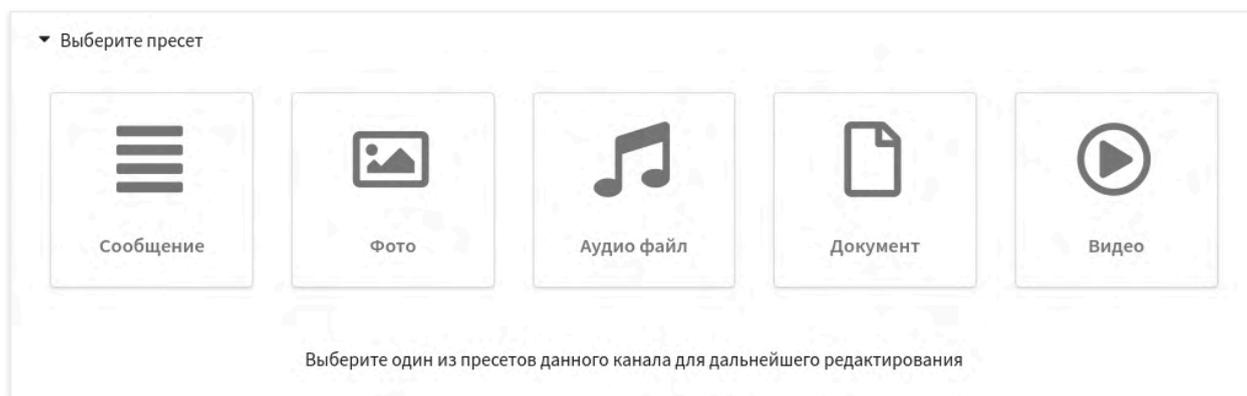
Group/Channel ID

-1001548446730

## Шаг 4. Создайте шаблон

Перейдите в раздел "[Шаблоны](#)". При создании нового шаблона выберите **Telegram Group** канал или добавьте этот канал для уже существующего шаблона.

В **Telegram** версии шаблона необходимо выбрать тип контента:



Выберите пресет

Сообщение Фото Аудио файл Документ Видео

Выберите один из пресетов данного канала для дальнейшего редактирования

Есть возможность добавлять [данные конкретного клиента](#), а также [динамический текстовый контент](#) из внешних источников.

# Шаг 5. Настройте и запустите кампанию размещения

Откройте раздел "**Кампании**" и выберите "**Размещения**". Создайте новую кампанию.

Основныe настройки Активная

Имя кампании:  SUBID статистики:

Описание компании:

Установить группу:   Теги:

После заполнения основных настроек необходимо выбрать:

1. **Telegram Group** как канал связи;
2. Настроенный ранее **ресурс** подписок;
3. **Шаблон** сообщения;
4. **Дату и время** выкладывания поста в группу.

Настройки кампании

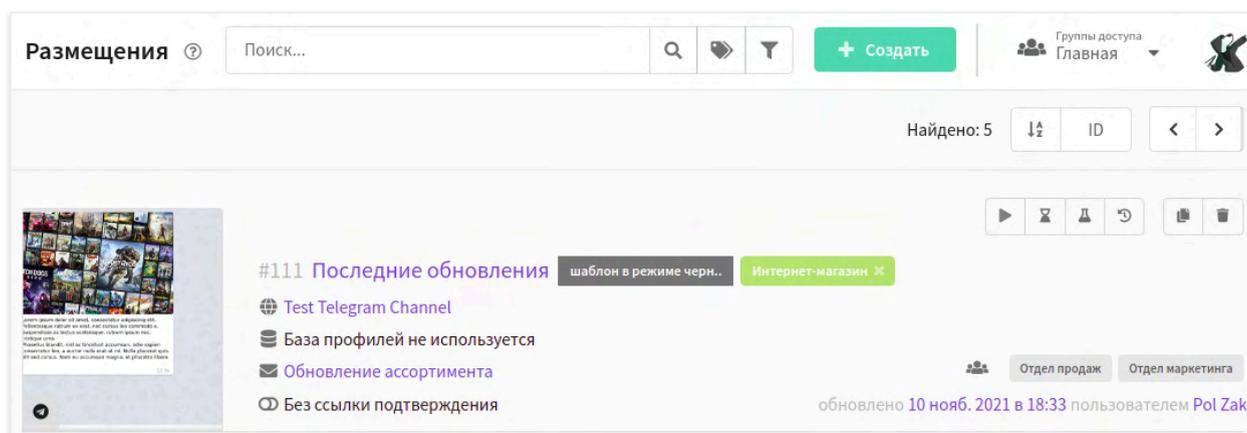
Канал:

Подписчики: Ресурс: #41 Test Telegram Chann..

Настройки кампании размещения: Запуск размещения кампании: В определённую дату в выбранное время. Дата и время: 2021-11-11 18:30:00

Шаблон: #47 Обновление ассорти.. Недоступен.

По окончании настройки сохраните кампанию. Она будет отображаться в общем списке кампаний. В правой части каждой записи есть меню быстрых действий. С его помощью вы можете **активировать** размещение ▶ :

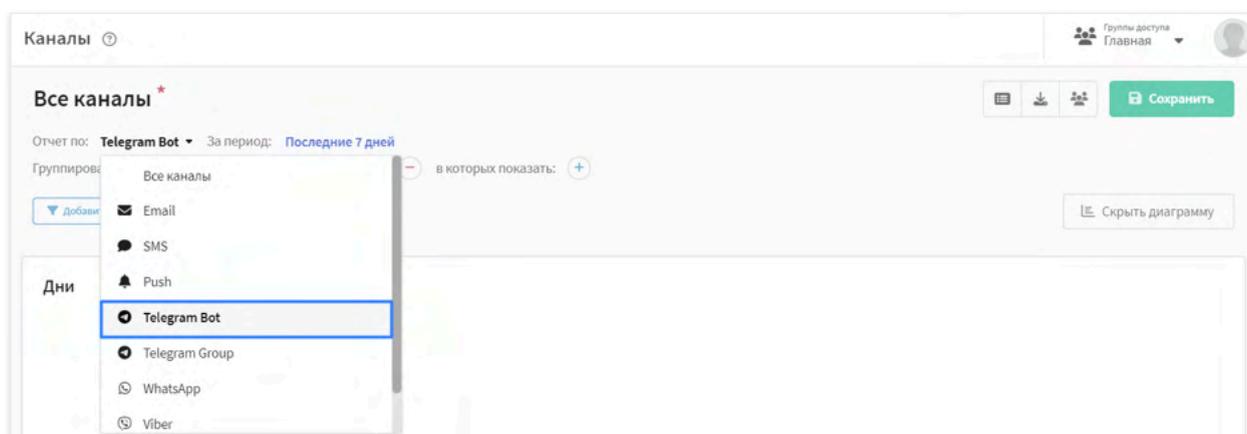


## Шаг 6. Оцените эффективность кампании

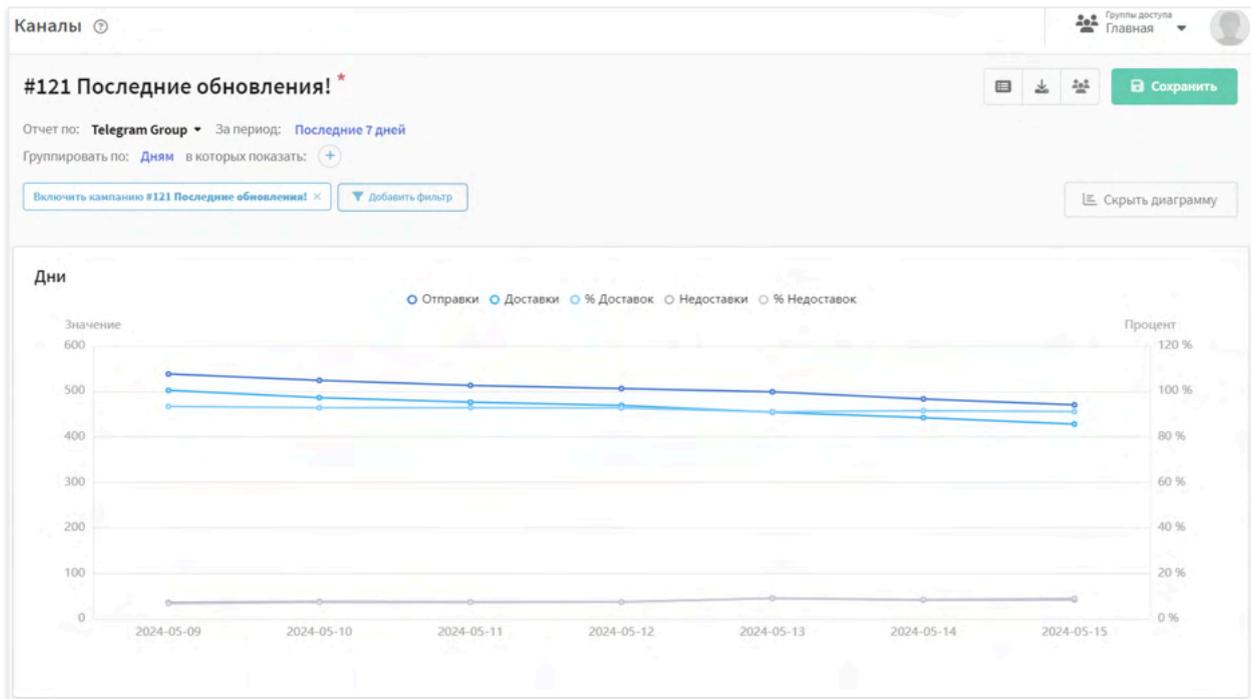
Для оценки результатов текущей рассылки вы можете просмотреть отчет по каналу.

**Отчет по каналам** предоставляет аналитику по одной или нескольким кампаниям.

Для получения статистики используйте раздел **"Аналитика"** по **"Каналам"** в главном меню платформы. По умолчанию отобразится отчет по **Всем каналам** за последние 7 дней. Для группировки по **"Telegram Group"** каналу выберите **"Отчет по":** .



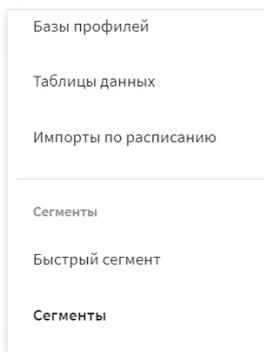
Следующим шагом **"Добавьте фильтр"** по **"Кампаниям"**. В отобразившемся списке выберите нужную кампанию. В результате вы получите статистику по выбранной кампании.



В таблице отобразятся данные о количестве отправленных, доставленных или недоставленных сообщений, а также информация о количестве уникальных кликов и открытий.

| Наименование ▾                      | Отправки | Доставки | % Доставок | Недоставки | % Недоставок | Ошибки генерации |
|-------------------------------------|----------|----------|------------|------------|--------------|------------------|
| <input type="checkbox"/> Всего      | 3 533    | 3 257    | 92,19 %    | 276        | 7,81 %       | 5 863            |
| <input type="checkbox"/> 2024-05-15 | 470      | 428      | 91,06 %    | 42         | 8,94 %       | 877              |
| <input type="checkbox"/> 2024-05-14 | 483      | 442      | 91,51 %    | 41         | 8,49 %       | 861              |
| <input type="checkbox"/> 2024-05-13 | 499      | 454      | 90,98 %    | 45         | 9,02 %       | 842              |
| <input type="checkbox"/> 2024-05-12 | 506      | 469      | 92,69 %    | 37         | 7,31 %       | 835              |
| <input type="checkbox"/> 2024-05-11 | 513      | 476      | 92,79 %    | 37         | 7,21 %       | 828              |
| <input type="checkbox"/> 2024-05-10 | 524      | 486      | 92,75 %    | 38         | 7,25 %       | 817              |
| <input type="checkbox"/> 2024-05-09 | 538      | 502      | 93,31 %    | 36         | 6,69 %       | 803              |

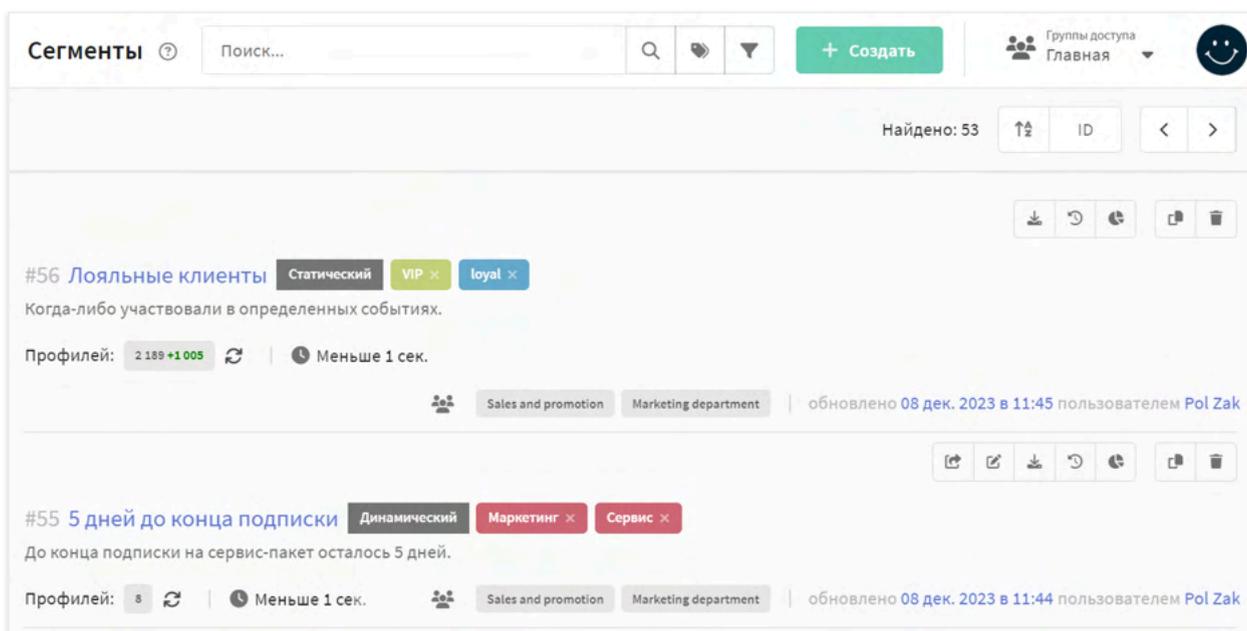
# Сегментация



**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 маркетинговые [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.

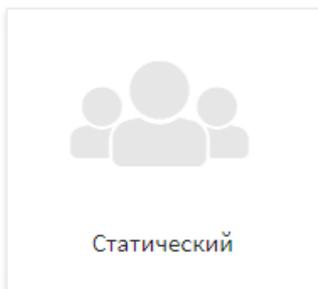
Чтобы сегментировать аудиторию подписчиков, в главном меню откройте **Данные** → **Сегменты**. В списке для каждого сегмента будет отображаться **тип** и краткая информация. С помощью контекстного меню вы можете совершить дополнительные действия, например, [массово обновить профили](#) сегмента.



Откройте существующий сегмент или добавьте новый запрос, нажав в верхней части страницы кнопку **+ Создать**.

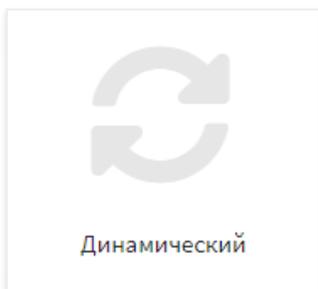
# Типы сегментов

## 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, а также удалять профили из сегмента. Такие сегменты используются при работе с фиксированными группами клиентов.

## Динамические сегменты



Динамические сегменты используются в основном для таргетирования ваших маркетинговых 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

**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 **+ Создать** 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 **Теги**.

### ПОДСКАЗКА

Группы доступа и Теги могут использоваться для группировки сегментов при [синхронизации с внешними SQL таблицами](#).

Основные настройки Статический сегмент

Имя сегмента:

Описание сегмента:

Установить группу:  Теги:

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.

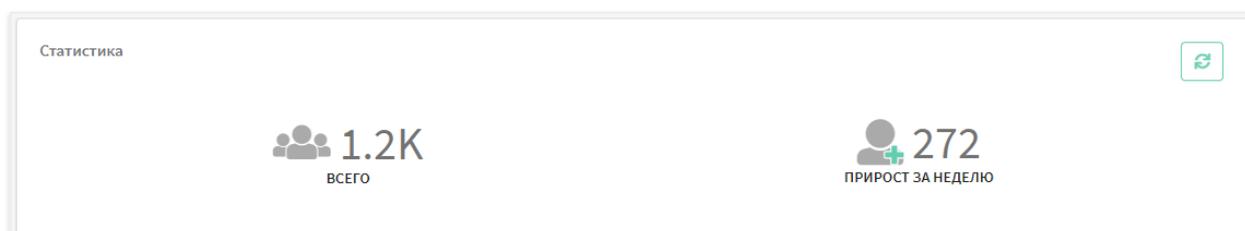
 — **Экспортировать.** Выгрузите данные о профилях в сегменте.

#### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

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 вверху 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

### 💡 ПОДСКАЗКА

При импорте условий из другого сегмента импортируются только условия внутри элементов. Верхнее условие не импортируется.

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

26 - B2C клиенты 8 482

#### Условие

**И** или

и

и

Отбор по: Город Условие отбора: равно

Значение (x): Рязань

Отбор по: Промокод Условие отбора: назначен

Выберите программу лояльности (промокод): 2 - Приветственный промокод

+ Добавить правило + Добавить группу + Импортировать условия ☰ Скрипт

#### Ограничение

Лимит i: 0 От %: 1 Диапазон %:  До %: 100

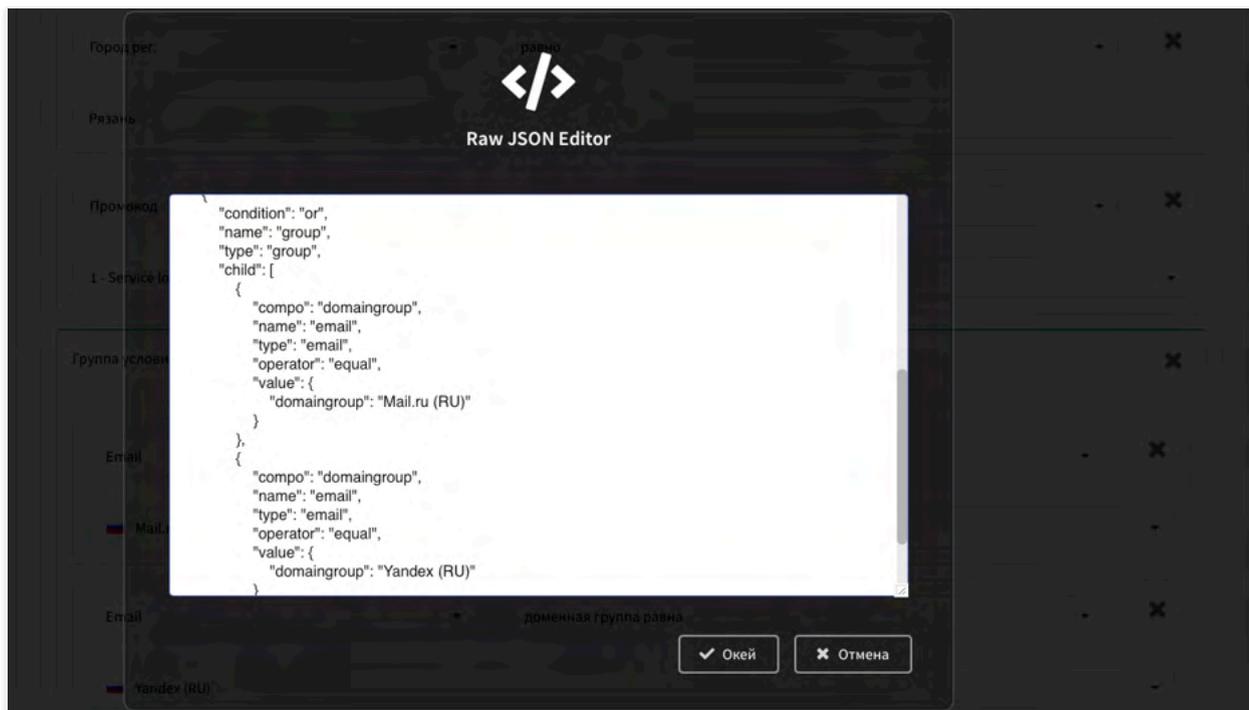
## Группа правил

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 в примере ниже выберет подписчиков, почта которых заведена или на Mail.ru или на Yandex:

The screenshot shows a configuration interface for a rule. At the top, under the heading "Условие" (Condition), there are two options: "И" (AND) and "ИЛИ" (OR). The "И" option is selected. Below this, there are two input fields: "Статус профиля" (Profile status) and "подписан" (Signed). Below these is a section titled "Группа условий" (Group of conditions), which is also set to "ИЛИ" (OR). This group contains two conditions, each with an "Email" field and a "доменная группа равна" (domain group is equal to) dropdown. The first condition has "Yandex (RU)" selected, and the second has "Mail.ru (RU)" selected. A green button at the bottom of the group says "+ Добавить правило" (Add rule).

## Скрипт

Запрос сегментации можно также составлять вручную, с помощью встроенного редактора **JSON**. Для этого нажмите в запросе кнопку **Скрипт**:



## Ограничение аудитории

**Диапазон** определяет часть базы, к которой будут применены условия сегментации. По умолчанию диапазон равен 100%, т.е. если в базе 1000 профилей, то условия сегментации применяются ко всем профилям в базе. Если, например, вы установите диапазон от 10 до 50%, то условия будут применены к примерно 400 профилям, выбранным равномерно из всего объема базы.

**Лимит** — максимальное количество профилей, которые могут быть включены в сегмент. Например, если 1000 профилей соответствуют условиям сегментации, а лимит — 400, то в сегмент войдут первые 400 профилей из выборки.

**Ограничение**

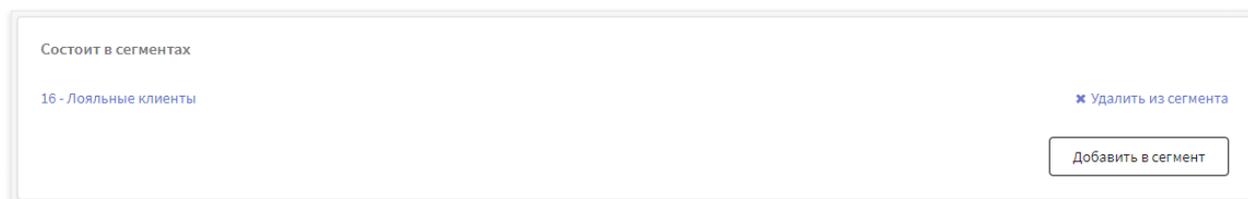
|                                  |                                 |                                     |                                 |
|----------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------|
| Лимит i                          | От %                            | Диапазон %                          | До %                            |
| <input type="text" value="400"/> | <input type="text" value="10"/> | <input type="range" value="10-50"/> | <input type="text" value="50"/> |

### **⚠ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ**

Ограничения, заданные с помощью **диапазона**, распространяются на всю базу. Ограничения, заданные с помощью **лимита**, накладываются на результат выборки сегмента.

# 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:



# Динамические сегменты

**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 **теги** для дополнительной группировки.

Основные настройки ↻ Динамический сегмент

Имя сегмента:

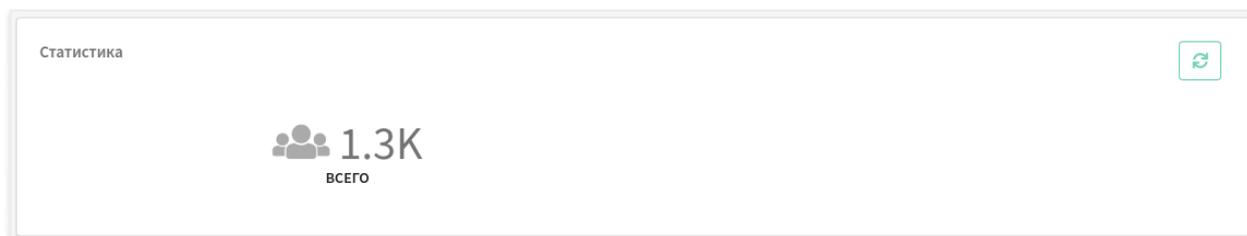
Описание сегмента:

Установить группу:

Теги:

## Статистика сегмента

В блоке **Статистика** отображается общее количество профилей на момент создания сегмента. При запуске кампании это число может измениться, т.к. сегмент обновляется перед каждым использованием. Чтобы обновить статистику вручную, нажмите на кнопку в верхней части плитки:

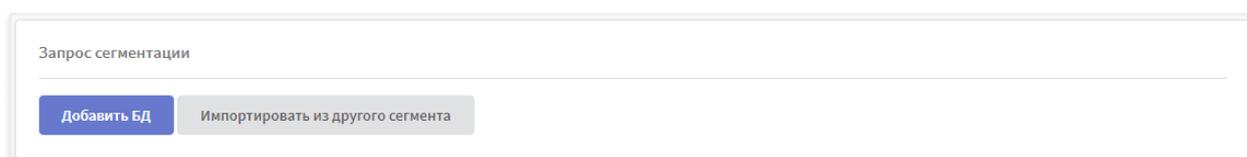


## Запрос сегментации

Запрос сегментации — это 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**:



#### ПОДСКАЗКА

При импорте условий из другого сегмента импортируются только условия внутри элементов. Верхнее условие не импортируется.

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**

26 - B2C клиенты
8 482 ▾

**Условие**

И

ИЛИ

и

**Отбор по**

Город ▾

**Условие отбора**

равно ▾

✕

**Значение (x)**

Рязань

и

**Отбор по**

Промокод ▾

**Условие отбора**

назначен ▾

✕

**Выберите программу лояльности (промокод):**

2 - Приветственный промокод ▾

+ Добавить правило

+ Добавить группу

+ Импортировать условия

☰ Скрипт

**Ограничение**

**Лимит i**

0

**От %**

1

**Диапазон %**

**До %**

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 в 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**:

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)"
    }
  }
]

```

# Ограничение аудитории

**Диапазон** определяет часть базы, к которой будут применены условия сегментации. По умолчанию диапазон равен 100%, т.е. если в базе 1000 профилей, то условия сегментации применятся ко всем профилям в базе. Если, например, вы установите диапазон от 10 до 50%, то условия будут применены к примерно 400 профилям, выбранным равномерно из всего объема базы.

**Лимит** — максимальное количество профилей, которые могут быть включены в сегмент. Например, если 1000 профилей соответствуют условиям сегментации, а лимит — 400, то в сегмент войдут первые 400 профилей из выборки.

**Ограничение**

|                                  |                                 |  |                                 |
|----------------------------------|---------------------------------|--|---------------------------------|
| Лимит i                          | От %                            | Диапазон %   | До %                            |
| <input type="text" value="400"/> | <input type="text" value="10"/> |  | <input type="text" value="50"/> |

## ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Ограничения, заданные с помощью **диапазона**, распространяются на всю базу. Ограничения, заданные с помощью **лимита**, накладываются на результат выборки сегмента.

# Сегментация профилей по основным данным

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](#).

## Операторы

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):

Браузер

Chrome

- не равно
- не равно
- пустой
- не пустой
- не существует
- существует
- в файле в колонке

# 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:

- Страна
- Регион
- Временная зона
- Город
- Индекс

Эти данные могут использоваться при построении условий сегментации:

Группа условий

и или

и

и

Отбор по Страна Условие отбора равно

Значение (x) Russian Federation

Отбор по Временная зона Условие отбора равно

Значение (x) Europe/Moscow

+ Добавить правило + Импортировать условия

# Сегментация по основным и дополнительным полям

Основные и дополнительные поля в Альткрафт разделены на восемь типов в зависимости от данных, которые в них хранятся:

- Строковые
- Целочисленные
- Поля с плавающей точкой
- Дата в стандартном формате

- IP адрес
- Теги (несколько строковых значений в одном поле)
- Булевые (с логическим да/нет)
- Список (исключающий выбор одного из нескольких значений)
- Объект
- Массив объектов

Некоторые стандартные поля, например, **Email**, имеют особый набор операторов сегментации. Для поля **Страна** доступен только стандартный набор операторов.

#### 💡 ПОДСКАЗКА

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 ПРИМЕЧАНИЕ**

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:

Loyalty\_score

9000

больше чем

**больше чем**

меньше чем

не существует

существует

в файле в колонке

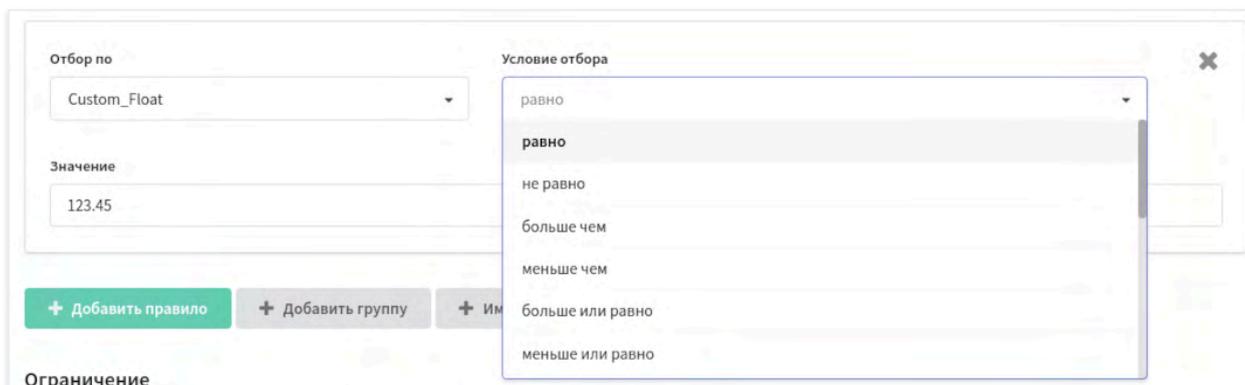
не в файле в колонке

### 💡 ПОДСКАЗКА

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)**.

## Поля с плавающей точкой

Поля с плавающей точкой могут содержать **положительные и отрицательные десятичные значения**. Такие поля вы можете создать в структуре базы данных, если вам нужно хранить числовые показатели и сравнивать их при сегментации. Для правил доступны операторы:



The screenshot shows a configuration window for a rule. On the left, under 'Отбор по' (Filter by), the field 'Custom\_Float' is selected. Below it, the 'Значение' (Value) is set to '123.45'. On the right, under 'Условие отбора' (Filter condition), a dropdown menu is open, showing the following options: 'равно' (equal), 'не равно' (not equal), 'больше чем' (greater than), 'меньше чем' (less than), 'больше или равно' (greater than or equal to), and 'меньше или равно' (less than or equal to). The 'равно' option is currently selected. At the bottom of the window, there are buttons for '+ Добавить правило' (Add rule), '+ Добавить группу' (Add group), and '+ Импорт' (Import). The word 'Ограничение' (Limitation) is visible at the bottom left.

## Дата

Поля типа **Дата** могут хранить дату в формате RFC 3339. 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.
- **Дата/возраст относительно текущей даты** — 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.

#### 💡 ПОДСКАЗКА

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.

Отбор по: Дата рег.

Условие отбора: дата/возраст относительно текущей даты

-∞ -45 дней +∞ -7 дней

Инvertировать

Игнорировать возраст

Указать возраст от 0 до 200

## 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**:

IP адрес рег.

127.0.0.1/32

равно

равно

не равно

не существует

существует

### **i** ПРИМЕЧАНИЕ

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.

The image shows a configuration window for a filter. On the left, there is a dropdown menu labeled 'Extra\_options' with the text 'Премиум поддержка, Сервис плюс, Личный менеджер' below it. To the right, a list of operators is displayed: 'один из', 'ни один из', 'все из', 'не все из', 'пустой', and 'не пустой'. The operator 'один из' is currently selected and highlighted.

## 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:

The image shows a configuration window for a filter. On the left, there is a dropdown menu labeled 'VIP\_status'. To the right, a list of operators is displayed: 'истина', 'ложь', 'не существует', and 'существует'. The operator 'истина' is currently selected and highlighted.

## Список (enumeration)

Поле, содержащее одно из predetermined 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 predetermined, операторы сегментации могут только сравнивать значение с выбранным в списке или проверять существование поля у профилей подписчиков:

The image shows a configuration window for a filter. On the left, there is a dropdown menu labeled 'Service\_package'. To the right, there is a dropdown menu with the operator 'равно'. Below these, a list of values is displayed: 'Corporate', 'Home', and 'Professional'. The value 'Corporate' is currently selected and highlighted.

## Объект

Поле содержит произвольный объект для хранения неопределенных данных. Например, набора флагов или сложных структур данных.

Выберите **поле**, данные из которого хотите использовать для сегментации, и **условие отбора**. Для объекта возможны следующие условия:

- существует / не существует
- в файле в колонке / 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 / не в списке

При необходимости укажите **путь** к конкретному свойству поля. Доступные свойства отобразятся в выпадающем списке. Вы также можете указать путь к свойству вручную. **Тип** свойства определится автоматически, но можно переопределить его, изменив значение в поле "**Воспринимать как**".

The screenshot shows a configuration panel with the following fields and options:

- Отбор по:** dropdown menu with 'flight\_info' selected.
- Условие отбора:** dropdown menu with 'в файле в колонке' selected.
- Путь к свойству поля:** text input with 'flight\_info.class' and a 'string' type dropdown.
- Воспринимать как:** dropdown menu with 'Строка' selected.
- Файл:** empty text input with an upload icon.
- В колонке:** dropdown menu with '1' selected.

## Массив объектов

Поле содержит массив произвольных объектов для хранения подтаблицы, в которой, например, можно записать перечень договоров, менеджеров и др.

Выберите **поле**, данные из которого хотите использовать для сегментации, и **условие отбора**. Для массива доступны следующие условия:

- существует / не существует
- все в файле в колонке / хотя бы один в файле в колонке / не в файле в колонке
- все в таблице данных / хотя бы один в таблице данных / не в таблице данных

- все в ответе на post url в поле / хотя бы один в ответе на post url в поле / не в ответе на post url в поле
- все в списке / хотя бы один в списке / не в списке

При необходимости укажите **путь** к конкретному свойству поля. Доступные свойства отобразятся в выпадающем списке. Вы также можете указать путь к свойству вручную. **Тип** свойства определится автоматически, но можно переопределить его, изменив значение в поле "**Воспринимать как**".

Отбор по ✕

managers ▼      Условие отбора: хотя бы один в списке ▼

Путь к свойству поля Воспринимать как

managers.name string ▼      Строка ▼

Список

список данных, разделенных переносом строки

# Сегментация профилей по данным подписок

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 маркетинговых 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 (активная подписка — это подписка со статусом "Подписан").
- **Не подписан** — правило выберет профили, у которых **существует** подписка на выбранные ресурс и канал, однако статус подписки не позволяет отправлять сообщения получателю (т.е. подписка с одним из следующих статусов: "Отписан", "Жалобщик", "Harbounced", "Не подтвержден", "Приостановлен", "Не валиден").
- **Отписан, жалобщик, hard bounced, не подтверждён, приостановлен, не валиден** — правило выберет профили в соответствии со статусом подписки на выбранные ресурс и канал.

Подписка

Любой ресурс

Любой канал

Любой провайдер

подписан

не существует

не подписан

отписан

жалобщик

hard bounced

## 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 containing "Любой ресурс", and a text field containing "+7(123)4567890". On the right, a dropdown menu is open, showing a list of filter operators: "равно", "равно" (highlighted), "не равно", "содержит", "не содержит", "в файле в колонке", and "не в файле в колонке". 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 containing "Любой ресурс", a text field containing "Apple Safari", and a text field containing "QWERTYUIOPASDFGHJKLZXCVBNM". On the right, a dropdown menu is open, showing a list of filter operators: "равно", "равно" (highlighted), "не равно", "в файле в колонке", "не в файле в колонке" (highlighted), "в таблице данных", and "не в таблице данных". A close button (X) is visible in the top right corner of the dropdown menu.

# Сегментация профилей по истории действий

История действий подписчиков формируется на основе разных типов событий:

- действия, связанные с отправляемыми сообщениями,
- действия подписчиков на сайтах и в приложениях, захваченные пикселями трекинга (достижения целей),
- события [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

Сегментация по поведению позволяет разделить подписчиков в зависимости от событий в различных каналах:

- Email
- SMS
- Push
- Telegram
- WhatsApp
- Viber
- Notify

Для большинства правил сегментации по истории активности в сообщениях доступны 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 [Кампанию](#), [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**.

## Отправлено сообщение

Событие отправки доступно во всех каналах. Событие записывается в [Профиль подписчика](#), когда кампания формирует сообщение и перенаправляет его на отправляющий модуль, шлюз SMS или платформу push — в зависимости от канала коммуникации.

### ПОДСКАЗКА

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 email | ✕ |

## Доставлено сообщение

Событие доставки доступно во всех каналах. События 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.

### ПОДСКАЗКА

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 x 27 - SMS оповещение: новое в ассортименте sms x

Дата: 2020-06-26 2020-07-03

## Открыто сообщение

Событие открытия доступно в Email, SMS и Push каналах. 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.

### 💡 ПОДСКАЗКА

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

## Прочитано сообщение

Событие прочтение доступно в Email, WhatsApp, Viber и Notify каналах. Событие регистрируется особым пикселем в шаблоне сообщения, который можно добавить переменной **{read}**. Он срабатывает, когда получатель **открыл** сообщение и не закрывал его как минимум 12 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 X 1 - Новая коллекция email push sms X

Сообщение доставлено

## Любой клик в сообщении

Событие клика доступно в Email, SMS, Push и Notify каналах. Правило выберет получателей, открывших сообщение и кликнувших по любой из ссылок в нём. Для выбора конкретной ссылки используется правило "Клик по ссылке в Email".

### 💡 ПОДСКАЗКА

Используя сегментацию по любым кликам, 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

**Условие**

Отбор по: Клик по ссылке отписки в Email

Условие отбора: как минимум [n] раз в последние [x] дней в сообщениях

Значение (n): 1

Значение (x): 7

Ресурс: 53 - Промо рассылки Email

Шаблон сообщения: 278 - Новая коллекция email 221 - Новинки ассортимента SQL email

## Клик по ссылке в сообщении

Событие клика доступно в Email, SMS, Push и Notify каналах. 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**).

### 💡 ПОДСКАЗКА

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

### 💡 ПОДСКАЗКА

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".

## Клики в сообщениях мессенджеров

События кликов фиксируются в Telegram, WhatsApp и Viber каналах, когда получатель переходит по ссылке в сообщении:

- **Клик** — Если получатель несколько раз кликнул по одной и той же ссылке, фиксируется каждое событие клика. Например, если в сообщении 3 ссылки и по каждой из них получатель перешёл 2 раза, то будет зафиксировано 6 кликов.

- **Уникальный клик** — Событие регистрируется, если получатель кликнул хотя бы по любой ссылке в сообщении. Например, если в сообщении 3 ссылки и по каждой из них получатель перешёл 2 раза, то будет зафиксирован 1 уникальный клик.
- **Уникальный клик по ссылке** — Если получатель несколько раз кликнул по одной и той же ссылке, фиксируется только одно событие клика для каждой ссылки. Например, если в сообщении 3 ссылки и по каждой из них получатель перешёл 2 раза, то будет зафиксировано 3 уникальных клика по ссылке.

**Условие**

**Отбор по**

клик ▾

Telegram bot клик по ссылке

Viber клик

**Viber уник. клик**

Viber уник. клик по ссылке

Whatsapp клик

Whatsapp уник. клик

**Условие отбора** ✕

как минимум [n] раз в кампаниях ▾

MS viber ▾

516 - Viber campaign viber ✕ ▾

## Клик по ссылке отписки в сообщении

Событие доступно в Email, SMS, Push и Notify каналах. Данное правило выберет получателей, получивших сообщение и отписавшихся по ссылкам отписки в данном сообщении. В этом правиле можно выбрать шаблон и кампанию, в рамках которых была произведена отписка.

### 💡 ПОДСКАЗКА

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"

## Клик на Confirm ссылку и Подтверждение подписки (email)

Confirm ссылка — это 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 вы не используете DOI, информацию по настройке этого типа подтверждения вы найдете в [этой инструкции](#).

**Условие**

Отбор по: Клик на Confirm ссылку

Условие отбора: существует

## Проверка события в сообщении или в кампании

Если вы хотите проверить, происходило ли какое-нибудь событие в определенной кампании или сообщении, воспользуйтесь условием **“Как минимум [n] раз в сообщениях / в кампаниях”**. Вы можете выбрать сразу несколько шаблонов или кампаний. Если действие произошло в любом из выбранных объектов, профиль попадет в сегмент.

Условие в примере ниже выберет профили, которым были отправлены письма из кампании #1, или из кампании #2, или из обеих кампаний:

Отбор по: Отправлен Email

Условие отбора: как минимум [n] раз в кампаниях

Значение (n): 1

Ресурс: Любой ресурс

Кампания: 1 - Персональные рекомендации email ✕, 2 - Подборка товаров email ✕

Чтобы узнать, кто из подписчиков не проявляет активности или до кого их них сообщения даже не доходят, используйте обратные условия, например: **“Ни одного раза в сообщениях / кампаниях”**. Профиль попадет в сегмент, если действие не произошло в каждом из выбранных объектов.

В данном примере в сегмент попадут профили, которым не был отправлен шаблон #27, а также не был отправлен шаблон #29:

Отбор по: Отправлен Email

Условие отбора: ни одного раза в сообщениях

Ресурс: Любой ресурс

Шаблон сообщения: 27 - Black Friday email, 29 - Black Friday 2.0 email

Для обратных условий можно наложить дополнительное условие на предшествующее событие. Например, для клика такими событиями могут быть доставка письма или его открытие.

На изображении ниже условие выберет тех, кто не кликнул в кампании #230, а также не кликнул в кампании #231. При этом выборка будет происходить только среди профилей, которым кампания была доставлена.

Отбор по: Любой клик в Email

Условие отбора: ни одного раза в кампаниях

Ресурс: Любой ресурс

Кампания: 230 - Подтверждение подписки email, 231 - Напоминание о подтверждении подписки email

Сообщение доставлено

Сообщение открыто

Здесь в сегмент попадут те, кому не доставили кампанию #1, а также не доставили кампанию #2, хотя она была им отправлена:

Отбор по: Доставлен Email

Условие отбора: ни одного раза в кампаниях

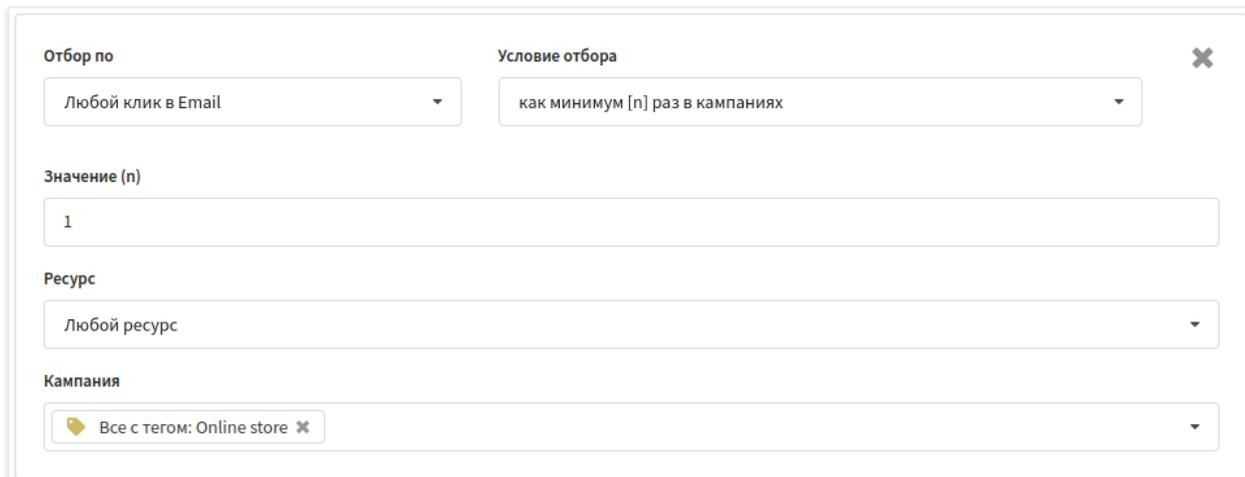
Ресурс: Любой ресурс

Кампания: 1 - Email приветствие email, 2 - Email знакомство с компанией email

Сообщение отправлено

## Отбор кампаний или шаблонов по тегу

При сегментации по событиям в кампании или в сообщении также доступен **отбор по тегам**. В примере ниже будут выбраны профили, кликнувшие в любой кампании с тегом "Online store".



The screenshot shows a configuration window for a segmentation filter. It has a title bar with a close button (X). The window is divided into several sections:

- Отбор по**: A dropdown menu with the selected option "Любой клик в Email".
- Условие отбора**: A dropdown menu with the selected option "как минимум [n] раз в кампаниях".
- Значение (n)**: A text input field containing the number "1".
- Ресурс**: A dropdown menu with the selected option "Любой ресурс".
- Кампания**: A dropdown menu with the selected option "Все с тегом: Online store".

## 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).

### 💡 ПОДСКАЗКА

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). Второй вариант — 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 их средней или суммарной стоимости (ценности):

1. **Существует / не существует** — операторы проверяют наличие или отсутствие достижения целей подписчиками.

2. **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

3. **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

4. **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 трафика):

**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

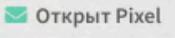
Цель: Покупка товара

Реферер: Ref: example.com

## 5. Соответствует / Не соответствует комплексному условию

В рамках события регистрации цели можно передавать дополнительные данные о событии через API запрос. Эти данные записываются в историю профиля в таком виде:

 **tony@example.com** #b9bbb1ae  
пт, 6 окт. 2023 г. 16:37:54



Достигнута цель

- Цели: **purchase**
- Стоимость: **1000**
- Сообщение: #317 [Pixel test](#)
- Кампания: #522 [New solar campaign](#)
- Ресурс: #15 [Mobile App](#)
- Данные: `</>`
- Промокод: **6285183c3f62fcd4ac5ed36d**
- Лояльность: #5 [New planetary loyalty program](#)
- Категории: category\_KBZ1qurFP
- Точка контакта: **Точка контакта**
- Канал продаж: [Direct sales](#)
- Регион: [Moscow](#)
- Количество элементов: 1
- Заказ: #96 [12345](#)
- SKU: [HD 450BT Earphones Black](#)
- Адрес: 19.379932°, 55.244075°, 140400, RUSSIAN FEDERATION, Ryazan, Ryazan
- Реферер: [api.example.com](#)
- UTM Content: [utm\\_content](#)
- UTM Source: [utm\\_source](#)
- UTM Campaign: [utm\\_campaign](#)
- UTM Term: [utm\\_term](#)

Правило "**Соответствует / Не соответствует комплексному условию**" позволяет выбирать профили на основе этих данных. Чтобы настроить условие, введите название цели или выберите цель из списка, нажав на . Далее выберите пиксель и нажмите кнопку "**Добавить правило**":

**Условие**

Отбор по: Достигнута цель

Условие отбора: соответствует комплексному условию

Цель: purchase

Пиксель: 25 - Pixel test

**Комплексное условие**

+ Добавить правило + Добавить группу

Определите, по какому полю отбирать профили, и выберите оператор сравнения. Затем укажите значение поля:

**Комплексное условие**

Отбор по: Строковые данные цели

Условие отбора: равно

Название поля: string\_field

Значение: example

Доступен **отбор по**:

- Значение цели (стоимость)

Отбор по данным из объекта **pixel\_data**:

- Строковые данные цели
- Числовые данные цели
- Дата в данных цели
- Булевые данные цели

Отбор по **устройству профиля и его геоданным**:

- Браузер

- Операционная система
- Страна
- Регион
- Город
- Временная зона
- User-Agent

Отбор по **отправленным сообщениям и привязанным промокодам**:

- Кампания
- Шаблон
- Программа лояльности

Отбор по **UTM меткам**:

- UTM campaign
- UTM content
- UTM medium
- UTM source
- UTM term

Отбор по **URL Referer** (источник перехода на страницу, где произошло событие регистрации цели) и **URL Origin** (страница, на которой произошло событие регистрации цели):

- Referer domain (домен из URL Referer, например, `example.com`)
- Referer path (путь из URL Referer, например, `/path/sub_path/index.html`)
- Referer query (параметры запроса из URL Referer, например, `par1=1&par2=val2`)
- Исходный домен (домен из URL Origin)
- Исходный путь (путь из URL Origin)
- Исходный запрос (параметры запроса из URL Origin)

Отбор по **заказам профиля**:

- Точка контакта
- Регион
- Продукт

- Количество товара в позиции заказа
- Категории продукта или SKU

В комплексное условие можно добавлять несколько правил и объединять их с помощью логического **И** (все условия должны выполняться) и **ИЛИ** (хотя бы одно условие должно выполняться):

Комплексное условие

**И** или

и

и

Отбор по: Значение цели. Условие отбора: равно. Значение: 1000.

Отбор по: Город. Условие отбора: в списке. Значение: Kazan, Nizhny Novgorod, Cheboksary.

+ Добавить правило + Добавить группу

## События сценариев автоматизации

Профили подписчиков можно сегментировать по участию в сценариях взаимодействия. Для этого выберите соответствующее правило, для которого доступны следующие операторы выборки:

- **хотя бы раз был,**
- **никогда не был,**
- **сейчас в сценарии,**
- **сейчас не в сценарии,**
- **завершил сценарий,**
- **вышел с ошибкой.**

**Условие**

Отбор по:

Сценарий:

Условие отбора:

- хотя бы раз был
- хотя бы раз был
- никогда не был
- сейчас в сценарии
- сейчас не в сценарии
- завершил сценарий
- вышел с ошибкой

+ Добавить правило    + Добавить группу    + Им

В рамках события регистрации цели можно передавать дополнительные данные о событии через API запрос. Эти данные записываются в историю профиля в таком виде:

## 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 подписчиков, 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:

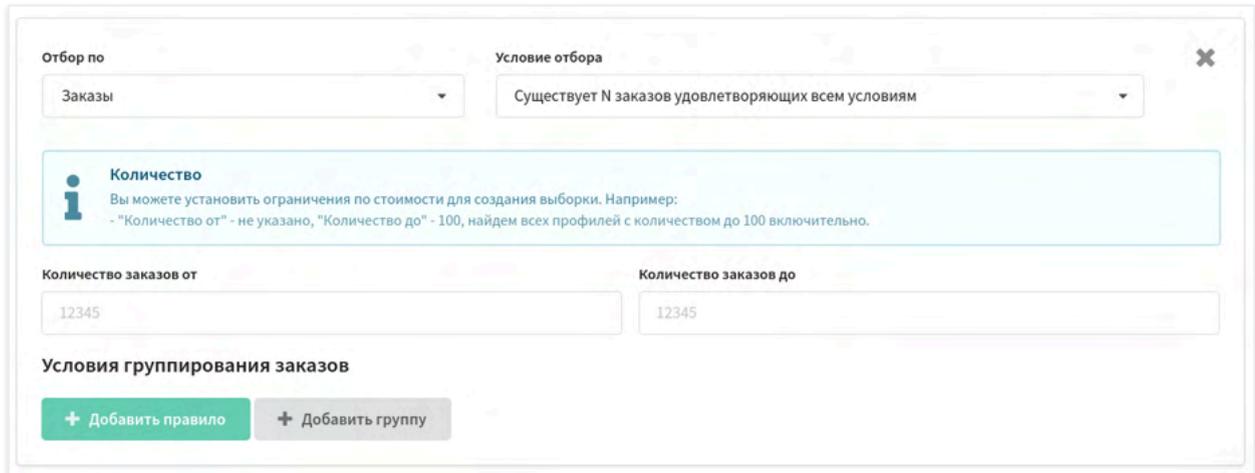
Условие отбора:

Промокод:

## События заказов

Можно сегментировать аудиторию в зависимости от заказов, зарегистрированных в [маркете](#). Доступны следующие условия:

- Существует N заказов, удовлетворяющих всем условиям
- Нет N заказов, удовлетворяющих всем условиям
- Суммарная стоимость заказов, удовлетворяющих всем условиям, равна N
- Суммарная стоимость заказов, удовлетворяющих всем условиям, не равна N



Отбор по: Заказы

Условие отбора: Существует N заказов удовлетворяющих всем условиям

**Количество**  
Вы можете установить ограничения по стоимости для создания выборки. Например:  
- "Количество от" - не указано, "Количество до" - 100, найдем всех профилей с количеством до 100 включительно.

Количество заказов от: 12345

Количество заказов до: 12345

Условия группирования заказов

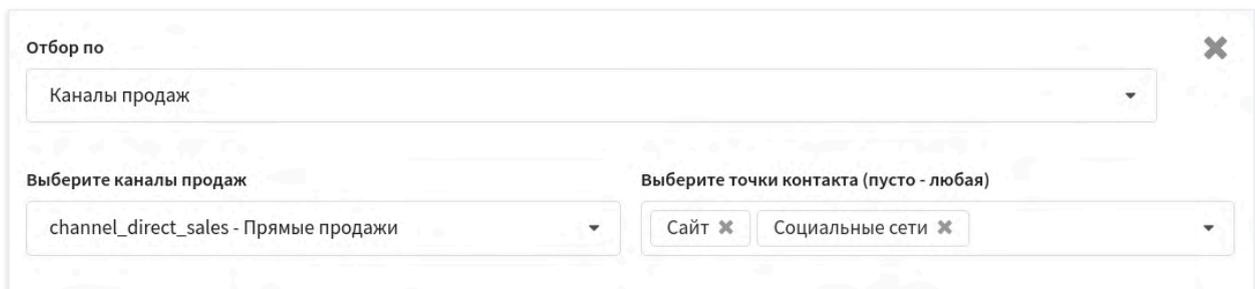
+ Добавить правило    + Добавить группу

При необходимости можно выбрать условия группирования заказов. Доступен отбор заказов по следующим полям:

- [канал продаж](#)
- статусы
- [регионы](#)
- [products/SKU по категориям](#)
- количество товаров
- дата создания заказа
- по сумме заказа

## Канал продаж

Условие группирует заказы, совершенные в одном канале продаж. Можно указать несколько точек контактов.



Отбор по: Каналы продаж

Выберите каналы продаж: channel\_direct\_sales - Прямые продажи

Выберите точки контакта (пусто - любая): Сайт, Социальные сети

## Статусы

Условие выбирает заказы с указанными статусами (*новый, доставлен, оплачен, отменен, частичный возврат*).

Отбор по ✕

Статусы

Статусы

2 - Доставлен ✕ 3 - Оплачен ✕

## Регионы

Условие выбирает заказы, совершенные в определенных регионах.

Отбор по ✕

Регионы

Регионы

Казань ✕ Новосибирск ✕ Екатеринбург ✕

## Продукты/SKU по категориям

Условие выбирает заказы, в которых есть товары из определенных категорий.

Отбор по ✕

Продукты/SKU по категориям

Выберите категории (пусто - любая)

любой

## Количество товаров

Выбираются заказы с определенным количеством товаров. Количество товаров можно считать одним из следующих способов:

- **в любой из позиций** (в какой-либо позиции заказа есть указанное количество)

- **суммарно по позициям** (во всех позициях заказа вместе взятых есть указанное количество товаров)
- **в каждой из позиций** (в каждой позиции заказа есть указанное количество товаров)
- **разных товаров в заказе** (количество позиций в заказе: 1 товар = 1 позиция)

**Отбор по** ✕

Количество товаров ▼

**Количество**

Вы можете установить ограничения по стоимости для создания выборки. Например:  
 - "Количество от" - не указано, "Количество до" - 100, найдем всех профилей с количеством до 100 включительно.

Количество товаров от      
 Количество товаров до      
 Количество товаров  ▼

## Дата создания заказа

Выбираются заказы, зарегистрированные в указанный период времени.

**Отбор по** ✕

Дата создания заказа ▼

**Дата создания**

Вы можете установить ограничения по дате для создания выборки. Например:  
 - "Дата создания от" - не указано, "Дата создания до" - 2021-12-31, найдем всех профилей, у которых дата создания заказа до 2021-12-31 включительно.

Дата создания от   📅     
 Дата создания до   📅

## По сумме заказа

Условие выбирает заказы с определенной стоимостью. Укажите валюту, в которой считается заказ.

Данный тип сегментации позволяет выбрать подписчиков, которые заполняли [форму](#). Вы можете выбрать форму, заполнение которой необходимо проверить, или настроить проверку по любой форме.

Доступны следующие условия отбора:

- **заполнял** (подписчик когда-либо заполнял форму)
- **не заполнял** (подписчик никогда не заполнял форму)
- **заполнял за выбранный период** (подписчик заполнял форму в указанные даты)
- **не заполнял за выбранный период** (подписчик не заполнял форму в указанные даты)
- **заполнял за последние [x] дней относительно текущей даты**

## События попапов

Профили подписчиков можно сегментировать по их взаимодействию с [попапами](#).

### Источник

База данных

26 - B2C клиенты 8 459 ▼

### Условие

Отбор по Условие отбора ✕

Заполнен Попап как минимум [n] раз в период

Значение (n)

1

Попап

2 - Обратная связь

Дата Дата

06-11-2023 13-11-2023

[+ Добавить правило](#) [+ Добавить группу](#) [+ Импортировать условия](#)

Доступен **отбор по** следующим событиям:

- **Открыт Попап** — попап показан пользователю.
- **Заполнен Попап** — форма в попапе заполнена и успешно отправлена пользователем.
- **Закрыт Попап** — выполнен клик по кнопке “Заккрыть” (`closeButton`) в попапе.
- **Клик по Попапу** — выполнен клик по любому элементу попапа, кроме кнопки “Заккрыть” (заголовок, текст, картинка, поле формы, кнопка).
- **Таргет попапа** — попап должен был быть показан пользователю, потому что были выполнены условия триггера. При этом он мог быть не показан из-за лимитов тега, заданных в блоках “Настройки активации” и “Ограничения”.
- **Клик по элементу в Попапе** — выполнен клик по HTML-элементу с определенным значением в атрибуте `name`. Также для трекинга кликов необходимо в HTML-элемент, с которым связано событие, добавить атрибут `data-tracking-event="click"`. Например: `<div class="ac-popup-overlay" data-tracking-event="click" name="example_1"></div>`.
- **Кастомное событие Попап** — регистрацию такого события вы должны настроить самостоятельно через JavaScript код.

Возможные **условия отбора**:

- **Существует** — указанное событие было зарегистрировано у профиля как минимум один раз.
- **Не существует** — указанное событие ни разу не было зарегистрировано у профиля.
- **Как минимум [n] раз в период** — указанное событие было зарегистрировано у профиля не менее [n] раз за заданный период времени.
- **Ни одного раза в период** — указанное событие не было зарегистрировано у профиля ни разу за заданный период времени.
- **Был как минимум [n] раз за [x] дней** — указанное событие было зарегистрировано у профиля не менее [n] раз за последние [x] дней.
- **Ни разу в последние [x] дней** — указанное событие не было зарегистрировано у профиля за последние [x] дней.

# Сегментация профилей по внешним данным

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.

## ПОДСКАЗКА

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) В 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 ожидаться 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:

The screenshot shows a configuration interface for a segmentation rule. It includes a dropdown menu for 'Email подписка', a text input field for 'в ответе на post url в поле', a dropdown menu for '5 - VIP customers resource' with 'Email', 'Push', and 'SMS' tags, a text input field for 'https://example.org/clients/emails', and a text input field for 'segment.emails'.

## Пример правила сегментации для XML

Если внешний сервис отдаёт данные в формате XML, будет ожидать заголовок MIME типа

```
"Content-Type": "application/xml; charset=UTF-8"
```

и данные в следующей нотации:

```
<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:

Имя  не в ответе на post url в поле  ✕

## 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 ожидать 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:

SMS подписка  в ответе на post url в поле  ✕

5 - VIP customers resource Email Push SMS

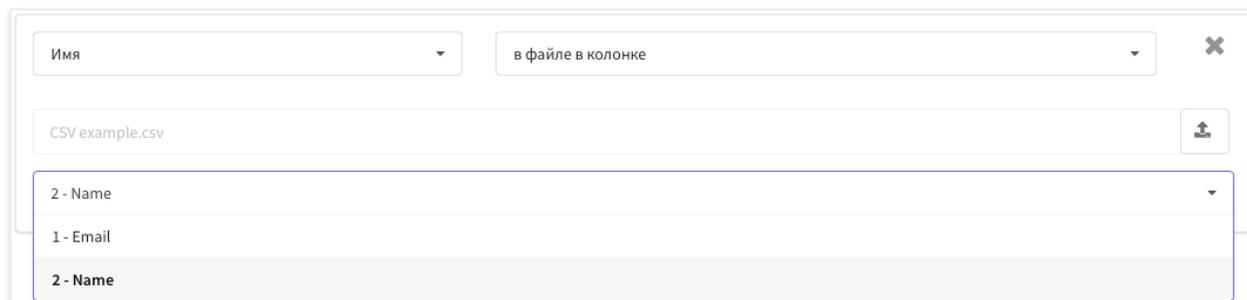
## Загрузка файла

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,Suzy
```

dave@example.net , Dave  
andy@example.edu , Andy

После загрузки файла вы сможете выбрать необходимую колонку из выпадающего меню:

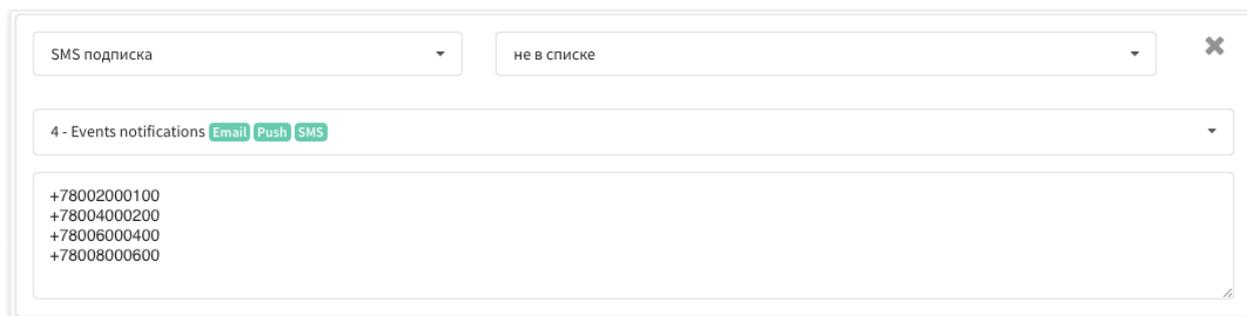


The screenshot shows a web interface for file upload. At the top, there are two dropdown menus: the first is labeled 'Имя' (Name) and the second is labeled 'в файле в колонке' (in file in column). Below these is a text input field containing 'CSV example.csv' and an upload icon. A dropdown menu is open, showing a list of columns: '2 - Name', '1 - Email', and '2 - Name'. The second '2 - Name' option is highlighted.

## 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).



The screenshot shows a web interface for data entry. At the top, there are two dropdown menus: the first is labeled 'SMS подписка' (SMS subscription) and the second is labeled 'не в списке' (not in list). Below these is a text input field containing '4 - Events notifications' with three tags: 'Email', 'Push', and 'SMS'. Below the input field is a large text area containing the following data in PIPE format:

```
+78002000100  
+78004000200  
+78006000400  
+78008000600
```

# Сегментация профилей по внешним SQL таблицам

Возможность подключения внешних SQL баз данных позволяет более гибко 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.

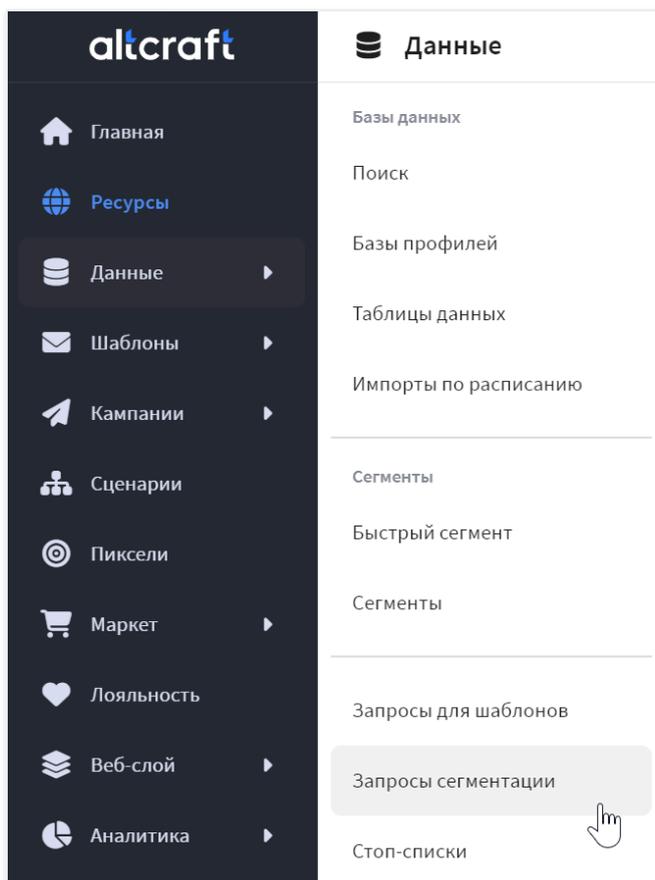
## ПОДСКАЗКА

Если вы пользуетесь **облачным решением** — передайте данные для подключения к базе данных нашей службе поддержки: [team@altcraft.com](mailto:team@altcraft.com).

## 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** → **Запросы сегментации**. Перейдите в раздел и нажмите кнопку **+ Создать**.

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:

```
Тело запроса
```

```
1 SELECT `clientID`  
2 FROM `users`  
3 WHERE `city` = 'La Barca';
```

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:

1: clientID - INT

Обновить

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}**:

Тело запроса

```
1 SELECT `clientID`
2 FROM `users`
3 WHERE `city` = '{CITY}';
```

Как только вы его укажете в запросе, появится форма с настройками параметра:

CITY

Тип переменной

Строка

Значение по умолчанию

La Barca

Заголовок

Показывать заголовок

Укажите город

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 идентификатор и опции можно перечислить через запятую:

**OPERATOR**

Тип переменной: Строка

Заголовок: Введите заголовок..

Показывать заголовок:

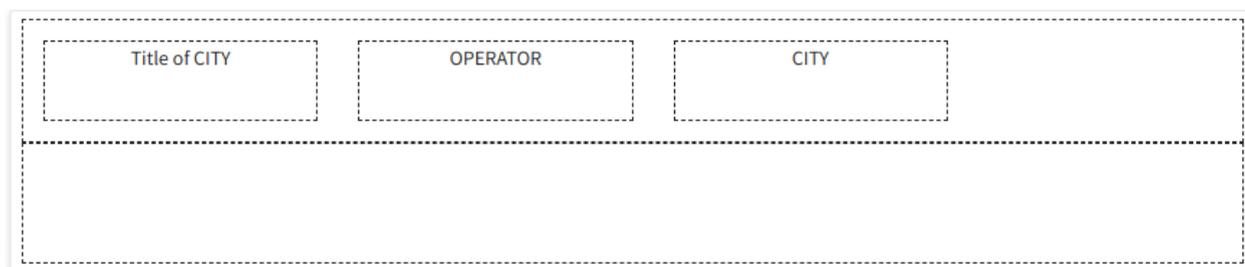
Значение по умолчанию: =

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.



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:

clientID

в таблице данных

9: Город

Предпросмотр запроса

Параметры запроса

Укажите город

равно

La Barca

+ Добавить правило

+ Добавить группу

Скрипт

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

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**.

## ПОДСКАЗКА

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](#).

## События динамических сегментов

Для использования правила **Участие в динамическом сегменте** 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 операторы:

- **в сегменте,**
- **не в сегменте.**

**Условие**

Отбор по: Участие в динамическом сегменте

Условие отбора: в сегменте

Нет подходящего динамического сегмента по выбранно

в сегменте  
в сегменте  
не в сегменте

#### ПОДСКАЗКА

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 выборок по другим сегментам.

#### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

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:

- **хотя бы раз был,**
- **ни разу не был,**
- **сейчас нет, но хотя бы раз был,**
- **не в сегменте,**

- был как минимум [n] раз за [x] дней,
- был как минимум [n] раз за период,
- не был ни разу за [n] дней,
- не был ни разу за период.

**Условие**

Отбор по:

Сегмент:

**Условие отбора**

- хотя бы раз был
- ни разу не был
- сейчас нет, но хотя бы раз был
- не в сегменте
- был как минимум [n] раз за [x] дней
- был как минимум [n] раз за период

**Ограничение**

# Сегментация профилей по UTM

К UTM-полям, доступным для сегментации, относятся следующие **категории**:

- **Campaign** — название кампании.
- **Source** — название рекламной системы, т.е. источник трафика.
- **Medium** — тип кампании (контекстная реклама, баннерная реклама, реклама в социальных сетях и др).
- **Content** — дополнительная информация, которую можно отслеживать, если совпадают другие параметры.
- **Term** — ключевое слово, которое инициировало показ объявлений.

The screenshot shows a web interface for creating a segmentation request. At the top, it says 'Запрос сегментации'. Below that, there's a section for 'Источник' (Source) with a dropdown menu showing 'База данных' (Database) and '3 - West coast clients' with a count of '8 443'. The main section is 'Условие' (Condition), which has a dropdown for 'Отбор по' (Filter by) and a dropdown for 'Условие отбора' (Filter condition). The 'Отбор по' dropdown is open, showing a list of UTM parameters: 'Страна рег.' (Country), 'Campaign', 'Source', 'Medium', 'Content', and 'Term'. The 'Условие отбора' dropdown is set to 'равно' (equals). At the bottom, there are buttons for 'Импортировать условия' (Import conditions) and 'Скрипт' (Script).

Для UTM-полей доступны следующие **операторы**:

- **Равно / не равно** — правило будет определять точное соответствие utm-параметра указанному значению.
- **Начинается с** — правило будет проверять, начинается ли данное поле с введенного значения.
- **Содержит / не содержит** — правило будет выполнять поиск по части UTM-поля.
- **Пустой / не пустой** — правило будет проверять, пустое UTM-поле или нет.
- **Существует / не существует** — правило выберет профили, у которых отсутствует данное UTM-поле.
- **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.

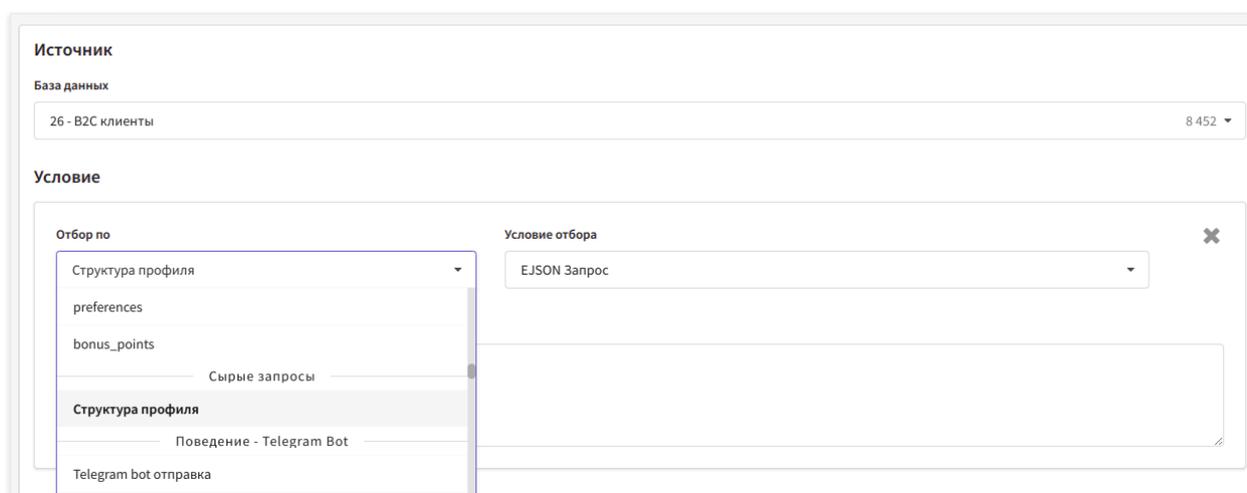
- **В таблице данных / не в таблице данных** — правило ищет соответствие поля в запросе к внешней SQL базе данных.
- **В ответе на post url в поле / не в ответе на post url в поле** — правило ищет соответствие поля в ответе метода post запроса к внешнему API.
- **В списке / не в списке** — правило ищет соответствие поля в списке, который вы можете скопировать в область для ввода данных в самом правиле. Значения должны быть разделены переносом строки (pipe).

The screenshot shows a configuration window titled "Условие" (Condition). It features a dropdown menu labeled "Отбор по" (Select by) with "Campaign" selected. Below this are buttons for "+ Добавить правило" (Add rule), "+ Добавить группу" (Add group), and "+ Импорт" (Import). A section titled "Ограничение" (Limit) includes input fields for "Лимит" (Limit), "От %" (From %), and "Диапазон %" (Range %). A modal window titled "Условие отбора" (Selection condition) is open, displaying a list of options: "существует" (exists), "существует" (exists), "в файле в колонке" (in file in column), "не в файле в колонке" (not in file in column), "в таблице данных" (in data table), "не в таблице данных" (not in data table), and "в ответе на post url в поле" (in response to post url in field). The modal window has a close button (X) in the top right corner.

# Сегментация по структуре профиля

Для комплексной сегментации профилей по JSON-полям вы можете сформировать запросы к MongoDB. Такие запросы описываются в EJSON-форме.

Чтобы построить запрос, выберите отбор по **Структуре профиля**. Условие отбора — **EJSON Запрос**:



The screenshot shows a query builder interface. At the top, under 'Источник' (Source), the database is '26 - B2C клиенты' with 8,452 records. Below, under 'Условие' (Condition), a rule is defined with 'Отбор по' (Select by) set to 'Структура профиля' (Structure of profile) and 'Условие отбора' (Selection condition) set to 'EJSON Запрос' (EJSON Query). A dropdown menu is open under 'Отбор по', listing various fields: 'Структура профиля', 'preferences', 'bonus\_points', 'Сырые запросы', 'Структура профиля' (highlighted), 'Поведение - Telegram Bot', and 'Telegram bot отправка'. There is a close button (X) in the top right of the rule configuration area.

## Операторы

Для расширенного JSON запроса к базе данных используются различные операторы. Подробнее о EJSON для MongoDB читайте в [документации](#). Ниже мы разберем синтаксис основных операторов.

Допустим, в базе есть профиль с дополнительным JSON-полем `list`:

# John Doe

Глобальный статус: Подписан ▼  Тестовый подписчик

Основная Личная Контактная Регистрационная Отслеженная Доп. поля

```
list [
  {
    "contract_id": 10,
    "category": "A",
    "payment": 1000
  }
]
```

В это поле записан следующий массив:

```
[
  {
    "contract_id": 10,
    "category": "A",
    "payment": 1000
  }
]
```

В таблицах показаны запросы, которые позволят выбрать данный профиль из базы:

## Операторы сравнения

| Оператор    | Описание | Пример  |
|-------------|----------|---|
| <b>\$eq</b> | Равно    | <pre>{   "list.category": {     "\$eq": "A"   } }</pre> |
| <b>\$ne</b> | Не равно | <pre>{   "list.category": {</pre>                       |

| Оператор     | Описание  | Пример  |
|--------------|---|---|
|              |   | <pre> "\$ne": "B" } } </pre>  |
| <b>\$gt</b>  | Больше  | <pre> {   "list.payment": {     "\$gt": 500   } } </pre>                                      |
| <b>\$gte</b> | Больше или равно                                | <pre> {   "list.payment": {     "\$gte": 1000   } } </pre>                                    |
| <b>\$lt</b>  | Меньше  | <pre> {   "list.payment": {     "\$lt": 1500   } } </pre>                                     |
| <b>\$lte</b> | Меньше или равно                                | <pre> {   "list.payment": {     "\$lte": 1000   } } </pre>                                    |
| <b>\$in</b>  | Соответствует хотя бы одному значению в массиве | <pre> {   "list.contract_id": {     "\$in": [       10,       20,       30     ]   } } </pre> |

| Оператор     | Описание                                      | Пример   |
|--------------|---|--|
|              |   | <pre> ] } } </pre>   |
| <b>\$nin</b> | Не соответствует ни одному значению в массиве | <pre> {   "list.contract_id": {     "\$nin": [       20,       30,       40     ]   } } </pre> |

## Логические операторы

| Оператор     | Описание  | Пример   |
|--------------|---|--|
| <b>\$and</b> | Соответствует всем указанным в массиве условиям | <pre> {   "\$and": [     {       "list.payment": {         "\$gte": 1000       }     },     {       "_city": {         "\$eq": "Москва"       }     }   ] } </pre> |
| <b>\$not</b> | Не соответствует указанному условию             | <pre> {   "list.category": {     "\$not": {       "\$eq": "D"     }   } } </pre>   |

| Оператор     | Описание  | Пример   |
|--------------|---|--|
|              |   | <pre> } } } </pre>   |
| <b>\$or</b>  | Соответствует хотя бы одному из указанных в массиве условий | <pre> {   "\$or": [     {       "list.payment": {         "\$gte": 2000       }     },     {       "_city": {         "\$eq": "Москва"       }     }   ] } </pre>  |
| <b>\$nor</b> | Не соответствует ни одному из указанных в массиве условий   | <pre> {   "\$nor": [     {       "list.payment": {         "\$gte": 1500       }     },     {       "_city": {         "\$eq": "Казань"       }     }   ] } </pre> |

## Оператор \$elemMatch

Оператор `$elemMatch` позволяет выбрать профили, у которых массив, хранящийся в JSON-поле, содержит хотя бы один элемент, удовлетворяющий

всем условиям.

| Профиль#1   | Профиль#2   |
|---|---|
| <pre>"list":<br/><br/>  [<br/><br/>    {<br/><br/>      "category": "A",<br/><br/>      "payment": 1000<br/><br/>    },<br/><br/>    {<br/><br/>      "category": "B",<br/><br/>      "payment": 2000<br/><br/>    }<br/><br/>  ]</pre> | <pre>"list":<br/><br/>  [<br/><br/>    {<br/><br/>      "category": "B",<br/><br/>      "payment": 1500<br/><br/>    },<br/><br/>    {<br/><br/>      "category": "C",<br/><br/>      "payment": 2000<br/><br/>    }<br/><br/>  ]</pre> |

Запрос выберет Профиль#1 и Профиль#2:

```
{  
  "list.category": "B",
```

```
"list.payment": 2000  
}
```

Запрос выберет только Профиль#1:

```
{  
  "list": {  
    "$elemMatch": {  
      "category": "B",  
      "payment": 2000  
    }  
  }  
}
```

### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Возможно сравнение только простых типов данных. Нельзя сравнивать сложные типы (объект, массив), так как не гарантируется сохранение порядка полей в запросе и в самой базе профилей.

#### Пример недопустимого сравнения:

```
// Сравнение JSON-поля профиля "list"
{
  "list": {
    "$eq": {
      "contract_id": 10,
      "category": "A",
      "payment": 1000
    }
  }
}
```

Вместо сравнения целых объектов, лучше использовать сравнение по ключам и их значениям. Например:

```
{
  "list.category": {
    "$eq": "A"
  }
}
```

## Даты

Для текущей даты используйте `{"$dateNowFunc": "0"}`. Аргумент позволяет задать смещение даты в днях.

Запрос выберет профили, обновленные не позднее чем вчера:

```
{
  "_updatetime": {
    "$gte": {
```

```
    "$dateNowFunc": "-1"
  }
}
```

Также можно использовать эту функцию для работы с датами, записанными в JSON-поле. Например, в дополнительное поле профиля `"list"` записан следующий массив:

```
"list":
  [
    {
      "contract_id":10,
      "category": "A",
      "start_date":"2022-07-01",
      "expiration_date":"2022-08-01"
    },
    {
      "contract_id":20,
      "category": "B",
      "start_date":"2022-06-15",
      "expiration_date":"2022-09-15"
    }
  ]
```

Запрос выберет профили, с которыми договор категории "A" был заключен не раньше чем неделю назад:

```
{
  "list": {
    "$elemMatch": {
      "category": "A",
      "start_date.r": {
        "$gte": {
          "$dateNowFunc": "-7"
        }
      }
    }
  }
}
```

Запрос выберет профили с договором категории "B", который истекает меньше чем через месяц:

```
{
  "list": {
    "$elemMatch": {
      "category": "B",
      "expiration_date.r": {
        "$lte": {
          "$dateNowFunc": "30"
        }
      }
    }
  }
}
```

#### ПОДСКАЗКА

Обратите внимание, дни рождения, даты регистрации, а также даты, записанные в дополнительные поля, хранятся в платформе в следующем виде:

```
"date" : {
  "r" : ISODate("2020-09-30T07:42:30.501Z"),
  "y" : 2020,
  "m" : 9,
  "d" : 30,
  "md" : 930,
  "ymd" : 20200930
}
```

Когда вы прописываете путь к такому полю, добавьте дополнительный ключ — `date.r`.

# Сегментация профилей по лучшему времени отправки

Сегментация по лучшему времени отправки позволяет выбрать профили, которым лучше всего доставить сообщение в текущий час или в определённый период времени. Далее можно [настроить кампанию](#), указав аудиторию сегмента в качестве получателей. Таким образом, каждый клиент получит сообщение в оптимальное для него время.

Расчёт оптимального времени для отправки сообщения происходит через алгоритмы машинного обучения. ML-сервис определяет час, когда вероятность открытия сообщения профилем самая высокая.

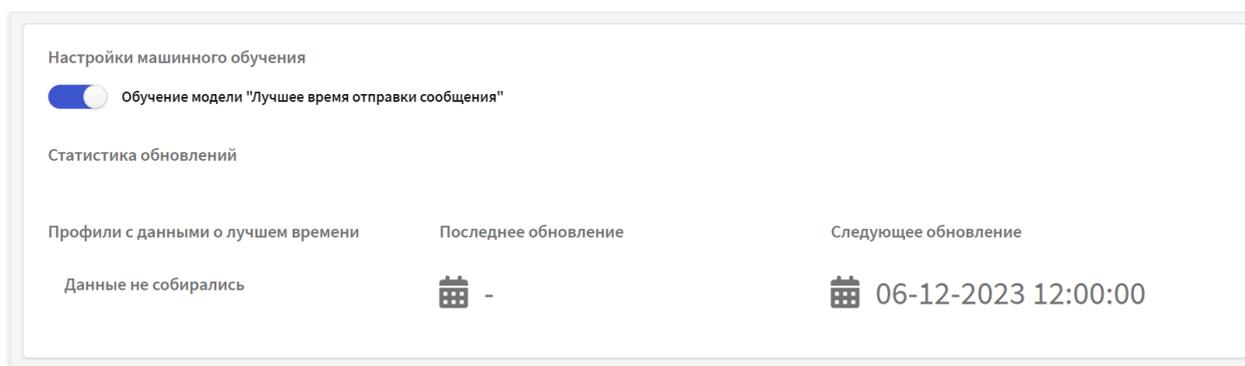
## ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

По умолчанию ML-модель использует данные об активности профилей за последние 6 месяцев, чтобы определить оптимальное время для отправки сообщений. Если у профиля отсутствует история отправок и открытий за последние 6 месяцев, алгоритмы не смогут рассчитать для него лучшее время отправки.

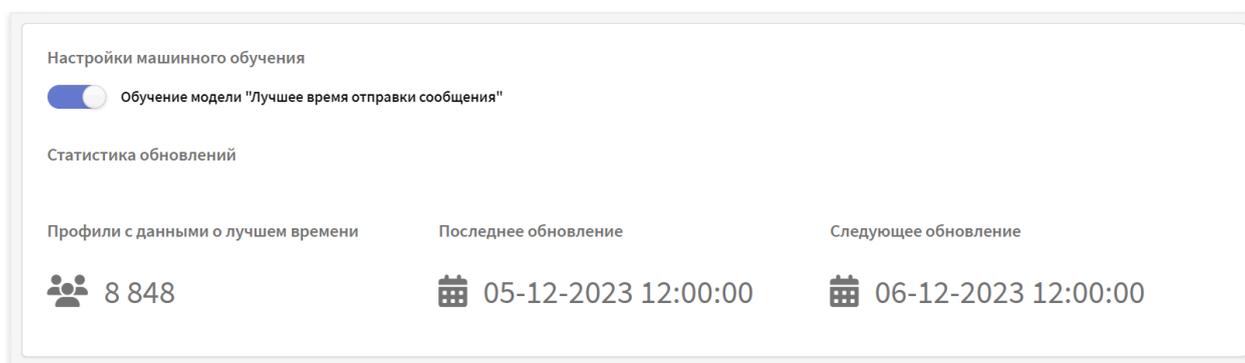
## Предварительные настройки

Для доступа к данному типу сегментации необходимо включить ML-сервис. Для этого администратор платформы должен добавить дополнительные поля в файл конфигурации.

Также необходимо включить машинное обучение в [базе](#), в которой будет происходить выборка профилей. Зайдите в редактор базы и в блоке **"Настройки машинного обучения"** включите обучение модели **"Лучшее время отправки сообщения"**:

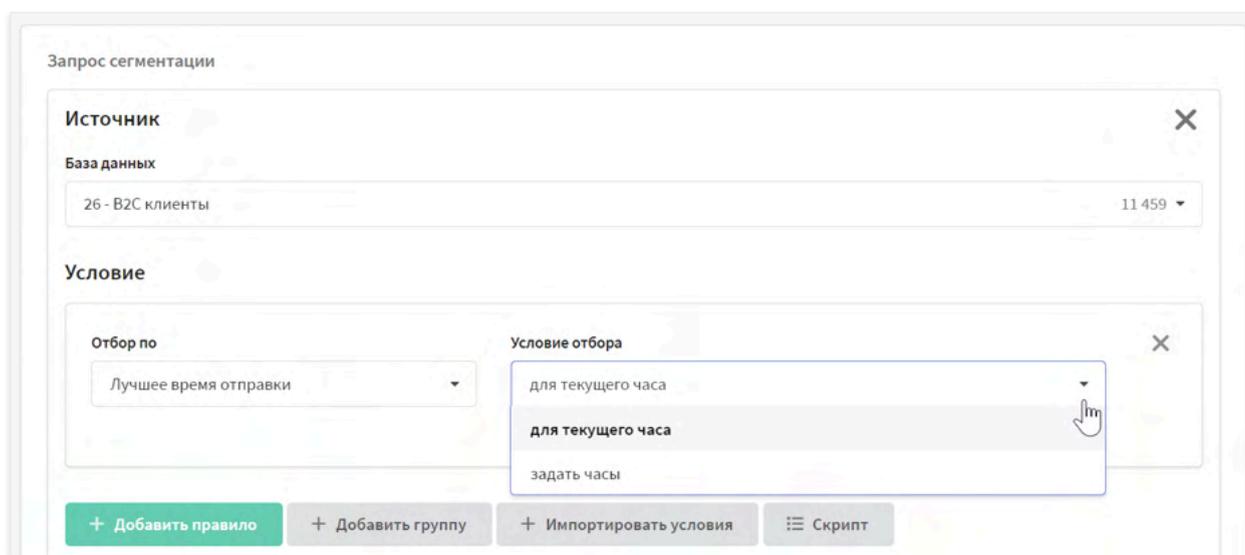


Данные в базе по лучшему времени отправки регулярно обновляются по заданному расписанию. Расписание задается в файле конфигурации; по умолчанию — в 00:00 (по часовому поясу аккаунта). Вы можете посмотреть время следующего обновления в настройках базы. Если машинное обучение было включено недавно, дождитесь первого пересчета данных.



## Настройки сегментации

Выберите **базу профилей**, в которой активировано машинное обучение. Укажите **отбор по** — "Лучшее время отправки". Далее выберите **условие отбора**:



## Для текущего часа

В сегмент войдут профили, для которых ML-сервис посчитает лучшим временем отправки сообщения текущий час. Т.е. если в момент расчета сегмента будет 11:30, то в сегмент войдут те, кому лучше отправить сообщения в 11 утра.

**Источник** ✕

База данных

26 - B2C клиенты 11 459 ▾

**Условие**

Отбор по Условие отбора ✕

Лучшее время отправки ▾ для текущего часа ▾

+ Добавить правило + Добавить группу + Импортировать условия ☰ Скрипт

## Задать часы

В отличие от предыдущего условия отбора, здесь можно выбрать несколько часов. Если у профиля лучший час отправки совпадает с одним из выбранных часов, то профиль попадает в сегмент.

На примере ниже выбраны профили с лучшим временем отправки в 9, 10 или 11 часов:

**Источник** ✕

База данных

26 - B2C клиенты 11 459 ▾

**Условие**

Отбор по Условие отбора ✕

Лучшее время отправки ▾ задать часы ▾

Часы

9 ✕ 10 ✕ 11 ✕ ▾

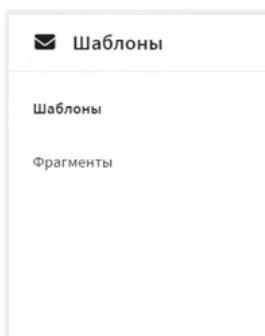
+ Добавить правило + Добавить группу + Импортировать условия ☰ Скрипт

# Шаблоны сообщений

## Описание

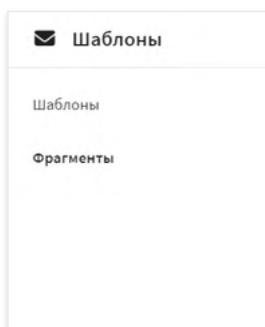
**Шаблон сообщения** — настройки контента, который Вы отправляете подписчикам в рамках одной или нескольких маркетинговых [кампаний](#). Один шаблон объединяет настройки сообщений для всех каналов связи. Кампании с разными наборами каналов могут использовать разные версии одного шаблона.

## С чего начать?



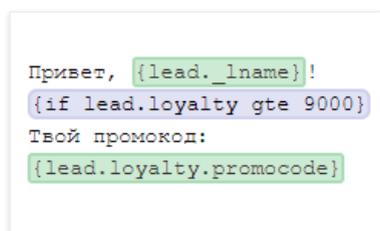
### Работа с шаблонами сообщений

Создание и редактирование **шаблонов** сообщений. Редакторы контента для **Email**, **Push** и **SMS** версий шаблона. Основные и дополнительные настройки. Персонализация и предпросмотр.



### Фрагменты шаблонов

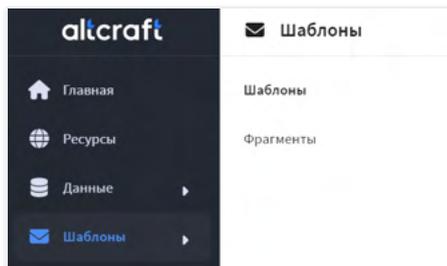
**Фрагменты** — части шаблонов сообщений, которые хранятся отдельно от шаблонов и могут служить для решения различных задач. Фрагмент может содержать простой текст или HTML код для email.



### 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



Шаблон сообщения — это форма создания контента для ваших маркетинговых кампаний. 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 в выделенной [группе доступа](#). Чтобы найти шаблон в общем списке, введите в поисковую строку название шаблона или его ID. Также вы можете отфильтровать шаблоны по тегам, каналу отправки или отобразить только черновики или уже готовые шаблоны.

При нажатии на миниатюру шаблона откроется просмотр сообщения. Здесь вы можете проверить, как сообщение будет выглядеть в различных каналах и на различных устройствах.

Для каждого шаблона собрана общая информация:

- **Наличие ссылки подтверждения** — шаблон с такой ссылкой необходим при использовании [Double opt-in подписки](#).
- **Наличие внешнего контента** — использование в шаблоне ссылки на [динамический JSON контент](#).
- **Добавление в стоп-список при отписке** — если подписчик перейдет по ссылке отписки в шаблоне сообщения, он попадет в выбранный стоп-список.
- **Стоп-список** — кампания, где используется шаблон, заблокирует отправку письма подписчику, чьи контакты есть в указанном стоп-списке.

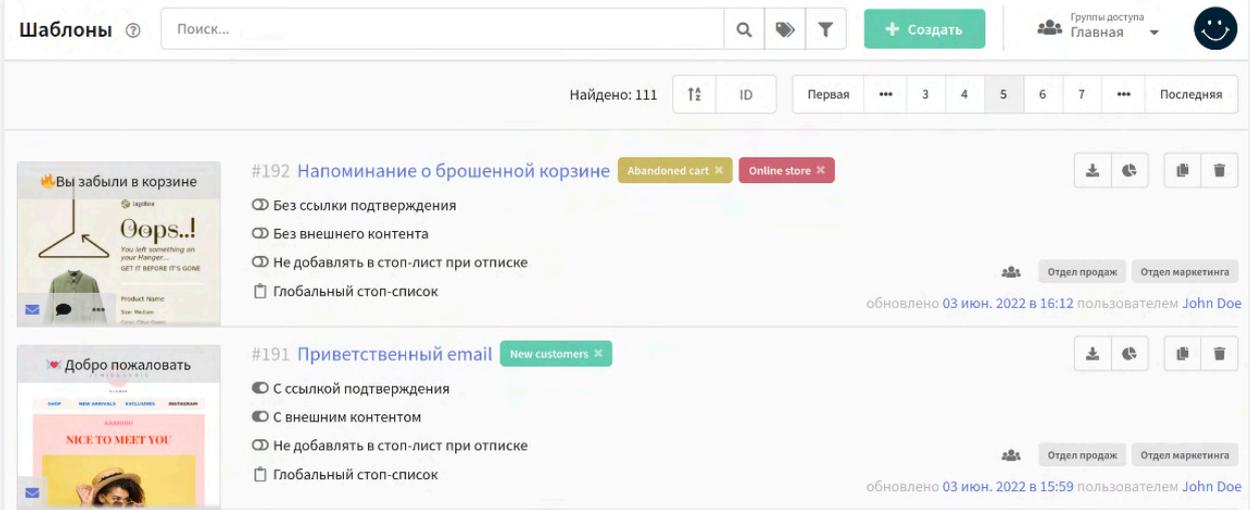
Справа доступно меню быстрых действий:

 — перейти в отчёт по шаблону.

 — клонировать шаблон.

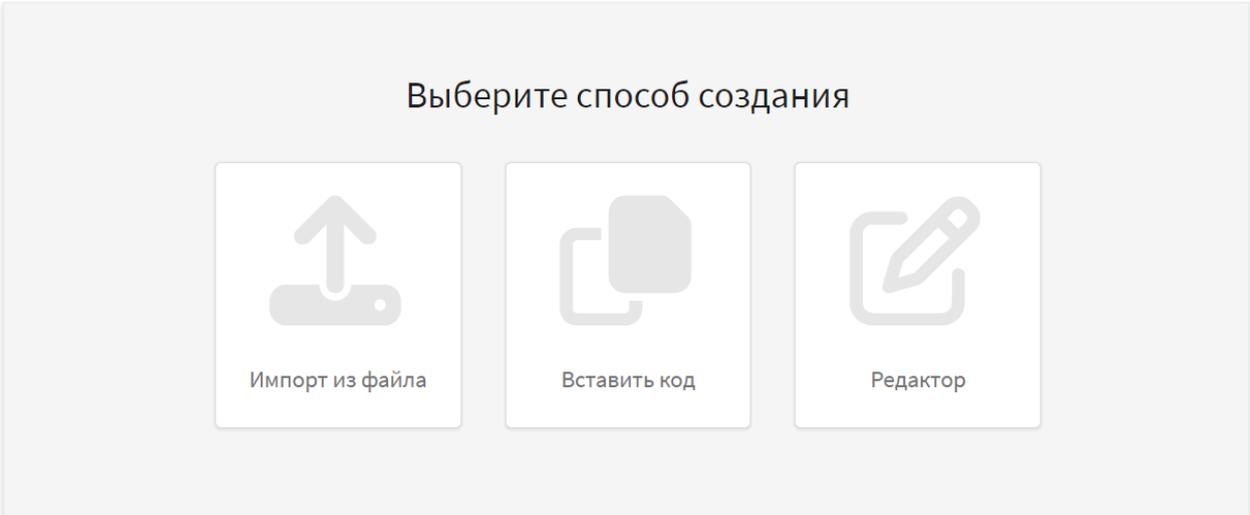
 — удалить шаблон.

Чтобы добавить новый шаблон, в верхней части страницы нажмите кнопку **+** **Создать**. Если необходимо отредактировать существующий шаблон, нажмите на его заголовок.



Далее выберите способ создания шаблона:

- **Импорт из файла** — загрузка готового шаблона в виде zip-архива или html-файла.
- **Вставить код** — добавление скопированного html-кода в текстовое окно.
- **Редактор** — создание шаблона в редакторе.



## 💡 ПОДСКАЗКА

Если вам необходимо [перенести шаблон из стороннего сервиса](#), воспользуйтесь импортом из файла или вставкой кода.

# Основные настройки

В **основных настройках** шаблона укажите его название и описание, добавьте **теги** и при необходимости установите **группы доступа**.

Если необходимо организовать модерацию контента, в шаблонах предусмотрена функция создания **Черновиков**. Для этого нужно создать пользователя с **ролью**, предусматривающей только создание сообщений, но не их модерацию. Этот пользователь сможет наполнять шаблоны содержимым, но такие шаблоны нельзя будет сразу использовать в рассылках. Второй пользователь, с правами на модерацию, должен открыть шаблон и деактивировать опцию **Черновик** в **Основных настройках**.

Этот шаблон сообщения — черновик. Перед отправкой кампании его необходимо активировать.

Основные настройки 🔴 Черновик

Имя шаблона: \*

Шаблон сообщения

Описание шаблона:

Черновики позволяют модерировать контент. Пользователь, роль которого предусматривает право только на создание и редактирование шаблона, создает черновик. Затем пользователь, у которого в роли задано право на модерацию шаблона, должен активировать черновик. Только после можно будет отправлять кампании с этим шаблоном.

Установить группу:

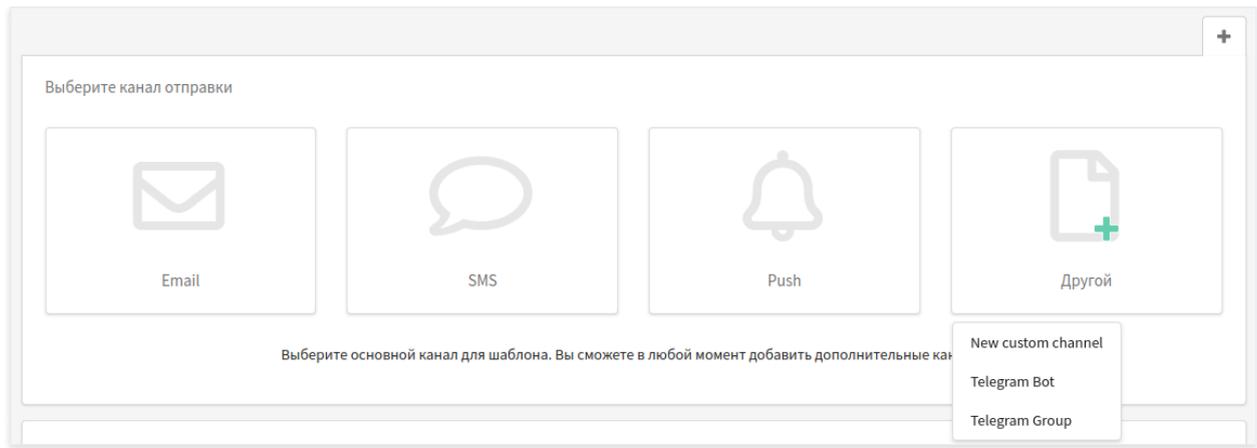
Теги:

Дизайнеры ✕ Отдел продаж ✕

B2C ✕ New customers ✕

# Редакторы контента

Шаблон сообщения объединяет контент для отправки по всем доступным каналам связи. Встроенный в платформу редактор помогает создавать красивые и удобные сообщения, упрощает персонализацию контента. Чтобы добавить в шаблон **контент** для определённого **канала**, нажмите на иконку канала или на кнопку **+** в правом верхнем углу:



**Редактор контента для выбранного канала откроется в новой вкладке.**

## Email

В **основных настройках** контента для **email канала** заполните следующие поля:

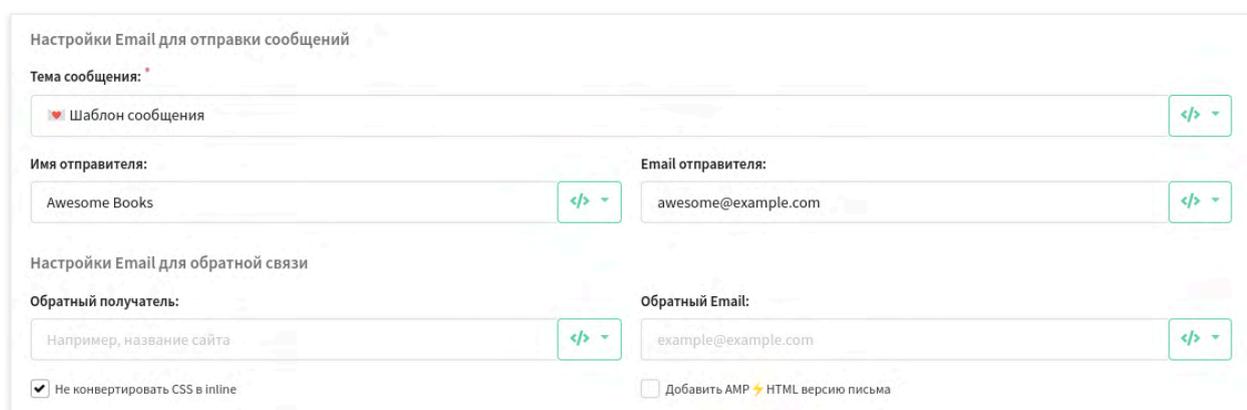
- **Тема сообщения** — тема, которая будет отображаться в письмах клиентам. Вы можете персонализировать тему, воспользовавшись меню переменных (`</>`) или вручную, используя системные переменные. Также в тему можно добавить эмодзи.
- **Имя отправителя** — имя, от которого письмо отправляется клиенту. Можно добавлять персонализацию и эмодзи.
- **Email отправителя** — адрес, от которого письмо отправляется клиенту.
- **Обратный получатель** — имя для ответа на сообщение. Доступна персонализация: например, вы можете указать здесь имя личного менеджера клиента.
- **Обратный email** — электронный адрес для ответа на сообщение.

## 💡 ПОДСКАЗКА

По умолчанию ALTCRAFT не конвертирует стили, включённые в HTML версию сообщения, в строчные теги (**Не конвертировать CSS в inline**). Однако, если эту опцию убрать, стили будут добавляться атрибутами в элементы сообщения:

```
<h1 style="font-size:36px;">Привет!</h1>
<h2 style="font-size:28px;">Хороший день, не правда ли?</h2>
```

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: Awesome Books

Email отправителя: awesome@example.com

Настройки Email для обратной связи

Обратный получатель: Например, название сайта

Обратный Email: example@example.com

Не конвертировать CSS в inline

Добавить AMP HTML версию письма

## ⚠️ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Поля **Имя отправителя** и **Email отправителя** переопределяют значения, настроенные для Email канала в [Ресурсы](#) 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:

**B** — 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]}`.

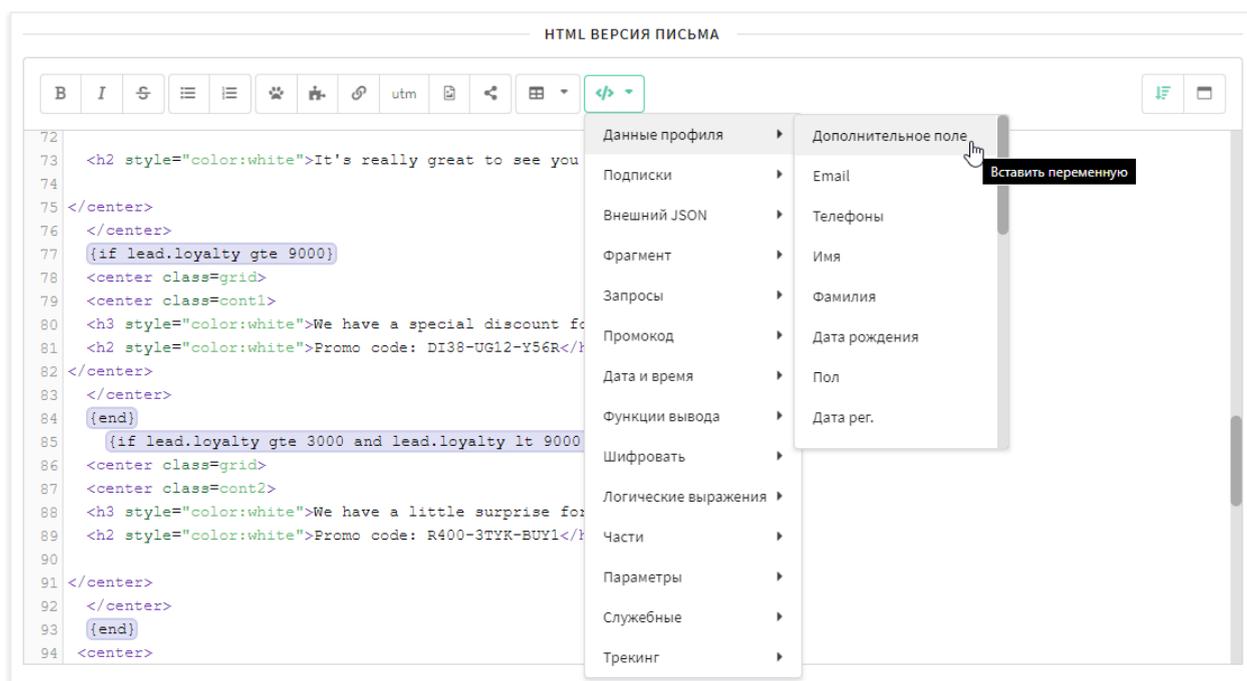
 — добавление или редактирование ссылок.

`utm` — 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.



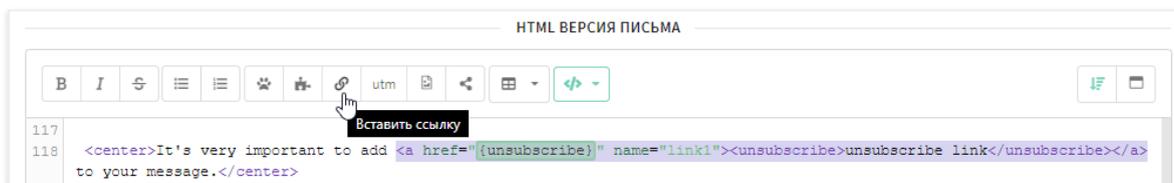
### 💡 ПОДСКАЗКА

С помощью ряда кнопок в правой части окна вы можете включить режим **переноса строк** или **полноэкранный режим**.

## Редактор ссылок

### ▶ 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 откройте форму:



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 менеджер подписок** — ссылка на системную страницу управления подписками. Клиент сможет приостановить свои подписки, возобновить или отписаться от рассылок.
- **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. Если у клиента возникнут проблемы с отображением письма — оно будет доступно по ссылке из любого браузера.

## 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 сценариев**.

Дополнительно вы можете **отключить** перенаправление на **трекинг** при переходе по ссылке, а также сделать любую ссылку [Ссылкой подтверждения подписки](#).

Основные UTM Deep link

Ссылка  
https://emailtemplate.ga/

Текст ссылки  
External link

Имя ссылки Это имя можно использовать для сегментации, запуска триггеров и отчетов.  
link1\_3

Не оборачивать эту ссылку трекингом

Это ссылка подтверждения

## UTM

Для каждой **отдельной** ссылки в сообщении вы можете переопределить **UTM метки**. Для этого необходимо перейти на вкладку **UTM** и активировать поле **Задать UTM метки**.

В качестве меток могут использоваться [переменные](#), такие как название [кампании](#) или [базы данных](#).

Основные UTM Deep link

Задать UTM метки

utm\_source  
По умолчанию (email, email-text, sms, push для соотв. версий)

utm\_medium  
SUBID Кампании

utm\_campaign  
ID Кампании

utm\_term  
Имя шаблона

utm\_content  
ID Шаблона

## Deeplink

Если вы хотите использовать в email-письме ссылку для перехода в мобильное приложение, активируйте опцию **Это deep link** на

соответствующей вкладке.

Чтобы указать различные ссылки для Android и iOS платформ, добавьте **legacy deep links**. Обратите внимание, что такие ссылки могут быть добавлены только с использованием **трекинга**.

Основные UTM Deep link

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.

### ПОДСКАЗКА

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

--

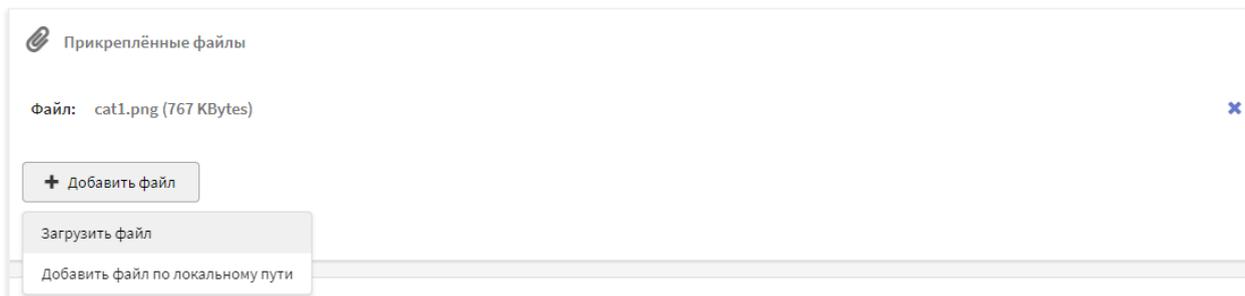
Unsubscribe: {unsubscribe}

С помощью кнопки вы можете сгенерировать текстовую версию на основе HTML. Текстовая версия также поддерживает списки, UTM метки, ссылки и **переменные**.

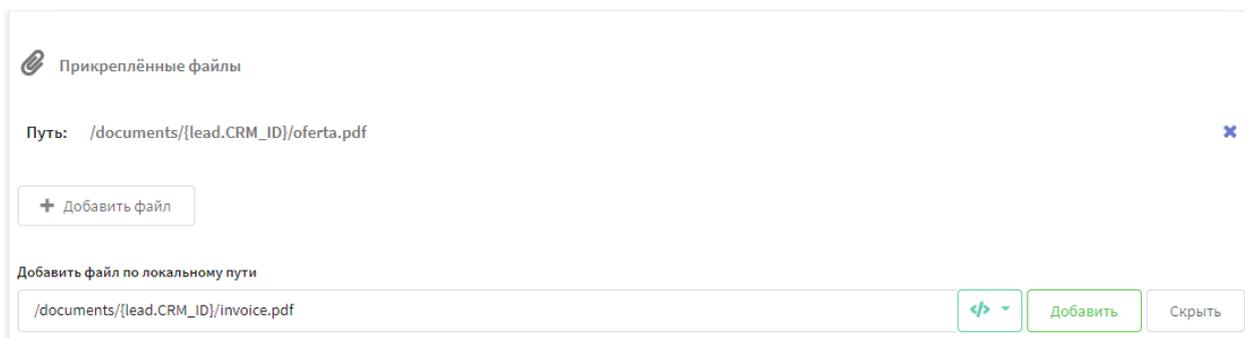
## Вложения в Email

Чтобы **прикрепить** к сообщению файл, воспользуйтесь формой в нижней части редактора. Есть два варианта:

- Загрузите файл в платформу с компьютера:



- Или выберите директорию хранения **файла на сервере**, на котором установлена платформа. В пути директории вы можете использовать переменные профиля клиента. Введите расположение файла и нажмите **Добавить**:



Удалить загруженные файлы и сохранённые пути файлов вы можете, нажав на крестик в правой части формы.

## 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**:

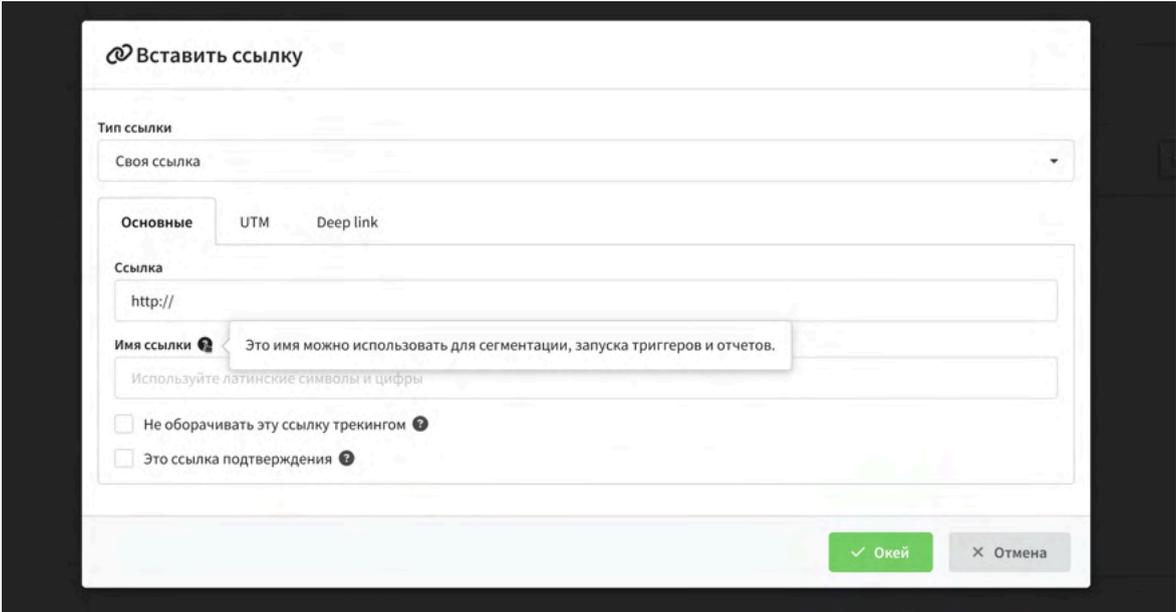
 — меню переменных и функций редактора. С помощью этой кнопки вы можете добавить в сообщение данные профилей клиентов, **промокоды**, **циклы** и **логические выражения**, а также динамический контент и системные ссылки.

`utm` — настройка UTM меток.

 — редактор ссылок.

## ► Редактор ссылок в SMS

Редактор ссылок доступен по нажатию на кнопку **Вставить ссылку**. Если вы хотите редактировать ссылку, которую уже добавили в шаблон — выделите её в редакторе и после этого откройте форму:



Для SMS-сообщений существует только один тип сообщений, **Своя ссылка**. Он позволяет добавить ссылку на любую веб-страницу.

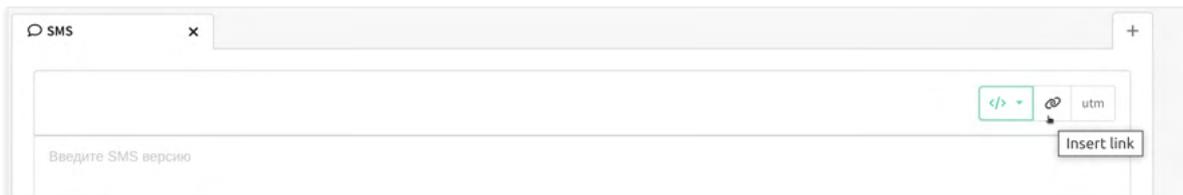
### Основные

В **основных настройках** введите URL для перехода. Также введите **Имя ссылки** — оно используется в [отчётах](#), [сегментации](#) и при [запуске триггеров и сценариев](#).

#### **⚠ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ**

Для дальнейшего использования ссылки в сценариях и триггерах, в шаблоне необходимо указать **Имя ссылки**, а не саму URL-ссылку. Имя ссылки может состоять только из цифр и латинских букв.

Дополнительно вы можете **отключить** перенаправление на **трекинг** при переходе по ссылке, а также сделать любую ссылку [Ссылкой подтверждения подписки](#).



В SMS сообщениях угловые скобки используются для обозначения параметров (например, для параметра имени будет использоваться `<name="">`). Всё, что вы укажете в угловых скобках, не попадёт в итоговое сообщение. Примеры использования:

- `<no-track>` — отключает перенаправление на трекинг при переходе по ссылке.
- `<confirm-link>` — делает ссылку подтверждения.
- `<name="example_name">` — задает имя ссылки.

## UTM

Для каждой **отдельной** ссылки в сообщении вы можете переопределить **UTM метки**. Для этого необходимо перейти на вкладку **UTM** и активировать поле **Задать UTM метки**.

В качестве меток могут использоваться [переменные](#), такие как название [кампании](#) или [базы данных](#).

## Deeplink

Если вы хотите использовать в SMS ссылку для перехода в мобильное приложение, активируйте опцию **Это deep link** на соответствующей

вкладке.

Чтобы указать различные ссылки для Android и iOS платформ, добавьте **legacy deep links**. Обратите внимание, что такие ссылки могут быть добавлены только с использованием **трекинга**.

Основные UTM **Deep link**

Это deep link

Добавить legacy deep links на приложение (только с трекингом)

Android

iOS

Дополнительно можно ограничить количество отправляемых SMS и включить автоподстановку "http://" в ссылки:

SMS x +

Лимит на количество SMS:

Добавлять "http(s)://" в трекинговые ссылки

## 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 Android.

Заголовок: Чёрная пятница, {lead.\_fname}

Иконка: Ссылка для перехода по клику (Только SSL):

iOS app deep-link: Android app deep-link:

Не оборачивать ссылки для отслеживания

В этом случае deep-link ссылки не будут использованы при отправке push сообщений.

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.

— 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.

`utm` — настройка UTM меток.

PUSH СООБЩЕНИЕ

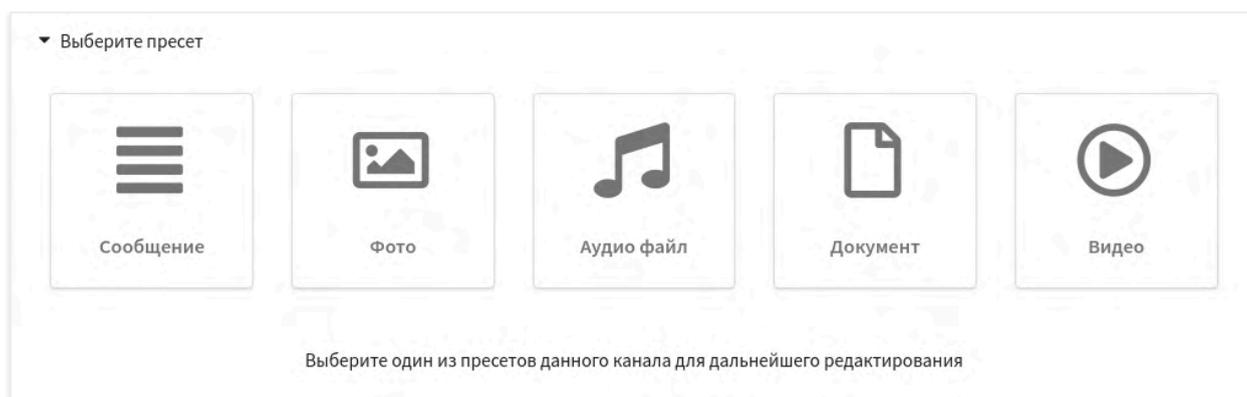
Использовано символов: 46+

utm

Привет, {lead.\_fname}!  
Твой промокод на следующую покупку {loyalty.products.promocode}!

## Telegram

Выберите тип контента, который хотите отправить подписчикам:



## Сообщение

Выберите стиль форматирования. Для тонкой настройки контента рекомендуем использовать **HTML**. Введите текст сообщения.

### 💡 ПОДСКАЗКА

Максимальная длина текстового сообщения в Telegram — 4096 символов. Обратите внимание, данные, которые подтягиваются из динамических переменных, могут превышать этот лимит. Для обеспечения надёжной доставки мы рекомендуем следить за длиной сообщения.



Для облегчения форматирования и работы с объектами доступны следующие функции:

**B** — **жирный текст**.

*I* — *курсив*.

~~☒~~ — ~~зачёркнутый текст~~.

</> — <блок кода>.

¶ — предварительно форматированный текст.

u — подчеркнутый текст.

 — редактор ссылок ([см. вкладку email](#)).

utm — добавление UTM меток.

 — 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.

 — перенос строк в редакторе.

 — полноэкранный режим работы в редакторе.

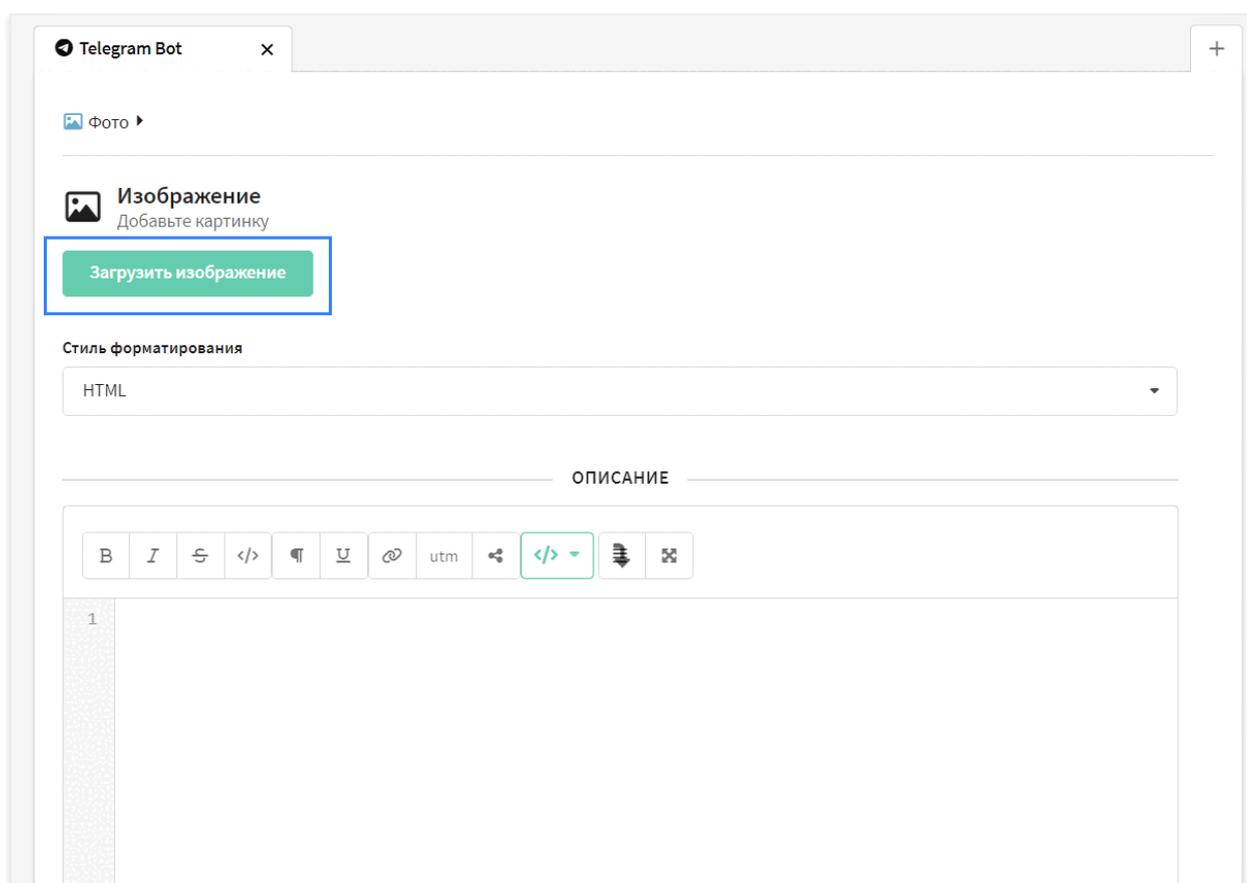
Чтобы добавить кнопку в сообщение, введите имя и ссылку, по которой перейдет пользователь, кликнув на кнопку. Возможно добавить не более 2-х кнопок.

|                                     |   |
|-------------------------------------|---|
| Кнопки                              |   |
| Имя первой кнопки                   | Ссылка  |
| <input type="text" value="Узнать"/> | <input type="text" value="https://example1.com"/> |
| Имя второй кнопки                   | Ссылка  |
| <input type="text" value="Нет"/>    | <input type="text" value="https://example2.com"/> |

## Фото

Для создания интересного контента можно добавить изображение — нажмите на кнопку **"Загрузить изображения"** и выберите изображение в галерее. Требования для изображения в Telegram:

- Форматы: PNG, JPG, JPEG, GIF.
- Максимальный размер: 10 МБ.
- Сумма ширины и высоты фотографии не должна превышать 10000.
- Соотношение ширины и высоты должно быть не более 20.



К изображению также можно добавить описание (до 1024 символов).

## Аудио, видео, документ

Добавить файлы можно двумя способами:

- **Загрузить файл** с вашего устройства.
- **Добавить файл по локальному пути.** Выберите директорию хранения файла на сервере, на котором установлена платформа. В пути директории вы можете использовать переменные профиля клиента. Введите расположение файла и нажмите "Добавить".

Требования к аудио файлу:

- Форматы: MP3 и M4A.
- Максимальный размер: 5 МБ.

Требования к документу:

- Форматы: произвольный формат документа.
- Максимальный размер: 5 МБ.

Требования к видео:

- Форматы: MP4.
- Максимальный размер: 5 МБ.

К файлам любого типа также можно добавить описание (до 1024 символов).

### ПОДСКАЗКА

Ссылки в шаблонах для Telegram Bot и Telegram Group сокращаются.

## WhatsApp

Для коммуникации с пользователями в WhatsApp используют два типа шаблонов:

- **Типовой шаблон** — это HSM-шаблон, который предварительно необходимо согласовать с Facebook. Используйте такой шаблон, если вы впервые инициируете диалог с пользователем или если с момента последней коммуникации прошло более 24 часов.
- **Произвольный шаблон** — сообщение в свободном формате, которое можно отправлять только в течение 24 часов после того, как пользователь сам написал вам в WhatsApp.

### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

В данный момент через Altcraft Platform можно отправлять только **ТИПОВЫЕ шаблоны (HSM)**.

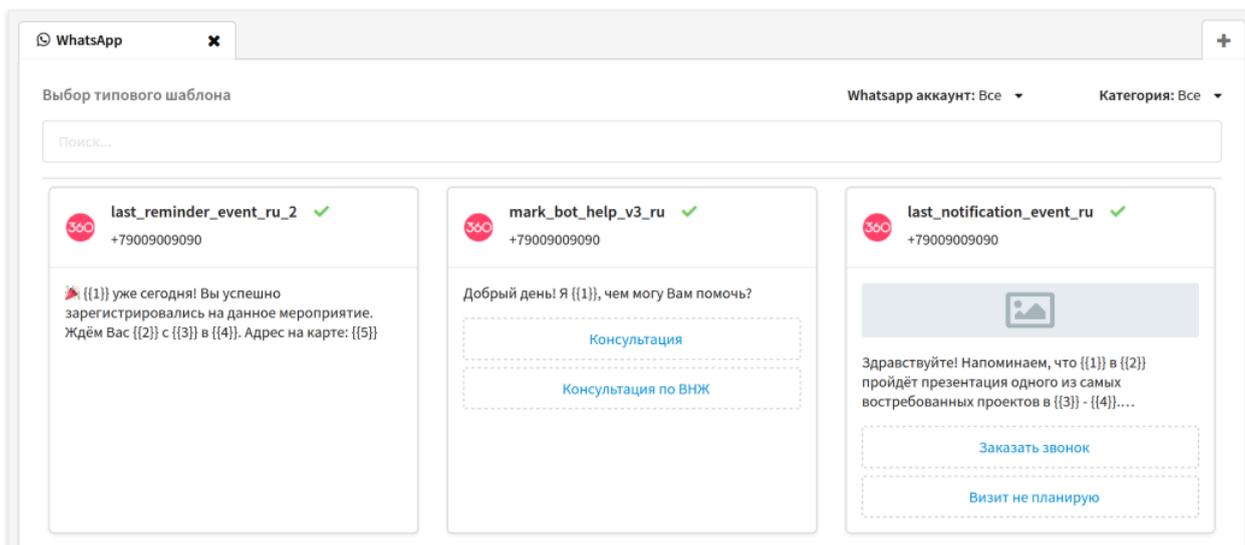
Шаблоны сообщений для отправки в WhatsApp создаются в личном кабинете провайдера.

### ПОДСКАЗКА

Больше информации о создании шаблонов вы можете найти в документации вашего провайдера:

- **Edna:** <https://docs.edna.ru/kb/shablony-whatsapp/>
- **360dialog:** <https://docs.360dialog.com/docs/360-client-hub/template-management-ui>

Все шаблоны, доступные в WhatsApp-аккаунтах, подключенных [через Edna](#) или [через 360dialog](#), автоматически доступны в Altcraft Platform и отображаются в редакторе. Для поиска нужного шаблона в платформе вы можете ввести запрос в поисковую строку или использовать фильтр по аккаунту/категории в правом верхнем углу.



### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

В кампаниях можно использовать только шаблоны, [согласованные с Facebook](#).

Статус шаблона отображается справа от его названия:

 — шаблон успешно прошел модерацию;

 — шаблон отклонён;

 — шаблон находится на модерации;

 — шаблон не отправлен на модерацию.

Выберите шаблон, который хотите использовать в кампании. Чтобы перейти к созданию сообщения на основе WhatsApp-шаблона, нажмите на него. В редакторе отобразится структура шаблона:

- Header — шапка шаблона с приветственным текстом или медиафайлом;
- Body — основной текст сообщения с переменными (обязательный блок);
- Footer — дополнительный текст;
- Button — блок с кнопками для добавления интерактивности.

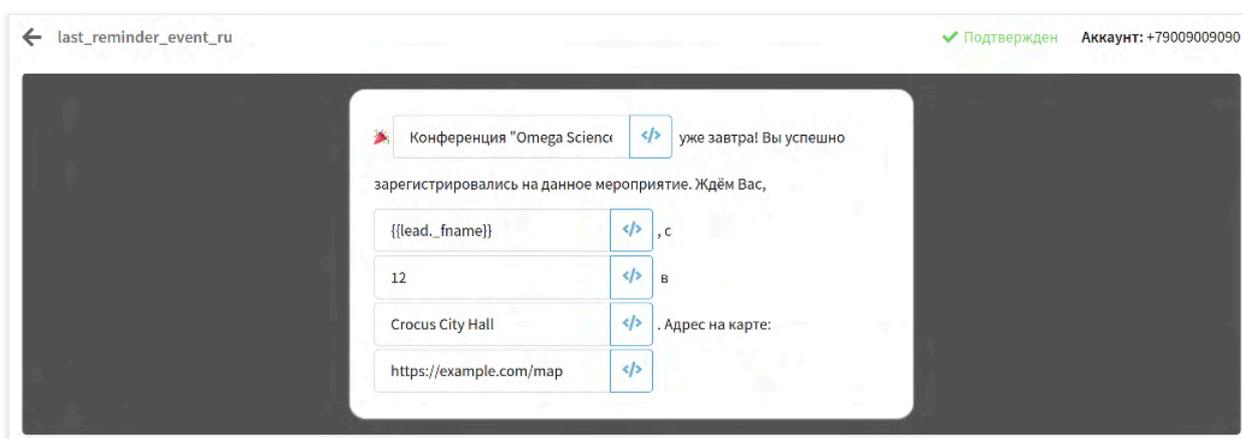
Вы можете изменить такие элементы шаблона, как **переменные**, **медиафайлы** и **кнопки**.

## Переменные

Текстовый блок в WhatsApp состоит из фиксированного текста и переменных.

**Переменные** – это текст шаблона, который меняется для каждого нового сообщения (имя, адрес, название мероприятия, дата и время, ссылка и т.д.).

Вы можете вручную прописать значения переменных или добавить [переменные Altcraft](#). Чтобы открыть список переменных, нажмите . При отправке сообщения введённый текст автоматически подставится в шаблон.



## 💡 ПОДСКАЗКА

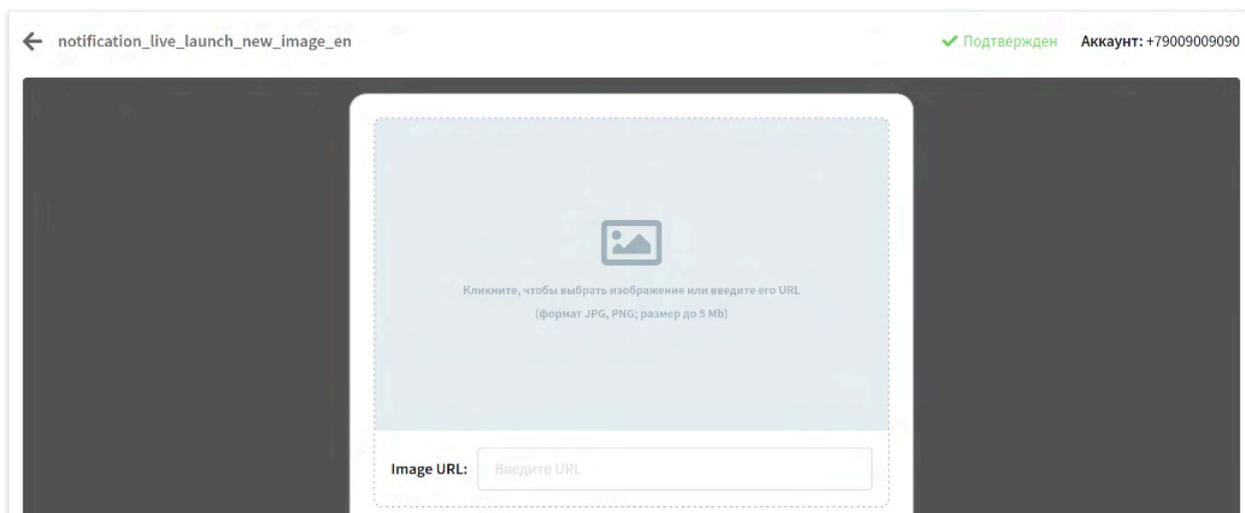
Ссылки, добавленные в WhatsApp-переменные, сокращаются.

## Медиафайлы

Доступные медиафайлы:

- изображение (JPG/PNG, до 5 МБ, рекомендуемый размер изображения 640x640.)
- файл (любой корректный MIME тип, до 16 МБ)
- видео (MP4, 3GP, 3GPP, до 100 МБ)

Чтобы вставить изображение, нажмите на область загрузки и выберите изображение в галерее платформы или введите URL:



Для добавления файла или видео необходимо ввести URL-адрес, по которому располагается файл.

## Кнопки

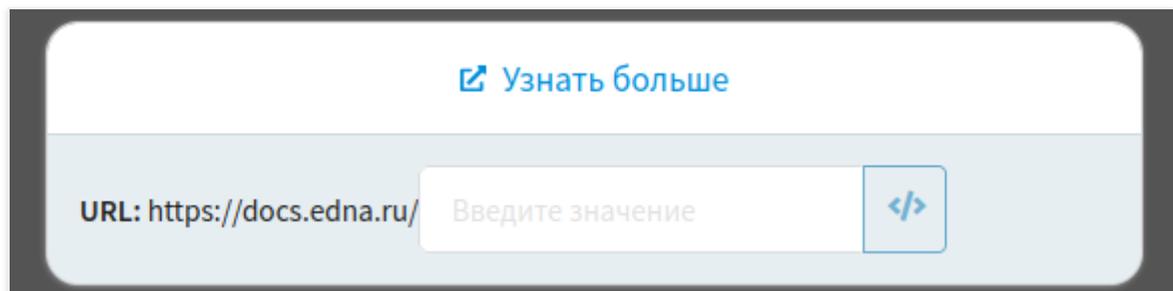
WhatsApp предлагает два типа **кнопок** для HSM-шаблонов:

- **Call-to-action** — кнопка призыва к действию;
- **Quick-reply** — кнопка быстрого ответа.

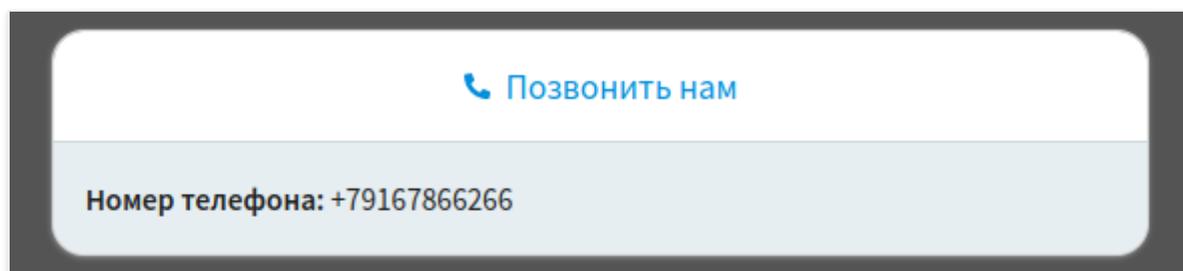
## Кнопки Call-to-action

В качестве СТА выступают кнопка-ссылка (URL) и кнопка-звонок (Phone). Всего в шаблоне может быть 2 кнопки данного типа.

При клике на **кнопку-ссылку** пользователь переходит на заданную страницу. Если в WhatsApp-шаблоне задан параметризируемый URL, необходимо его заполнить.



При клике на **кнопку-звонок** происходит набор номера. Номер телефона нельзя редактировать.



### Кнопки Quick-reply

При клике на кнопку пользователь получает быстрый ответ, прописанный в шаблоне. Шаблон может содержать не более 3 кнопок данного типа.

## Получить приглашение

Быстрый ответ:

отправлено на {{lead.email}}



## Подробнее о событии

Быстрый ответ:

Проект занял последний дос



### ПОДСКАЗКА

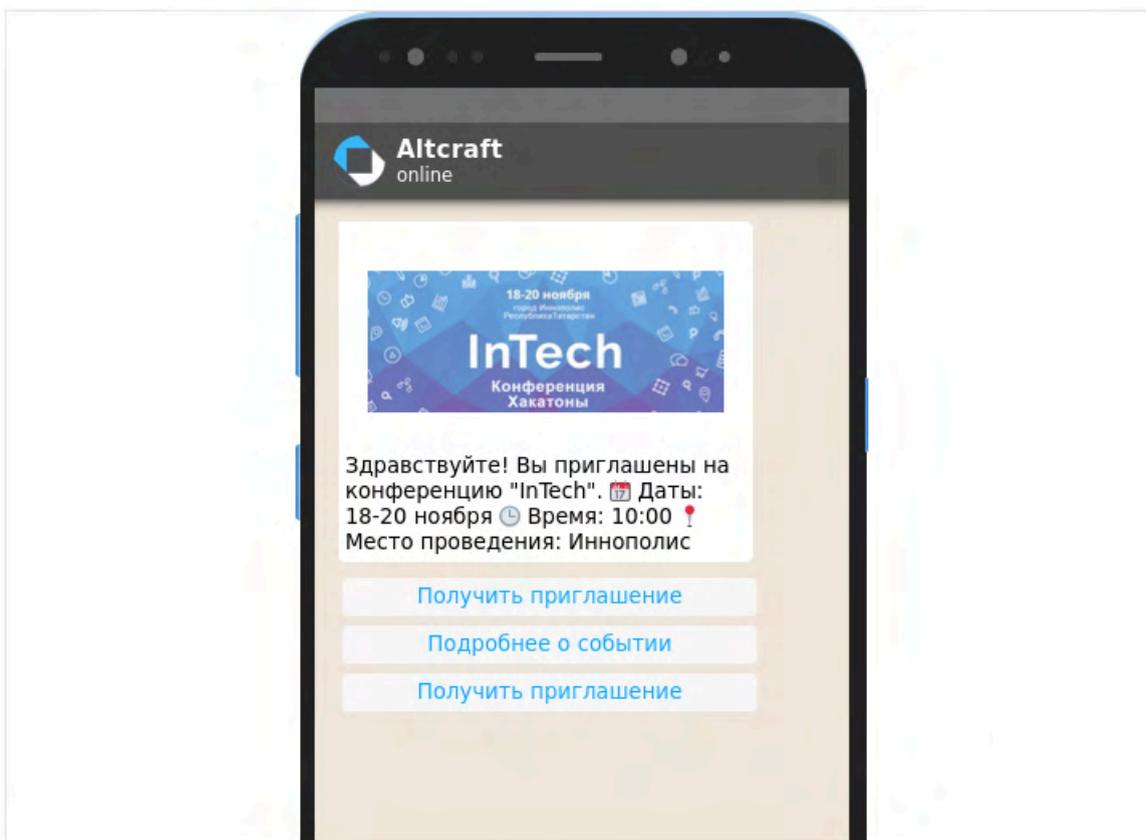
Сохранение шаблона возможно только после заполнения всех переменных, кнопок, а также добавления медиафайла.

Если вы хотите проверить, как будет выглядеть сообщение, перейдите в режим предпросмотра шаблона, кликнув на кнопку :

## Предпросмотр для сообщения Напоминание о конференции

Каналы:

WhatsApp



▶ Настроить API контент

Не использовать ресурсы

Тестовый профиль

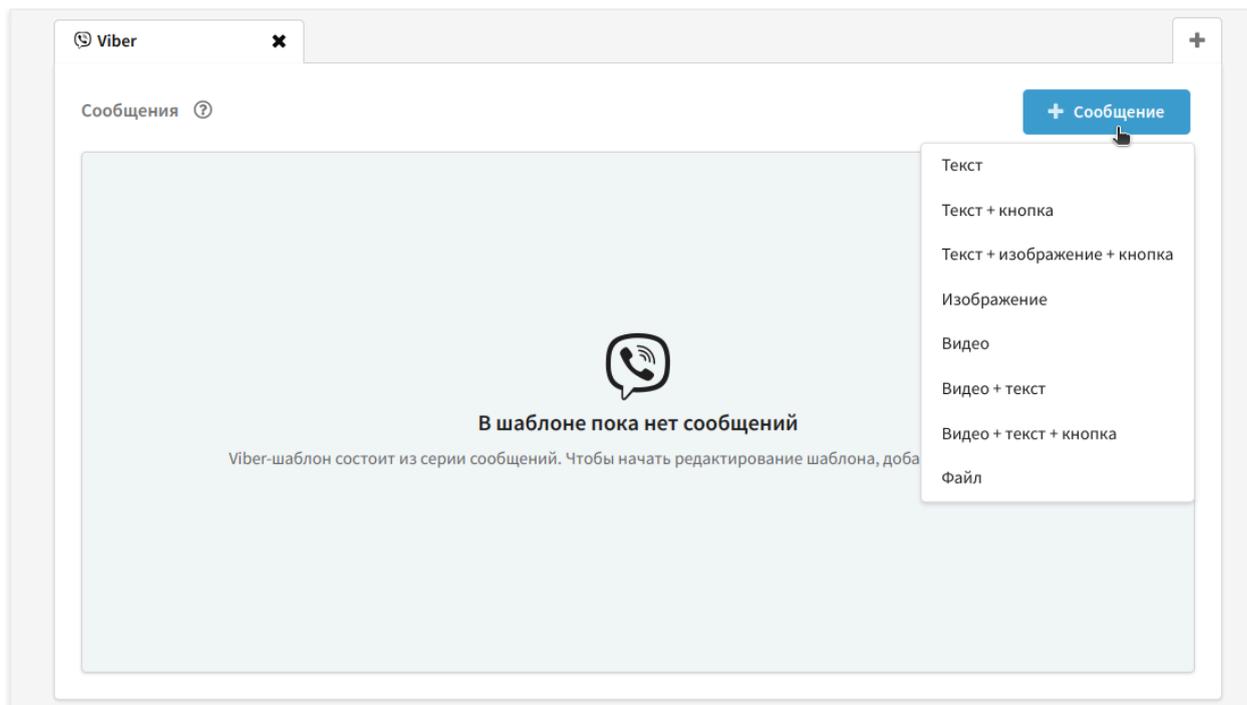


Сохранить изображение

Закреть

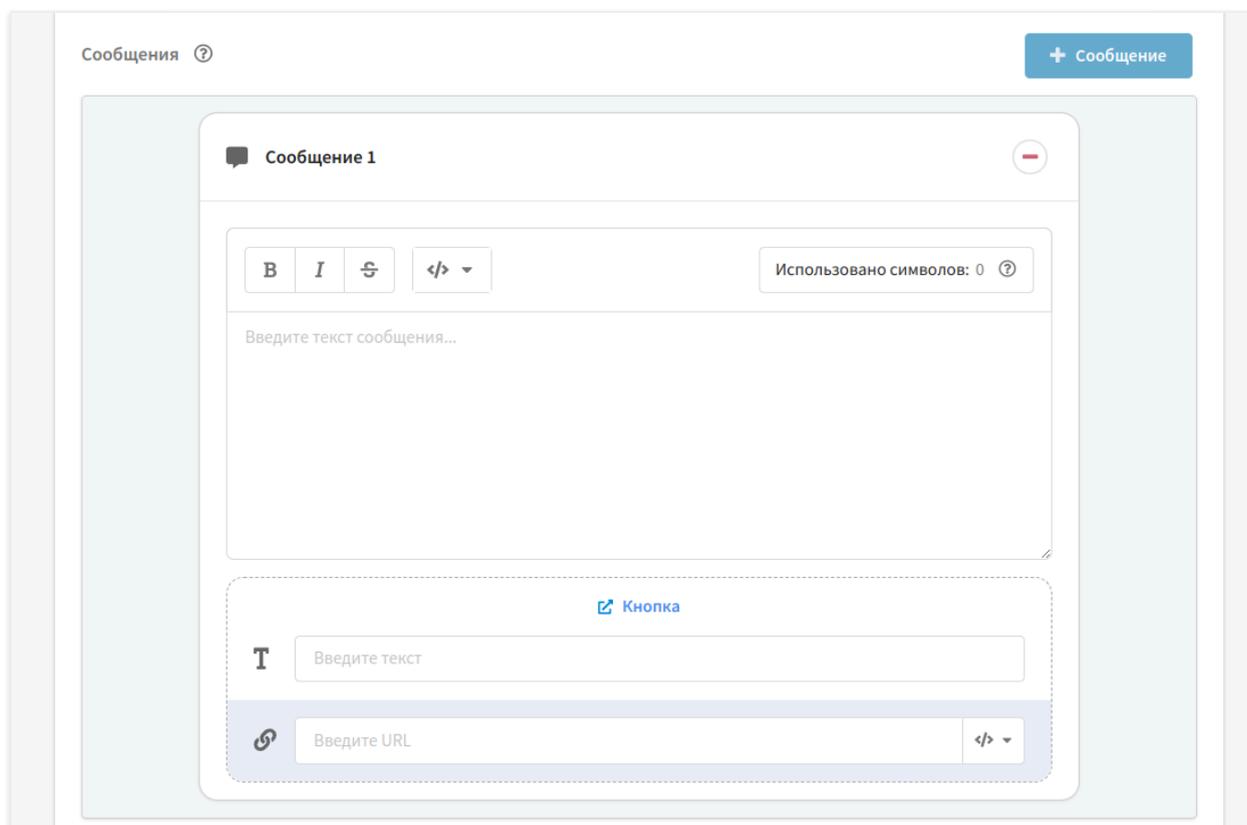
## Viber

Viber-шаблон состоит из серии сообщений. Чтобы начать редактирование шаблона, добавьте сообщение с помощью кнопки **+Сообщение:**



Максимальное количество сообщений в серии — 5. Если в шаблоне используется несколько сообщений, каждое из них будет отправляться с интервалом в 2 секунды.

Чтобы убрать лишнее сообщение, нажмите  .



## Доступны следующие типы сообщений:

- Текст
- Текст + кнопка
- Текст + изображение + кнопка
- Изображение
- Видео (*недоступно для MTS Omnichannel*)
- Видео + текст (*недоступно для MTS Omnichannel*)
- Видео + текст + кнопка (*недоступно в SMS Traffic и MTS Omnichannel*)
- Файл (*недоступно в SMS Traffic и MTS Omnichannel*)

## Текст

Введите текст вашего сообщения в редакторе, используя формат Markdown. Для удобства форматирования на верхней панели доступны следующие функции:

**B** — жирный текст

*I* — курсив

~~S~~ — зачёркнутый текст

`</>` — список [переменных и функций редактора](#) для персонализации сообщения.

### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Обратите внимание, в режиме предпросмотра отображается Markdown разметка (например, `"текст"`), однако получатель сообщения увидит корректное форматирование (**"текст"**).

Также в блок "Текст" нельзя добавлять ссылки в формате Markdown.

**B***I*☒</> ▾

Использовано символов: 200+ ?

{lead.\_fname}, рады приветствовать вас в нашем приложении!

На вашем счете уже {lead.bonus\_points} бонусов на онлайн покупки. Не забудьте использовать их {lead.bonus\_points\_expire}.

Оформите заказ с доставкой или выберите самовывоз из ближайшего магазина.

#### ПОДСКАЗКА

В Viber-сообщения можно добавлять эмодзи. Для вставки эмодзи необходимо использовать его код. Например, чтобы добавить , введите `(smiley)`. Коды для всех доступных эмодзи вы найдёте по [этой ссылке](#).

Обратите внимание, при подсчете количества символов в сообщении учитывается каждый символ в коде эмодзи.

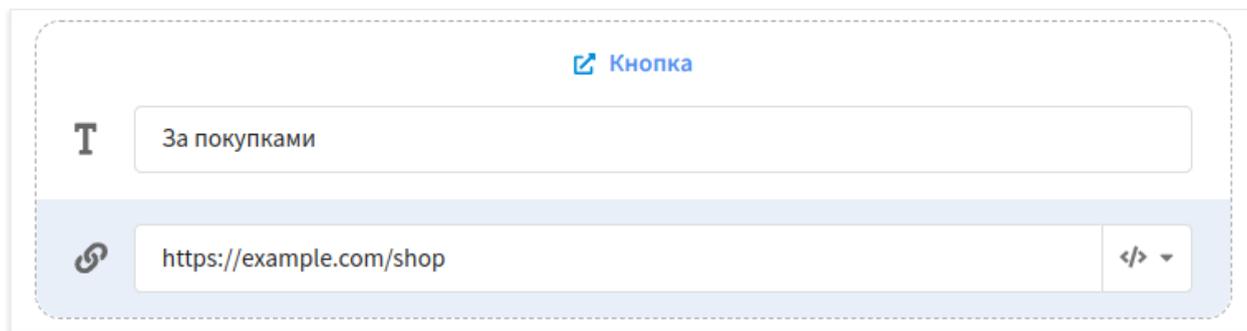
В режиме предпросмотра эмодзи не отображаются.

#### К СВЕДЕНИЮ

Справа находится счётчик символов. Максимальная длина одного сообщения — 1000 символов. Обратите внимание, что данные, которые подтягиваются из динамических переменных, могут превышать этот лимит. Для обеспечения надёжной доставки мы рекомендуем следить за длиной сообщения.

## Кнопка

Укажите текст кнопки, который отобразится на кнопке, и ссылку для перехода по клику. В URL-адрес можно добавлять переменные.

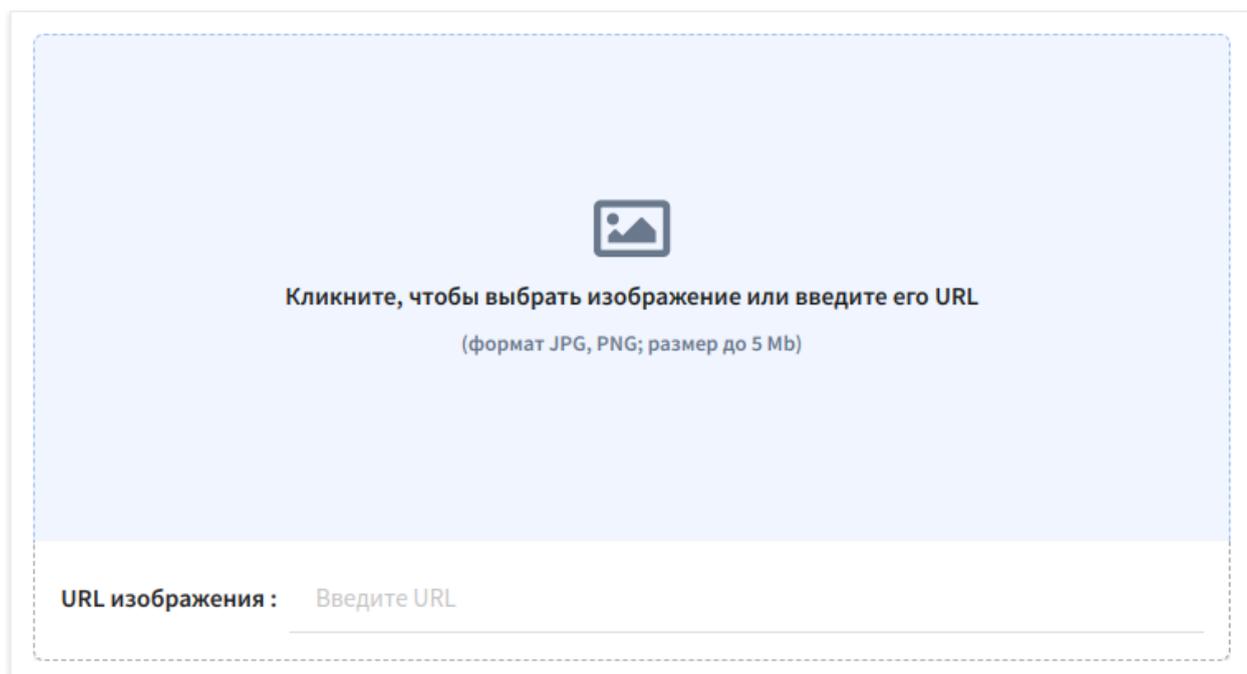


## Изображение

Поддерживаемые форматы — jpg, png. Максимальный размер — 5 МБ.

Добавить изображения можно двумя способами:

- **Из галереи платформы.** Чтобы открыть [галерею](#), кликните на область загрузки. Выберите нужное изображение или загрузите новое с вашего устройства.
- **Из внешнего источника.** Укажите ссылку на изображение.



## Видео

Поддерживаемые форматы — mp4, 3gpp. Кодек — H.264. Максимальный размер — 5 МБ.

Для добавления видео укажите его URL-адрес. Также необходимо установить обложку для видео. Вы можете выбрать изображение из галереи платформы или

вставить ссылку на изображение.



**Кликните, чтобы выбрать обложку видеоролика или введите ее URL**  
(формат JPG, PNG; размер до 5 Mb)

**URL обложки :**

**URL видеоролика :** 

## Файл

Поддерживаемые форматы — doc, docs, rtf, odt, odf, txt, pdf, eps, xls, xlsx, ods, csv.  
Максимальный размер файла — 200 МБ. Ограничение на количество символов в названии файла — 25 (с учетом расширения).

Для отправки файла укажите ссылку на него.

 **Сообщение 2**





# 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:

The screenshot shows a configuration interface for dynamic content. At the top, there's a section titled 'Настройки динамического контента' (Dynamic content settings). Below it, a field labeled 'Ссылка на динамический JSON контент:' (Link to dynamic JSON content) contains the URL 'https://ru.altkraft.com/public/assets/example/RU\_content.json'. Below this is a section titled 'Поля внешнего JSON' (External JSON fields) which lists several predefined JSON fields: 'Объект' (Object) with options like {json.array}, {json.more\_useful\_example}, and {json.object}; 'Строка' (String) with options like {json.four}, {json.one}, {json.text}, and {json.two}; and 'Число' (Number) with option {json.three}.

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.

## 💡 ПОДСКАЗКА

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 дополнительных 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**:

The screenshot shows the 'Дополнительные настройки' (Additional settings) section. It includes three dropdown menus: 'Перенаправить при нажатии на ссылку отписки:' (Redirect on click of unsubscribe link) with the value 'Custom unsubscribe link - http://unsub-example.org'; 'Перенаправить при нажатии на ссылку подтверждения:' (Redirect on click of confirmation link) with the value 'Custom confirmation link - http://confirm-example.org'; and 'Стоп-список:' (Stop list) with the value '2 - Пользовательский стоп-список'. At the bottom, there is a checked checkbox labeled 'Добавить отписавшихся в прикреплённый стоп-список' (Add unsubscribed users to the attached stop list).

# 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".

## ПОДСКАЗКА

Вкладка **Контент** появляется в редакторе, когда вы используете в шаблоне переменные с [данными профиля](#) или **части** сообщения.

Контент

Значения полей, если пустые

{lead.fname}:  
Дорогой клиент

{lead.event\_name}:  
| |

**Части** сообщения аналогичны [Фрагментам](#), однако они могут использоваться только в том шаблоне, где были созданы. Фрагменты можно использовать в нескольких шаблонах.

## ПОДСКАЗКА

Чтобы начать работу с частями, добавьте в код шаблона переменную `{part.example_part}`. После этого внизу страницы появится вкладка "Контент", где вы сможете настроить части шаблона.

### 💡 ПОДСКАЗКА

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:

Части {PART.NEW}

Тип HTML

Содержимое

В I [иконки] </> Вставить переменную

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:

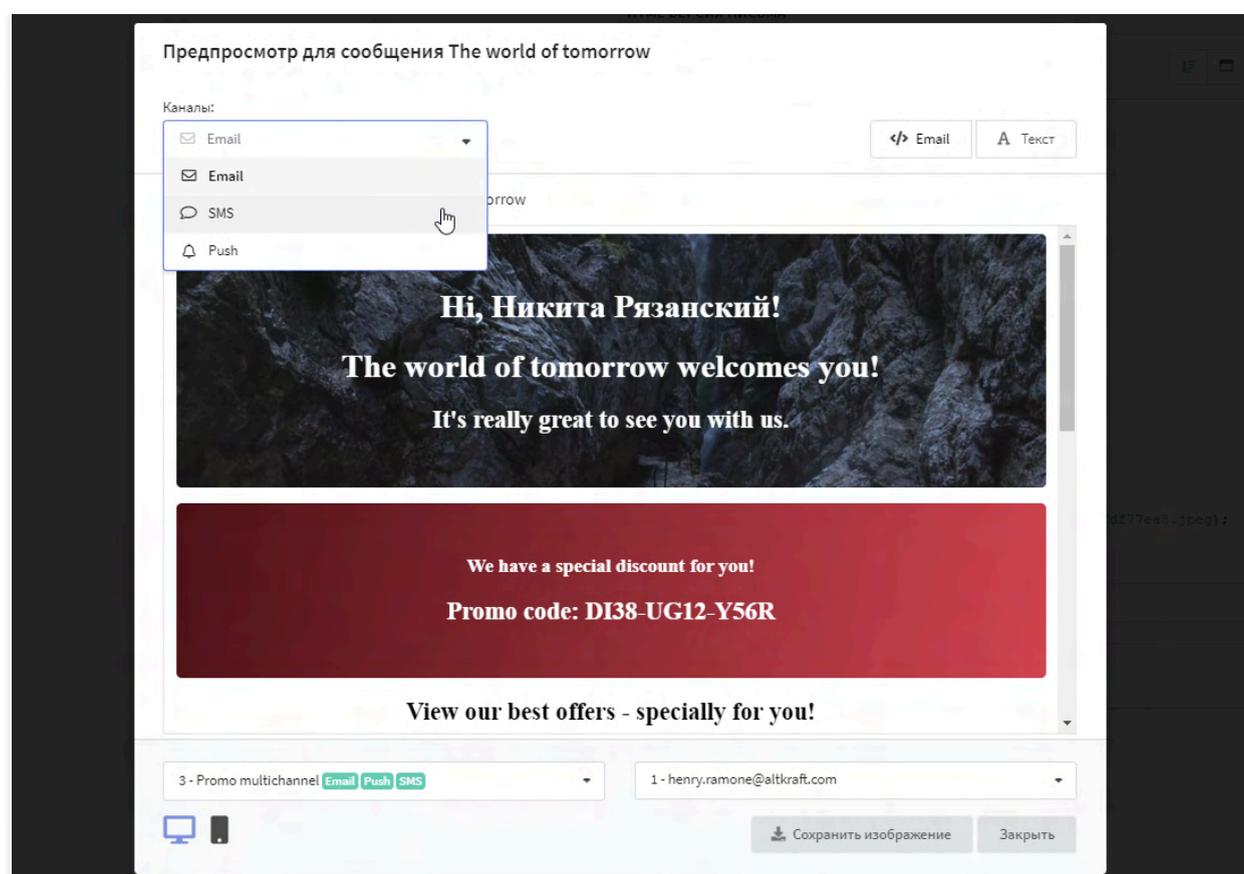


В окне предпросмотра вы можете выбрать необходимый **канал**, контент для которого хотите просмотреть. Для Email доступен предпросмотр как HTML, так и текстовой версии.

В нижней части окна находятся кнопки переключения десктопного/мобильного режимов отображения, а также настройки персонализации.

#### 💡 ПОДСКАЗКА

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.



Для любого канала доступна выгрузка предпросмотра шаблона в формате png-изображения. Чтобы скачать изображение на своё устройство, нажмите кнопку **"Сохранить изображение"**.

Для корректной выгрузки предпросмотра email-шаблона следуйте правилам:

1. CSS-стили `text-decoration`, `text-decoration-line` и `text-decoration-color` устанавливаются непосредственно в родительский элемент текста.

Например:

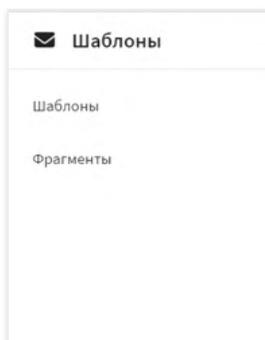
```
<div>
  <span style="text-decoration: line-through;">Текст</span>
</div>
```

2. Если вы используете шрифты, импортированные из внешнего источника (например, Google Fonts), то рекомендуется заменить их — задайте в свойстве `font-family` шрифты, установленные в систему. Например:

```
<!-- Корректное отображение в превью -->
<span style="font-family: Roboto, Arial, Tahoma, sans-serif">Текст</span>

<!-- Некорректное отображение в превью -->
<link
  href="https://fonts.googleapis.com/css2?
family=Roboto:ital,wght@0,100;0,300;0,400;0,500;0,700;0,900;1,100;1,300;1,
rel="stylesheet"
/>
```

# Фрагменты шаблонов



**Фрагменты** — это блоки сообщений, которые используются в нескольких сообщениях. Например, это может быть хедер или футер сообщения, блок со ссылками на социальные сети — любой контент, который вы будете отправлять в рамках нескольких рассылок.

## 💡 ПОДСКАЗКА

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, и добавление ссылки 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:

Фрагменты + Создать Группы доступа Главная

Поиск по имени или id 1 2 ID 1 - 6 из 6

**Body expo**

Создано: 2018-12-13 12:47:25      Короткое имя: `{fragment.expo}`  
 Обновлено: 2018-12-25 17:20:30      Тип: html  
 Автор: Astero Fernandez      Со ссылкой подтверждения: Нет  
 ID: 4

Редактировать

**Custom header**

Создано: 2018-12-13 12:36:10      Короткое имя: `{fragment.header}`  
 Обновлено: 2018-12-25 17:20:30      Тип: html  
 Автор: Astero Fernandez      Со ссылкой подтверждения: Нет  
 ID: 3

Редактировать

**Social media links**

Создано: 2018-12-13 12:01:43      Короткое имя: `{fragment.social}`  
 Обновлено: 2018-12-25 17:20:30      Тип: html  
 Автор: Astero Fernandez      Со ссылкой подтверждения: Нет  
 ID: 2

Редактировать

## 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:

**B** — жирный текст

*I* — 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**.

`utm` — 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%, #e6683c 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 **ссылок**.

 — 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.

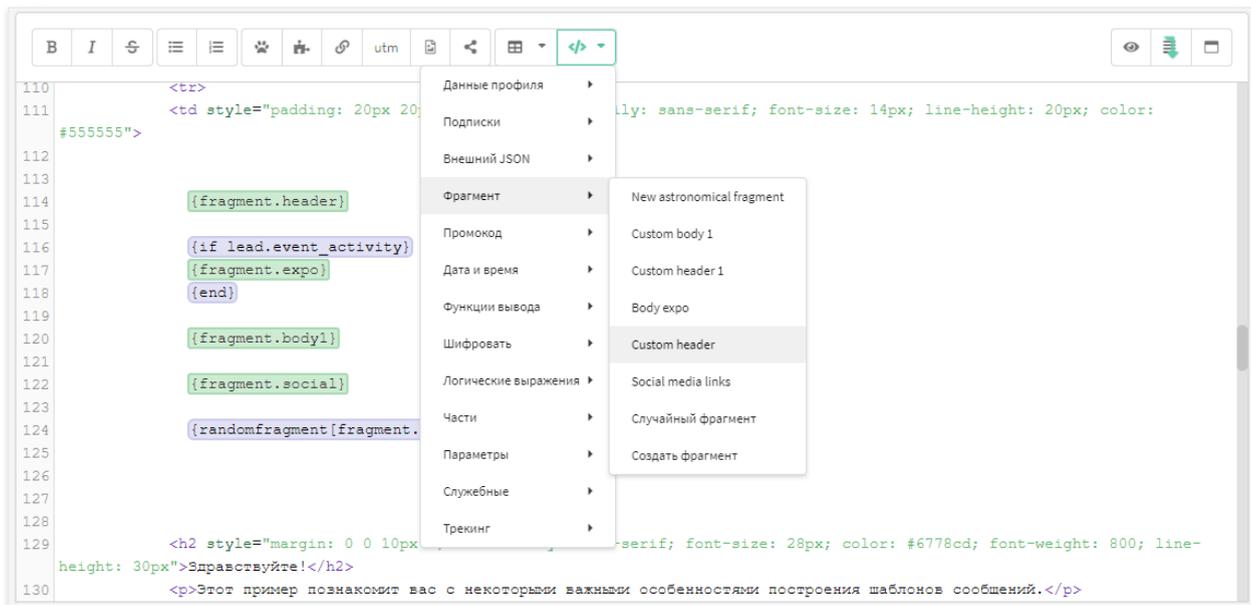
## Использование фрагментов в шаблоне

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.

## 💡 ПОДСКАЗКА

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]}
```



The screenshot shows a code editor with a template. A dropdown menu is open over the `{randomfragment}` tag on line 124. The menu lists various options, with "Случайный фрагмент" (Random fragment) selected. The code in the editor includes various tags and fragments, such as `{fragment.header}`, `{if lead.event_activity}`, `{fragment.expo}`, `{fragment.body1}`, `{fragment.social}`, and `{randomfragment[fragment.header_1 fragment.header_2 fragment.header_3]}`. The editor also shows a toolbar with various icons and a search bar.

# Изображения в сообщениях

## Описание

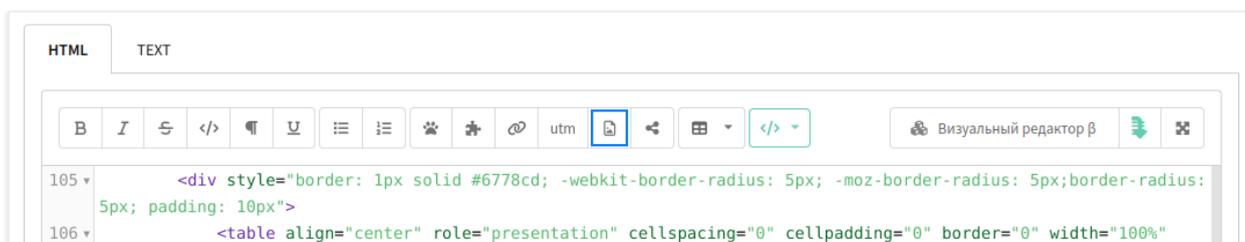
Галерея позволяет хранить и организовывать изображения для использования в различных маркетинговых шаблонах:

- HTML и AMP версии [Email-шаблонов](#);
- [Push-шаблоны](#) (баннеры и иконки).

Изображения загружаются в сообщения и папаны с сервера платформы — через трекинг-домен.

## Работа в галерее

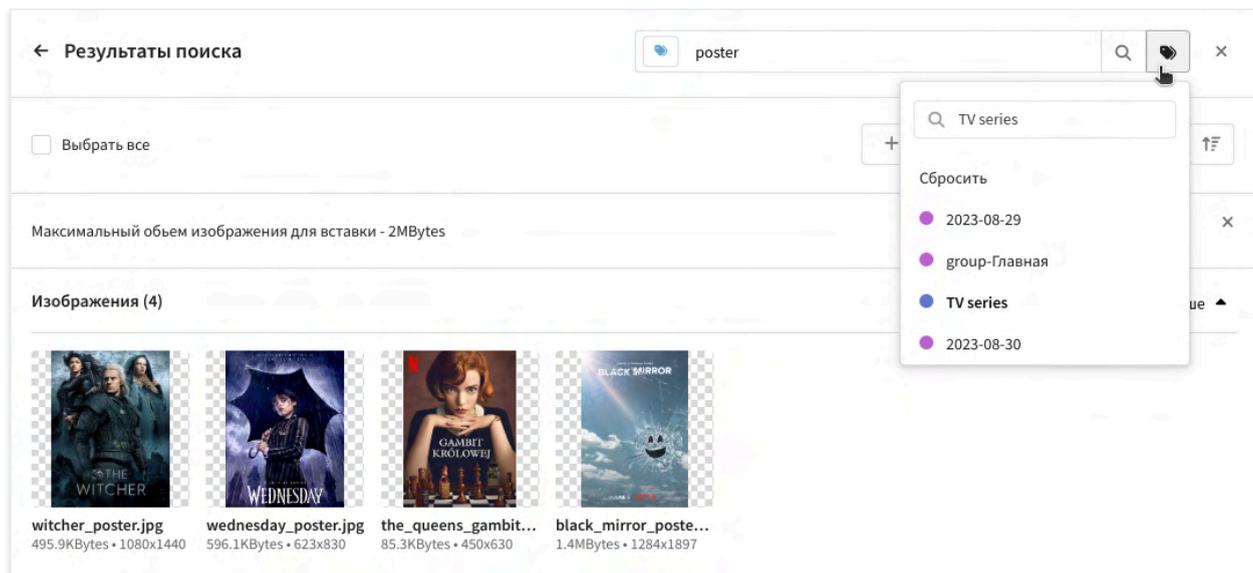
Чтобы открыть галерею изображений, перейдите в редактор шаблона и нажмите на иконку . Например, в **редакторе Email сообщения** перейти в галерею можно с помощью кнопки в панели инструментов:



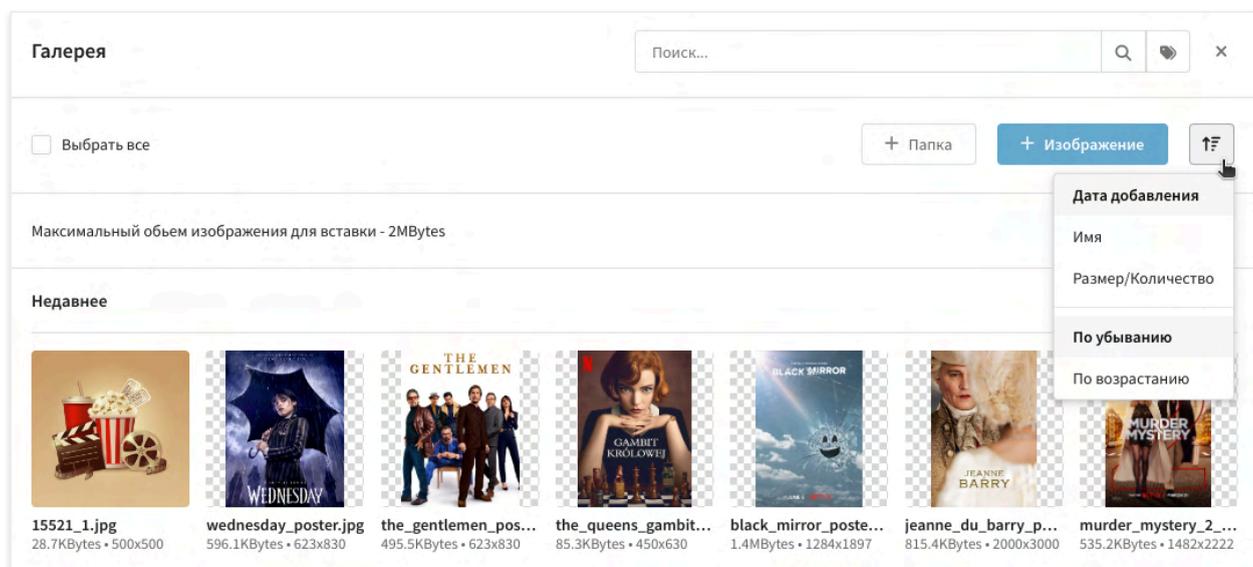
Галерея представляет собой модальное окно, визуально разделённое на 3 блока:

- Недавнее (все изображения, добавленные за последний месяц);
- Папки;
- Изображения.

Доступен **поиск по** названию файла/папки или по прикрепленным тегам. Чтобы выйти из режима поиска, нажмите ← **Результаты поиска**.

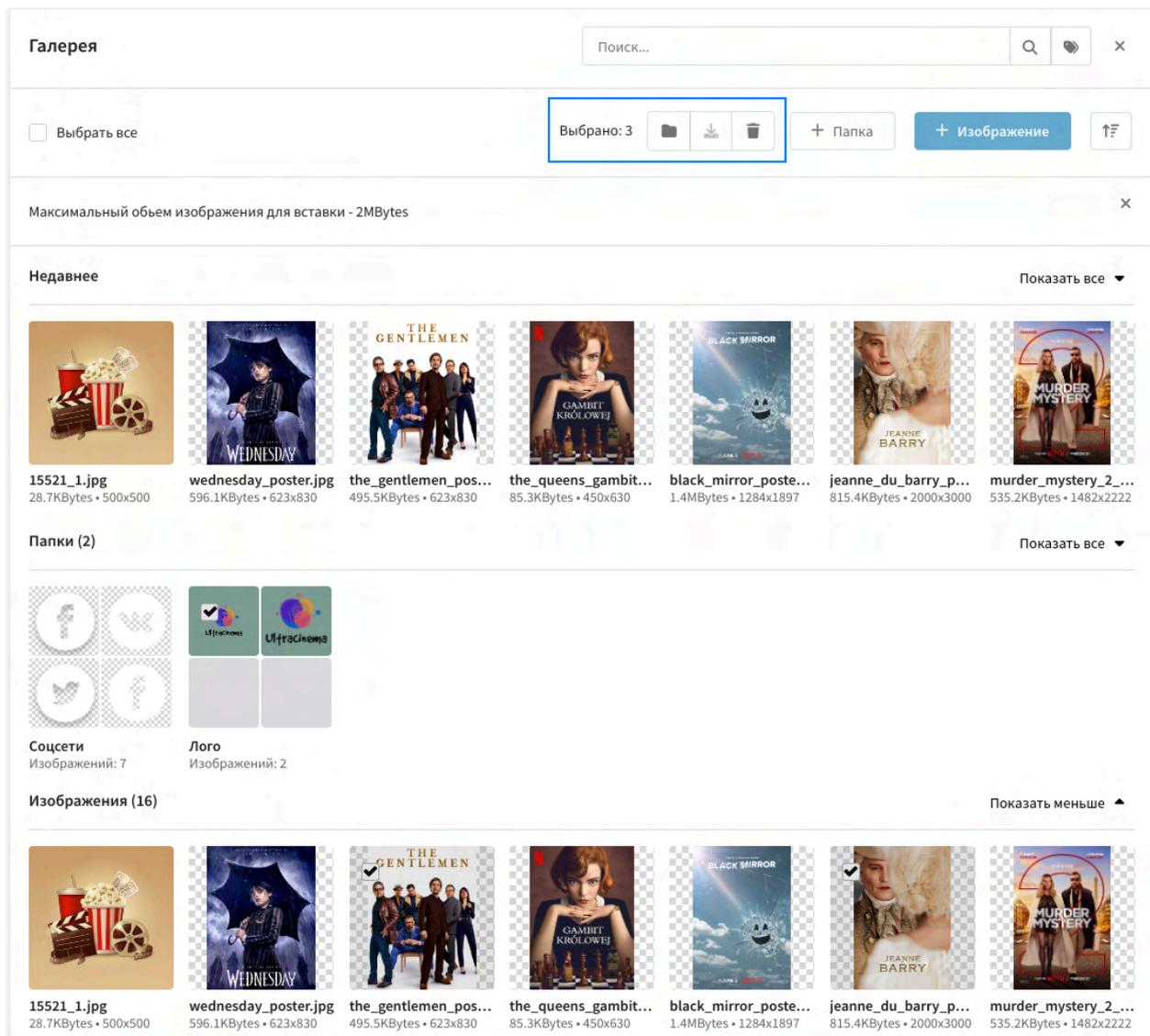


Также можно **отсортировать объекты** в галерее по дате добавления, по имени или по размеру:



Вы можете выбрать один, несколько или сразу все объекты в галерее и применить одно из следующих действий:

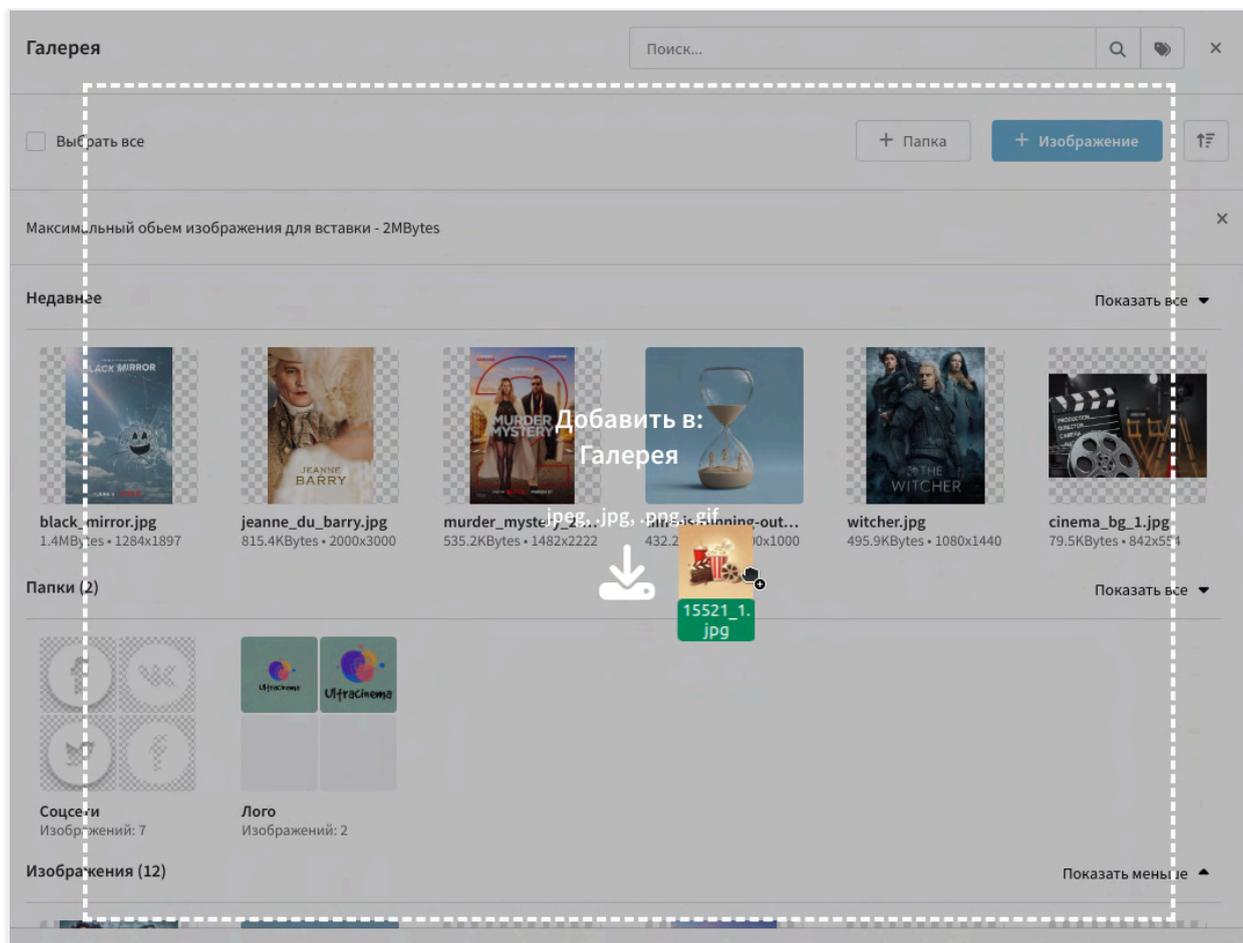
-  — переместить объект в другую папку.
-  — скачать объект (только для изображений).
-  — удалить объект.



# Работа с изображениями

## Загрузка изображения

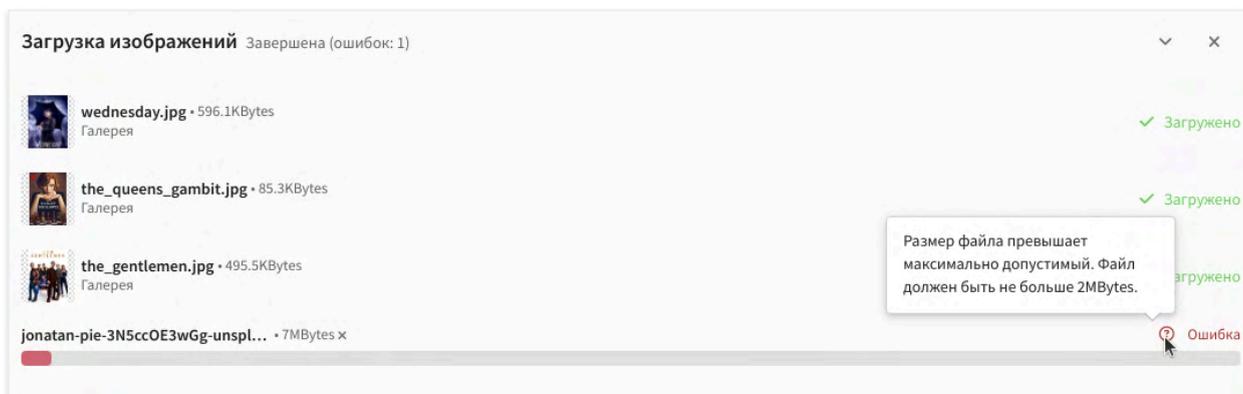
Чтобы добавить изображение в галерею, нажмите **" + Изображение "** и выберите файл на своём устройстве. Второй способ — перетащить изображение в область галереи:



### ❗ К СВЕДЕНИЮ

Можно загружать сразу несколько изображений. Размер одного изображения не должен превышать 2 МБ. Доступные форматы: jpeg, jpg, png, gif.

Статус загрузки отображается в нижнем блоке. Вы можете прервать загрузку, нажав на крестик. Если при добавлении изображения возникла ошибка, наведите курсор на знак вопроса, чтобы узнать причину:



Если вы закроете галерею, не дождавшись завершения импорта всех файлов, процесс импорта прервётся, однако все файлы, которые к текущему моменту были успешно загружены, останутся в галерее.

## Действия с изображениями

Для работы с загруженными изображениями наведите курсор на изображение и нажмите . Откроется список доступных действий:

 — вставить в шаблон ссылку на изображение. Удобно, когда вам не нужно менять форматирование, а изменить атрибут `src` тега `img`.

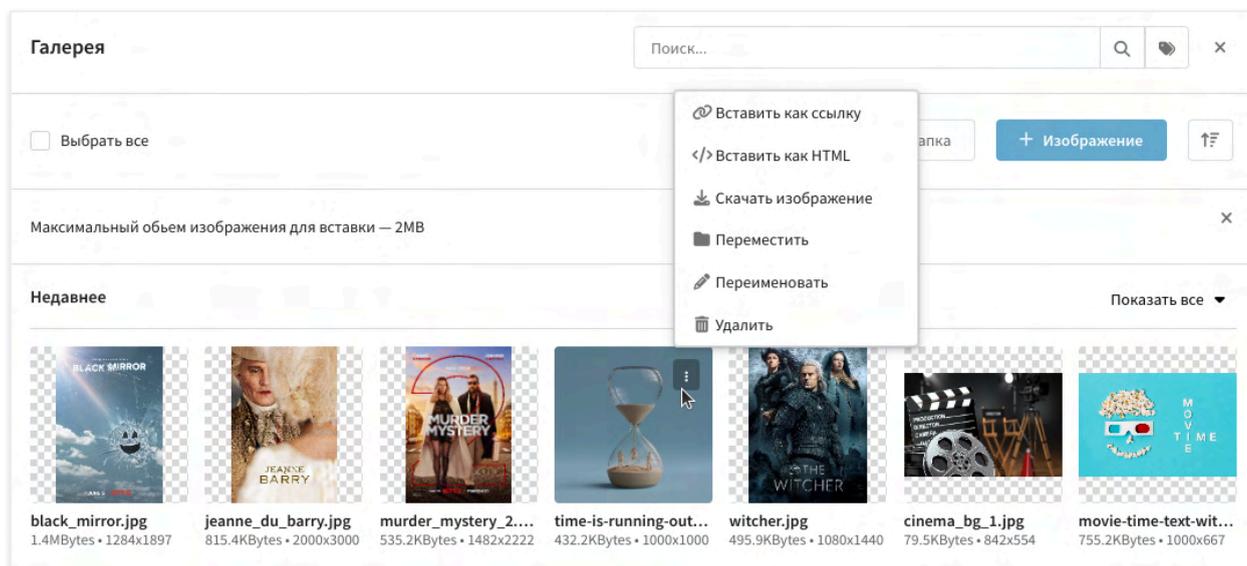
 — вставить изображение в шаблон в формате HTML (новый тег `img`).

 — скачать изображение на своё устройство. Изображения выгружаются в zip-архив.

 — переместить изображение в другую папку.

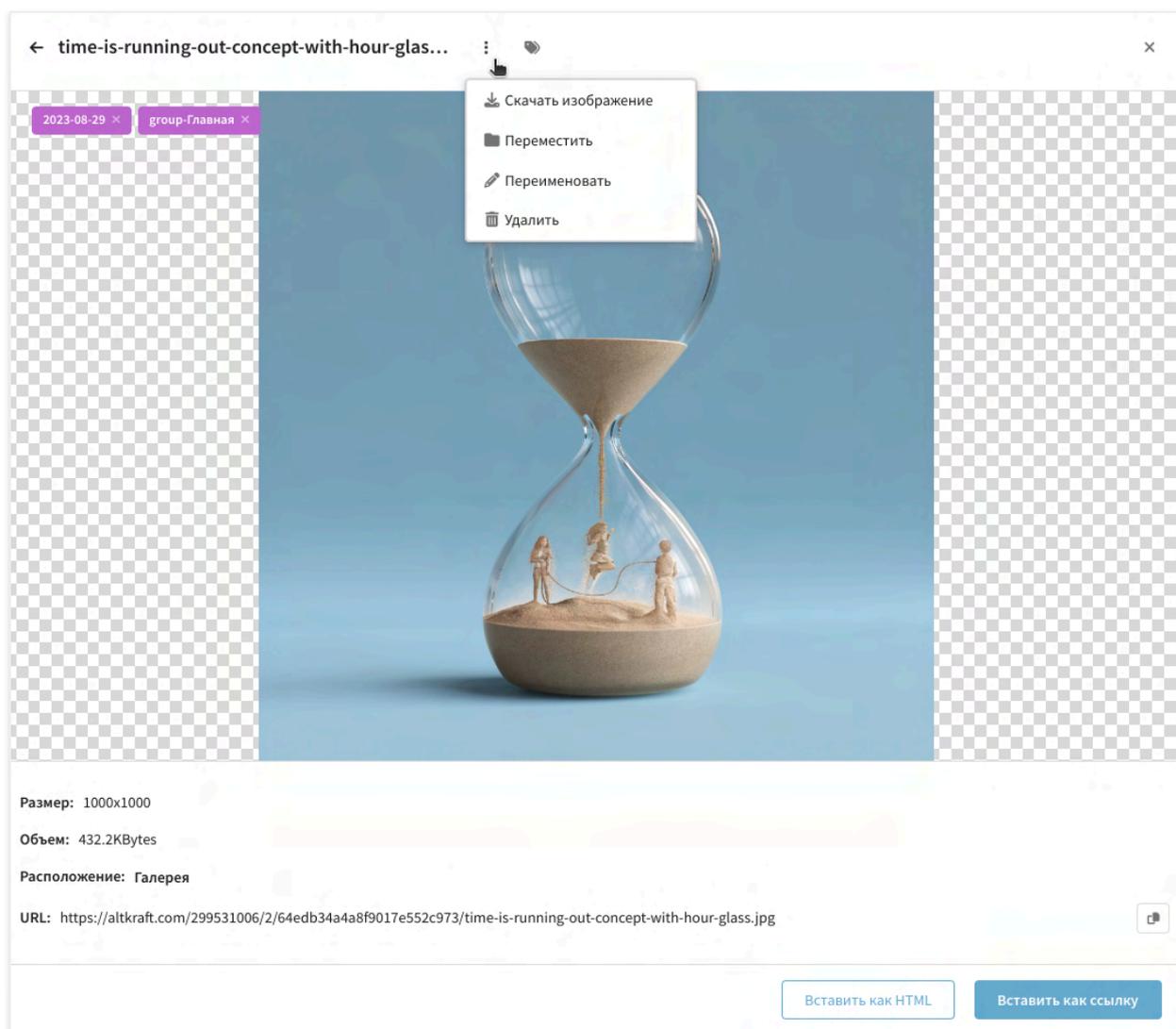
 — переименовать изображение. При изменении имени ссылка на изображение не меняется.

 — удалить изображение из галереи.



## Режим просмотра изображения

Если вы хотите получить больше информации по изображению, нажмите на него. Вы перейдете в режим просмотра изображения. Здесь доступны все действия, описанные выше. Чтобы открыть список действий, нажмите :



Ниже есть возможность скопировать ссылку на изображение . Такую ссылку можно использовать, например, при настройке иконки или баннера в push-шаблоне.

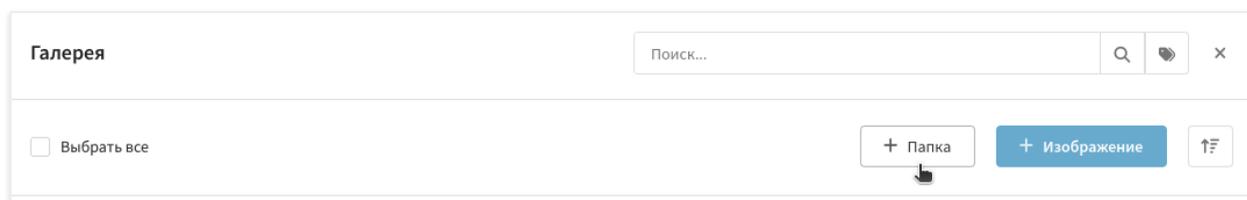
Кроме того, в этом режиме можно просмотреть теги, прикреплённые к изображению, а также **добавить новые** или убрать существующие. Некоторые теги создаются автоматически, например:

- 2023-08-29 (тег даты добавления изображения в галерею);
- group-Главная (название группы, в которой работал пользователь в момент добавления изображения).

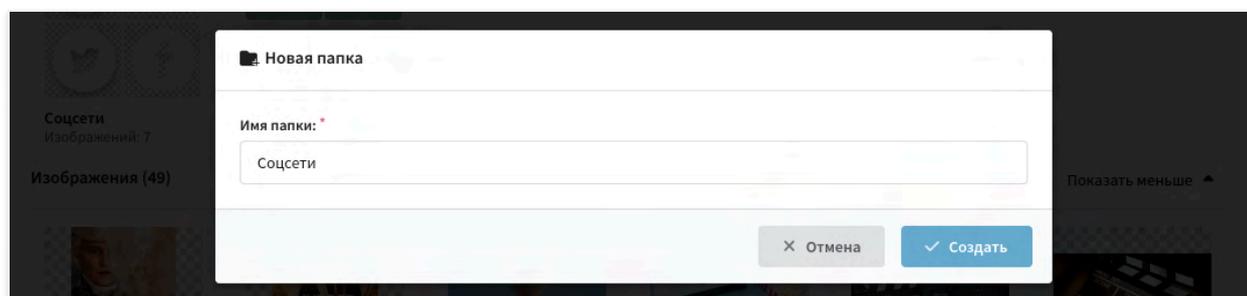
Чтобы выйти из режима просмотра изображения, нажмите ← **<имя\_изображения>**.

## Работа с папками

Для более удобной организации изображений в галерее используйте папки. Чтобы создать новую папку, нажмите **" + Папка "**:



Введите название папки. В названии можно использовать любые символы, но не более 244.



Для работы с папкой наведите на нее курсор и нажмите  — откроется список доступных действий:

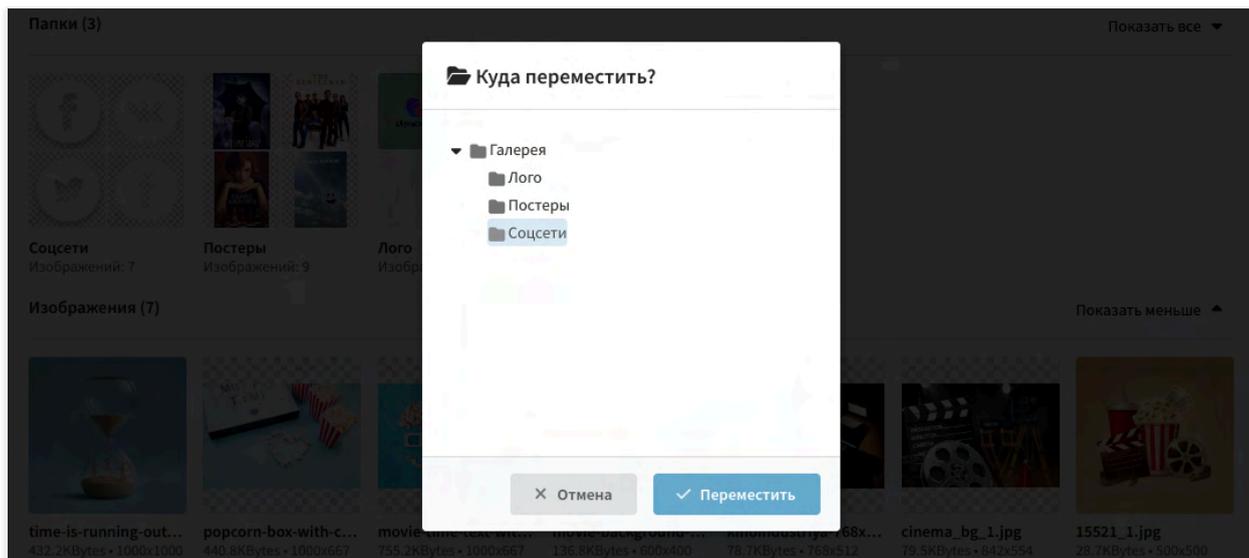
 — переместить папку в другую папку. Нельзя перемещать родительскую папку в дочернюю.

 — переименовать папку. Имя папки должно быть уникальным.

 — удалить папку. Все объекты в папке также будут удалены из галереи.

Если вы хотите загрузить изображения в определенную папку, перейдите в нее и нажмите **" + Изображения "** или перетащите файлы в область галереи.

Чтобы переместить уже добавленные изображения в папку, выделите изображения, в списке действий нажмите **"Переместить"** и выберите нужную папку:



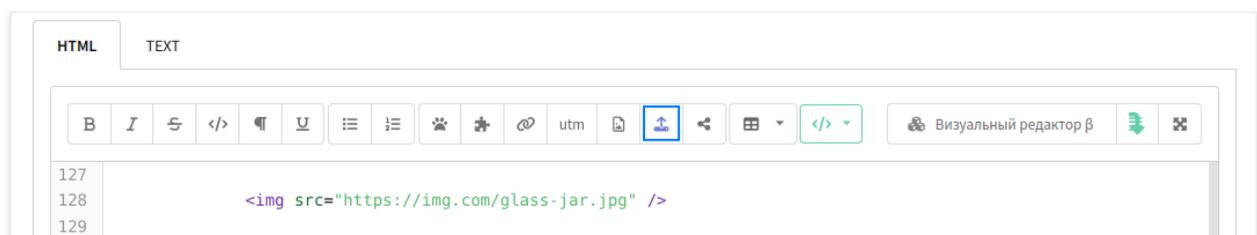
Также доступно создание вложенных папок. Для этого перейдите в папку-родитель и нажмите **" + Папка "**. Уровень вложенности не ограничен.

Чтобы вернуться в предыдущую папку, нажмите **← <имя\_папки>**.

## Загрузка изображений из внешних источников

Зачастую в шаблоне используются ссылки на изображения из внешних источников. Например, если вы сверстали шаблон в стороннем сервисе, а затем перенесли в платформу Altcraft. В случае сбоев на внешнем сервисе такие изображения могут стать недоступны. Чтобы избежать этого, рекомендуется загрузить их в галерею платформы.

Нажмите кнопку  в панели инструментов редактора (кнопка появляется только после добавления в атрибут `src` URL-адреса на внешнее изображение):



После загрузки на сервер платформы значение атрибута `src` для всех внешних изображений изменится, например, `` заменится на ``. Теперь эти изображения будут загружаться в сообщения через трекинг-домен.

# Персонализация контента в сообщениях

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.

## ПОДСКАЗКА

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 после создания.

# 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:

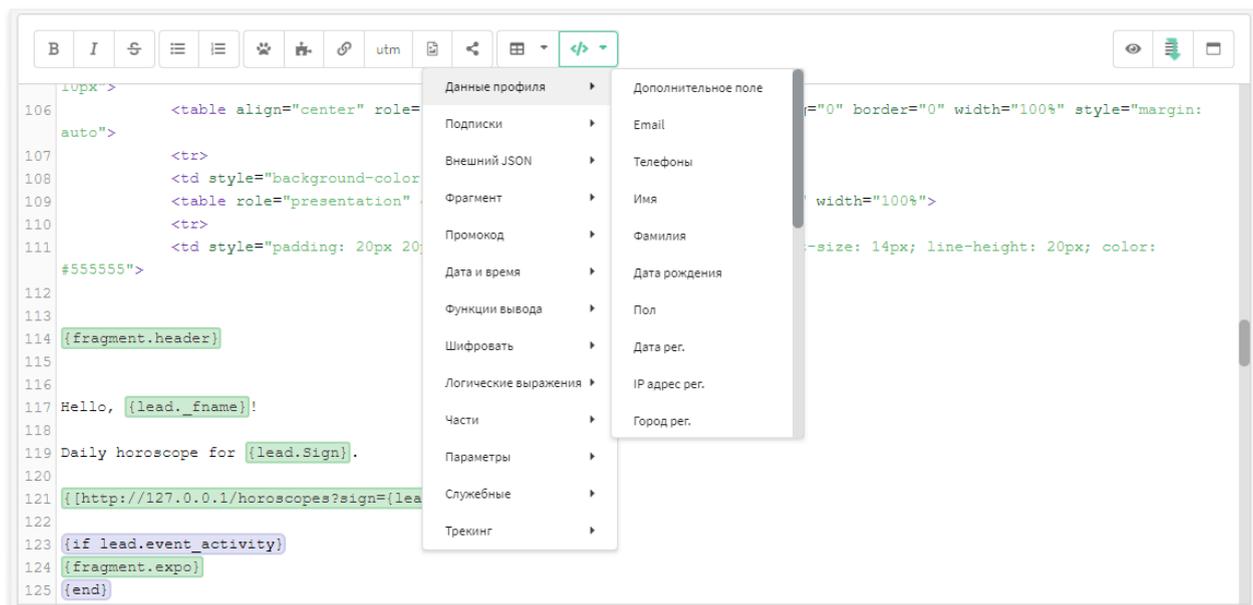
- **Данные профиля** — данные клиента из [стандартных полей](#) Базы профилей.
- **Подписки** — данные подписок профиля на различные [ресурсы](#).
- **Промокод** — текст промокода определённой [программы лояльности](#).
- **Параметры** — дополнительные данные, такие как названия Базы данных, Кампании, 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}`.

Также вы можете добавлять данные из дополнительного поля типа "Объект". Вложенность может быть любой. Например, `{lead.Custobject.fieldname}`.

## 💡 ПОДСКАЗКА

Список доступных **переменных** вы найдёте на [этой странице](#).

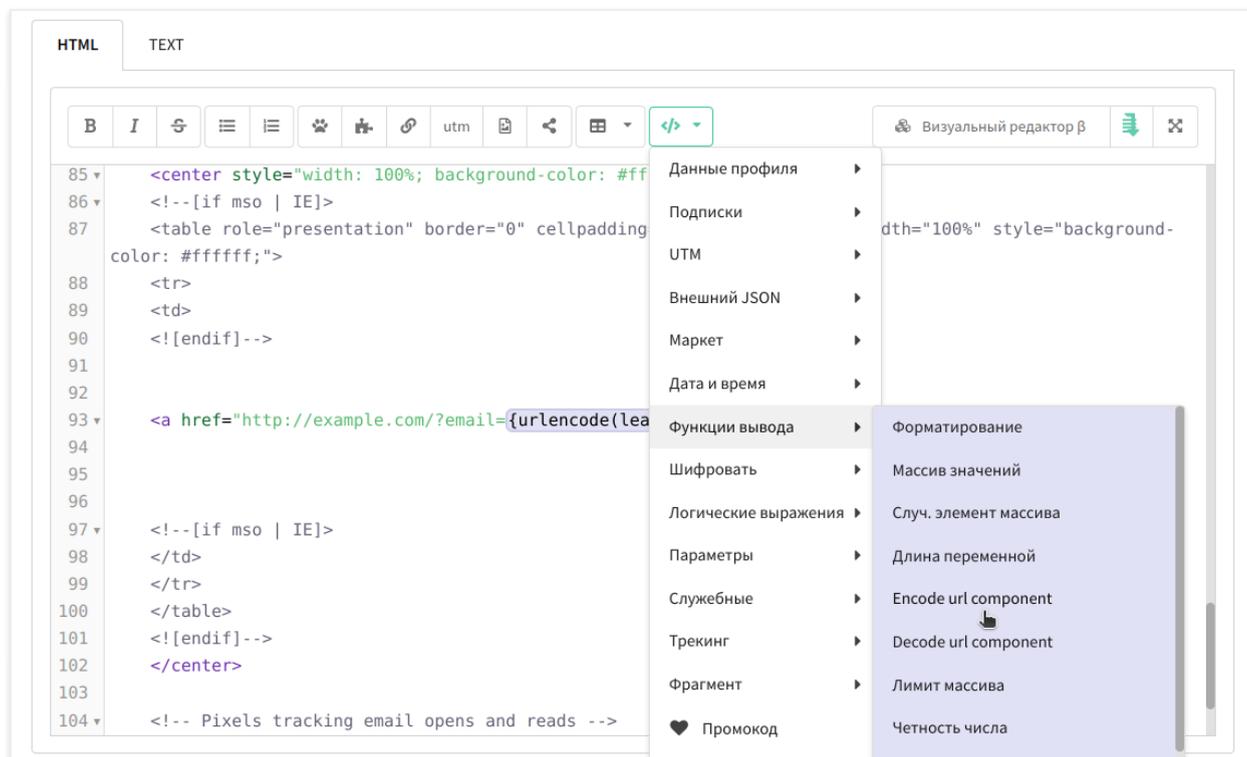


## Использование переменных в URL параметрах

В URL адресе допустимы только латинские буквы, цифры и ограниченный набор знаков препинания. Однако, при использовании переменных, которые

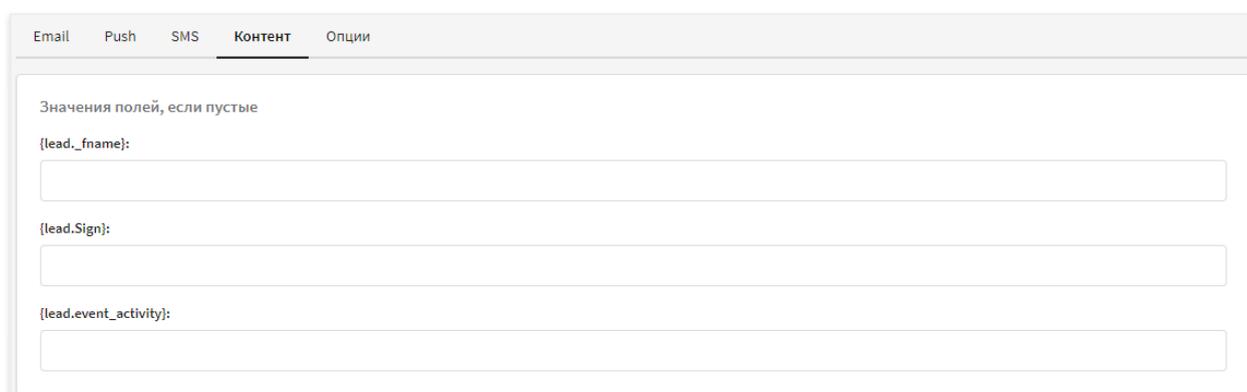
подтягивают в шаблон данные из полей профиля, в URL могут попасть недопустимые символы (например, пробелы или кириллица). В таком случае ссылка в шаблоне не будет работать.

Чтобы избежать подобной ситуации, **необходимо кодировать параметры в URL адресе**. Это можно сделать с помощью функции `{urlencode}`. Например, если вы подставляете переменную `lead.email` в ссылку, используйте следующую конструкцию: `https://example.com/?email={urlencode(lead.email)}`.



## 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.



# 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">Обновить данные поля 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">Подписаться на ресурс #1</a>
```

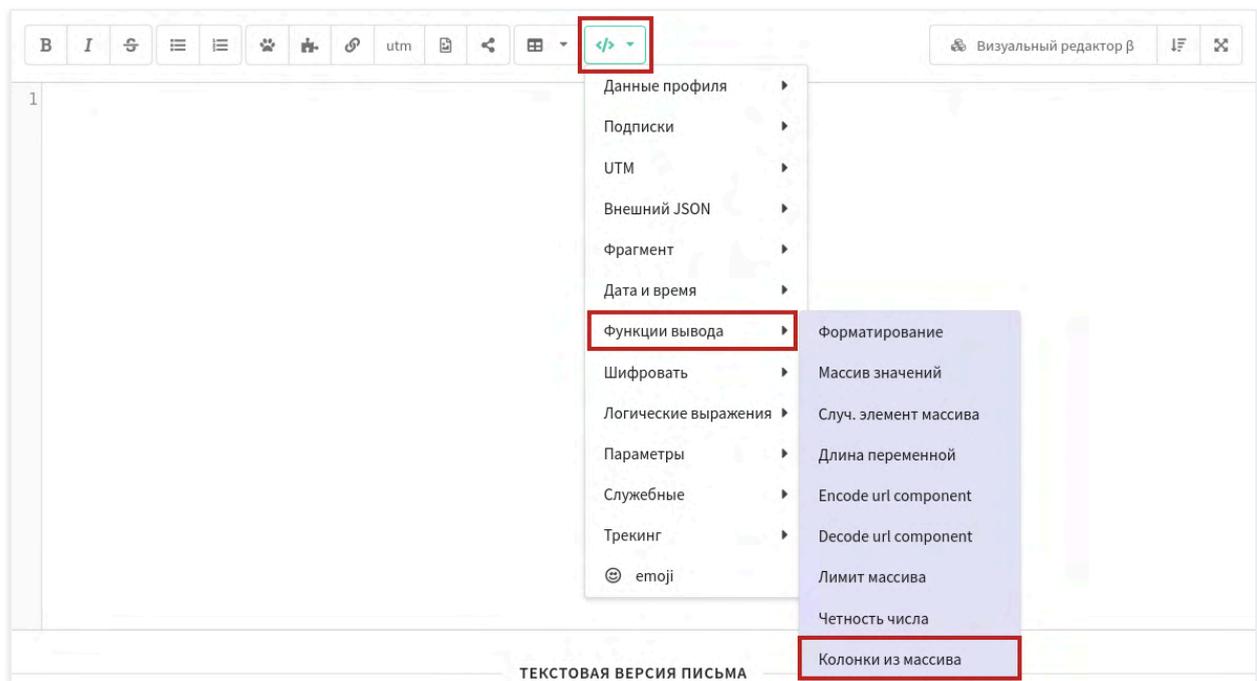
# Формирование таблиц на основе элементов массива

**Формирование таблиц на основе элементов массива** — это одна из возможностей платформы, которой можно воспользоваться при передаче динамического контента в сообщении. Мы можем взять массив линейных объектов из базы данных, а затем распределить элементы этого массива в таблице так, как того требует ситуация.

## 💡 ПОДСКАЗКА

Данная возможность доступна при передаче контента любым способом: API контент, JSON контент, контент из SQL базы данных.

Чтобы создать таблицу на основе элементов массива, в окне **HTML версия письма** кликните: **Вставить переменную** → **Функции вывода** → **Колонки из массива**.



Шаблон кода появится в окне редактора кода. С ним вы можете работать.

```
1 <table>
2 {for $i $row = columns(array["item1" "item2" "item3" "item4" "item5 hidden"] 2|0)}
3 <tr>
4 {for $row}
5 <td>{.}</td>
6 {end}
7 </tr>
8 {end}
9 </table>
```

Обратите внимание на следующую строчку кода:

```
{for $i $row = columns(array["item1" "item2" "item3" "item4" "item5 hidden"] 2 0)}
```

Здесь `array` — это массив, из которого мы берем контент для таблицы. Каждый элемент массива (`"item1"`, `"item2"`, `"item3"` и т. д.) содержит контент для определенной ячейки таблицы.

Цифра `"2"` — это количество колонок, которые будут в таблице. Цифра `"0"` — это количество элементов, которые не будут добавлены в таблицу (отсчет начинается с первого элемента массива).

Таким образом, в сгенерированной таблице все элементы массива будут распределены в 2 колонки и ни один из них не будет пропущен.

## Пример реализации

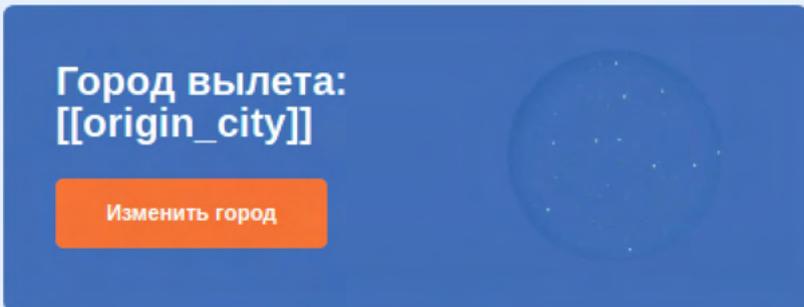
Давайте рассмотрим один из случаев применения данной опции.

Предположим, на сайте авиакомпании динамически меняется контент для каждого пользователя в зависимости от истории его полетов. Каждый пользователь видит на своем экране 5 предложений о рейсах, которые ему, возможно, будут интересны. Эти предложения показаны в интерфейсе как 5 блоков (`item`). В каждом из них есть информация о городах, датах и ценах за билет. Мы хотим не только отобразить эти блоки, но и вставить между ними отдельный блок, где предложим пользователю самому выбрать город полета (`offer`):



## Москва — Санкт-Петербург

Туда — 23 октября  
Обратно — 27 октября



Город вылета:  
[[origin\_city]]

Изменить город



Вылет 23 октября

### Москва — Санкт-Петербург

Туда — обратно

от 9 365 ₽



Вылет 23 октября

### Москва — Санкт-Петербург

Туда — обратно

от 9 365 ₽



Вылет 23 октября

### Москва — Санкт-Петербург

Туда — обратно

от 9 365 ₽



Вылет 23 октября

### Москва — Санкт-Петербург

Туда — обратно

от 9 365 ₽

Item1

Offer

Item2

Item3

Item4

Item5



Наши действия:

1. Создаем массив, куда складываем информацию о всех пяти предложениях ("item1", "item2", "item3", "item4", "item5").
2. Отдельно добавляем первый элемент массива (item1).
3. Добавляем блок с предложением (offer).
4. Добавляем оставшиеся элементы массива, распределяя их на 2 колонки. Первый элемент не будет добавлен, потому что мы указали, что хотим пропустить один элемент.

```
1 <table>
2 <tr>
3 <td colspan="2">{{for limit(array["item1"] 1)}{.}{else}{cancel}{end}</td>
4 </tr>
5 {{if lead.offer}}
6 <tr>
7 <td colspan="2">{{lead.offer}}</td>
8 </tr>
9 {{end}}
10 {{for $i $row = columns(array["item1" "item2" "item3" "item4" "item5" "item6 hidden"] 2 1)}}
11 <tr>
12 {{for $row}}
13 <td>{{.}}</td>
14 {{end}}
15 </tr>
16 {{end}}
17 </table>
```

Формирование таблиц на основе элементов массива — гибкий механизм, который позволяет в любое время легко изменить отображение вашего сообщения для пользователя.

# Редактор для Rich Push (бета версия)

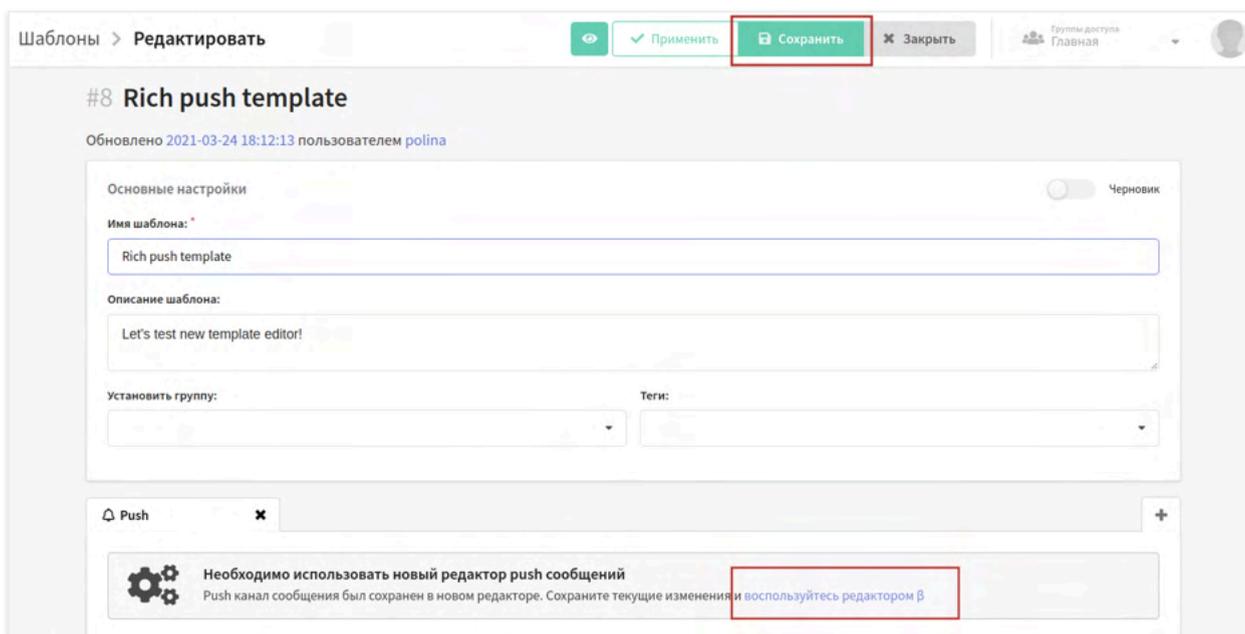
## Шаг 1. Откройте новый редактор

Перейдите в редактор шаблонов. Перед вами откроется старый редактор. Сделайте в нем [начальную версию push-сообщения](#), заполнив:

- имя шаблона;
- заголовок push-сообщения (рекомендуется использовать до 22-х символов);
- путь к иконке, которая будет отображаться в сообщении;
- тело сообщения (основной текст сообщения, рекомендуется использовать до 150 символов).

После этого нажмите **Сохранить**.

Теперь вернитесь в созданный шаблон и кликните "**воспользуйтесь редактором β**", чтобы перейти в новый редактор.



## Шаг 2. Основные настройки

У вас откроется новый редактор β. В разделе **Основные настройки** уже заполнены поля:

- заголовок
- путь до иконки
- тело сообщения

Вы можете отредактировать эти поля, если возникла такая необходимость.

### 💡 ПОДСКАЗКА

Не забудьте добавить **эмодзи** в заголовок и тело сообщения, чтобы сделать ваше уведомление более интересным.



## Шаг 3. Ссылка для перехода

Далее необходимо указать **общую ссылку для перехода**. Ссылка для перехода — это ссылка, по которой перейдет пользователь, когда кликнет по пушу. По общей ссылке пользователи будут переходить, если не задана уникальная ссылка для различных браузеров и ОС. Уникальная ссылка задаётся ниже — в блоке ["Расширенные настройки"](#).

В новом редакторе шаблонов можно использовать 3 типа ссылок:

- **обычная ссылка**
- **адаптивная ссылка**
- **deep-link ссылка** (доступна только при настройке шаблона для ОС Android и IOS)

Чтобы выбрать одну из этих ссылок, кликните на иконку "Настройки":

Общая ссылка для перехода по клику ?

Ссылка

https:// example.com 

При клике по сообщению, пользователь перейдет по этому адресу.

## Обычная ссылка

- Укажите URL-адрес для перехода. Использовать можно только https ссылки, т.е. ссылка должна вести на сайт, который работает на безопасном SSL-соединении.
- Вставьте **переменные** с помощью кнопки `</>`.
- Добавьте UTM метки для отслеживания трафика подписчиков. Нажмите **"utm"** и в открывшемся окне настройте метки, а затем нажмите **"Задать utm"**.
- При необходимости активируйте поле **"Не оборачивать трекингом"** — так вы отключите перенаправление на трекинг при переходе по ссылке, и статистика кликов собираться не будет.
- Если активировать поле **"Сделать ссылкой подтверждения"**, то шаблон с такой ссылкой можно будет использовать для подтверждения подписки. При переходе по ссылке статус профиля обновится: **Не подтвержден** → **Подписан**.

**Тип ссылки**

|                   |
|-------------------|
| Обычная ссылка    |
| Адаптивная ссылка |
| Deep-link ссылка  |

**Особенности**

- Только HTTPS ссылка. ?
- Можно сделать ссылкой подтверждения (confirm ссылкой). ?
- Можно обернуть/не оборачивать трекингом. ?

Ссылка

https:// example.com  

Не оборачивать трекингом

Сделать ссылкой подтверждения

## Адаптивная ссылка

**Адаптивная ссылка** — ссылка для переадресации пользователя на разные URL, в зависимости от того, с какого устройства он откроет push-уведомление (десктоп, Android или iOS).

- **Web ссылка** — пользователь перейдет по этой ссылке, если откроет push уведомление с десктопного устройства
- **IOS ссылка** — пользователь перейдет по этой ссылке, если откроет push уведомление с IOS устройства.
- **Android ссылка** — пользователь перейдет по этой ссылке, если откроет push уведомление с Android устройства.

| Тип ссылки               |
|--------------------------|
| Обычная ссылка           |
| <b>Адаптивная ссылка</b> |
| Deep-link ссылка         |

**Особенности**

- Используется для переадресации пользователя на разные URL, исходя из его платформы.
- Всегда оборачивается трекингом. 

**Web ссылка**

`https://`   **utm** 

**IOS ссылка**



**Android ссылка**



Сделать ссылкой подтверждения

Дополнительные настройки:

- **Сделать ссылкой подтверждения** — шаблон с такой ссылкой используется для подтверждения подписки. В момент перехода по ссылке статус подписки профиля изменится с **Не подтвержден** на **Подписан**.
- Добавить **переменные** в ссылку с помощью кнопки .

- Добавить **UTM метки**. Для этого кликните кнопку "**utm**" и в открывшемся окне настройте метки, а затем нажмите **Задать utm**.

## Deep-link ссылка

**Deeplink** — ссылка, которая приведет клиента напрямую в мобильное приложение.

- Укажите адрес **Deep-link ссылки**.
- Вставьте переменные с помощью `</>`.

| Тип ссылки              |
|-------------------------|
| Обычная ссылка          |
| Адаптивная ссылка       |
| <b>Deep-link ссылка</b> |

**Особенности**

- Нельзя сделать config ссылкой. ?
- Нельзя обернуть трекингом. ?

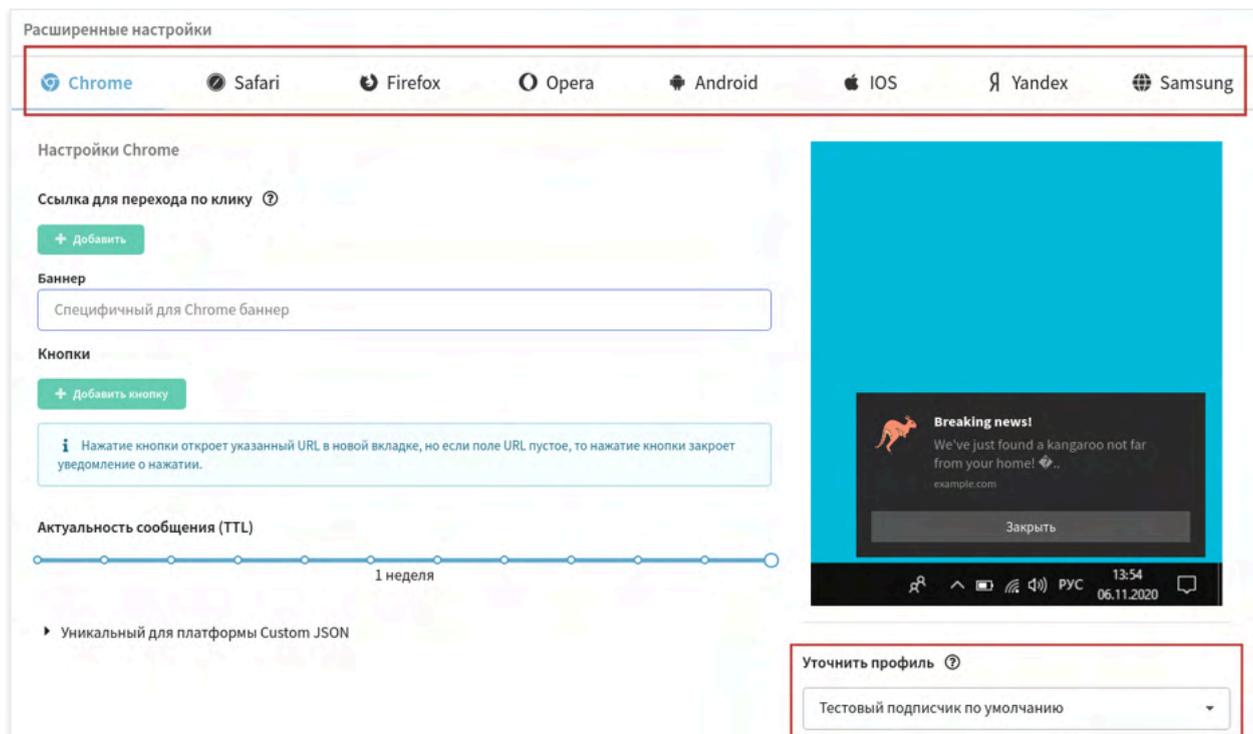
**Deep-link ссылка**

## Шаг 4. Расширенные настройки

Расширенная версия редактора push-уведомлений позволяет создавать push-сообщения **для разных вариантов ОС и браузеров**. Переключайтесь между ОС и браузерами в верхней панели и настраивайте push сообщение для каждого из них.

Кроме того, слева вам доступен **предпросмотр** push сообщений в режиме реального времени.

Вы также можете **указать тестового подписчика**, чтобы посмотреть, как именно созданное push сообщение будет отображаться на его устройстве.



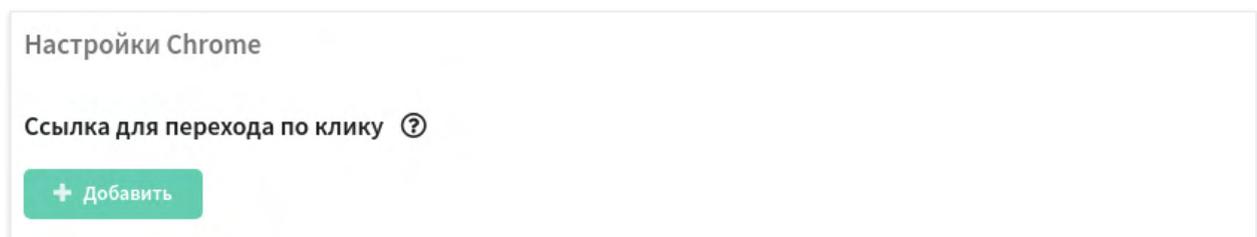
Индивидуальная настройка пуша доступна для 6 браузеров и 2 ОС. Большинство настроек совпадают.

## Уникальная ссылка для перехода

Для каждого браузера и ОС можно добавить [ссылку для перехода по клику](#). Напоминаем, что именно по этой ссылке перейдет пользователь, когда кликнет на сообщение.

### Как настроить ссылку для перехода по клику?

1. Нажмите **Добавить**:



2. Введите адрес ссылки и нажмите на иконку "Настройки".

### Ссылка для перехода по клику ?

Ссылка

https:// example.com



**i** При клике по сообщению, пользователь перейдет по этому адресу.

3. В новом окне выберите **тип ссылки перехода** и **настройте её**.

- Обычная ссылка
- Адаптивная ссылка
- Deep-link ссылка

### **⚠** ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Обратите внимание, что ссылка, которую вы указываете для каждой платформы "перезатирает" **общую ссылку для перехода**.

### Общая ссылка для перехода

#### Общая ссылка для перехода по клику ?

Ссылка

https:// example.com



**i** При клике по сообщению, пользователь перейдет по этому адресу.

### Уникальная для платформы ссылка

#### Настройки Chrome

#### Ссылка для перехода по клику ?

Ссылка

https:// example\_chrome.com



**i** При клике по сообщению, пользователь перейдет по этому адресу.

Если оставить уникальную для платформы ссылку пустой, то даже в этом случае она "перезатрет" общую ссылку для перехода.

Когда вы оставляете поле с **ссылкой для перехода по клику** пустой, то при клике по ней пользователь просто закроет push уведомление.

## Баннер

Укажите URL-адрес изображения. Если URL корректный, баннерное изображение отобразится в предпросмотре.

## Кнопки

Нажмите "**Добавить кнопку**". В открывшемся окне введите **текст** кнопки и **ссылку**, по которой перейдет пользователь, когда нажмет на кнопку. О настройке ссылки для перехода читайте [выше](#).

### Кнопки

Понятно 

**Текст кнопки**

**Ссылка**

 При клике по сообщению, пользователь перейдет по этому адресу.

### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Если поле "**Ссылка**" оставить пустым, то при клике на кнопку пользователь закроет пуш.

## Уникальный для платформы Custom JSON

В сообщении вы можете передать дополнительные поля в формате JSON, чтобы расширить корневую структуру push-сообщения.

▼ Уникальный для платформы Custom JSON

В случае передачи custom JSON, он расширяет корневую структуру push сообщения

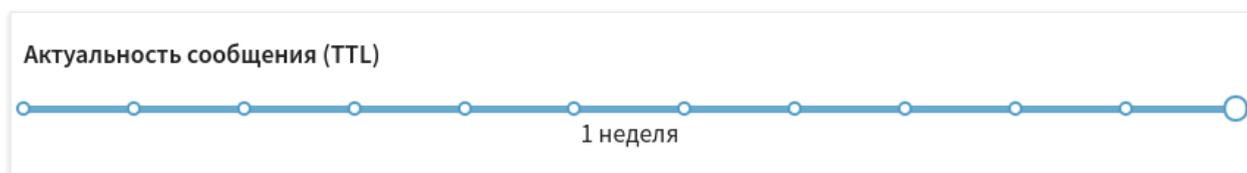


```
1 {  
2  
3 }
```

## Актуальность сообщения (TTL)

**TTL** («time to live») – это период времени, в течение которого push-сервис мониторит статус устройства адресата на предмет его подключения к сети Интернет. Как только, в рамках установленного времени, получатель появится в сети, ему будет доставлено push-сообщение. Если же время закончилось (заданный TTL истёк), а адресат так и не появился в сети, система перестает отслеживать его статус, и, соответственно, push-уведомление считается не доставленным.

Передвиньте ползунок, чтобы установить время жизни push сообщения:



## Настройка push для браузеров и ОС

### Chrome

Для этого браузера доступны следующие настройки:

- Ссылка для перехода по клику;
- Баннер;
- Кнопки (не более 2-х).
- TTL сообщения;
- Уникальный для платформы Custom JSON.

Chrome Safari Firefox Opera Android iOS Yandex Samsung

Настройки Chrome

Ссылка для перехода по клику ⓘ

Ссылка

[https:// example.com/?utm\\_source={msg\\_type}&utm\\_medium={urlencode\(msgid\)}&utm\\_campai](https://example.com/?utm_source={msg_type}&utm_medium={urlencode(msgid)}&utm_campai)

При клике по сообщению, пользователь перейдет по этому адресу.

Удалить

Баннер

<https://cdn1.savepice.ru/uploads/2021/3/25/d8030e2830be0fade1fcc897635cc1f-full.jpg>

Кнопки

Where? [Настройка] [Удалить]

Got it [Настройка] [Удалить]

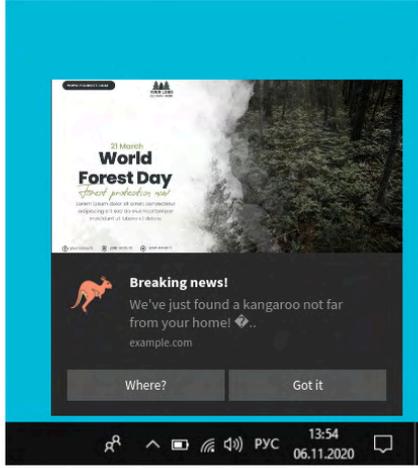
+ Добавить кнопку

Нажатие кнопки открывает указанный URL в новой вкладке, но если поле URL пустое, то нажатие кнопки закроет уведомление о нажатии.

Актуальность сообщения (TTL)

1 неделя

Уникальный для платформы Custom JSON



World Forest Day

Breaking news!

We've just found a kangaroo not far from your home! 🐨

example.com

Where? Got it

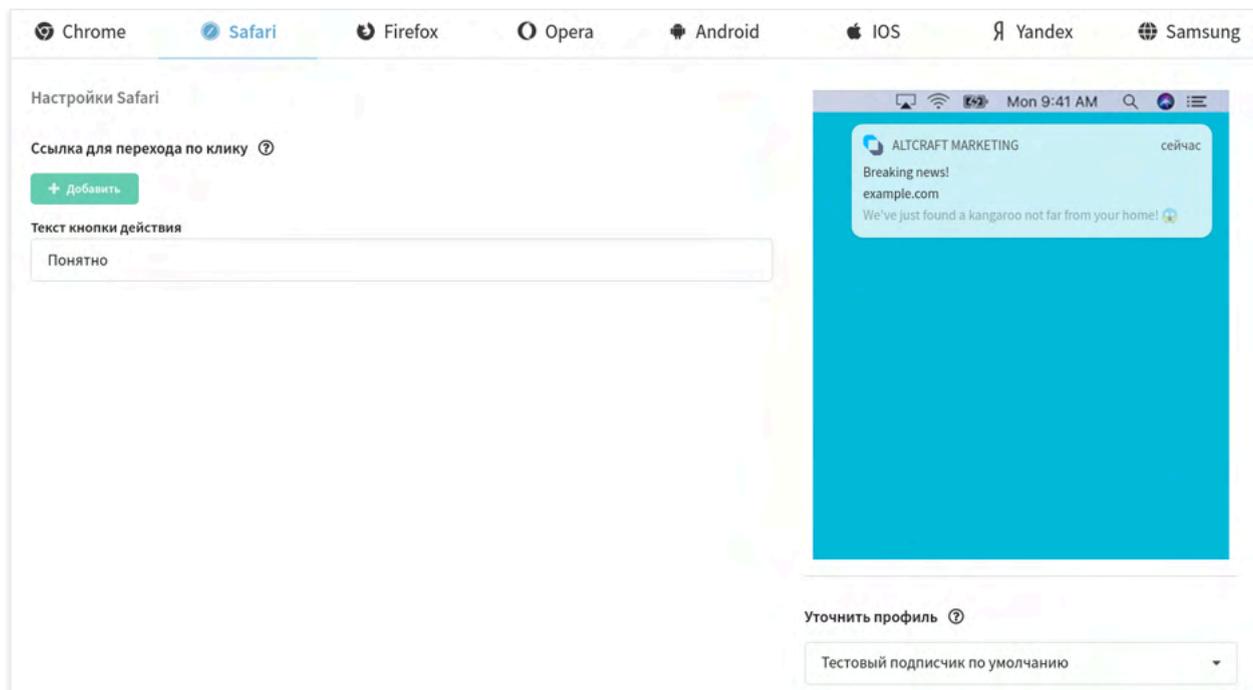
Уточнить профиль ⓘ

Тестовый подписчик по умолчанию

## Safari

Для этого браузера доступны следующие настройки:

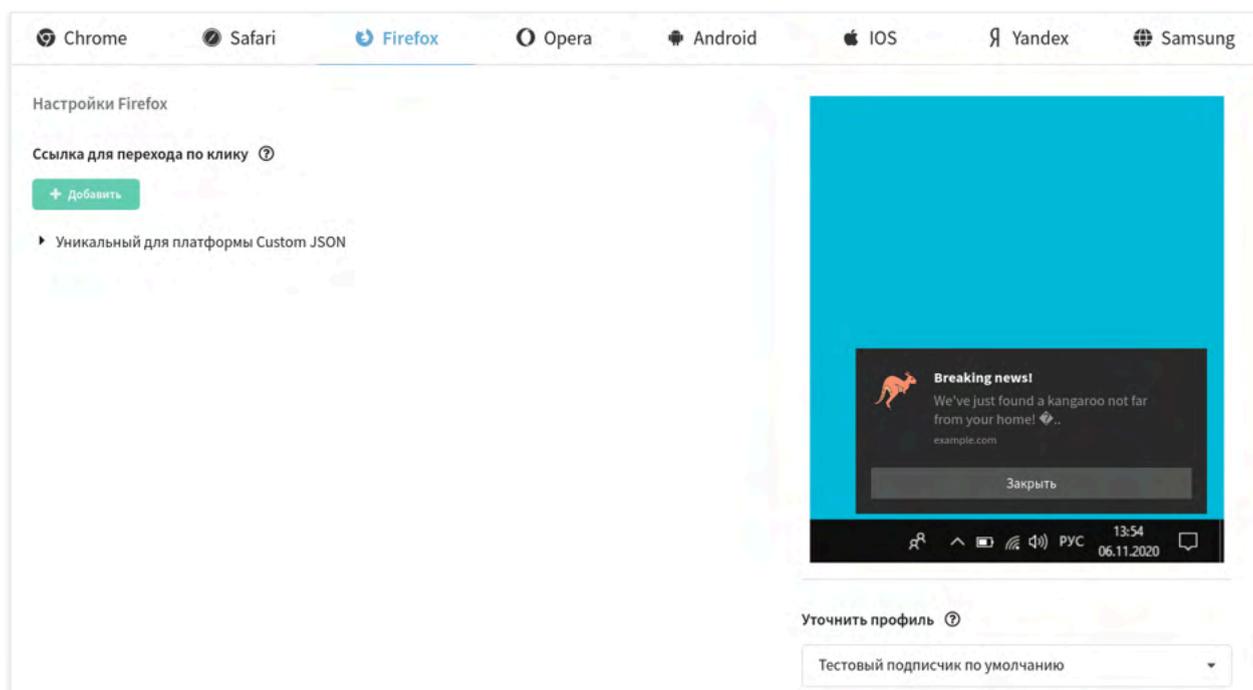
- Ссылка для переход по клику;
- Текст кнопки действия.
- TTL сообщения;
- Уникальный для платформы Custom JSON.



## Firefox

Для этого браузера доступны следующие настройки:

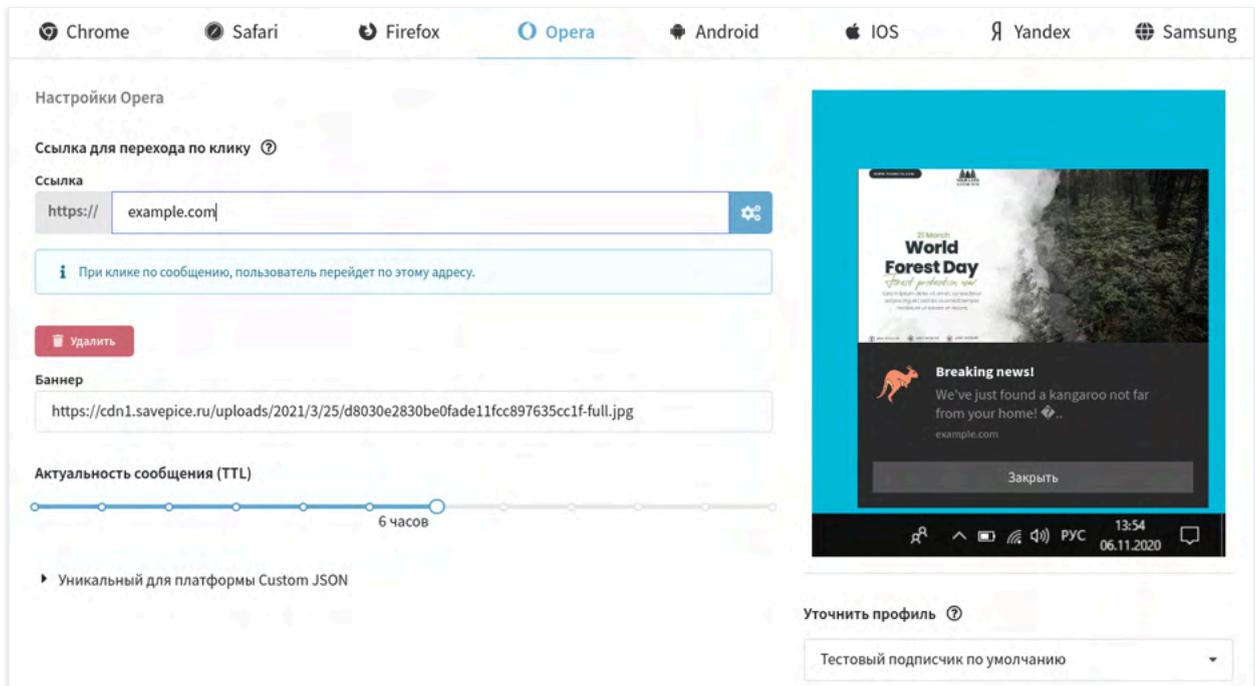
- Ссылка для переход по клику;
- TTL сообщения;
- Уникальный для платформы Custom JSON.



## Opera

Для этого браузера доступны следующие настройки:

- Ссылка для перехода по клику;
- Баннерное изображение;
- TTL сообщения;
- Уникальный для платформы Custom JSON.

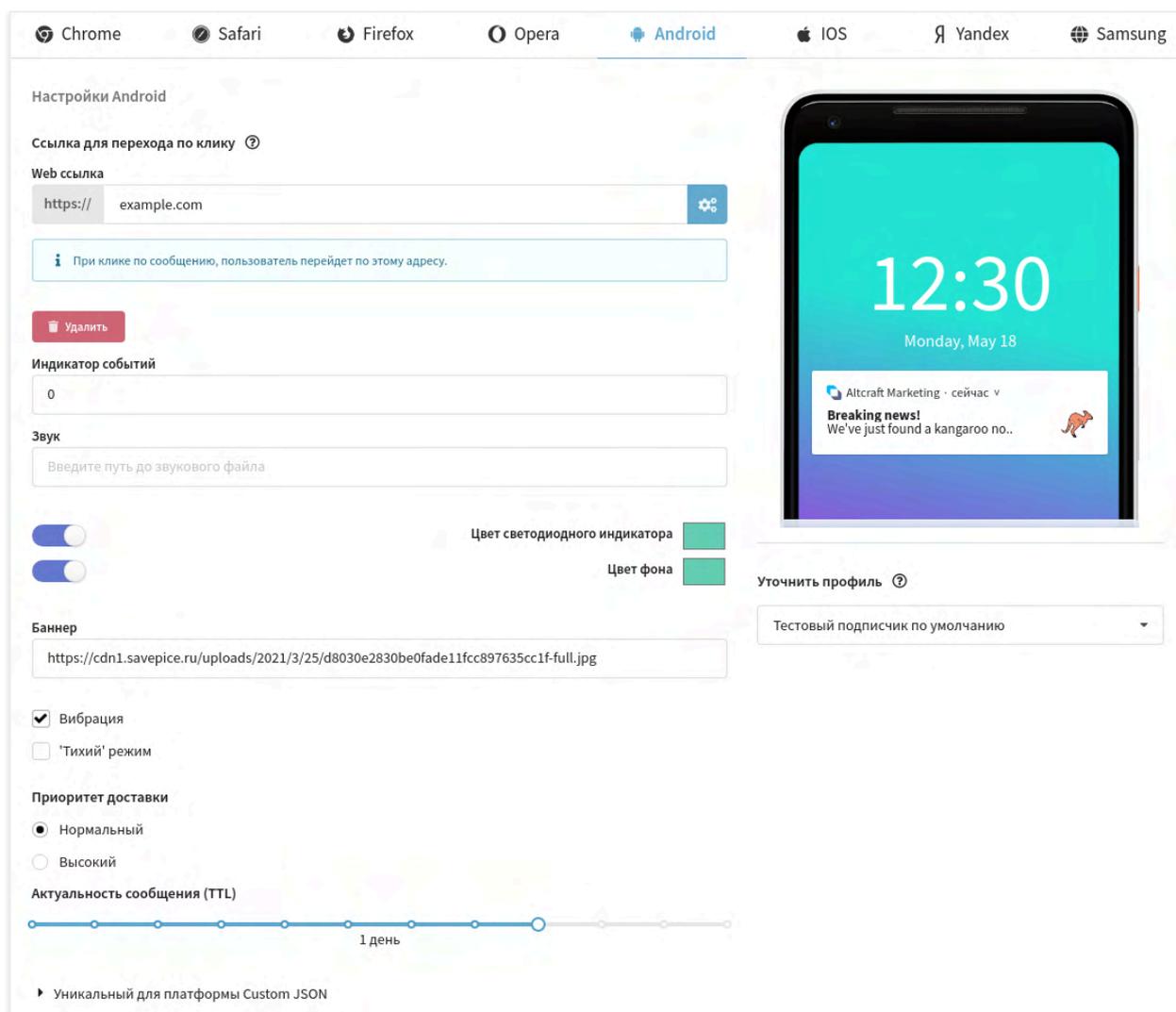


## Android

Для этой ОС доступны следующие настройки:

| Поле                                 | Значение  |
|--------------------------------------|---|
| <b>Ссылка для перехода по клику</b>  | Ссылка, по которой перейдет пользователь, когда кликнет по push сообщению                               |
| <b>Индикатор событий</b>             | Индикатор событий показывает пользователю количество необработанных уведомлений.                        |
| <b>Звук</b>                          | Путь до звукового файла, который был добавлен разработчиками приложения                                 |
| <b>Цвет светодиодного индикатора</b> | Цвет LED-индикатора, который будет загораться на устройстве пользователя при получении push-уведомления |

| Поле               | Значение  |
|--------------------|---|
| Цвет фона          | Фон push-уведомления  |
| Баннер             | Ссылка на изображение-баннер  |
| Вибрация           | При получении push-уведомления устройство пользователя помимо звука, будет воспроизводить вибрацию  |
| Тихий режим        | Push-уведомление будет отображаться на экране при разблокировке устройства, но при этом не будет воспроизводить звук и вибрацию, а также активировать индикатор событий.  |
| Приоритет доставки | <b>Нормальный:</b> доставка сообщений с таким приоритетом может быть отложена на неопределенное время для экономии заряда батареи.<br><b>Высокий:</b> push уведомление запускает приложение в фоновом режиме и сразу же получает доступ в Интернет. |



## iOS

Для этой ОС доступны следующие настройки:

| Поле                                | Значение  |
|-------------------------------------|---|
| <b>Ссылка для перехода по клику</b> | Ссылка, по которой перейдет пользователь, когда кликнет по push сообщению       |
| <b>Подзаголовок</b>                 | Специфичный для IOS подзаголовок  |
| <b>Индикатор событий :</b>          | Индикатор событий показывает пользователю количество необработанных уведомлений |
| <b>Звук</b>                         | Путь до звукового файла, который был добавлен разработчиками приложения         |

| Поле                         | Значение   |
|------------------------------|--|
| Баннер                       | Ссылка на изображение-банер  |
| 'Тихий' режим                | Push-уведомление будет отображаться на экране при разблокировке устройства, но при этом не будет воспроизводить звук и вибрацию, а также активировать индикатор событий.                             |
| Критическое PUSH-уведомление | Разрешить приложению воспроизводить критические звуки, игнорирующие режим «Не беспокоить» или беззвучный режим устройства. Для критических предупреждений требуется специальное разрешение от Apple. |

Настройки iOS

Ссылка для перехода по клику ⓘ

Ссылка  
https:// example.com

При клике по сообщению, пользователь перейдет по этому адресу.

Удалить

Подзаголовок  
You'd better know

Индикатор событий  
0

Звук  
Введите путь до звукового файла

Медиа-вложение  
Прикрепленное изображение

'Тихий' режим  
 Критическое PUSH-уведомление

Актуальность сообщения (TTL)  
1 неделя

Уточнить профиль ⓘ  
Тестовый подписчик по умолчанию

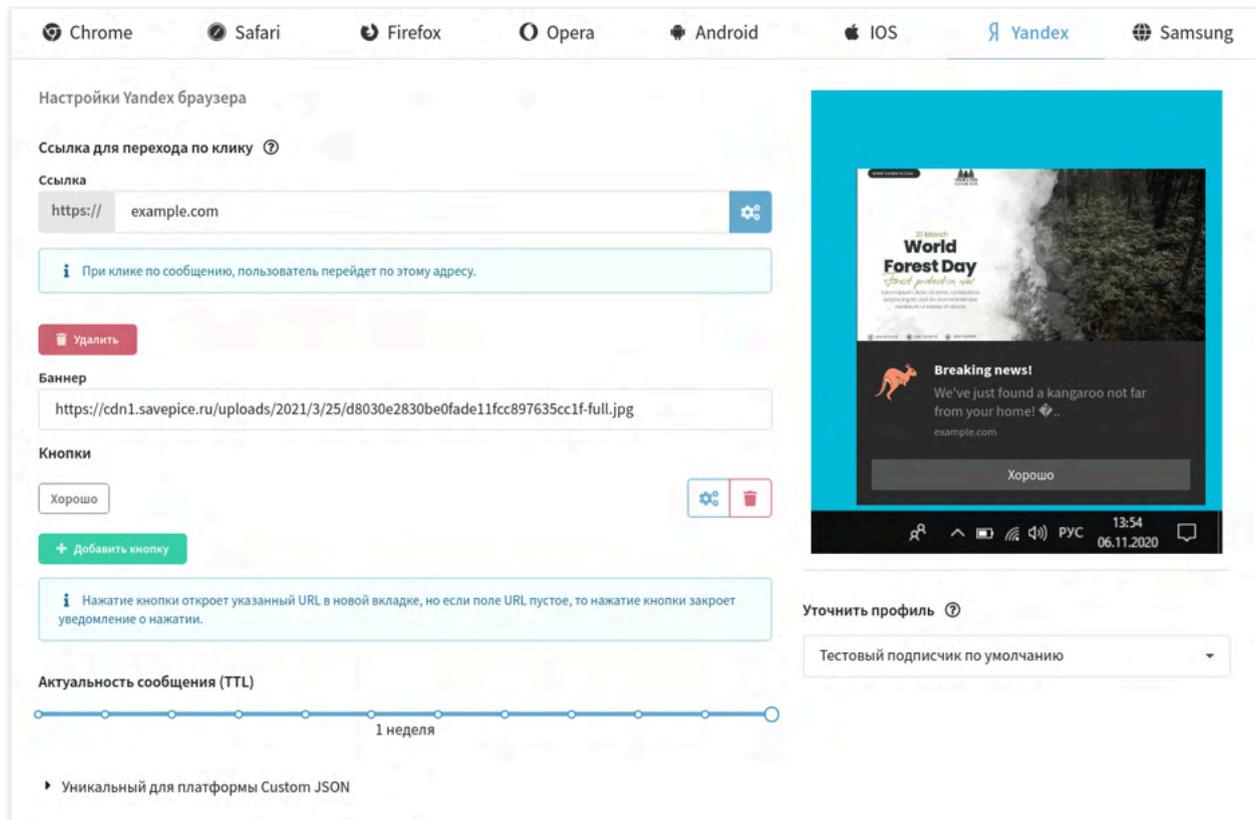
Уникальный для платформы Custom JSON

## Yandex

Для этого браузера доступны следующие настройки:

- **Ссылка для перехода по клику;**
- **Баннер:** укажите путь до изображения;
- **Кнопки** (не более 2-х).

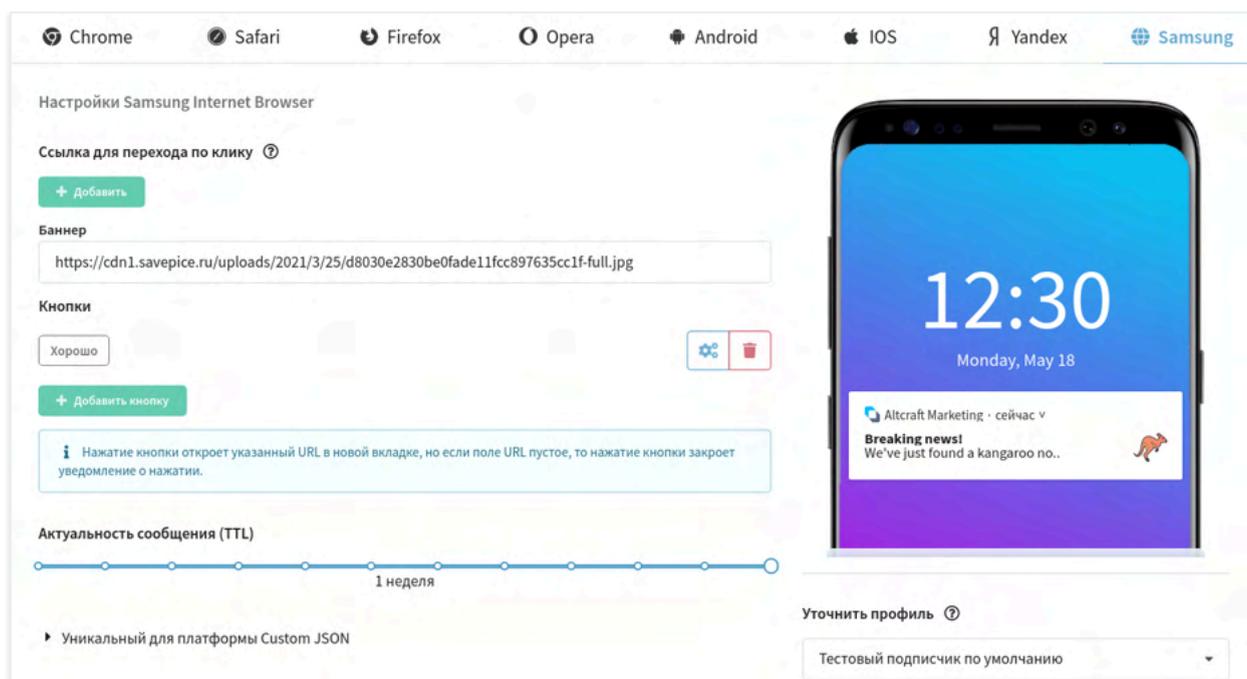
- TTL сообщения;
- Уникальный для платформы Custom JSON.



## Samsung

Для этого браузера доступны следующие настройки:

- Ссылка для перехода по клику;
- Баннер: укажите путь до изображения;
- Кнопки (не более 2-х);
- TTL сообщения;
- Уникальный для платформы Custom JSON.

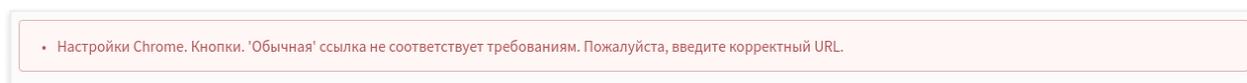


## Шаг 5. Сохраните шаблон

Как только вы настроите все необходимые параметры своего шаблона, сохраните его, нажав на кнопку **"Сохранить"** в правом верхнем углу экрана:



Если вы допустили какую-то ошибку при заполнении полей шаблона, она отобразится в верхней части экрана. Исправьте указанную ошибку и сохраните шаблон еще раз.



Теперь вы можете использовать этот шаблон для отправки Rich Push уведомлений. Подробнее о том, как это сделать, читайте здесь: [Web push: настройка и подключение](#).

# 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}    |

| Описание                     | Переменная                  |
|------------------------------|-----------------------------|
| 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}                 |
| <b>* Дополнительное поле</b> | <b>{lead.название_поля}</b> |

► 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}       |
| Список push-подписок          | {subscription.pushes}       |

| Описание                | Переменная  |
|-------------------------|---|
| MD5-хеш email-адреса    | <code>{subscription.email_md5}</code>   |
| MD5-хеш телефона        | <code>{subscription.phone_md5}</code>   |
| Hash подписки           | <code>{subscription.hash_id}</code>   |
| Кастомное поле подписки | <code>{subscription_field("channel" "field_name" resource_id)}</code><br>channel — строка с указанием на канал ("email")<br>field_name — имя поля для вставки ("domain")<br>resource — идентификатор ресурса (10) |

Функция `subscription_field` позволяет вставлять поля из подписок, независимо от того, какой канал используется в текущем сообщении. Например, если у профиля есть SMS подписка, вы можете подставить его телефон в email версию сообщения:

```
{subscription_field("sms" "phone")}
```

Если под условия подходят несколько подписок, выбирается подписка с самым высоким приоритетом.

Доступные поля для подстановки:

| Канал | Поле         | Описание                    |
|-------|--------------|-----------------------------|
| email | email        | Email-адрес подписки        |
|       | domain       | Домен email-адреса подписки |
|       | domain_group | Доменная группа             |
|       | md5          | MD5-хеш email-адреса        |
| sms   | phone        | Телефон подписки            |

|      |                 |                                       |
|------|-----------------|---------------------------------------|
|      | md5             | MD5-хеш телефона                      |
| push | subscription_id | Идентификатор push-подписки           |
|      | bundle_id       | Идентификатор приложения для iOS APNs |
|      | provider        | Push провайдер                        |

#### 💡 ПОДСКАЗКА

Аналогично в шаблон можно подставлять данные из подписок кастомных каналов. Поля кастомных каналов соответствуют sid полей, которые вы указываете при создании канала.

#### ► 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}
```

► Переменные даты и времени

| Описание                      | Переменная               | Пример  |
|-------------------------------|--------------------------|---|
| Форматированная дата          | <code>{format}</code>    | <code>{format datenow "%Y-%m-%D %H:%M:%S timezone, %I am"}</code><br>2018-12-25 18:56:10 +03:00, 6 pm |
| Неформатированная дата        | <code>{datenow}</code>   | 2018-12-25T18:56:10+0300  |
| Смещение даты                 | <code>{adddate()}</code> | <code>{adddate(datenow 0 0 3)}</code><br>2018-12-27T18:56:10+0300                                     |
| Полный год                    | <code>{yearlong}</code>  | 2018  |
| Год                           | <code>{year}</code>      | 18  |
| Месяц                         | <code>{month}</code>     | 12  |
| День                          | <code>{day}</code>       | 10  |
| Часы в 24-часовом формате     | <code>{hours}</code>     | 18  |
| Часы в 12-часовом формате     | <code>{hours12}</code>   | 06  |
| «До полудня», «После полудня» | <code>{ampm}</code>      | PM  |
| Минуты                        | <code>{minutes}</code>   | 56  |
| Секунды                       | <code>{seconds}</code>   | 10  |

► Дополнительные переменные

| Описание                                     | Переменная              |
|--|-------------------------|
| API контент                                  | {apicontent.field_name} |
| Имя отправителя SMS                          | {from_name_sms}         |
| Пиксель, чтобы зафиксировать открытие письма | {pixel}                 |
| Пиксель, чтобы зафиксировать чтение письма   | {read}                  |
| Идентификатор ресурса                        | {resid}                 |
| Пиксель, чтобы зафиксировать чтение письма   | {read}                  |
| Название базы данных                         | {listname}              |
| Идентификатор базы данных                    | {listid}                |
| Название сообщения                           | {msgname}               |
| Идентификатор сообщения                      | {msgid}                 |
| Тип сообщения                                | {msg_type}              |
| Отмена отправки сообщения                    | {cancel}                |
| Трекинг домен                                | {trkdomain}             |
| Название кампании                            | {campname}              |
| Идентификатор кампании                       | {campid}                |
| SUBID кампании                               | {subid}                 |
| Добавление в стоп-список                     | {suppress}              |
| URL-адрес менеджера подписок                 | {preferences}           |

| Описание                     | Переменная          |
|------------------------------|---------------------|
| URL-адрес отписки            | {unsubscribe}       |
| URL-адрес глобальной отписки | {globalunsubscribe} |

## 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:

Дата рождения 02.11.1998

Используется такая функция:

```
<p>Дата рождения {format lead._bdate "%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**.

### ⓘ К СВЕДЕНИЮ

Если в шаблоне используется контент из внешнего JSON ([переменная apicontent](#) или [динамический JSON контент](#)), платформа может преобразовать строки в формате **RFC 3339** в дату и время.

Пример форматирования:

| Режим        | Формат   |
|--------------|--|
| JSON         | <code>"date_time": "2023-02-21T11:10:35.141Z"</code>           |
| Шаблон       | <code>{format apicontent.date_time "%Y-%m-%d %H:%M:%S"}</code> |
| Предпросмотр | <code>2023-02-21 11:10:35</code>                               |

### ► 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

Шифрование переменных шаблона применяется когда необходимо передать данные вместе с кликом по URL на целевой сайт, но при этом данные не должны отражаться в журналах веб серверов или каким-то образом у пользователя. Например, в некоторых случаях данные предзаполнения форм достаточно закодировать в base58, чтобы на стороне сайта их раскодировать и подставить в форму.

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**.

```
{crypt(алгоритм поле ключ)}
```

Можно изменить кодировку или зашифровать данные по одному из этих алгоритмов:

- base58
- base64
- sha1
- sha256
- aes

- blowfish

Для sha1, sha256, aes и Blowfish необходимо указать **ключ**, который будет применяться на другой стороне для дешифровки значения.

Детали шифрования **AES** и **Blowfish**:

|                             | AES                   | Blowfish                    |
|-----------------------------|-----------------------|-----------------------------|
| <b>Вектор инициализации</b> | Первые 16 байт строки | Первые 8 байт строки        |
| <b>Режим шифрования</b>     | CFB (Cipher Feedback) | CBC (Cipher Block Chaining) |
| <b>Длина ключа</b>          | 128 бит — 16 символов | 64 бит — 8 символов         |
| <b>Padding</b>              | нулевой               | нулевой                     |

 ПОДСКАЗКА

Шифрование / дешифрование происходит через кодировку **Base64URL**.

Ниже приведены примеры синтаксиса для изменения кодировки и шифрования:

```
{crypt(base58 lead._fname)}  
{crypt(base64 lead._lname)}  
{crypt(sha256 lead.custom_field "encrypt_key")}  
{crypt(sha1 lead._city "encrypt_key")}  
{crypt(aes lead._fname "key1234567891234")}  
{crypt(blowfish lead._fname "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")}
```

Обратите внимание, что зашифрованные данные уже будут закодированы в base64.

#### ► Функции вывода

| Описание                  | Переменная | Пример  |
|---------------------------|------------|---|
| Форматирование            | format     | <code>{format 1000000000 ","}</code><br>1,000,000,000 |
| Длина переменной          | length     | <code>{length("abc")}</code><br>3                     |
| Массив значений           | array      | <code>{array[1 "2" 3.3]}</code><br>[1 2 3.3]          |
| Случайный элемент массива | randomize  | <code>{randomize(array[1 2 3])}</code><br>1           |
| Лимит массива             | limit      | <code>{limit(array[1 2 3] 2)}</code><br>[1 2]         |
| Чётность числа            | iseven     | <code>{iseven(2)}</code> => true                      |

| Описание                         | Переменная     | Пример   |
|----------------------------------|----------------|--|
|                                  |                | <code>{iseven(3)}</code> => false  |
| Кодирование URL-адреса           | urlencode      | <code>{urlencode(lead._regurl)}</code><br>http:%2F%2Ftest.testdomain.com%2Fsomething<br>Используется для кодирования недопустимых символов в URL параметрах. |
| Декодирование URL-адреса         | urldecode      | <code>{urldecode(lead._regurl)}</code><br><a href="http://test.testdomain.com/something">http://test.testdomain.com/something</a>                            |
| Верхний регистр                  | uppercase      | <code>{uppercase("text")}</code><br>TEXT   |
| Первый символ в верхнем регистре | uppercasefirst | <code>{uppercasefirst("john")}</code><br>John  |

## Логические выражения

### ⓘ К СВЕДЕНИЮ

Использование логических выражений [описано в отдельной статье](#). Для составления простого условия используется:

```
{if lead.age gte 18}
    Если 18 или старше.
{else}
    Если младше 18.
{end}
```

## Циклы

❗ К СВЕДЕНИЮ

Использование циклов описаны в [соответствующей статье](#).

## Внешний JSON

❗ К СВЕДЕНИЮ

Описано в статье "[Использование JSON контента в сообщениях](#)".

## Переменные маркета

❗ К СВЕДЕНИЮ

Описано в статье "[Использование переменных маркета в сообщениях](#)".

## Фрагменты

❗ К СВЕДЕНИЮ

Использование фрагментов описано в [этой статье](#).

Для вызова фрагмента используйте `{fragment.<короткое_имя_фрагмента>}`.

Для вызова случайного фрагмента из диапазона:

`{randomfragment[fragment.name1 fragment.name2 fragment.name3]}`.

# Функционал JSONPath

## ⓘ К СВЕДЕНИЮ

Язык запросов JSONPath позволяет быстро и просто обращаться к json-объектам внутри внешнего контента.

Путь к переменной указывается в виде `{jsonpath(json.<корневой_объект> "<путь_к_объекту>" "<формат_вывода>")}`.

Использование функционала JSONPath подробно описано в [этой статье](#).

# Использование логических выражений в сообщениях

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.

**Нашим лучшим клиентам скидка 42%** или **Спецпредложение! Скидка 20% со второй покупки!**

Вместо того, чтобы делать разные сообщения, можно использовать два условия:

1. Сначала проверяется, есть ли у подписчика поле `"best_buy_type"` и является ли он клиентом нужного магазина. Если нет, то он получает обычное предложение.
2. Затем проверяется значение в этом поле — совершал ли он хоть раз дорогую покупку.

```
<!-- Если в профиле подписчика есть поля "shop_name" и "best_buy_type" -->
-->
{if lead.shop_name and lead.best_buy_type}

    {if lead.shop_name equal "my_shop"}

        <!-- Если подписчик покупал "premium" товары -->
        {if lead.best_buy_type contains "premium"}
            <p>Нашим лучшим клиентам скидка 42%.</p>

        <!-- Если он покупал что-то другое -->
    {else}
```

```
        <p>Спецпредложение! Скидка 20% со второй покупки!</p>
    {end}

    <!-- Если подписчик является клиентом другого магазина-->
    {else}
    <p>Спецпредложение! Скидка 20% со второй покупки!</p>
    {end}

<!-- На случай, когда поля в профиле не оказываются -->
{else}
    <p>Спецпредложение! Скидка 20% со второй покупки!</p>
{end}
```

## Примеры использования

### Условия

#### ▶ Простое условие

---

```
{if "par1"}
    if true
{else}
    if false
{end}
```

#### ▶ Комплексное условие

---

Пример 1:

```
{if "par1" in array["par1" "par2"] and ( 5 equal length("par 3")
or false )}
    if true
{else}
```

```
        if false
    {end}
```

Пример 2 с `apicontent`:

```
{if apicontent.field_1 not_equal apicontent.field_2 and (
  apicontent.field_1 or apicontent.field_2 )}
    if true
{else}
    if false
{end}
```

Пример 3:

```
{if crypt("md5" lead._fname "salt") like
  "123b003aa39d110d1333b37af9889e10" and crypt("base58"
  lead.lottery_id) like json.crypted_winner}
    if true
{else}
    if false
{end}
```

Пример 4:

```
{if iseven(lead.count) and iseven(lead.count2) equal false}
    if true
{else}
    if false
{end}
```

## Циклы

► Простой цикл

---

```
{for array[1 "2" 3.3]}
  {.
```

```
{else}
    if empty array
{end}
```

## Соответствие значения

### ▶ Равно

---

```
{if "par1" equal "par2"}
    if true
{else}
    if false
{end}
```

### ▶ Не равно

---

```
{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}
```

► Строка не содержит (не учитывается регистр)

---

```
{if "par1" not_contains "par2"}
    if true
{else}
    if false
{end}
```

## Сравнение чисел и дат

► Больше числа/даты

---

```
{if 0 gt 1}
    if true
{else}
    if false
{end}
```

► Больше или равно числа/даты

---

```
{if 0 gte 1}
    if true
{else}
    if false
{end}
```

► Меньше числа/даты

---

```
{if 0 lt 1}
    if true
{else}
    if false
{end}
```

► Меньше или равно числа/даты

---

```
{if 0 lte 1}
    if true
{else}
    if false
{end}
```

## Массивы и поля с тегами

### ▶ Элемент в массиве

---

```
{if "par1" in array["par1" "par2"]}
  if true
{else}
  if false
{end}
```

### ▶ Элемент в поле тэгов

---

```
{if "tag1" in lead.TagsField}
  if true
{else}
  if false
{end}
```

### ▶ Элемент не в массиве

---

```
{if "par1" not_in array["par1" "par2"]}
  if true
{else}
  if false
{end}
```

### ▶ Элемент не в поле тэгов

---

```
{if "tag1" not_in lead.TagsField}
  if true
{else}
  if false
{end}
```

► Все элементы первого массива

---

```
{if array["par1" "par2"] all_in array["par1" "par2"]}
  if true
{else}
  if false
{end}
```

► Не все элементы первого массива

---

```
{if array["par1" "par2"] not_all_in array["par1" "par2"]}
  if true
{else}
  if false
{end}
```

► Хотя бы одно совпадение в массивах

---

```
{if array["par1" "par2"] any_of array["par1" "par2"]}
  if true
{else}
  if false
{end}
```

▶ Нет совпадений в массивах

---

```
{if array["par1" "par2"] not_any_of array["par1" "par2"]}
  if true
{else}
  if false
{end}
```

## Даты

▶ Равен дню

---

```
{if "2006-01-01" day_equal "1"}
  if true
{else}
  if false
{end}
```

▶ Равен месяцу

---

```
{if "2006-01-01" month_equal "1"}
  if true
{else}
  if false
{end}
```

▶ Равен году

---

```
{if "2006-01-01" year_equal "2006"}
  if true
{else}
  if false
{end}
```

► Равен месяцу и году

---

```
{if "2006-01-01" yearmonth_equal "2006-01"}
  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}.

Если в качестве переменной в шаблон вставляются дополнительные поля профиля, то поля типа "Массив объектов" и "Тег" (список строк) тоже могут использоваться в циклах.

Также возможно использовать вложенные циклы.

## Пример переменных

```
{
  "Addresses": [
    "улица Баркляя, дом 444, корпус 24",
    "улица Суворова, дом 555, корпус 25"
  ],
  "Information": {
    "LJ": [
      {"name": "Optimyss X1", "price": "$10"},
      {"name": "Optimyss X2", "price": "$20"}
    ],
    "Samsung": [
      {"name": "Galaktiko 17", "price": "$50"}
    ]
  }
}
```

## Пример циклов

```
<h5>Наши новинки:</h5>
```

```

<!-- Цикл по элементам объекта -->
{for $vendor $models = json.Information}
  <p>{$vendor}</p>

  <ol>
    <!-- Вложенный цикл -->
    {for $index $model = $models}

      <!-- Обращение к элементам по ключу -->
      <li>{$model.name} {$model.price}</li>

    {else}
      <p>Empty array!</p>
    {end}
  </ol>

{else}
  <p>Empty array!</p>
{end}

<h5>Адреса:</h5>
<ol>
<!-- Простой цикл по списку строк -->
{for $index $address = json.Addresses}
  <li>{$address}</li>
{else}
  <p>Empty array!</p>
{end}
</ol>

```

## Результат

```

<h5>Новинки:</h5>

<!-- Цикл по элементам объекта -->
<p>LJ<p>
<ol>
  <!-- Вложенный цикл, Обращение к элементам по ключу -->
  <li>Optimyss X1 $10</li>
  <li>Optimyss X2 $20</li>&gt;

```

```
<ol>

<!-- Цикл по элементам объекта -->
<p>Samsyng</p>
<ol>
  <!-- Вложенный цикл, Обращение к элементам по ключу -->
  <li>Galaktiko 17 $50</li>
</ol>

<h5>Адреса:</h5>
<ol>
  <!-- Простой цикл по списку строк -->
  <li>улица Баркляя, дом 444, корпус 24</li>
  <li>улица Суворова, дом 555, корпус 25</li>
</ol>
```

# Использование переменных маркета в сообщениях

## Переменные

В маркете доступны четыре переменные:

- `products` — функция выбирает [продукты](#).

```
{products("<filter>" 10 "manufacturer_name" "desc")}
```

- `sku` — функция выбирает [SKU](#).

```
{sku("<filter>" 10 "manufacturer_name" "desc")}
```

- `orders` — функция выбирает [заказы](#) из списка заказов профиля.

```
{orders("<filter>" 10 "status" "asc")}
```

- `order` — функция выбирает один заказ из списка заказов профиля.

```
{order("<filter>")}
```

## Аргументы функции

```
("<filter>" 10 "manufacturer_name" "desc")
```

| Аргумент                      | Обязательный | Описание   |
|-------------------------------|--------------|--|
| <code>"&lt;filter&gt;"</code> | Да           | Фильтр — это строка условий. Позволяет выбрать продукты, SKU, заказы или позиции |

| Аргумент            | Обязательный | Описание   |
|---------------------|--------------|--|
|                     |              | <p>заказов, соответствующие заданным условиям.</p> <p>Например, можно выбрать продукты одного производителя или заказы, превышающие конкретную сумму.</p> <p>Подробную информацию смотрите ниже.</p> |
| 10                  | Да           | <p>Лимит. Сколько элементов массива необходимо перебрать. Максимальное значение — 30.</p> <p>Например, если указать значение 10, то фильтр выберет первые десять элементов из массива.</p>           |
| "manufacturer_name" | Нет          | <p>Сортировка объектов по указанному полю.</p> <p>По умолчанию — без сортировки.</p>   |
| "desc"              | Нет          | <p>Направление сортировки.</p> <p><b>asc</b> — по возрастанию (сортировка по умолчанию)</p> <p><b>desc</b> — по убыванию</p>   |

## Фильтр

Фильтр состоит из полей и операторов. Поля есть у каждого объекта в маркете. Например, у продуктов и SKU есть поле `name` (наименование товара), а у заказов есть поле `total_price` (общая стоимость заказа). В фильтре вы указываете поле и значение, которому оно должно соответствовать. Если поле объекта соответствует значению, то этот объект будет выбран и его данные можно будет подставить в шаблон.

### Пример фильтра

Добавим в шаблон переменную "Заказы":

```
{orders (("order.total_price == '1000 RUB') &&  
(order.custom_fields.field == 'lead._region')" 10 "id"  
"desc")}
```

Выделенная часть переменной является фильтром. Разберем его по частям:

- `order.total_price == '1000 RUB'` — условие выберет все заказы, стоимость которых равна 1000 рублей.
- `order.custom_fields.field == 'lead._region'` — условие выберет заказы с дополнительным полем `"field"`. Вместо `"field"` можно указать любое дополнительное (пользовательское) поле. Указанное равенство означает то, что значение поля `"field"` должно совпадать со значением региона в профиле клиента (`"lead._region"`).
- Оператор `&&` указывает на то, что оба условия должны быть выполнены.
- Число 10 означает количество выводимых объектов, `"id"` указывает на поле фильтрации, а `"desc"` — на сортировку по убыванию.

Ниже приведены поля и операторы, доступные в фильтре.

## Операторы и функции в фильтре

| Оператор | Описание         | Пример   | Что будет выбрано                               |
|----------|------------------|--|---|
| >        | больше           | <code>order.delivery_cost &gt; '300 RUB'</code>  | Заказы со стоимостью доставки больше 300 рублей |
| >=       | больше или равно | <code>order.delivery_cost &gt;= '300 RUB'</code> | Заказы со стоимостью                            |

| Оператор   | Описание  | Пример  | Что будет выбрано                                       |
|--|---|---|---|
|  |   |   | доставки 300 рублей или больше                          |
| <  | меньше  | <code>sku.count &lt; '10'</code>  | SKU, которых осталось меньше 10 штук для продажи        |
| <=   | меньше или равно  | <code>sku.count &lt;= '10'</code>   | Количество SKU для продажи равно 10 или больше          |
| ==   | равно   | <code>order.status == '1'</code>  | Заказы со статусом "новый"                              |
| !=   | не равно  | <code>product.manufacturer_name != 'Apple'</code>   | Продукты, производителем которых не является Apple      |
| &&   | И (оба условия соответствуют)   | <code>product.manufacturer_name == 'Apple' &amp;&amp; product.price &lt; '200 USD'</code> | Продукты производителя Apple со стоимостью больше \$200 |
|  | ИЛИ (одно из условий соответствует)   | <code>sku.manufacturer_name == 'MSI'    sku.manufacturer_name == 'Acer'</code>            | SKU с производителем MSI или Acer                       |
| <code>in('&lt;field_name&gt;', 'value1', 'value2' ... 'valueN')</code>       | Значение поля (<field_name>) совпадает с одним из указанных значений ('value1', 'value2')       | <code>in(product.external_id, '1', '2', '3')</code>                                       | Продукты с идентификатором равным 1, 2 или 3            |
| <code>contains('&lt;field_name&gt;', 'value1', 'value2' ... 'valueN')</code> | Один из элементов массива совпадает с одним из указанных значений.<br><br><field_name> — массив | <code>contains(product.categories, 'smartphone')</code>                                   | Продукты с категорией "smartphone"                      |

| Оператор | Описание  | Пример | Что будет выбрано |
|----------|---|--------|-------------------|
|          | <p>'value1',<br/>'value2' — значения, совпадение с которыми проверяется.</p> <p>Используется, если поле является массивом, т.е. содержит несколько элементов (например: категории, изображения, дополнительные поля).</p> |        |                   |

## Список доступных полей в фильтрах

### Продукты

Префикс — `product.`

| Поле                                   | Описание                                    |
|--|---|
| <code>product.external_id</code>       | Идентификатор продукта                      |
| <code>product.name</code>              | Название продукта                           |
| <code>product.manufacturer_name</code> | Название производителя                      |
| <code>product.url</code>               | URL страницы продукта на сайте магазина     |
| <code>product.pictures</code>          | URL-ссылка на картинку продукта             |
| <code>product.count</code>             | Количество продуктов, доступное для продажи |

| Поле  | Описание   |
|---|--|
| <code>product.is_available</code>                           | Есть ли продукт в наличии у магазина   |
| <code>product.delivery</code>                               | Возможность курьерской доставки (по всем регионам, в которые доставляет магазин) |
| <code>product.barcode</code>                                | Список штрихкодов продукта от производителя                                      |
| <code>product.categories</code>                             | Идентификатор категории продукта   |
| <code>product.custom_fields.&lt;external_id поля&gt;</code> | Идентификатор дополнительного поля   |

## SKU

Префикс — `sku.`

| Поле                               | Описание   |
|------------------------------------|--|
| <code>sku.external_id</code>       | Идентификатор SKU                                    |
| <code>sku.name</code>              | Название SKU   |
| <code>sku.manufacturer_name</code> | Название производителя                               |
| <code>sku.url</code>               | URL страницы SKU на сайте магазина                   |
| <code>sku.pictures</code>          | URL-ссылка на картинку SKU                           |
| <code>sku.count</code>             | Количество SKU, доступное для продажи                |
| <code>sku.is_available</code>      | Есть ли SKU в наличии у магазина                     |
| <code>sku.delivery</code>          | Возможность курьерской доставки (по всем регионам, в |

| Поле  | Описание                               |
|---|--|
|   | которые доставляет магазин)            |
| <code>sku.barcode</code>                                | Список штрихкодов SKU от производителя |
| <code>sku.categories</code>                             | Идентификатор категории SKU            |
| <code>sku.custom_fields.&lt;external_id поля&gt;</code> | Идентификатор дополнительного поля     |

## Заказы

Префикс — `order.`

| Поле  | Описание  |
|---|---|
| <code>order.external_id</code>                            | Идентификатор заказа  |
| <code>order.status</code>                                 | Идентификатор статуса заказа<br><br>1 — новый<br>2 — доставлен<br>3 — оплачен<br>4 — отменен<br>5 — частичный возврат |
| <code>order.delivery_cost</code>                          | Стоимость доставки  |
| <code>order.total_price</code>                            | Общая стоимость заказа.<br><br>Складывается из суммы каждой позиции в заказе и стоимости доставки.                    |
| <code>order.custom_fields.&lt;external_id поля&gt;</code> | Идентификатор дополнительного поля  |
| <code>order.real_create_time</code>                       | Время создание заказа   |
| <code>order.real_update_time</code>                       | Время обновления заказа   |
| <code>order.region_external_id</code>                     | Идентификатор региона   |

# Как использовать переменные маркета

Любая переменная в маркете представляет собой массив. Например, переменная `products` будет содержать массив всех продуктов, загруженных в платформу, а переменная `orders` — массив заказов одного профиля. Чтобы перебрать массив, воспользуйтесь [ЦИКЛОМ С ПЕРЕМЕННЫМИ](#).

## Перебор массива продуктов (products)

Выводит в письме 5 продуктов от Apple:

```
Возможно, Вам будут интересны эти товары:  
{for $index $el = products("product.manufacturer_name ==  
'Apple'" 5 "external_id" "desc")}  
{$el.name} - {$el.price}  
{else}  
if empty array  
{end}
```

7 самых дешевых смартфонов:

```
Лучшие цены на смартфоны для Вас и Ваших близких:  
{for $index $el = products("product.categories ==  
'smartphone'" 7 "price" "asc")}  
{$el.name} - {$el.price}  
{else}  
if empty array  
{end}
```

Товары с доставкой:

```
Доставим до двери:  
{for $index $el = products("product.delivery == true" 10  
"name" "desc")}  
{$el.name} - {$el.price}  
{else}
```

```
if empty array
{end}
```

## Перебор массива SKU (sku)

Смартфоны до 20000:

```
Смартфоны, которые Вам понравятся:
{for $index $el = sku("contains(sku.categories,'smartphone')
&& sku.price < '20000 RUB'" 3 "price" "asc")}
{$el.name} - {$el.price}
{else}
if empty array
{end}
```

iPhone с объемом памяти больше 128 ГБ:

```
Памяти хватит на всё:
{for $index $el = sku("contains(sku.name,'iPhone') &&
sku.custom_fields.memory >= '128'" 10 "name" "desc")}
{$el.name} - {$el.price}
{else}
if empty array
{end}
```

## Перебор массива всех заказов (orders)

Заказы, прибывшие в пункт выдачи:

```
Заказы ждут Вас в пункте выдачи:
{for $index $el = orders("order.status == '2'" 10
"external_id" "desc")}
Заказ № {$el.external_id}
К оплате: {$el.total_price}
{else}
if empty array
{end}
```

Список новых заказов:

```
Новые заказы за последнюю неделю:  
{for $index $el = orders("order.status == '1'" 20  
"external_id" "desc")}  
Заказ № {$el.external_id}  
К оплате: {$el.total_price}  
{else}  
if empty array  
{end}
```

## Перебор позиций в заказе с id = '0001' (order + lines)

```
{for $index $el = order("order.external_id == '0001'")}  
  {if $index equal "lines"}  
    {for $i $line = $el}  
      Название позиции: {$line.name}  
      Цена позиции: {$line.final_price_of_line}  
    {end}  
  {end}  
  
  {if $index equal "delivery_cost"}  
    Стоимость доставки: {$el}  
  {end}  
  {if $index equal "total_price"}  
    К оплате: {$el}  
  {end}  
  
{else}  
if empty array  
{end}
```

## Список доступных полей для подстановки в шаблон

## Продукты и SKU (products/ sku)

| Поле для подстановки                     | Описание   |
|--|--|
| external_id                              | Идентификатор товара   |
| name                                     | Название товара  |
| manufacturer_name                        | Наименование производителя   |
| url                                      | URL страницы товара на сайте магазина  |
| pictures                                 | Список URL-ссылок на изображения товара (массив)   |
| count                                    | Количество товаров, доступное для продажи  |
| is_available                             | Есть ли товар в наличии у магазина   |
| delivery                                 | Возможность курьерской доставки (по всем регионам, в которые доставляет магазин)   |
| barcode                                  | Список штрихкодов продукта от производителя (массив)   |
| categories                               | Список идентификаторов категорий товара (массив)   |
| custom_fields.<external_id поля>         | Идентификатор дополнительного поля   |
| regional_data.<region_external_id>.count | <p>Количество товаров, доступное для продажи в указанном регионе.</p> <p><code>regional_data</code> — это данные о продукте, которые могут различаться в зависимости от региона (в формате массива).</p> <p><code>&lt;region_external_id&gt;</code> — идентификатор региона.</p> |

| Поле для подстановки                             | Описание  |
|--|---|
| regional_data.<br><region_external_id>.delivery  | Возможность курьерской доставки по указанному региону |
| regional_data.<br><region_external_id>.available | Есть ли товар в наличии в указанном регионе           |
| regional_data.<br><region_external_id>.price     | Цена товара в указанном регионе                       |

## Заказы (orders)

| Поле для подстановки             | Описание  |
|----------------------------------|---|
| external_id                      | Идентификатор заказа  |
| status                           | Идентификатор статуса заказа  |
| delivery_cost                    | Стоимость доставки  |
| total_price                      | Общая стоимость заказа. Складывается из суммы каждой позиции в заказе и стоимости доставки. |
| custom_fields.<external_id поля> | Идентификатор дополнительного поля  |
| create_time                      | Время создание заказа   |
| update_time                      | Время обновления заказа   |
| region.external_id               | Идентификатор региона   |
| lines                            | Позиции заказа (массив). Только для функции <code>order</code> .                            |

## Позиции заказа (lines)

| Поле для подстановки             | Описание   |
|----------------------------------|--|
| id                               | Идентификатор позиции  |
| external_id                      | Дополнительный идентификатор позиции                                   |
| custom_status_external_id        | Идентификатор статуса позиции заказа                                   |
| base_price_per_item              | Базовая цена   |
| final_price_of_line              | Конечная цена  |
| count                            | Количество товара в позиции  |
| custom_fields.<external_id поля> | Идентификатор дополнительного поля в позиции заказа                    |
| product_external_id              | Идентификатор продукта в позиции                                       |
| name                             | Название позиции   |
| manufacturer_name                | Наименование производителя товара, указанного в позиции                |
| url                              | URL страницы товара, указанного в позиции, на сайте магазина           |
| pictures                         | Список URL-ссылок на изображения товара, указанного в позиции (массив) |
| available                        | Есть ли товар, указанный в позиции, в наличии у магазина               |
| delivery                         | Возможность курьерской доставки позиции заказа                         |
| barcodes                         | Список штрихкодов товара, указанного в позиции (массив)                |
| categories                       | Список идентификаторов категорий товара, указанного в позиции (массив) |

| Поле для подстановки             | Описание                           |
|----------------------------------|------------------------------------|
|                                  |                                    |
| custom_fields.<external_id поля> | Дополнительные поля позиции заказа |

# Использование функционала JSONPath

Платформа Altcraft поддерживает функционал языка запросов **JSONPath** при работе с JSON-контентом. Синтаксис JSONPath позволяет быстро и просто выбирать объекты внутри кода и использовать их в шаблонах сообщений. Его можно использовать при работе с **API-контентом** и с **внешним JSON-контентом**.

API-контент позволяет менять содержание триггерного сообщения при каждой отправке. Необходимую переменную можно указать в триггерном API-запросе. Подробнее о том, как запускать триггерные кампании и как работать с API-контентом в сообщениях, можно узнать [здесь](#).

Для подключения внешнего JSON, перейдите в раздел "Опции" во время создания или редактирования шаблона и укажите ссылку на источник динамического JSON-контента. Платформа самостоятельно определит поля внешнего JSON-файла. Более подробную информацию об использовании JSON при работе с шаблонами сообщений вы можете найти [здесь](#).

## Аргументы функции

Переменная JSONPath на платформе Altcraft указывается в следующем виде:

```
{jsonpath(json.<корневой_объект> "<путь_к_объекту>" "<формат вывода>")}
```

| Аргумент        | Описание  |
|-----------------|---|
| Корневой объект | Обращение к JSON-объекту, в котором находится нужный параметр или объект  |
| Путь к объекту  | Путь к искомому объекту; может состоять из разделённых точками сегментов, логических операторов, фильтров или функций   |
| Формат вывода   | Конечная переменная может быть представлена в двух вариантах: <b>item</b> (объект) или <b>array</b> (массив).<br><br><b>Item</b> выведет первый найденный по запросу результат, а если результата нет, то вернёт пустую строку. |

| Аргумент | Описание   |
|----------|--|
|          | <code>Array</code> возвращает массив всех найденных результатов. Этот режим всегда выводит результат в виде массива, даже если результат один или отсутствует. |

## Примеры использования

Рассмотрим примеры использования JSONPath. Предположим, что мы имеем JSON-файл со следующим содержанием:

```
{
  "store": {
    "book": [
      {
        "category": "справочная литература",
        "author": "Найджел Риз",
        "title": "Высказывания Века",
        "price": 8.95,
        "images": ["AbeLincoln.png", "Churchill.jpg", "Thatcher.png"]
      },
      {
        "category": "художественная литература",
        "author": "Ивлин Во",
        "title": "Меч почёта",
        "price": 12.99,
        "images": ["MenAtArms.png", "Gentlemen.jpg", "Officers.png"]
      },
      {
        "category": "художественная литература",
        "author": "Герман Мелвилл",
        "title": "Моби Дик",
        "isbn": "0-553-21311-3",
        "price": 8.99,
        "images": ["Ahab.png", "Ishmael.jpg", "whale.png"]
      },
      {
        "category": "художественная литература",
        "author": "Дж.Р.Р. Толкин",
        "title": "Властелин Колец",

```

```
        "isbn": "0-395-19395-8",
        "price": 22.99
    }
]
}
}
```

Благодаря функционалу JSONPath небольшое выражение может вернуть **массив**, содержащий всех авторов книг:

```
{jsonpath(json.store "$.book[*].author" "array")}
```

Другая функция вернёт **один объект** — автора первой книги:

```
{jsonpath(json.store "$.book[*].author" "item")}
```

Можно построить выражение посложнее, например, для того, чтобы узнать название книги, цена которой выше 10, мы составим следующий код:

```
{jsonpath(json.store "$.book[?(@.price > 10)].title" "item")}
```

Чтобы узнать среднее арифметическое значение цены всех книг, используем такую функцию:

```
{jsonpath(json.store "$.book[*].price.avg()" "item")}
```

Переменные JSONPath также могут работать в циклах:

```
{for $index $imgs = jsonpath(json.store "$.book[*].images" "array")}
  <li>{$imgs}</li>
{else}
  <p>Empty array!</p>
{end}
```

Полный функционал JSONPath в платформе Altcraft Marketing указан в таблице ниже:

| Аргумент | Описание | Пример использования | Результат |
|----------|----------|----------------------|-----------|
|----------|----------|----------------------|-----------|

|   |                            |   |   |
|---|----------------------------|---|---|
| \$  | Корневой элемент           | <code>{jsonpath(json.store "\$.book[0].title" "item")}</code>   | Высказывания Века                                       |
| @   | Текущий элемент            | <code>{jsonpath(json.store "\$.book[?(@.price &gt; 10)].title" "item")}</code>                        | Меч почёта  |
| ..  | Рекурсивный спуск          | <code>{jsonpath(json.store "\$..title" "array")}</code>   | [Высказывания Века Меч почёта Моби Дик Властелин Колец] |
| *   | Соответствие всем объектам | <code>{jsonPath(json.store "\$.book[*].price" "array")}</code>  | [8.95 12.99 8.99 22.99]                                 |
| ?()                                       | Фильтр                     | <code>{jsonpath(json.store "\$.book[?(@.category == 'справочная литература')].title" "item")}</code>  | Высказывания Века                                       |
| <b>Логический оператор для фильтрации</b> | <b>Описание</b>            | <b>Пример использования</b>   | <b>Результат</b>  |
| ==  | Равно                      | <code>{jsonpath(json.store "\$.book[?(@.category == 'справочная литература')].title" "item")}</code>  | Высказывания Века                                       |
| !=  | Не равно                   | <code>{jsonpath(json.store "\$.book[?(@.category != 'справочная литература')].title" "array")}</code> | [Меч почёта Моби Дик Властелин Колец]                   |
| <   | Меньше                     | <code>{jsonpath(json.store "\$.book[?(@.price &lt; 10)].title" "array")}</code>                       | [Высказывания Века Моби Дик]                            |

| >       | Больше                              | <code>{jsonpath(json.store "\$.book[?(@.price &gt; 10)].title" "array")}</code>     | [Меч почёта Властелин Колец]            |
|---------|-------------------------------------|---|---|
| <=      | Меньше или равно                    | <code>{jsonpath(json.store "\$.book[?(@.price &gt;= 12.99)].title" "array")}</code> | [Меч почёта Властелин Колец]            |
| >=      | Больше или равно                    | <code>{jsonpath(json.store "\$.book[?(@.price &lt;= 12.99)].title" "array")}</code> | [Высказывания Века Меч почёта Моби Дик] |
| Функция | Описание                            | Пример использования  | Результат                               |
| max     | Максимальное значение в массиве     | <code>{jsonPath(json.store "\$.book[*].price.max()" "item")}</code>                 | 22.99                                   |
| min     | Минимальное значение в массиве      | <code>{jsonPath(json.store "\$.book[*].price.min()" "item")}</code>                 | 8.95                                    |
| first   | Первый элемент массива              | <code>{jsonPath(json.store "\$.book[*].title.first()" "item")}</code>               | Высказывания Века                       |
| last    | Последний элемент массива           | <code>{jsonPath(json.store "\$.book[*].title.last()" "item")}</code>                | Властелин Колец                         |
| sum     | Сумма чисел в массиве               | <code>{jsonPath(json.store "\$.book[*].price.sum()" "item")}</code>                 | 53.92                                   |
| avg     | Среднее значение из чисел в массиве | <code>{jsonPath(json.store "\$.book[*].price.avg()" "item")}</code>                 | 13.48                                   |
| length  | Количество элементов в массиве      | <code>{jsonPath(json.store "\$.book.length()" "item")}</code>                       | 4                                       |

# Динамический контент сообщений



Использование API контента в сообщениях



Использование HTML контента в сообщениях



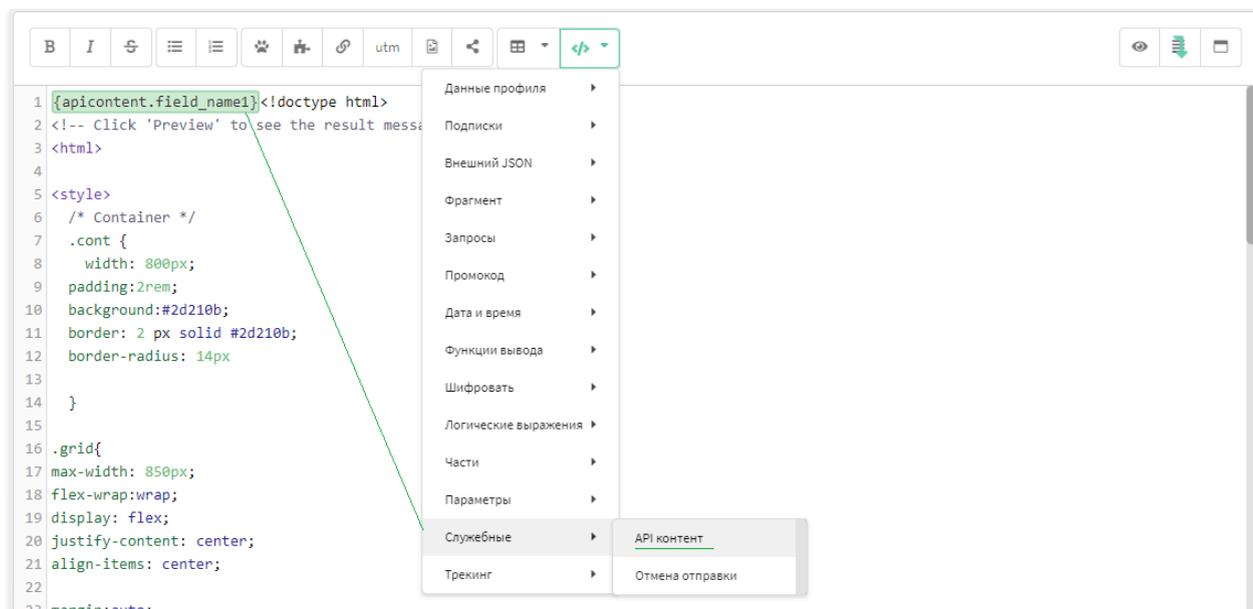
Использование JSON контента в сообщениях



Использование контента из SQL базы данных в сообщениях

# 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.



С помощью `apicontent` одно сообщение может автоматически персонализироваться под каждого клиента. В `apicontent` можно передать информацию о совершенных операциях, покупках, истории клиента, т.д. Данная информация передается в виде JSON-объекта.

Пример того, как может выглядеть объект для `apicontent`:

```
{
  "product_id": 11,
  "product_name": "Графический дизайн: курс для начинающих",
  "product_price": 1000
}
```

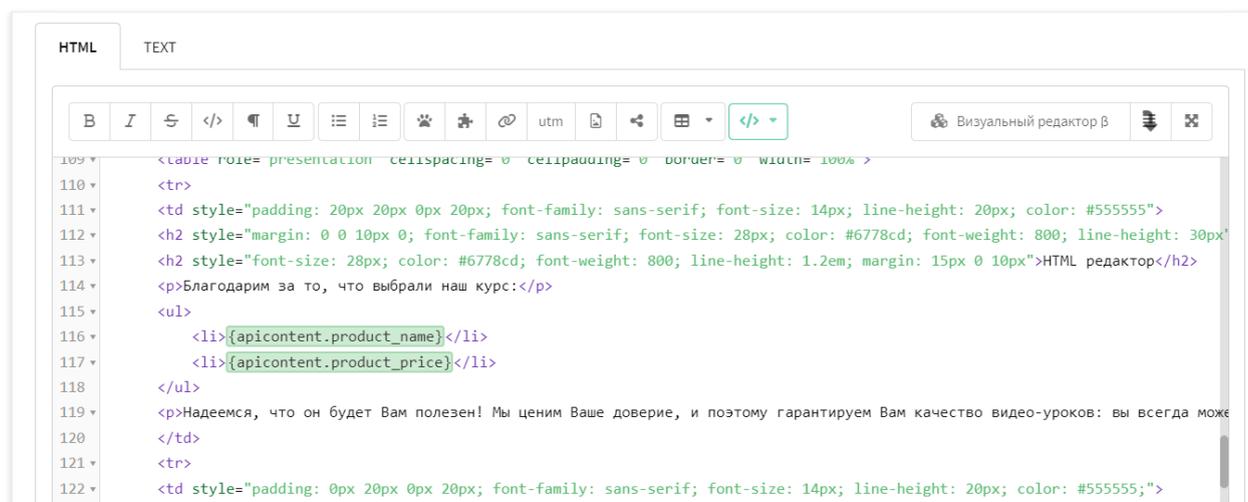
# Способы передачи API контента в платформу

## Через API-запрос

Данные в переменную `apicontent` можно передать, запустив триггерную кампанию или сценарий с помощью API-запроса. В запросе необходимые данные передаются в поле `content`. Ниже приведен список запросов, в которых доступно поле `content`:

- [Запуск триггерной кампании](#)
- [Импорт профиля + Отправка триггера](#)
- [Массовая отправка триггера](#)
- [Массовый импорт профилей + отправка триггера](#)
- [Отправить профиль клиента в сценарий](#)
- [Одновременный импорт и запуск профиля в сценарий](#)
- [Массовый импорт и запуск профилей в сценарий](#)

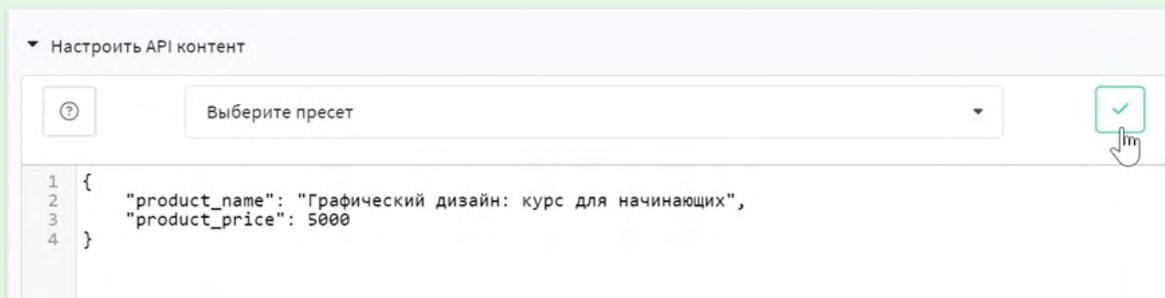
Далее эти данные можно подставить в шаблон с помощью переменной `apicontent`:



```
109 <table role="presentation" cellspacing="0" cellpadding="0" border="0" width="100%">
110 <tr>
111 <td style="padding: 20px 20px 0px 20px; font-family: sans-serif; font-size: 14px; line-height: 20px; color: #555555">
112 <h2 style="margin: 0 0 10px 0; font-family: sans-serif; font-size: 28px; color: #6778cd; font-weight: 800; line-height: 30px">
113 <h2 style="font-size: 28px; color: #6778cd; font-weight: 800; line-height: 1.2em; margin: 15px 0 10px">HTML редактор</h2>
114 <p>Благодарим за то, что выбрали наш курс:</p>
115 <ul>
116 <li>{apicontent.product_name}</li>
117 <li>{apicontent.product_price}</li>
118 </ul>
119 <p>Надеемся, что он будет Вам полезен! Мы ценим Ваше доверие, и поэтому гарантируем Вам качество видео-уроков: вы всегда може
120 </td>
121 <tr>
122 <td style="padding: 0px 20px 0px 20px; font-family: sans-serif; font-size: 14px; line-height: 20px; color: #555555;">
```

## 💡 ПОДСКАЗКА

Предпросмотр сообщения с `apicontent` доступен только после настройки раздела **"Настроить API контент"**. Для этого перейдите в раздел предпросмотра и вставьте объект, содержащий `apicontent`, в редактор. Нажмите на галочку, чтобы применить изменения.



## Через элемент "API Запрос" в сценарии

В элементе сценария **"API Запрос"** вы можете получить данные из внешнего источника с помощью запроса и сохранить http-ответ в переменную `apicontent`. Информация из запроса в дальнейшем может использоваться в сценарии.

О том, как настроить элемент "API Запрос", можно прочитать [здесь](#).

Выберите тип запроса и вставьте ссылку на сервис, который будет возвращать JSON-объект:

**API Запрос**

Название элемента: \*

API Запрос

Авторизация

Тип авторизации:

Без авторизации

Настройки запроса

Тип запроса: GET

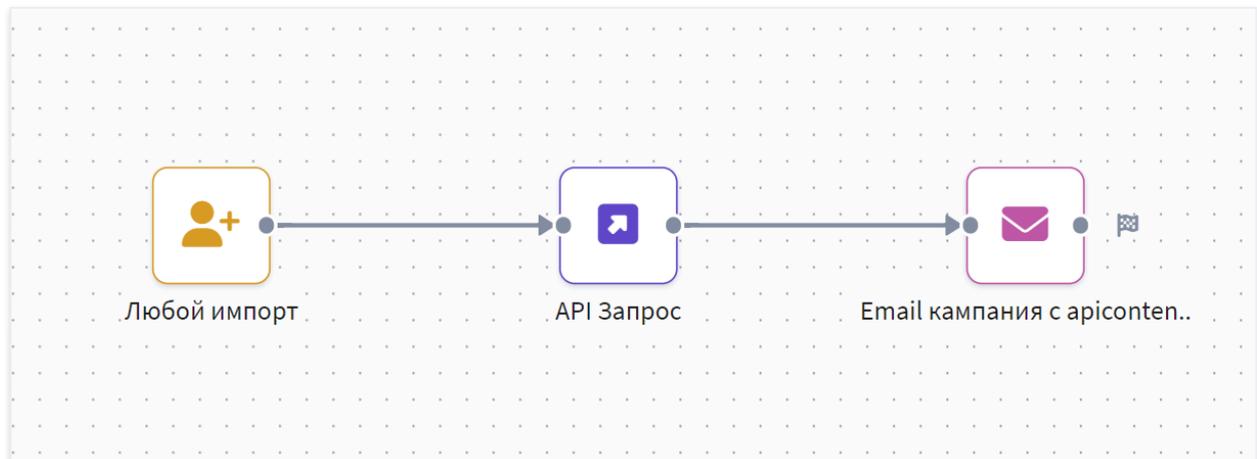
URL: \* https://example.com/products

Нажмите на переключатель **"Сохранить http-ответ в поле `apicontent`"** и введите название поля, в которое будут записаны данные из внешнего источника:

Сохранить http-ответ в поле {apicontent}

Закреть Применить

После этого вы сможете использовать данные из `apicontent` в других элементах сценария. Например, вы можете добавить в цепочку элемент **"Email-кампания"** и выбрать шаблон с переменной `apicontent`.



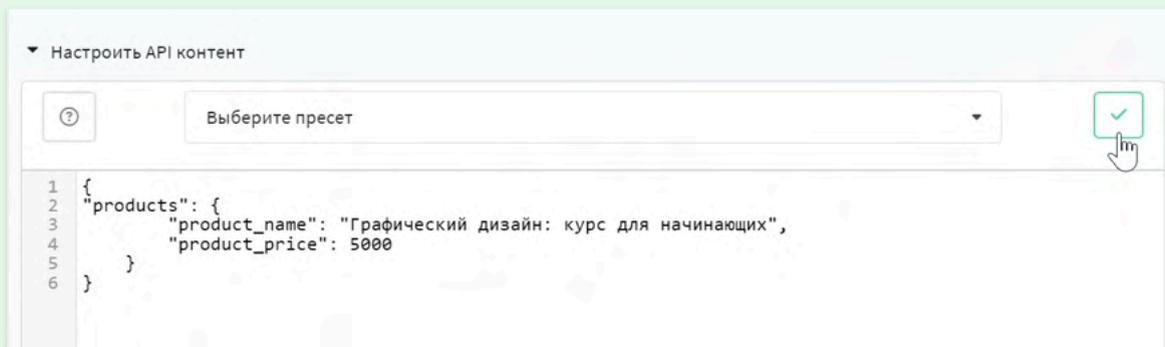
Обратите внимание, что в данном случае данные записываются в поле `products`, поэтому путь к данным в шаблоне немного изменится:

```

HTML TEXT
B I S </> ¶ U ☰ ☷ 🐾 🛠️ 🔗 utm 📄 ⬅️ 🏠 </>
Визуальный редактор β
106 <table align="center" role="presentation" cellspacing="0" cellpadding="0" border="0" width="100%" style="margin: auto">
107 <tr>
108 <td style="background-color: #ffffff;">
109 <table role="presentation" cellspacing="0" cellpadding="0" border="0" width="100%">
110 <tr>
111 <td style="padding: 20px 20px 0px 20px; font-family: sans-serif; font-size: 14px; line-height: 20px; color: #555555">
112 <h2 style="margin: 0 0 10px 0; font-family: sans-serif; font-size: 28px; color: #6778cd; font-weight: 800; line-height: 30px">Здра
113 <h2 style="font-size: 28px; color: #6778cd; font-weight: 800; line-height: 1.2em; margin: 15px 0 10px">Спасибо за регистрацию!</h2>
114 <p>Благодарим за то, что выбрали наш курс:</p>
115 <ul>
116 <li>{apicontent.products.product_name}</li>
117 <li>{apicontent.products.product_price}</li>
118 </ul>
119 </td>
120 <tr>
121 <td style="padding: 0px 20px 0px 20px; font-family: sans-serif; font-size: 14px; line-height: 20px; color: #555555">
122 <h2 style="font-size: 15px; color: #6778cd; font-weight: 800; line-height: 1.2em; margin: 15px 0 10px">Мы ценим Ваше доверие, и по
123 <p>Спасибо и всего наилучшего!</p>
124 </td>
125 </tr>
126 </table>
  
```

### 💡 ПОДСКАЗКА

Предпросмотр сообщения с `apicontent` доступен только после настройки раздела **"Настроить API контент"**. Для этого перейдите в раздел предпросмотра и вставьте объект, содержащий `apicontent`, в редактор. Нажмите на галочку, чтобы применить изменения.



## Использование цикла в шаблоне с `apicontent`

В переменную `apicontent` можно передавать JSON-объект, содержащий массив. Пример:

```
{
  "products": [
    {
      "product_id": 11,
      "product_name": "Графический дизайн: курс для начинающих",
      "product_price": 1000
    },
    {
      "product_id": 12,
      "product_name": "Веб-дизайн: продвинутый курс",
      "product_price": 2000
    }
  ]
}
```

Чтобы подставить данные из массива в шаблон, вам необходимо перебрать массив. Для этого воспользуйтесь [циклом с переменными](#).

```
{for $index $el = apicontent.products}
<div>
  <p>Курс: {$el.product_name}</p>
  <p>Стоимость: {$el.product_price}</p>
</div>
{else}
  if empty array
{end}
```

Этот код подставит в письмо следующие данные:

### Предпросмотр для сообщения New powerful template

Каналы:

Email </>Email Текст

Тема сообщения: ❤ Шаблон сообщения

Курс: Графический дизайн: курс для начинающих

Стоимость: 1000

Курс: Веб-дизайн: продвинутый курс

Стоимость: 2000

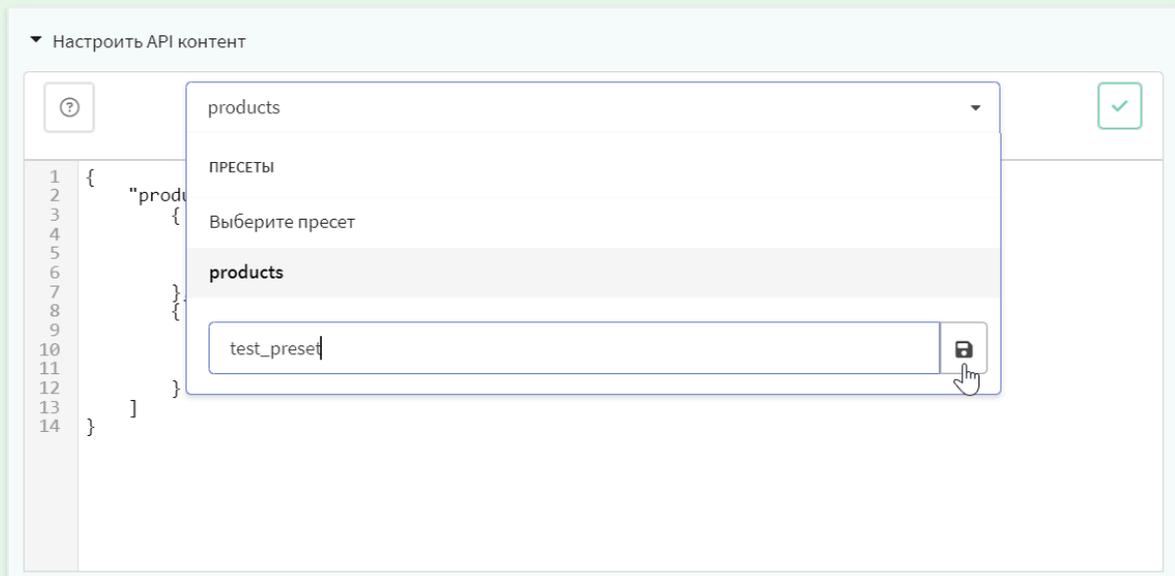
▼ Настроить API контент

Выберите пресет ✓

```
1 {
2   "products": [
3     {
4       "product_id": 11,
5       "product_name": "Графический дизайн: курс для начинающих",
6       "product_price": 1000
7     },
8     {
9       "product_id": 12,
10      "product_name": "Веб-дизайн: продвинутый курс",
11      "product_price": 2000
12    }
13  ]
14 }
15 }
```

## 💡 ПОДСКАЗКА

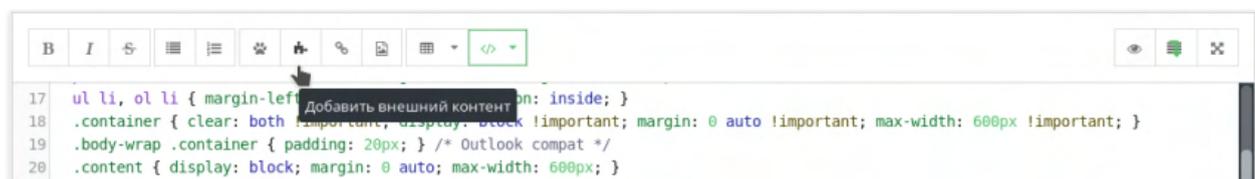
Если вы регулярно используете один и тот же JSON-объект в переменной, то вы можете **сохранить его как пресет** и в дальнейшем выбирать этот пресет в окне предпросмотра:



# 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 получат 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 на 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}`

```
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

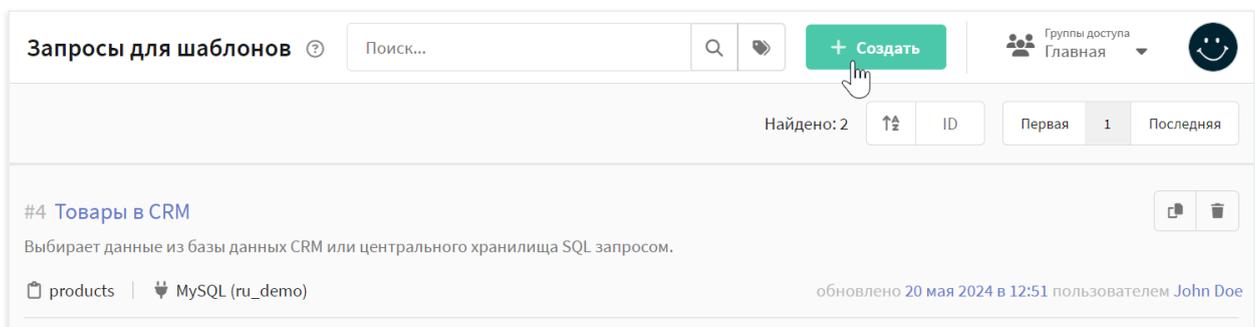
В шаблонах сообщений можно использовать динамический контент из внешних таблиц данных, хранящихся на **MySQL, PostgreSQL, MSSQL, Oracle** и **ClickHouse** серверах. Для этого администратору платформы необходимо в Административной панели Altcraft [создать коннектор к внешней базе данных](#).

### ПОДСКАЗКА

Если вы пользуетесь **облачным решением** — передайте данные для подключения к базе данных нашей службе поддержки: [team@altcraft.com](mailto:team@altcraft.com).

## Создание запроса к внешней таблице данных

Для создания запроса перейдите на вкладку **Данные** → **Запросы для шаблонов** и создайте запрос.



Запросы для шаблонов    [+ Создать](#)  Группы доступа Главная 

Найдено: 2  ID Первая 1 Последняя

#4 **Товары в CRM**  

Выбирает данные из базы данных CRM или центрального хранилища SQL запросом.

 products |  MySQL (ru\_demo) обновлено 20 мая 2024 в 12:51 пользователем John Doe

В основных настройках укажите **название** запроса и **короткое имя** для использования в редакторе шаблонов. При необходимости можно добавить **описание**, установить **группы** для ограничения доступа других пользователей к запросу и прикрепить **теги** для быстрого поиска.

Запросы для шаблонов > Редактировать ✓ Применить Сохранить × Группы доступа Главная 

## Товары в CRM

Основные настройки

Имя запроса: \*

Короткое имя: \*

Установить группу:  Теги: Online store ×

Описание запроса:

После этого выберите в выпадающем меню подходящий **коннектор** к базе данных и введите тело запроса.

Настройки запроса

Коннектор:

Тело запроса ↻ 👁

```
1 select * from products
```

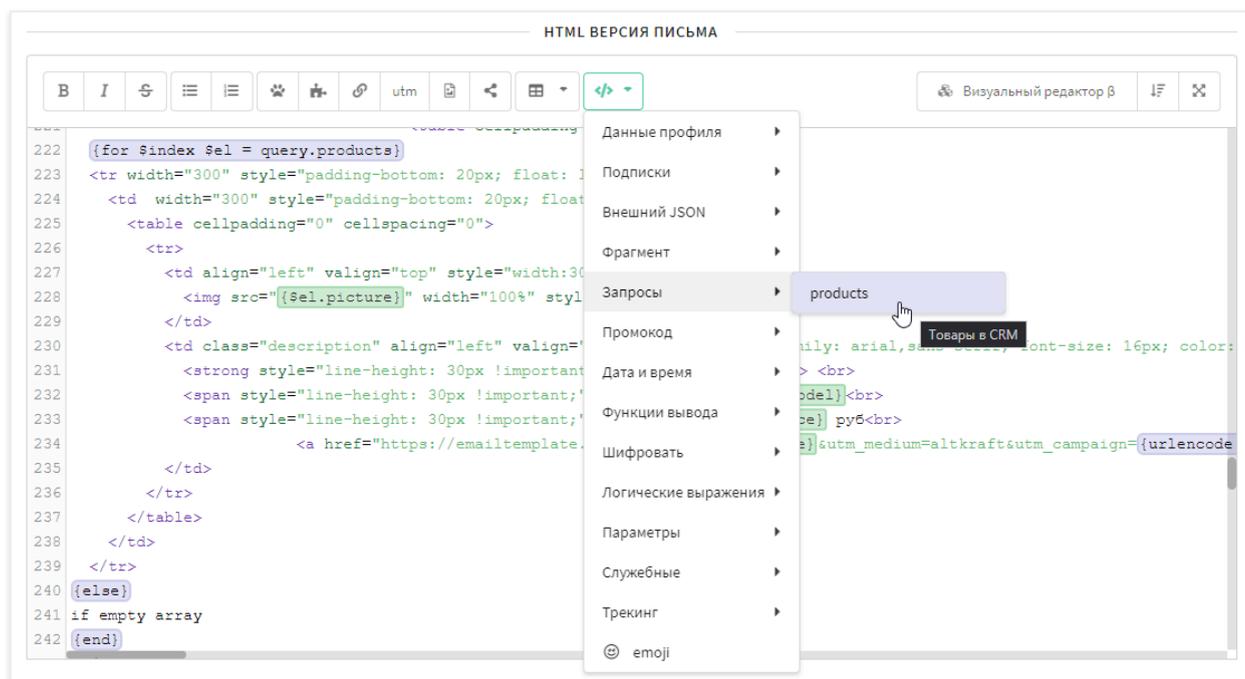
- Дополнительное поле
- Profile ID
- XXM Hash
- XXH
- MDS
- Данные профиля
- Дата и время
- Функции вывода
- Шифровать
- Логические выражения

### ПОДСКАЗКА

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;">{$el.type}
</strong> <br />
        <span style="line-height: 30px !important;">Модель: </span>
{$el.model}<br />
        <span style="line-height: 30px !important;">Цена: </span>
{$el.price} руб<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"
            >В корзину!</a>
        >
    </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!



# Визуальный редактор для Email сообщений

Визуальный редактор поможет вам легко создать шаблон для Email рассылки с нуля или отредактировать любой HTML шаблон, загруженный в платформу. Вы в любой момент можете переключаться между профессиональным HTML редактором и блочным визуальным редактором.

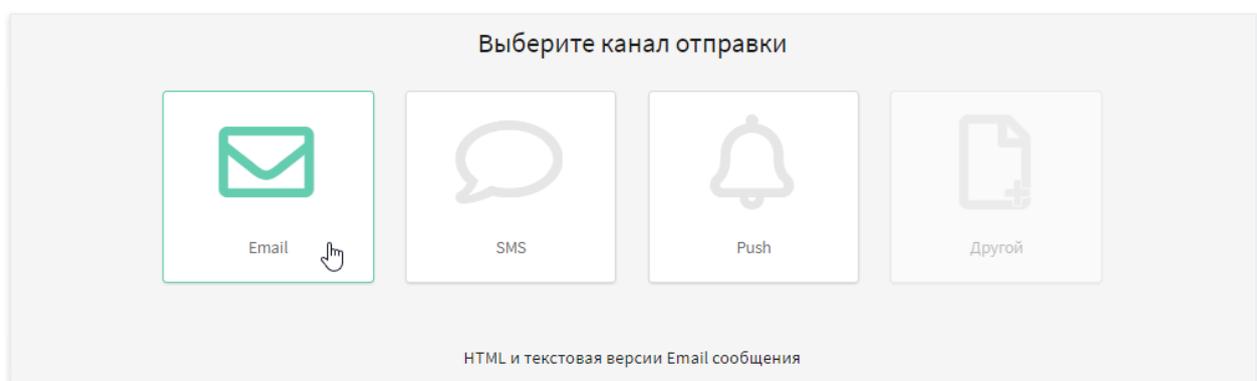
## 💡 ПОДСКАЗКА

[Здесь](#) вы найдёте руководство по созданию первой Email рассылки.

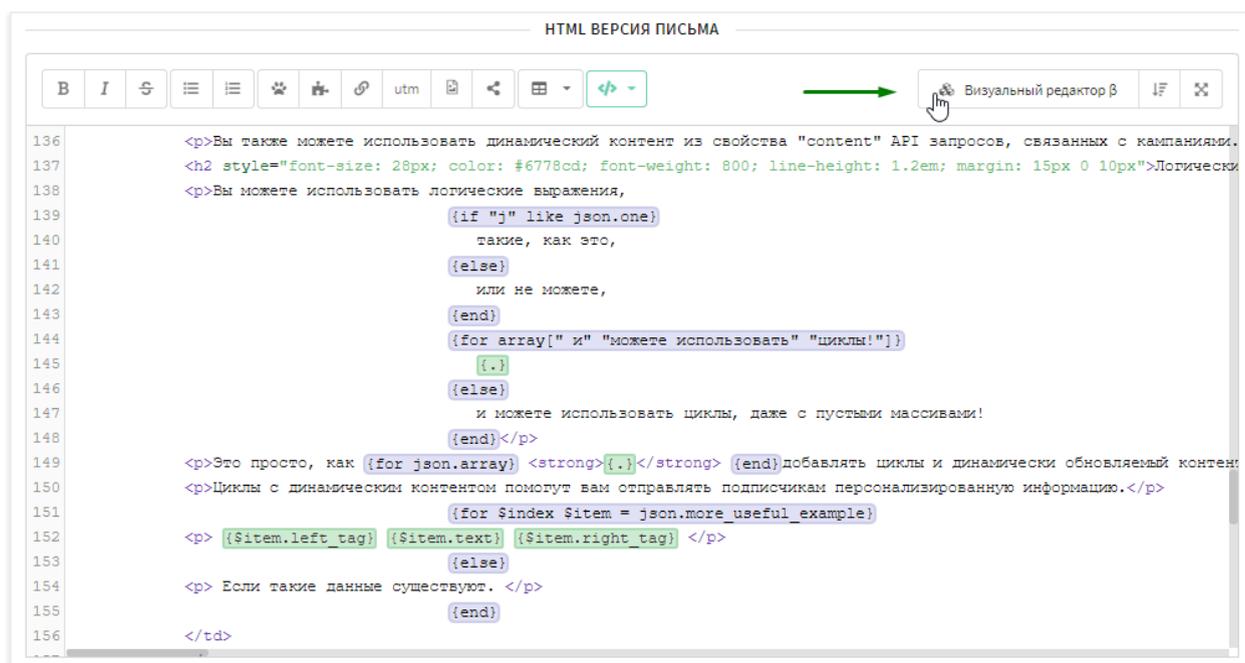
Работа с шаблонами сообщений подробно описана в [этой статье](#).

## Как начать работать в визуальном редакторе?

В главном меню откройте раздел **Шаблоны** и создайте новый шаблон сообщения. В качестве основного контента шаблона выберите Email версию. Вы также можете добавить контент для Email канала в любой существующий шаблон сообщения.



В панели инструментов HTML редактора, а именно в ее правой части, нажмите кнопку **Визуальный редактор**:



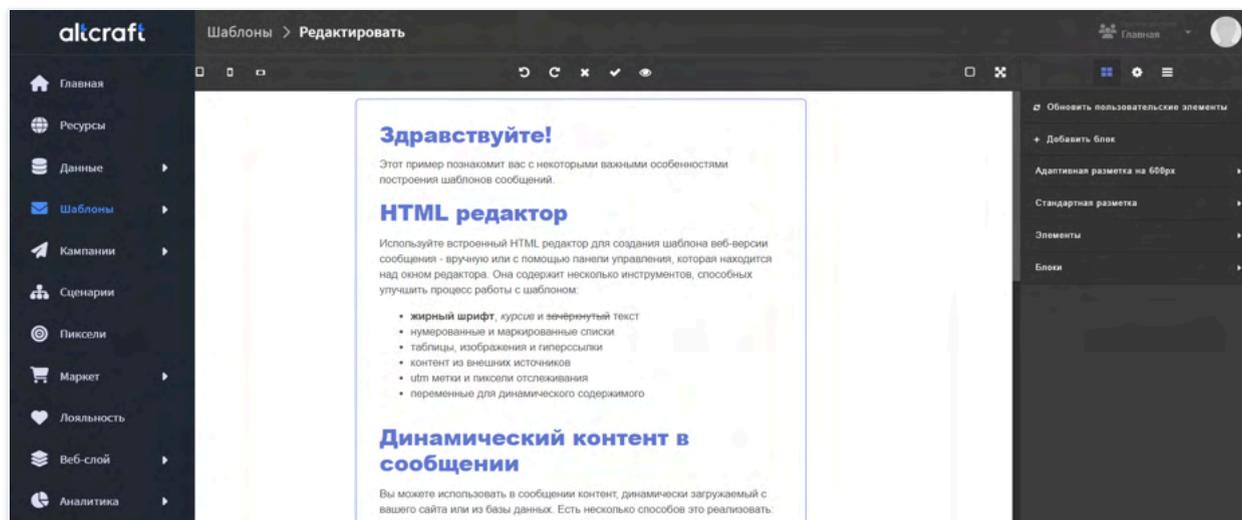
## Пошаговая инструкция

- [Интерфейс редактора](#)
- [Добавление элементов](#)
- [Элементы и их настройки](#)
- [Пользовательские блоки](#)
- [Стили элемента](#)
- [Структура элементов](#)

💡 Для начала давайте познакомимся с [интерфейсом визуального редактора](#).

# Интерфейс редактора

Редактор разделяет страницу на две части. В центральной части вы видите свой шаблон. Здесь вы можете выделять, перемещать и редактировать блоки. В правой боковой части находится панель, где вы можете работать с элементами шаблона: выбирайте нужные элементы и изменяйте их параметры.



Над центральной частью редактора находится панель инструментов.

**В левой части** панели вы можете изменить **режим отображения контента** для предпросмотра на экране компьютера, планшета или смартфона. Таким образом, у вас есть возможность проверить адаптивность шаблона прямо в редакторе:



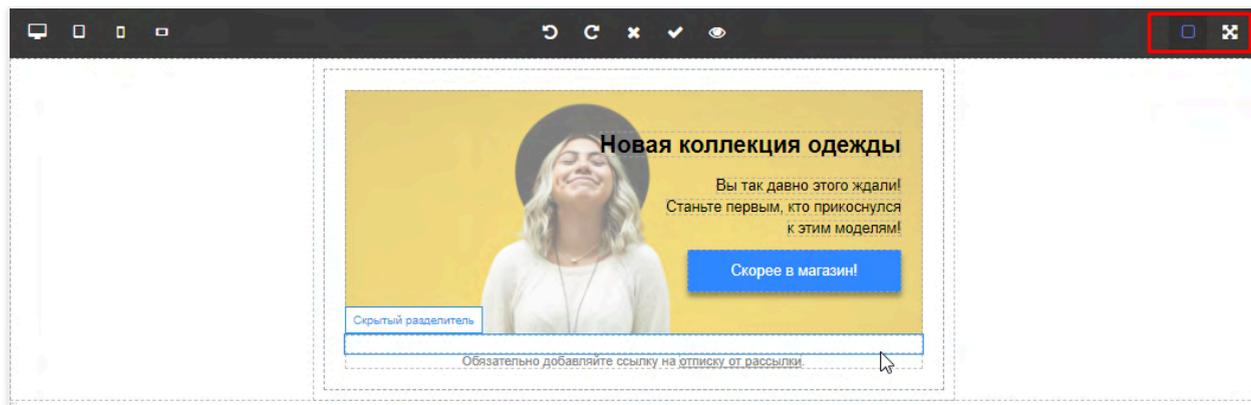
Кнопки **в центральной части** панели инструментов позволят вам:

- Отменить или повторить последнее действие.
- Отменить или сохранить изменения в шаблоне.
- Открыть предпросмотр сообщения с возможностью выбора профиля для персонализации.



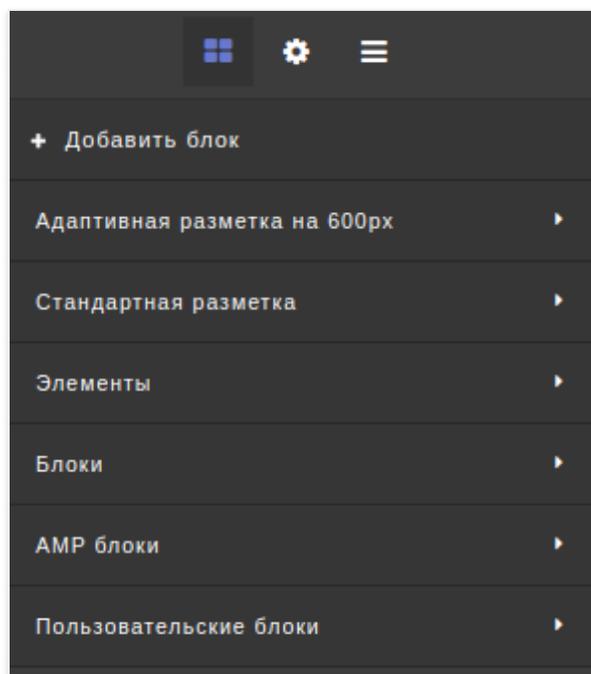
**В правой части** находятся:

- кнопка отображения границ элементов разметки HTML
- кнопка включения полноэкранный режим редактирования:



**Правая панель** редактора содержит три вкладки:

1. [Добавление элемента](#)
2. [Стили элемента](#)
3. [Структура элементов](#)



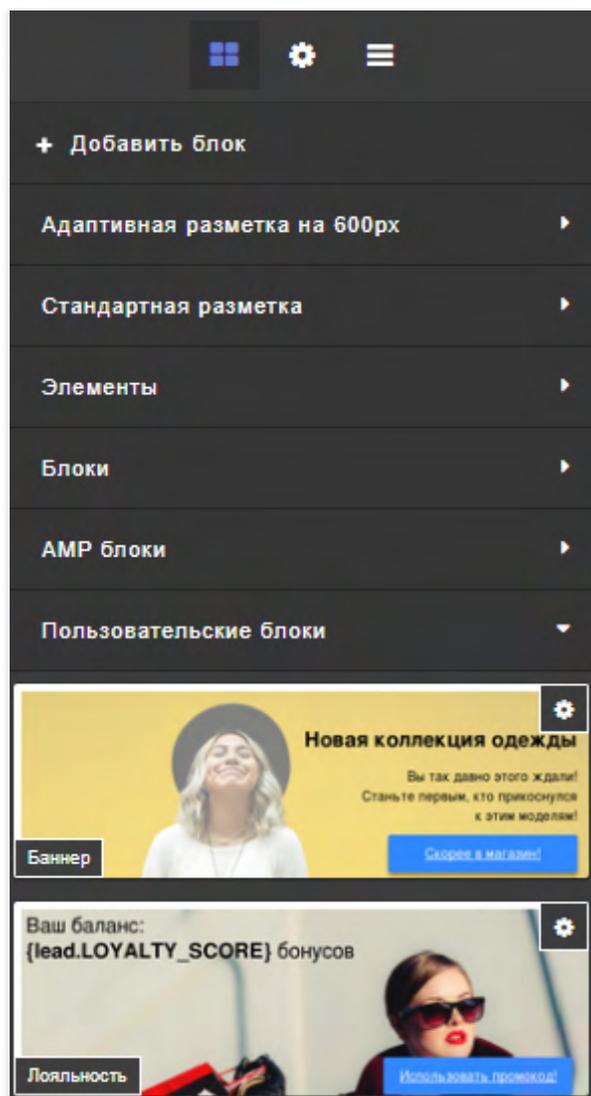
💡 Наш следующий шаг — научиться [добавлять элементы в шаблон](#).

# Добавление элементов

## Какие элементы вёрстки Email письма вы можете добавлять в шаблон?

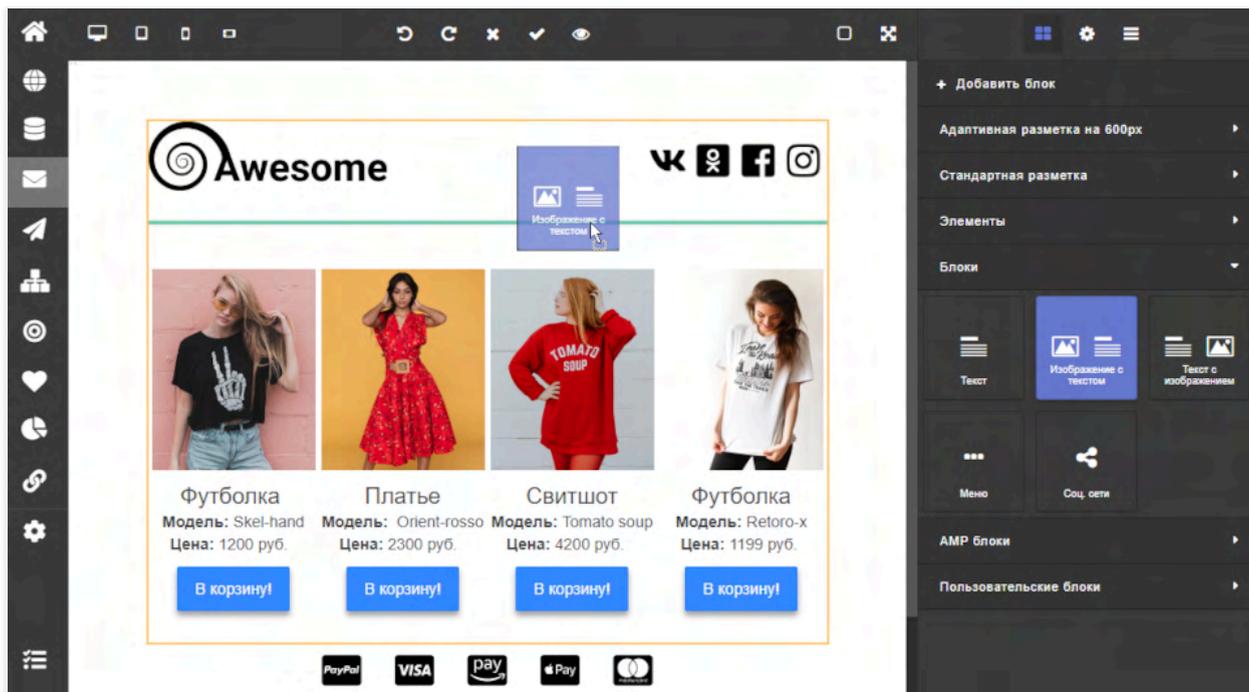
| Элемент                                | Применение   |
|--|--|
| Адаптивная разметка на 600px           | <p>Набор строк таблицы, разделённых на несколько ячеек с фиксированной максимальной шириной.</p> <p>Необходим для разделения секции шаблона на несколько колонок.</p> <p>Используется для основных секций Email шаблона со стандартной шириной в 600 пикселей.</p>   |
| Стандартная разметка                   | <p>Набор строк таблицы, разделённых на несколько ячеек в процентном соотношении - без ограничения ширины.</p> <p>Используется внутри блоков, ограниченных шириной тела шаблона, а также для секций во всю ширину экрана.</p>   |
| Элементы                               | <p>Отдельные элементы вёрстки, такие как заголовок, текст, разделитель, баннер, видео, ссылка или кнопка.</p>  |
| Блоки                                  | <p>Наборы элементов для быстрого создания частей шаблона.</p> <p>Например, текст с заголовком или текст с заголовком и изображением, меню или ссылки на социальные сети.</p>   |
| AMP блоки                              | <p>Блоки для интерактивных <a href="#">AMP Email сообщений</a>.</p> <p>Поддерживаются "карусель" и "аккордеон".</p>  |
| <a href="#">Пользовательские блоки</a> | <p>Вы можете сохранять элементы и целые секции шаблона как пользовательские блоки. Они будут доступны в визуальном редакторе для каждого шаблона — так же, как <a href="#">фрагменты сообщений</a>.</p> <p>Чтобы быстро перенести фрагмент в пользовательские блоки визуального редактора, в верхней части этого меню нажмите <b>+</b></p> |

| Элемент | Применение  |
|---------|---|
|         | <b>Добавить блок</b> и скопируйте в открывшуюся форму содержимое фрагмента. Подробнее о пользовательских блоках читайте <a href="#">в этой статье</a> . |

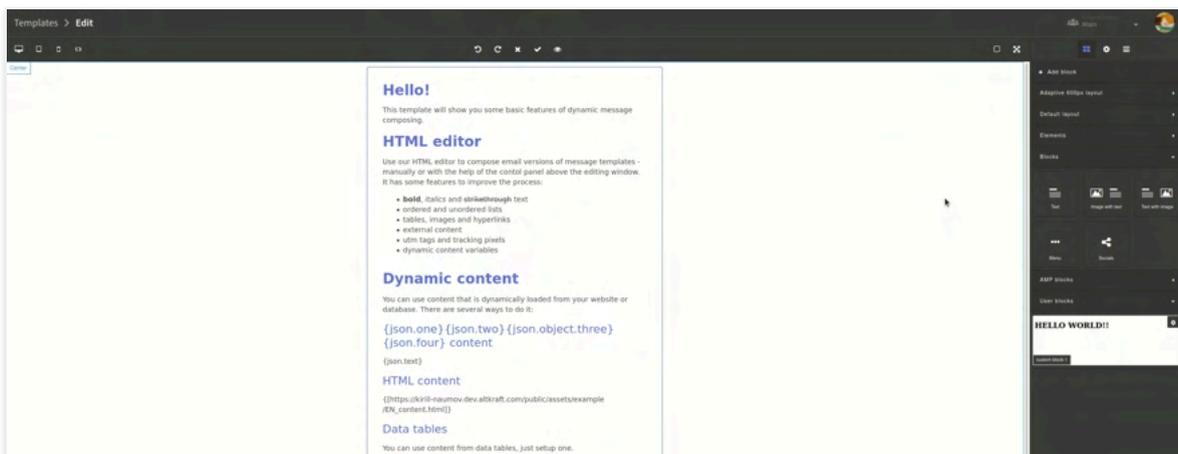


## Как добавить элемент в шаблон?

Чтобы добавить блок в шаблон, просто нажмите на него мышкой и перетащите на нужное место. Редактор подсветит жёлтым контуром родительский блок письма, а зелёной линией — место расположения элемента:



## ► GIF "Как добавить элемент?"



## Как работать с элементами?

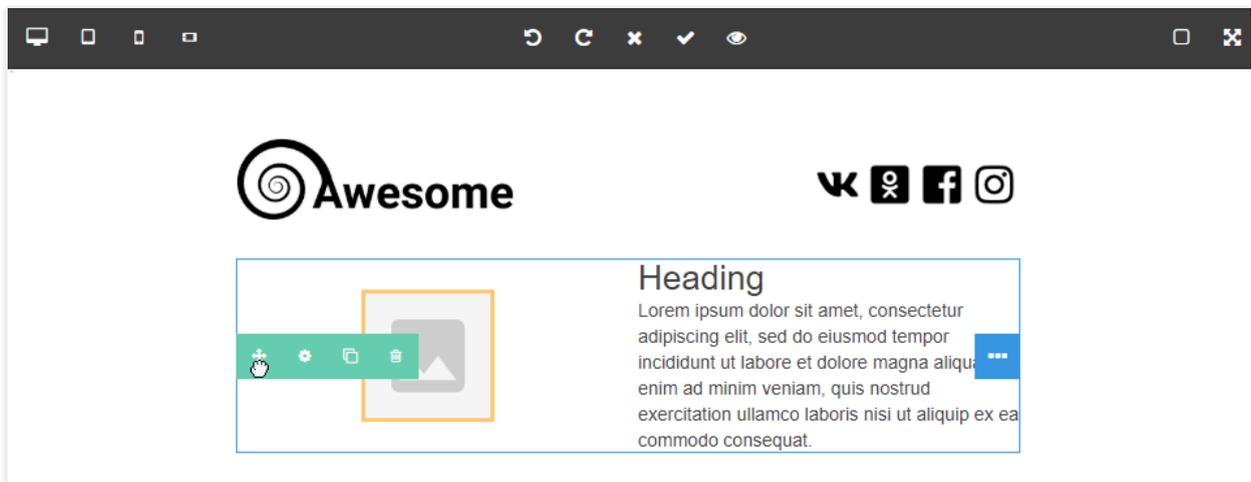
Контент сообщения в визуальном редакторе представлен в виде **элементов** (текст, заголовки, изображения, видео) и **HTML разметки** (ячейки таблиц, в которые, как в контейнеры, помещены элементы).

Основные операции над блоками разделены на два меню:

- меню операций над **контейнерами** — вызывается нажатием на зелёную иконку в левой части контейнера разметки;

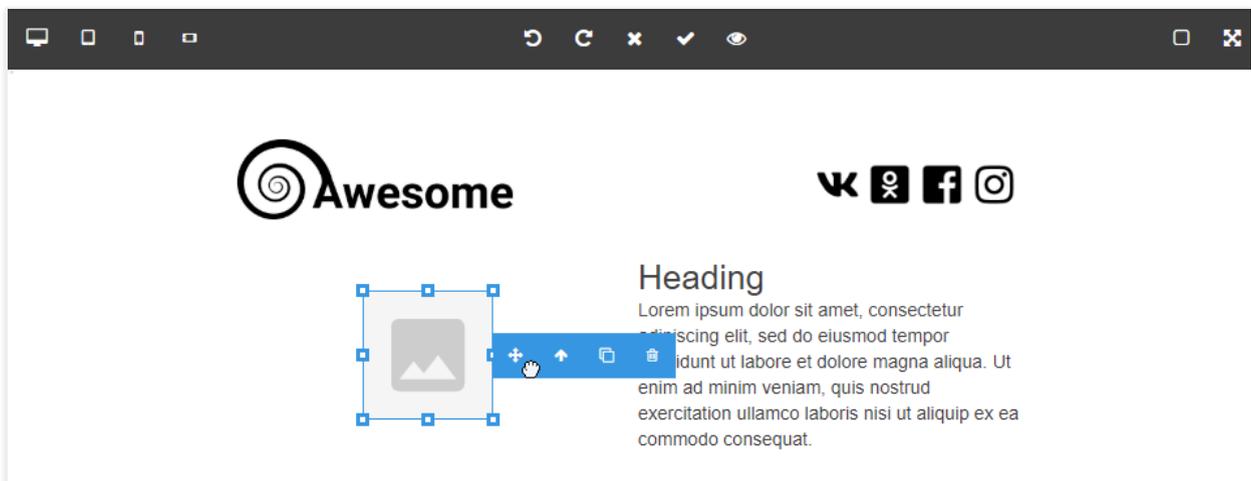
- меню операций над **элементами** — вызывается нажатием на синюю иконку в правой части элемента контента или секции письма.

Когда вы добавляете в шаблон ячейку таблицы или другой **контейнер**, в центральной части редактора для него будет доступно меню операций. Выделите необходимую ячейку, и вы сможете **переместить, настроить, дублировать** или **удалить** её с помощью кнопок **зелёного цвета** в левой части:



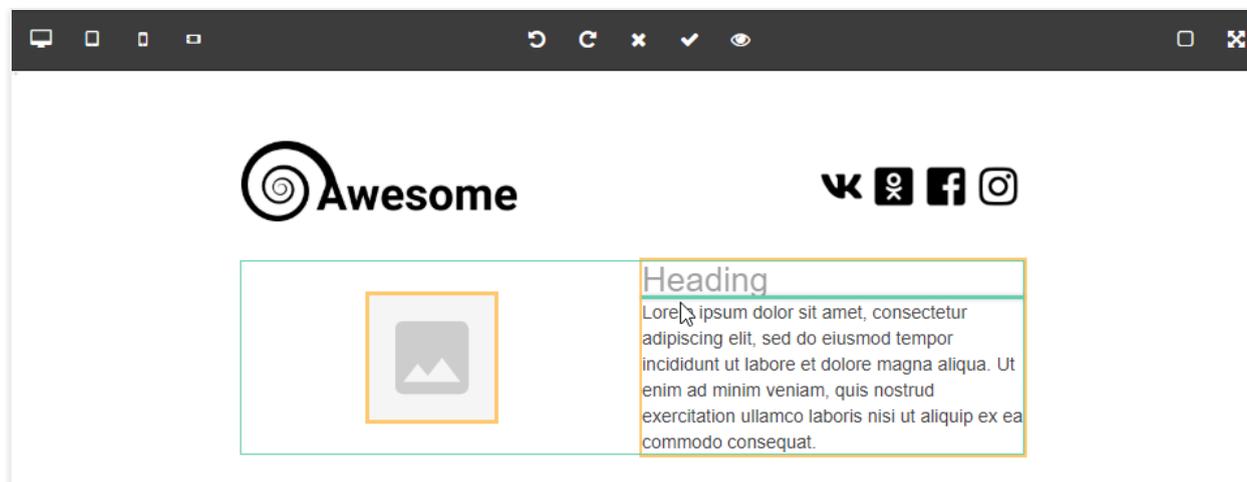
Для каждого **элемента** внутри контейнеров также доступно меню операций. Воспользуйтесь кнопками **синего цвета** в правой части элемента, чтобы:

- переместить элемент,
- вынести его в контейнер следующего уровня,
- дублировать,
- удалить.



При перемещении элемента **зелёным цветом** подсвечивается секция письма, **жёлтым** — родительский контейнер перемещаемого элемента и другие элементы секции.

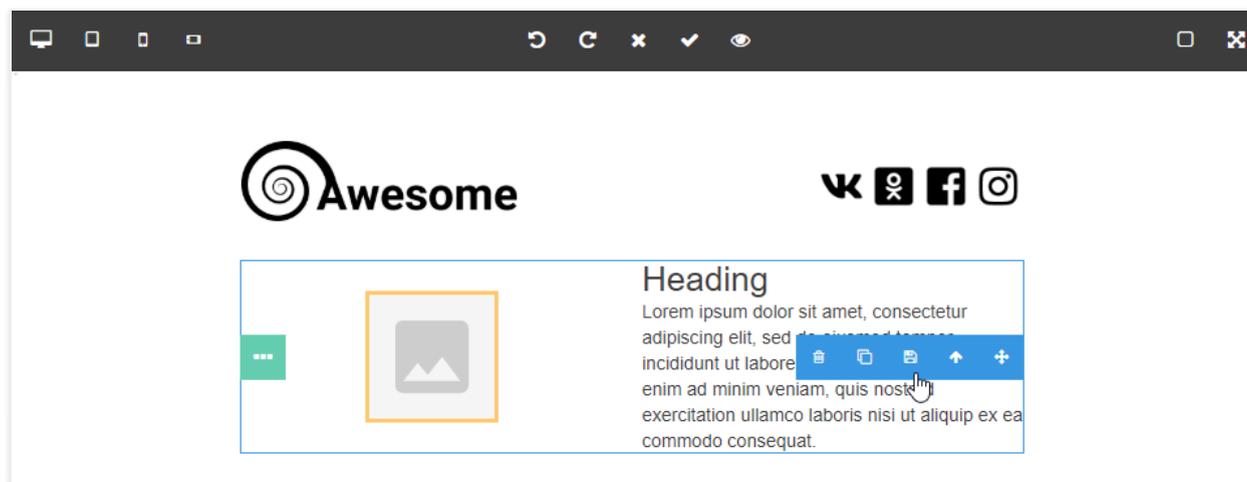
Жирная зелёная линия будет отмечать новое положение элемента или контейнера:



Элементы и группы элементов можно сохранять в виде **ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИХ БЛОКОВ**. В меню операций с элементом выберите кнопку с **ДИСКЕТОЙ**.

#### 💡 ПОДСКАЗКА

Если нужно сохранить содержимое целой секции, выделите её, нажав на кнопку вызова меню **операций с контейнером** в левой части. После этого вызовите в правой части меню операций с элементом.



### ПОДСКАЗКА

В правой части редактора для каждого выделенного элемента доступно меню стилей, в котором вы можете:

- Настроить атрибуты и параметры элемента. Параметры описаны для каждого типа элементов
- Настроить параметры отображения элемента. Стили CSS добавляются непосредственно в тэги разметки, что улучшает читаемость письма клиентами почты. Стили описаны в отдельной [статье](#).

 Теперь давайте подробнее разберем каждый [элемент](#).

# Элементы и их настройки

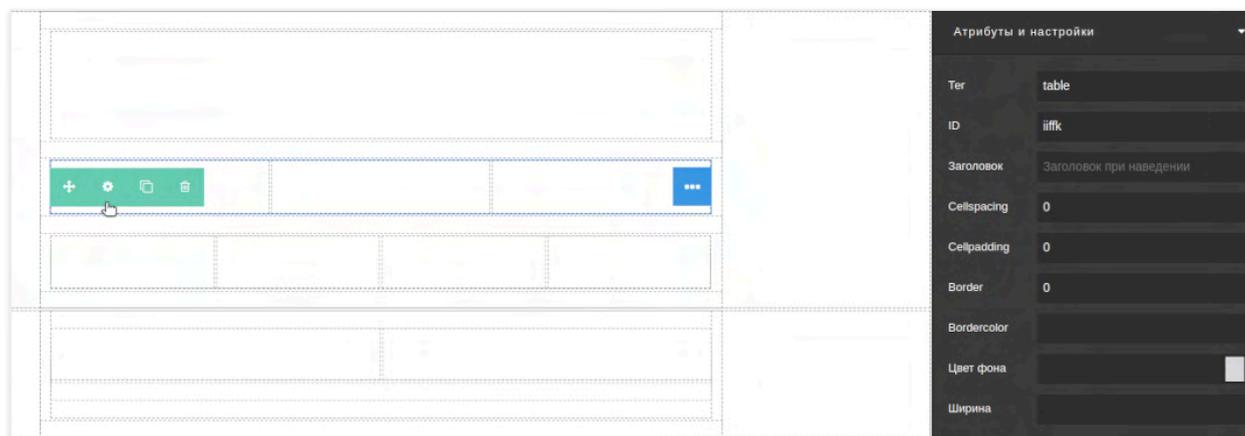
## Адаптивная разметка

При добавлении элементов адаптивной разметки для них будут доступны следующие **атрибуты и настройки**:

- HTML **тег**
- **ID** — идентификатор элемента
- **Заголовок** при наведении
- **Cellspacing** — расстояние между ячейками
- **Cellpadding** — внутренний отступ ячеек
- **Border** — толщина границы
- **Border color** — цвет границы
- **Цвет фона**
- **Ширина** секции

### 💡 подсказка

Чтобы увидеть окно "**Атрибуты и настройки**", выберите элемент адаптивной разметки, наведите курсор на зеленую иконку в левой части контейнера и в всплывающем окне кликните иконку "Настройки".



**Ячейки адаптивной разметки** отображаются как контейнеры, для которых можно установить только идентификатор и заголовок.

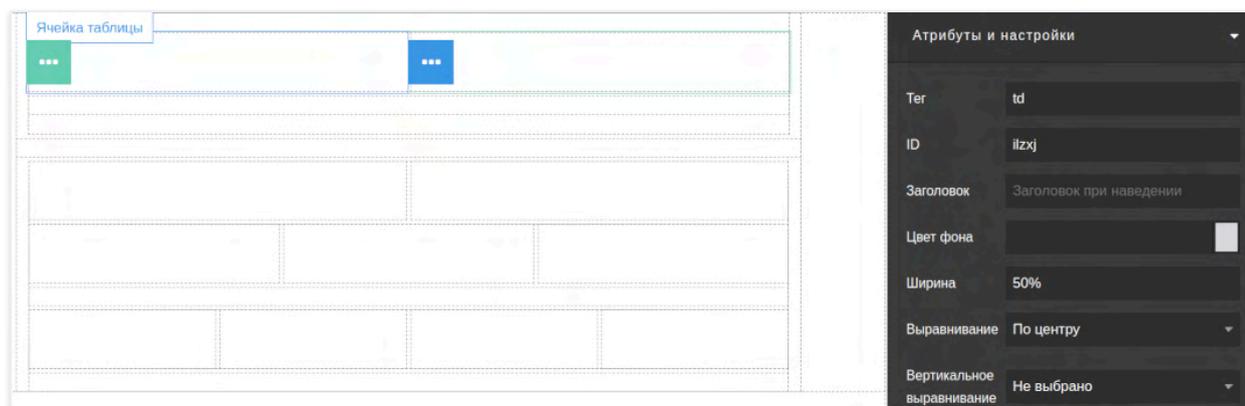
# Стандартная разметка

Для элементов **стандартной разметки** также доступно добавление ячеек и изменение процентного соотношения их ширины:



Для ячеек стандартной разметки можно установить:

- **ID** — идентификатор элемента
- **Заголовок** для отображения при наведении курсора
- **Цвет фона**
- **Ширина** контейнера
- **Выравнивание** содержимого по горизонтали и вертикали



## Элементы

Текст в таких элементах как **заголовок**, **текст**, **кнопка**, **ссылка** можно редактировать с помощью **WYSIWYG редактора**:

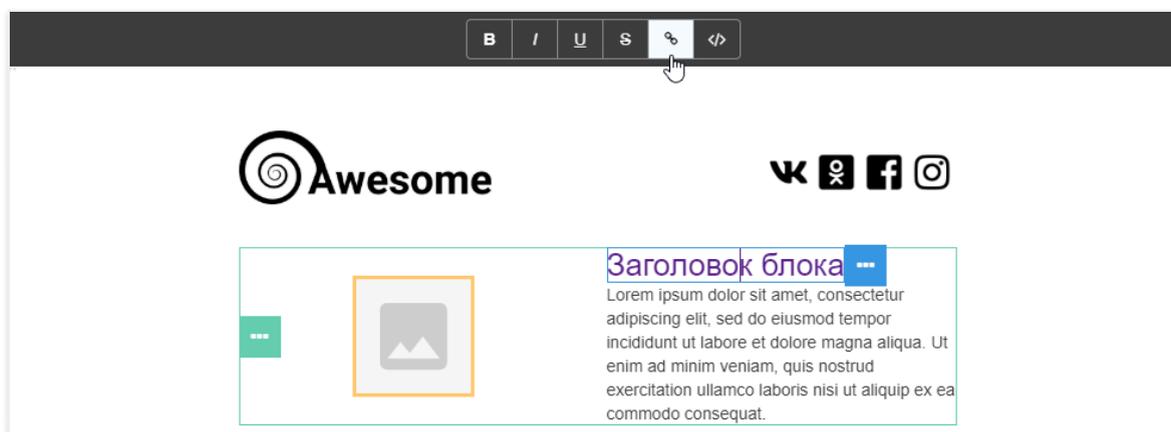
- ▶ Редактор WYSIWYG для текстовых элементов

Дважды кликните мышью по текстовому элементу, и панель инструментов в верхней части редактора перейдёт в режим текстового редактора. Вы

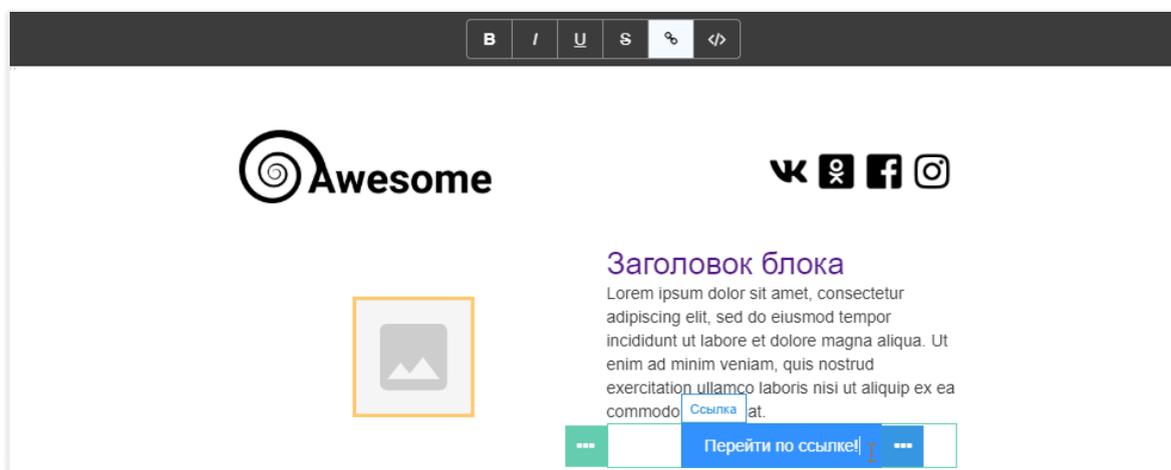
сможете редактировать текст элемента в центральной части редактора, что сразу позволяет видеть результат.

В панели возможно:

- использовать инструменты форматирования (курсив, жирный / подчеркнутый / зачеркнутый текст);
- добавить ссылки;
- добавить переменные персонализации.



Аналогично вы можете редактировать текст на элементах **Кнопка**:

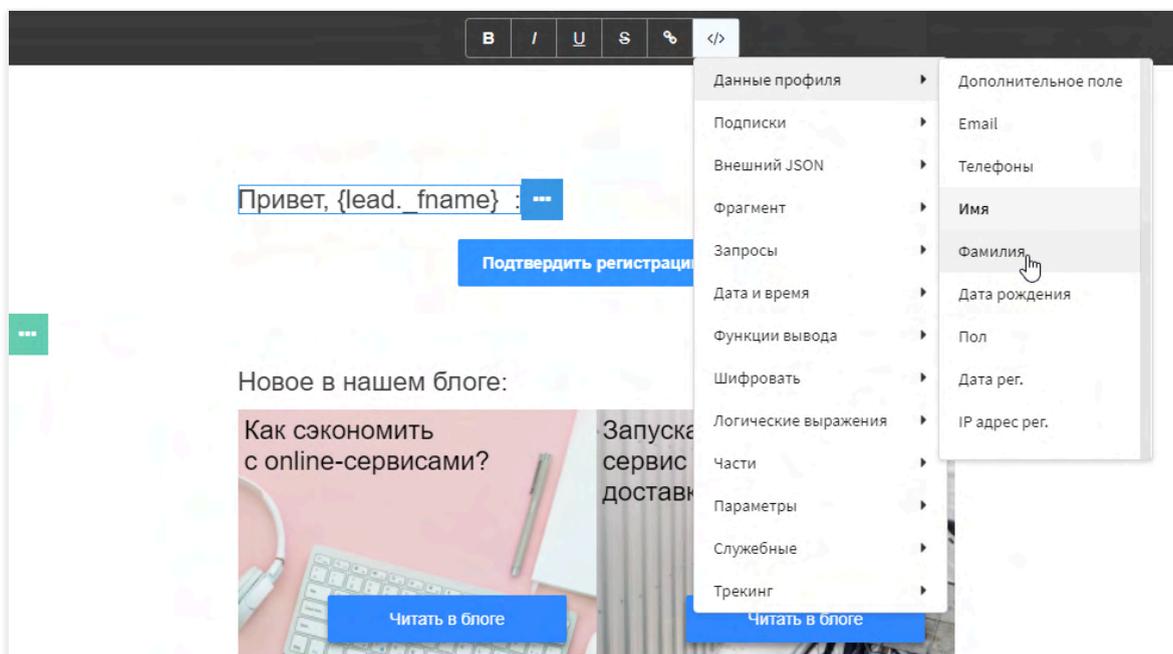


#### 💡 ПОДСКАЗКА

Параметры отображения текста, а также поведение ссылок и кнопок настраиваются в правой части редактора и описаны в [этой статье](#).

С помощью меню переменных вы можете добавить в шаблон [данные профиля](#) и [логические условия для персонализации контента](#):

Для подстановки данных **кастомных полей** профиля используется выражение {lead.custom\_field} с полным названием **ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКОГО ПОЛЯ ДАННЫХ**.

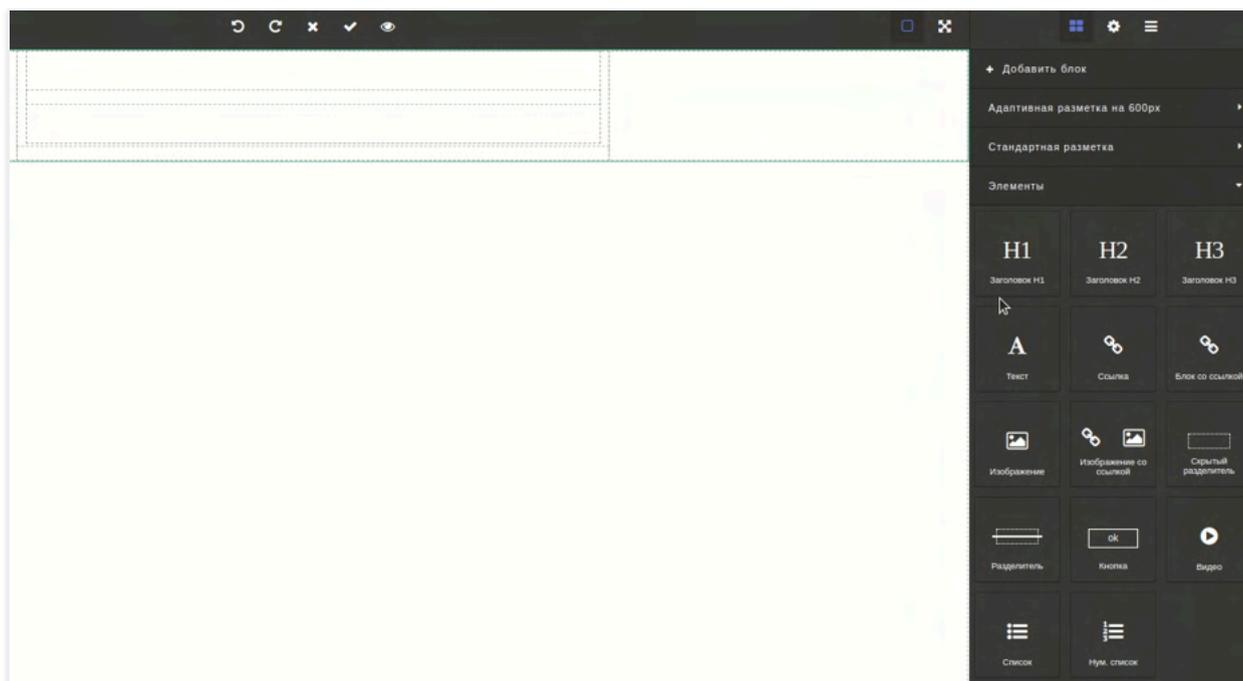


Подробнее о каждом элементе:

## Заголовки

При добавлении элемента "**Заголовок**" для него будут доступны следующие **атрибуты и настройки** в правой части редактора:

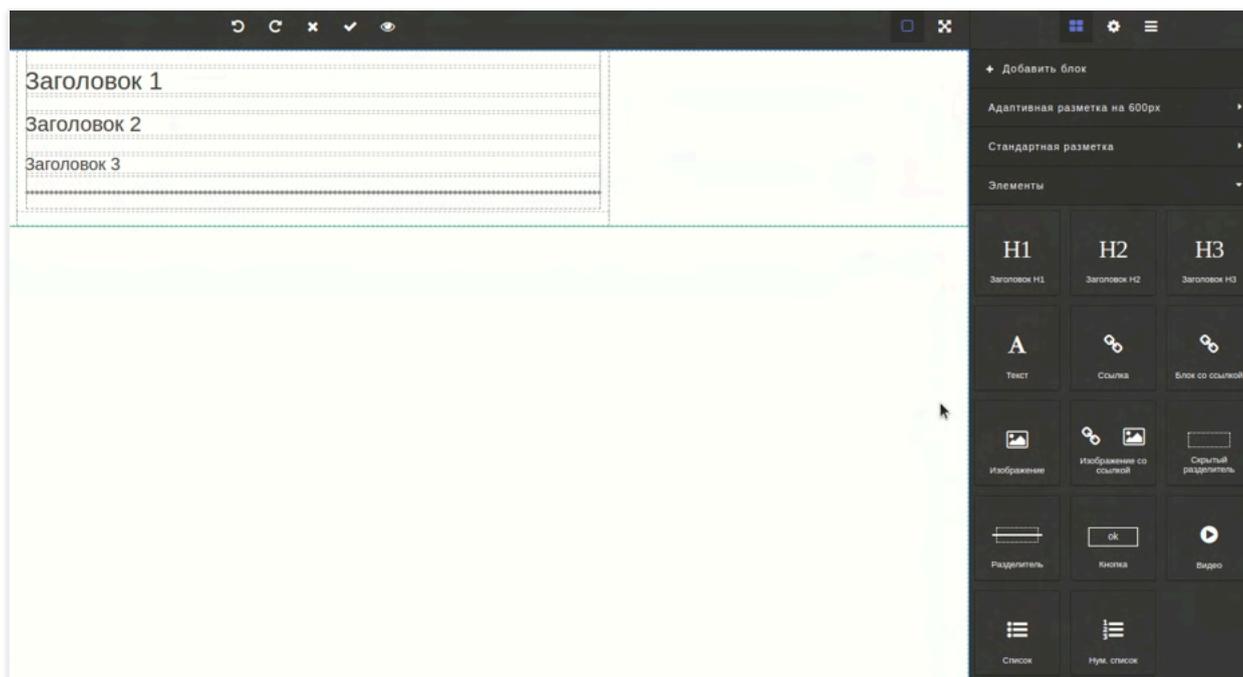
- ID — идентификатор элемента.
- Заголовок для отображения при наведении курсора.



## Текст

При добавлении элемента **"Текст"** для него будут доступны следующие **атрибуты и настройки** в правой части редактора:

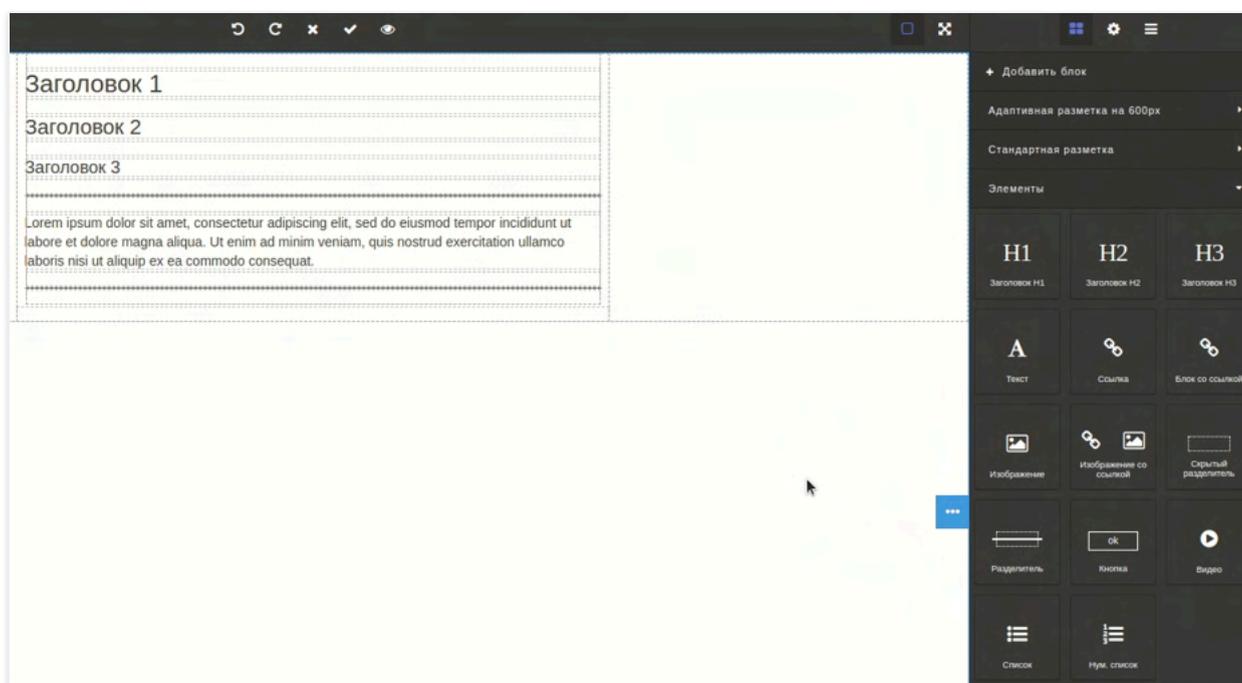
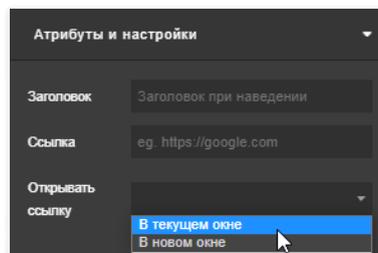
- ID — идентификатор элемента.
- Заголовок для отображения при наведении курсора.



## Ссылка и блок со ссылкой

При добавлении элементов "Ссылка" для них будут доступны следующие **атрибуты и настройки** в правой части редактора:

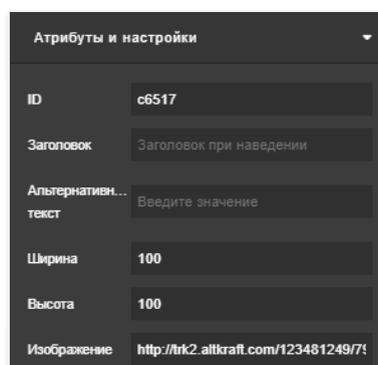
- ID — идентификатор элемента.
- Заголовок для отображения при наведении курсора.
- Ссылка для перехода.
- Режим открытия ссылки — в текущем или новом окне.



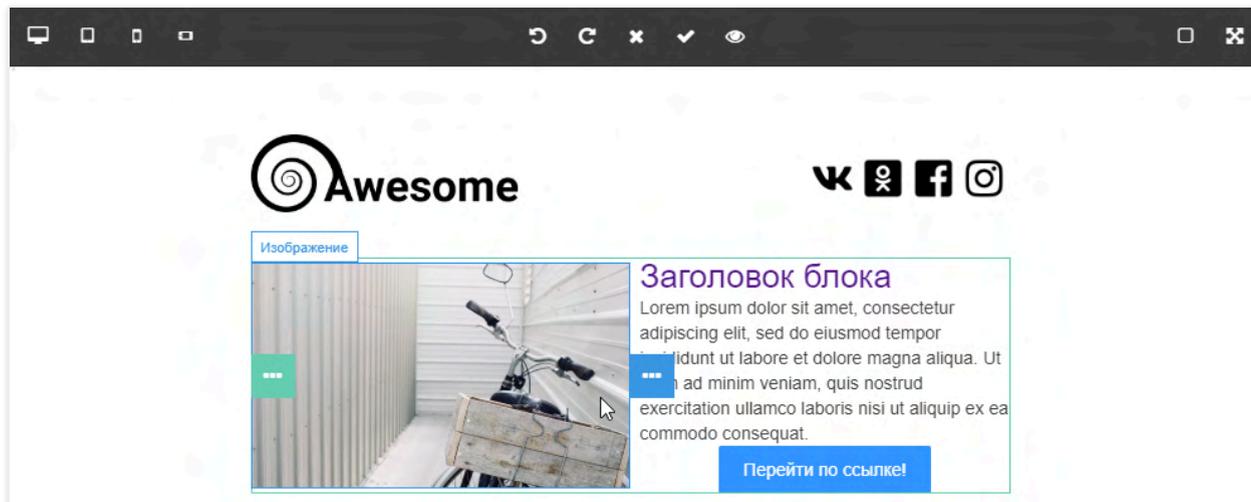
## Изображение и Изображение со ссылкой

При добавлении элемента "Изображение" для него будут доступны следующие **атрибуты и настройки** в правой части редактора:

- ID — идентификатор элемента.
- Заголовок для отображения при наведении курсора.
- Альтернативный текст (значение атрибута alt).
- Ширина
- Высота
- Изображение



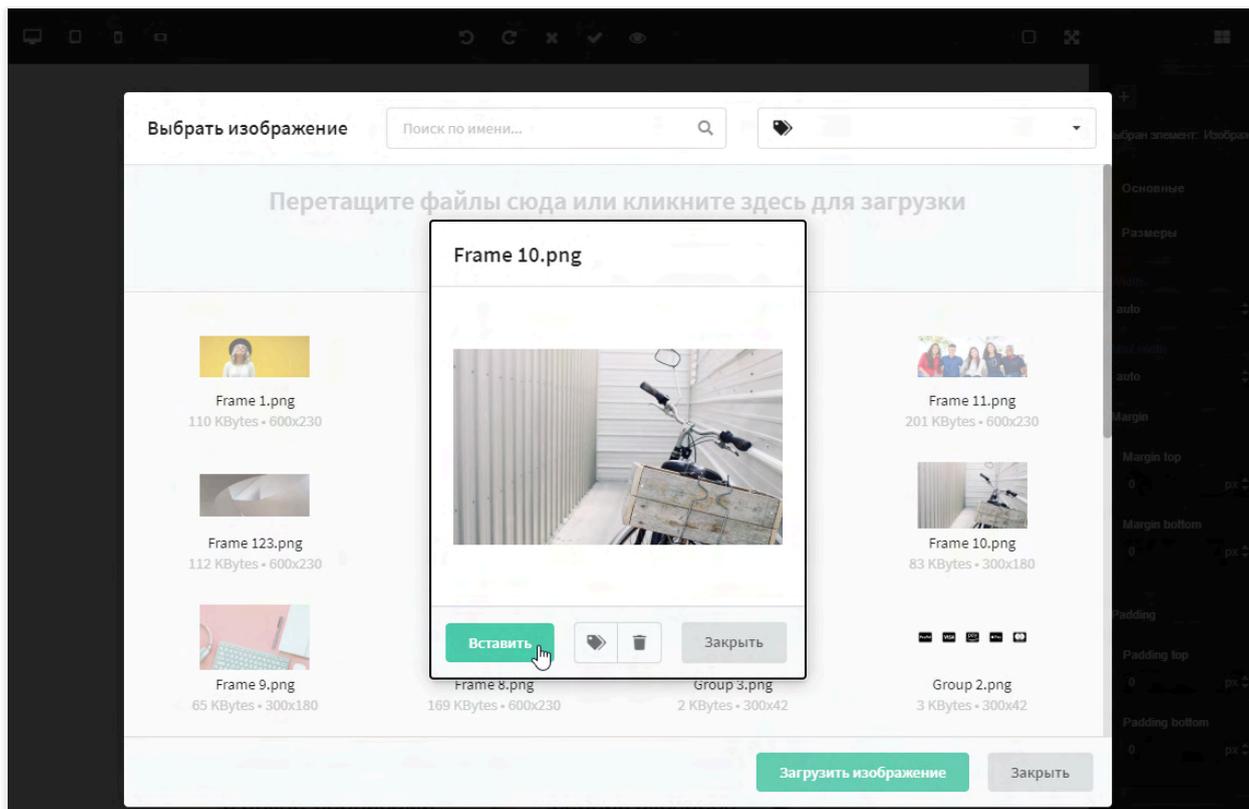
- Ширина и высота в процентах.
- Ссылка на изображение в платформе или в сети.



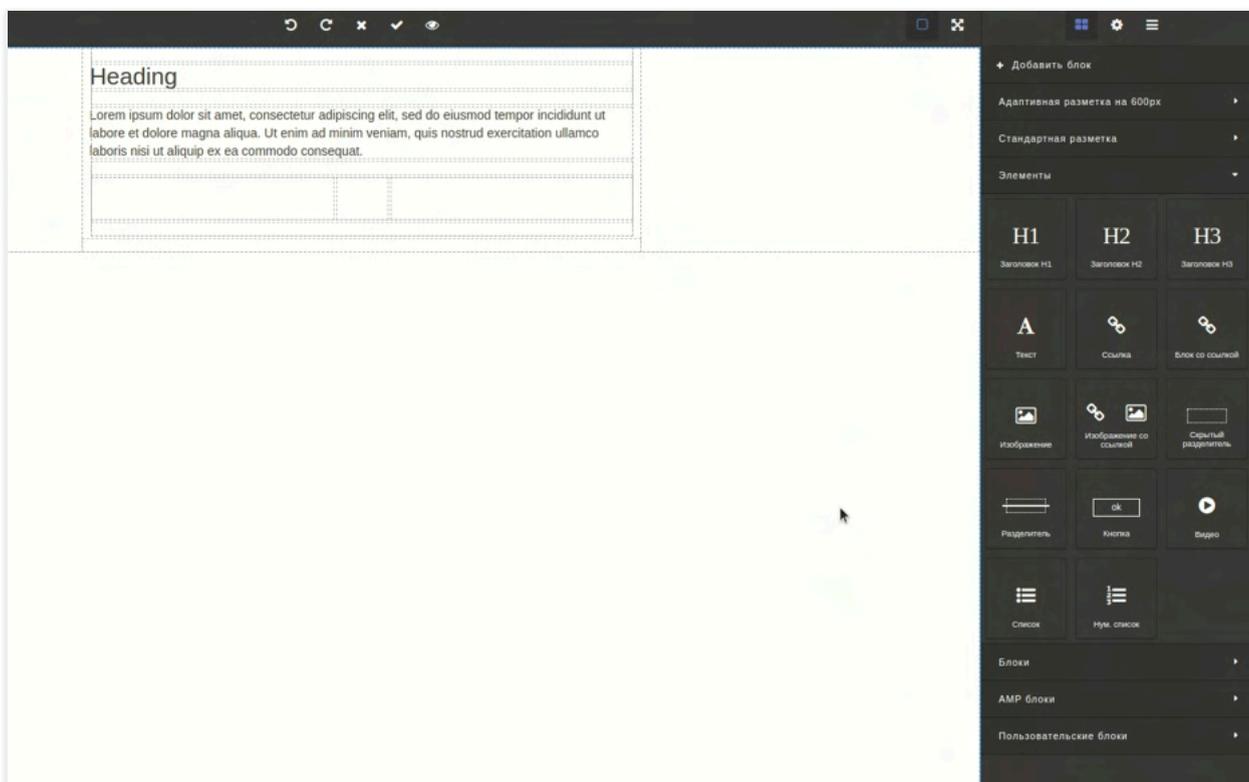
Чтобы открыть галерею изображений платформы, дважды кликните мышью на элемент "Изображение". В галерее доступен поиск по имени файла и по пользовательским тэгам.

С помощью формы в верхней части вы можете загрузить новое изображение со своего рабочего компьютера: перетащите файл мышью или кликните по форме и укажите нужный файл.

Когда вы нашли нужное изображение, откройте его и кликните "**Вставить**". Любому изображению вы можете назначить тэги или удалить при необходимости.



После этого вы сможете настроить отображение добавленного изображения в меню **Стилей элемента** в правой части редактора. Работа со стилями описана в следующем разделе.



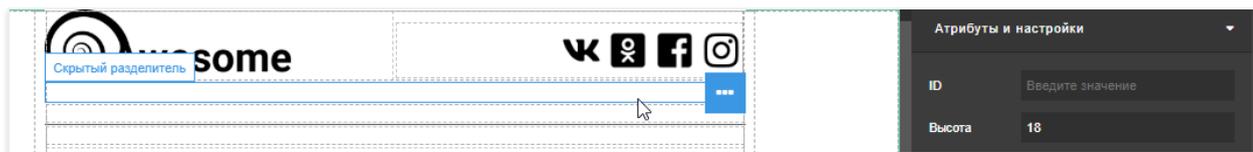
# Разделители

Разделители позволяют визуально отделять элементы друг от друга.

Для **разделителя** вы можете установить **размер** в пикселях и выбрать **цвет**:



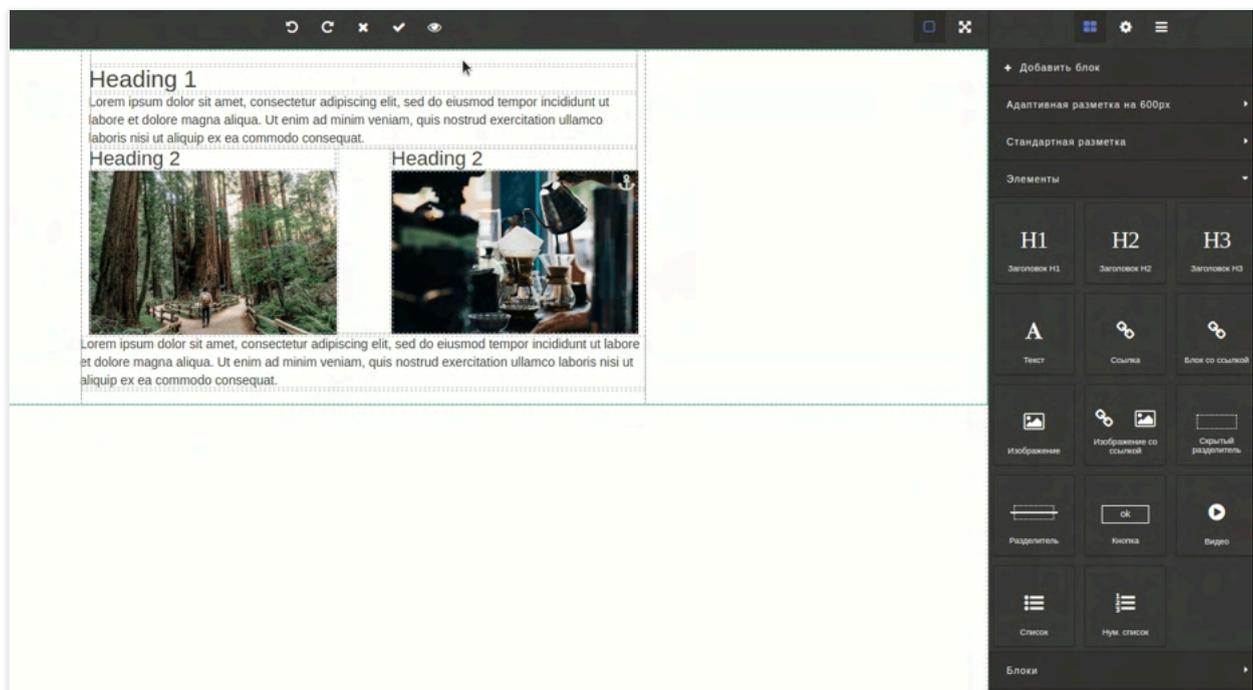
Для **скрытого разделителя** настраивается высота в пикселях:



## 💡 ПОДСКАЗКА

Элемент "Скрытый разделитель" — это невидимый блок, растягивающийся на всю ширину ячейки.

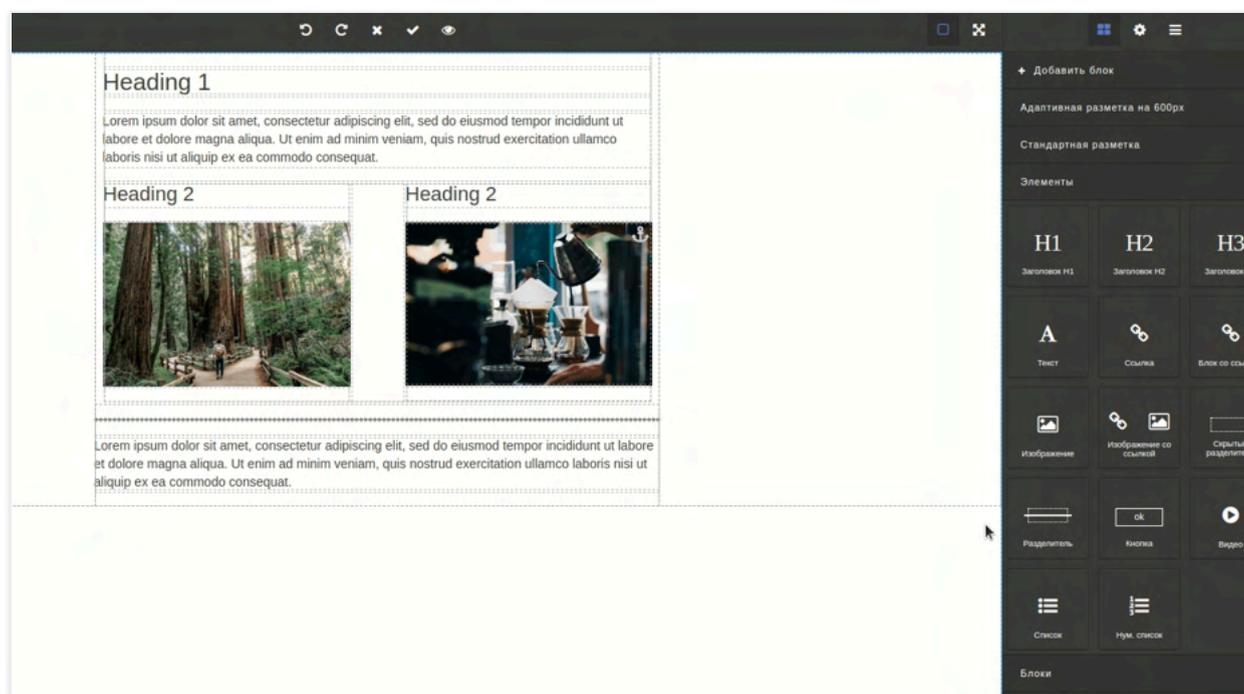
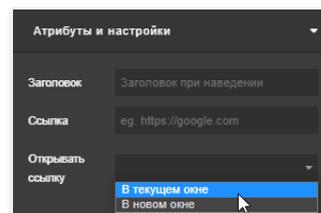
Когда вы используете элемент "Разделитель", то вы добавляете в свой шаблон два невидимых блока, а также горизонтальную линию, занимающую всю ширину ячейки. Эту линию можно модифицировать: изменять цвет и толщину.



## Кнопка

При добавлении элемента а "**Кнопка**" для него будут доступны следующие **атрибуты и настройки** в правой части редактора:

- ID — идентификатор элемента.
- Заголовок для отображения при наведении курсора.
- Ссылка для перехода.
- Режим открытия ссылки — в текущем или новом окне.

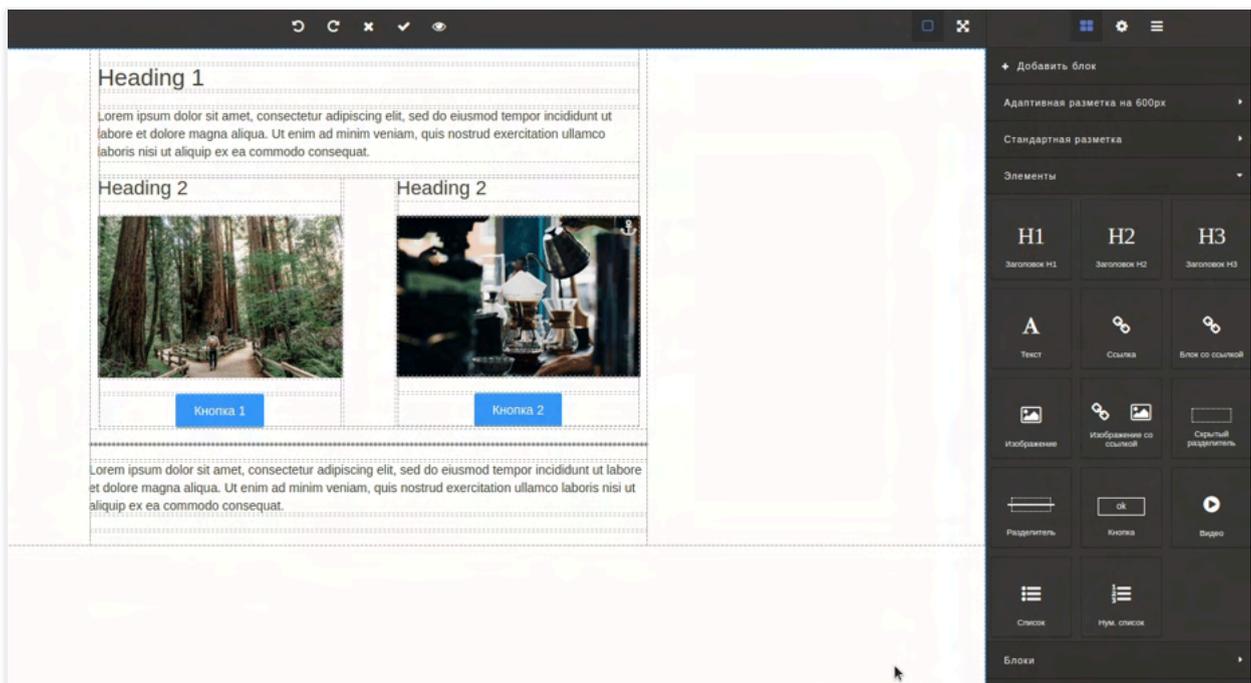
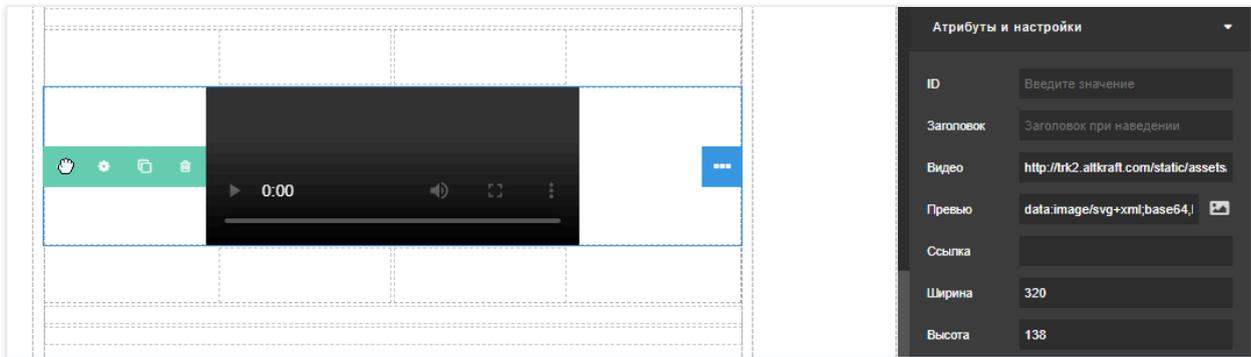


## Видео

При добавлении элемента "**Видео**" для него будут доступны следующие **атрибуты и настройки** в правой части редактора:

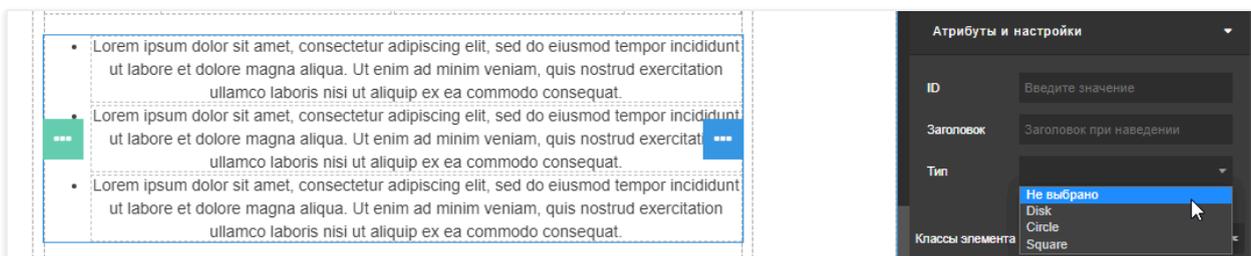
- ID — идентификатор элемента.
- Заголовок для отображения при наведении курсора.
- Ссылка на видео.
- Изображение для препросмотра видео — из платформы или ссылка.

- Ссылка для перехода по клику.
- Ширина и высота плеера.

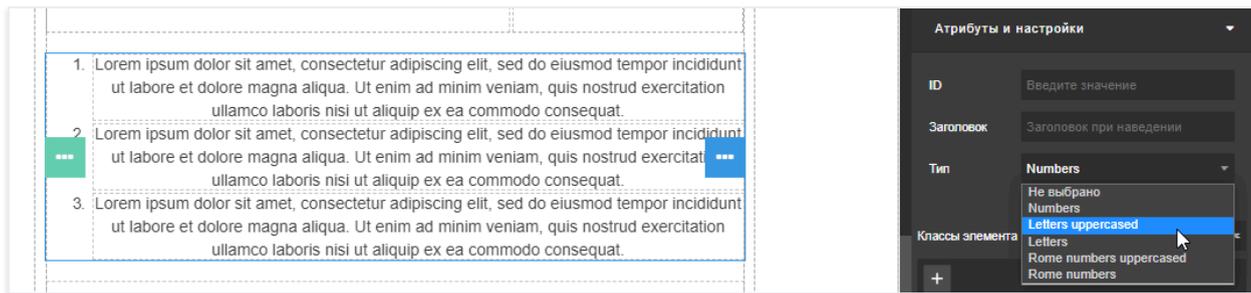


## Списки

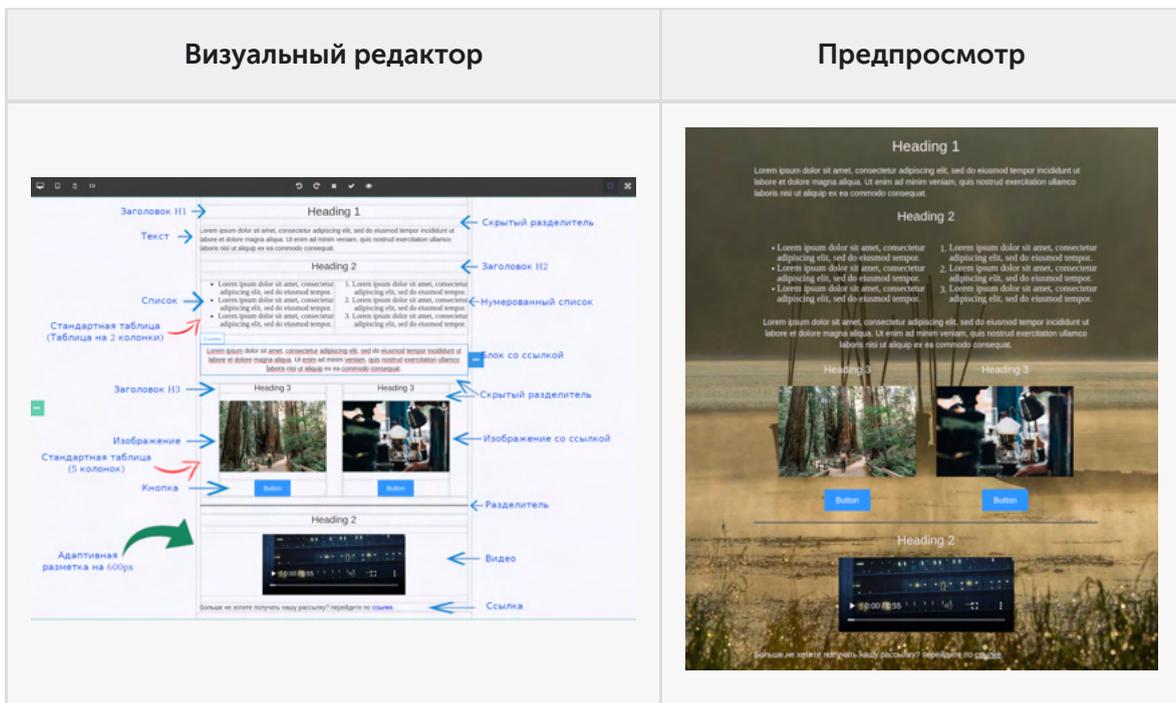
Для **маркированного списка** можно указать ID и заголовок, а также выбрать тип меток: круг, диск или квадрат:



Для **нумерованного списка** можно настроить тип нумерации — римские или арабские цифры — или латинские буквы:



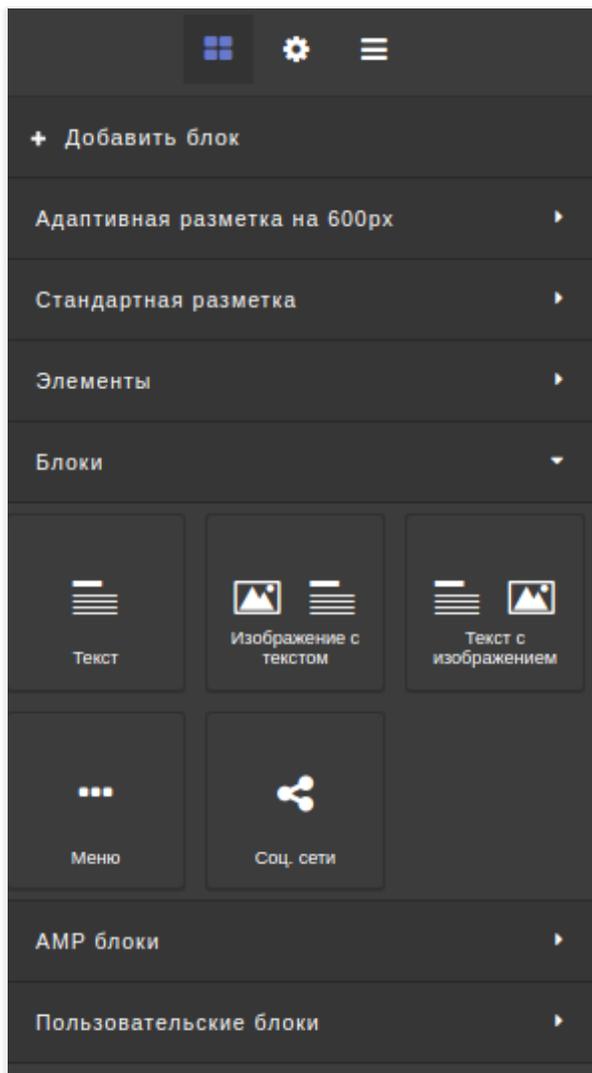
## ▶ Пример шаблона



# Блоки

**Блоки** — это контейнеры, уже содержащие в себе определенные элементы.

Блоки облегчают работу с шаблоном, поскольку представляют собой некие заготовки для пользователя платформы, которые тот, с большой долей вероятности, использует практически в каждом своем Email сообщении. Если вам надоело повторять одно и то же монотонное действие раз за разом, то самое время воспользоваться блоками.



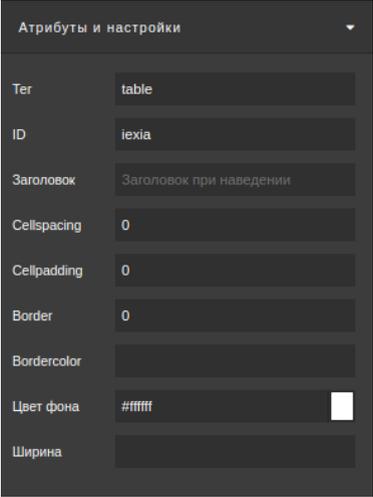
## Текст

Блок "Текст" — это контейнер, который включает в себя заголовок h1 и параграф.

| Внешний вид | Атрибуты и настройки |
|-------------|----------------------|
|             |                      |

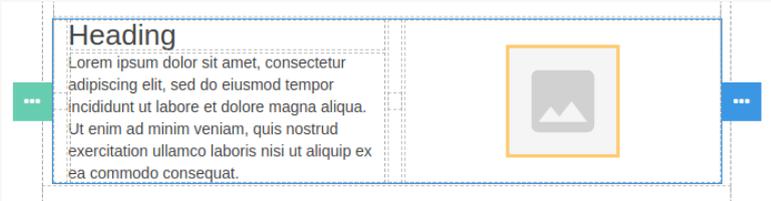
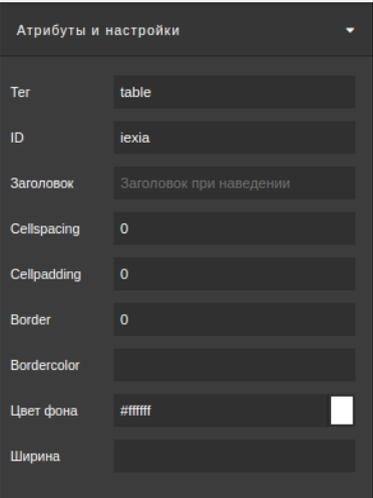
## Изображение с текстом

Блок **"Изображение с текстом"** — это таблица, состоящая из двух ячеек. Левая ячейка включает в себя изображение, а правая - заголовок h1 и параграф.

| Внешний вид   | Атрибуты и настройки  |
|---|---|
|  |  |

## Текст с изображением

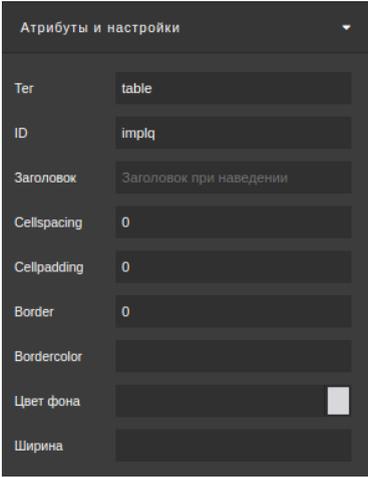
Блок **"Текст с изображением"** — это таблица, состоящая из двух ячеек. Левая ячейка включает в себя заголовок h1 и параграф, а правая — изображение.

| Внешний вид   | Атрибуты и настройки  |
|---|---|
|  |  |

## Меню

Блок **"Меню"** — это таблица, состоящая из 4-х ячеек одинаковой ширины.

Каждая ячейка включает в себя ссылку, которую вы можете настроить в панели **Атрибуты и настройки**. Там же у вас есть возможность изменить внешние и внутренние отступы между ячейками, настроить ширину границы и общую ширину элемента, а также задать цвет фона.

| Внешний вид   | Атрибуты и настройки  |
|---|---|
|  |  |

## Социальные сети

Блок **"Социальные сети"** — это контейнер, включающий в себя 8 изображений со ссылками на социальные сети.

Для каждого элемента блока "Социальные сети" вы можете задать свою ссылку для перехода, добавить альтернативный текст, настроить изображение, а также изменить ширину и высоту элемента.

| Внешний вид   | Атрибуты и настройки  |
|---|---|
|  | <div data-bbox="1021 264 1396 750"> <p>Атрибуты и настройки</p> <p>Тег: a</p> <p>ID: ioj3n</p> <p>Ссылка: eg. <a href="https://google.com">https://google.com</a></p> <p>Открывать ссылку: В новом окне</p> <p>Альтернативный текст:</p> <p>Изображение: <a href="https://example.com">https://example.com</a></p> <p>Ширина: auto</p> <p>Высота: auto</p> </div> |

## AMP блоки

**AMP-письма** — это технология, которая позволяет маркетологам встраивать интерактивные элементы, такие как карусель и аккордеон в свои письма. Пользователь, в свою очередь, может посмотреть данные, даже не открывая новую вкладку для посещения веб-сайта. В платформе Altcraft доступны следующие АРМ блоки:

### Карусель

**Карусель** — это блок, включающий в себя несколько слайдов. Карусель позволяет нескольким фрагментам контента занимать одну и ту же область пространства на странице или экране.



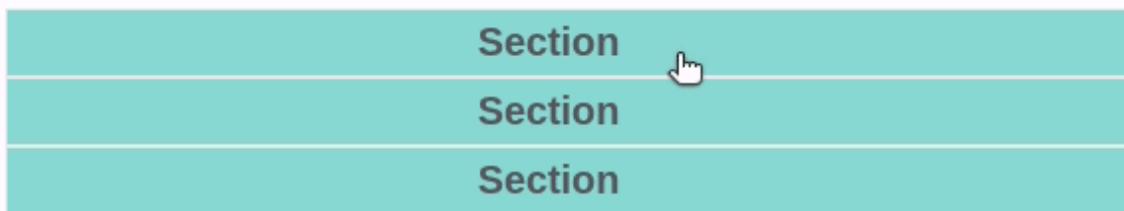
Настройки **AMP карусели** задаются в **меню стилей** элемента. Вы можете задать ID элемента, установить его высоту и добавить слайды, для которых установить изображения и ссылку для перехода. Изображение можно выбрать из галереи или загрузить с компьютера. Также можно указать ссылку на изображение в сети:

## Аккордеон

**Аккордеон** — это блок, состоящий из нескольких вкладок с элементами. Каждый элемент может быть «развёрнут» или «раскрыт» при определенном действии со стороны пользователя (клик, наведение курсора). Вы можете добавлять в секции любые элементы.

Такой элемент интерфейса как аккордеон не только помогает пользователям быстро перемещаться по материалам, но и позволяет дизайнеру пользовательского интерфейса включать большие объемы информации в ограниченном пространстве.

# HTML редактор



Используйте встроенный HTML редактор для создания шаблона веб-версии сообщения - вручную или с помощью панели управления, которая находится над окном редактора. Она содержит несколько инструментов, способных улучшить процесс работы с шаблоном:

- **жирный шрифт**, *курсив* и **зачёркнутый** текст
- нумерованные и маркированные списки
- таблицы, изображения и гиперссылки
- контент из внешних источников
- utm метки и пиксели отслеживания
- переменные для динамического содержимого

Настройки **AMP аккордеона** задаются в **меню стилей**.

Выделите блок (зелёное меню) и добавьте необходимое количество секций. Секции можно отображать открытыми или закрытыми по умолчанию. Затем добавьте в секции нужные элементы:



Если вы разобрались, как добавлять и настраивать различные элементы в шаблоне, то осталось последнее — [стилизовать элементы](#).



# Пользовательские блоки

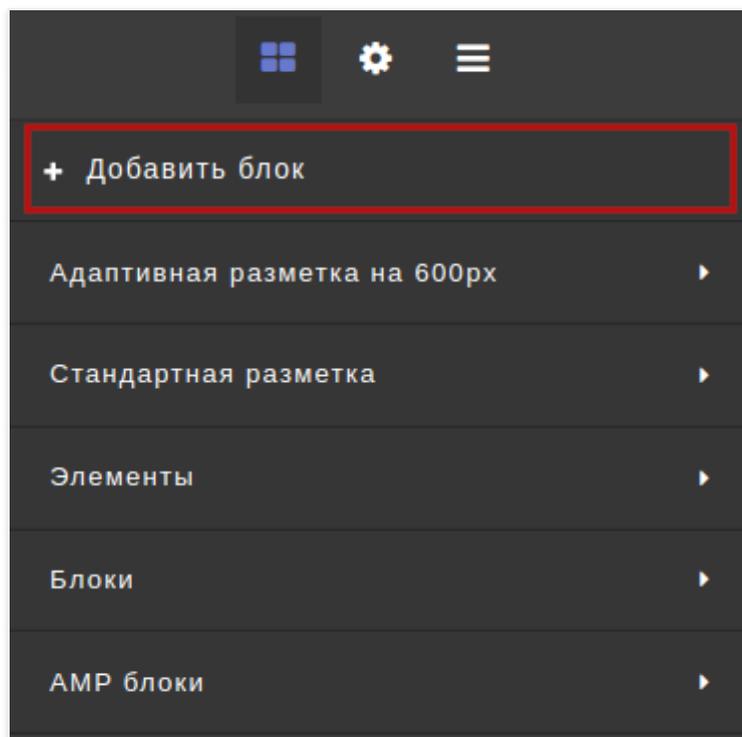
Сохраните целую секцию шаблона как пользовательский блок и потом используйте этот блок снова и снова. Причем использовать вы его можете не только в том шаблоне, где он был создан, но и в любом другом.

Что стоит сохранять как пользовательские блоки? Любой контент, который повторяется из шаблона в шаблон. Например, хедер или футер сообщения.

## Как создать пользовательский блок?

### Вариант 1: Добавить исходный код

В правой панели визуального редактора перейдите в раздел "Добавить элемент". Кликните **" + Добавить блок "**.



Скопируйте в открывшуюся форму исходный код фрагмента и сохраните блок.

### Настройки пользовательского блока

Название блока

Исходный код

```
</tbody>
| </table>
  </td>
</tr>
</tbody>
</table>
```

Сохранить Отменить

Новый пользовательский блок будет отображаться после всех доступных элементов визуального редактора.

The screenshot shows a dark-themed menu with the following items:

- + Добавить блок
- Адаптивная разметка на 600px
- Стандартная разметка
- Элементы
- Блоки
- AMP блоки
- Пользовательские блоки

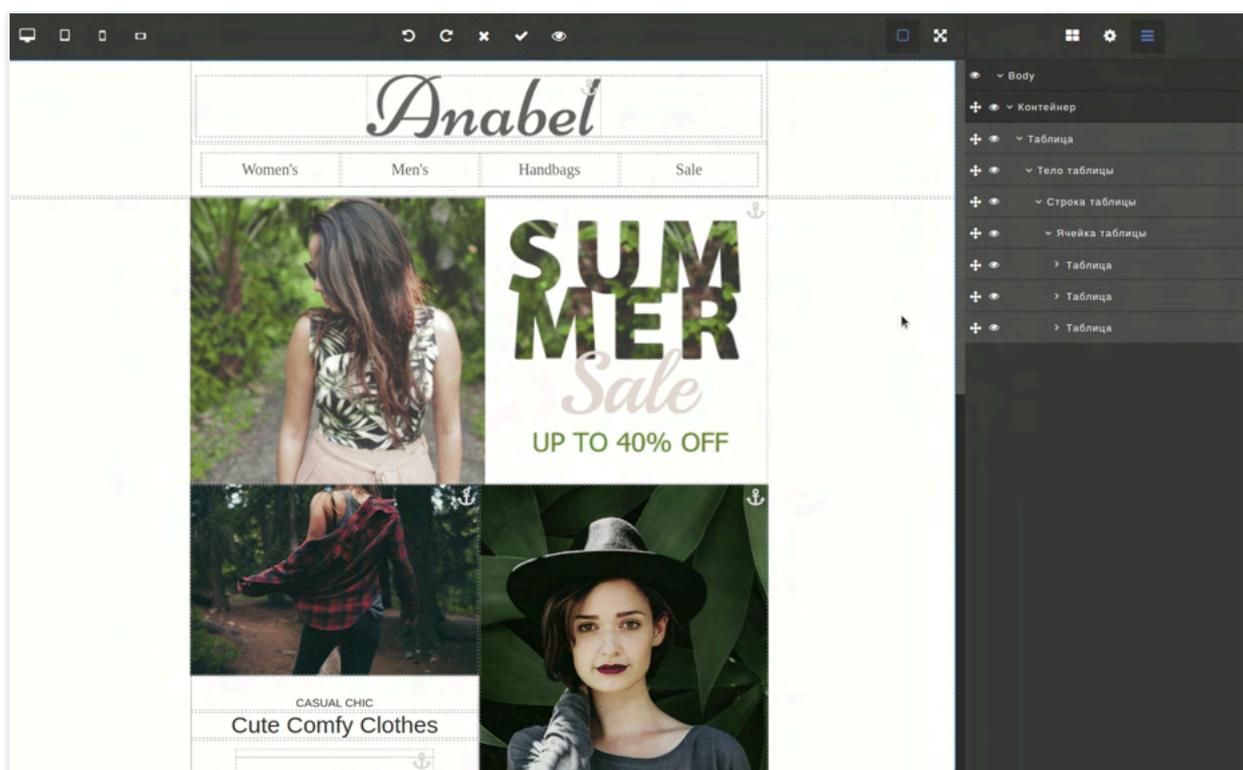
Below the menu is a preview of a page header with the text "Children's" in red, followed by "Dolls", "Arts & Crafts", "Plush toy", and "Le". A gear icon is visible in the top right corner of the preview area. A small dark box labeled "header" is positioned at the bottom left of the preview.

## Вариант 2: Сохранить контейнер шаблона

Выберите ту группу элементов, которую хотите сохранить. Вы можете просто навести курсор на нужный контейнер в шаблоне, а можете воспользоваться разделом "[Структура элементов](#)".

После того как вы выделите нужную секцию, справа появится кнопка вызова меню операций с контейнером . Кликните иконку с дискетой , чтобы сохранить блок.

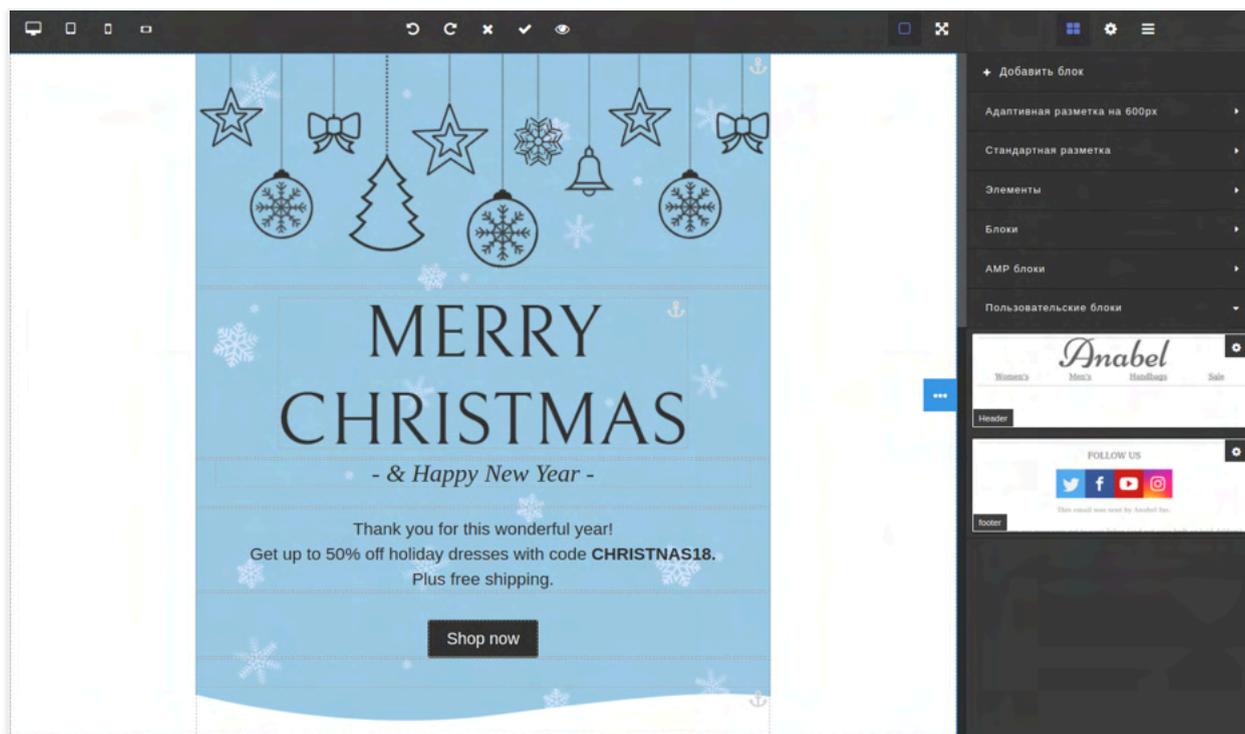
Новый пользовательский блок будет отображаться после всех доступных элементов визуального редактора.



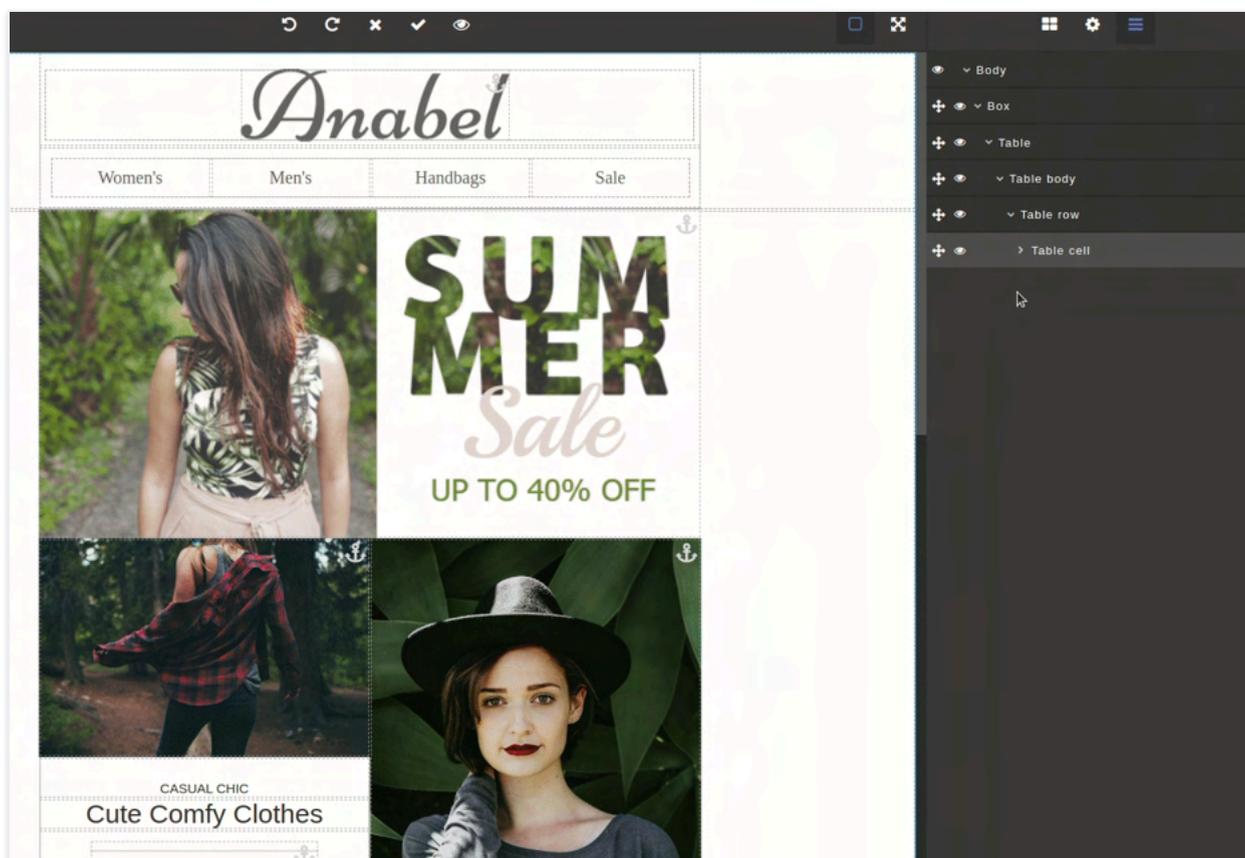
## Как добавить пользовательский блок

Выберите пользовательский блок, кликнув по нему мышкой, а затем перетащите его в нужную вам часть шаблона.

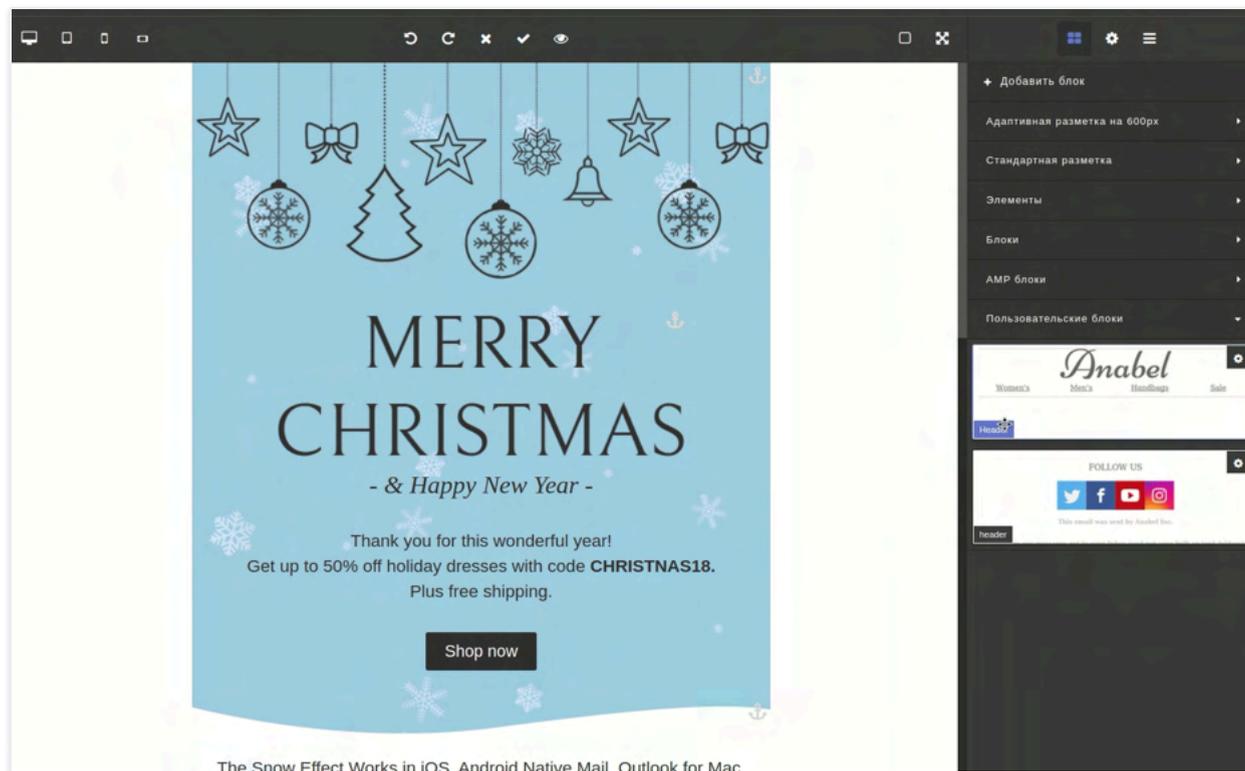
Допустим, мы осуществляем email-рассылки клиентам магазина одежды Anabel. Впереди Рождество, и мы решили подарить нашим подписчиками промокод на скидку. Основная часть шаблона готова:



По сравнению с ежедневными рассылками, основная часть сообщения существенно изменилась, но хедер с логотипом магазина и футер с контактами останутся теми же, что и в ежедневных рассылках. Перейдем в один из старых шаблонов и сохраним хедер и футер как пользовательские блоки.



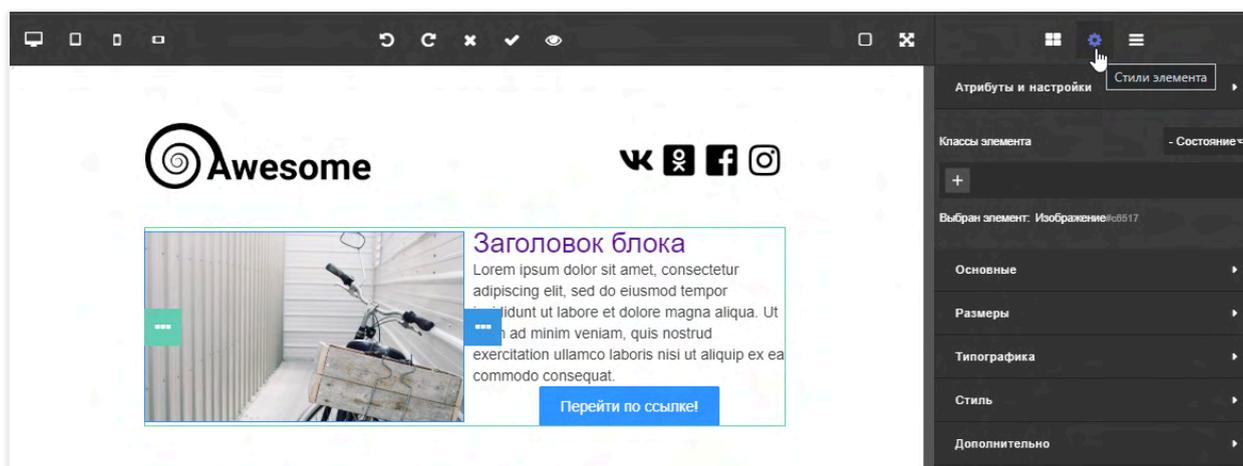
Осталось добавить пользовательские блоки в рождественский шаблон:



Отлично, шаблон готов, а мы сэкономили немало времени! 👍

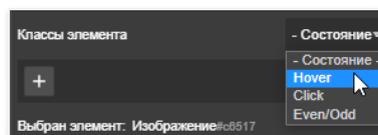
# Стили элемента

Центральная кнопка в правой части редактора открывает меню стилей выделенного элемента. Набор настроек и атрибутов может меняться в зависимости от элемента. Основные стили остаются доступными для всех элементов и записываются в атрибут `style` HTML разметки, так что вы сможете легко настроить шаблон, который будет одинаково хорошо отображаться во всех почтовых клиентах.



## Классы и состояние

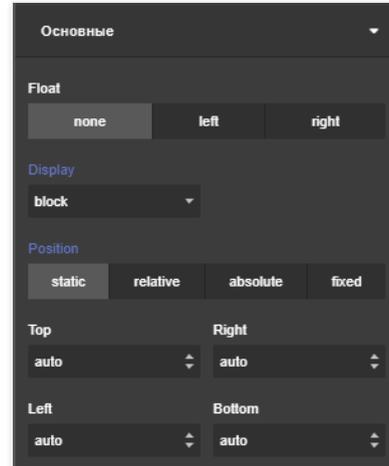
В верхней части меню вы можете назначить элементу определённый класс стилей, а также переключить состояние — для добавления эффектов при наведении или нажатии.



## Основные

В основных стилях задаётся расположение элемента в письме:

- Float — выравнивание блочного элемента по правой или левой стороне контейнера.
- Display — inline, block, inline-block или flex — режим отображения элемента.
- Position, Top, Left, Bottom — режим расположения и смещение элемента сверху, справа, слева и снизу.

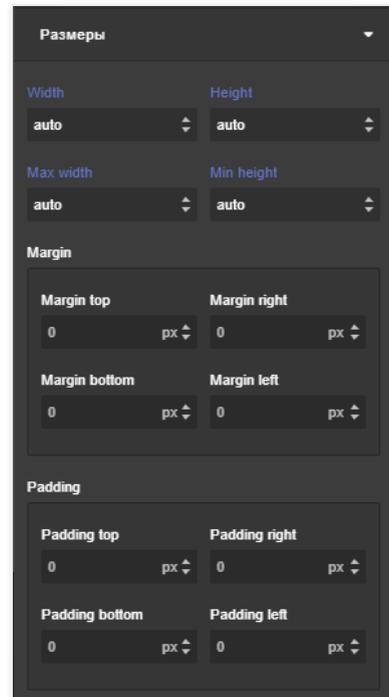


---

## Размеры

В секции **Размеры** настраиваются следующие параметры отображения:

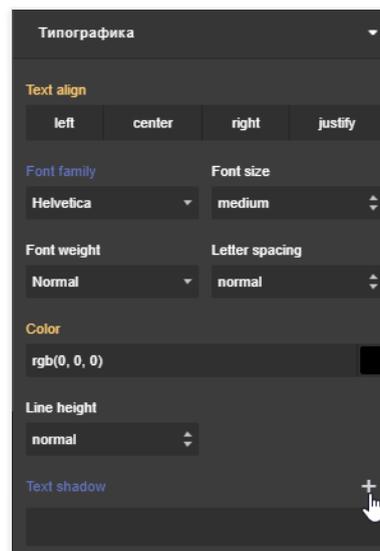
- Width, Height — ширина и высота элемента.
- Max width, Max height — максимальные ширина и высота элемента.
- Margin — внешняя граница элемента.
- Padding — внутренний отступ от границы элемента.



## Типографика

В секции **Типографика** расположены параметры отображения текстовых элементов:

- Text align — выравнивание текста по левой, правой стороне контейнера, по центру или по ширине.
- Font family — семейство шрифтов текста.
- Font size — размер шрифта.
- Font weight — толщина шрифта.
- Letter spacing — расстояние между буквами.
- Color — цвет в rgb или hex.
- Line height — высота строки
- Text shadow — добавление тени для текста с настройкой цвета, горизонтального и вертикального сдвига, размытия:

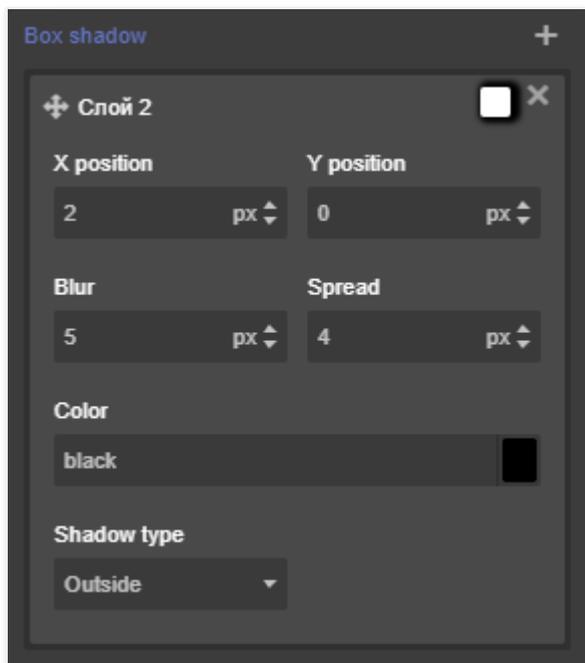


## Стиль

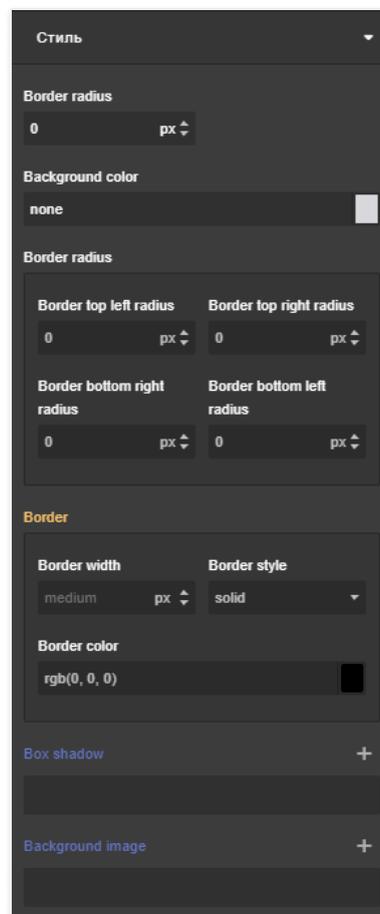
В секции **Стиль** настраиваются параметры границы элемента, фона и тени элемента:

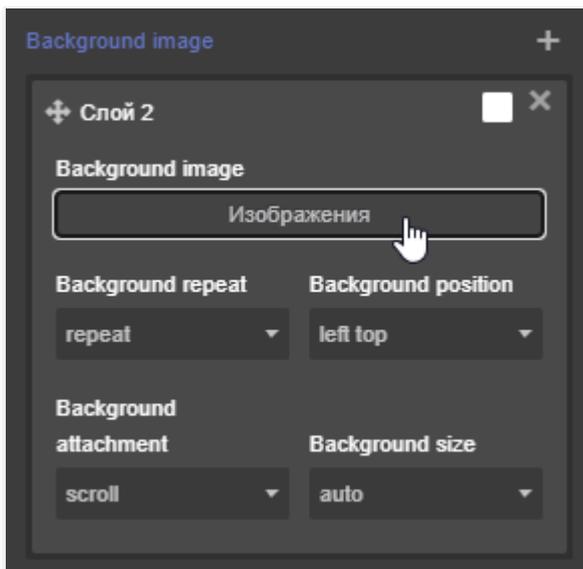
- Border radius — скругление всех углов границы элемента.
- Background color — цвет фона элемента.
- Блок Border radius — настройки скругления для каждого угла границы элемента.
- Блок Border — толщина, стиль и цвет границы элемента.

**Box shadow** — добавляет внутреннюю или внешнюю тень элемента. Вы можете настроить смещение, толщину и размытие тени, а также выбрать цвет:



**Background image** — добавляет фоновое изображение для элемента. Вы сможете выбрать изображение из галереи или загрузить с компьютера, настроить размер, повторение, и положение фона элемента:

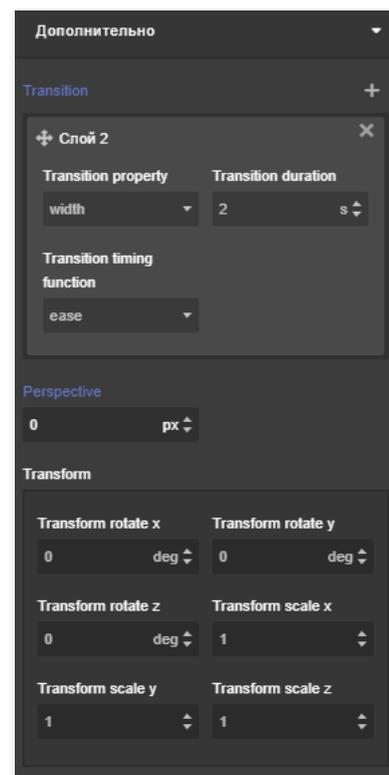




## Дополнительно

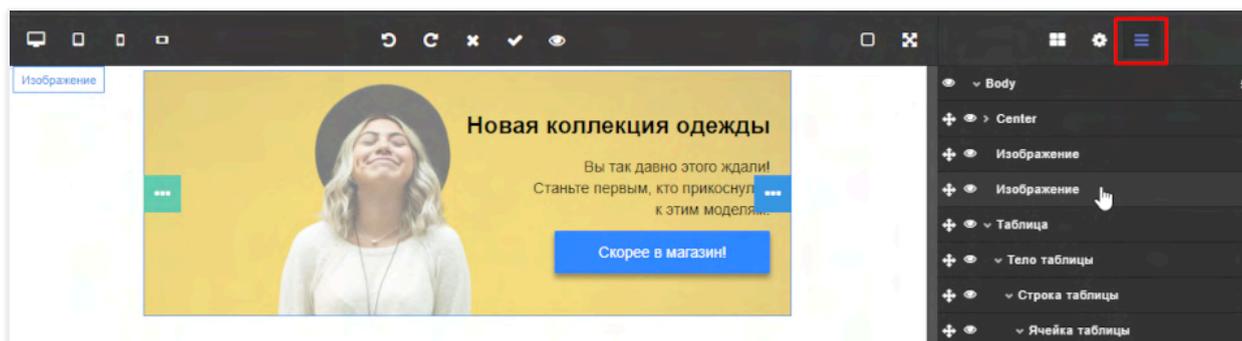
В дополнительных параметрах вы можете настроить анимацию элемента при переходе в разные состояния. Здесь вы можете настроить AMP элементы, например, карусель изображений.

- Transition — добавьте анимированный переход, настроив режим и длительность.
- Perspective — перспектива отображения.
- Transform rotate, Transform scale — настройки вращения и увеличения элемента по трём осям координат.



# Структура элементов

Последний раздел в правой панели редактора — это "Структура элементов".



Здесь вы найдете дерево структуры элементов, с помощью которого можно в пару кликов добраться до любого элемента в письме. Такой инструмент может быть очень полезен, особенно если вам приходится работать с шаблоном, который создавали не вы. Один взгляд на структуру элементов позволит вам понять общую схему шаблона и скорректировать его, не углубляясь в детали.

Когда вы открываете структуру элементов, в правой части появляется список всех элементов шаблона. Здесь вы четко можете увидеть, как именно элементы вложены друг в друга.

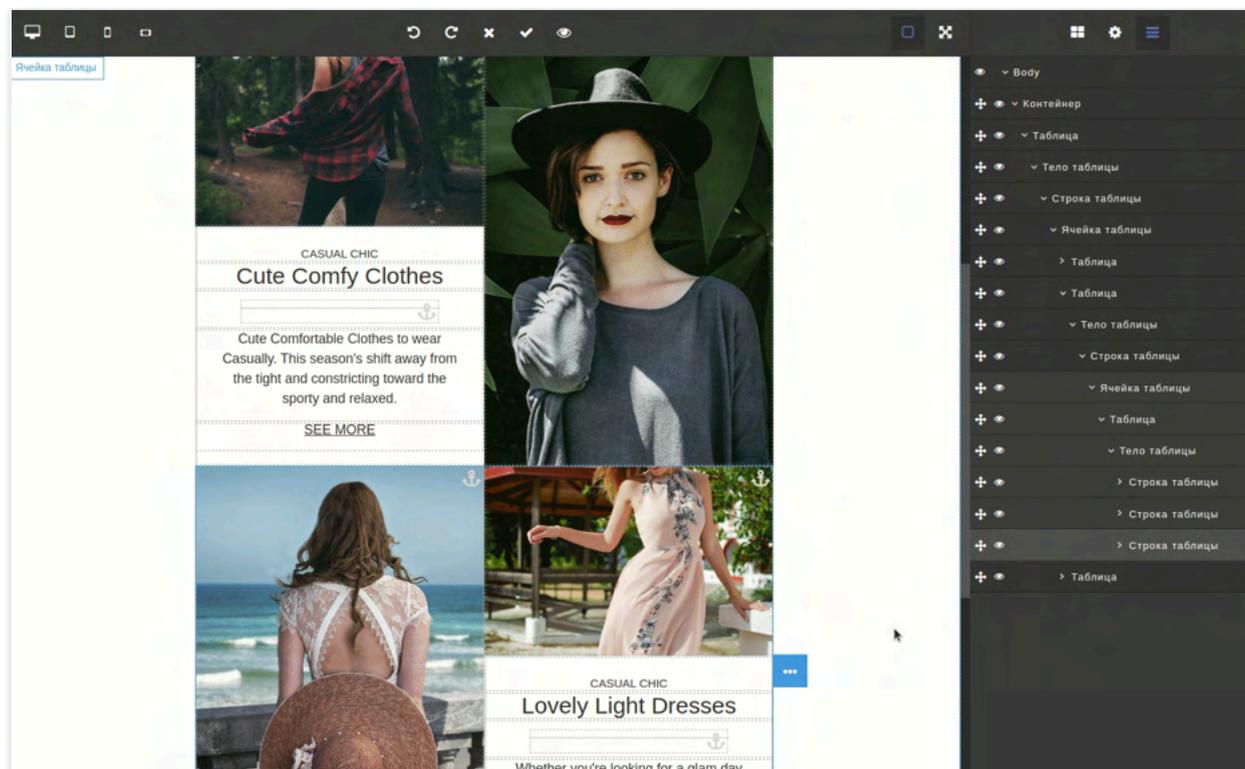
Цифра напротив каждого элемента показывает, сколько детей есть у родителя.

Если вы наведете курсор или кликните на элемент, то в шаблоне занимаемая им область подсветится синим контуром.

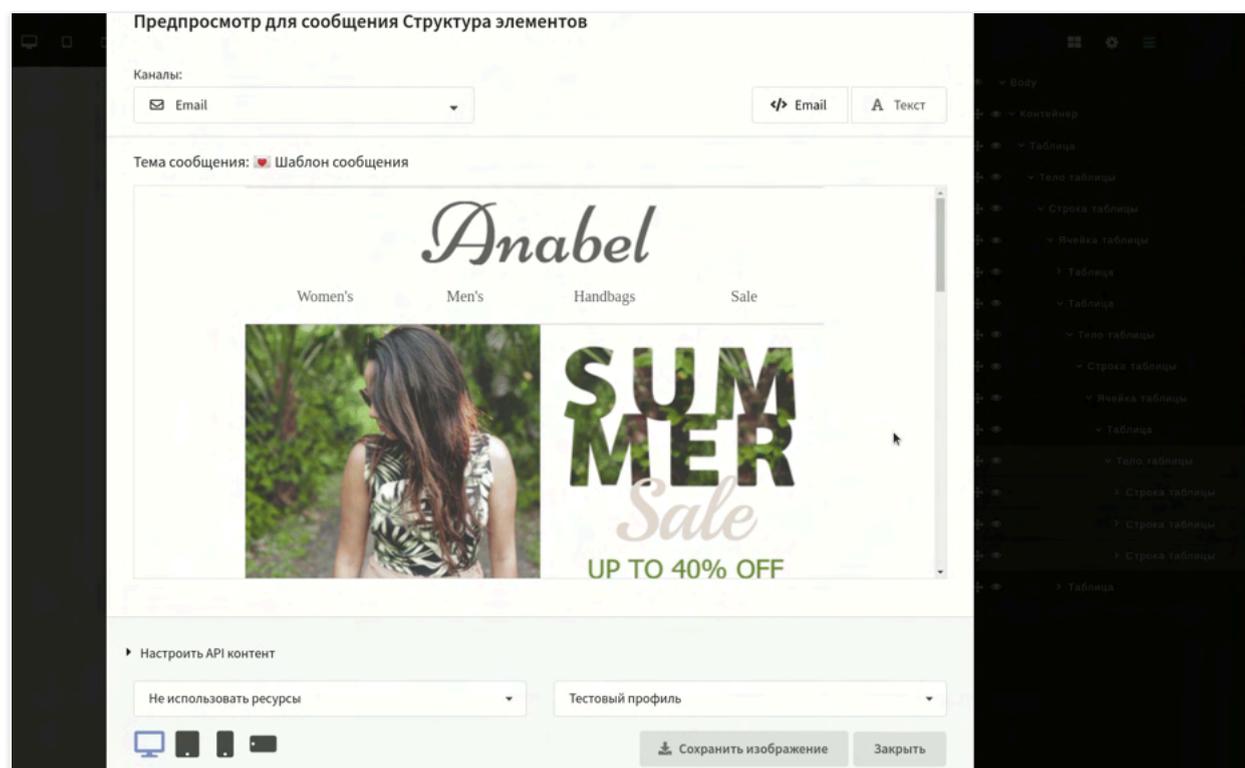


Итак, как же мы можем использовать структуру элементов?

(1) Изменяйте расположение элемента или целого контейнера. Кликните на  и перетащите элемент на новую позицию.



(2) Скрывайте элементы. Возможно, какой-то элемент письма или целый блок вам пока не нужен или вы хотите посмотреть, как шаблон будет выглядеть без него. Кликните на , чтобы скрыть элемент. Если передумаете и захотите вернуть элемент, кликните на .



# Веб-версия письма

**Веб-версия письма** — это версия email-сообщения, которую пользователь может просмотреть как веб-страницу в браузере в случае некорректного его отображения в почтовых сервисах. Веб-версии увеличивают шансы того, что ваше сообщение будет просмотрено даже при неожиданных ошибках почтового клиента. Также наличие ссылки на веб-версию письма позволяет быстро и удобно поделиться им при необходимости.

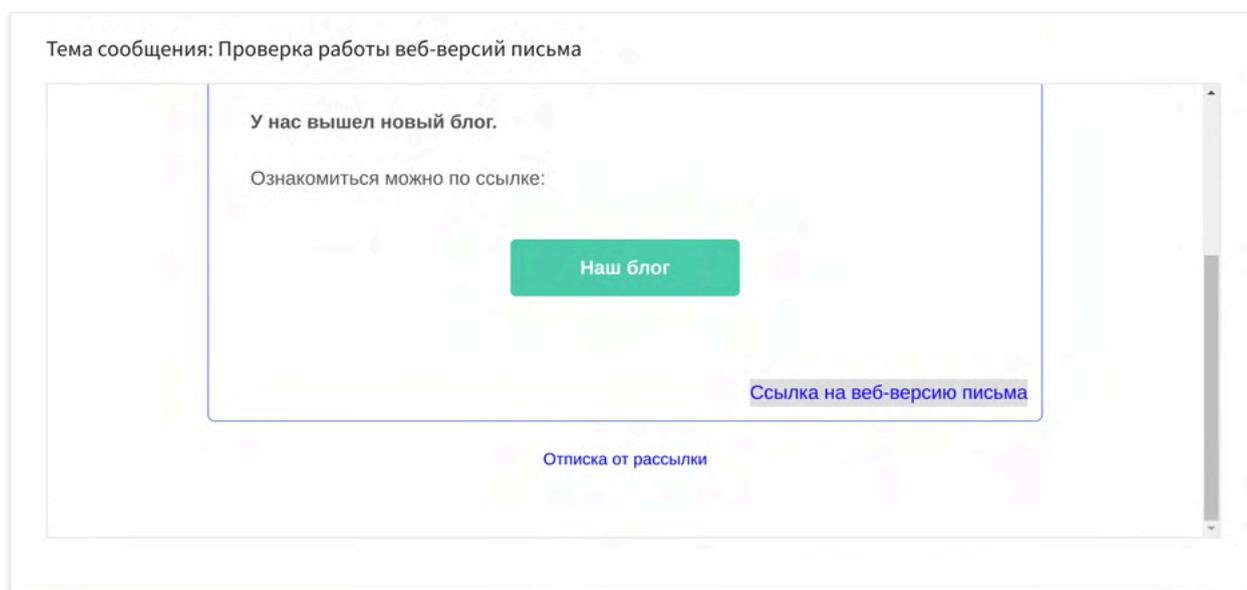
Посмотреть веб-версию отправленного клиенту письма можно в истории профиля. По умолчанию веб-версии хранятся 30 дней. Изменить период хранения может администратор платформы в настройках аккаунта.

## ⓘ К СВЕДЕНИЮ

Чтобы у пользователей была возможность сохранять веб-версии, администратор платформы должен изменить настройки аккаунта, а именно — активировать поле "Enable email web versions". После этого в истории профилей будут появляться ссылки на просмотр веб-версии отправленного сообщения.

## Создание ссылки на веб-версию письма

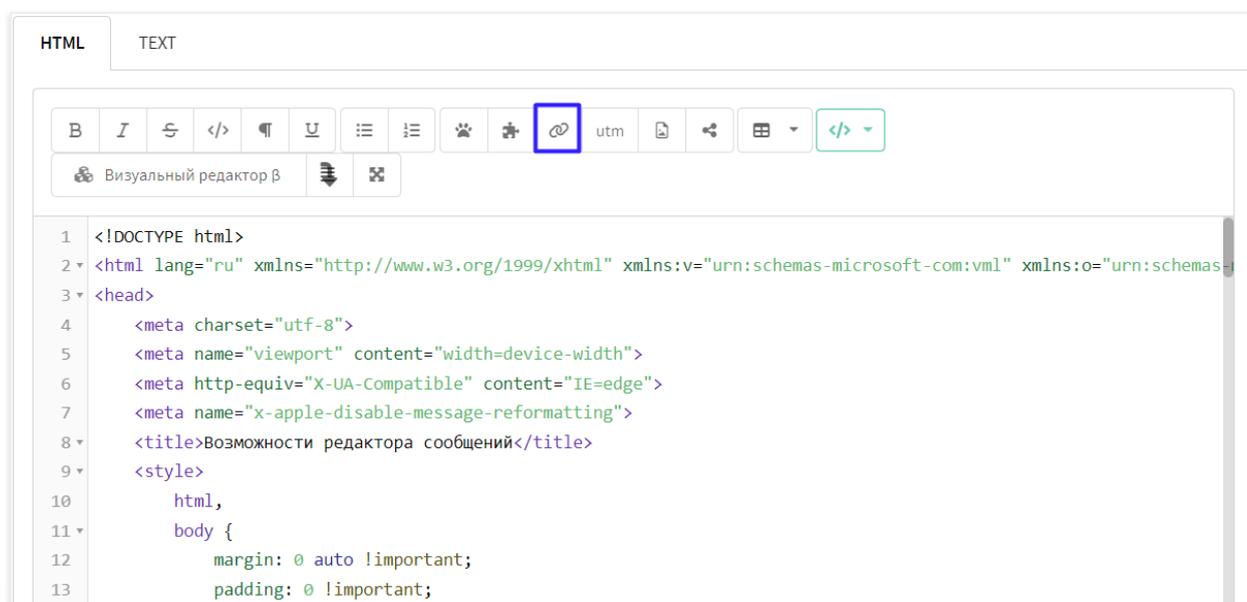
Ссылка на веб-версию необходимо указать в теле письма при создании или редактировании шаблона сообщения:



Существует несколько способов создания данной ссылки. Рассмотрим их подробнее.

## При помощи редактора ссылок

Установите курсор в место добавления ссылки. В панели инструментов нажмите на иконку для вставки ссылок:



В открывшемся окне настройте ссылку:

- Выберите **тип ссылки** — "**Ссылка для веб-версии письма**"
- Введите **текст ссылки** — этот текст увидит пользователь в письме. Например, "Откройте веб-версию письма".

- Укажите **имя ссылки**. В дальнейшем вы сможете отследить, кто воспользовался ей, **построив сегмент** из перешедших по ссылке клиентов.

Вставить ссылку

Тип ссылки  
Ссылка для веб-версии письма

Основные UTM Deep link

Ссылка  
{webversion}

Текст ссылки  
Открыть письмо в браузере

Имя ссылки ?  
web\_version

Не оборачивать эту ссылку трекингом ?

Это ссылка подтверждения ?

Окей Отмена

Нажмите кнопку **"Окей"**. Код ссылки появится в шаблоне сообщения.

#### **И** ПРИМЕЧАНИЕ

Обратите внимание, что ссылку на веб-версию письма нельзя использовать как ссылку подтверждения и невозможно обернуть ссылку трекингом.

## Вручную

Ссылка на веб-версию письма выглядит следующим образом:

```
<a href="{webversion}" title="Веб-версия письма" name="web_version">
Открыть письмо в браузере</a>
```

Рассмотрим части этой ссылки подробнее:

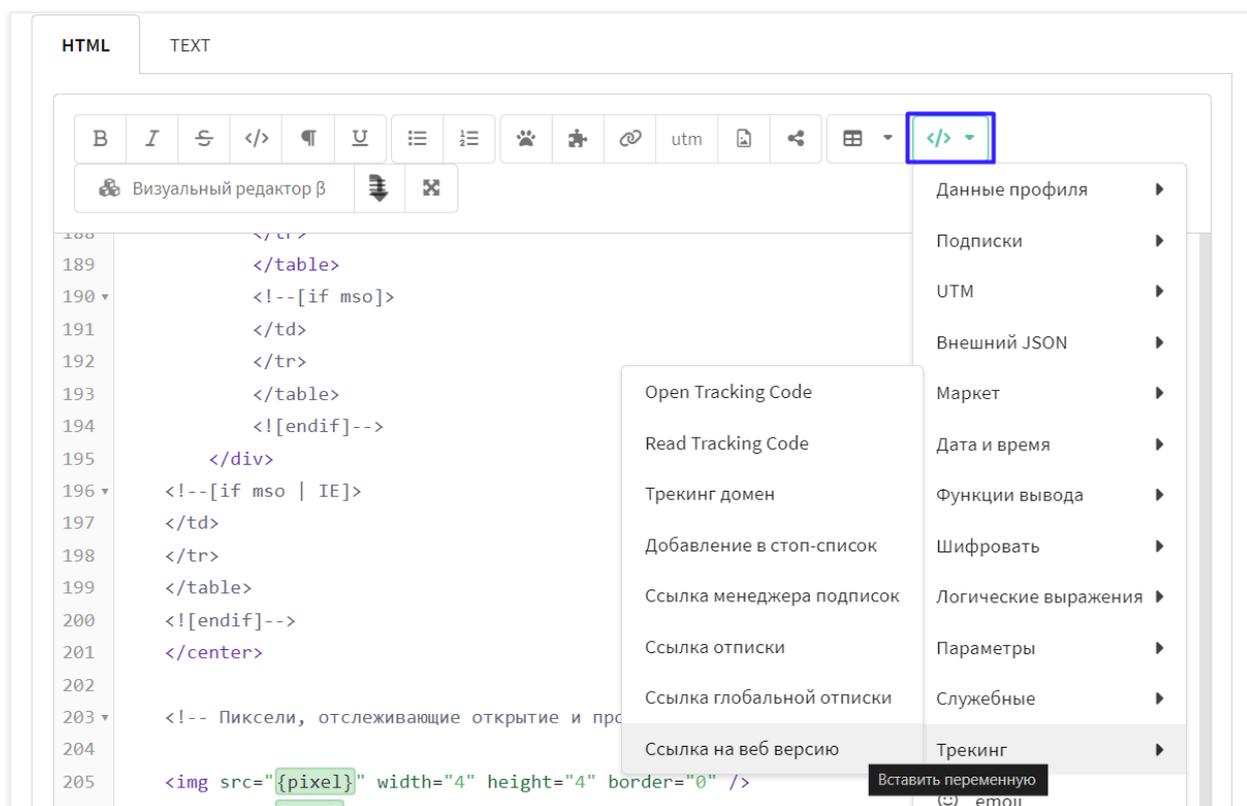
- `<a href="{webversion}"` — системный компонент;
- `title="Веб-версия письма"` — название ссылки;
- `name="web_version"` — имя ссылки, в дальнейшем используется для получения аналитики по переходам;

- **Открыть письмо в браузере** — текст, отображающийся при наведении на ссылку;
- `</a>` — закрывающий тег.

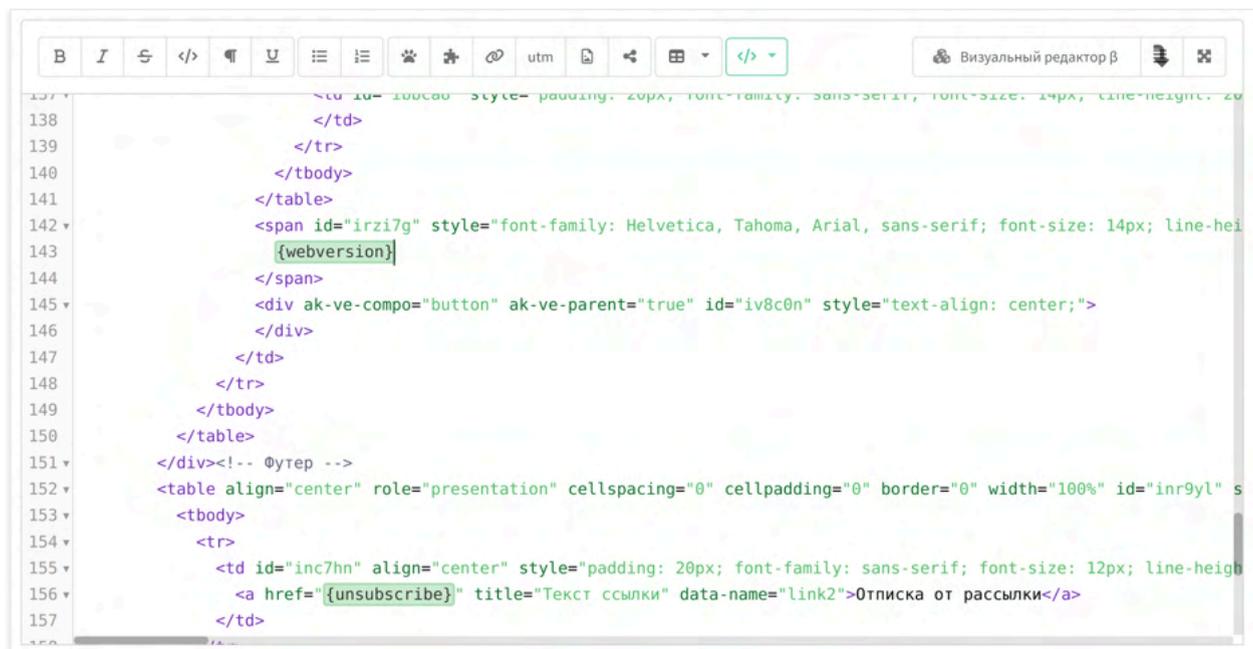
Готовую ссылку вы можете вставить в необходимое вам место.

## В виде переменной

Создать ссылку на веб-версию можно из меню переменных. Откройте его, кликнув `</>` на панели инструментов. Выберите **Трекинг — Ссылка на веб версию**:



В теле письма появится переменная `{webversion}`:



The image shows a visual editor interface with a toolbar at the top containing icons for bold, italic, text color, background color, link, unlink, list, and other formatting options. The main area displays HTML code for an unsubscribe button. The code includes a table structure with a button element. A placeholder for a web version is shown as `{webversion}`. The button text is "Отписка от рассылки".

```
137 <td id="1b0c80" style="padding: 20px; font-family: sans-serif; font-size: 14px; line-height: 20px;">
138 </td>
139 </tr>
140 </tbody>
141 </table>
142 <span id="irzi7g" style="font-family: Helvetica, Tahoma, Arial, sans-serif; font-size: 14px; line-height: 20px;">
143 {webversion}
144 </span>
145 <div ak-ve-compo="button" ak-ve-parent="true" id="iv8c0n" style="text-align: center;">
146 </div>
147 </td>
148 </tr>
149 </tbody>
150 </table>
151 </div><!-- Футер -->
152 <table align="center" role="presentation" cellspacing="0" cellpadding="0" border="0" width="100%" id="inr9yl" style="width: 100%; text-align: center;">
153 <tbody>
154 <tr>
155 <td id="inc7hn" align="center" style="padding: 20px; font-family: sans-serif; font-size: 12px; line-height: 20px;">
156 <a href="{unsubscribe}" title="Текст ссылки" data-name="link2">Отписка от рассылки</a>
157 </td>
```

Далее необходимо дописать к этой ссылке дополнительные параметры. То, как это сделать, подробно описано в предыдущем пункте статьи. В итоге, ваша ссылка будет выглядеть так:

```
<a href="{webversion}" title="Веб-версия письма" name="web_version">Открыть письмо в браузере</a>
```

# AMP-версия письма

Технология AMP позволяет добавлять JavaScript-компоненты в email-письма и делать их интерактивными. В AMP-письме пользователь может пройти опрос, купить товар или подтвердить регистрацию, не переходя на сайт.

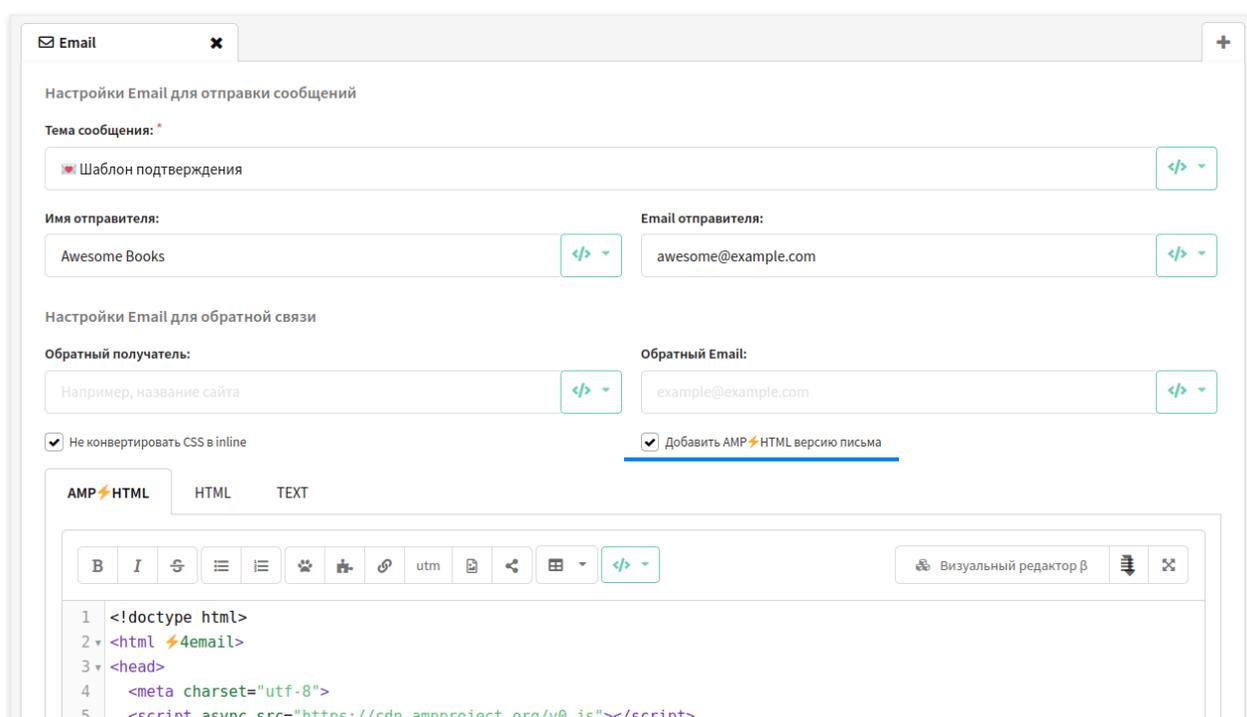
Почтовые клиенты требуют специальной регистрации от отправителей AMP-писем. Руководство по добавлению вашего адреса отправителя в разрешённый список вы найдёте в [официальной документации AMP](#).

## 💡 ПОДСКАЗКА

Тем, кто только начинает осваивать amp-технологии, будет полезен [ЭТОТ гайд](#).

## Добавление AMP-версии

Стандартный email-шаблон включает HTML и текстовую версии письма. Для отправки AMP-писем необходимо в [редакторе шаблона](#) установить флажок в поле **"Добавить AMP HTML версию письма"**. Ниже появится дополнительная вкладка **"AMP HTML"**, где вы сможете использовать AMP-компоненты.



### 💡 ПОДСКАЗКА

На данный момент AMP-письма [поддерживают](#) следующие почтовые клиенты:

- Gmail;
- Yahoo;
- Mail.ru.

Если письмо придёт на почтовый клиент, который не поддерживает технологию AMP, получатель увидит HTML-версию.

## Ссылки в AMP-версии

В amp-версии письма для наименования ссылок поддерживается только атрибут `data-name`. При сохранении шаблона платформа автоматически подставит атрибут во все ссылки.

```
<a href="https://example.com" title="Текст ссылки" data-name="link1">Текст ссылки</a>
```

Также обратите внимание, если вы добавляете amp-параметр в ссылку, не надо оборачивать ссылку трекингом, иначе она не будет работать. Чтобы отключить трекинг, добавьте атрибут `no-track`. Клики по такой ссылке отслеживаться не будут.

```
<a href="{{$exampleUrl}}" title="Текст ссылки" data-name="link1" no-track>Текст ссылки</a>
```

## Экранирование шаблонных выражений

Синтаксис шаблонизации AMP совпадает с синтаксисом шаблонизации Altcraft. Чтобы избежать некорректной обработки кода, необходимо экранировать шаблонные выражения AMP с помощью символа `$`.

Например, если вы используете компонент `<amp-list>`, то замените переменную для подстановки элемента списка `{{title}}` на `{{{title}}}`:

```
<amp-list id="myList" src="https://foo.com/list.json">
  <template type="amp-mustache">
    <div>{{{title}}}</div>
  </template>
</amp-list>
```

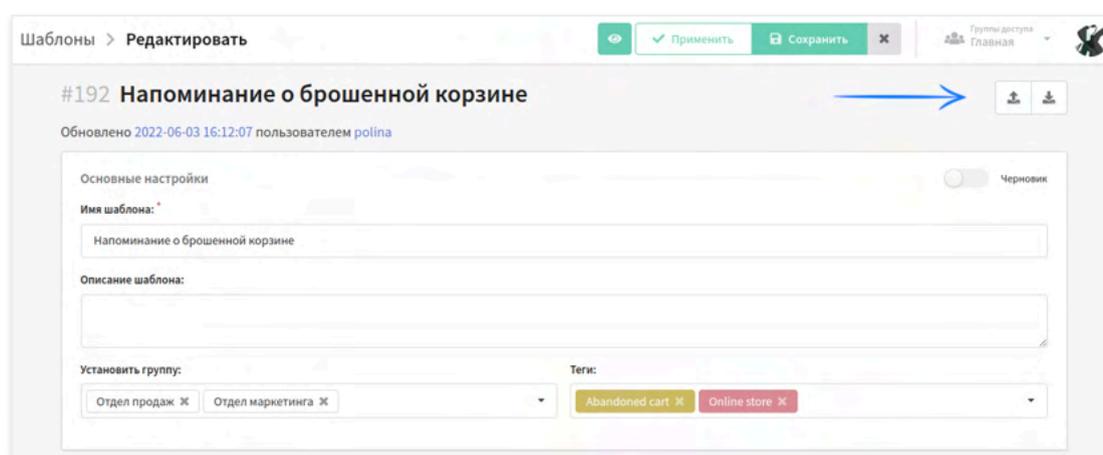
# Импорт и экспорт шаблона сообщения

Данный функционал позволяет загрузить в платформу или выгрузить на своё устройство шаблон сообщения. Это может быть шаблон как для одного канала, так и для нескольких сразу. Для экспорта и импорта используется файл в формате `zip`.

Соответствующие кнопки доступны в окне [редактирования шаблона](#) в правом верхнем углу:

 — импортировать шаблон

 — экспортировать шаблон



## Импорт шаблона

Чтобы импортировать шаблон в платформу, нажмите на иконку . Далее кликните на область загрузки и выберите файл в формате `zip` на своём устройстве.

 **ПОДСКАЗКА**

О переносе шаблона из стороннего сервиса читайте в [этой статье](#).

Настройте импорт:

1. Выберите **каналы**, для которых необходимо импортировать шаблон (Email, SMS, Push).
2. Разрешите **конфликты импорта**. Конфликты возникают, если импортируемые данные и данные, которые уже сохранены в платформе, отличаются. В таблице показаны старое и новое значение. Если вы хотите обновить данные, установите галочку в колонке "Заменить".

Нажмите **Принять**, чтобы запустить процесс импорта.

### Импортировать из файла

Перетащите файлы сюда или кликните здесь для загрузки  
Выберите файл в формате zip

template.zip ✕

1 - Email ✕ 2 - SMS ✕ 4 - Push ✕

Пока поддерживается только импорт Email, SMS и PUSH.

#### Разрешите конфликты импорта

| Поле  | Старое значение          | Новое значение                      | Заменить?                           |
|---|--------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Стоп-список                                       | Стоп-список не выбран    | Пользовательский стоп-список        | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Добавить отписавшихся в прикрепленный стоп-список | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Значения полей, если пустые                       |                          |                                     | <input type="checkbox"/>            |
| Части   |                          |                                     | <input type="checkbox"/>            |

Принять Отмена

## Структура zip-файла

Для импорта используется файл в формате **zip**. Архив должен иметь определенную структуру:

```
<catalog_name>/  
  <channel_name>/  
    <fieldname>.<type>
```

```
<attach>/
  <fileid>/
    <filename>
images/
  <image_name>
template.json
```

Описание структуры:

| Элемент        | Пример               | Описание  |
|----------------|----------------------|---|
| <catalog_name> | template_newsletter  | Корневая директория. Можно использовать произвольное название.  |
| <channel_name> | email<br>sms<br>push | Директория содержит данные шаблона для определенного канала отправки. Название директории должно соответствовать каналу.<br><br>Поддерживается импорт Email, SMS и Push шаблонов.<br><br>Информацию о том, какие файлы можно импортировать для каждого канала, вы найдете <a href="#">здесь</a> . |
| images         | image_1.png          | Директория для хранения изображений.  |
| template.json  | —                    | Файл содержит общие данные о шаблоне (ссылка на динамический JSON контент, дополнительные настройки, фрагменты и части).<br><br>Более подробную информацию вы найдете <a href="#">ниже</a> .  |

## Пример zip-файла

## Базовая структура для email-канала

```
template_123/  
  email/  
    html.html  
    text.txt  
    subject.txt  
  images/  
    image_1.jpeg  
template.json
```

## Полная структура для всех каналов

```
template_123/  
  email/  
    html.html  
    text.txt  
    subject.txt  
  amp.txt  
  is_amp.txt  
  is_not_inline.txt  
  from_email.txt  
  from_name.txt  
  replyto_email.txt  
  replyto_name.txt  
  attach/  
    023f-ad8c-4412-9bba-16ac/  
    attach_file.zip  
  sms/  
    sms.txt  
  add_sms_url_scheme.txt  
  push/  
    title.txt  
  body.txt  
    click_url.txt  
  icon.txt  
  is_rich_push.txt  
  images/  
    image_1.jpeg  
  image_2.jpeg
```

template.json

## Описание полей для каждого канала

### Email

| Файл                | Пример   | Описание  |
|---------------------|--|---|
| html.html           | <pre>&lt;html&gt;Hello, world! &lt;/html&gt;</pre>                       | HTML-версия письма  |
| text.txt            | Hello, world!  | Текстовая версия письма   |
| subject.txt         | Лучшие новинки 2022  | Тема письма   |
| amp.txt             | <pre>&lt;html&gt;Hello, world! &lt;/html&gt;</pre>                       | AMP HTML версия письма  |
| is_amp.txt          | false  | Есть ли в шаблоне amp-версия  |
| is_not_inline.txt   | true   | Не конвертировать CSS в inline  |
| from_email.txt      | <a href="mailto:awesome@example.com">awesome@example.com</a>             | Email отправителя   |
| from_name.txt       | Awesome Books  | Имя отправителя   |
| replyto_email.txt   | <a href="mailto:reply_awesome@example.com">reply_awesome@example.com</a> | Обратный Email  |
| replyto_name.txt    | Awesome Books  | Обратный получатель   |
| attach (директория) | 023f-ad8c-4412-9bba-16ac/<br>attach_file.pdf                             | Директория для хранения прикрепленных файлов.<br><br>Содержит дополнительные директории, в каждой из которых хранится отдельный файл. |

| Файл | Пример | Описание  |
|------|--------|---|
|      |        | Дополнительным директориям можно давать произвольные имена. |

## SMS

| Файл                   | Пример        | Описание                     |
|------------------------|---------------|------------------------------|
| sms.txt                | Hello, world! | Текст сообщения              |
| add_sms_url_scheme.txt | true          | Добавлять "http://" в ссылки |

## Push

| Файл             | Пример  | Описание  |
|------------------|---|---|
| title.txt        | Лучшие новинки 2022   | Заголовок уведомления   |
| body.txt         | Hello, world!   | Текст уведомления   |
| click_url.txt    | <a href="https://example.com/">https://example.com/</a>                               | Ссылка для перехода по клику  |
| icon.txt         | <a href="https://example.com/images/test.jpg">https://example.com/images/test.jpg</a> | URL-адрес, по которому расположена иконка для уведомления                         |
| is_rich_push.txt | false   | Использование rich-версии для push сообщения                                      |
| <platform>.json  | <pre>&lt;html&gt;Hello, world! &lt;/html&gt;</pre>                                    | Данные по шаблону для определенного браузера или ОС (при использовании rich push) |

## Файл template.json

С помощью файла `template.json` можно загрузить данные, которые отображаются в блоках "Опции" и "Контент".

## Пример template.json

template.json

```
{
  "json_url": "https://altkraft.com/example/RU_content.json",
  "suppress_id": 1,
  "is_unsub_to_supp": true,
  "field_overrides": {
    "lead": {
      "_fname": "клиент"
    }
  },
  "parts": []
}
```

## Описание полей в template.json

| Поле             | Пример  | Обязательный | Описание   |
|------------------|---|--------------|--|
| json_url         | <a href="https://altkraft.com/example/content.json">"https://altkraft.com/example/content.json"</a> | Нет          | URL для динамического JSON-контента                |
| suppress_id      | 1   | Нет          | Идентификатор стоп-списка                          |
| is_unsub_to_supp | true  | Нет          | Добавлять отписавшихся в прикрепленный стоп-список |
| field_overrides  | <pre>{   "lead": {     "_fname": "клиент"   } }</pre>   | Нет          | Значения полей, если пустые                        |
| parts            | <pre>[   {     "name": "part_1",</pre>  | Нет          | <a href="#">Части шаблона</a>                      |

| Поле | Пример  | Обязательный | Описание |
|------|---|--------------|----------|
|      | <pre>"shortname": "part_1",   "type": "text",   "content": "" }, {   "name": "part_2",   "shortname": "part_2",   "type": "text",   "content": "" } ]</pre> |              |          |

 ПОДСКАЗКА

Вы можете экспортировать любой готовый шаблон из своего аккаунта, чтобы получить наглядный пример zip-архива для импорта.

# Импорт шаблона из стороннего сервиса

Если у вас есть готовые шаблоны сообщений в других сервисах, вы можете перенести их в Altcraft Platform. Переносить можно как Email, так и SMS шаблоны.

## ПОДСКАЗКА

На данный момент доступен импорт из:

- Unisender
- Mailchimp
- Sendsay

Чтобы приступить к импорту, перейдите в раздел "**Шаблоны**" и нажмите кнопку "**Создать**" на верхней панели. Далее выберите способ создания: импортировать шаблон из файла или вставить код.

## Выберите способ создания



Импорт из файла



Вставить код



Редактор

# Импорт из файла

Если вы хотите перенести в платформу Email-шаблон, вам необходимо предварительно экспортировать **html-файл** с готовым шаблоном из стороннего сервиса. Для переноса SMS-шаблона потребуется **файл в формате txt**.

В платформе кликните на область загрузки и выберите файл на своём устройстве. После загрузки внизу появится окно с **замечаниями по импорту**. Здесь будут перечислены все удалённые из шаблона переменные.

### Импорт из файла

Перетащите файлы сюда или кликните здесь для загрузки

Выберите файл в формате zip

unisender.html

1 - Email

#### Замечания по импорту

| Поле                           |   |
|--------------------------------|---|
| Удаленные переменные в шаблоне | <pre>{{SocialBookmarks}}<br/>{{_SocialBookmarks}}</pre> |

Импортировать

Назад

## 💡 ПОДСКАЗКА

Каждый сервис использует свои переменные в шаблонах сообщений. В нашей платформе они выглядят так: `{lead.email}`.

При импорте шаблона из стороннего сервиса Altcraft автоматически заменит некоторые переменные. Если аналогичной переменной нет в платформе, она будет удалена из шаблона.

Информацию о том, какие переменные сохранятся, вы найдете [ниже](#).

# Вставить код

При создании шаблона через вставку кода первое, что вам предложат — выбрать канал (Email или SMS).

Если вы выбираете Email, вам потребуется скопировать html-код шаблона из редактора в стороннем сервисе. Далее добавьте скопированный код в текстовое окно **"Email"**. Текстовая версия письма сгенерируется автоматически.

При необходимости вы можете вручную добавить код для каждой версии письма:

- Email — html-версия письма.
- Text — текстовая версия письма.
- AMP — amp-версия письма.

### Вставить код

Email

```
<html>
<head>
  <title></title>
  <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1">
</head>
<body align="center" style="cursor: auto; width="100%"><!--[if gte mso 9]> <style type="text/css">
.uni-block img {      display: block !important;      } </style><![endif-->
<style type="text/css"> /* ////////// CLIENT-SPECIFIC STYLES ////////// */
#outlook a{padding:0;} /* Force Outlook to provide a "view in browser" message */
```

TEXT

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

--

Ссылка отписки: {{\_UnsubscribeUrl}}

AMP

Проверить и подготовить

Импортировать

Назад

Импорт шаблона для SMS канала проще — потребуется заполнить только одно текстовое окно.

После добавление кода запустите его проверку, нажав кнопку **"Проверить и подготовить"**. Внизу также отобразится таблица с замечаниями по импорту, где будут перечислены все удаленные переменные. Нажмите **"Импортировать"**.

## **Автозамена переменных в шаблоне**

Altcraft Platform автоматически заменяет переменные стороннего сервиса собственными переменными:

# Unisender

| Описание переменной                       | Altcraft   | Unisender                                       |
|---|--|---|
| Имя                                       | {lead._fname}  | {{Name}},<br>{{_LocalPart}},<br>{{LocalPart}}   |
| Email-адрес подписки                      | {subscription.email}   | {{_Email}},<br>{{Email}}                        |
| Телефон подписки                          | {subscription.phone}   | {{_Phone}}                                      |
| Имя отправителя email сообщения           | {from_name}  | {{_ListTitle}},<br>{{ListTitle}}                |
| Дополнительное поле профиля               | {lead.custom_field}  | {{custom_field}}                                |
| Ссылка подтверждения                      | <pre>&lt;a href="#" title="Подтвердите подписку" confirm-link name="link1"&gt;Подтвердите подписку&lt;/a&gt;</pre> <p>При импорте текстовой версии письма ссылка подтверждения переносится в таком виде: [Подтвердите подписку] (# &lt;confirm-link&gt;). Необходимо заменить символ # на URL.</p> | {{ConfirmUrl}}                                  |
| Отписка от ресурса или глобальная отписка | {unsubscribe}  | {{_UnsubscribeUrl}},<br>,<br>{{UnsubscribeUrl}} |
| Ссылка на веб-версию письма               | {webversion}   | {{_WebLetterUrl}},<br>{{WebLetterUrl}}          |
| Полная дата                               | {datenow}  | {{SendDate}}                                    |

## Sendsay

| Описание переменной         | Altcraft                                       | Sendsay   |
|-----------------------------|--|---|
| Имя                         | <code>{lead._fname}</code>                     | <code>[% anketa.base.firstName %]</code>                          |
| Фамилия                     | <code>{lead._lname}</code>                     | <code>[% anketa.base.lastName %]</code>                           |
| Email-адрес подписки        | <code>{subscription.email}</code>              | <code>[% anketa.base.email %]</code>                              |
| Домен email-подписки        | <code>{subscription.email_domain}</code>       | <code>[% anketa.member["confirm.host"] %]</code>                  |
| Пол                         | <code>{lead._sex}</code>                       | <code>[% anketa.base.gender %]</code>                             |
| Город                       | <code>{lead._city}</code>                      | <code>[% anketa.base.city %]</code>                               |
| Дата рождения               | <code>{lead._bdate}</code>                     | <code>[% anketa.base.birthDate %]</code>                          |
| Дополнительное поле профиля | <code>{lead.custom_field}</code>               | <code>[% anketa.base.custom_field %]</code>                       |
| Условие                     | <code>{if lead.custom_field}{else}{end}</code> | <code>[% IF anketa.base.custom_field %][% ELSE %][% END %]</code> |
| Длина переменной            | <code>{length(lead.custom_field)}</code>       | <code>[% size(anketa.base.custom_field) %]</code>                 |
| Итерация по массиву         | <code>{for \$index \$i = items}{i}{end}</code> | <code>[% FOREACH i IN items %][% i %][% END %]</code>             |

# Mailchimp

| Описание переменной                       | Altcraft   | Mailchimp   |
|---|--|---|
| Имя                                       | {lead._fname}  | * FNAME *   |
| Фамилия                                   | {lead._lname}  | * LNAME *   |
| Email-адрес подписки                      | {subscription.email}   | * EMAIL *   |
| Телефон подписки                          | {subscription.phone}   | * PHONE *   |
| Дата регистрации                          | {lead._regdate}  | * OPTIN_DATE *,<br>* OPTIN_DATETIME *   |
| Имя отправителя email сообщения           | {from_name}  | * LIST:DESCRIPTION *,<br>* LIST:NAME *  |
| Email отправителя                         | {from_email}   | * LIST:EMAIL *,<br>* ABUSE_EMAIL *  |
| Дополнительное поле профиля               | {lead.custom_field}  | * custom_field *  |
| Ссылка подтверждения                      | <p><code>&lt;a href="#" title="Подтвердите подписку" confirm-link name="link1"&gt;Подтвердите подписку&lt;/a&gt;</code></p> <p>При импорте текстовой версии письма ссылка подтверждения переносится в таком виде: [Подтвердите подписку](# &lt;confirm-link&gt;). Необходимо заменить символ # на URL.</p> | * LIST:SUBSCRIBE *  |
| Отписка от ресурса или глобальная отписка | {unsubscribe}  | * UNSUB *,<br><code>{{unsub}}</code> ,<br><code>{{unsub "http://example.com/unsub"}}</code> |

| Описание переменной                                     | Altcraft   | Mailchimp  |
|---|--|--|
|   |  | <code>{{unsub redirect_merge_var}}</code>                    |
| Ссылка на веб-версию письма                             | <code>{webversion}</code>                          | <code>* ARCHIVE *</code>                                     |
| Полная дата   | <code>{datenow}</code>                             | <code>* DATE:d/m/y *</code><br><code>{{date "Y-m-d"}}</code> |
| Год полностью   | <code>{yearlong}</code>                            | <code>* CURRENT_YEAR *</code>                                |
| ID ресурса  | <code>{resid}</code>                               | <code>* LIST:UID *</code>                                    |
| SUBID кампании  | <code>{subid}</code>                               | <code>* CAMPAIGN_UID *</code>                                |
| URL веб-сайта, формы или приложения из настроек ресурса | <code>{resurl}</code>                              | <code>* LIST:URL *</code>                                    |
| Верхний регистр   | <code>{uppercase("your text")}</code>              | <code>{{upper "your text"}}</code>                           |
| Первый символ в верхнем регистре                        | <code>{uppercasefirst("your text is neat")}</code> | <code>{{title "your text is neat"}}</code>                   |
| Условие   | <code>{if lead.custom_field}{else}{end}</code>     | <code>* IF:custom_field *...* ELSE: *...* END:IF *</code>    |

 ПОДСКАЗКА

Если вы хотите расширить синтаксис переноса переменных, отправьте запрос на [team@altcraft.com](mailto:team@altcraft.com).

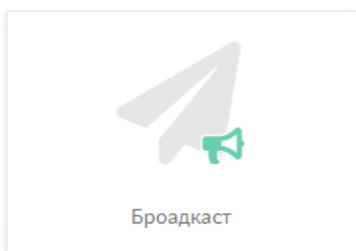
# Кампании

**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.

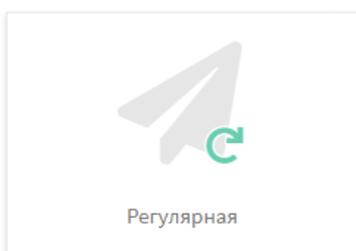
Если в качестве аудитории рассылки используется [Динамический сегмент](#), он будет рассчитан непосредственно перед каждым запуском. Также перед запуском кампания **исключает** из рассылки профили, находящиеся в [стоп-списках](#) платформы и заблокированные [политикой отправки](#).

## Типы кампаний



### Броадкаст

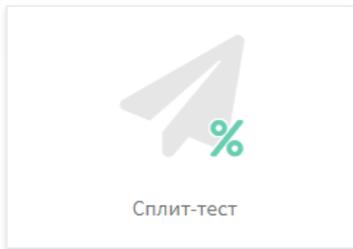
Кампания, осуществляющая однократную рассылку сообщений определённой аудитории подписчиков. При больших объёмах отправку можно разделить на несколько частей по расписанию. В качестве аудитории может выступить база данных подписчиков или сегмент.



### Регулярная

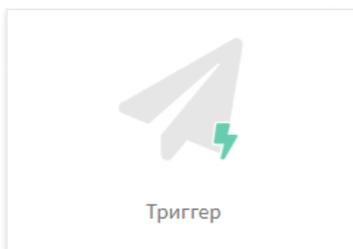
Кампания, которая рассылает доступный контент определённой аудитории подписчиков на регулярной основе. Кампания никогда не останавливается автоматически. В качестве аудитории может выступить база данных подписчиков или сегмент.

## Мультивариантный тест



Кампания, которая позволяет Вам протестировать маркетинговую эффективность отправляемых сообщений. В кампанию добавляются до 16 шаблонов сообщений. В качестве аудитории может выступать база данных подписчиков или сегмент.

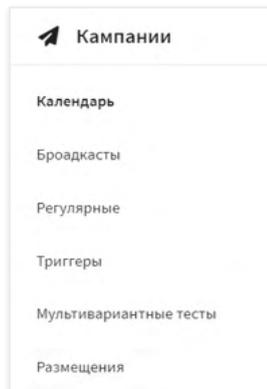
## Триггер



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

**Календарь кампаний** Altcraft отображает время запуска маркетинговых кампаний:



- **Броадкастов** — массовых единоразовых рассылок.
- **Регулярных** — периодических рассылок и уведомлений.
- **Мультивариантный тест** (A/B/n) — 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.

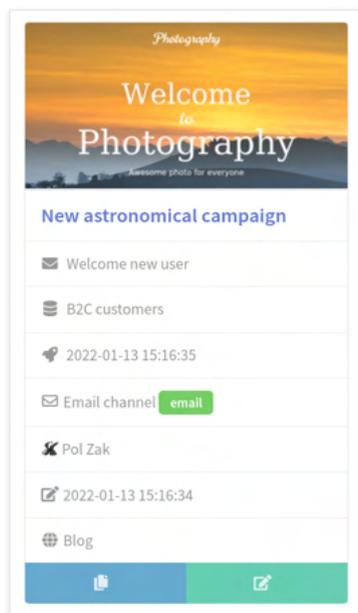
- **День** — отображает все запуски кампаний в отдельно взятый день.

Октябрь 2019

● Броадкасты ● Регулярные ● Сплит-тесты

| Понедельник                          | Вторник                              | Среда                                | Четверг                              | Пятница                                  | Суббота                              | Воскресенье                          |
|--------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|--|--------------------------------------|--------------------------------------|
| 30                                   | 1                                    | 2                                    | 3                                    | 4  | 5                                    | 6                                    |
| 18:16 68 ☐<br>Weekly newsletter          | 18:16 68 ☐<br>Weekly newsletter      | 18:16 68 ☐<br>Weekly newsletter      |
| 17:57 68<br>Customs garage promotion | 18:21 68<br>Customer satisfaction survey | 17:57 68<br>Customs garage promotion | 17:57 68<br>Customs garage promotion |
| 17:02 68<br>Новый сплит-тест             | 17:02 68<br>Новый сплит-тест         | 17:02 68<br>Новый сплит-тест         |
| 7                                    | 8                                    | 9                                    | 10                                   | 11                                       | 12                                   | 13                                   |
| 18:16 68 ☐<br>Weekly newsletter          | 18:16 68 ☐<br>Weekly newsletter      | 18:16 68 ☐<br>Weekly newsletter      |
| 17:57 68<br>Customs garage promotion     | 17:57 68<br>Customs garage promotion | 17:57 68<br>Customs garage promotion |
| 17:02 68<br>Новый сплит-тест             | 17:02 68<br>Новый сплит-тест         | 17:02 68<br>Новый сплит-тест         |
| 14                                   | 15                                   | 16                                   | 17                                   | 18                                       | 19                                   | 20                                   |
| 18:16 68 ☐<br>Weekly newsletter          | 18:16 68 ☐<br>Weekly newsletter      | 18:16 68 ☐<br>Weekly newsletter      |
| 17:57 68<br>Customs garage promotion     | 17:57 68<br>Customs garage promotion | 17:57 68<br>Customs garage promotion |
| 17:02 68<br>Новый сплит-тест             | 17:02 68<br>Новый сплит-тест         | 17:02 68<br>Новый сплит-тест         |
| 21                                   | 22                                   | 23                                   | 24                                   | 25                                       | 26                                   | 27                                   |
| 18:16 68 ☐<br>Weekly newsletter          | 18:16 68 ☐<br>Weekly newsletter      | 18:16 68 ☐<br>Weekly newsletter      |
| 17:57 68<br>Customs garage promotion | 18:21 68<br>Customer satisfaction survey | 17:57 68<br>Customs garage promotion | 17:57 68<br>Customs garage promotion |
| 17:02 68<br>Новый сплит-тест             | 17:02 68<br>Новый сплит-тест         | 17:02 68<br>Новый сплит-тест         |
| 28                                   | 29                                   | 30                                   | 31                                   | 1  | 2                                    | 3                                    |
| 18:16 68 ☐<br>Weekly newsletter          | 18:16 68 ☐<br>Weekly newsletter      | 18:16 68 ☐<br>Weekly newsletter      |
| 17:57 68<br>Customs garage promotion | 18:21 68<br>Customer satisfaction survey | 17:57 68<br>Customs garage promotion | 17:57 68<br>Customs garage promotion |
| 17:02 68<br>Новый сплит-тест             | 17:02 68<br>Новый сплит-тест         | 17:02 68<br>Новый сплит-тест         |
| 4                                    | 5                                    | 6                                    | 7                                    | 8  | 9                                    | 10                                   |
| 18:16 68 ☐<br>Weekly newsletter          | 18:16 68 ☐<br>Weekly newsletter      | 18:16 68 ☐<br>Weekly newsletter      |
| 17:57 68<br>Customs garage promotion     | 17:57 68<br>Customs garage promotion | 17:57 68<br>Customs garage promotion |
| 17:02 68<br>Новый сплит-тест             | 17:02 68<br>Новый сплит-тест         | 17:02 68<br>Новый сплит-тест         |

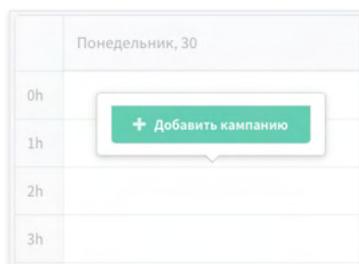
При нажатии на плитку запуска откроется подробная информация:



- Предпросмотр отправляемого контента (email)
- Название кампании
- [Шаблон сообщения](#)
- Точное время запуска
- Канал коммуникации
- [Автор кампании](#)
- [Дата создания / изменения](#)
- [Ресурс](#)

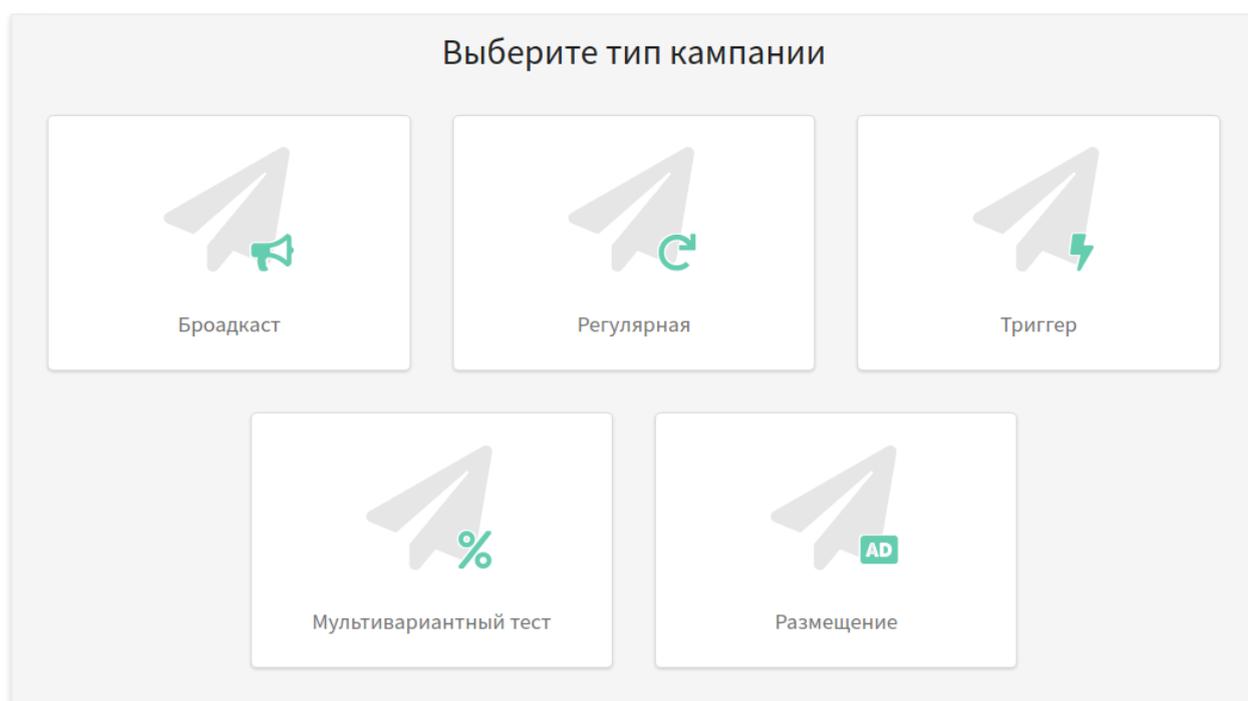
Ниже находятся кнопки для **клонирования** или **редактирования** кампании.

# 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**.

Далее выберите тип кампании – откроется форма редактирования.



Дата запуска будет автоматически установлена на выбранный вами в календаре день, однако её можно изменить в любой момент, 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

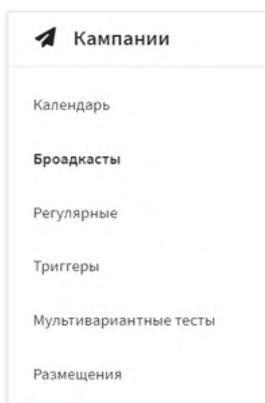
Каждый шестой час

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

**Броадкаст кампания** — это 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

Имя кампании:  SUBID статистики:

Описание кампании:

Установить группу:  Теги:

# Настройки кампании

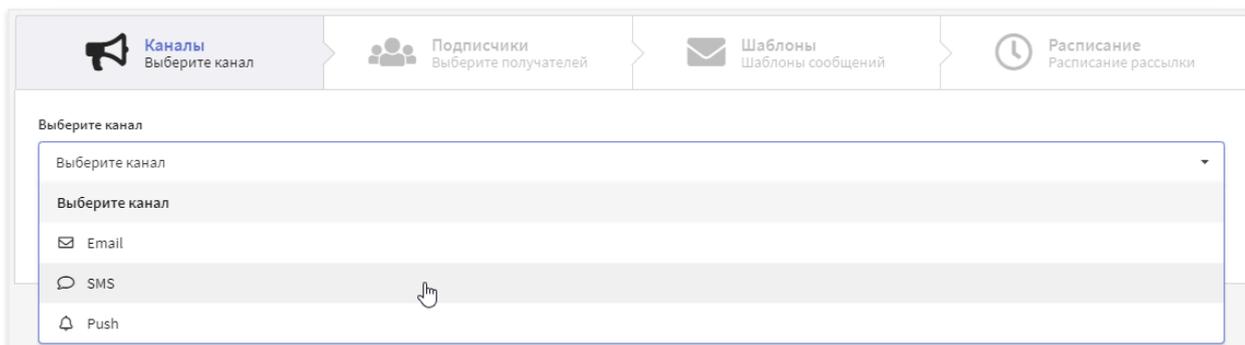
Настройки кампании объединяют канал, по которому она будет отправлена, получателей сообщений, контент из одного или нескольких шаблонов, а также расписание рассылки.

## 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.

### ПРИМЕЧАНИЕ

Для отправки по Email доступно использование основных контактных данных подписчика — поля Email в базе данных.



Выберите канал

Выберите канал

✉ Email

💬 SMS

🔔 Push

### ПОДСКАЗКА

При использовании **push-канала** вы можете выбрать конкретных провайдеров для рассылки, а также режим отправки — **fanout**, рассылка на все подписки с учетом фильтров, или **last**, отправка на подписку с самой свежей датой создания. Если несколько подписок были созданы одновременно, то из них будет выбрана одна случайная. Если в кампании заданы фильтры по провайдеру, дополнительным полям или категориям, то сначала накладываются фильтры, а потом уже ищется самая свежая подписка.

## 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** broadcast 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).

#### 💡 ПОДСКАЗКА

При отправке сообщений кампания использует [ПОДПИСКИ КЛИЕНТОВ](#) на выбранный ресурс. Убедитесь, что получатели в вашем источнике данных подписаны на него!

The screenshot shows the 'Подписчики' (Subscribers) step of a campaign configuration. At the top, there are four tabs: 'Каналы' (Channels), 'Подписчики' (Subscribers), 'Шаблоны' (Templates), and 'Расписание' (Scheduling). The 'Подписчики' tab is active. Below the tabs, there are four main sections: 'Выберите ресурс' (Select resource), 'Источник подписчиков' (Subscriber source), 'Выберите сегмент' (Select segment), and a 'Далее' (Next) button. The 'Выберите ресурс' dropdown is set to '5 - VIP customers resource' and has 'Email', 'Push', and 'SMS' options. The 'Источник подписчиков' dropdown is open, showing 'Сегмент', 'База данных', and 'Сегмент' options. The 'Выберите сегмент' dropdown is set to '5 - Active customers'. The 'Далее' button is blue and located at the bottom right.

Дополнительно вы можете **отфильтровать получателей по категориям ресурса**. Для этого в ресурсе должны быть [созданы категории](#). В настройках кампании выберите категории, на которые должен быть подписан профиль, чтобы получить сообщение.

Также можно отфильтровать получателей кампании по **дополнительным полям канала** в ресурсе. Чтобы создать фильтр по полям, выберите стандартное или [дополнительное поле подписки](#). В поле "**Условие отбора**" выберите логический оператор и при необходимости укажите значение.

В фильтре по полям возможно добавление нескольких правил и их объединение с помощью логического **И** (все условия должны выполняться) и **ИЛИ** (хотя бы одно условие должно выполняться).

Фильтровать по категориям подписок

Категории

Промо предложения X

Фильтровать по дополнительным полям каналов

**И** ИЛИ

и

и

Поле: Реклама разрешена

Условие отбора: истина X

Поле: Версия приложения

Условие отбора: больше чем X

Значение: 14

+ Добавить условие

## Шаблоны

В этом блоке выберите контент, который хотите использовать в рассылке.

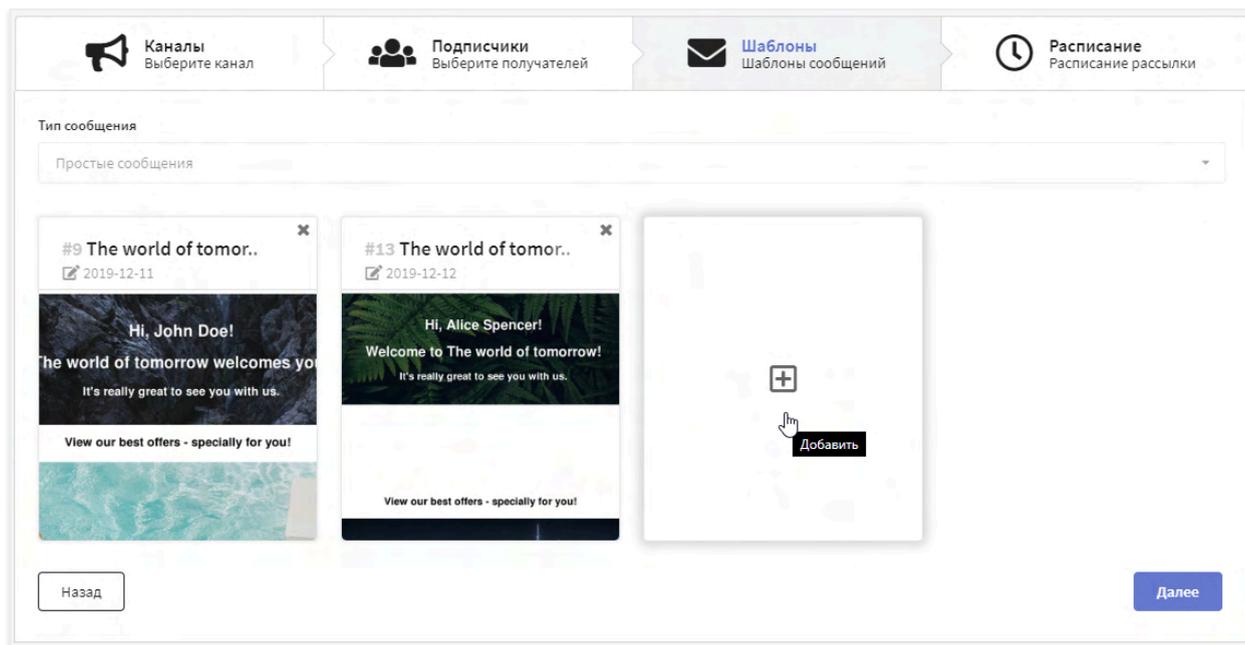
[Шаблоны сообщений](#) в Альткрафт объединяют контент для отправки по всем доступным каналам.

### 💡 ПОДСКАЗКА

Убедитесь, что контент для выбранного в кампании канала присутствует в шаблоне!

Нажмите на кнопку **Добавить** и выберите подготовленный шаблон. Любой тип кампании поддерживает до 8 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 для редактирования:



## Расписание

### 💡 ПОДСКАЗКА

Расписание кампаний подробно 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 максимум принимаемых сообщений на 24 часа.

### 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

Деактивировать расписание после указанной даты

Расписание

Следующий запуск: 2022-01-14 16:00:00

Назад

Готово

Дополнительно вы можете установить **Часовой пояс** для отправки или отправки 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 нвстраивается 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 |

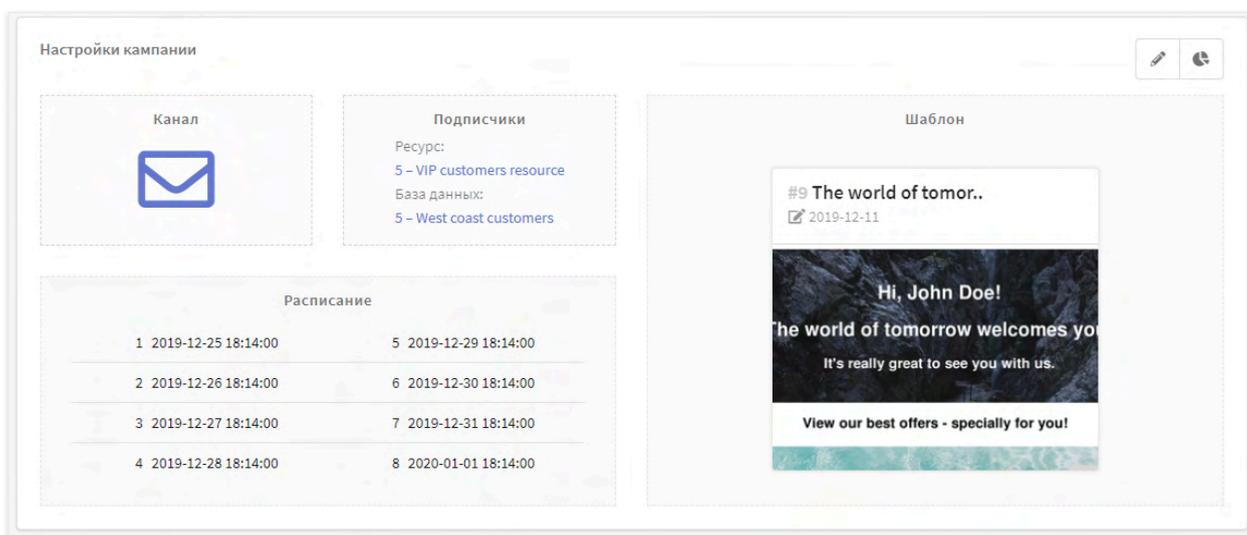
Назад

Готово

### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

При порционной отправке 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 [отчету по кампаниям](#).



Настройки кампании

Канал

Подписчики

Ресурс:  
5 – VIP customers resource  
База данных:  
5 – West coast customers

Шаблон

#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!

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 – произойдет 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.

## ПРИМЕЧАНИЕ

Другой сценарий использования — распределение нагрузки на сендер (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:   |
| <input type="text" value="20000"/> | <input type="text" value="5000"/> |

 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:

 **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 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** — ВСС 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.

## ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Проконсультируйтесь с администратором Альткрафт вашей организации или со специалистами поддержки Альткрафт, если не уверены, какие Smart настройки необходимо выбрать!



The screenshot shows the 'Smart настройки' (Smart settings) configuration window. It contains the following elements:

- Виртуальный сендер:** A dropdown menu currently set to 'Автовыбор сендера'.
- Свои трекинг-домены:** A large text input area with the placeholder 'Один на строчку'.
- Список email адресов для скрытой копии:** Another large text input area with the placeholder 'Один на строчку'.
- Options at the bottom:**
  - Случайный префикс для трекинга
  - Не проверять контактные данные на уникальность
  - Безусловная отправка (отправка вне зависимости от статуса подписки)

## 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

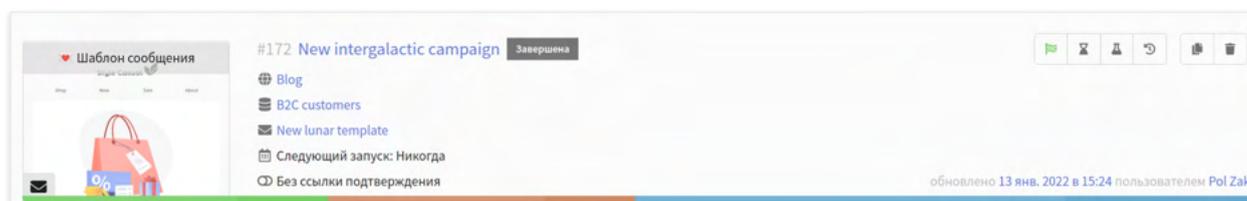
Активировать эту кампанию, автоматически после завершения другой:

### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

При больших объёмах отправки убедитесь, что рассылка не встречает ограничения со стороны провайдеров email сервисов!

# Прогресс отправки кампаний

В общем списке бродкаст кампаний отображается прогресс отправки каждой кампании.



Каждый статус сообщения имеет свой цвет:

- Отправлено – количество профилей, которым были сгенерированы сообщения

- Доставлено – количество профилей, которым было доставлено сообщение
- Доставляется – количество сообщений, находящихся в очереди сендера
- Недоставки – количество профилей, которым не удалось доставить сообщение
- Нарушения политик – количество профилей, попавших под ограничения политик отправки ([подробнее](#))
- Стоп-списки – количество профилей, находящихся в стоп-списке ([подробнее](#))
- Ошибки – иные ошибки при отправках

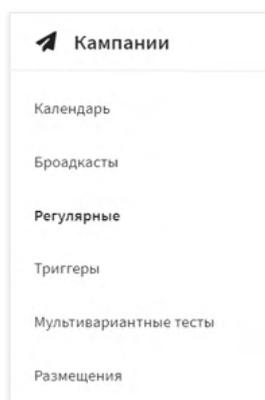
При нажатии на полосу прогресса откроется таблица со статистикой кампании:

| Ожидается отправка | Отправлено        | Доставлено  | Доставляется |
|--------------------|-------------------|-------------|--------------|
| 4                  | 4                 | 1           | 1            |
| Недоставок         | Нарушения политик | Стоп-списки | Ошибки       |
| 2                  | 0                 | 0           | 0            |

Обновлено 13 янв. 2022 в 15:25 пользователем Pol Zak

# Регулярная кампания

**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 **Бродкаст-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

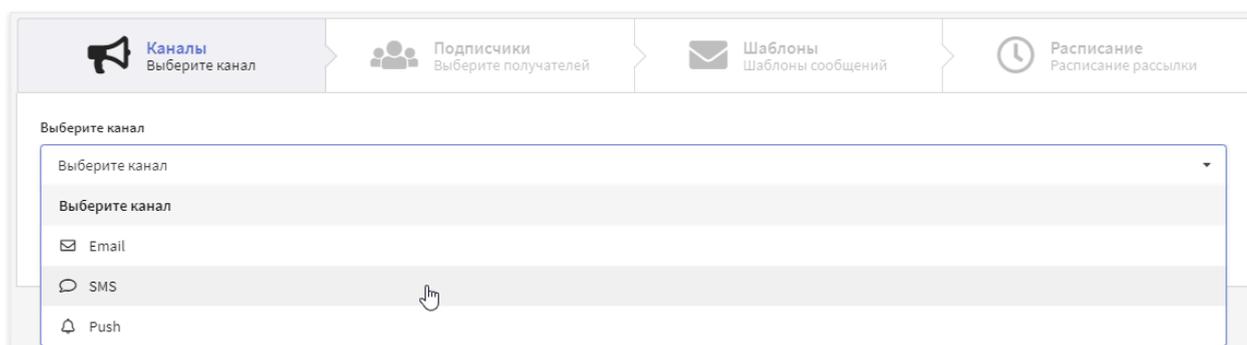
Настройки кампании объединяют канал, по которому она будет отправлена, получателей сообщений, контент из одного или нескольких шаблонов, а также расписание рассылки.

## 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.

### ПРИМЕЧАНИЕ

Для отправки по Email доступно использование основных контактных данных подписчика — поля Email в базе данных.



Каналы  
Выберите канал

Подписчики  
Выберите получателей

Шаблоны  
Шаблоны сообщений

Расписание  
Расписание рассылки

Выберите канал

Выберите канал

Email

SMS

Push

### ПОДСКАЗКА

При использовании **push-канала** вы можете выбрать конкретных провайдеров для рассылки, а также режим отправки — **fanout**, рассылка на все подписки с учетом фильтров, или **last**, отправка на подписку с самой свежей датой создания. Если несколько подписок были созданы одновременно, то из них будет выбрана одна случайная. Если в кампании заданы фильтры по провайдеру, дополнительным полям или категориям, то сначала накладываются фильтры, а потом уже ищется самая свежая подписка.

## 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).

 **ПОДСКАЗКА**

#### **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.

 **ПОДСКАЗКА**

При отправке сообщений кампания использует **подписки клиентов** на выбранный ресурс. Убедитесь, что получатели в вашем источнике данных подписаны на него!

Дополнительно вы можете **отфильтровать получателей по категориям ресурса**. Для этого в ресурсе должны быть **созданы категории**. В настройках кампании выберите категории, на которые должен быть подписан профиль, чтобы получить сообщение.

Также можно отфильтровать получателей кампании по **дополнительным полям канала** в ресурсе. Чтобы создать фильтр по полям, выберите стандартное или **дополнительное поле подписки**. В поле "**Условие отбора**" выберите логический оператор и при необходимости укажите значение.

В фильтре по полям возможно добавление нескольких правил и их объединение с помощью логического **И** (все условия должны выполняться) и **ИЛИ** (хотя бы одно условие должно выполняться).

Фильтровать по категориям подписок

Категории

Промо предложения ✕

Фильтровать по дополнительным полям каналов

**И** ИЛИ

и

и

Поле: Реклама разрешена

Условие отбора: истина ✕

Поле: Версия приложения

Условие отбора: больше чем ✕

Значение: 14

+ Добавить условие

## Шаблоны

В этом блоке выберите контент, который хотите использовать в рассылке.

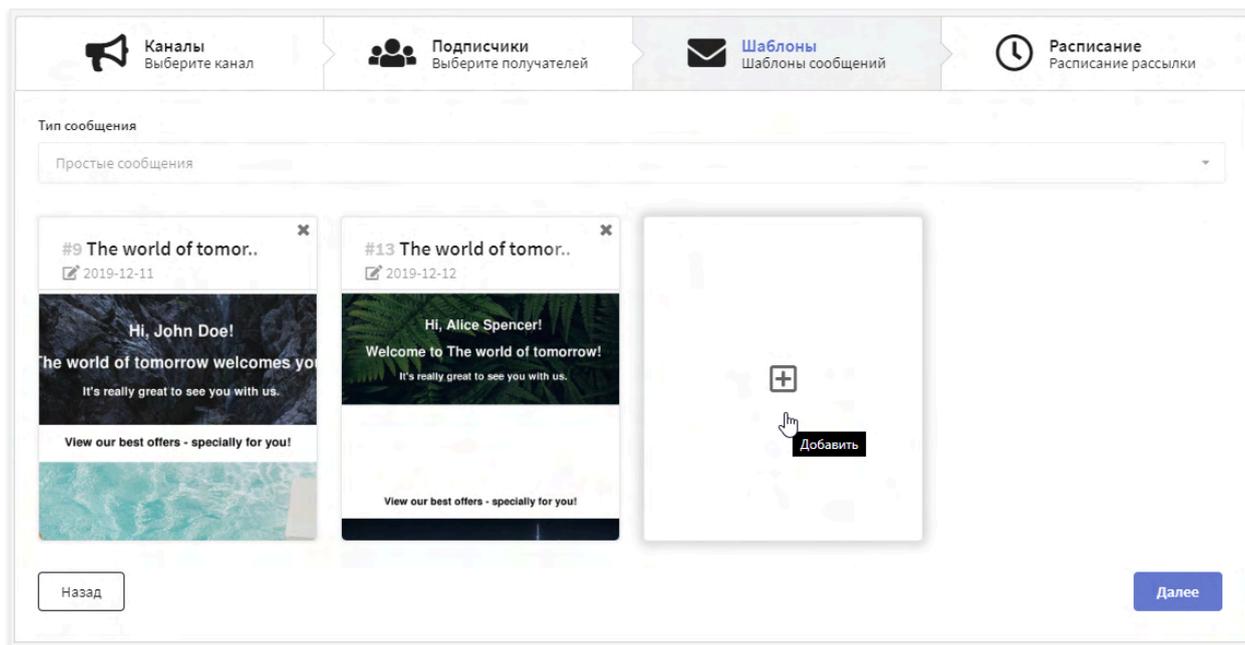
[Шаблоны сообщений](#) в Альткрафт объединяют контент для отправки по всем доступным каналам.

### 💡 ПОДСКАЗКА

Убедитесь, что контент для выбранного в кампании канала присутствует в шаблоне!

Нажмите на кнопку **Добавить** и выберите подготовленный шаблон. Любой тип кампании поддерживает до 8 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 для редактирования:



## Расписание

### 💡 ПОДСКАЗКА

Расписание кампаний подробно 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 максимум принимаемых сообщений на 24 часа.

### 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:**

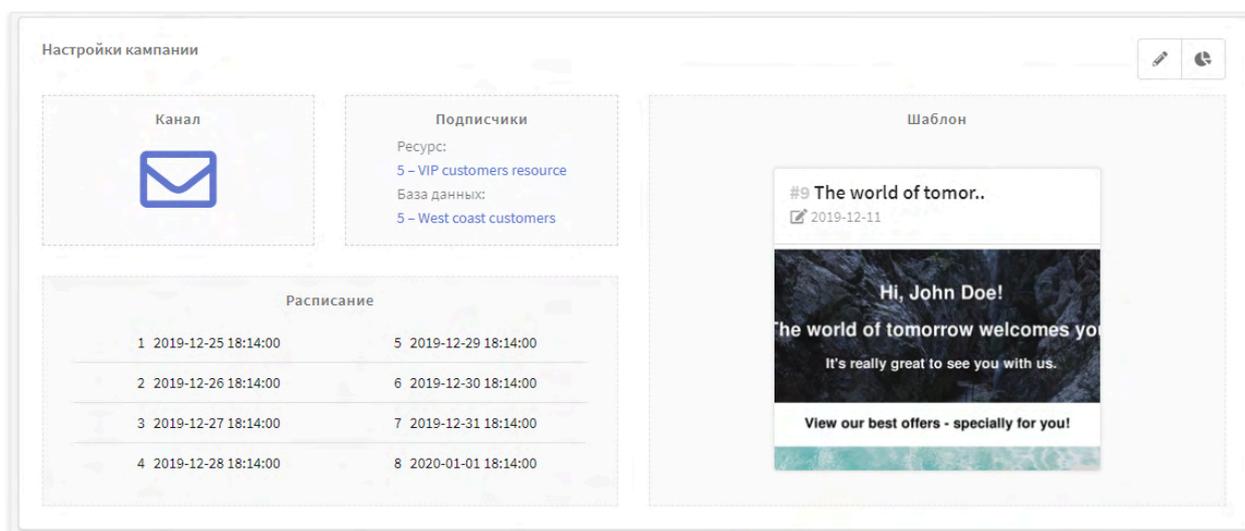
Деактивировать расписание после указанной даты

| Расписание            |                        |                        |                        |
|-----------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| 1 2022-01-18 16:00:00 | 2 2022-01-20 16:00:00  | 3 2022-01-25 16:00:00  | 4 2022-01-27 16:00:00  |
| 5 2022-02-01 16:00:00 | 6 2022-02-03 16:00:00  | 7 2022-02-08 16:00:00  | 8 2022-02-10 16:00:00  |
| 9 2022-02-15 16:00:00 | 10 2022-02-17 16:00:00 | 11 2022-02-22 16:00:00 | 12 2022-02-24 16:00:00 |

Назад
Готово

Дополнительно при некоторых вариантах расписания вы можете установить **часовой пояс** для отправки или отправку 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 [отчету по кампаниям](#).



## 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

#### 💡 ПОДСКАЗКА

Регулярная кампания не останавливается автоматически, отправив по сообщению каждому подписчику. Для массовых **email** рассылок, которые нужно отправлять порционно, лучше использовать **Бродкаст-кампанию**.

Лимиты в регулярной кампании можно использовать, когда количество отправок встречается ограничения со стороны почтовых провайдеров.

#### ПРИМЕЧАНИЕ

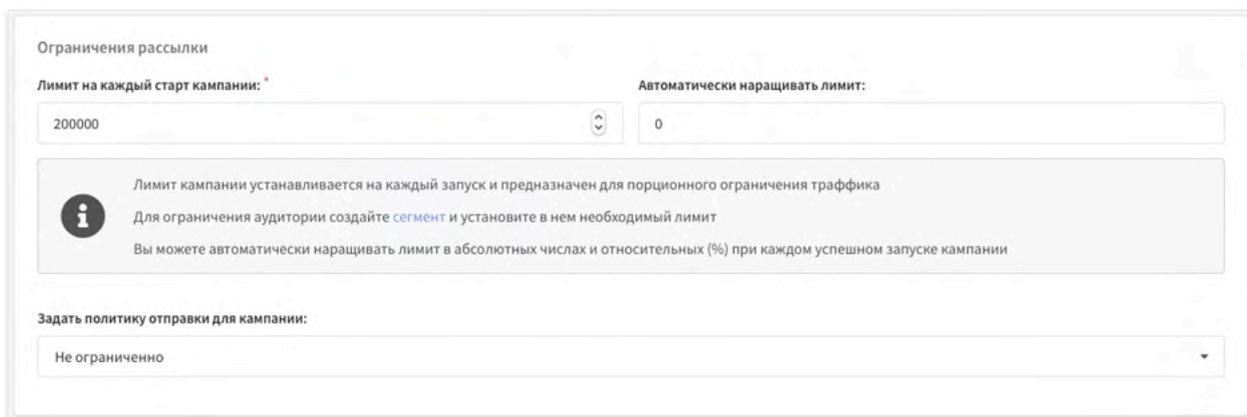
Другой сценарий использования - распределение нагрузки на сендер (модуль отправки), или на инфраструктуру вашей организации. Например, при ограничениях канала отправки сообщений.

В этих случаях установите в кампании ограничения рассылки:

- **Лимит на каждый старт кампании** – количество сообщений, которое будет отправлено в следующий запуск кампании по расписанию.

#### ОСТОРОЖНО

Опция **Автоматически наращивать лимит** не рекомендуется к использованию в регулярных кампаниях.



Ограничения рассылки

Лимит на каждый старт кампании: \* 200000

Автоматически наращивать лимит: 0

 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:  
Не ограничено

**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).

#### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

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

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**— ВСС 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.

#### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Проконсультируйтесь с администратором Альткрафт вашей организации или со специалистами поддержки Альткрафт, если не уверены, какие Smart настройки необходимо выбрать!



## 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

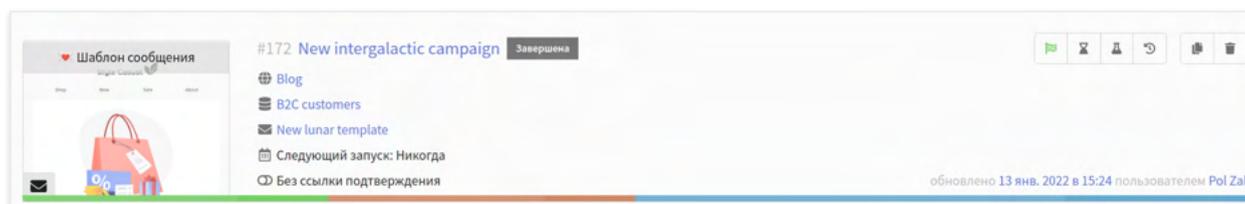
Наблюдателям будут отправлены письма каждый запуск кампании если лимит не установлен, иначе будет выбрана новая порция наблюдателей в пределах лимита.

БД наблюдателей:

Лимит:

## Прогресс отправки кампаний

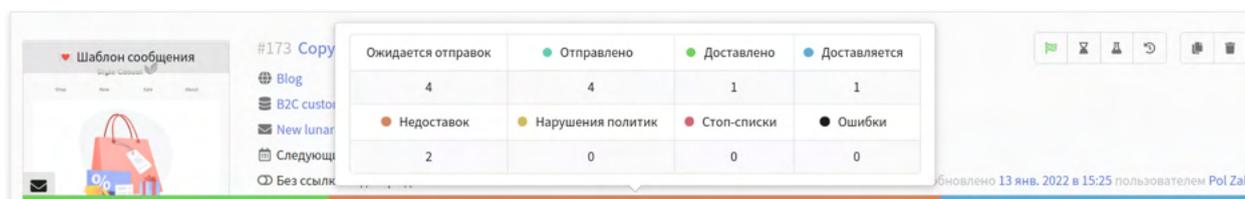
В общем списке регулярных кампаний отображается прогресс отправки каждой кампании.



Каждый статус сообщения имеет свой цвет:

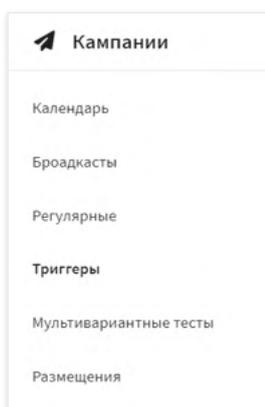
- Отправлено — количество профилей, которым были сгенерированы сообщения
- Доставлено – количество профилей, которым было доставлено сообщение
- Доставляется – количество сообщений, находящихся в очереди сендера
- Недоставки – количество профилей, которым не удалось доставить сообщение
- Нарушения политик – количество профилей, попавших под ограничения политик отправки ([подробнее](#))
- Стоп-списки – количество профилей, находящихся в стоп-списке ([подробнее](#))
- Ошибки – иные ошибки при отправках

При нажатии на полосу прогресса откроется таблица со статистикой кампании:



# Триггерная кампания

**Триггерная кампания** — это инструмент создания транзакционных сообщений в Altcraft Platform. Триггерная кампания отличается от других кампаний 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:

# Настройки кампании

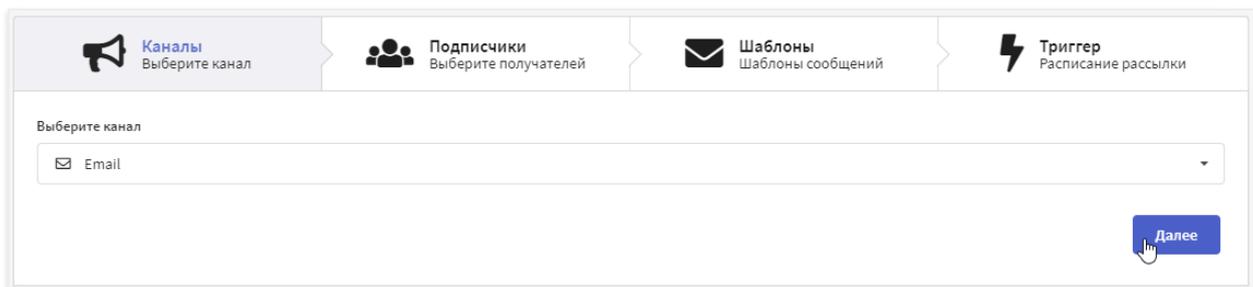
Настройки кампании объединяют канал, по которому она будет отправлена, получателей сообщений, контент из одного или нескольких шаблонов, а также расписание рассылки.

## 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.

### ПРИМЕЧАНИЕ

Для отправки по Email доступно использование основных контактных данных подписчика - поля Email в базе данных.



Каналы  
Выберите канал

Подписчики  
Выберите получателей

Шаблоны  
Шаблоны сообщений

Триггер  
Расписание рассылки

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**.

### ПОДСКАЗКА

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.

**⚠ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ**

Если триггерное событие — импорт в базу данных, убедитесь, что база данных доступна в выбранном **Ресурсе** кампании! В противном случае сообщения отправлены не будут.

Каналы  
Выберите канал

Подписчики  
Выберите получателей

Шаблоны  
Шаблоны сообщений

Триггер  
Расписание рассылки

Выберите ресурс

5 - VIP customers resource Email Push SMS

Назад

Далее

Дополнительно вы можете **отфильтровать получателей по категориям ресурса**. Для этого в ресурсе должны быть [созданы категории](#). В настройках кампании выберите категории, на которые должен быть подписан профиль, чтобы получить сообщение.

Также можно отфильтровать получателей кампании по **дополнительным полям канала** в ресурсе. Чтобы создать фильтр по полям, выберите стандартное или [дополнительное поле подписки](#). В поле "**Условие отбора**" выберите логический оператор и при необходимости укажите значение.

В фильтре по полям возможно добавление нескольких правил и их объединение с помощью логического **И** (все условия должны выполняться) и **ИЛИ** (хотя бы одно условие должно выполняться).

Фильтровать по категориям подписок

Категории

Промо предложения ✕

Фильтровать по дополнительным полям каналов

**И** ИЛИ

и

и

Поле: Реклама разрешена

Условие отбора: истина ✕

Поле: Версия приложения

Условие отбора: больше чем ✕

Значение: 14

+ Добавить условие

## Шаблоны

В этом блоке выберите контент, который хотите использовать в рассылке.

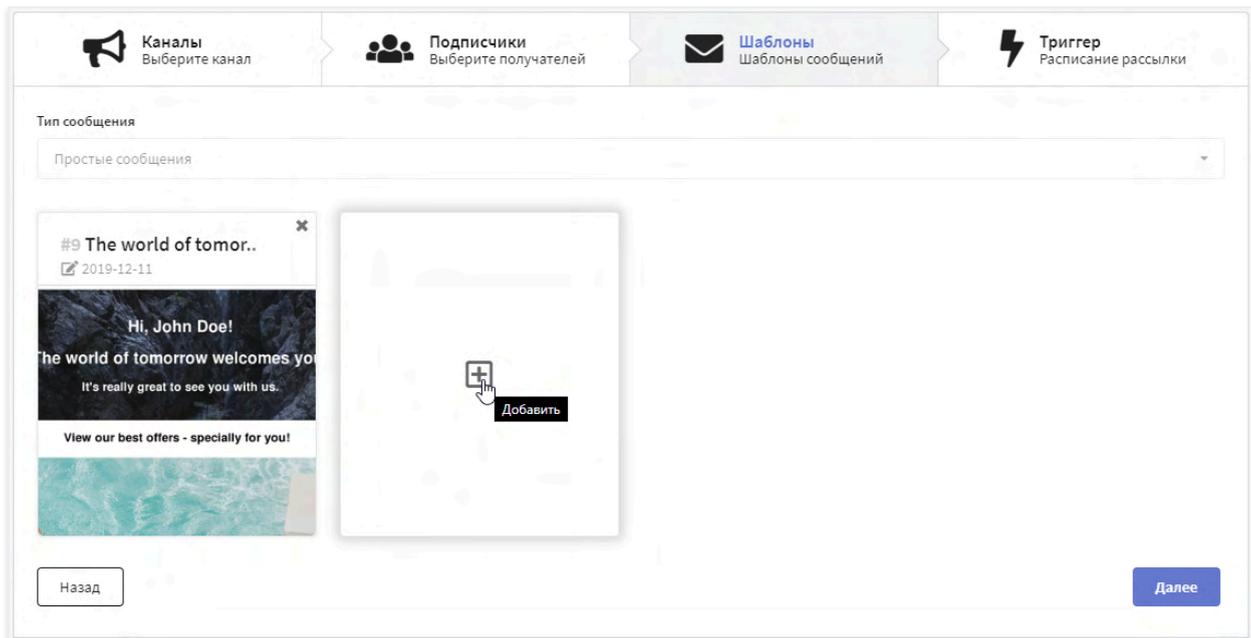
[Шаблоны сообщений](#) в Альткрафт объединяют контент для отправки по всем доступным каналам.

### 💡 ПОДСКАЗКА

Убедитесь, что контент для выбранного в кампании канала присутствует в шаблоне!

Нажмите на кнопку **Добавить** и выберите подготовленный шаблон. Любой тип кампании поддерживает до 8 шаблонов сообщений. Триггерная кампания отправит каждому получателю по **одному** сообщению из выбранных в случайном порядке - в равных пропорциях.

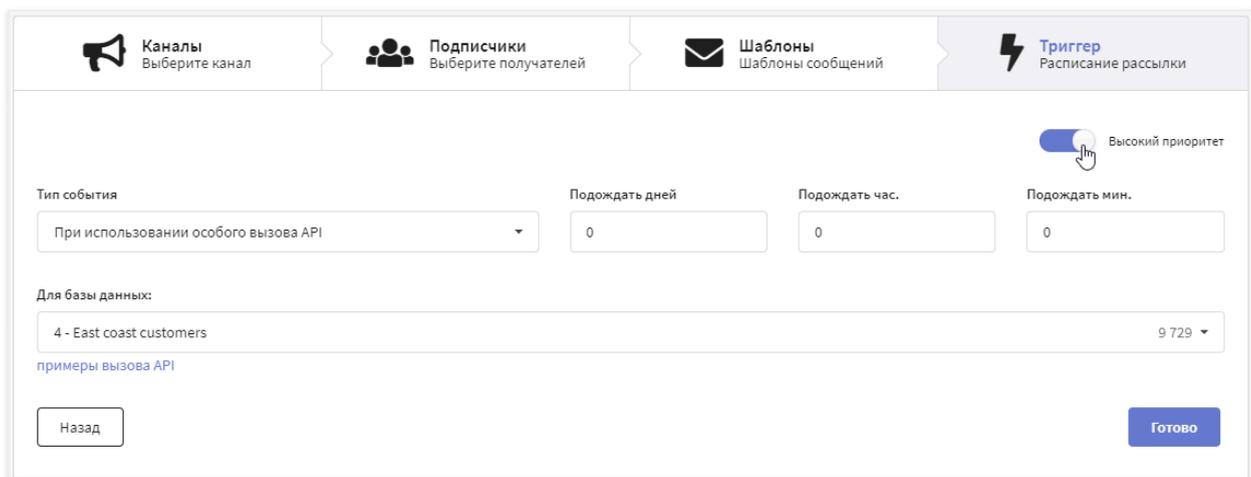
По клику на миниатюру шаблона откроется **предпросмотр**. При нажатии на название шаблона он откроется в новой вкладке для редактирования:



## 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**.

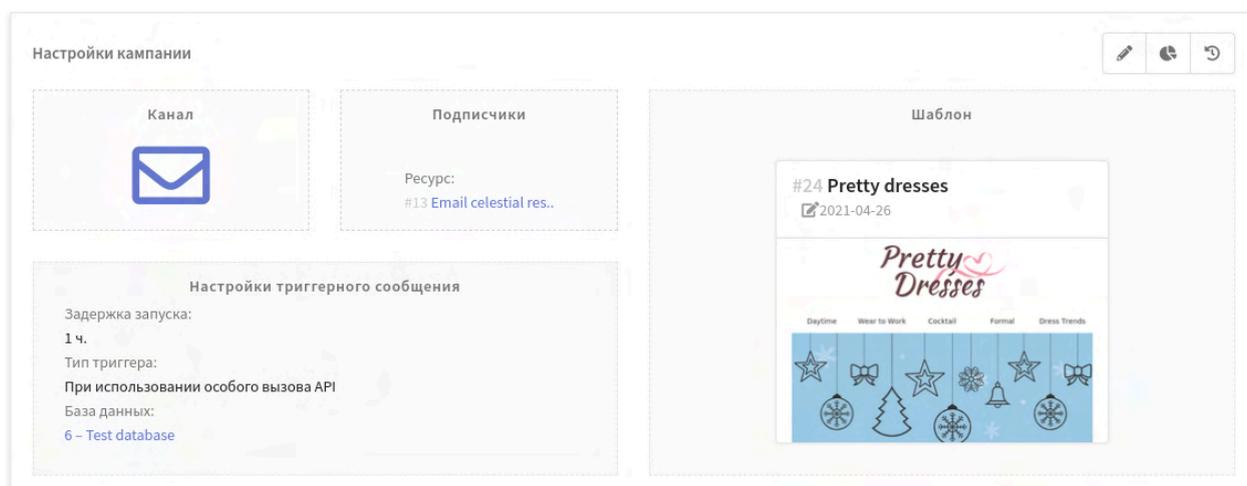
Для каждого типа триггера можно установить **время задержки перед отправкой** сообщения: в днях, часах и минутах.



### 💡 ПОДСКАЗКА

Типы триггерных событий описаны в следующем пункте этой статьи!

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, посмотреть журнал кампании или перейти к его [отчету](#).



## Типы триггерных событий

Тип триггерного события выбирается во вкладке **Триггер** настроек кампании. Эти же события используются [сценариями автоматизации](#) при индивидуальном запуске.

### При использовании особого вызова API

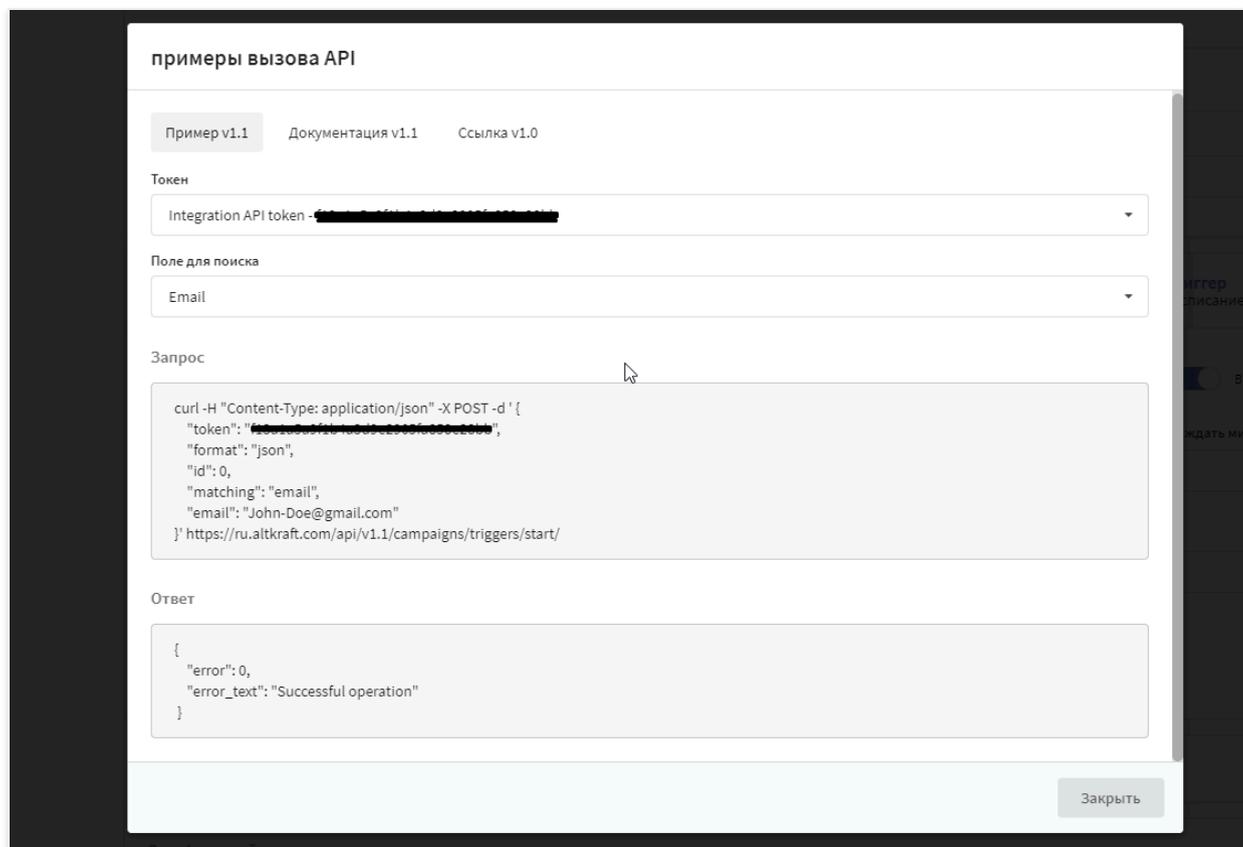
Один из наиболее эффективных вариантов триггера: кампания запускается [API запросом](#) из внешних систем: с сайта, из приложения, CRM или другого сетевого ресурса. Триггер настраивается для конкретной **базы данных**.

|                                      |                |                |                |
|--------------------------------------|----------------|----------------|----------------|
| Тип события                          | Подождать дней | Подождать час. | Подождать мин. |
| При использовании особого вызова API | 0              | 1              | 0              |
| Для базы данных:                     |                |                |                |
| 4 - East coast customers             |                |                | 9 729          |
| <a href="#">примеры вызова API</a>   |                |                |                |

Для запуска триггерной кампании доступны два варианта запроса к API:

- **В версии 1.0** возможно только запустить кампанию по ссылке, передав email, md5 или ххh нужного профиля. Используется простой GET запрос.
- **В версии 1.1** можно передать кампании дополнительные параметры.

Нажмите **примеры вызова API** чтобы получить примеры запроса на запуск триггера:



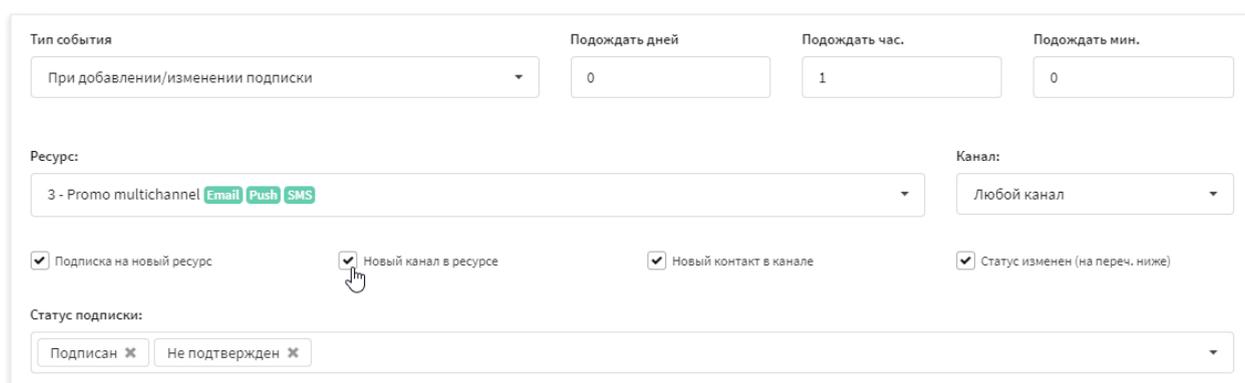
The screenshot shows a web interface titled "примеры вызова API". It has three tabs: "Пример v1.1" (selected), "Документация v1.1", and "Ссылка v1.0". Below the tabs are three dropdown menus: "Токен" (set to "Integration API token - [redacted]"), "Поле для поиска" (set to "Email"), and "Запрос" (containing a curl command). The "Ответ" section shows a JSON response: {"error": 0, "error\_text": "Successful operation"}. A "Закреть" button is at the bottom right.

```
curl -H "Content-Type: application/json" -X POST -d '{
  "token": "[redacted]",
  "format": "json",
  "id": 0,
  "matching": "email",
  "email": "John-Doe@gmail.com"
}' https://ru.altkraft.com/api/v1.1/campaigns/triggers/start/
```

```
{
  "error": 0,
  "error_text": "Successful operation"
}
```

## При добавлении/изменении подписки

Активируется, когда для профиля клиента добавляется подписка или изменяется статус существующей. Для триггера можно отдельно указать **Ресурс** и **Канал**, по которым будут отслеживаться изменения. В ином случае кампания будет ожидать изменений по всем каналам выбранного ресурса, по всем ресурсам для выбранного канала - или по любым подпискам профиля клиента.



The screenshot shows a configuration form for a trigger. It includes a "Тип события" dropdown set to "При добавлении/изменении подписки". There are three input fields for "Подождать дней" (0), "Подождать час" (1), and "Подождать мин" (0). The "Ресурс" dropdown is set to "3 - Promo multichannel" with sub-options "Email", "Push", and "SMS". The "Канал" dropdown is set to "Любой канал". There are four checked checkboxes: "Подписка на новый ресурс", "Новый канал в ресурсе", "Новый контакт в канале", and "Статус изменен (на переч. ниже)". The "Статус подписки" section has two buttons: "Подписан" and "Не подтвержден".

- **Подписка на новый ресурс** — условие сработает только для первой подписки на указанный в кампании ресурс. При добавлении других

подписок на тот же ресурс триггер или сценарий не активируется.

- **Новый канал в ресурсе** — добавлена подписка на новый (для профиля) канал в ресурсе. То есть, была подписка на email рассылки, добавилась ещё и на SMS или Push.
- **Новый контакт в канале** — активирует триггер при каждом появлении новой подписки. Первая подписка на канал также считается "новым контактом в канале".
- **Статус изменён** — кампания запустится при изменении [статуса подписки](#) на выбранные из выпадающего меню.
- **Первые три пункта выбраны** — триггер сработает при каждой новой подписке.
- **Все галочки сняты** — ничего не происходит.

#### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

На подписки, которые добавлены со статусом, отличным от "Подписан", триггер не активируется.

## При импорте через API

Активируется, когда в базу данных [добавляется новый профиль по API](#). Триггер настраивается для конкретной **базы данных**.

|   |                                |                                |                                |
|---|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| Тип события   | Подождать дней                 | Подождать час.                 | Подождать мин.                 |
| <input type="text" value="При импорте через API"/>            | <input type="text" value="0"/> | <input type="text" value="1"/> | <input type="text" value="0"/> |
| Для базы данных:  |                                |                                |                                |
| <input type="text" value="5 - West coast customers"/> 9 705 ▾ |                                |                                |                                |

## При импорте вручную

Активируется, когда в базу данных добавляется новый профиль с помощью формы импорта или из файла. Триггер настраивается для конкретной **базы данных**.

|                          |                |                |                |
|--------------------------|----------------|----------------|----------------|
| Тип события              | Подождать дней | Подождать час. | Подождать мин. |
| При импорте вручную      | 0              | 1              | 0              |
| Для базы данных:         |                |                |                |
| 4 - East coast customers |                |                | 9 729          |

## При любом импорте

Активируется, когда в базу данных добавляется новый профиль любым способом. Триггер настраивается для конкретной **базы данных**.

|                          |                |                |                |
|--------------------------|----------------|----------------|----------------|
| Тип события              | Подождать дней | Подождать час. | Подождать мин. |
| При любом импорте        | 0              | 1              | 0              |
| Для базы данных:         |                |                |                |
| 5 - West coast customers |                |                | 9 705          |

## При выполнении выбранного действия

Активируется, когда **подписчик** совершает нужное **действие в сообщении**. Для выбранного действия укажите необходимый шаблон сообщения из выпадающего меню. Для переходов по ссылкам есть два варианта - клик по любой ссылке в сообщении и клик по конкретной ссылке, которую можно указать в соответствующем поле.

### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Триггер на **любой клик** будет срабатывать для **первого** перехода по любой ссылке в сообщении за 24 часа. Триггер на **клик по ссылке** будет захватывать первый клик по **заданной** ссылке за последние 24 часа.

|                                    |                                |                |                |
|------------------------------------|--------------------------------|----------------|----------------|
| Тип события                        | Подождать дней                 | Подождать час. | Подождать мин. |
| При выполнении выбранного действия | 0                              | 1              | 0              |
| Клик по ссылке в Email             | 13 - The world of tomorrow V.2 |                |                |
| Имя ссылки:                        | Свое имя ссылки:               |                |                |
| Свое имя ссылки                    | link_offer                     |                |                |

## Когда какое-либо поле изменено

Активируется, когда заданное поле принимает нужное значение. Необходимо выбрать поле профиля, условие и ожидаемое значение:

|                                |                |                     |                |
|--------------------------------|----------------|---------------------|----------------|
| Тип события                    | Подождать дней | Подождать час.      | Подождать мин. |
| Когда какое-либо поле изменено | 0              | 1                   | 0              |
| В базе данных:                 |                |                     |                |
| 5 - West coast customers       |                |                     | 9 705          |
| Название поля:                 | Условие:       | Ожидаемое значение: |                |
| VIP                            | равно          | Да                  |                |

Условия различаются в зависимости от типа поля:

| Условие                            | Тип поля   | Описание                               |
|------------------------------------|--|--|
| изменено                           | все  | Любое изменение в поле профиля         |
| равно                              | все, кроме<br><i>теги,</i><br><i>объект,</i><br><i>массив</i><br><i>объектов</i> | Новое значение равно ожидаемому        |
| не равно                           | все, кроме<br><i>теги,</i><br><i>объект,</i><br><i>массив</i><br><i>объектов</i> | Новое значение не равно ожидаемому     |
| не пустое                          | все, кроме<br><i>теги</i>  | Поле получило любое не пустое значение |
| пустое                             | все, кроме<br><i>теги</i>  | Все значения удалены для поля профиля  |
| добавлен<br>любой тег из<br>списка | <i>теги</i>  | Список определяется в триггере         |
| удалён<br>любой тег из<br>списка   | <i>теги</i>  | Список определяется в триггере         |

| Условие                      | Тип поля               | Описание  |
|------------------------------|------------------------|---|
| свойство изменилось          | <i>объект</i>          | Указывается путь к ключу объекта. Если значение ключа изменится, сработает триггер.   |
| свойство равно               | <i>объект</i>          | Указывается путь к ключу объекта и ожидаемое значение. Если значение этого ключа примет ожидаемое значение, сработает триггер.  |
| свойство не равно            | <i>объект</i>          | Указывается путь к ключу объекта и ожидаемое значение. Если значение этого ключа не примет ожидаемое значение, сработает триггер.   |
| свойство элемента изменилось | <i>массив объектов</i> | <p>Указывается путь к элементу массива. Если свойство этого элемента изменится, сработает триггер.</p> <p>При выборе пути к свойству элемента вы также выбираете тип данных, к которому приводить сравниваемое значение. Доступно сравнение таких типов данных, как <b>string</b>, <b>int</b>, <b>float</b>, и <b>bool</b>. Сравнение сложных типов данных (объект, массив) невозможно. В примере ниже вы не сможете отследить изменения в свойствах элементов <code>key_1</code> and <code>key_4</code>.</p> <pre>[   {     "key_1": [1,2,3,4,5],     "key_2": 2   },   {     "key_3": "value",     "key_4": [1,2,3,4,5]   } ]</pre> <p>Обратите внимание, выпадающий список содержит доступные пути к свойству поля, но индекс любого элемента по умолчанию равен 0 — <code>[\$[0].key_3]</code>. Чтобы задать путь к нужному элементу, введите индекс вручную в формате jsonpath — <code>[\$[1].key_3]</code>.</p> |
| свойство элемента равно      | <i>массив объектов</i> | Указывается путь к элементу массива и ожидаемое значение. Если свойство этого элемента примет ожидаемое значение, сработает триггер.  |

| Условие                    | Тип поля               | Описание  |
|----------------------------|------------------------|---|
| свойство элемента не равно | <i>массив объектов</i> | Указывается путь к элементу массива и ожидаемое значение. Если свойство этого элемента не примет ожидаемое значение, сработает триггер. |
| добавлен элемент           | <i>массив объектов</i> | В массив добавляется новый элемент.   |
| удален элемент             | <i>массив объектов</i> | Из массива удаляется элемент.   |

### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Такой тип триггера можно использовать со ссылками в шаблонах, на которые настроено [обновление полей профиля](#). Обратите внимание, что если помимо обновления поля к **переходам по ссылке** привязаны другие триггеры (пункт выше), они также сработают.

## Когда пиксель активирован

**Пиксели Altcraft** — это [стек технологий](#) для отслеживания действий клиентов на веб-сайтах. Вы можете [разместить пиксель](#) на своём веб-ресурсе или передать партнёрам и другим рефералам.

Триггерная кампания может отслеживать, когда пиксель активируется для клиента с активными подписками на какой-либо канал, и отправлять сообщения сразу или по прошествии заданного времени:

Тип события: Когда пиксель активирован ▼

Подождать дней: 0

Подождать час.: 0

Подождать мин.: 0

Выберите пиксель:

1 - 1 - Покупка ▼

Фильтровать по дополнительным полям цели

При этом возможно отслеживать не только общее событие срабатывания пикселя. При срабатывании пиксель может регистрировать цели. В рамках события регистрации цели в платформу можно передавать значение цели и другую дополнительную информацию.

Вы можете указать правила отбора по цели и ее дополнительным полям, например, по значениям этих полей или по местоположению клиента. Это позволяет точнее настраивать кампанию под определенную группу клиентов или конкретные товары:

The screenshot shows a configuration form for a rule. At the top, there are four input fields for timing: 'Подождать дней' (0), 'Подождать час.' (0), and 'Подождать мин.' (0). Below this is a dropdown for 'Тип события' (Event type) set to 'Когда пиксель активирован'. A section 'Выберите пиксель:' contains a dropdown set to '1 - 1 - Покупка'. A checked checkbox 'Фильтровать по дополнительным полям цели' leads to a configuration box. Inside, 'Отбор по' is set to 'Строчковые данные цели' and 'Условие отбора' is set to 'равно'. There are two text input fields: 'Название поля' (name) and 'Значение' (phones). A green button at the bottom left says '+ Добавить правило'.

## При изменении связи

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

The screenshot shows a configuration form for a rule triggered by a relationship change. At the top, there are four input fields for timing: 'Подождать дней' (0), 'Подождать час.' (0), and 'Подождать мин.' (0). Below this is a dropdown for 'Тип события' (Event type) set to 'При изменении связи'. A section 'Тип события:' contains four dropdowns: 'Появление связи', 'Связь:' (6 - Лояльные клиенты - менеджеры), 'Направление связи:' (Прямое), and 'База данных:' (8 - Отдел продаж). Below this is a 'Прибыль:' section with a dropdown set to 'больше или равно', a text input field containing '9000', and a small icon. At the bottom, a 'Лояльность:' section has a dropdown set to 'не учитывать' and a text input field containing '12345'.

## При изменении в статическом сегменте

Триггер может запускаться при изменении в [статическом сегменте](#): профиль может как войти в указанный статический сегмент, так и выйти из него.

|                                      |   |                |                |
|--------------------------------------|---|----------------|----------------|
| Тип события                          | Подождать дней                                    | Подождать час. | Подождать мин. |
| При изменении в статическом сегменте | 0   | 1              | 0              |
| Вошёл в статический сегмент          | 3 - New galactic segment <span>Статический</span> |                | 4 174          |

## При импорте через форму

Триггер сработает, если профиль заполнил форму и по этой причине был добавлен в базу данных. Для этого необходимо при настройке формы активировать опцию "**Импорт профилей**" на вкладке "**Действия**".

Выберите форму и базу профилей:

|  |                  |                |                |
|--|------------------|----------------|----------------|
| <input type="checkbox"/> Высокий приоритет |                  |                |                |
| Тип события                                | Подождать дней   | Подождать час. | Подождать мин. |
| При импорте через форму                    | 0                | 0              | 0              |
| Для формы:                                 | Для базы данных: |                |                |
| 43 - Заявки на вебинар                     | 43 - B2C клиенты |                | 8 444          |

## При заполнении формы

Триггер активируется, если профиль заполнил и отправил [форму](#). Выберите форму и базу профилей, если хотите отслеживать импорт только в определенную базу:

|  |                  |                |                |
|--|------------------|----------------|----------------|
| <input type="checkbox"/> Высокий приоритет |                  |                |                |
| Тип события                                | Подождать дней   | Подождать час. | Подождать мин. |
| При заполнении формы                       | 0                | 0              | 0              |
| Для формы:                                 | Для базы данных: |                |                |
| 43 - Заявки на вебинар                     | 43 - B2C клиенты |                | 8 444          |

## При обновлении через форму

Триггер приводится в действие при изменении данных профиля, который уже есть в базе. Обновление данных осуществляется в результате заполнения формы.

Выберите предварительно настроенную [форму](#). Если вы хотите отслеживать изменения данных профилей только в определенной базе, укажите базу.

Каналы  
Выберите канал Подписчики  
Выберите получателей Шаблоны  
Шаблоны сообщений Триггер  
Условия запуска

Высокий приоритет

Тип события: При обновлении через форму

Подождать дней: 0

Подождать час.: 0

Подождать мин.: 0

Для формы: 84 - New Martian form

Для базы данных: 82 - New database@ 1

Назад Готово

## При изменении заказа

Триггер сработает, если [заказ в маркете](#) был изменен. Выберите [канал продаж](#) и тип события. Доступно два типа:

- **добавление заказа** (новый заказ был добавлен в маркет)
- **изменение заказа** (изменился статус существующего заказа)

Тип события: При изменении заказа

Подождать дней: 0

Подождать час.: 0

Подождать мин.: 0

Тип события: Добавление заказа

Канал продаж: 2 - Прямые продажи

Статус заказа: Новый

Возможные статусы заказа:

- новый
- доставлен
- оплачен
- отменен
- частичный возврат
- в доставке

- в процессе

|                    |                      |
|--------------------|----------------------|
| Тип события:       | Канал продаж:        |
| Изменение заказа ▾ | 2 - Прямые продажи ▾ |
| Статус заказа:     |                      |
| Оплачен ✕ ▾        |                      |
| Доставлен          |                      |
| Отменен            |                      |
| Частичный возврат  |                      |
| Новый              |                      |

## При импорте через попап

Триггер сработает, если данные профиля попадут в базу в результате заполнения и отправки формы в попапе. Выберите **попап**, заполнение которого необходимо отслеживать.

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  Channels<br>Select channel |  Subscribers<br>Choose recipients |  Templates<br>Message templates |  Trigger<br>Launch conditions |
| <input type="checkbox"/> Highest priority  |  |  |  |
| Event type   | Wait days  | Wait hours   | Wait minutes   |
| When importing via pop-up ▾  | 0  | 0  | 0  |
| Associated pop-up:   | Associated database:   |  |  |
| 1 - Blog subscription ▾  | 1 - Database 1 336 ▾   |  |  |
| <a href="#">Back</a>   | <a href="#">Finish</a>   |  |  |

## Ограничения рассылки

Так как у триггерных кампаний нет фиксированной аудитории, отправку возможно ограничить только **Политикой 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 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** — ВСС 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.

### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Проконсультируйтесь с администратором Altcraft вашей организации или со специалистами поддержки Altcraft, если не уверены, какие Smart настройки необходимо выбрать!

Smart настройки

Виртуальный сервер:

Автовыбор сервера

Свои трекинг-домены:

Один на строку

Список email адресов для скрытой копии:

Один на строку

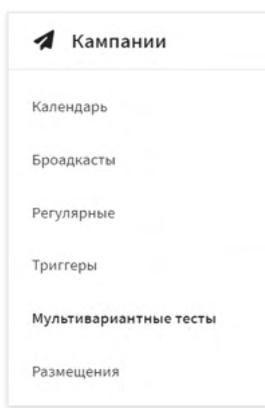
Случайный префикс для трекинга

Не проверять контактные данные на уникальность

Безусловная отправка (отправка вне зависимости от статуса подписки)

# Мультивариантный тест (A/B/n)

**Мультивариантный тест** — кампания, в которой несколько (до 8) [шаблонов сообщений](#) отправляется части аудитории для сравнения их эффективности. После чего определяется **шаблон-победитель**, который 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 **теги** для дополнительной группировки. Здесь же вы можете указать **SUBID статистики** для кампании. В верхнем правом углу находится переключатель, активирующий кампанию:

Основные настройки  Активная

Имя кампании:  SUBID статистики:

Описание кампании:

Установить группу:   Теги:

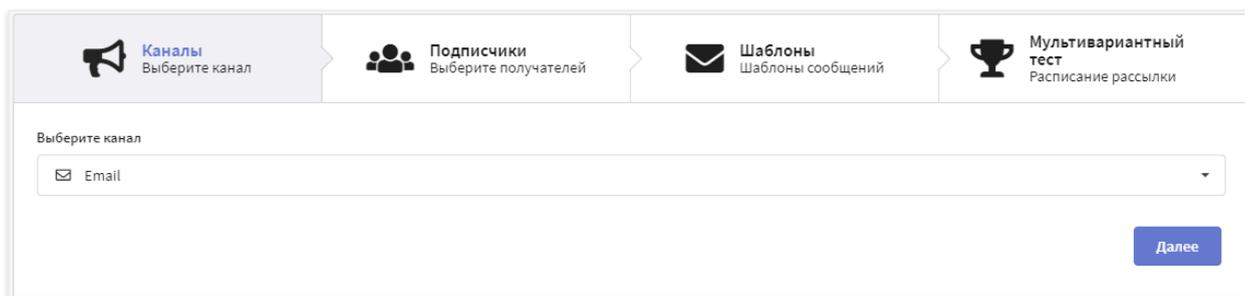
# Настройки кампании

Настройки кампании включают:

- **канал**, по которому она будет отправлена,
- **получателей** сообщений,
- контент **нескольких шаблонов**,
- размер **аудитории для теста**,
- режим определения **шаблона-победителя**.

## Канал отправки

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.



The screenshot shows a multi-step wizard interface. The first step, 'Channels', is active and highlighted. It contains a dropdown menu with 'Email' selected and a 'Далее' (Next) button. The other steps are 'Подписчики' (Subscribers), 'Шаблоны' (Templates), and 'Мультивариантный тест' (Multivariate Test).

| Каналы<br>Выберите канал | Подписчики<br>Выберите получателей | Шаблоны<br>Шаблоны сообщений | Мультивариантный тест<br>Расписание рассылки |
|--------------------------|------------------------------------|------------------------------|--|
| Выберите канал<br>Email  |                                    |                              |  |

## Получатели

Кампании 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.

Далее выберите **источник подписчиков**. Получателями рассылки могут быть профили определенной [базы данных](#) или профили, состоящие в [сегменте](#).

### 💡 ПОДСКАЗКА

При отправке сообщений кампания использует [ПОДПИСКИ КЛИЕНТОВ](#) на выбранный ресурс. Убедитесь, что получатели в вашем источнике подписаны на него!

В разделе **Выборка для тестирования кампании** установите часть 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

31 - Website Email Push SMS whatsapp

Источник подписчиков  
База данных

Выберите базу данных  
26 - B2C клиенты 8 459

Всего подписчиков ресурса: 8394 (неподтвержденных: 0). Обновлено: 2023-10-20 13:33:18 Обновить

Выборка для тестирования кампании

От % 1 Диапазон % До % 20

Назад Далее

## Шаблоны

В этом блоке выберите **контент**, который хотите использовать для тестирования. [Шаблоны сообщений](#) объединяют контент для отправки по всем доступным каналам.

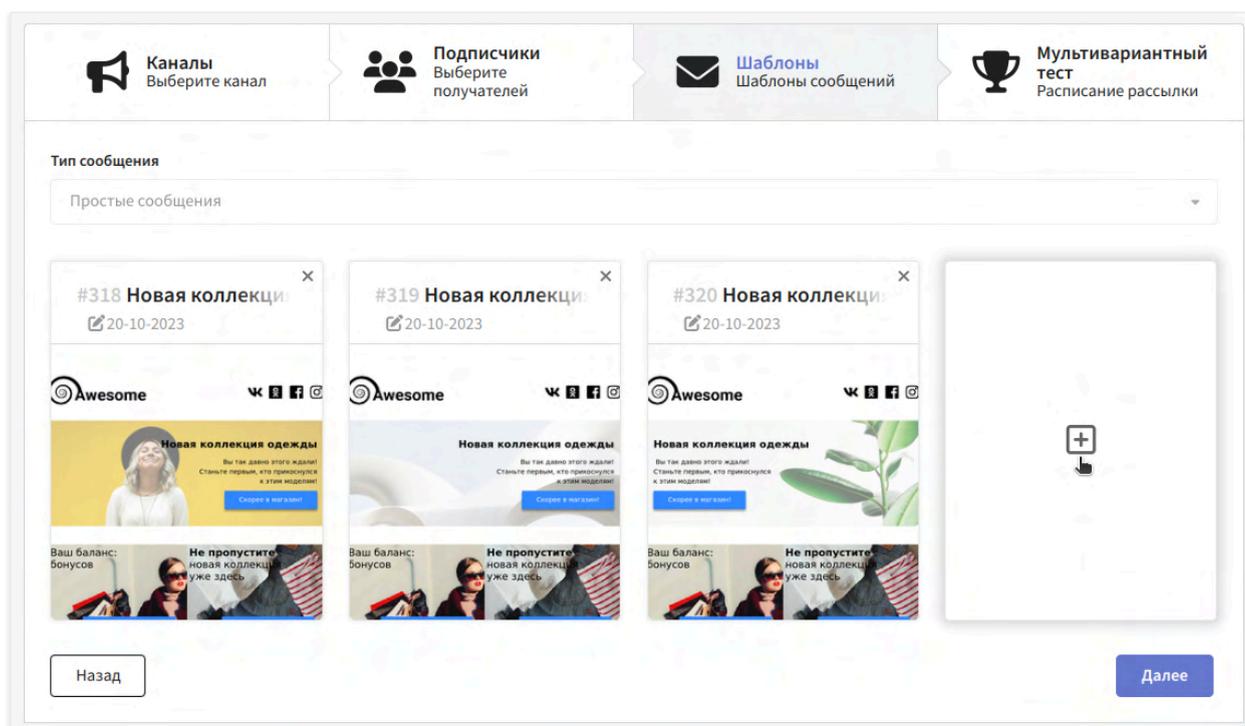
### 💡 ПОДСКАЗКА

Убедитесь, что контент для выбранного в кампании канала присутствует в шаблоне!

Нажмите на кнопку **Добавить**  и выберите подготовленные шаблоны.

MVT тест поддерживает **до 8 шаблонов** сообщений. Кампания отправит каждому получателю по одному сообщению из выбранных в случайном порядке (в равных пропорциях).

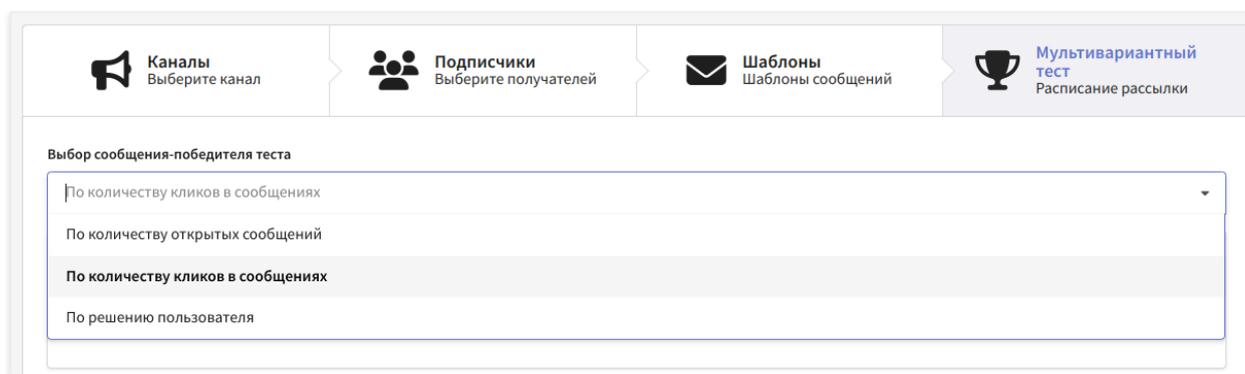
По клику на миниатюру шаблона откроется **предпросмотр**. При нажатии на название шаблона он откроется в новой вкладке для редактирования:



## Настройка тестирования

На 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.



## Выбор шаблона-победителя по открытиям/кликам

При автоматическом режиме выбора победителя установите время **Старта кампании**. Старт кампании — это время и дата 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 выбора победителя**.

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**:

**Каналы**  
Выберите канал  **Подписчики**  
Выберите получателей  **Шаблоны**  
Шаблоны сообщений  **Мультивариантный тест**  
Расписание рассылки

Выбор сообщения-победителя теста

По количеству кликов в сообщениях

Старт кампании: 20-10-2023 13:10:00

Период выбора победителя: Ждать как минимум 9 часов

Выбрав победителя, запустить как бродкаст по расписанию:

В определённую дату в выбранное время

Время: 12:00      Дата: 21-10-2023

Часовой пояс: Часовой пояс аккаунта (Europe/Moscow)

Отправлять в часовом поясе профиля, если он известен

Деактивировать расписание после указанной даты

Расписание  
Следующий запуск: 21-10-2023 12:00:00

Назад      Готово

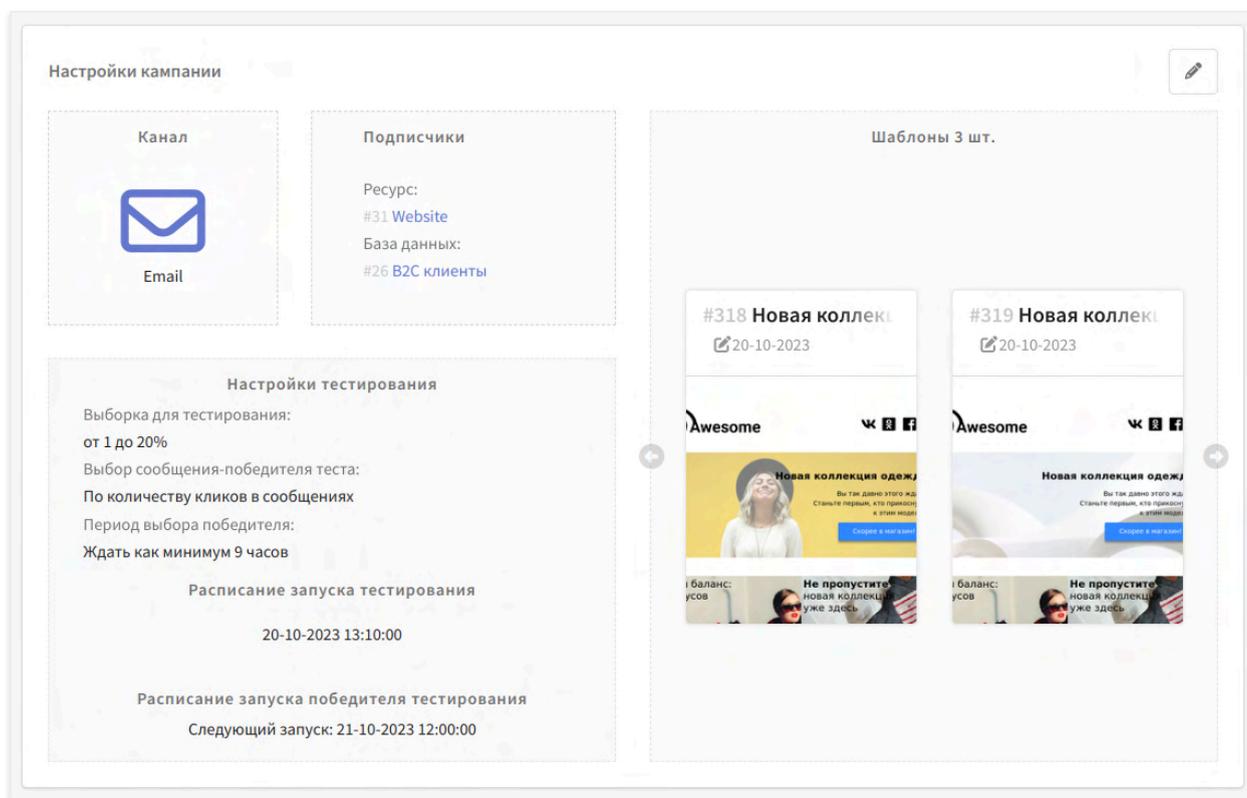
#### ПОДСКАЗКА

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

#### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Если при настройке расписания вы выбираете часовой пояс, отличный от пояса аккаунта, то по этому часовому поясу отправится только рассылка с шаблоном-победителем. Тестовые сообщения отправятся по часовому поясу аккаунта.

Чтобы завершить настройку, нажмите **Готово**. Выбранные вами параметры будут отображаться в блоке **Настройки кампании**. Кнопкой в правом верхнем углу блока вы можете **отредактировать** настройки:



**Сохраните кампанию**, чтобы активировать её.

### Выбор шаблона-победителя вручную

При режиме выбора победителя **По решению пользователя** установите время **Старта кампании**. Старт кампании — это время и дата запуска тестовой части рассылки.

Затем задайте **Расписание рассылки**. По этому расписанию шаблон-победитель будет отправлен основной части аудитории.

**Сохраните кампанию**, чтобы активировать её. После того как кампания отправит тестовые сообщения, она перейдёт в статус **Активная (Ждёт вас)**.

**Каналы**  
Выберите канал

**Подписчики**  
Выберите получателей

**Шаблоны**  
Шаблоны сообщений

**Мультивариантный тест**  
Расписание рассылки

Выбор сообщения-победителя теста

По решению пользователя

Старт кампании: 20-10-2023 13:10:00

Период выбора победителя: **Выбор победителя вручную**

Выбрав победителя, запустить как broadcast по расписанию:

В определённую дату в выбранное время

Время: 12:00

Дата: 21-10-2023

Часовой пояс: Часовой пояс аккаунта (Europe/Moscow)

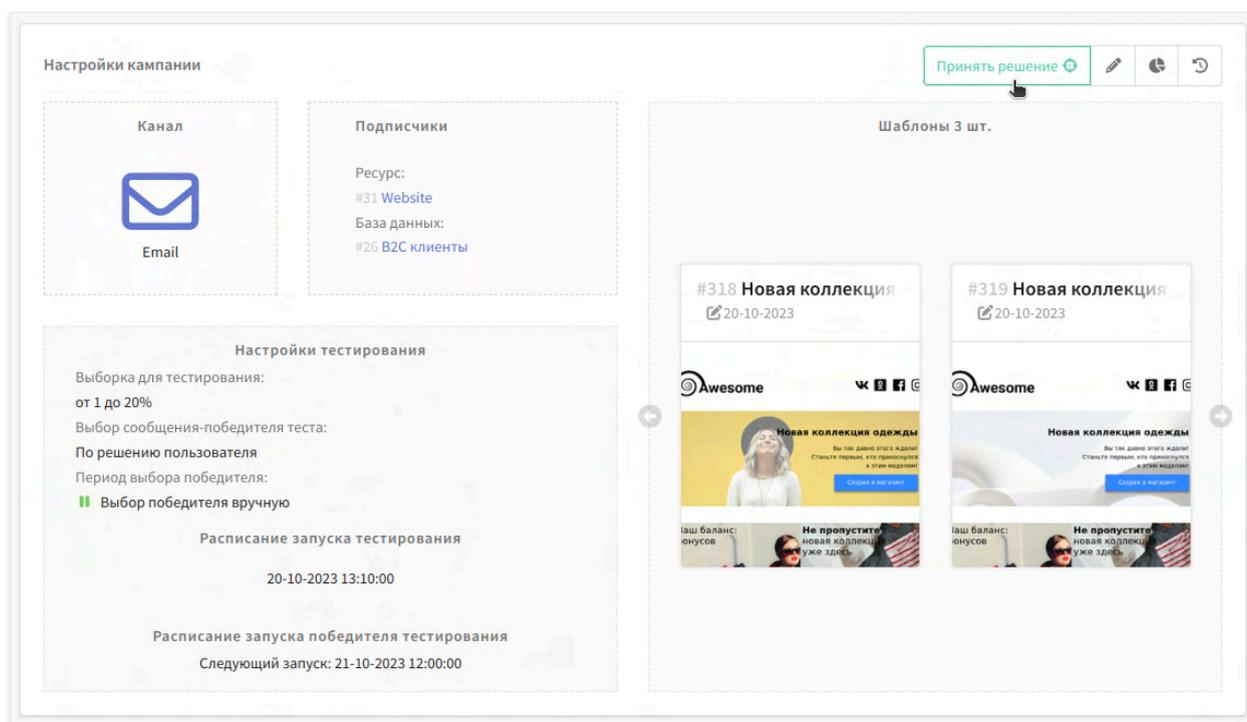
Отправлять в часовом поясе профиля, если он известен

Деактивировать расписание после указанной даты

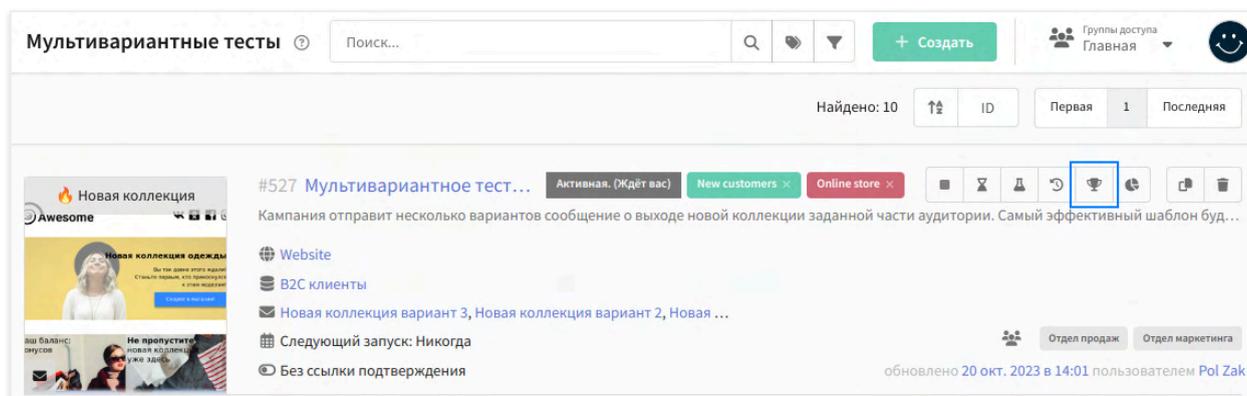
Расписание  
Следующий запуск: 21-10-2023 12:00:00

Назад Готово

На этом этапе вам необходимо проанализировать показатели каждого шаблона и выбрать шаблон-победитель. Для этого в окне редактирования кампании нажмите на кнопку **"Принять решение"**:



Также шаблон-победитель можно выбрать в окне со списком кампаний, нажав на соответствующую кнопку в контекстном меню:



Откроется окно со статистикой по каждому шаблону:

- **Отправки** — количество отправленных сообщений.
- **Доставки** — количество доставленных сообщений.
- **CTR контента** — процент кликов в сообщении. Рассчитывается по формуле:  $(\text{Количество кликов} / \text{Количество доставленных сообщений}) * 100\%$ .
- **OR контента** — процент открытий сообщения. Рассчитывается по формуле:  $(\text{Количество открытий} / \text{Количество доставленных сообщений}) * 100\%$ .

Выберите шаблон, который считаете наиболее эффективным, и нажмите кнопку **"Выбрать"**. Этот шаблон будет отправлен основной части аудитории по заданному расписанию.

### Выбор сообщения-победителя



**Новая коллекция одежды**

Вы так давно этого ждали! Станьте первым, кто прикоснулся к этим моделям!

[Скорее в магазин!](#)

#318 Новая коллекция

|            |            |              |             |
|------------|------------|--------------|-------------|
| <b>505</b> | <b>479</b> | <b>16</b>    | <b>53</b>   |
| Отправки   | Доставки   | CTR контента | OR контента |

Использовать это сообщение



**Новая коллекция одежды**

Вы так давно этого ждали! Станьте первым, кто прикоснулся к этим моделям!

[Скорее в магазин!](#)

#319 Новая коллекция вариант 2

|            |            |              |             |
|------------|------------|--------------|-------------|
| <b>526</b> | <b>496</b> | <b>14</b>    | <b>49</b>   |
| Отправки   | Доставки   | CTR контента | OR контента |

Использовать это сообщение



**Новая коллекция одежды**

Вы так давно этого ждали! Станьте первым, кто прикоснулся к этим моделям!

[Скорее в магазин!](#)

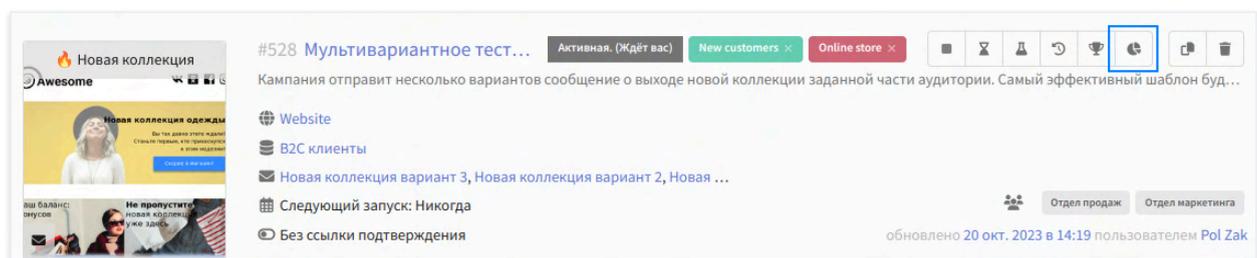
#320 Новая коллекция вариант 3

|            |            |              |             |
|------------|------------|--------------|-------------|
| <b>510</b> | <b>484</b> | <b>14</b>    | <b>49</b>   |
| Отправки   | Доставки   | CTR контента | OR контента |

Использовать это сообщение

✕ Отмена
✓ Выбрать

Если для выбора шаблона-победителя вам недостаточно предоставленных данных, вы можете воспользоваться [Отчетом по каналам](#). Чтобы открыть отчёт, нажмите на иконку аналитики:



#528 Мультивариантное тест... Активная. (Ждёт вас) New customers ✕ Online store ✕

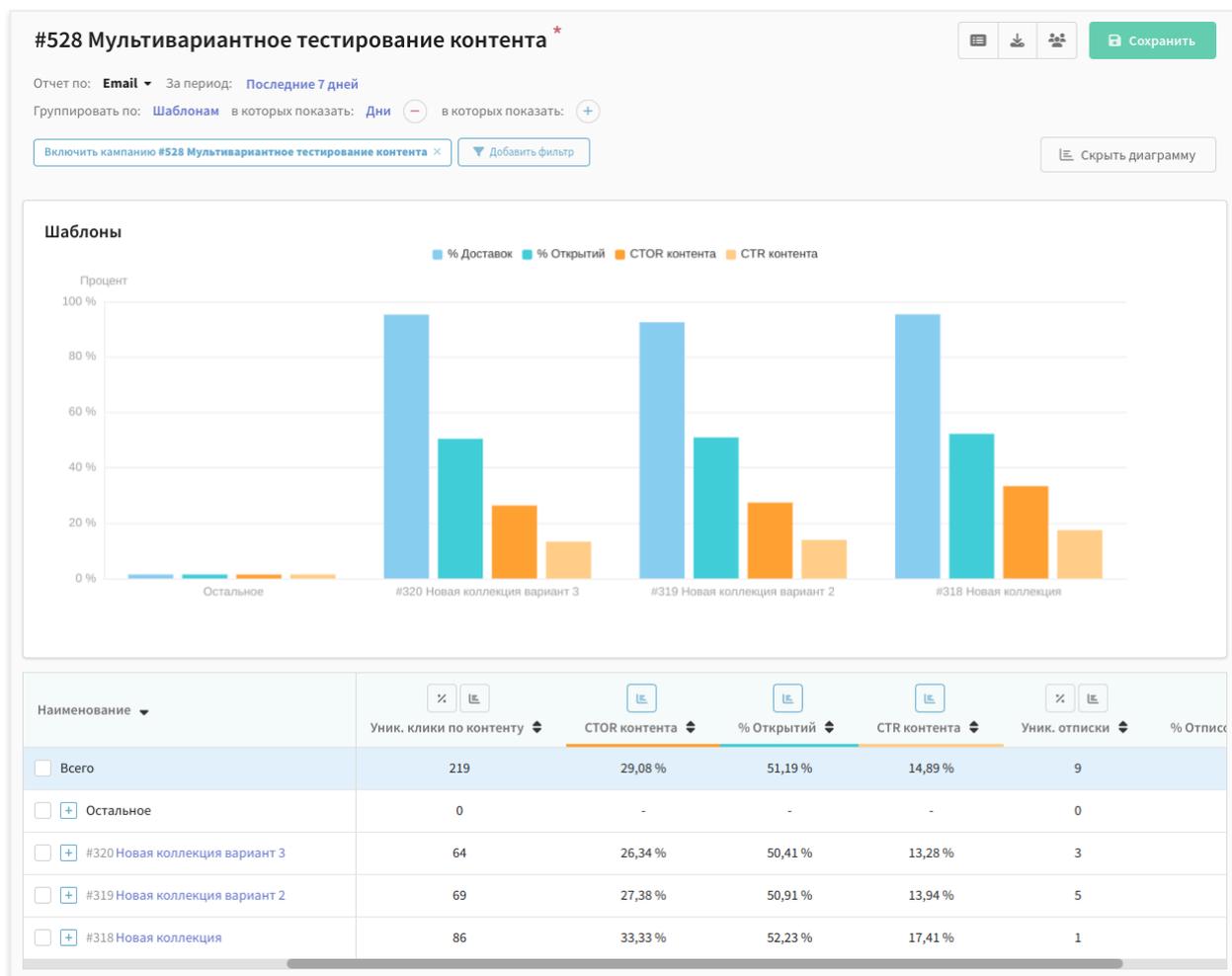
Кампания отправит несколько вариантов сообщение о выходе новой коллекции заданной части аудитории. Самый эффективный шаблон буд...

Website  
B2C клиенты  
Новая коллекция вариант 3, Новая коллекция вариант 2, Новая ...  
Следующий запуск: Никогда  
Без ссылки подтверждения

Отдел продаж Отдел маркетинга  
обновлено 20 окт. 2023 в 14:19 пользователем Pol Zak

В отчёте выберите необходимые для оценки эффективности параметры. Это могут быть абсолютные или относительные значения (такие как Open Rate или

CTR/CTOR). Можно оценить и негативную реакцию по количеству отписок или жалоб:



## 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

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** — ВСС для отправляемых сообщений. Адреса укажите, разделяя переносом строки.
- **Дополнительные опции** — зависят от конфигурации вашей установки Altcraft Platform. Доступны такие опции, как отправка без учёта статуса подписки или без учёта уникальности данных при отправке.

### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

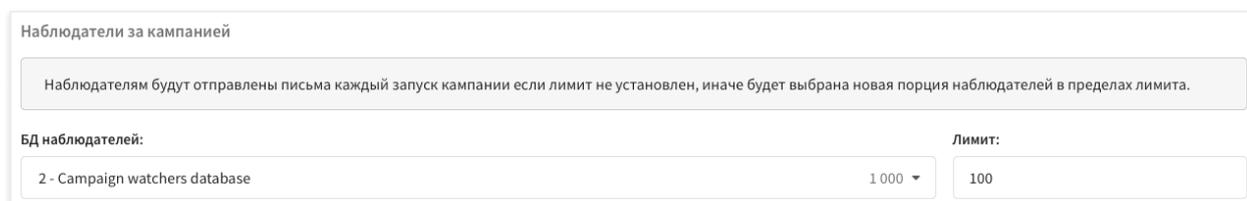
Проконсультируйтесь с администратором платформы в вашей организации или со специалистами поддержки Altcraft, если не уверены, какие Smart настройки необходимо выбрать!



## 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:



# Тестирование кампаний

Тестирование кампаний необходимо проводить перед каждой реальной отправкой. Это позволяет убедиться, что:

- техническая часть отправки и доставки сообщения в порядке;
- сообщение этой кампании в различных почтовых системах выглядит должным образом;
- все подстановки и сложная логика внутри шаблона работает правильно;
- email и sms провайдеры не блокируют сообщение из-за контента.

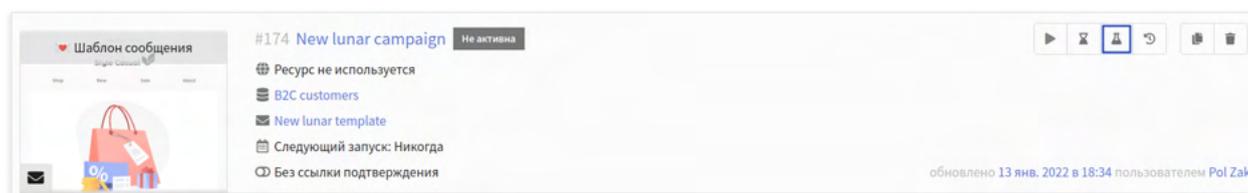
Используя возможность тестирования кампании, вы можете отправлять письма на проверку ответственному за ваши рассылки лицу или использовать сервисы, оценивающие качество сообщений, инфраструктуру доставки и т.д.

## Как запустить тестирование

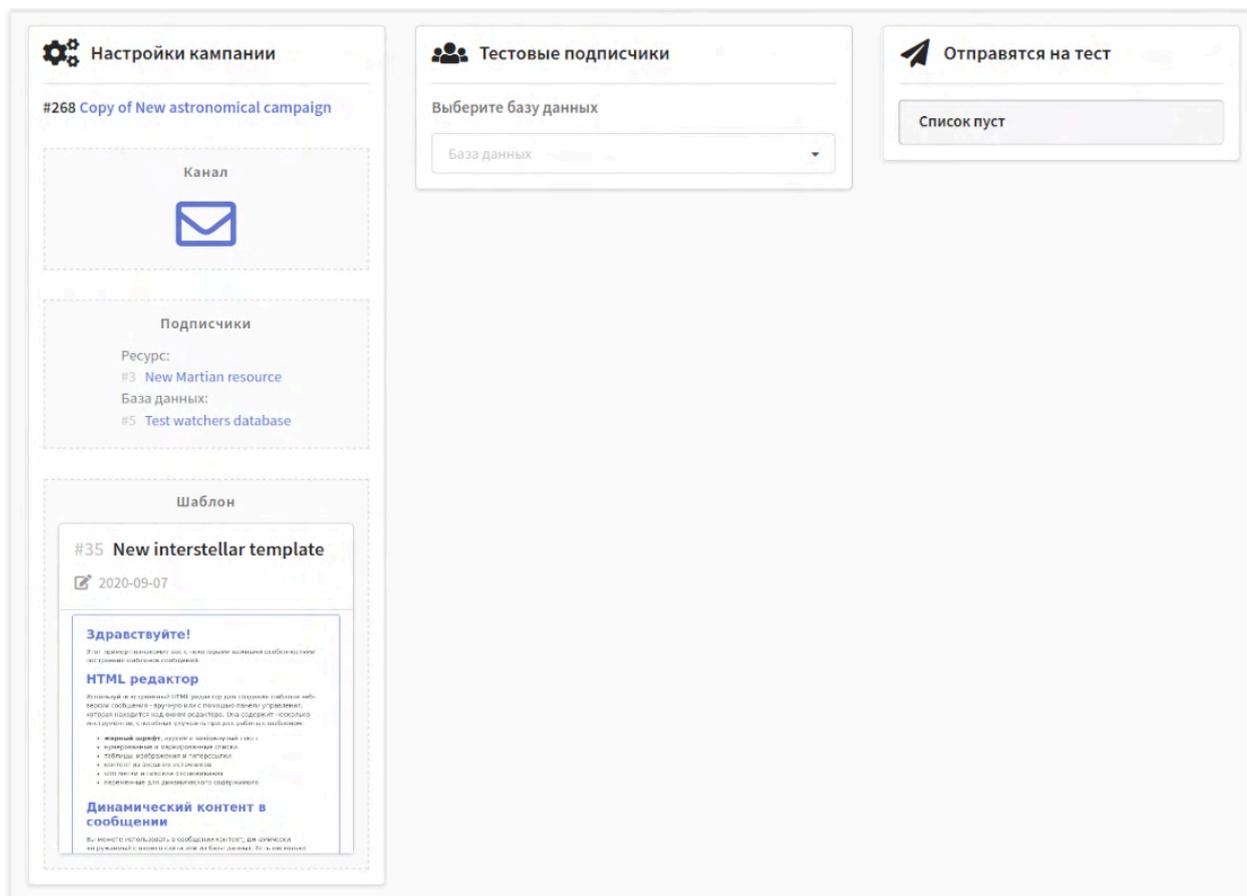
Зайдите на страницу **Кампании** и в меню действий нужной кампании нажмите



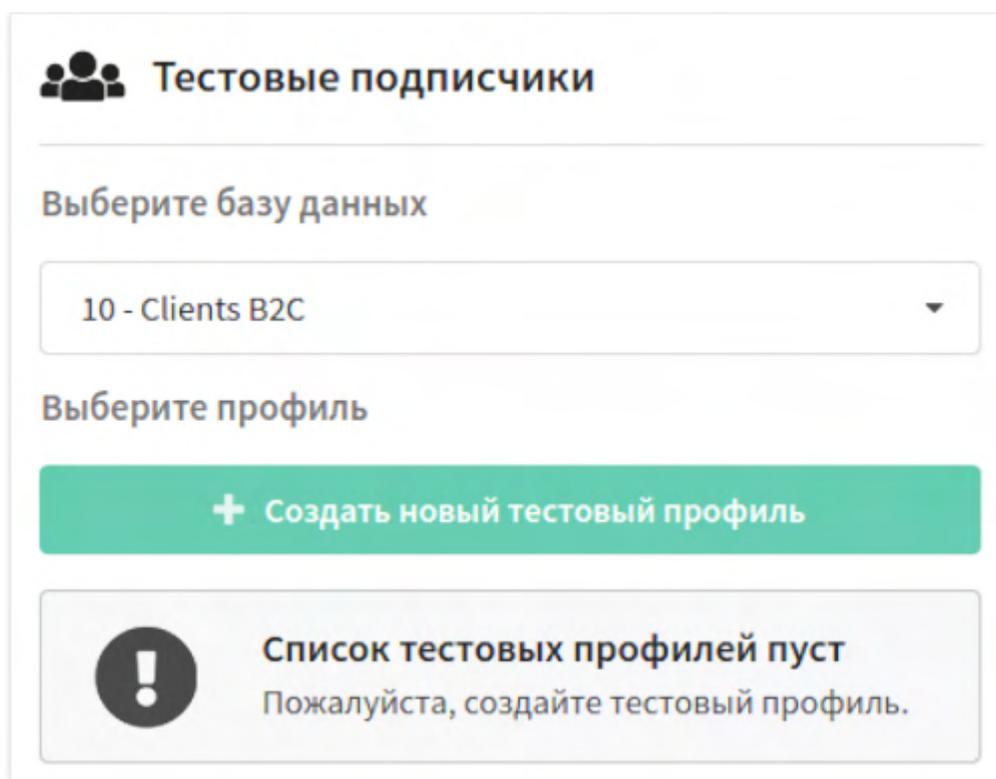
:



Появится окно, где вы сможете посмотреть все настройки тестируемой кампании, а также выбрать тестовых подписчиков.



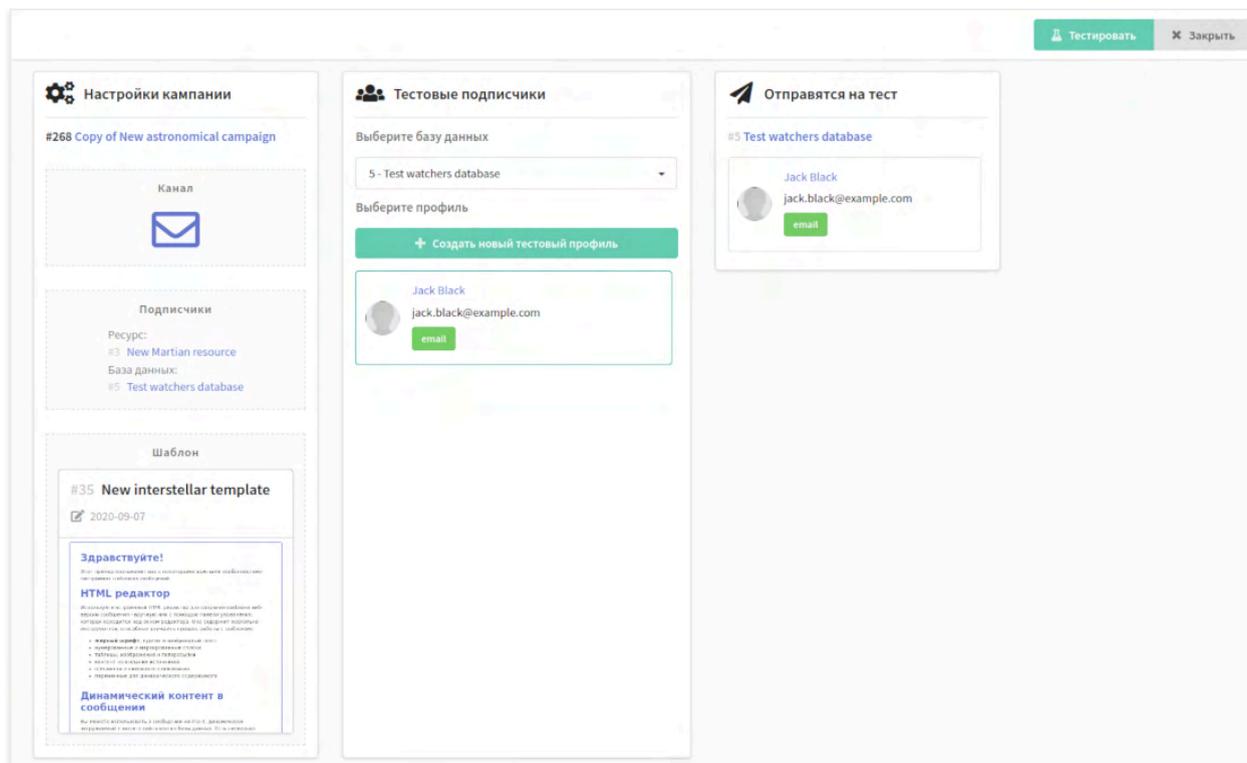
Если у вас пока нет тестовых email, их можно добавить. Выберите базу профилей в выпадающем списке. Поскольку профиль тестового подписчика еще не создан, платформа тут же предложит создать профиль в выбранной базе. Кликните **"Создать новый тестовый профиль"**:



Слева выплывает окно с интерфейсом создания тестового профиля:

Скриншот интерфейса создания тестового профиля. Вверху заголовок "Создать новый тестовый профиль" и стрелка назад. Основные поля: "Имя" (Jack), "Фамилия" (Black), "Email" (jack.black@example.com). Раздел "Подписки" содержит "Подписка на ресурс: #3 New Martian resource" и "Канал подписки: email" с полем "Введите поля подписки" и email jack.black@example.com. Кнопки: "Добавить подписку" и "+ Создать профиль".

Заполните поля соответствующими данными и нажмите кнопку "**Создать профиль**". Профиль отобразится в списке тестовых подписчиков. Кликните на него, чтобы "отправить на тест".



Нажмите кнопку **"Тестировать"** — произойдет тестовая отправка кампании. На экране появится новое окно с журналом кампании:

**Результаты тестирования: #268 Copy of New astronomical campaign**

| Время               | Тип  | Значение     |
|---------------------|--|--------------|
| 2020-09-10 07:47:07 | Запуск кампании                                  |              |
| 2020-09-10 07:47:07 | Общий лимит                                      | 1            |
| 2020-09-10 07:47:07 | Источник подписчиков                             | list         |
| 2020-09-10 07:47:07 | ID базы данных                                   | 5            |
| 2020-09-10 07:47:07 | Количество обработанных подписчиков              | 1            |
| 2020-09-10 07:47:07 | Количество подписчиков, кому был отправлен email | 1            |
| 2020-09-10 07:47:07 | Кампания завершена                               |              |
| 2020-09-10 07:47:07 | Всего времени затрачено                          | 181.829841ms |

**Закрыть** ✓

**ПОДСКАЗКА**

Рекомендуем иметь по одному тестовому адресу для всех основных email провайдеров!

# Расписание кампании

Расписание применяется в [бродкастах](#), [регулярных кампаниях](#), [мультивариантных тестах](#), а также в [сценариях](#), [импортах по расписанию](#) и при [синхронизации статических сегментов](#).

В расписании доступно несколько **планов** в зависимости от типа рассылки. Ниже в статье описаны возможные варианты.

## ПРИМЕЧАНИЕ

Для каждого плана расписания можно указать часовой пояс отправки.

## ПРИМЕЧАНИЕ

С помощью опции **Деактивировать расписание после указанной даты** вы можете остановить кампанию:

Деактивировать расписание после указанной даты

|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| Время:                             | Дата:                                   |
| <input type="text" value="21:00"/> | <input type="text" value="2020-06-08"/> |

## Каждый день в выбранное время

Этот вариант подойдёт для динамических регулярных кампаний и цепочек: кампания будет запускаться каждый день в указанное время.

## ПОДСКАЗКА

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: 10:00

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

### 💡 ПОДСКАЗКА

Этот план расписания также удобно использовать при разделении больших бродкаст-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 x 13 x 16 x

Минуты: 0 x

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.

## 💡 ПОДСКАЗКА

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

| 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 x 13 x 16 x

Минуты: 0 x

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 ✕

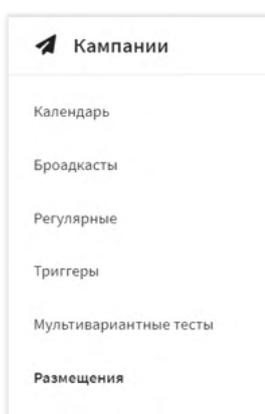
Июль ✕

Август ✕

Деактивировать расписание после указанной даты

# Кампания размещения

**Кампания размещения** — инструмент для размещения контента подписчикам на определенном ресурсе с возможностью последующей отмены. При запуске отправляет контент каждому подписчику в источнике данных (в случае старта по расписанию) или конкретному лиду, инициировавшему определенное событие (при триггерном условии старта). Если в канале настроена возможность отмены рассылки, то размещенный контент может быть убран с ресурса в ручную или по достижению определенной даты и времени.



Чтобы создать новую кампанию, в главном меню выберите **Кампании** → **Размещения** и нажмите кнопку **Создать**.

## Основные настройки

В основных настройках укажите название и описание новой кампании. При необходимости установите [группу доступа](#) и теги для дополнительной группировки. Здесь же вы можете указать **SUBID статистики** для кампании. В верхнем правом углу находится переключатель, активирующий кампанию:

A screenshot of the 'Основные настройки' (Basic Settings) form for a campaign. The form includes: a toggle switch for 'Активная' (Active) which is turned on; a text input for 'Имя кампании:' (Campaign name) with the value 'New cosmic campaign'; a text input for 'SUBID статистики:' (SUBID statistics) with the value 'SUBID'; a large text area for 'Описание компании:' (Company description); a dropdown menu for 'Установить группу:' (Set group) with selected options 'Отдел продаж' and 'Отдел маркетинга'; and a dropdown menu for 'Теги:' (Tags) with a selected tag 'B2C'.

## Канал

Выберете канал отправки для которого доступен данный тип кампании из выпадающего меню.

The screenshot shows a navigation bar with four tabs: 'Каналы' (Channels), 'Подписчики' (Subscribers), 'Шаблоны' (Templates), and 'Размещение' (Placement). The 'Каналы' tab is active. Below the navigation bar, there is a dropdown menu labeled 'Выберите канал' (Select channel) with 'Herald' selected. A blue 'Далее' (Next) button is located at the bottom right.

## Подписчики

Выберите получателей кампании. Кампании в Altcraft отправляются в рамках определённого ресурса: это может быть отдельный сайт, продукт, акция, или другое направление ваших коммуникаций с клиентами. Выберите ресурс и источник подписчиков.

The screenshot shows the 'Подписчики' tab selected in the navigation bar. The main area contains a dropdown menu 'Выберите ресурс' (Select resource) with '19 - Herald RES herald' selected. Below it are two smaller dropdowns: 'Источник подписчиков' (Subscriber source) set to 'База данных' (Database) and 'Выберите базу данных' (Select database) set to '8 - Herald DB'. A grey informational box states: 'Источник подписчиков будет использоваться только при запуске размещения в определённую дату и время.' (Subscriber source will only be used when launching placement on a specific date and time). 'Назад' (Back) and 'Далее' (Next) buttons are at the bottom.

Получателями кампании размещения может быть база профилей или сегмент, состоящий из профилей одной или нескольких баз данных.

### 💡 ПОДСКАЗКА

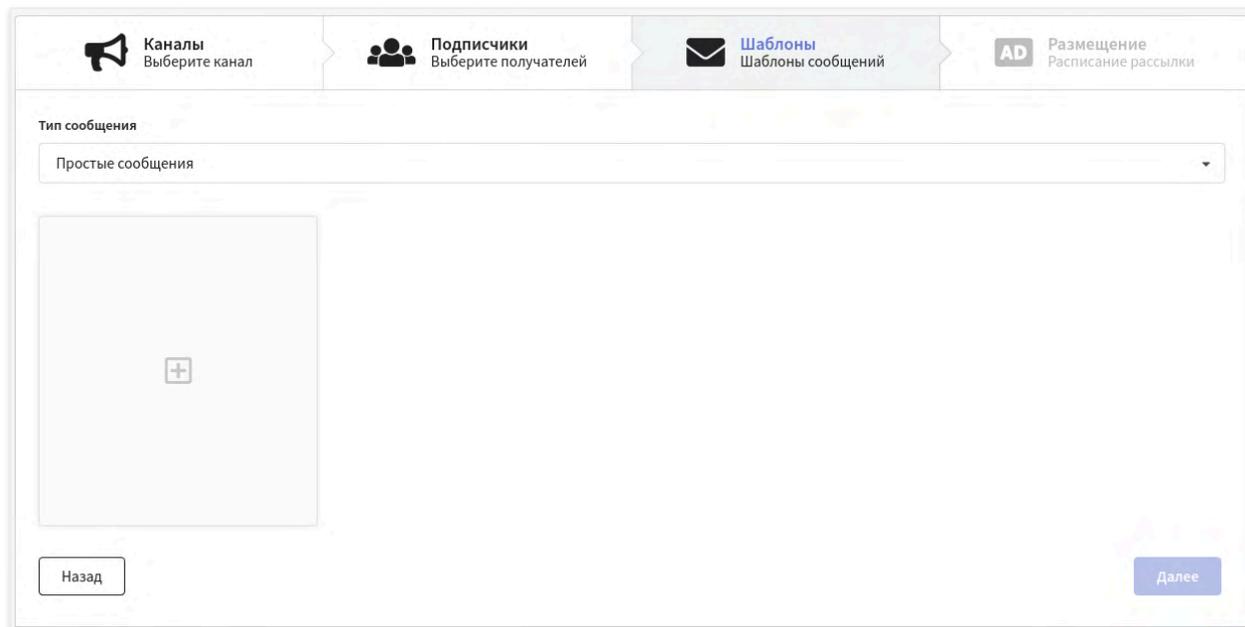
При отправке сообщений кампания использует подписки клиентов на выбранный ресурс. Убедитесь, что получатели в вашем источнике данных подписаны на него!

## Шаблоны

На этом шаге выберите контент, который хотите использовать в кампании размещения.

Нажмите на кнопку **Добавить контент** и выберите **подготовленный шаблон**. Любой тип кампании поддерживает до 8 шаблонов сообщений. Кампания отправит каждому получателю по **одному** сообщению из выбранных в случайном порядке - в равных пропорциях.

По клику на миниатюру шаблона откроется предпросмотр сообщения.



## Размещение

### Настройка старта и остановки

Кампания размещения может запускаться двумя способами:

- в определенную дату и время для всех подписчиков в источнике
- по событию для одного подписчика

### Старт в определенную дату и время

Кампания запустится один раз в указанное время. После этого кампания не будет доступна для перезапуска.

## Старт по событию

Настройка аналогична триггерной кампании. Контент будет отправляться каждому подписчику, который будет захвачен триггером

## Отмена размещения

Отмена размещения доступна только для каналов, в которых она настроена. Если отмена рассылки не была предусмотрена администратором при конфигурации канала, данный пункт будет не доступен для редактирования в кампании.

Отмена может быть двух типов:

- в определенную дату и время
- вручную

Оба варианта отменяют размещения для всех подписчиков, кому был отправлен контент. Не зависит от типа старта. Если старт был настроен на триггер, то триггер будет деактивирован перед отменой.

Вручную кампания размещения может быть отменена, только если она имеет статус "**Размещена**" ("Deployed").

### Мгновенный запуск кампании (помимо расписания)

Чтобы запустить кампанию сразу же после создания, в самом низу страницы отметьте соответствующую опцию:

Запустить кампанию прямо сейчас (помимо расписания)

## 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 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.
- **Дополнительные опции** — зависят от конфигурации вашей установки Альткрафт. Доступны такие опции, как отправка без учёта статуса подписки или без учёта уникальности данных при отправке.

#### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Проконсультируйтесь с администратором Альткрафт вашей организации или со специалистами поддержки Альткрафт, если не уверены, какие Smart настройки необходимо выбрать!

Smart настройки

Виртуальный сервер:

Автовыбор сервера

Свои трекинг-домены:

Один на строку

Список email адресов для скрытой копии:

Один на строку

Случайный префикс для трекинга

Не проверять контактные данные на уникальность

Безусловная отправка (отправка вне зависимости от статуса подписки)

# Сценарии автоматизации

**Сценарии** — программы автоматизации маркетинговых процессов. 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 маркетинговые процессы, как напоминание об брошенной 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 автоматизации

Создание и редактирование сценариев автоматизации. Выбор режима запуска сценария и повторного попадания профилей. Просмотр статистики в сценарии.



### Элементы (шаги) сценария

Подробное описание шагов сценария, из которых строится алгоритм прохождения для разных профилей.



## **Классические сценарии автоматизации маркетинга**

Подборка классических маркетинговых механик, которые удобно автоматизировать с помощью сценариев Altcraft.



## **Приветственный сценарий: пошаговая настройка**

Пошаговая инструкция по настройке приветственной цепочки в Altcraft Platform.



## **Автоматическое оповещение менеджера через сценарий**

Отправляйте email-письмо менеджеру, когда подписчик совершает какое-либо целевое действие.



## **Сценарий брошенной корзины**

Напоминайте клиентам о товарах в корзине через email-канал. Узнайте, как использовать переменную aricontent.

# Работа со Сценариями автоматизации

## ⚠ К СВЕДЕНИЮ

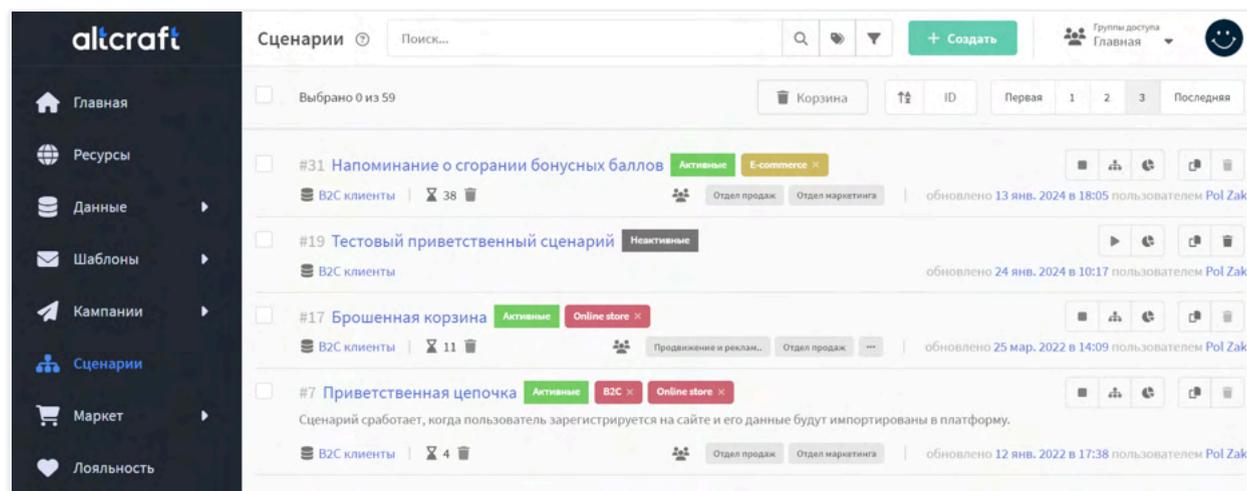
Элементы (шаги) сценария описаны [в отдельной статье](#).

## ⚠ К СВЕДЕНИЮ

Сценариями автоматизации можно управлять по **API**. Информация доступна по [этой ссылке](#).

## Управление сценариями

Чтобы начать работу со сценариями взаимодействия с клиентами, в главном меню выберите **Сценарии**. В открывшемся списке отображается краткая информация по существующим сценариям, их статусы активности, а также количество профилей, которые в данный момент находятся в сценариях.



С помощью контекстного меню вы можете:

▶ — активировать сценарий.

■ — остановить сценарий. Если в сценарии на момент остановки остались профили, их можно сохранить. При следующей активации сценария они

"проснуться" и продолжат проходить сценарий с того элемента, на котором остановились.

 — отправить профили из динамического сегмента в сценарий (в сегменте должна использоваться та же база профилей, что и в сценарии).

 — клонировать сценарий.

 — переместить сценарий в корзину (доступно только для неактивных сценариев).

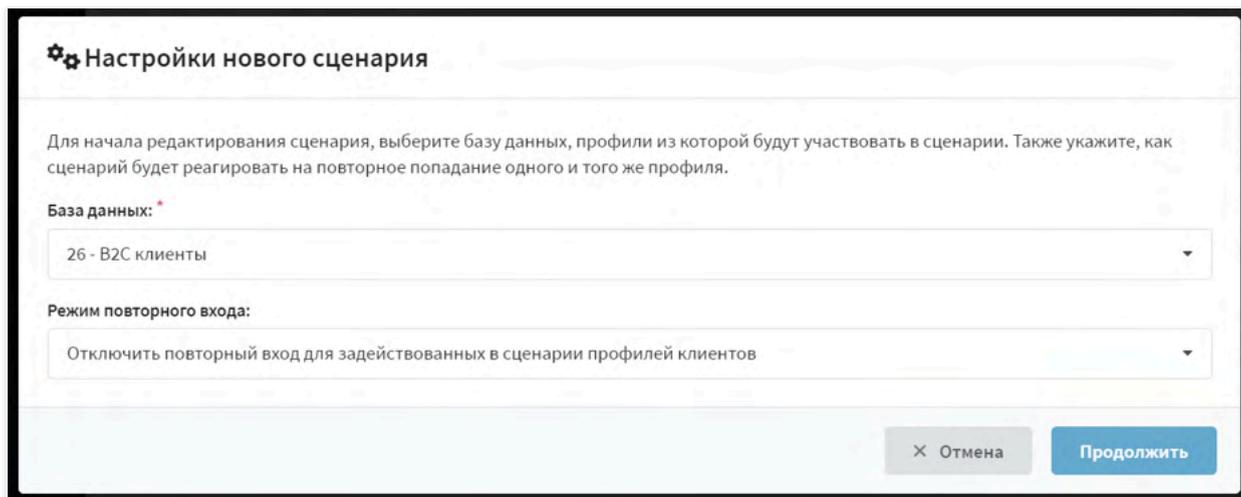
 — перейти в отчет по сценарию.

## Начало работы со сценарием

Для добавления нового сценария нажмите **+ Создать** в верхней части страницы.

### Предварительная настройка

В открывшемся окне выберите **базу данных**, профили в которой будут захвачены в сценарий, и **режим повторного входа в сценарий**. Затем нажмите кнопку **"Продолжить"**. Позже эти настройки можно будет изменить.



**Настройки нового сценария**

Для начала редактирования сценария, выберите базу данных, профили из которой будут участвовать в сценарии. Также укажите, как сценарий будет реагировать на повторное попадание одного и того же профиля.

База данных: \*

26 - B2C клиенты

Режим повторного входа:

Отключить повторный вход для задействованных в сценарии профилей клиентов

× Отмена **Продолжить**

**Режим повторного входа** определяет поведение сценария **при неоднократном захвате** профиля клиента. Выберите один из режимов:

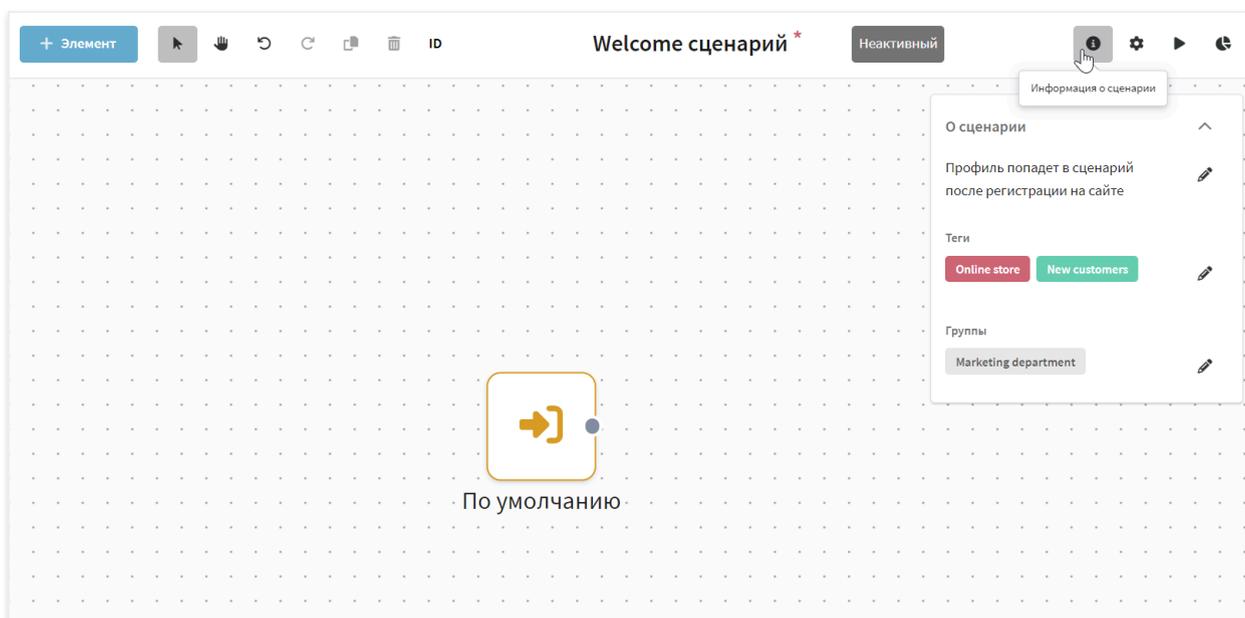
- **Отключить повторный вход в сценарий для профиля клиента** — в этом случае профиль может только один раз попасть в сценарий, и даже если он из него выйдет, то не сможет попасть в него снова. Никогда.

- **Отключить повторный вход для задействованных в сценарии профилей клиента** — если профиль в данный момент уже в сценарии, он не может попасть в него еще раз, но как только выйдет — сможет.
- **Перезапускать сценарий для профиля при повторном вхождении** — как только произойдет условие захвата сценария — положение профиля в сценарии сбросится на начало, и он пойдет по сценарию снова.
- **Обрабатывать каждую запись профиля в сценарии отдельно** — 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.

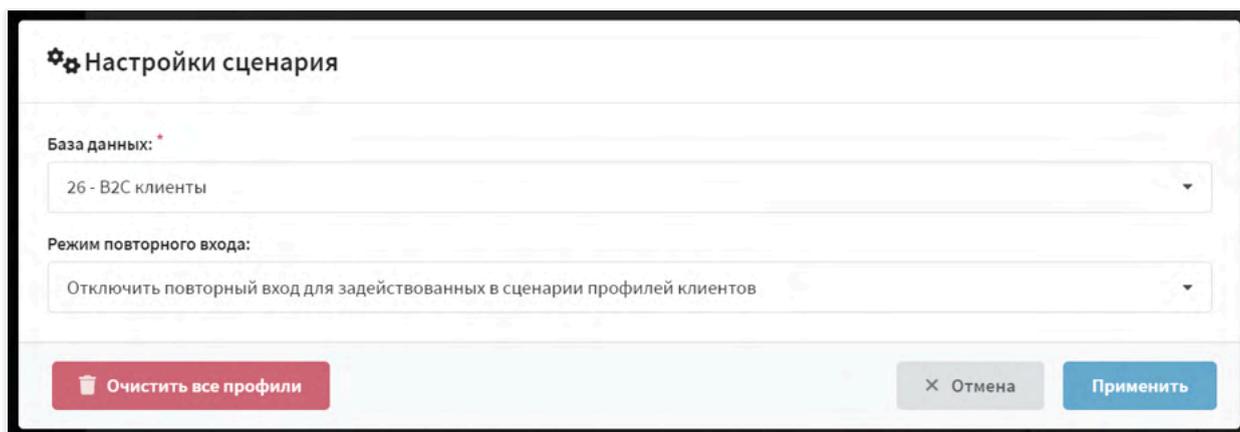
## Основные настройки

Вы перейдете в редактор. На верхней панели укажите **название** сценария. В блоке "**О сценарии**" можно добавить **описание**, прикрепить **теги** для быстрого поиска и назначить **группы** доступа.

Чтобы отобразить или скрыть блок "**О сценарии**", используйте кнопку **i** на панели инструментов:



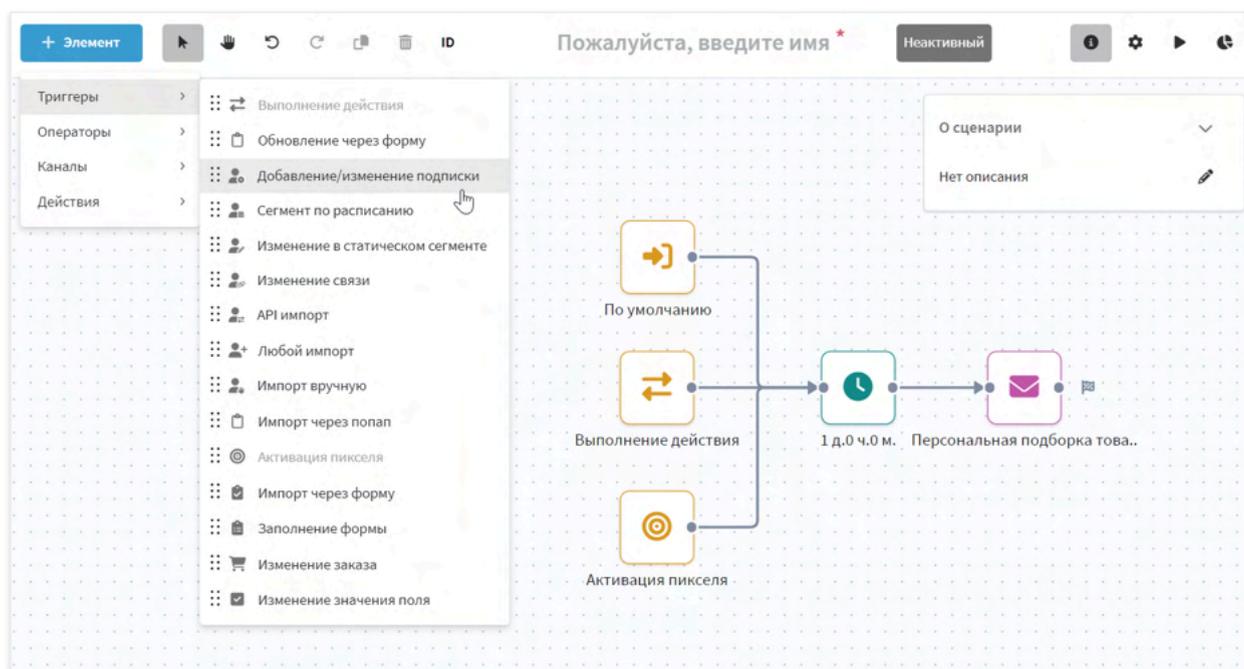
Если вы хотите изменить базу профилей в сценарии или выбрать другой режим повторного входа, то на верхней панели нажмите **⚙** и отредактируйте настройки. В этом же окне доступна опция "**Очистить все профили**" — она позволяет удалить из сценария профили, которые находятся там в настоящий момент.



## Настройка захвата профилей в сценарий

Условия попадания профиля в сценарий определяет триггер. **Триггер** — это **стартовый элемент**, который запускает сценарий. В одном сценарии вы можете настроить **до 10 триггеров**.

Чтобы добавить триггер, нажмите **"+ Элемент"** и выберите нужный элемент из категории **"Триггеры"**:



### 💡 ПОДСКАЗКА

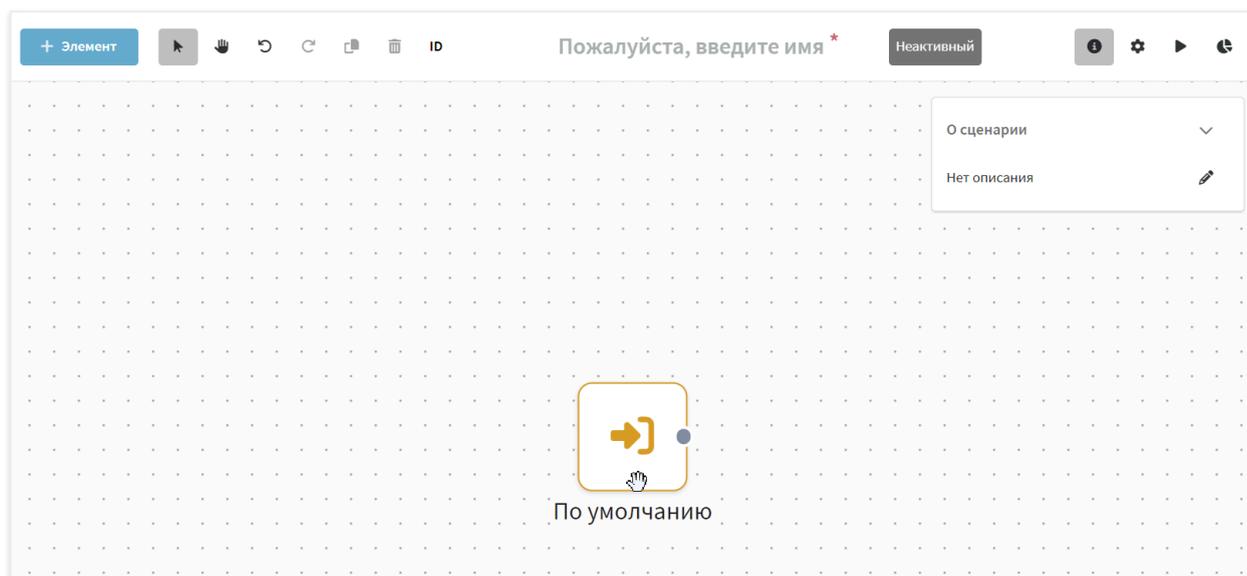
Подробную информацию по каждому триггеру можно найти в [этой статье](#).

### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Чтобы **сохранить сценарий**, необходимо связать все стартовые элементы с каким-либо элементом.

## Захват профилей по умолчанию

В любом сценарии есть элемент **"Захват профилей по умолчанию"**. Этот элемент является встроенной функцией сценария и **не подлежит удалению**. Дважды кликните на него, чтобы прочитать описание.



С помощью элемента "По умолчанию" профили могут попадать в сценарий из разных точек платформы:

**1. При отправке профиля в сценарий через API.** После сохранения сценария в окне элемента отобразится URL, который можно использовать для запуска сценария. Однако рекомендуется использовать более новую версию API. Подробнее в [документации](#).

## Захват профилей по умолчанию

Данный триггер позволяет автоматически направлять в сценарий профили из различных точек входа платформы (при добавлении профиля из карточки вручную, при быстрой отправке сегмента в сценарий, по ноде перехода из другого сценария, а также при повторном попадании профиля в сценарий в случае, если активирована опция возврата на стартовую ноду).

Также в эту ноду будут попадать профили, отправленные в сценарий через API. Подробнее о запуске сценария через API читайте в [документации](#).

► Устаревшая версия API [?](#)

Закреть

## 2. При добавлении профиля в сценарий **вручную**:

История **Взаимодействия** Данные Подписки

Сегменты Триггеры **Сценарии**

### Профиль захвачен сценарием

| Сценарий              | Захвачен | Вышел   | Статус    |
|-----------------------|----------|---------|-----------|
| #66 Онбординг цепочка | 27 мар.  | 27 мар. | Вышел, ОК |

Отправить в сценарий

## 3. При быстрой отправке сегмента в сценарий:

Сценарии   Группы доступа Главная

Выбрано 0 из 59  ID Первая 1 2 3 Последняя

#31 Напоминание о сгорании бонусных баллов **Активные** E-commerce

В2С клиенты | 4   | обновлено 13 янв. 2023 в 18:05 пользователем Pol Zak

#### 4. Через **ноду перехода** из другого сценария:

Перейти в сценарий

Название элемента: \*

Переход в #31

Выберите сценарий:

31 - Напоминание о сгорании бонусных баллов

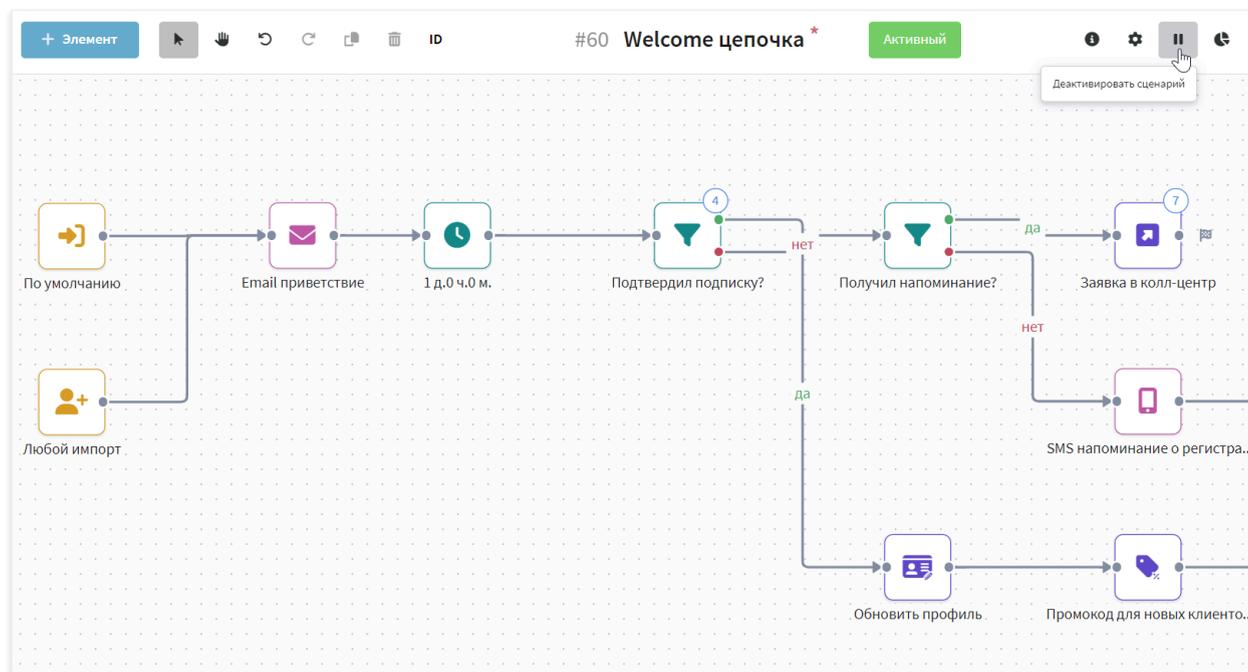
Уточните элемент для перехода:

Входной элемент

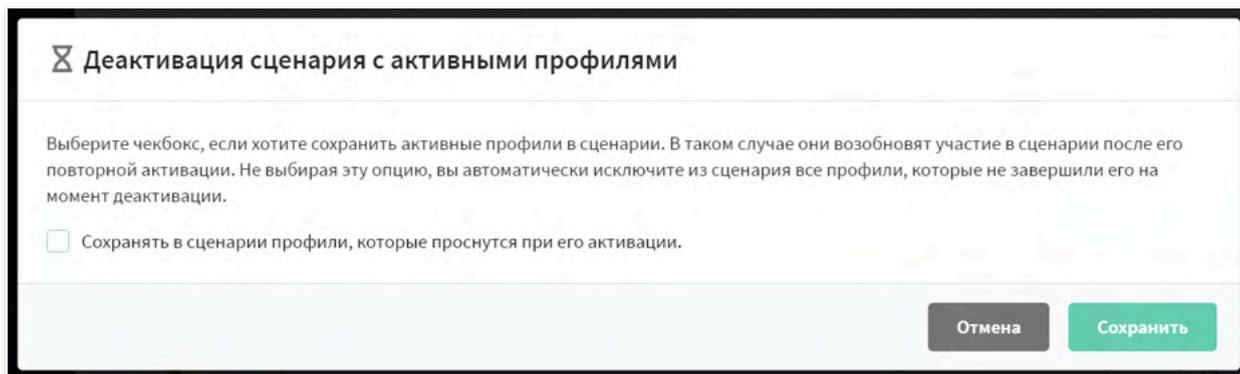
Заккрыть Применить

## Активация и деактивация сценария

Чтобы активировать сценарий, нажмите кнопку ▶, а затем сохраните сценарий. После активации сценарий начнёт захватывать профили, согласно заданным условиям.

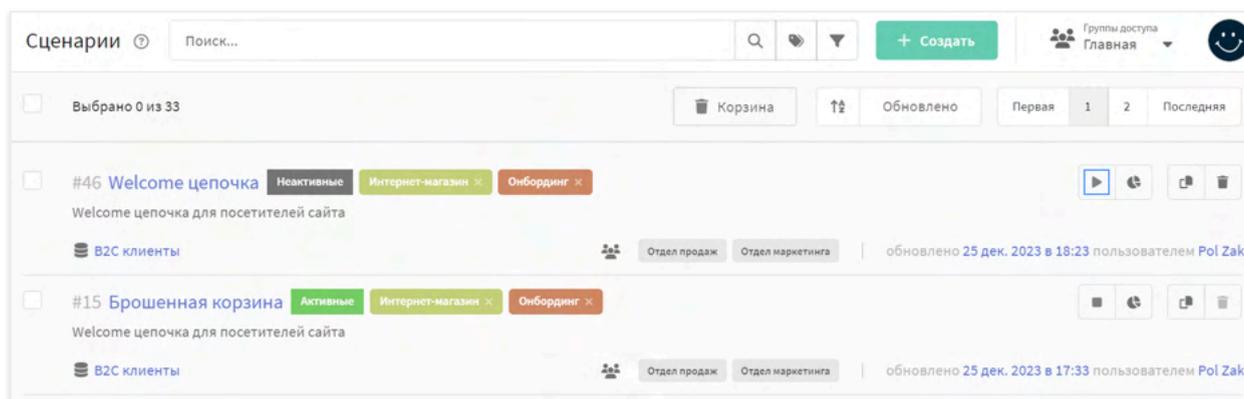


Чтобы остановить сценарий, нажмите кнопку || и сохраните сценарий. Если в сценарии на момент деактивации находятся профили, то вы увидите окно с предупреждением:



По умолчанию после деактивации сценария все профили выйдут из него. Чтобы избежать этого, включите настройку **"Сохранять в сценарии профили, которые проснутся при его активации"**. В таком случае все профили в сценарии будут заморожены, и после повторной активации сценария они продолжат идти по нему.

Также активировать и деактивировать сценарий можно из общего списка:

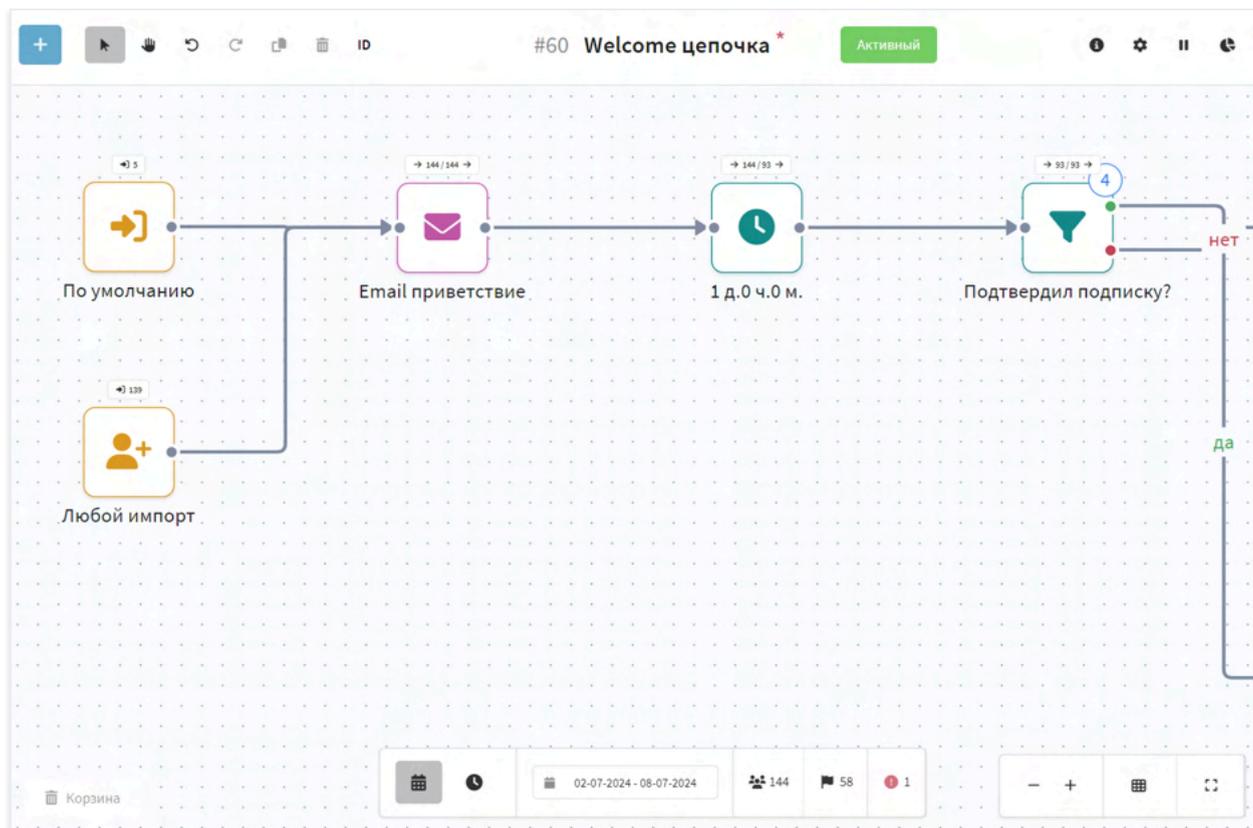


## Аналитика сценариев

Анализировать эффективность ваших сценариев вы можете непосредственно в редакторе сценария, а увидеть подробную статистику по кампаниям, использованным в цепочке, позволит [отчёт по каналам](#).

## Статистика прохождения сценария клиентами

Панель статистики находится в нижней части редактора. На этой панели собрана информация о прохождении сценария профилями.



Просмотр статистики доступен в двух режимах:

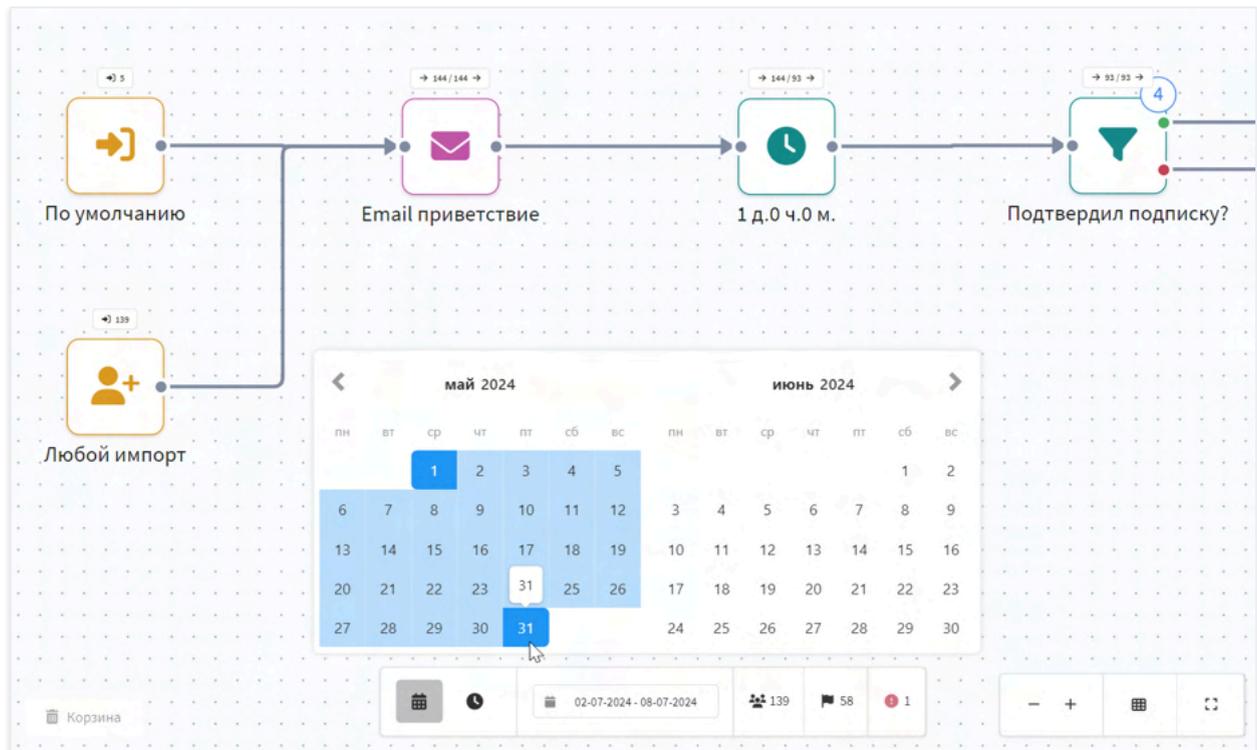
-  — статистика за период
-  — статистика в реальном времени

### Статистика за период

Здесь вы можете просмотреть данные по сценарию за определенный период времени:

-  — общее количество профилей, вошедших в сценарий.
-  — количество профилей, завершивших сценарий.
-  — ошибки, возникшие в процессе работы сценария.

По умолчанию панель отображает данные за последние 7 дней. Чтобы изменить период, введите нужные даты вручную или выберите их в календаре:



Также над каждым элементов сценария показано, сколько профилей вошло в элемент и сколько вышло.

### 💡 ПОДСКАЗКА

Чтобы узнать, на каком именно элементе профиль покинул сценарий, откройте карточку профиля, перейдите на вкладку **Взаимодействия** → **Сценарии** и наведите курсор на статус "Вышел". Отобразится идентификатор элемента:

История **Взаимодействия** Данные Подписки

Сегменты Триггеры **Сценарии**

**Профиль захвачен сценарием**

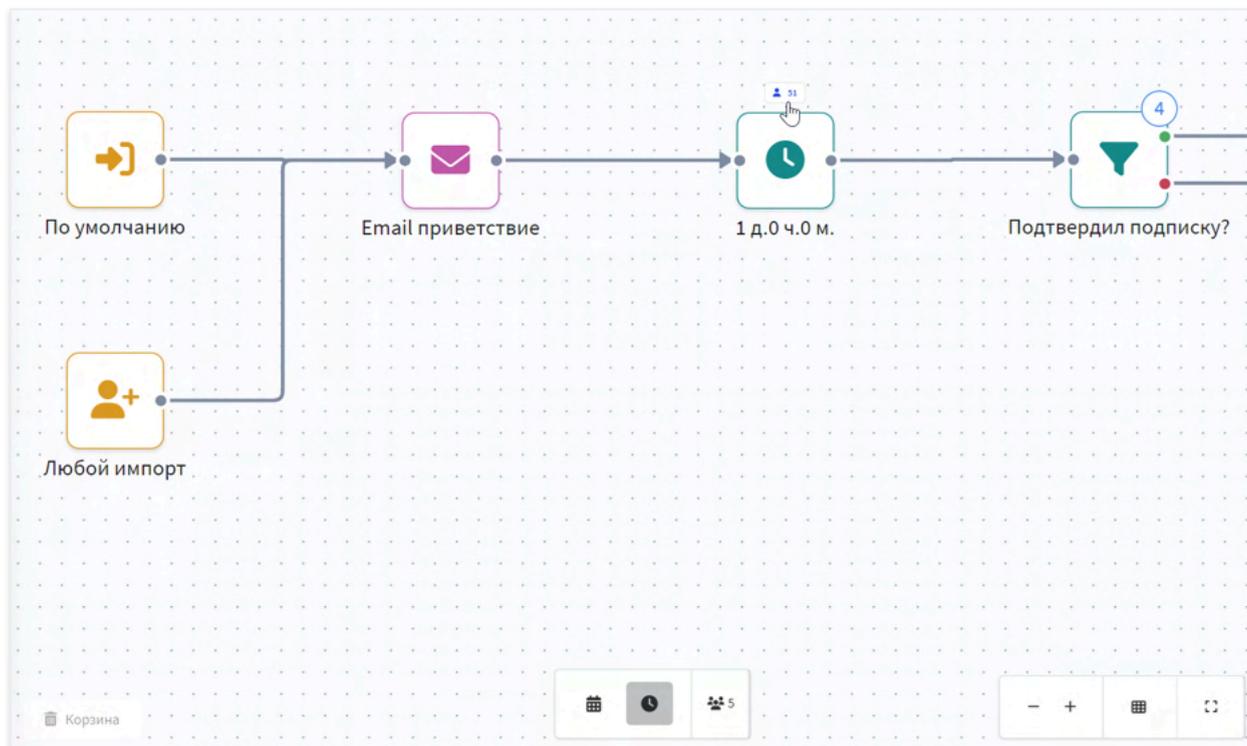
| Сценарий            | Захвачен | Вышел  | Статус   |
|---------------------|----------|--------|--|
| #60 Welcome цепочка | 8 июл.   | 8 июл. | Вышел <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">OK</span> |

Отправить в сценарий ID ноды: 12

## Статистика в реальном времени

Здесь вы можете получить информацию о профилях, которые сейчас находятся в сценарии.

 — количество профилей, вошедших в сценарий, но еще не завершивших его.

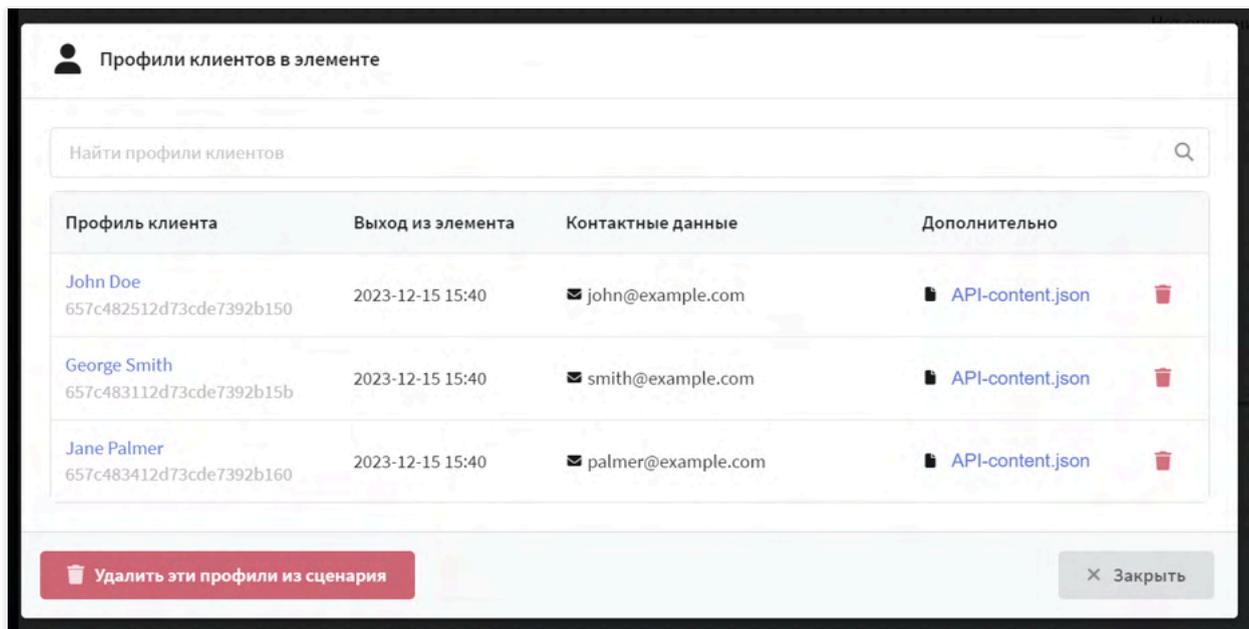


Если в сценарии в данный момент есть профили, то вы увидите цифру над элементом, в котором они находятся. Цифра показывает количество профилей в элементе. Таких элементов может быть несколько. В большинстве случаев это элементы ожидания (Пауза, Лучшее время доставки или Условие с задержкой).

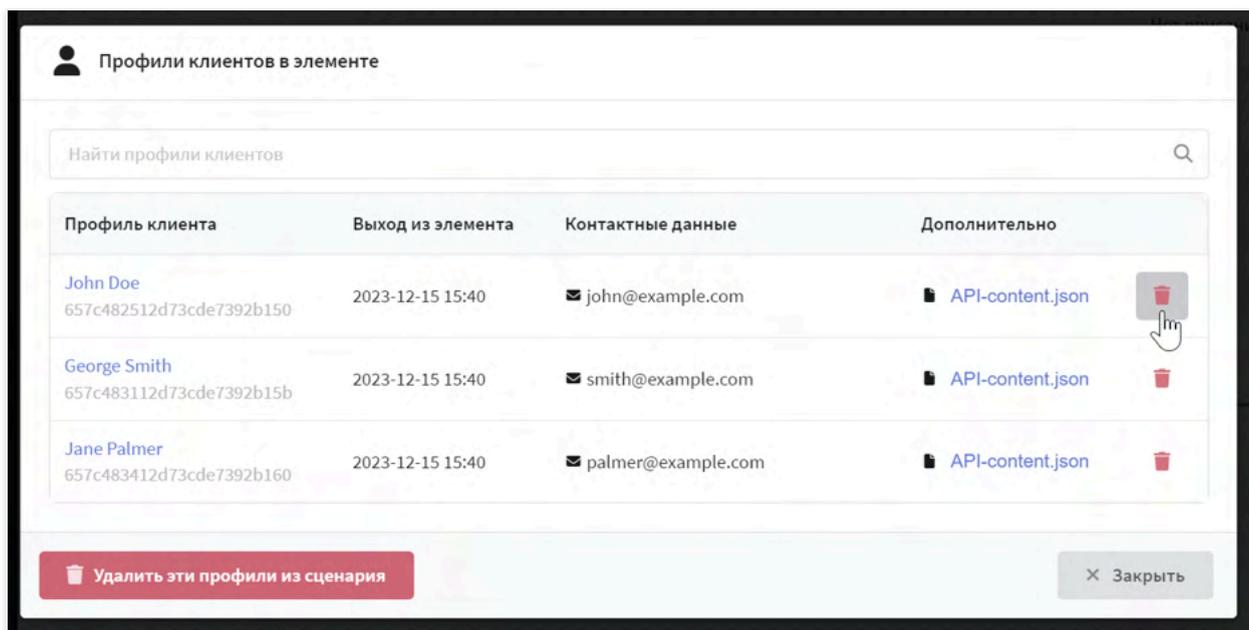
Чтобы узнать информацию о профилях в элементе, нажмите на эту цифру.

Откроется модальное окно, в котором можно:

- перейти в профиль клиента в базе;
- узнать точное время, когда профиль выйдет из элемента;
- скачать файл с API-контентом, если соответствующий параметр был передан в [API-запросе](#).



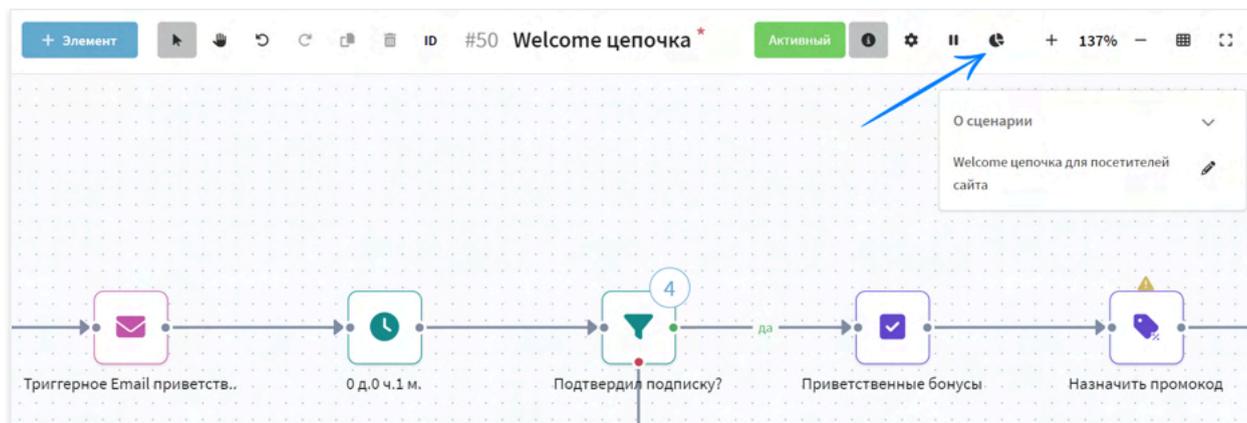
Также доступно **удаление профилей из сценария**. Если вы хотите удалить определенный профиль из сценария, нажмите на иконку корзины напротив его имени:



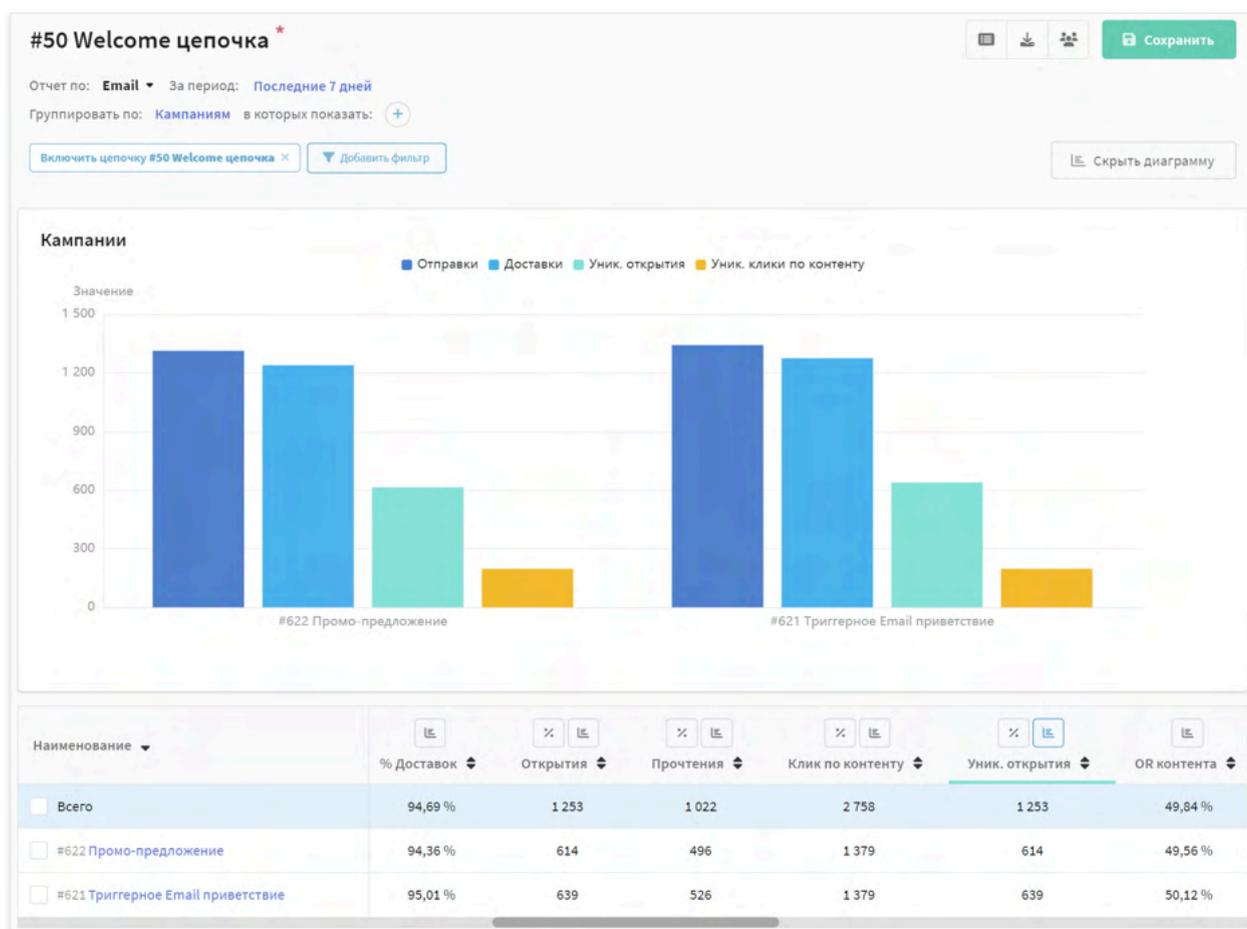
Чтобы удалить из сценария все профили, которые в данный момент находятся в этом элементе, нажмите кнопку **"Удалить эти профили из сценария"**.

## Аналитика кампаний в сценарии

Чтобы просмотреть отчёт о кампаниях, которые запускает сценарий, откройте [Отчёт по каналам](#):

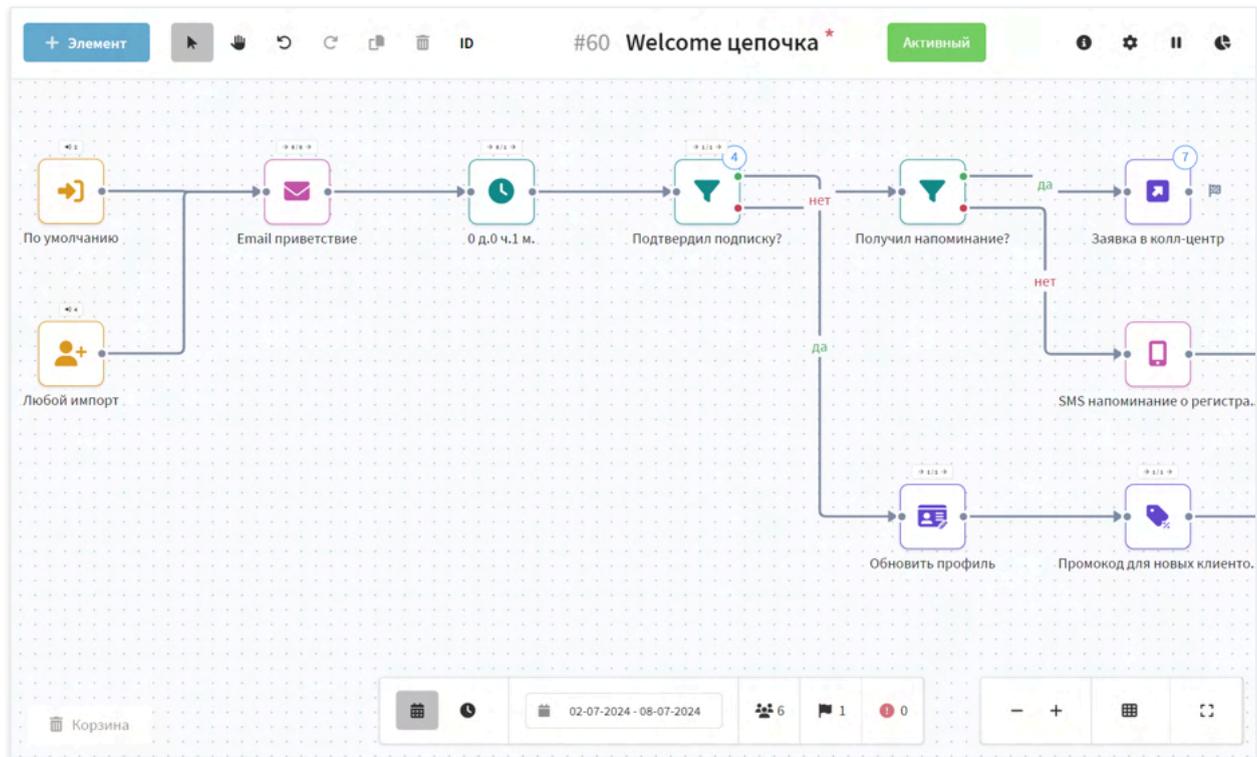


Используйте группировки и фильтры, чтобы отобразить нужные вам данные. Например, если вы хотите посмотреть статистику кампаний, задействованных в сценарии, вам подойдет такая настройка:



# Элементы (шаги) сценария

Сценарий состоит из элементов, или узлов. Каждый элемент выполняет одно действие и затем передаёт управление следующему.

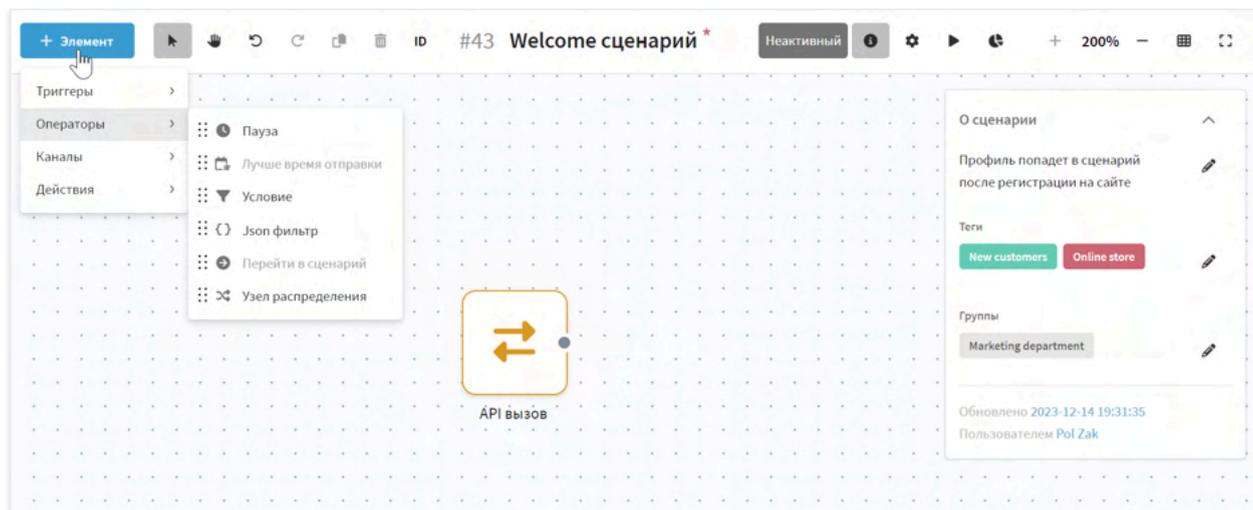


Любой сценарий должен содержать как минимум 2 элемента: стартовый элемент и элемент, связанный с ним.

## Управление элементами

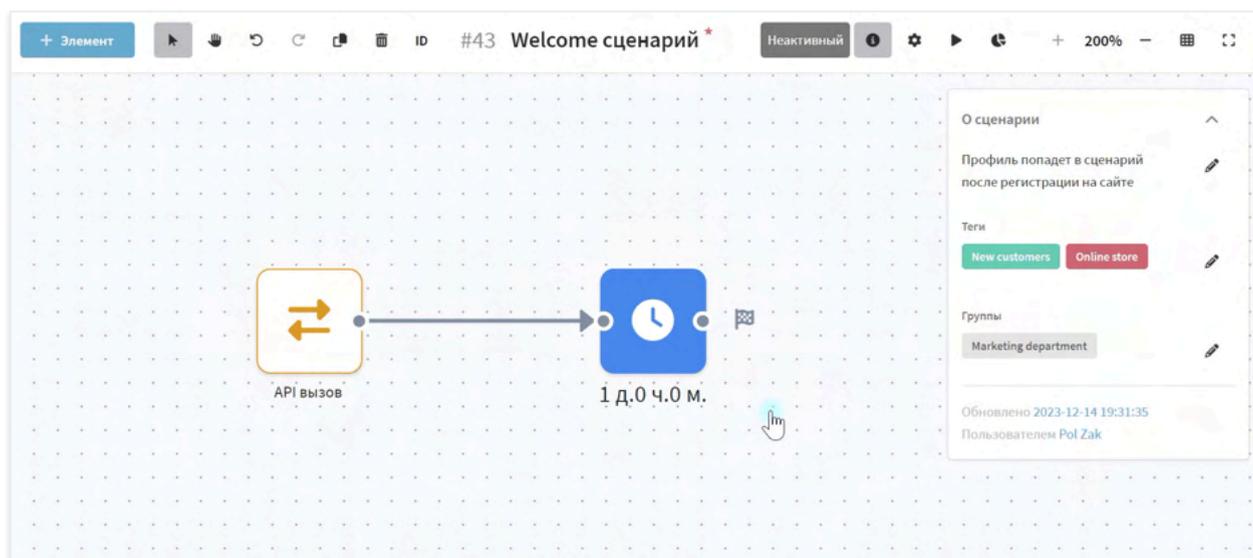
### Добавление элемента

Чтобы добавить элемент в сценарий, нажмите кнопку "+ Элемент" на панели инструментов. В открывшемся списке нажмите на необходимый элемент или перетащите его на рабочее пространство, удерживая правую кнопку мыши.



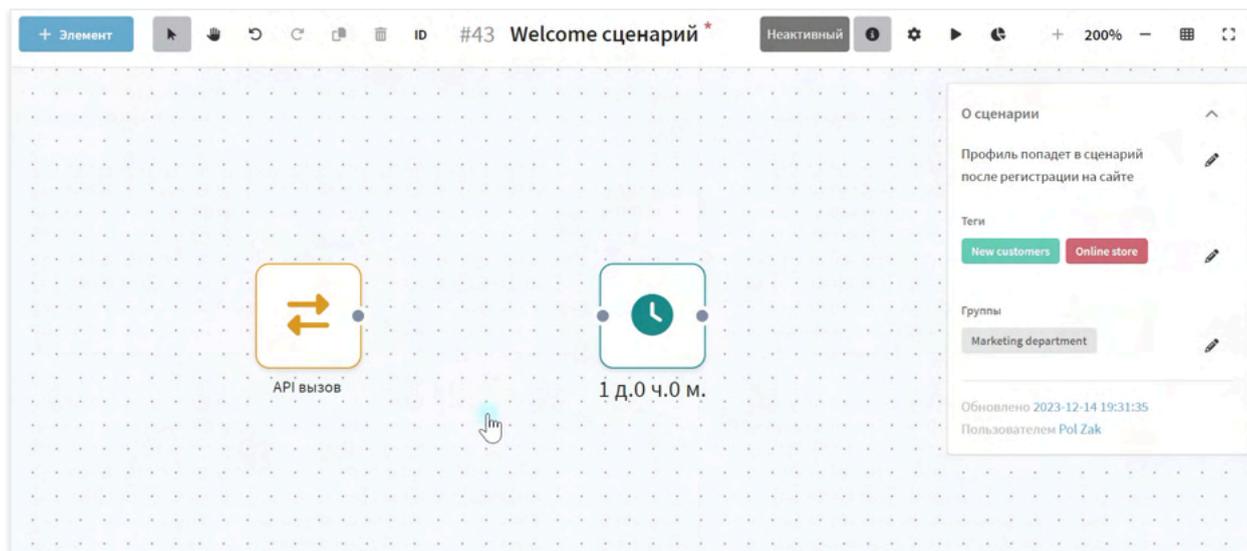
## Настройка элемента

Для каждого элемента сценария задаются настройки. Чтобы открыть окно настроек, дважды кликните на нужный элемент. Для сохранения настроек нажмите "Применить".

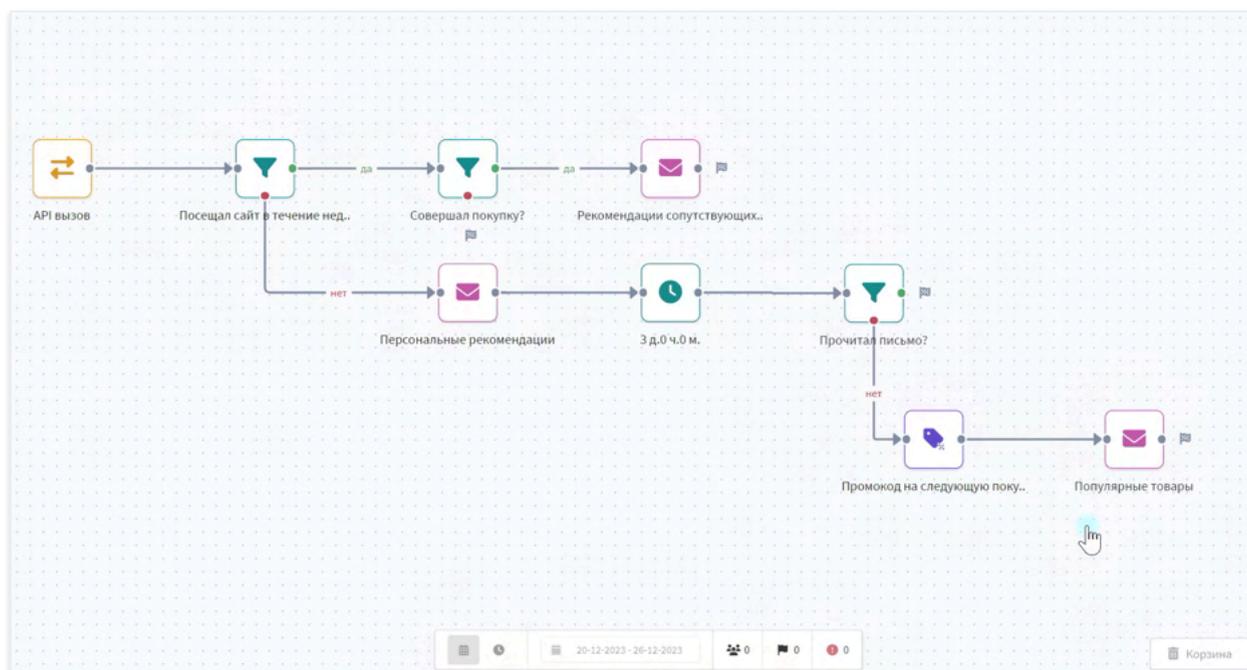


## Добавление связи между элементами

Переход профиля из одного элемента сценария в другой задается с помощью связей. Чтобы связать один элемент с другим, протяните связь между элементами:

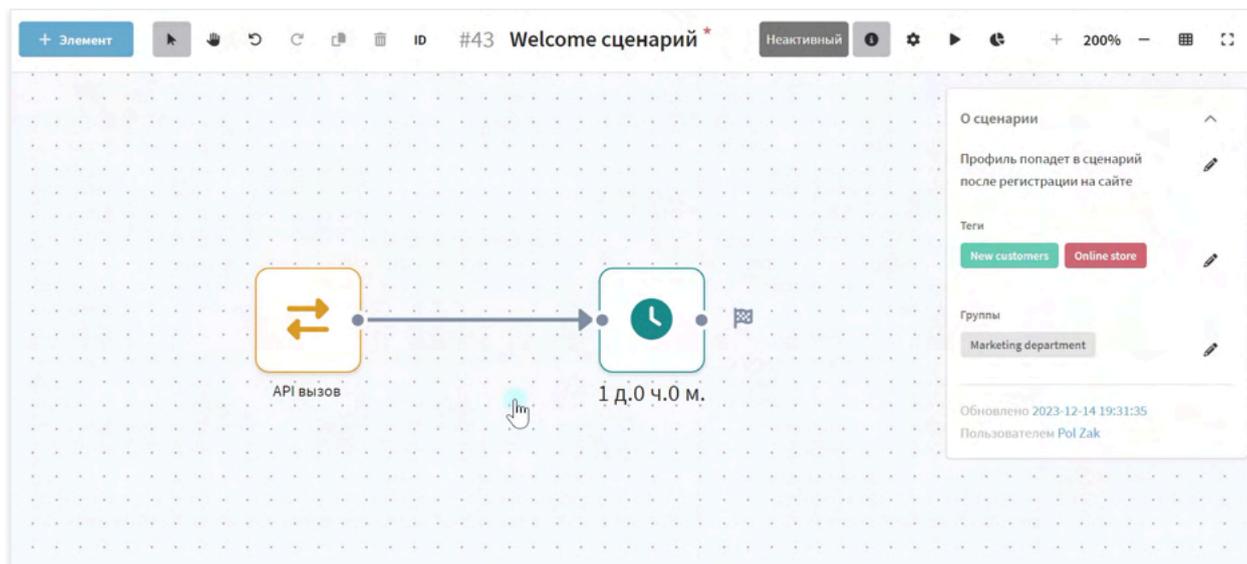


Элементы можно связывать не только последовательно. С помощью связей можно организовать многократное прохождение профилем одного и того же участка сценария или переключение на альтернативную последовательность действий:

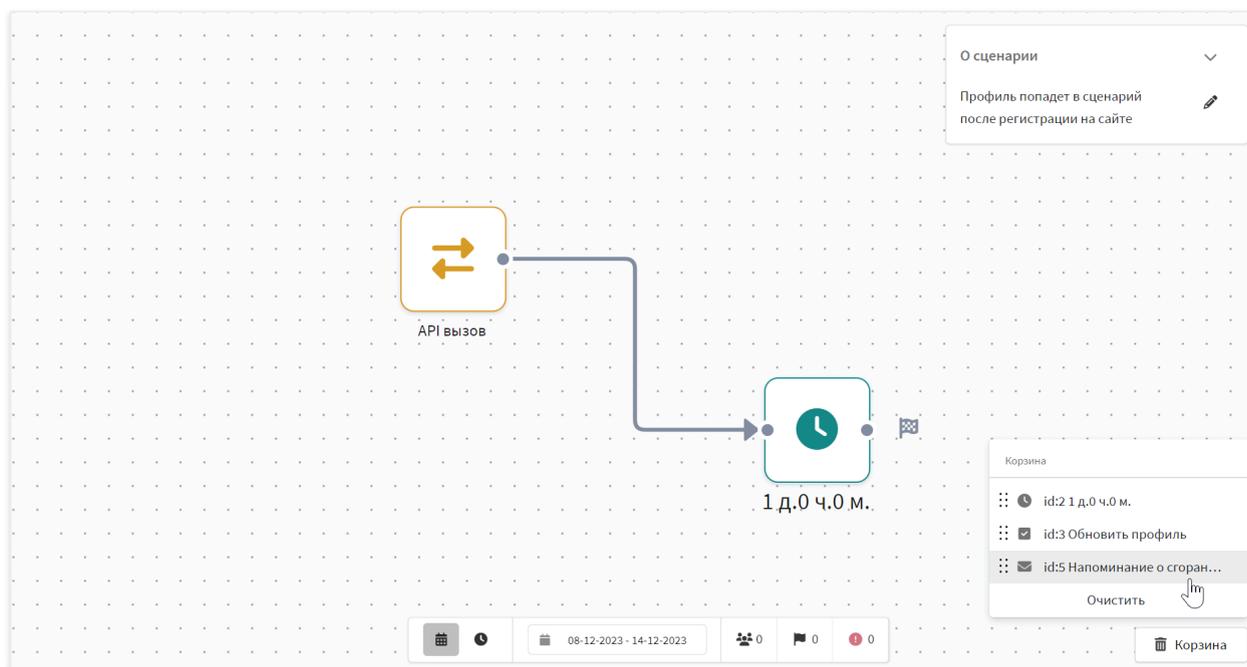


## Удаление элемента

Чтобы удалить элемент или связь между элементами, выделите объект, кликнув на него, а затем нажмите на иконку корзины или Delete/Backspace. Доступно удаление нескольких элементов, включая связи между ними.



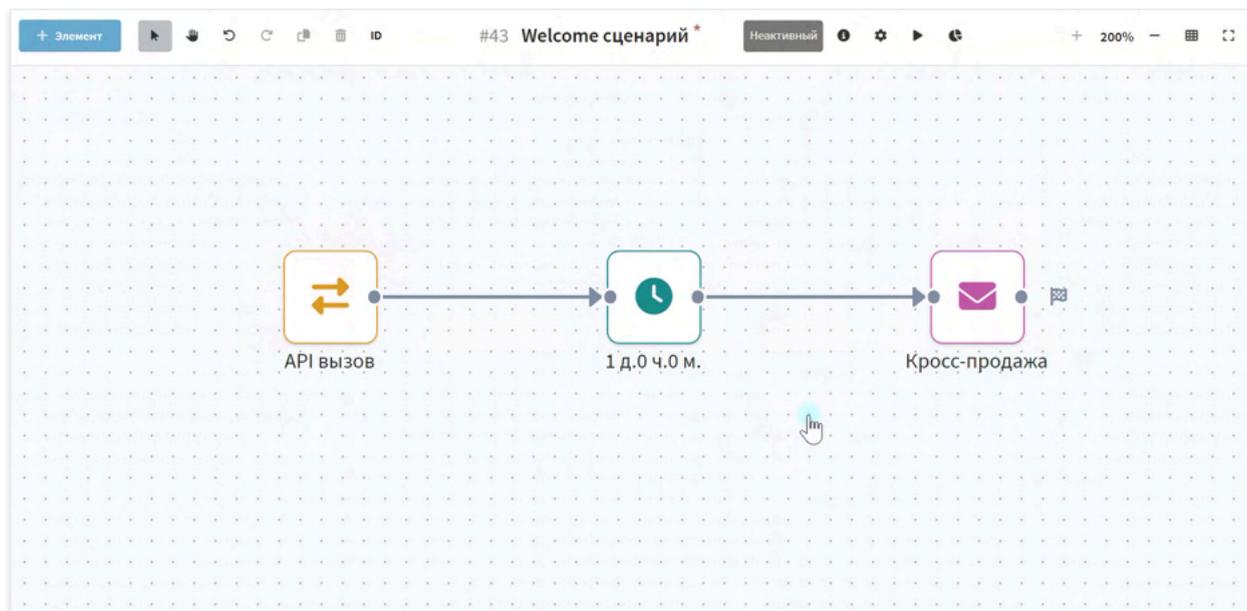
Если вы удалили элемент из сценария, вы можете восстановить его. Для этого в правом нижнем углу нажмите кнопку **"Корзина"**. Появится список со всеми удаленными элементами. Выберите элемент, который хотите вернуть в сценарий. После восстановления элемент сохранит прежние настройки.



Также вы можете безвозвратно удалить все элементы из корзины, нажав кнопку **"Очистить"**.

## Клонирование элемента

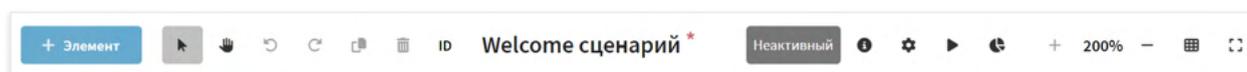
Чтобы клонировать элемент, выделите его и левой кнопкой мыши нажмите  или используйте комбинацию клавиш Ctrl + C. Также можно клонировать несколько элементов, включая связи между ними.



### 💡 ПОДСКАЗКА

Для выделения нескольких элементов сценария активируйте инструмент "Указатель". Затем зажмите правую кнопку мыши и выделите область с нужными объектами или зажмите клавишу Ctrl и, удерживая ее, последовательно выберите нужные объекты правой кнопкой мыши.

## Панель инструментов



### Инструменты для управления элементами

🖱️ — активировать инструмент "Указатель". Используется для управления элементами сценария: перемещение, соединение, выделение и т.д.

👋 — активировать инструмент "Рука" (Space + drag). Используется для перемещения по рабочему пространству сценария.

↶ — отменить последнее действие (Ctrl + Z).

↷ — повторить последнее действие (Ctrl + Shift + Z).

📄 — клонировать элемент (Ctrl + C).

 — удалить элемент или связь между элементами (Backspace/Delete).

ID — отобразить ID каждого элемента вместо названия.

## Инструменты для настройки сценария

 — показать информацию о сценарии (описание, теги и группы для сценария).

 — показать настройки сценария (режим повторного входа профиля в сценарий и др.).

 — активировать сценарий.

 — деактивировать сценарий.

 — посмотреть аналитику сценария в [отчете по каналам](#).

## Инструменты для управления рабочим пространством

 — увеличить масштаб рабочего пространства (Ctrl +).

 — уменьшить масштаб рабочего пространства (Ctrl -).

 — применить выравнивание. Элементы выравниваются относительно друг друга внутри рабочего пространства.

 — подогнать вид. Масштаб изменяется на оптимальный, что позволяет увидеть все элементы внутри рабочего пространства.

## Список элементов

Все элементы сценария поделены на четыре категории:

- **Триггеры** — элементы, определяющие способ захвата профиля в сценарий.
- **Операторы** — элементы, влияющие на движение профиля по сценарию.
- **Каналы** — элементы, с помощью которых профилю отправляется сообщение.
- **Действия** — элементы, запускающие определенное действие в платформе в момент вхождения профиля.

## Триггеры

Триггер — это элемент, который запускает сценарий. Можно настроить один или несколько триггеров. Максимальное количество триггеров в одном сценарии — 10. Один тип триггера нельзя использовать несколько раз в одном сценарии.

### Захват профилей по умолчанию



Этот элемент является встроенной функцией сценария и не подлежит удалению. С его помощью профили могут попадать в сценарий из разных точек платформы.

#### ► Подробнее

Данный элемент обеспечивает захват профилей при следующих действиях:

- **При отправке профиля в сценарий через API.** После сохранения сценария в окне элемента отобразится URL, который можно использовать для запуска сценария. Однако рекомендуется использовать более новую версию API. Подробнее в [документации](#).
- **При добавлении профиля в сценарий вручную.**
- **При отправке сегмента в сценарий** в панели быстрых действий.
- **При переходе через элемент из другого сценария.**

#### Захват профилей по умолчанию

Данный триггер позволяет автоматически направлять в сценарий профили из различных точек входа платформы (при добавлении профиля из карточки вручную, при быстрой отправке сегмента в сценарий, по ноду перехода из другого сценария, а также при повторном попадании профиля в сценарий в случае, если активирована опция возврата на стартовую ноду).

Также в эту ноду будут попадать профили, отправленные в сценарий через API. Подробнее о запуске сценария через API читайте в [документации](#).

► Устаревшая версия API ?

Закреть

## Выполнение действия



Активируется, когда подписчик совершает нужное действие в сообщении. Описание доступных действий можно найти в [этой статье](#).

### ► Подробнее

---

В выпадающем списке выберите **действие** в одном из каналов отправки, а также укажите **шаблон**, в котором хотите отслеживать это действие:

#### Захват профилей при выполнении действия

Данный триггер сработает, когда профиль выполнит определенное действие в рамках канала. Выберите действие, после выполнения которого профиль войдет в сценарий.

Действие:  Шаблон:

## Обновление через форму



Триггер захватывает в сценарий профили, чьи данные будут обновлены в результате заполнения формы. Срабатывает только при обновлении существующих профилей.

### ► Подробнее

---

В выпадающем окне укажите форму, к которой будет привязан триггер:

### Захват профилей при обновлении через форму

Данный триггер захватит в сценарий те профили, чьи данные будут обновлены в результате заполнения формы. Выберите форму, заполнение которой хотите отслеживать.

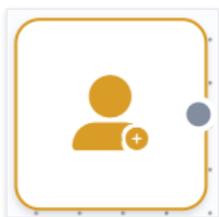
Форма

2 - Ознакомьтесь с другими предложениями нашего магазина

Закреть

Применить

## Добавление/изменение подписки



Триггер активируется, когда профилю добавляется новая подписка или меняется статус существующей. Для триггера можно отдельно указать **Ресурс** и **Канал**, по которым будут отслеживаться изменения. В противном случае, кампания будет ожидать изменений по всем каналам выбранного ресурса, по всем ресурсам для выбранного канала или по любым подпискам профиля.

### ► Подробнее

#### Захват профилей при добавлении/изменении подписки

Данный триггер захватит в сценарий профили, статус подписки которых был добавлен или изменен. Выберите ресурс и канал, статус подписчиков которых должен быть событием активации сценария, укажите опцию перехвата событий.

Ресурс

1 - Promocodes

Канал

Любой канал

Опции перехвата событий

- Подписка на новый ресурс
- Подписка на новый канал в ресурсе
- Новый контакт в канале
- Статус изменён на (выбрать статусы)

Закреть

Применить

- **Подписка на новый ресурс** — условие сработает только для первой подписки на указанный в кампании ресурс. При добавлении других подписок на тот же ресурс сценарий не активируется.

- **Подписка на новый канал в ресурсе** — добавлена подписка на новый (для профиля) канал в ресурсе. То есть, была подписка на email рассылки, добавилась ещё и на SMS или Push.
- **Новый контакт в канале** — активирует триггер при каждом появлении новой подписки. Первая подписка на канал также считается "новым контактом в канале".
- **Статус изменён на (выбрать статусы)** — запустится при изменении статуса подписки на выбранные из выпадающего меню.
- **Первые три пункта выбраны** — триггер сработает при каждой новой подписке.
- **Все галочки сняты** — ничего не происходит.

**i ПРИМЕЧАНИЕ**

На подписки, которые добавлены со статусом, отличным от "Подписан", триггер не активируется.

## Сегмент по расписанию



Группа профилей, соответствующая определенным условиям, попадает в сценарий по заданному расписанию.

### ► Подробнее

---

Для начала необходимо настроить **расписание захвата**. Выберите тип расписания 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 отобразится таблица со **следующими запусками** сценария.

 **ПОДСКАЗКА**

Настройка расписания подробно описана в [отдельной статье](#).

**Захват сегмента профилей по расписанию**

Расписание

В заданные дни недели определённых месяцев в выбранное время

**Время:**  
14:30

**Часовой пояс:**  
Часовой пояс аккаунта (Europe/Moscow)

**Дни недели:**  
Четверг

**Месяцы:**  
Апрель

Деактивировать расписание после указанной даты

Расписание

|   |                     |   |                     |   |                     |   |                     |
|---|---------------------|---|---------------------|---|---------------------|---|---------------------|
| 1 | 11-04-2024 14:30:00 | 2 | 18-04-2024 14:30:00 | 3 | 25-04-2024 14:30:00 | 4 | 03-04-2025 14:30:00 |
| 5 | 10-04-2025 14:30:00 |   |                     |   |                     |   |                     |

Далее настраивается **выборка профилей**. Составьте запрос сегментации к базе данных, добавляя правила или группы правил. Доступна сегментация по:

- **основным данным профиля**
- **истории действий**
- **подпискам**
- и другим параметрам.

Подробнее сегментация описана в [соответствующем разделе документации](#). Дополнительно можно установить **ограничение** получившейся выборки в процентах.

## Ограничение

Лимит i  От %  Диапазон %  До %

Отбор по  Условие отбора

Сегмент

+ Добавить правило

+ Добавить группу

+ Импортировать условия

## 💡 ПОДСКАЗКА

**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 примере ниже) будет каждый день выбирать только тех клиентов, у кого до окончания срока остался 1 месяц.

## Ограничение

Лимит i  От %  Диапазон %  До %

И  Или

Отбор по  Условие отбора

-∞  0 дней  +∞  30 дней

Инvertировать  Игнорировать год в дате  Указать возраст от 0 до 200

Отбор по  Условие отбора

Список

+ Добавить правило

+ Добавить группу

+ Импортировать условия

## Изменение в статическом сегменте



Триггер запускается при изменении в **статическом сегменте**: профиль может как войти в указанный статический сегмент, так и выйти из него.

### ► Подробнее

В выпадающем окне выберите **действие** (вход или выход из статического сегмента) и **сегмент**, который хотите отслеживать:

#### Захват профилей при изменении в статическом сегменте

Данный триггер захватит в сценарий профили, у которых было зафиксировано определенное действие в сегменте. Выберите действие профиля и укажите сегмент для мониторинга.

|  |  |
|--|--|
| Действие в сегменте                                      | Сегмент  |
| <input type="text" value="Вошёл в статический сегмент"/> | <input type="text" value="4 - Акции для 45+"/> |

## Изменение связи



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

### ► Подробнее

Чтобы настроить триггер, укажите:

- СВЯЗЬ,
- тип события, привязанного к ней,
- направление связи,
- **СВОЙСТВО СВЯЗИ**,
- значение свойства.

### Захват профилей при изменении связи

Данный триггер захватит в сценарий профили, у которых было зафиксировано определенное изменение в связях. Выберите тип события, которое должно произойти в связях профиля для попадания в сценарий, после чего настройте это событие.

|  |                                       |   |
|--|---------------------------------------|---|
| Тип события:                                 | Направление связи:                    | Связь:  |
| <input type="text" value="Появление связи"/> | <input type="text" value="Обратное"/> | <input type="text" value="3 - Клиенты - филиалы компании"/> |

прибыль:

|   |                                   |
|---|-----------------------------------|
| <input type="text" value="больше или равно"/> | <input type="text" value="9000"/> |
|---|-----------------------------------|

## API импорт



Триггер активируется, когда в базу данных добавляется новый профиль через **API запрос**. Профиль должен добавлять в базу, выбранную для сценария.

### ► Подробнее

### Захват профилей через API импорт

Данный триггер позволяет автоматически направлять в сценарий профили, импортированные в выбранную для сценария базу данных посредством API-методов.

**⚠ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ**

При выборе способа **"Любой импорт"** этот триггер становится недоступен.

## Любой импорт



Триггер активируется, когда в базу данных добавляется новый профиль любым способом: посредством **API запроса** или **вручную**, из карточки профиля.

### ► Подробнее

#### Захват профилей через любой импорт

Данный триггер позволяет автоматически направлять в сценарий профили, импортированные в выбранную для сценария базу данных как посредством API-методов, так и с помощью импорта вручную.

Закреть

**⚠ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ**

При выборе способа **"Любой импорт"** остальные триггеры на импорт становятся недоступными.

## Импорт вручную



Триггер активируется, когда в базу данных **вручную добавляется** новый профиль клиента.

► Подробнее

### Захват профилей при импорте вручную

Данный триггер позволяет автоматически направлять в сценарий профили, которые были вручную добавлены в выбранную для сценария базу данных.

Закреть

### ⚠ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

При выборе способа **"Любой импорт"** этот триггер становится недоступен.

## Импорт через попап



Триггер сработает, если в базе будет создан новый профиль в результате того, что пользователь заполнил и отправил форму в рор-уп окне.

► Подробнее

Выберите попап, заполнение которого необходимо отслеживать. Рор-уп окно можно создать в разделе **Веб-слой** → **Попапы**, а настроить импорт профилей в базу можно в рор-уп редакторе в разделе **"Действия"**.

### Захват профилей при импорте через попап

Данный триггер захватит в сценарий профили, импортированные в выбранную базу в результате заполнения попапа. Выберите попап, заполнение которого хотите отслеживать.

Попап

1 - Реклама курса

Закреть

Применить

### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

При выборе способа **"Любой импорт"** этот триггер становится недоступен.

## Активация пикселя

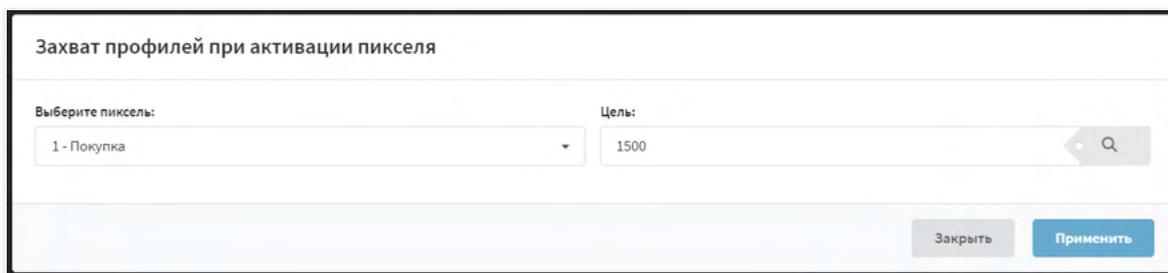


Профиль попадает в сценарий, когда активируется пиксель.

### ► Подробнее

---

В выпадающем окне выберите пиксель и его цель:



Захват профилей при активации пикселя

Выберите пиксель: 1 - Покупка

Цель: 1500

Заккрыть Применить

## Импорт через форму



Триггер сработает, если в базе будет создан новый профиль в результате того, что пользователь заполнил и отправил форму.

### ► Подробнее

---

Чтобы использовать этот триггер, вам необходимо при настройке формы активировать опцию **"Импорт профилей"** на вкладке **"Действия"**. Импорт

должен происходить в ту же базу, которая используется в сценарии.

### Захват профилей при импорте через форму

Данный триггер захватит в сценарий профили, импортированные в выбранную базу в результате заполнения формы. Выберите форму, заполнение которой хотите отслеживать.

Форма

2 - Ознакомьтесь с другими предложениями нашего магазина

Закреть Применить

#### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

При выборе способа **"Любой импорт"** этот триггер становится недоступен.

## Заполнение формы



Триггер сработает только в случае, если форма была заполнена по переходу из письма.

### ► Подробнее

В выпадающем списке укажите форму, заполнение которой хотите отслеживать:

### Захват профилей при заполнении формы

Данный триггер захватит в сценарий профили, когда те заполнят форму. Выберите форму, заполнение которой хотите отслеживать.

Форма

1 - Качество обслуживания клиентов, Новгород

Закреть Применить

### 💡 ПОДСКАЗКА

Подробнее о том, как отправить профилю ссылку на форму, читайте в [этой статье](#).

## Изменение значения поля



Триггер активируется, когда заданное [поле профиля](#) принимает нужное значение.

### ► Подробнее

Выберите поле профиля, условие и ожидаемое значение:

Захват профилей при изменении значения поля

|                                    |                                       |
|------------------------------------|---------------------------------------|
| Название поля:                     | Условие:                              |
| <input type="text" value="Email"/> | <input type="text" value="изменено"/> |

Условия различаются в зависимости от типа поля:

| Условие  | Тип поля                                 | Описание                           |
|----------|--|------------------------------------|
| изменено | все                                      | Любое изменение в поле профиля     |
| равно    | все, кроме теги, объект, массив объектов | Новое значение равно ожидаемому    |
| не равно | все, кроме теги, объект,                 | Новое значение не равно ожидаемому |

| Условие                      | Тип поля               | Описание   |
|------------------------------|------------------------|--|
|                              | <i>массив объектов</i> |  |
| не пустое                    | все, кроме теги        | Поле получило любое не пустое значение   |
| пустое                       | все, кроме теги        | Все значения удалены для поля профиля  |
| добавлен любой тег из списка | <i>теги</i>            | Список определяется в триггере   |
| удалён любой тег из списка   | <i>теги</i>            | Список определяется в триггере   |
| свойство изменилось          | <i>объект</i>          | Указывается путь к ключу объекта. Если значение ключа изменится, сработает триггер.  |
| свойство равно               | <i>объект</i>          | Указывается путь к ключу объекта и ожидаемое значение. Если значение этого ключа примет ожидаемое значение, сработает триггер.   |
| свойство не равно            | <i>объект</i>          | Указывается путь к ключу объекта и ожидаемое значение. Если значение этого ключа не примет ожидаемое значение, сработает триггер.  |
| свойство элемента изменилось | <i>массив объектов</i> | <p>Указывается путь к элементу массива. Если свойство этого элемента изменится, сработает триггер.</p> <p>При выборе пути к свойству элемента вы также выбираете тип данных, к которому приводить сравниваемое значение. Доступно сравнение таких типов данных, как <b>string</b>, <b>int</b>, <b>float</b>, и <b>bool</b>. Сравнение сложных типов данных (объект, массив) невозможно. В примере ниже вы не сможете отследить изменения в свойствах элементов <code>key_1</code> and <code>key_4</code>.</p> <pre>[ {</pre> |

| Условие                    | Тип поля               | Описание  |
|----------------------------|------------------------|---|
|                            |                        | <pre>"key_1": [1,2,3,4,5], "key_2": 2 }, { "key_3": "value", "key_4": [1,2,3,4,5] } ]</pre> <p>Обратите внимание, выпадающий список содержит доступные пути к свойству поля, но индекс любого элемента по умолчанию равен 0 — <code>[\$[0].key_3]</code>. Чтобы задать путь к нужному элементу, введите индекс вручную в формате jsonpath — <code>[\$[1].key_3]</code>.</p> |
| свойство элемента равно    | <i>массив объектов</i> | Указывается путь к элементу массива и ожидаемое значение. Если свойство этого элемента примет ожидаемое значение, сработает триггер.  |
| свойство элемента не равно | <i>массив объектов</i> | Указывается путь к элементу массива и ожидаемое значение. Если свойство этого элемента не примет ожидаемое значение, сработает триггер.   |
| добавлен элемент           | <i>массив объектов</i> | В массив добавляется новый элемент.   |
| удален элемент             | <i>массив объектов</i> | Из массива удаляется элемент.   |

#### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Такой тип триггера можно использовать со ссылками в шаблонах, на которые настроено **обновление полей профиля**. Обратите внимание, что если помимо обновления поля к **переходам по ссылке** привязаны другие триггеры, они также сработают.

# Операторы

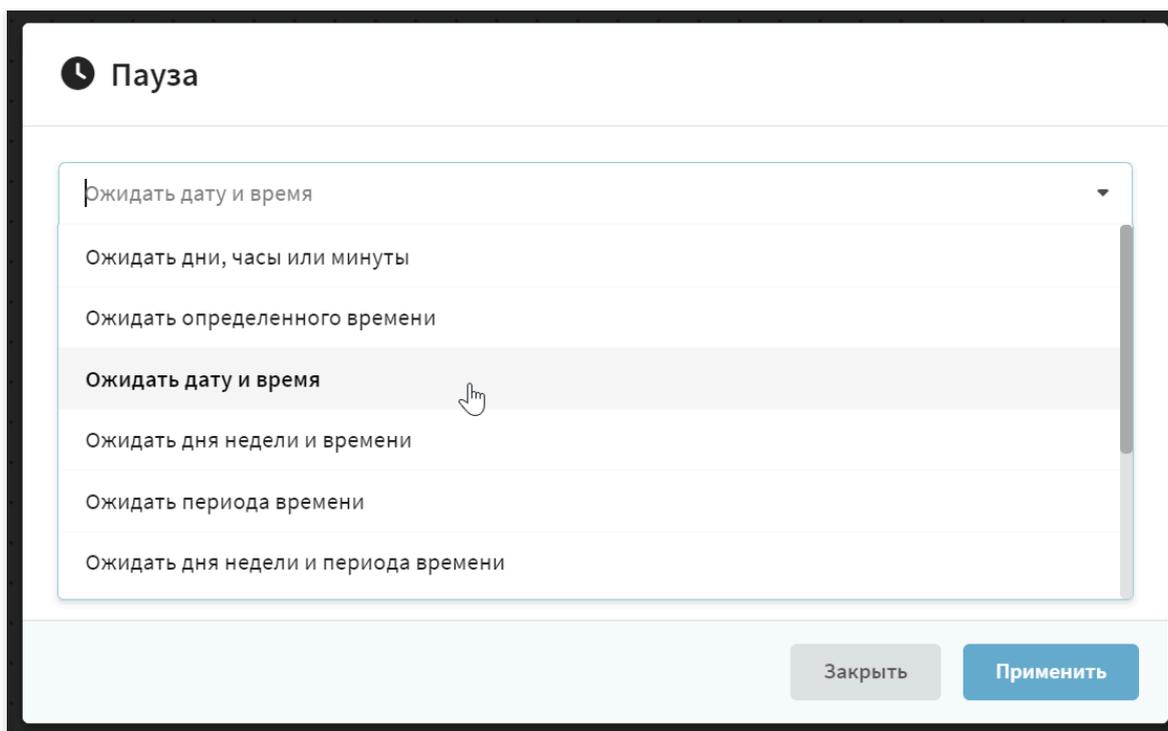
## Пауза



Устанавливает интервалы между действиями сценария. С помощью этого элемента вы можете настроить время запуска элемента, следующей за ним. Это позволяет, в первую очередь, более деликатно подходить к вопросу времени коммуникации с клиентом. Также элемент может ожидать определенных событий: начала рекламной акции, праздника и т.д.

► Подробнее

Доступны следующие варианты:



### Пауза относительно предыдущего действия

Чтобы ожидать определенное время после захвата профиля клиента сценарием или после выполнения предыдущего действия, выберите вариант **"Ожидать дни, часы или минуты"**:

**Пауза**

Ожидать дни, часы или минуты ▾

|     |    |     |    |     |    |
|-----|----|-----|----|-----|----|
| 1 ▾ | Д. | 0 ▾ | Ч. | 0 ▾ | М. |
|-----|----|-----|----|-----|----|

Пересчитать время ожидания тех, кто уже есть в сценарии в этой ноде

Закреть Сохранить

#### 💡 ПЕРЕСЧИТАТЬ ВРЕМЯ ОЖИДАНИЯ

При изменении элемента "Пауза" в уже активном сценарии платформа автоматически пересчитает время ожидания тех, кто уже есть в этом элементе сценария. Например, изначально вы установили паузу длительностью 10 дней, а затем увеличили время ожидания до 20 дней. В таком случае профиль, который захвачен в сценарий после внесения изменений, будет ожидать 20 дней. Что касается профиля, который уже находился в этом элементе 8 дней до внесения изменений, время его ожидания составит еще 12 дней, а не 20.

Если вы не хотите, чтобы время пересчитывалась, отключите данную опцию.

#### Пауза до наступления определённого времени

Эти 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, его тоже можно учитывать.

- **Ожидать определенного времени** — указывается точное время перехода профиля на следующий элемент.
- **Ожидать дату и время** — указывается точное время и дата перехода на следующий элемент.
- **Ожидать дня недели и времени** — настраивается точное время и один или несколько дней недели.

- **Ожидать даты из списка** — выбирается точное время и несколько дат, когда профиль переходит на следующий элемент.

### Пауза

Ожидать дня недели и времени

Время: 11:30 

Дни недели: Воскресенье 

Часовой пояс аккаунта (Europe/Moscow)

Использовать часовой пояс профиля, если известен

Пересчитать время ожидания тех, кто уже есть в сценарии в этой ноде

Закреть Сохранить

### Пауза до наступления определённого периода времени

Вариант "**Ожидать периода времени**" устанавливает часы активности следующего элемента сценария. Например, если вы хотите, чтобы определённая кампания запускалась с 9 утра до 9 вечера:

### Пауза

Ожидать периода времени

Время от: 09:00 

Время до: 21:00 

Часовой пояс аккаунта (Europe/Moscow)

Использовать часовой пояс профиля, если известен

Пересчитать время ожидания тех, кто уже есть в сценарии в этой ноде

Закреть Сохранить

Вариант "**Ожидать дня недели и периода времени**" устанавливает дни и часы активности следующего элемента сценария. Например, если необходимо, чтобы определённая кампания запускалась только по субботам и воскресеньям с 10 до 12.

Ожидать дня недели и периода времени ▾

Время от: 10:00 🕒

Время до: 12:00 🕒

Дни недели:

Суббота × Воскресенье × ▾

Временная зона:

Часовой пояс аккаунта(Europe/Moscow) ▾

Использовать часовой пояс профиля, если известен

Пересчитать время ожидания тех, кто уже есть в сценарии в этой ноде

## Ожидание даты и времени из профиля

Эти настройки позволят поставить сценарий на паузу до наступления даты или времени, которые указаны в одном из полей профиля:

- **Ожидать дату из профиля** — профиль перейдет на следующий элемент, когда наступит дата, указанная в выбранном поле, и время, указанное в настройках элемента "Пауза".
- **Ожидать время из профиля (независимо от даты)** — профиль перейдет на следующий элемент, когда наступит время, указанное в выбранном поле. Дата может не совпадать с текущей.
- **Ожидать дату и время из профиля** — профиль перейдет на следующий элемент, когда наступит даты и время, указанные в выбранном поле.

Выберите поле в базе с нужными данными. Это может быть дата рождения (`_bdate`), дата регистрации в системе (`_regdate`) или любое кастомное поле с типом "Дата" (например, дата запланированного события).

Далее настройте работу сценария в случае, если у профиля не заполнено выбранное поле:

- **Игнорировать паузу** — профиль сразу перейдет на следующий элемент, не дожидаясь наступления определенного времени.
- **Прервать выполнение сценария для профиля** — профиль выйдет из сценария.

Если дата, указанная в поле профиля, уже прошла, вы можете либо сразу перебросить профиль на следующий элемент сценария, проигнорировав паузу, либо прервать сценарий для профиля, либо перенести дату на следующий год.

Ожидать дату из профиля

Поле профиля с датой: event\_date      Время: 17:00

Если поле не заполнено: Прервать выполнение сценария для профиля

Если дата уже прошла: Игнорировать паузу

Использовать часовой пояс профиля, если известен

Пересчитать время ожидания тех, кто уже есть в сценарии в этой ноде

## Лучшее время отправки



Устанавливает перед следующим элементом сценария паузу, рассчитанную на основе данных ML-сервиса. Профиль не перейдёт на следующий элемент, пока не наступит оптимальное время для отправки ему сообщения.

Оптимальный вариант работы — добавить после элемента "Ожидание лучшего времени доставки" элемент из категории "Каналы". В таком случае кампания отправит профилю сообщение в наиболее удобное для него время.

► Подробнее

### ⚠ К СВЕДЕНИЮ

Расчёт лучшего времени происходит через алгоритмы машинного обучения. ML-сервис определяет лучший час, когда вероятность открытия сообщения профилем самая высокая, а также подбирает массив с несколькими хорошими часами отправки.

Элемент доступен, если захват профилей в сценарий происходит из [базы](#), для которой включено машинное обучение.

Профиль перейдет на следующий элемент, когда наступит его лучший час отправки.

Если в момент попадания профиля в элемент лучший час уже прошёл, элемент будет дожидаться ближайшего хорошего часа отправки. Если хорошие часы также прошли, то профиль сразу перейдёт на следующий элемент.

Если в элемент попадёт профиль, у которого нет данных по лучшему времени отправки, он также будет сразу же направлен на следующий элемент.

 **Лучше время отправки**

Данный модуль предсказывает лучший час для отправки сообщения в пределах дня. В случае если у профиля еще нет собранной исторической информации необходимой для предсказания или лучший час дня уже прошел, то профиль сразу же продолжит движение по сценарию.

 **Важно:**  
Для работы данного модуля, вам необходимо включить обучение в базе данных профилей текущего сценария.

Закреть Применить

## 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. Элемент может также ожидать выполнения условия в течение определённого времени.

### ПОДСКАЗКА

Если связать несколько элементов **"Условие"** по вертикали, можно создать несколько альтернативных цепочек в одной — в зависимости от результатов проверок.

### ► Подробнее

#### Основные настройки

Введите название элемента для отображения в сценарии.

### ПОДСКАЗКА

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 опцию, а вместо этого добавьте перед условием элемент **"Пауза"**.

#### 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 % 1 Диапазон % До % 100

и или

Достигнута цель как минимум [n] раз для цели

1

Покупка товара по акции

Страна равно

Russian Federation

+ Добавить правило + Добавить группу

Заккрыть Сохранить

## JSON фильтр

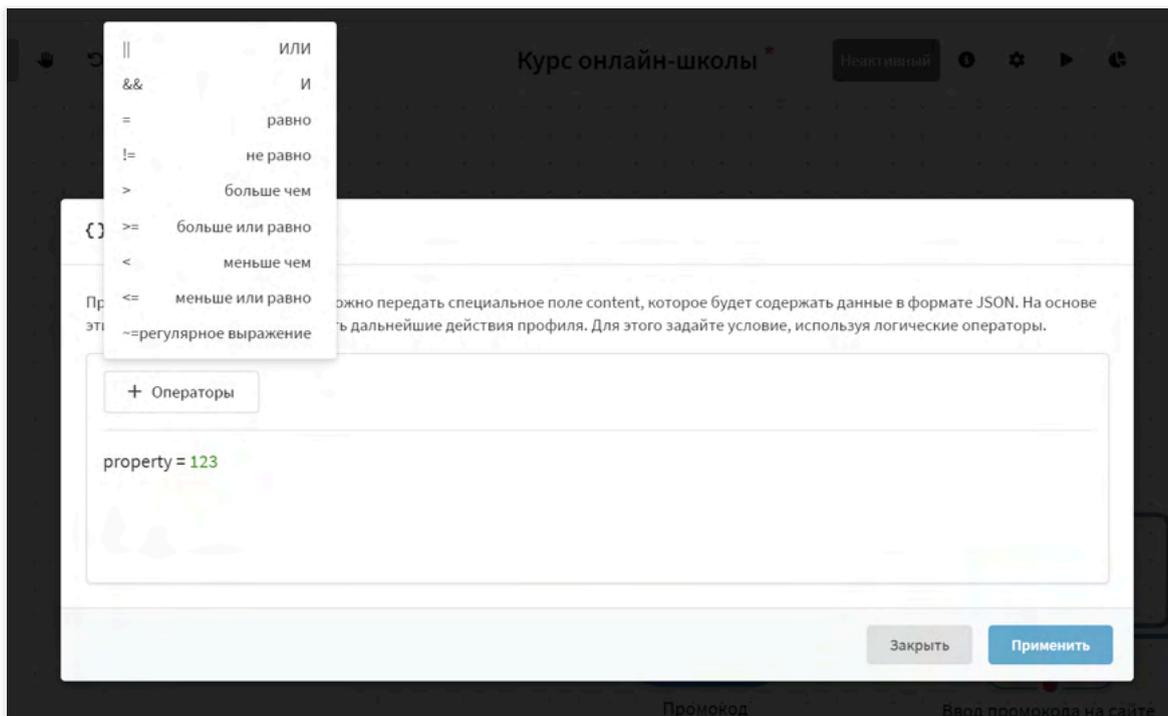


В случае вызова сценария через API можно передать специальное поле `content`, с неопределенной структурой в формате JSON (её определяете вы). Эти данные можно использовать для вставки в сообщения, возврата в Action Hook или для построения условий в сценарии. Например, когда пользователь совершает какое-то действие, веб-сайт (или приложение) активирует сценарий и передает туда все данные, связанные с действием. Элемент "JSON фильтр" определяет дальнейшие действия для профиля на основе проверки этих данных.

► Подробнее

JSON-фильтр работает так же, как и обычное условие. Можно неоднократно использовать этот элемент для построения сложных схем.

Вы можете задавать условия в редакторе кода с помощью логических операторов и выражений.



Пример поля **"content"** в API запросе:

```
{
  "content": {
    "customer_id": "12345",
    "total_purchases": 5,
    "last_purchase_amount": 250,
    "average_purchase_amount": 100,
    "preferred_category": "electronics",
    "loyalty_points": 300,
    "membership_status": "premium",
    "discount_coupons_used": 2,
    "active_coupon": "win0513",
    "promo": null
  }
}
```

Обратите внимание, ключ JSON-объекта указывается без кавычек (например, `membership_status="premium"`).

| Оператор                            | Пример  | Описание   |
|-------------------------------------|---|--|
| <code>  </code> Или                 | <code>(preferred_category = "electronics")    (preferred_category = "computers")</code> | Условие выполнится, если клиент интересуется категориями "Электроника" или "Компьютеры".               |
| <code>&amp;&amp;</code> И           | <code>(total_purchases &gt;= 5) &amp;&amp; (average_purchase_amount &gt;= 100)</code>   | Условие выполнится, если клиент совершил 5 или более покупок и средний чек превышает 100.              |
| <code>=</code> Равно                | <code>membership_status = 'premium'</code>  | Условие выполнится, если у клиента premium-статус.   |
| <code>!=</code> Не равно            | <code>membership_status != 'standard'</code>  | Условие выполнится, если у клиента не standard-статус.   |
| <code>&gt;</code> Больше чем        | <code>last_purchase_amount &gt; (2 * average_purchase_amount)</code>                    | Условие выполнится, если у клиента сумма последней покупки превышает в два раза среднюю сумму покупок. |
| <code>&gt;=</code> Больше или равно | <code>last_purchase_amount &gt;= 250</code>   | Условие выполнится, если сумма последней покупки равна или превышает 250.                              |
| <code>&lt;</code> Меньше чем        | <code>loyalty_points &lt; 500</code>  | Условие выполнится, если количество бонусных баллов меньше 500.  |

| Оператор   | Пример                                | Описание   |
|--|---------------------------------------|--|
| <code>&lt;=</code> Меньше или равно                    | <code>loyalty_points &lt;= 500</code> | Условие выполнится, если количество бонусных баллов 500 или меньше.  |
| <code>~=</code> Регулярное выражение                   | <code>active_coupon ~= '^win'</code>  | Условие выполнится, если промокод начинается с "win".  |
| <code>is defined</code><br>Проверка существования поля | <code>promo is defined</code>         | Условие выполнится, если поле "promo" существует, вне зависимости от того, указано для него значение или нет.  |
| <code>isnot defined</code><br>Проверка отсутствия поля | <code>promo isnot defined</code>      | Условие выполнится, если поле "promo" отсутствует в коде.  |
| <code>is null</code><br>Проверка пустого значения поля | <code>promo is null</code>            | Условие выполнится, если у поля "promo" нет значения (его значение равно <code>null</code> ).                  |
| <code>isnot null</code><br>Проверка значения поля      | <code>promo isnot null</code>         | Условие выполнится, если поле "promo" имеет какое-либо значение (равно чему угодно, кроме <code>null</code> ). |

Для обращения к вложенному полю объекта используйте следующий синтаксис: `object.field`.

Для обращения к элементам массива по индексу используйте следующий синтаксис: `array.[0].field`.

Примеры использования:

```
// Объект:

{
  "content": {
    "customer_id": "12345",
    "total_purchases": 5,
    "promo_campaign": {
      "tickets": 115
    },
    "tickets_info": [
      {
        "ticket_id": "T001",
        "price": 50,
        "date": "2024-08-30"
      },
      {
        "ticket_id": "T002",
        "price": 75,
        "date": "2024-08-31"
      }
    ]
  }
}
```

*// Обращение к вложенному полю объекта:*

```
promo_campaign.tickets >= 100
```

*// Обращение к первому элементу массива:*

```
tickets_info.[0].ticket_id
```

## Перейти в сценарий



Отправляет профиль в начало другого сценария или в определённый элемент другого сценария. При этом текущий сценарий и сценарий, в который профиль переходит, должны использовать одну базу данных. Если после элемента перехода цепочка в сценарии

продолжается, то профиль переходит в другой сценарий и в то же время продолжает двигаться по текущему.

### ► Подробнее

---

Введите **название** элемента. Выберите **сценарий**, в который необходимо отправить профиль. Если вы хотите, чтобы профиль перешёл в начало другого сценария, выберите **входной элемент** как элемент для перехода. Если вы хотите, чтобы профиль сразу же оказался на определённом элементе другого сценария, выберите этот элемент в списке.

#### Переход в сценарий

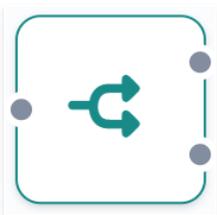
Название элемента:

Выберите сценарий:

Уточните элемент для перехода:

- Входной элемент
- 7 - Пауза
- 8 - Совершил покупку?
- 3 - Вызов API
- 6 - Email-напоминание о товарах в корзине
- 9 - Начисление бонусных баллов

## Узел распределения



Создаёт несколько элементов, разделяющих варианты развития сценария для профилей клиентов независимо от каких-либо условий. Доступно распределение перебором и статическое распределение.

### ► Подробнее

---

## Основные настройки

Выберите принцип распределения и количество частей, на которые будет распределяться аудитория. Процентное соотношение можно менять, редактируя элементы распределения.



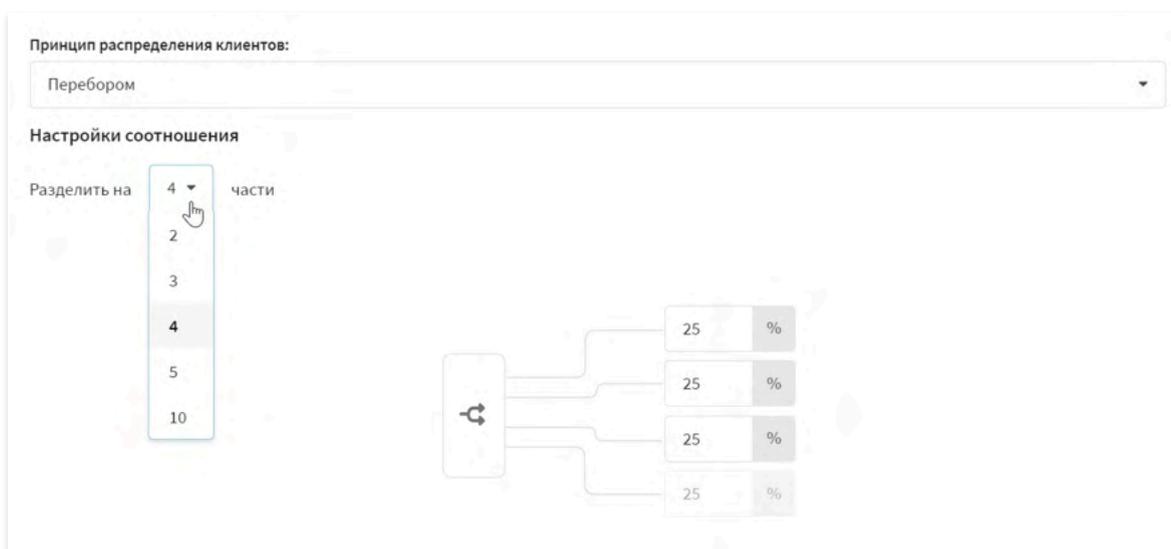
**Узел распределения**

Принцип распределения клиентов:  
Перебором

Настройки соотношения  
Разделить на 2 части

## Распределение перебором

Распределение профилей происходит в момент попадания в элемент сценария в соответствии с указанными пропорциями. В его основе лежит механизм [Smooth Weighted round-robin balancing](#).



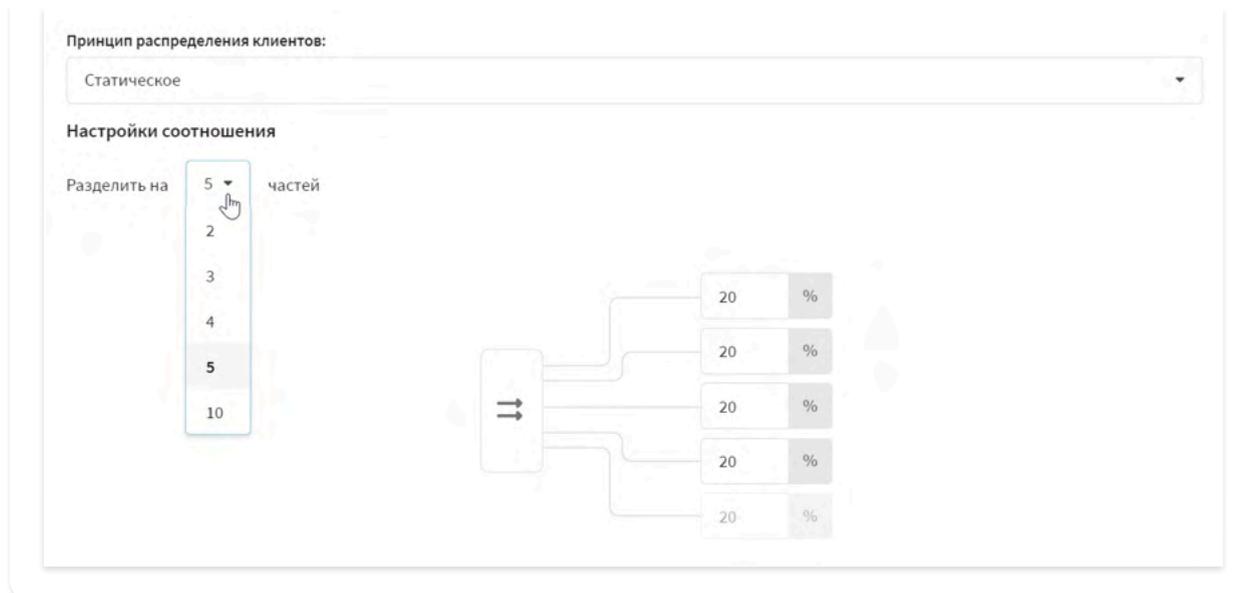
Принцип распределения клиентов:  
Перебором

Настройки соотношения  
Разделить на 4 части

25 %  
25 %  
25 %  
25 %

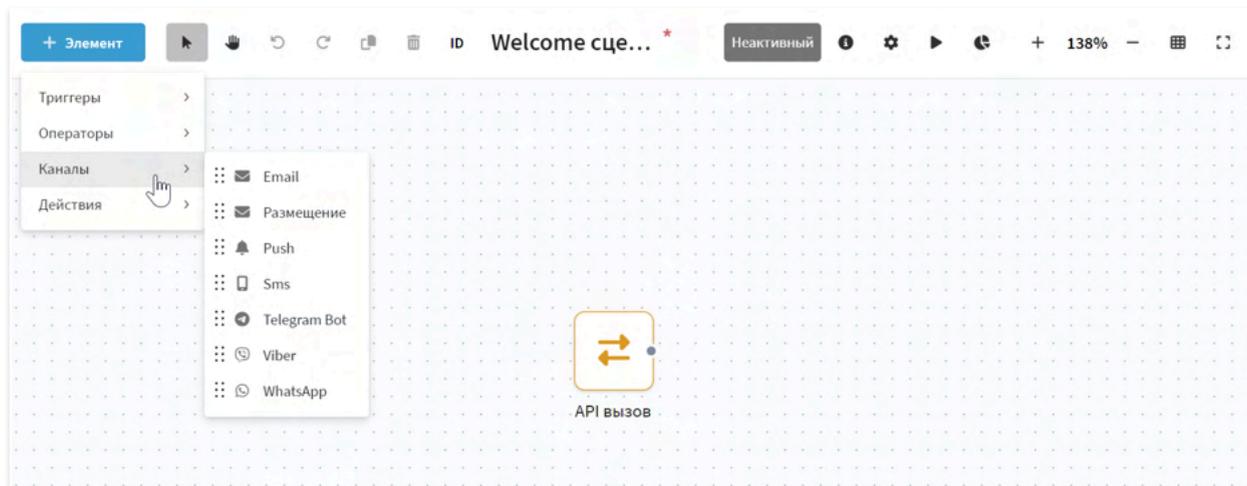
## Статическое распределение

При использовании статического распределения профиль всегда будет попадать в один и тот же процент распределения, который нельзя изменить. Статическое распределение **не рекомендуется использовать для небольшого количества профилей (до 10 000)**.



## Каналы

Элементы этой категории запускают **триггерную кампанию** через определенный канал. Новая кампания создаётся непосредственно в редакторе элемента.



### 💡 подсказка

Элемент **"Размещение"** позволяет запустить кампанию-размещение в сценарии. Настройка такой кампании описана в [этой статье](#).

► Подробнее

### Основные настройки

Введите имя новой кампании, при необходимости добавьте описание. Здесь же вы можете задать пользовательские теги и установить **высокий приоритет** отправки:

 **Сообщение**

Имя кампании:

Теги: Online store ✕ cross-selling ✕

Описание кампании:

## Настройки кампании

На первой вкладке настроек выберите канал коммуникации: каждая кампания может отправляться только по одному каналу.

 **Каналы**  
Выберите канал

 **Подписчики**  
Выберите получателей

 **Шаблоны**  
Шаблоны сообщений

Выберите канал

 Email

 Импортировать

**Далее**

На этой же вкладке вы можете **импортировать** в элемент существующую кампанию. Это может быть как отдельная кампания, так и кампания, входящая в другие сценарии:

**Импортировать настройки из другой кампании**

Выберите кампанию

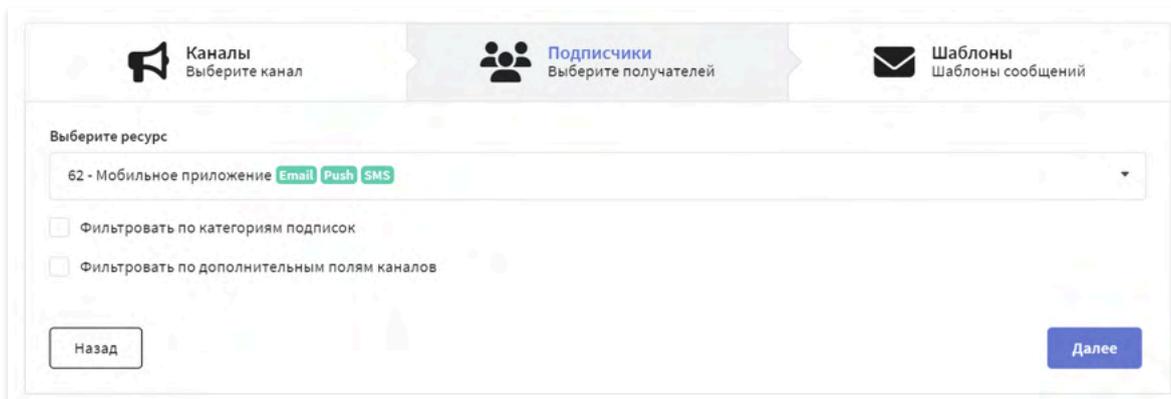
72 - Благодарность за покупку Email

Отображать только кампании созданные в сценариях

**Импортировать** **Закрыть**

## 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:



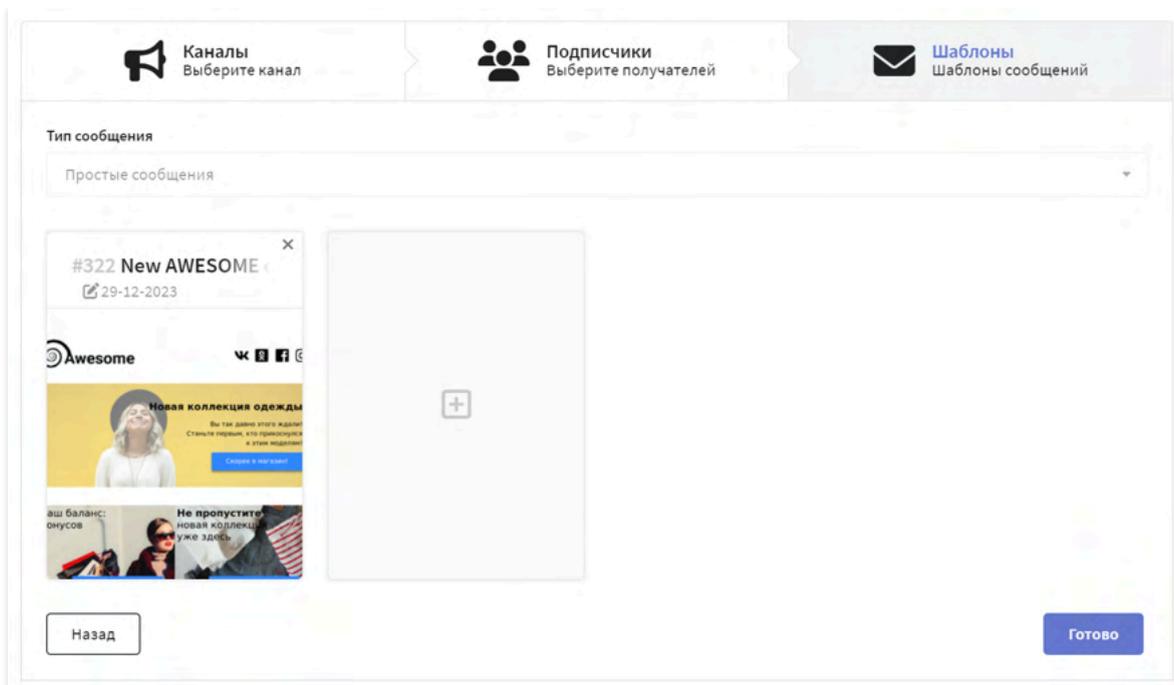
The screenshot shows a three-step navigation bar at the top: 'Каналы' (Channels) with a megaphone icon, 'Подписчики' (Subscribers) with a group of people icon, and 'Шаблоны' (Templates) with an envelope icon. The 'Подписчики' step is highlighted. Below the navigation bar, the main area is titled 'Выберите ресурс' (Select resource). A dropdown menu is open, showing '62 - Мобильное приложение' with 'Email', 'Push', and 'SMS' tags. Below the dropdown are two checkboxes: 'Фильтровать по категориям подписок' (Filter by subscription categories) and 'Фильтровать по дополнительным полям каналов' (Filter by additional channel fields). At the bottom left is a 'Назад' (Back) button, and at the bottom right is a blue 'Далее' (Next) button.

Дополнительно вы можете **отфильтровать получателей по категориям ресурса**. Для этого в ресурсе должны быть созданы категории. В настройках кампании выберите категории, на которые должен быть подписан профиль, чтобы получить сообщение.

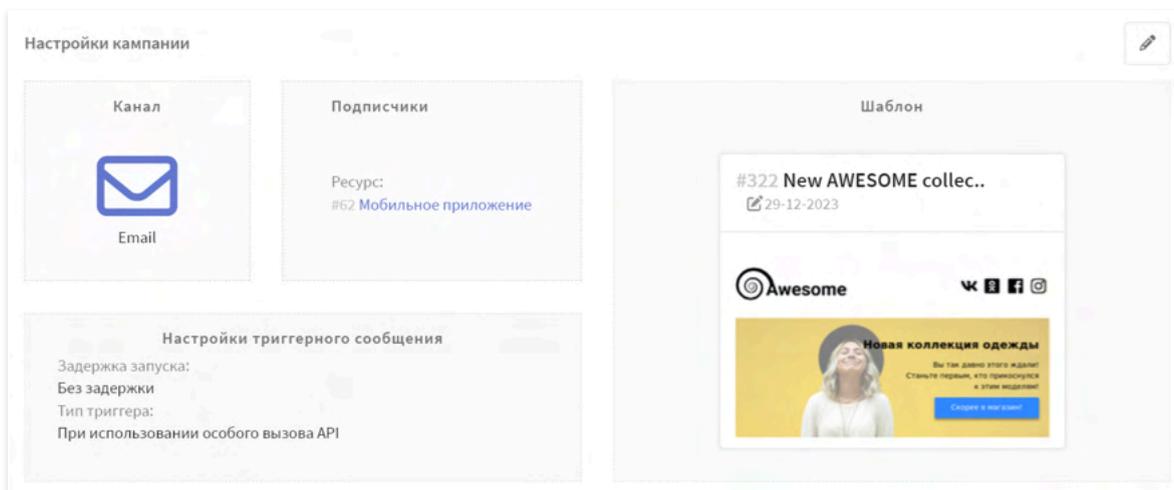
Также можно **отфильтровать получателей кампании по дополнительным полям канала** в ресурсе. Чтобы создать фильтр по полям, выберите стандартное или дополнительное поле подписки. В поле "Условие отбора" выберите логический оператор и при необходимости укажите значение.

## Контент

На третьей вкладке выберите **Шаблон сообщения**, который хотите отправить подписчикам. Есть возможность выбрать сразу несколько шаблонов (до 16 шаблонов в одной кампании). В таком случае 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 кампании отобразятся 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** кампании. По умолчанию применяется политика выбранного ресурса или глобальная политика аккаунта:

Ограничения рассылки

Задать политику отправки для кампании:

3 - Не более 1 сообщения по ресурсу за неделю

**К этой кампании будут применяться следующие правила:**

|                                       |                                |
|---------------------------------------|--------------------------------|
| Коммуникация с одним профилем:        | Не ограничено                  |
| Коммуникация в рамках одного ресурса: | Максимум 1 сообщение за 7 дней |
| Коммуникация по одному каналу:        | Не ограничено                  |
| Коммуникация по одному адресу:        | Не ограничено                  |

## 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:

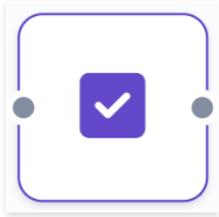
Не проверять контактные данные на уникальность

Случайный префикс для трекинга

Безусловная отправка (отправка вне зависимости от статуса подписки)

## Действия

Обновить профиль



Обновляет данные выбранных полей профиля подписчика или удаляет значения в этих полях.

Для разных [типов полей](#) доступны связанные с ними действия. Элемент может добавлять теги, изменять значения полей с выбором опций и числовых полей.

### ► Подробнее

В выпадающем списке выберите поле, которое хотите обновить. Затем выберите действие и установите значение этого поля. Нажмите **"Добавить"**. Добавленное поле можно отредактировать, нажав на иконку карандаша, а также удалить из элемента.

| Действие               | Тип поля    | Описание   |
|------------------------|-------------|--|
| Установить значение    | Все         | Вручную указывается новое значение поля. Для полей типа Список (Enum) значение меняется на одно из заданных в списке, например, выбранный пакет услуг. Для полей типа Boolean значение меняется на Да или Нет. |
| Удалить значение       | Все         | Удаляет значение из выбранного поля.   |
| Взять значение из поля | Все         | Значение берется из поля <code>apicontent</code> . Используется вместе с элементом <a href="#">"Вызов API"</a> , который способен сохранить результат запроса в объект <code>apicontent</code> .               |
| Увеличить на           | Целое число | Увеличивает или уменьшает значение. Для уменьшения значения нужно ввести отрицательное число.  |
| Добавить элемент       | Теги        | Записать в поле еще один тег.  |
| Удалить элемент        | Теги        | Удалить из поля один из существующих тегов.  |

Обновить профиль

Выберите поле, значение которого хотите изменить, затем выберите действие и установите значение этого поля.

| Имя свойства    | Действие               | Значение             |  |  |
|-----------------|------------------------|----------------------|--|--|
| Account_balance | Увеличить на           | 100                  |  |  |
| Имя             | взять значение из поля | apicontent.FirstName |  |  |
| Auto_payment    | установить значение    | Да                   |  |  |
| CRM_ID          | установить значение    | qwerty123            |  |  |
| Service_package | установить значение    | 3                    |  |  |

С помощью этого элемента вы также можете **изменить глобальный статус профиля**. Если вы разрешите небезопасные изменения статусов, то элемент будет обновлять профили со статусами, отличными от "Подписан".

Выберите поле, значение которого хотите изменить, затем выберите действие и установите значение этого поля.

| Имя свойства      | Действие            | Значение |  |  |
|-------------------|---------------------|----------|--|--|
| Глобальный статус | установить значение | Подписан |  |  |

Разрешить небезопасные изменения статусов

### ❗ К СВЕДЕНИЮ

При обращении к порядковому номеру элемента массива из `apicontent` необходимо использовать знак `%`. Счет в таких массивах начинается с нуля. Например, мы имеем следующий объект с массивом:

```
{
  "results": [
    {
      "objectId": "12asd34",
      "name": "Организация 1"
    }
  ]
}
```

Для того чтобы получить название первой организации, нам нужно использовать следующий запрос — `res.results.%0.name`, в котором `res` является полем для хранения ответа из элемента "Вызов API".

## Импорт в базу данных



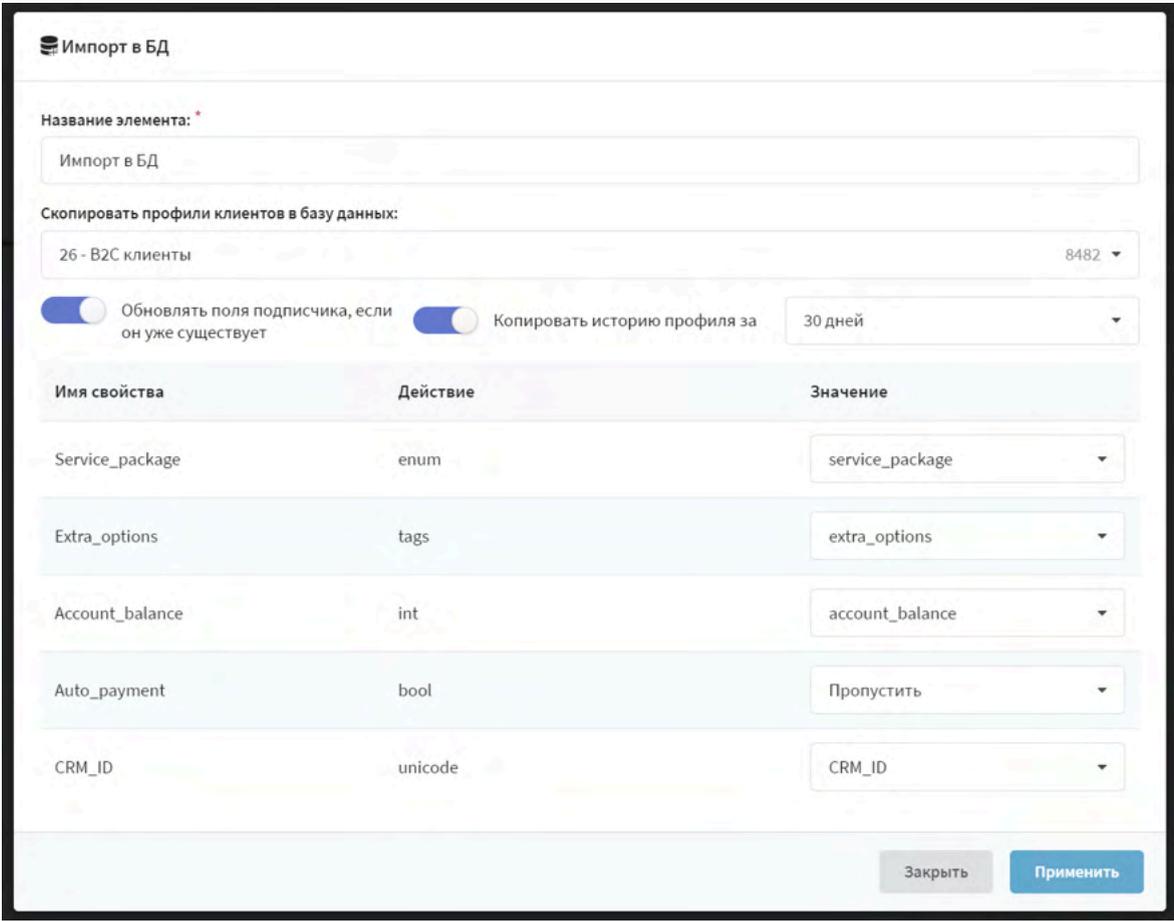
Копирует профиль подписчика из базы профилей, для которой создан сценарий, в другую. Также можно копировать историю профиля за определенный период и перенести кастомные поля профилей.

### ► Подробнее

Введите **название** элемента сценария и выберите **базу профилей**, в которую необходимо скопировать профиль клиента. Если вы хотите обновить данные профиля, который уже есть в целевой базе — активируйте опцию "**Обновлять поля подписчика, если он уже существует**". Если в исходной

базе есть **дополнительные поля**, их данные можно записать в поля подходящего типа целевой базы. Для этого настройте соответствие полей.

Вы также можете перенести **историю профиля** из исходной базы в целевую. Для этого воспользуйтесь опцией "**Копировать историю профиля**" и выберите период, данные за который хотите перенести. История профиля включает действия в кампаниях (отправки, открытия, клики и др.), события подписок, импорта, пикселей, назначение промокодов и участие в статических сегментах.



**Импорт в БД**

Название элемента: \*

Импорт в БД

Скопировать профили клиентов в базу данных:

26 - B2C клиенты 8482

Обновлять поля подписчика, если он уже существует  Копировать историю профиля за 30 дней

| Имя свойства    | Действие | Значение        |
|-----------------|----------|-----------------|
| Service_package | enum     | service_package |
| Extra_options   | tags     | extra_options   |
| Account_balance | int      | account_balance |
| Auto_payment    | bool     | Пропустить      |
| CRM_ID          | unicode  | CRM_ID          |

Закреть Применить

## Вызов API

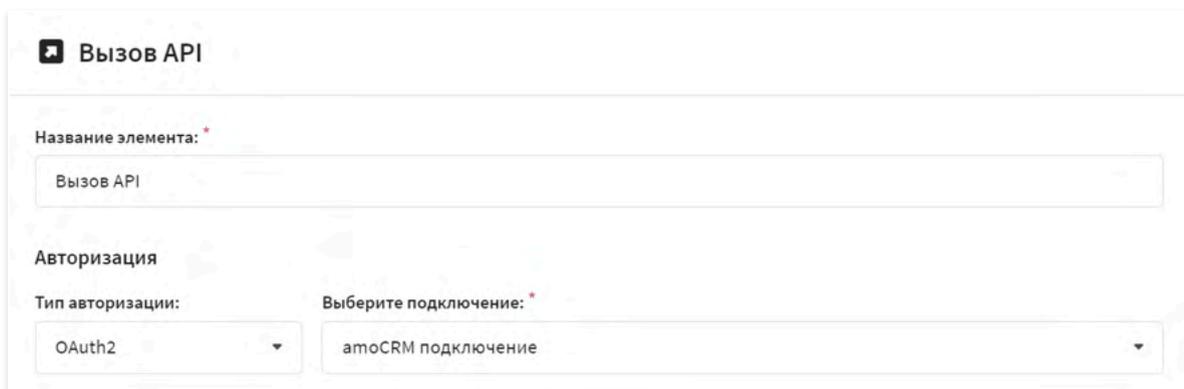


Послать GET или POST запрос в другую систему. В запрос можно добавлять параметры со статическими данными или взятыми из подписчика. Используется в целях интеграции с другими системами.

## ► Подробнее

Введите **название** элемента.

При необходимости измените **тип авторизации** на OAuth2. Так вы сможете передавать данные профилей во внешние сервисы, которые используют протокол OAuth 2.0 в качестве метода авторизации. Чтобы использовать этот способ авторизации, необходимо предварительно связать внешний сервис с платформой Altcraft [через подключение](#), а затем выбрать его при настройке элемента:



**Вызов API**

Название элемента: \*

Вызов API

Авторизация

Тип авторизации: OAuth2

Выберите подключение: \*

atocRM подключение

Выберите **тип запроса** к внешней системе. В поле **URL** введите адрес сервиса, принимающего данные. В теле запроса могут использоваться данные профиля, захваченного элементом, или произвольные значения.

### 💡 ПОДСКАЗКА

При выборе в параметре запроса **"Указать своё"** можно использовать **переменные**, связанные с профилем. Например, **промокоды** программ лояльности. Если к профилю не привязан промокод от выбранной программы лояльности, в запросе придёт пустая строка `"code": ""`.  
Формат вставки:

```
{loyalty.<'Имя шаблона' из настроек программы лояльности>.promocode}
```

В URL запроса также используются **переменные**. Нажмите кнопку `</>` или введите значение вручную. Пример использования **промокода** в адресе запроса:

```
http://www.example.org/api/?Promocode=
{loyalty.black_friday.promocode}
```

### Вызов API

Название элемента: \*

Авторизация

Тип авторизации:

Без авторизации ▾

Настройки запроса

Тип запроса: GET ▾ URL: \*

GET  
GET  
POST FORM  
POST DATA

Введите имя свойства  указать свое

| Имя свойства | Действие      | Значение                         |                                  |                                  |
|--------------|---------------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| Email        | из подписчика | Email                            | <input type="button" value="✎"/> | <input type="button" value="✕"/> |
| Пакет услуг  | указать свое  | service_package                  | <input type="button" value="✎"/> | <input type="button" value="✕"/> |
| Менеджер     | указать свое  | Bernard Farcy                    | <input type="button" value="✎"/> | <input type="button" value="✕"/> |
| Промокод     | указать свое  | {loyalty.black_friday.promocode} | <input type="button" value="✎"/> | <input type="button" value="✕"/> |

Если по каким-то причинам запрос на сервер не удался, платформа переходит к выполнению повторных запросов. Вы можете настроить максимальное количество повторных запросов, а также указать периодичность их отправки, чтобы поддержать равномерную нагрузку на сервер. Повторные попытки будут выполняться, пока запрос не окажется успешным.

Успешным считается запрос, который соответствует заданному в элементе условию:

**Status 200** — сервер возвращает HTTP код ответа 200.

**Plain** — ответ от сервера должен попасть в указанный Regex.

**Parsed** — используется, если сервер возвращает JSON или XML объект. Необходимо указать путь к имени поля и ожидаемое значение. Значение может быть пустым.

Повторять до успешного выполнения максимум  раз каждые  минут

Ответ

Тип ответа:  Путь к имени поля:  Ожидаемое значение:

После вызова API вы можете сохранить полученный ответ (например, JSON объект) в переменную `{apicontent}` и использовать эти данные на следующих шагах сценария. Для этого активируйте опцию **"Сохранить http-ответ в поле {apicontent}"**.

Введите имя поля, в которое будет записан объект. Это имя будет использоваться при подстановке переменной в шаблон сообщения. Например, если задать имя поля — `field_name`, то в шаблоне обращение к JSON-объекту будет выглядеть следующим образом: `{apicontent.field_name}`. Однако при использовании в других элементах сценария префикс `apicontent` не нужен, требуется только **ИМЯ ПОЛЯ**.

Сохранить http-ответ в поле {apicontent}

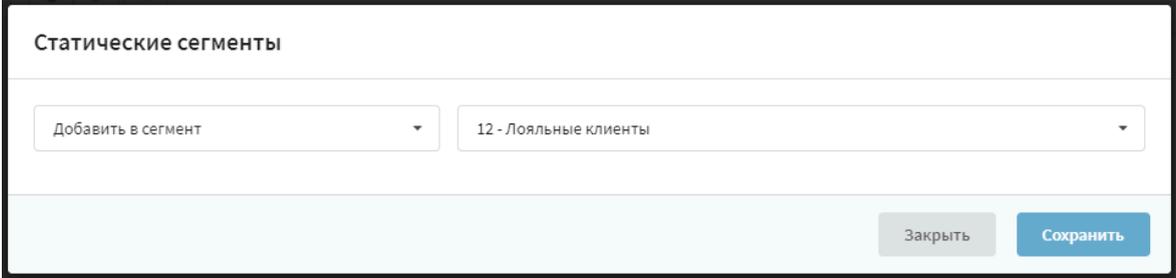
## Обновление статистического сегмента



Добавляет профиль клиента в [статический сегмент](#) аудитории или удаляет из сегмента.

► Подробнее

В настройках элемента выберите добавление или удаление и доступный статический сегмент:

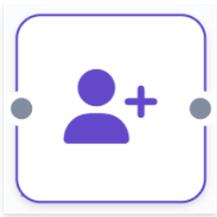


Статические сегменты

Добавить в сегмент ▼ 12 - Лояльные клиенты ▼

Закрыть Сохранить

## Подписки



**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.

#### ПОДСКАЗКА

Для подписок на **Push** уведомления можно использовать только данные подписок другого ресурса, в которых содержатся идентификаторы устройств клиентов для отправки **Push**.

## Подписки

Название элемента:

Подписки

Добавить подписку

27 - Блог **Email** **Push**

Подписан

Каналы:

email x push x

Источник подписки:

31 - Сайт **Email** **Push** **SMS**

Включая небезопасные статусы: отписан, жалобщик, hardbounced, не валиден



Без выбора этой опции, подписки у профиля, имеющие небезопасные для изменения статусы проигнорируются..  
Например: Если выбрать статус "Подписан", то подписка профиля со статусом "Отписан" не изменят свой статус, т.к. "Отписан" - небезопасный статус.

## Промокод



Назначает профилю клиента промокод от выбранной [программы лояльности](#). Промокод может быть затем отправлен клиенту с помощью одного из элементов в категории "**Каналы**" или использован для расчёта персональных предложений.

### ► Подробнее

Введите **название** элемента сценария и выберите необходимую **программу лояльности**. В программе должно быть сгенерировано достаточное количество промокодов или должна быть активна опция создания промокодов сценарием.

### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

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 этом элементе:

достигнут лимит промокодов

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:

Назначить промокод

Выберите программу лояльности:

2 - New products launch promo

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.

Ниже выберите существующие **цели** или добавьте новые. Укажите **СТОИМОСТЬ**, которую необходимо передать для целей.

#### ПОДСКАЗКА

Значение для всех целей будет записано одно. Если необходимо передать несколько целей с разными значениями, добавьте несколько таких **ЭЛЕМЕНТОВ** - один за другим, с разными целями.

#### Назначить ценность

Название элемента:

Регистрация цели

Привязать к пикселю:

18 - Интернет-магазин (общий пиксель)

Цели:

Покупка товара #1 ✕

Стоимость цели:

9000

Закреть

Сохранить 

## Стоп-список



**Добавляет** определённые контактные данные клиента (**email адрес и номер телефона**) 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-список

Название элемента:

Канал:  Выбор контактов:

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:

Ресурс:

Действие:  Добавить в стоп список  Удалить из стоп списка

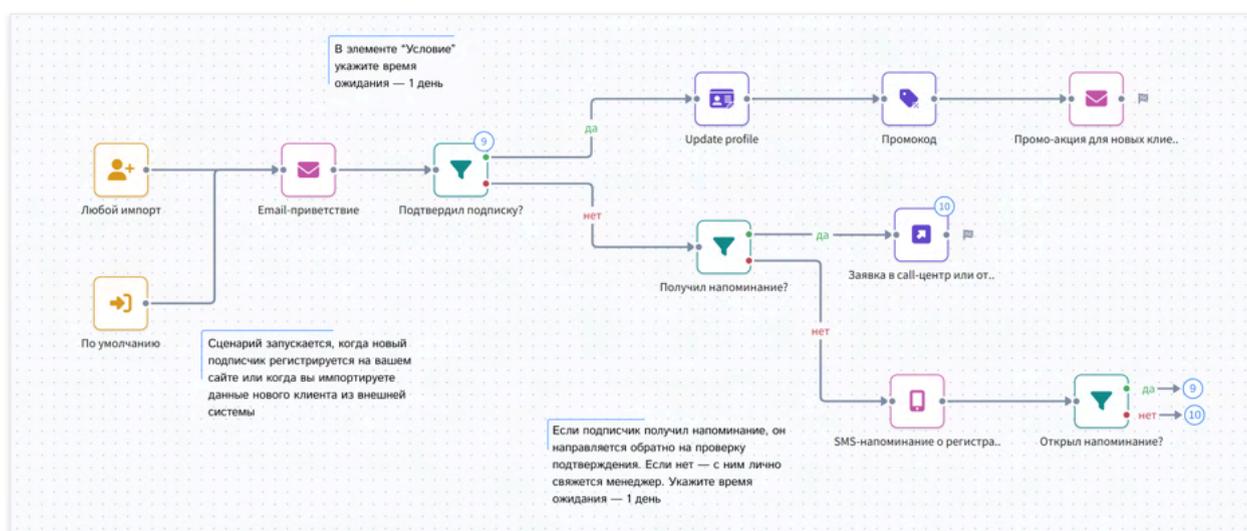
Стоп-список:

# Классические сценарии автоматизации маркетинга

## Приветственная цепочка

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



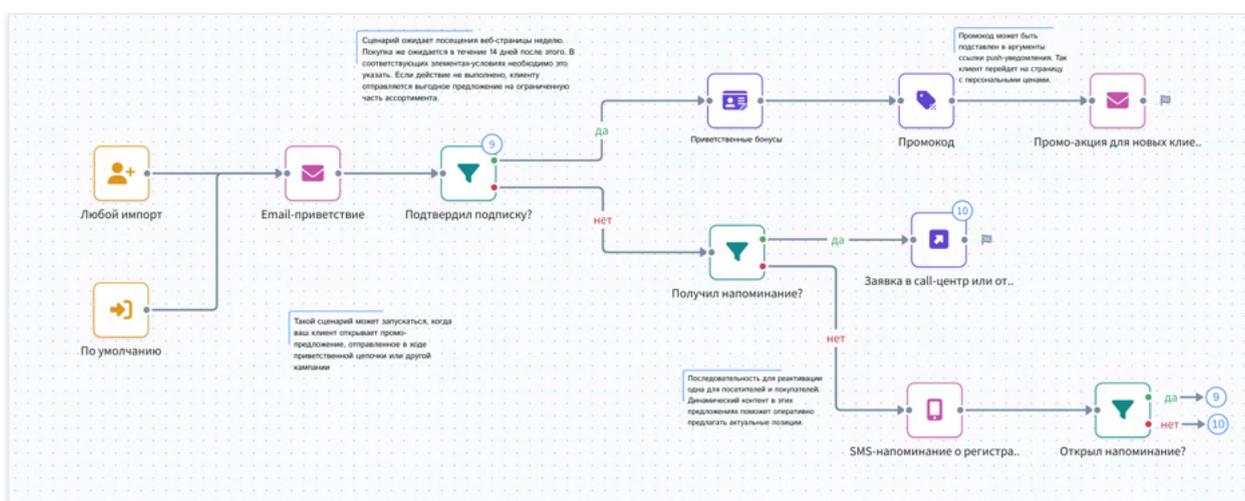
### 💡 ПОДСКАЗКА

**Здесь вы найдёте** пошаговое руководство по созданию приветственного сценария.

# 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:

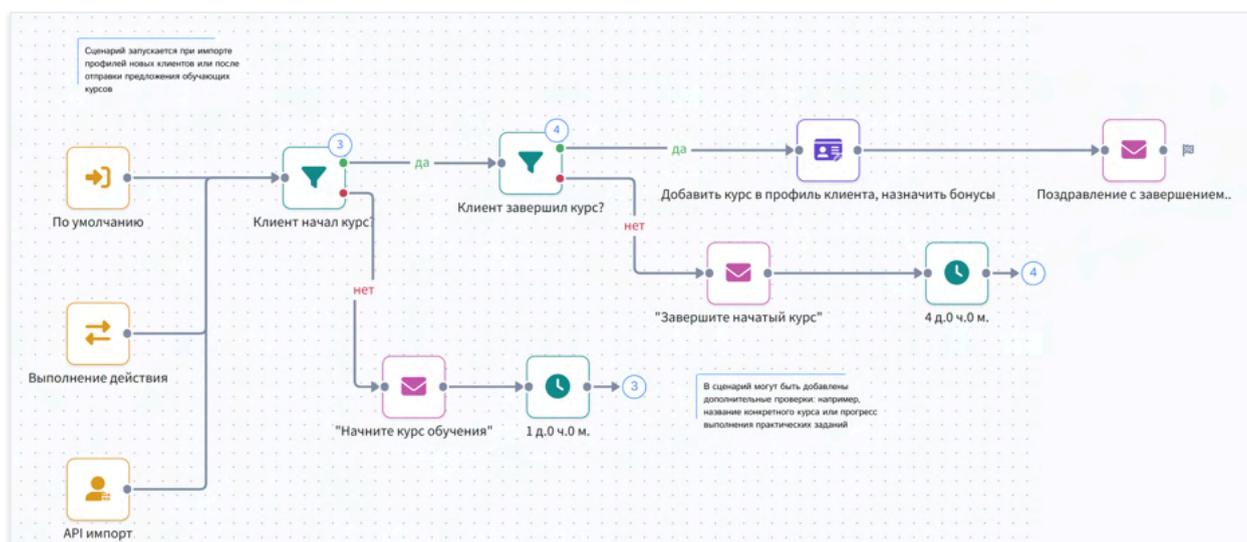
- запуск сценария после выполнения целевого действия
- реактивация клиентов, не проявивших интереса к рассылке
- реактивация клиентов, открывших сайт магазина, но не сделавших покупку
- назначение **промокодов** на ограниченную часть ассортимента, например - особые промо-товары



# 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.

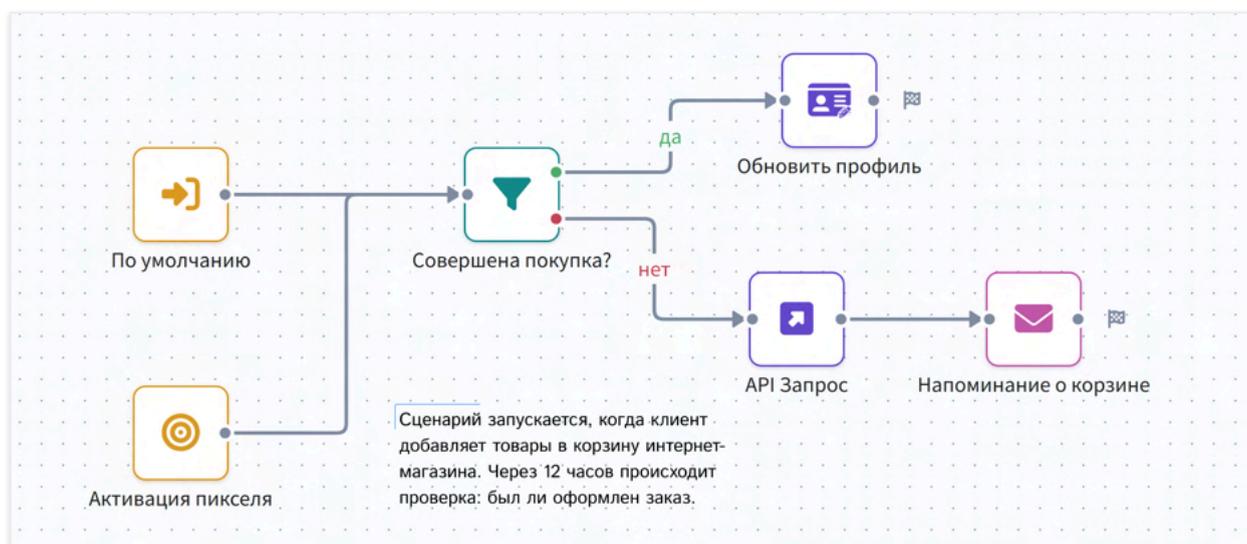
С помощью сценариев Altcraft Marketing вы можете сделать процесс обучения интерактивным, своевременно назначая клиентам релевантные курсы обучения - и проверяя их выполнение:



## Брошенная корзина

Если потенциальный клиент заинтересовался вашим предложением настолько, что добавил товары в "корзину" - можно увеличить шансы 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](#).

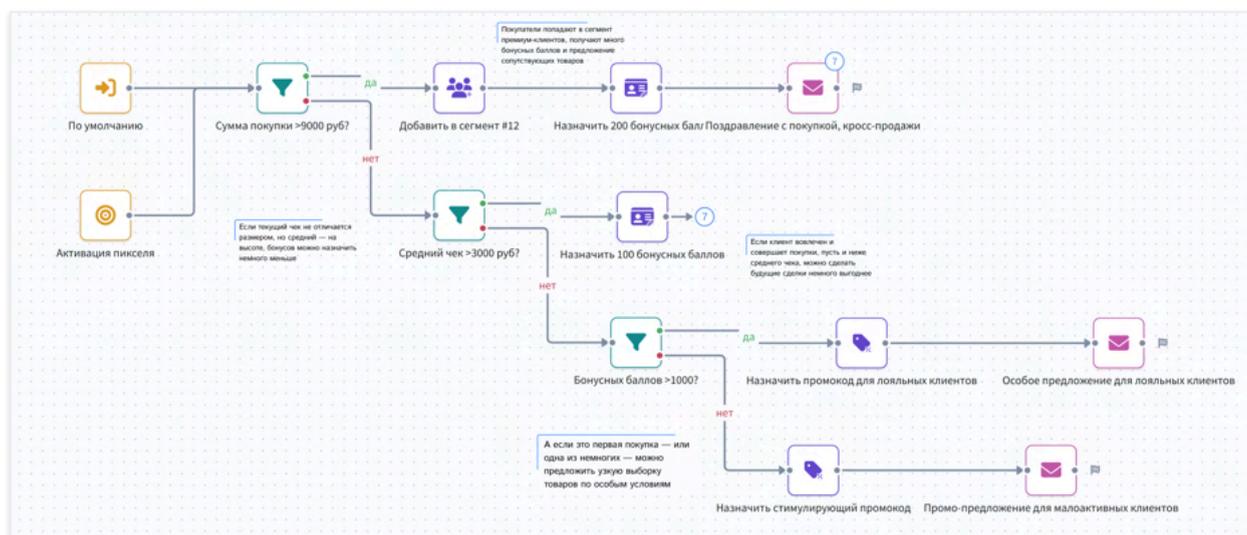


### 💡 ПОДСКАЗКА

Пример реализации сценария брошенной корзины можно найти в [отдельной статье](#).

# Управление лояльностью клиентов

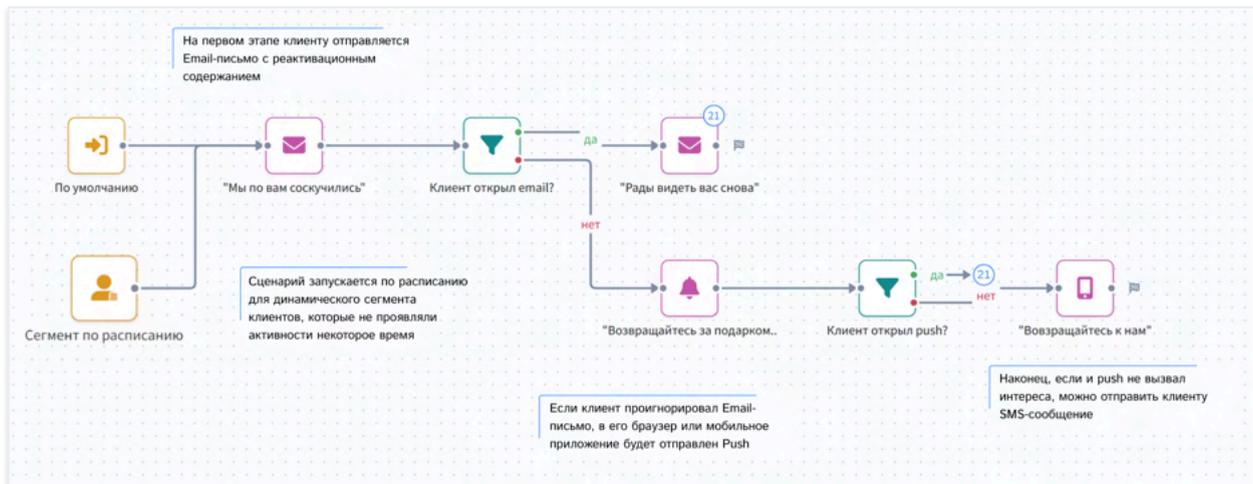
Лояльность клиентов - один из решающих факторов современного рынка. Геймифицируйте процесс коммуникации с клиентом: настройте сценарий, который при каждой покупке будет проверять лояльность по данным заказа, **RFM показателям** (средний чек), или уже накопленным бонусным баллам. Такой сценарий повысит активность ваших покупателей:



## Оmnиканальная реактивация клиентов

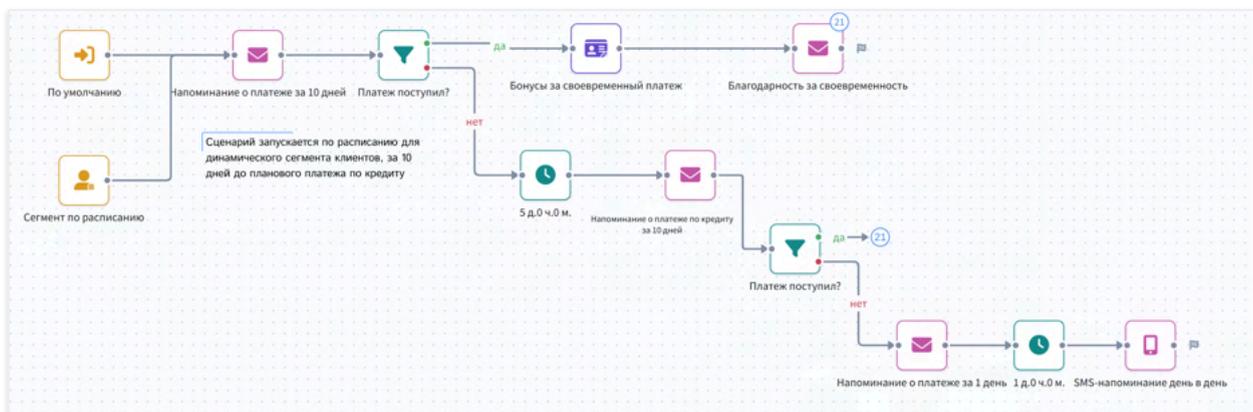
Для малоактивных клиентов вы можете настроить сценарий автоматической реактивации. Для этого используется запуск сценария для сегмента по расписанию. **Динамический сегмент** каждый запуск будет выбирать неактивных клиентов и отправлять их профили в сценарий.

Последовательность действий представляет собой каскадную omnikanальную 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

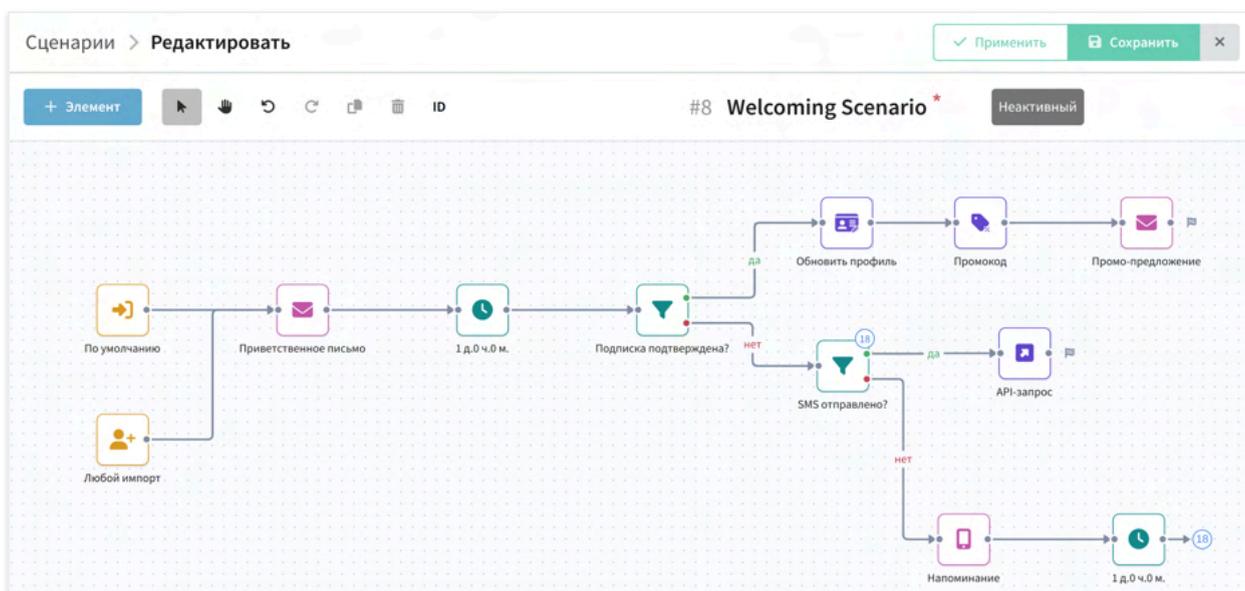
С помощью сценариев Altcraft Marketing можно автоматизировать напоминания о продлении услуг или внесении обязательных платежей по рассрочке или кредиту. **Динамический сегмент** будет выбирать только актуальные данные на момент запуска цепочки. После этого сценарий отправляет серию напоминаний, проверяя после каждого - поступили ли средства:



# Приветственный сценарий: пошаговая настройка

Этот гайд поможет вам настроить сценарий автоматизации, который будет взаимодействовать с клиентом от момента регистрации на вашем сайте до совершения первых покупок. Описаны принципы, по которым подбирается тот или иной шаг Сценария – в зависимости от ваших средств и целей.

Приветственная цепочка – один из [классических сценариев автоматизации](#), который можно реализовать ещё эффективнее с Altcraft Platform.

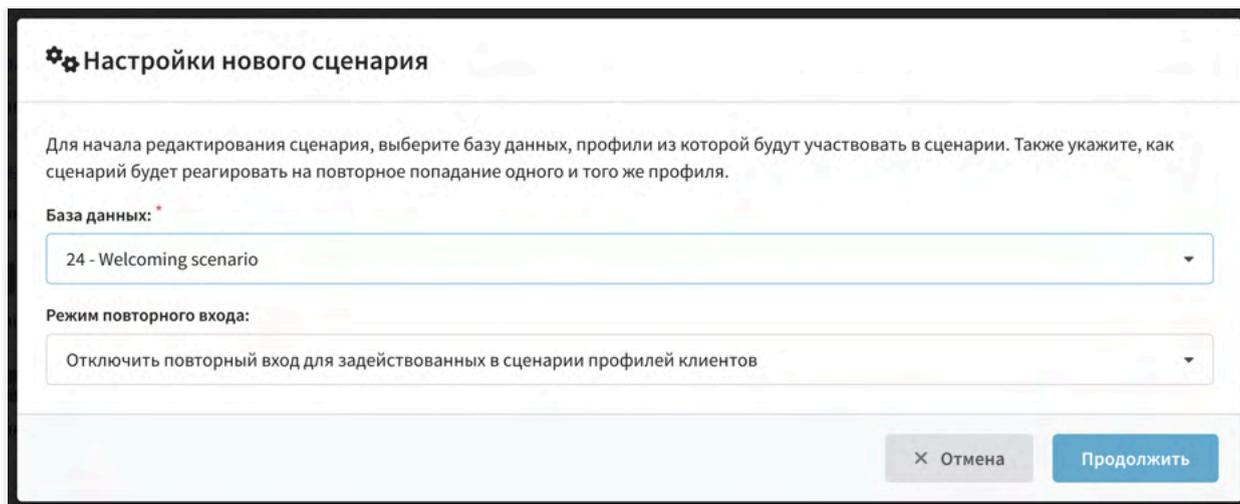


## 💡 ПОДСКАЗКА

Работа со сценариями автоматизации описана [в этой статье](#).  
Подробное описание нод (шагов) сценария вы найдёте [здесь](#).

## Шаг 0: Создайте новый сценарий

В разделе "Сценарии" создайте новый сценарий, нажав на соответствующую кнопку в верхней части экрана. Укажите **базу профилей** и **отключите** повторный вход для задействованных в сценарии профилей, поскольку приветствие – событие разовое:



**Настройки нового сценария**

Для начала редактирования сценария, выберите базу данных, профили из которой будут участвовать в сценарии. Также укажите, как сценарий будет реагировать на повторное попадание одного и того же профиля.

База данных:

24 - Welcoming scenario

Режим повторного входа:

Отключить повторный вход для задействованных в сценарии профилей клиентов

Отмена Продолжить

## Шаг 1: Настройте захват профилей клиентов

Настроим сценарий так, чтобы профили клиентов попадали в него в момент регистрации в платформе. Условие захвата (**событие**) будет зависеть от того, как вы импортируете данные клиентов:

- **При любом импорте** – сработает при добавлении любого нового профиля.
- **При импорте вручную** – при создании нового профиля вручную.
- **При импорте через API** – при использовании вызовов API импорта. Подойдет для регистрации профилей на сайте и передачи данных из интеграционного ПО (ETL).
- **При импорте через форму** – при заполнении полей формы. О том, как создать форму в платформе, читайте [здесь](#).
- **При импорте через попап** – при заполнении формы в попапе. Подробнее о создании и настройке попапов можно узнать [в этой статье](#).

Также в любом сценарии существует элемент **захвата профилей по умолчанию**. Он необходим для того, чтобы захватывать профили, добавленные вручную, через API и попавшие в цепочку из другого сценария.

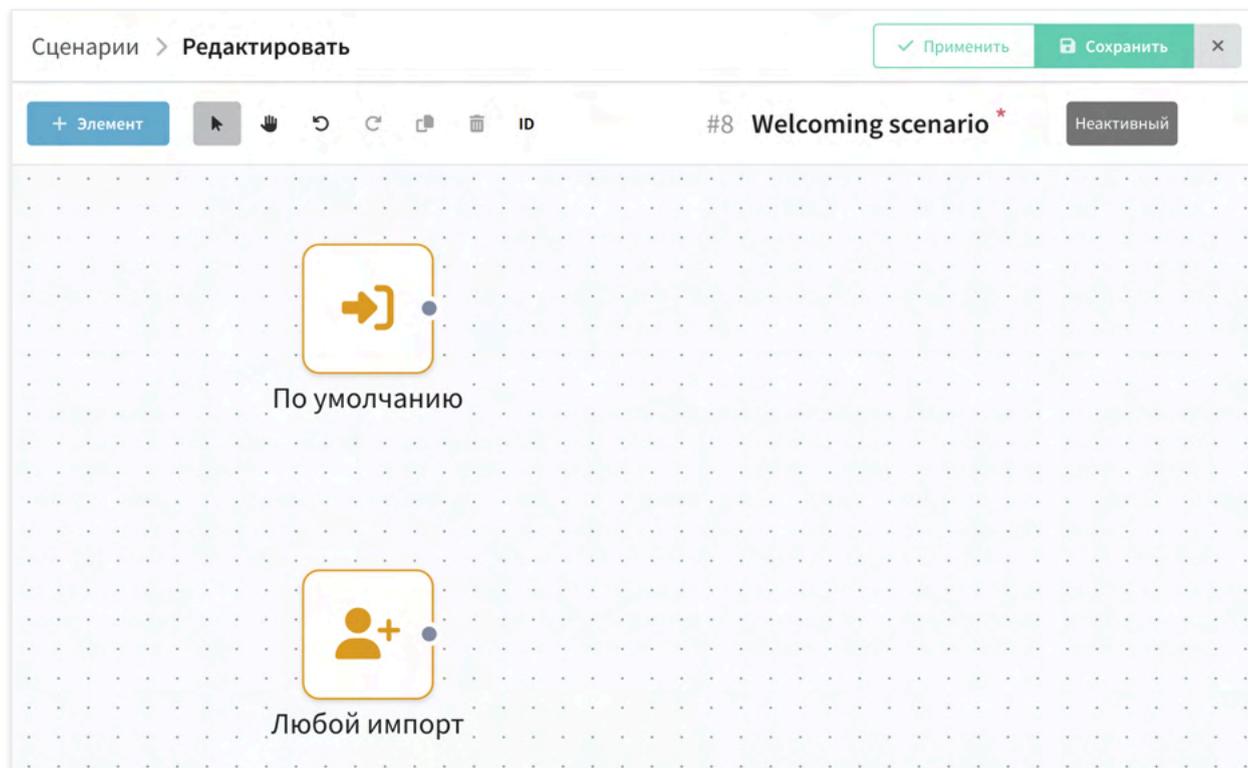
💡 ПОДСКАЗКА

Различные варианты импорта описаны [в этой статье](#).

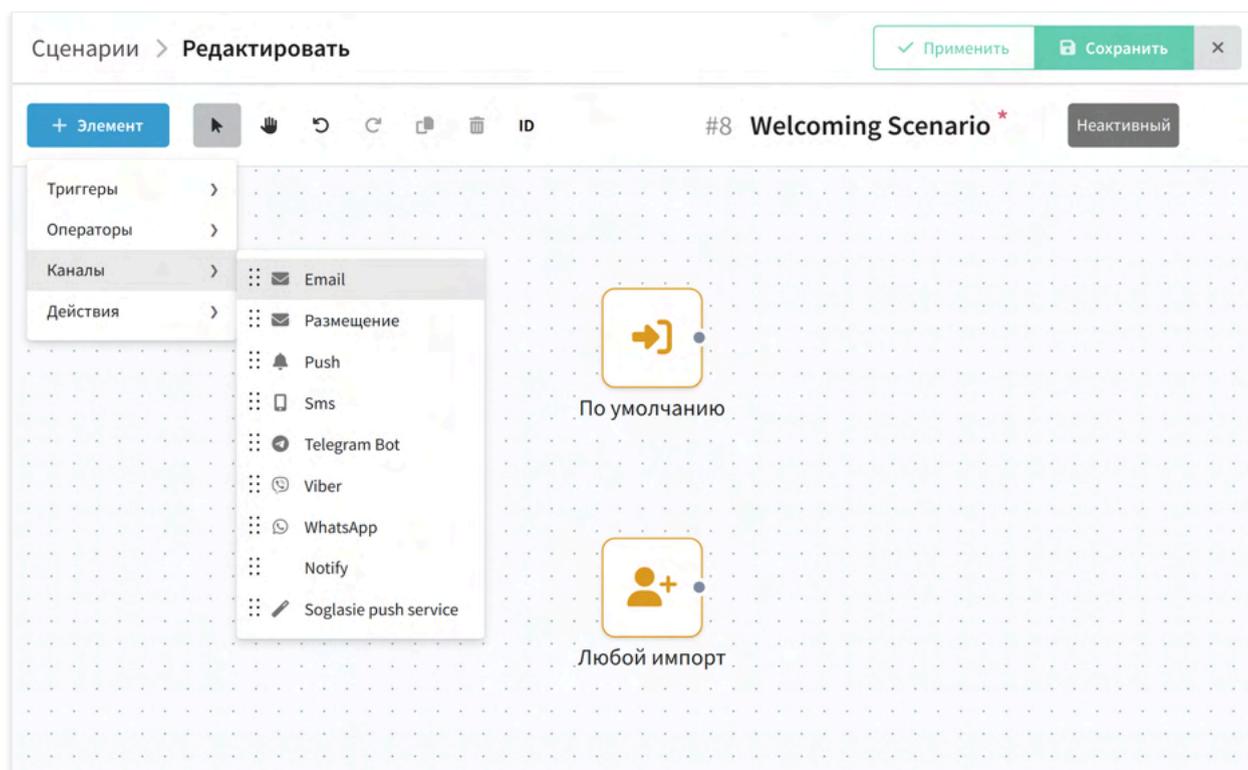
Отдельная статья посвящена [импорту данных по расписанию](#).

Вызовы API описаны в этом [разделе документации](#).

Для того чтобы все новые профили из базы попадали в сценарий, используем триггер "При любом импорте":



## Шаг 2: Создайте приветственное сообщение



Добавьте следующий элемент в сценарий – **рассылку по email**. Для этого нажмите на "**+ Элемент – Каналы – Email**". Откроется окно настройки кампании. Здесь вы можете указать **канал, ресурс и шаблон сообщения**.

### 💡 ПОДСКАЗКА

Пошаговое создание **Email-рассылки** вы можете найти [здесь](#).

Работа с **ресурсами подписок** описана [в отдельной статье](#).

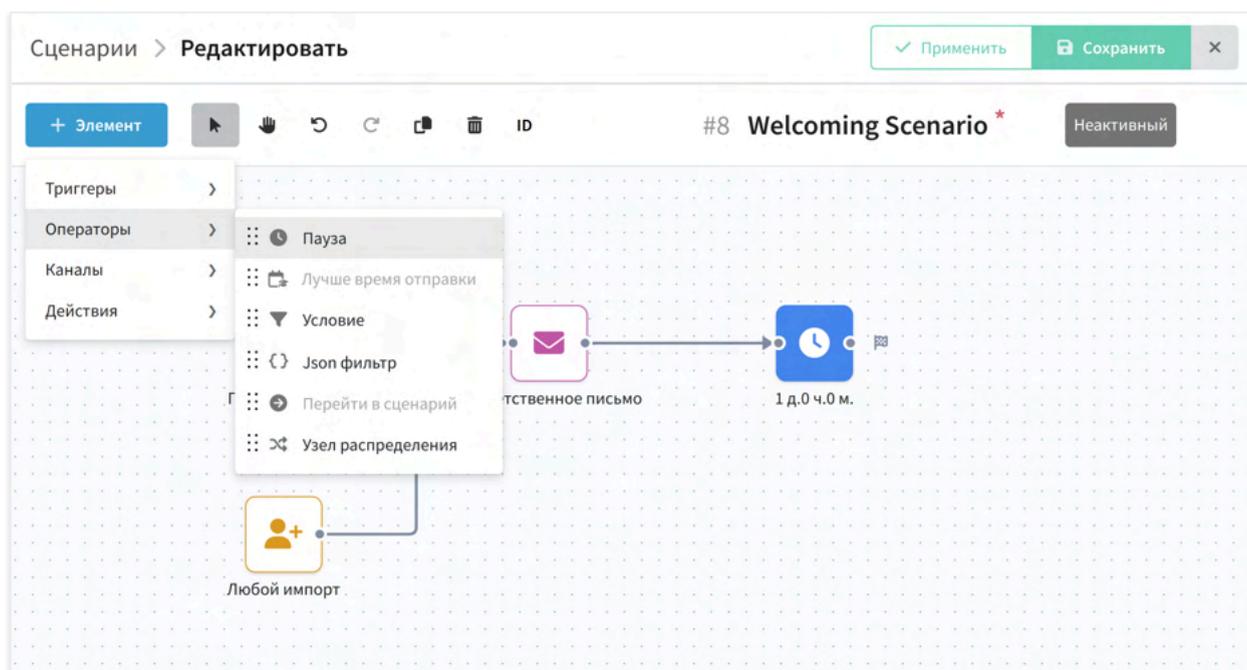
А [в этой статье](#) вы найдёте больше информации о работе с **шаблонами сообщений**.

The screenshot shows a web interface for creating a message campaign. At the top, there's a header with a mail icon and the word "Сообщение". Below it, there are two main sections: "Имя кампании:" (Campaign name) with a text input field containing "Приветственное письмо" (Welcome letter), and "Теги:" (Tags) with three colored buttons: "B2C" (red), "Вовлечение" (green), and "Новые клиенты" (blue). Underneath is a large empty text area for "Описание кампании:" (Campaign description). A checkbox labeled "Высокий приоритет" (High priority) is present. The main configuration area is divided into three tabs: "Каналы" (Channels) with a megaphone icon and "Выберите канал" (Select channel), "Подписчики" (Subscribers) with a group of people icon and "Выберите получателей" (Select recipients), and "Шаблоны" (Templates) with an envelope icon and "Шаблоны сообщений" (Message templates). The "Каналы" tab is active, showing a dropdown menu with "Email" selected. Below the dropdown is an "Импортировать" (Import) button with a gear icon and a blue "Далее" (Next) button. At the bottom, there's a section for "Ограничения рассылки" (Broadcast restrictions) and two buttons: "Закрыть" (Close) and "Применить" (Apply).

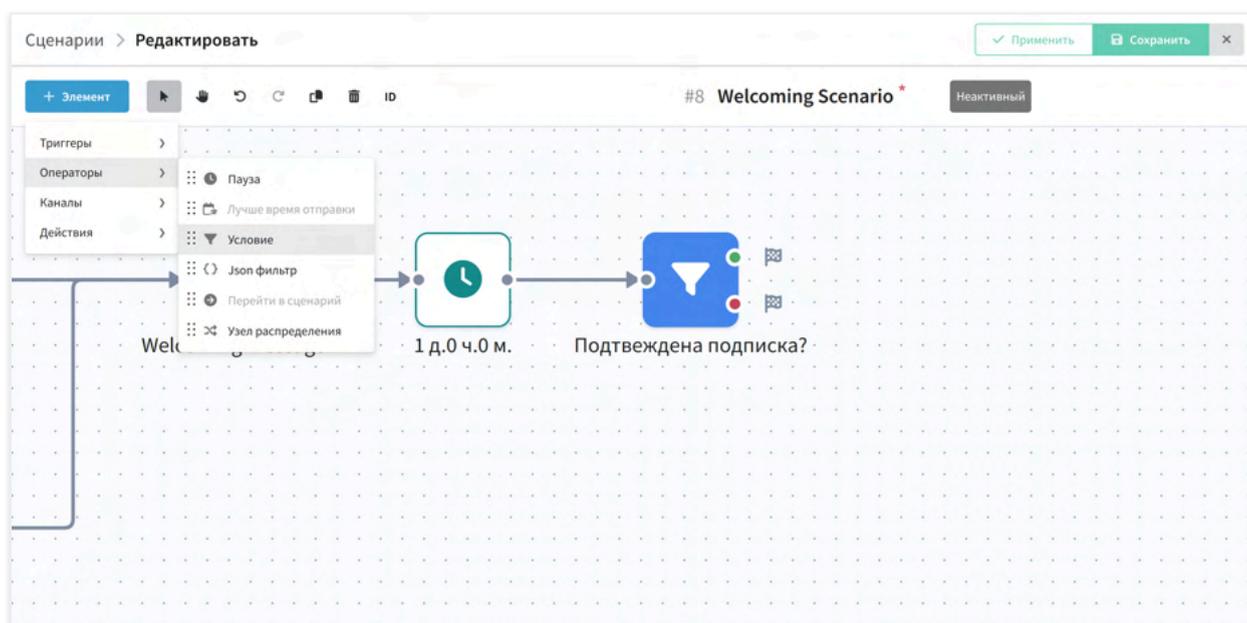
## Шаг 3: Настройте цепочку для активных клиентов

После того, как вы отправили приветственное письмо, часть клиентов его прочитает, перейдёт по ссылке и совершит покупку. Процент тех, кто прошёл по этому пути называется процентом **конверсии** вашей приветственной кампании. Теперь, чтобы повысить этот процент, нужно разнообразить **путь клиента** (Customer Journey).

Следующим элементом будет **пауза**. С её помощью мы дадим клиентам время на прочтение письма. Элемент "Пауза" находится в категории "Операторы":



Дальше с помощью элемента **Условие** 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)**:

Условие

Название элемента:  
Подтверждена подписка?

Ожидать условие в течение заданного времени

0 д. 1 ч. 0 м. Условие будет проверяться разово

**Ограничение**

От % Диапазон % До %

1 100

Отбор по Условие отбора

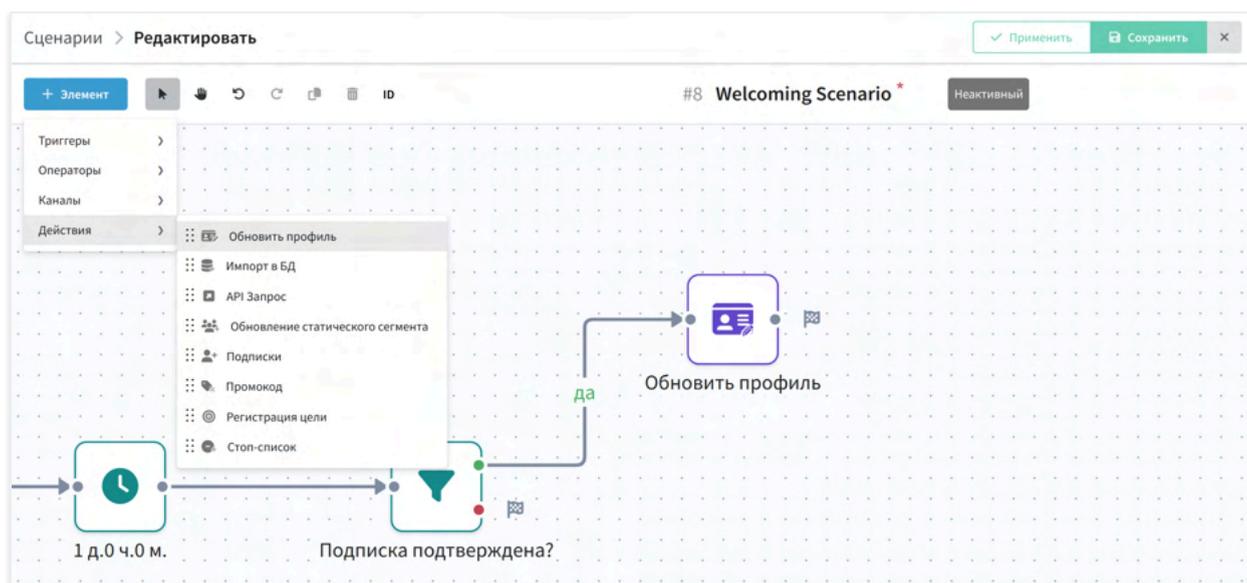
Подтверждение подписки существует

+ Добавить правило + Добавить группу + Импортировать условия

Заккрыть Применить

Эти клиенты, скорее всего, сильно заинтересованы в покупке. Хорошей идеей будет вознаграждать таких клиентов, например, вы можете сразу предоставить им бонусные баллы. В дальнейшем их можно использовать для назначения промокодов, скидок или подарков.

Такие действия в маркетинге называются **скоринг**. Скоринг – один из элементов геймификации продаж, способный существенно повысить конверсию. Для его реализации в платформе необходимо предварительно создать в базе профилей **числовое поле** для значения баллов лояльности. Обновлять эти баллы в сценарии можно при помощи элемента **"Обновить профиль"**:



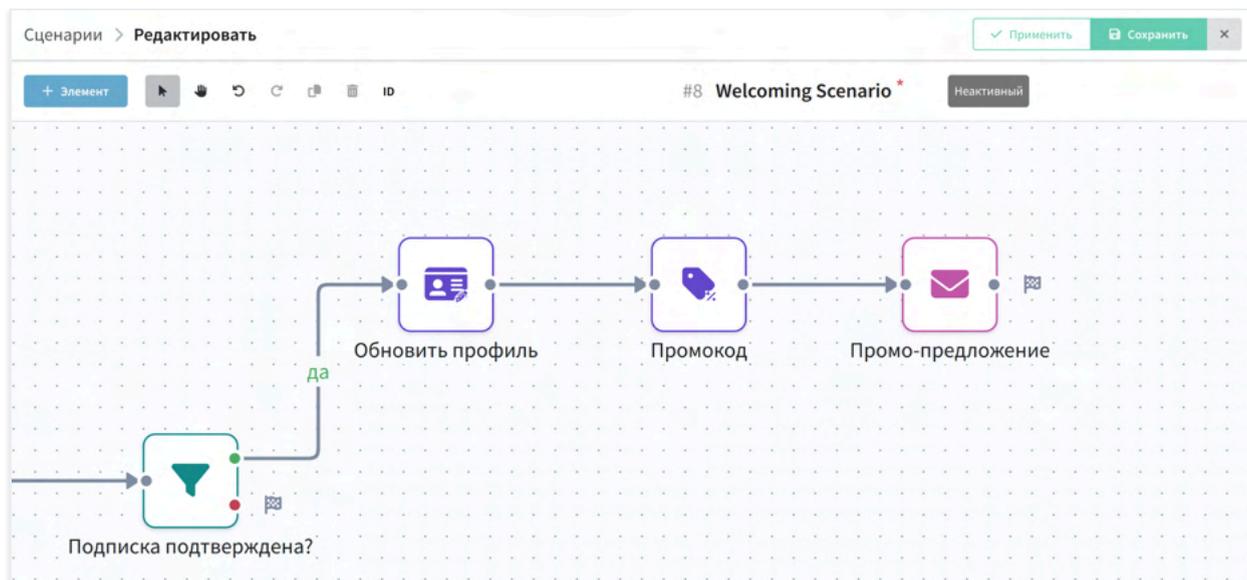
Добавьте элемент на верхнюю (зелёную) ветку, идущую от условия. В настройках элемента укажите поле, в котором будут содержаться баллы лояльности, и увеличьте его значение на необходимую величину:

| Имя свойства   | Действие     | Значение |
|----------------|--------------|----------|
| loyalty_points | Увеличить на | 200      |

Далее вы можете назначить новым клиентам **промокоды** (например – на часть товара, служащего специально для разогрева продаж) и отправить клиентам **промо-предложения**. Для этого добавьте элемент **Промокод** и **сообщение по email-каналу**.

#### 💡 ПОДСКАЗКА

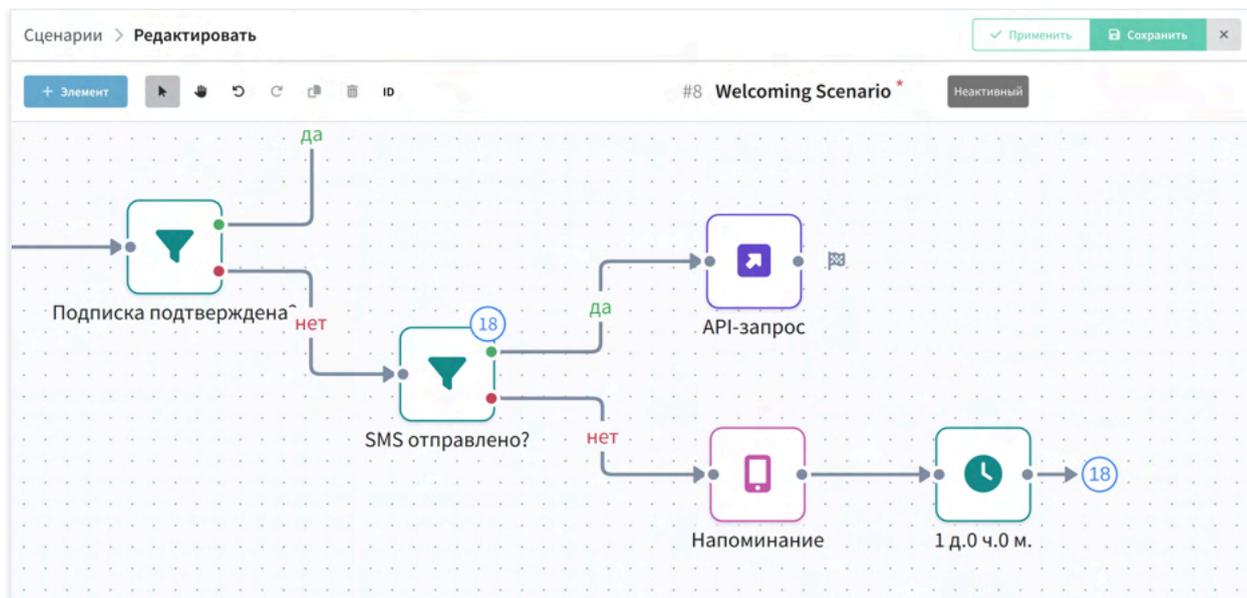
Промокоды создаются **программами лояльности Altcraft Marketing**.  
 Подробнее вы можете прочитать [в этой статье](#).



## Шаг 4: Настройте цепочку для неактивных клиентов

Часть клиентов, которым вы отправили приветствие, могли забыть о нём, не получить, отложить или просто не заинтересоваться предложением. В таком случае вы можете напомнить им о незаконченной регистрации. Лучше всего использовать **SMS-канал**: телефон есть у каждого и всегда находится под рукой.

Однако, обычно отправлять одно и то же напоминание больше одного раза не всегда целесообразно. Гораздо эффективнее будет использовать различные тактики реактивации. В примере применим две: сначала отправляется **SMS**, а если на него нет реакции – менеджерам или операторам колл-центра отправляется **уведомление** с контактными данными из профиля, чтобы сотрудник мог лично пообщаться с клиентом. Наша "ветвь" для неактивных клиентов будет выглядеть так:



Чтобы применить две тактики одновременно, добавьте элемент **Условие** для тех, кому хотя бы раз было отправлено SMS-напоминание. Выберите правило **"Существует отправка SMS"**:

Сверху (по зелёной ветке) добавьте элемент **Вызов API**. В ней укажите сетевой адрес, тип запроса и данные, которые нужно передать в колл-центр. Свяжитесь с системными администраторами вашей компании, чтобы получить подробности:

### API Запрос

Название элемента: \*

Авторизация

Тип авторизации:

Без авторизации

Настройки запроса

Тип запроса: GET URL: \* http://example.com

Параметры запроса

Выберите свойство, значение которого хотите изменить, затем выберите действие и укажите значение этого свойства.

Введите имя свойства указать свое + Добавить

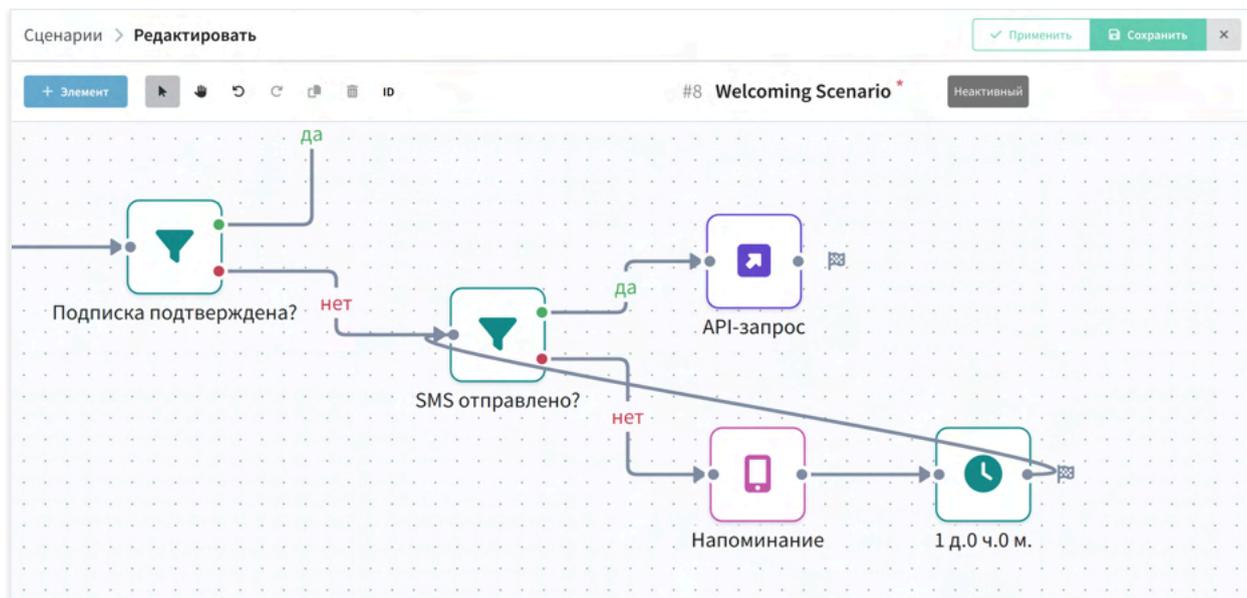
| Имя свойства | Действие      | Значение |  |
|--------------|---------------|----------|--|
| Phone        | из подписчика | Телефоны |  |
| Name         | из подписчика | Имя      |  |

Вниз от условия (по красной ветке) добавьте элемент с SMS-сообщением, в которой создайте новую или импортируйте готовую SMS кампанию.

#### ПОДСКАЗКА

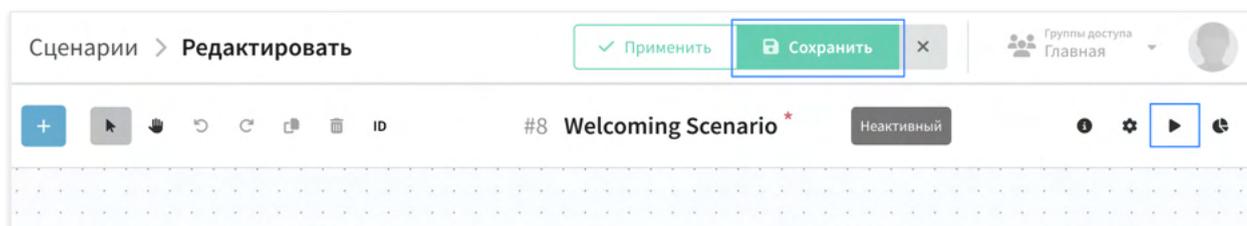
Пошаговое руководство по созданию SMS рассылки вы найдёте [здесь](#).

После сообщения добавьте **Паузу** – так же как после Email-приветствия. Когда время после отправки SMS заканчивается, клиента нужно отправить в начало сценария, на повторную проверку подтверждения подписки в элементе **Условие**. Для этого протяните курсор от правой точки элемента "Пауза" к условию по отправке SMS:

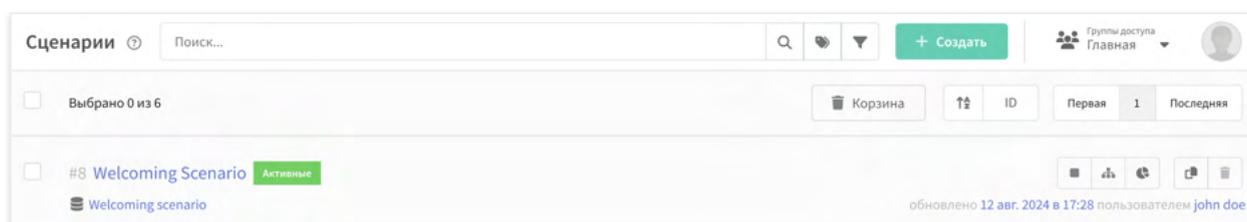


## Шаг 5: Сохраните и активируйте сценарий

После того, как вы внесли необходимые настройки и сконфигурировали шаги сценария, **сохраните** и **активируйте его**, нажав на соответствующие кнопки в верхней части экрана:



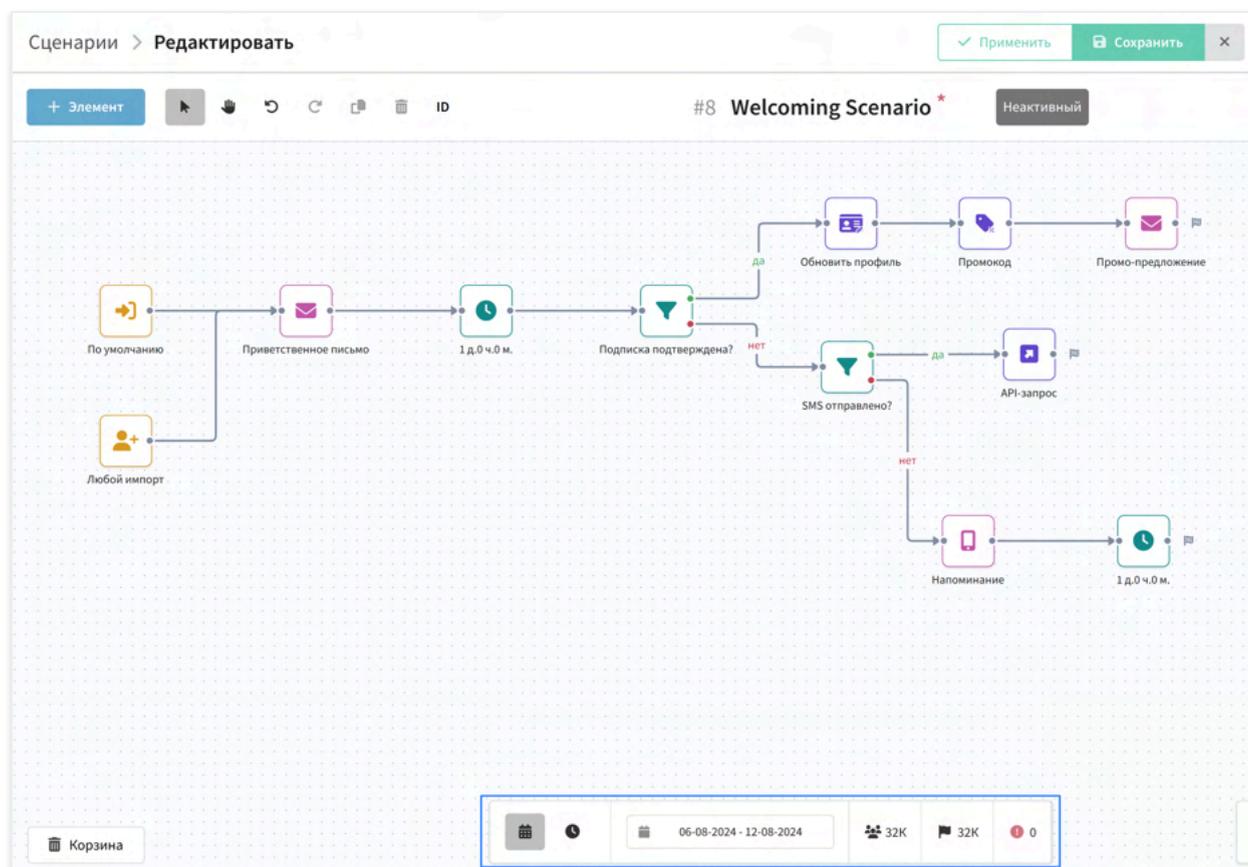
Приветственная последовательность станет отличным началом для эффективного долгосрочного общения с клиентами. Открыть сценарий для просмотра и редактирования вы можете нажав на его название:



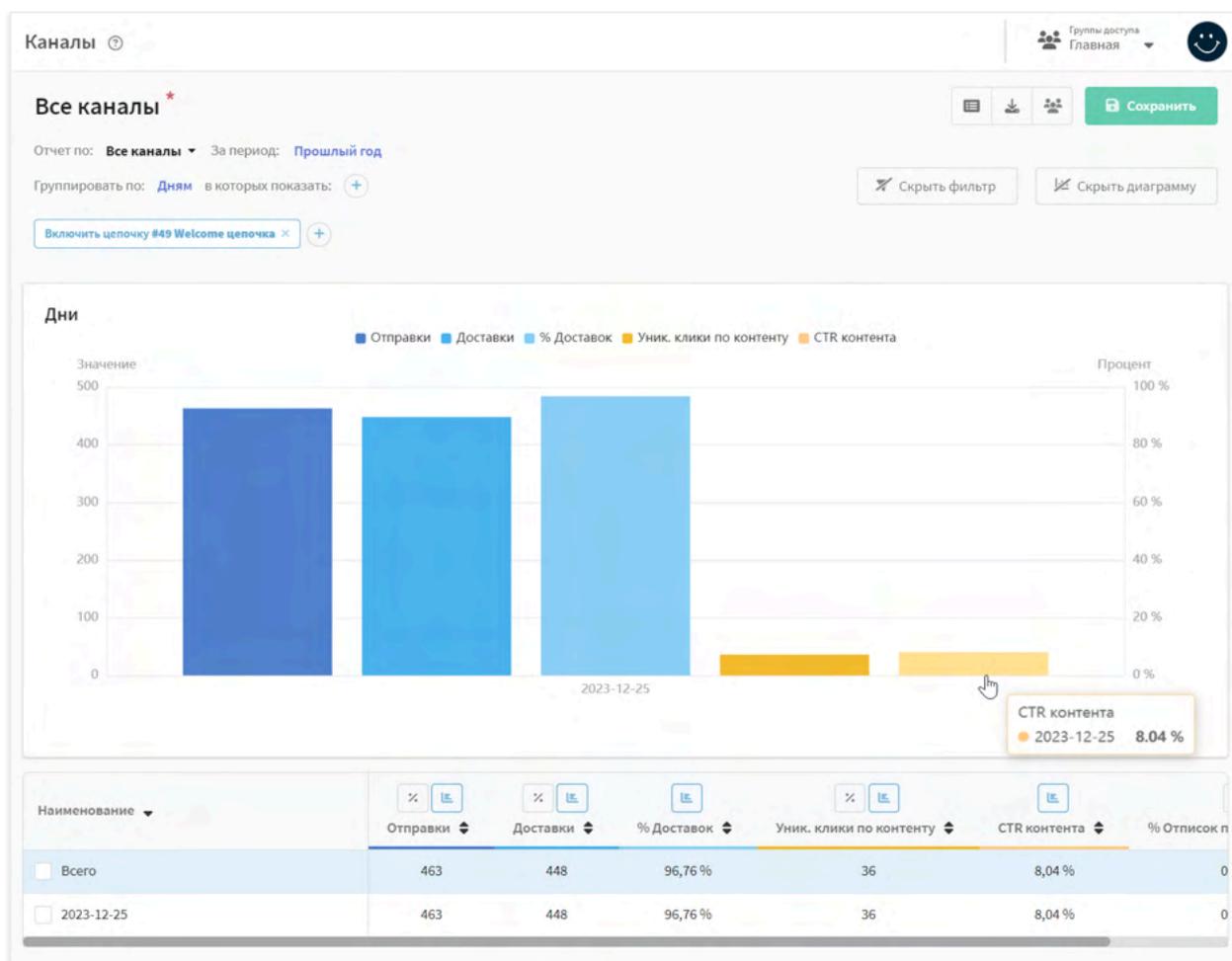
## Шаг 6: Оцените эффективность

Оценить эффективность сценария вы сможете, используя несколько аналитических инструментов.

Первый из них – **статистика** внутри сценария. Выберите нужный период и просмотрите показатели прохождения:



Второй – **отчёт по каналам** сценария. 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).

База данных

92.5K

#5 Клиенты B2C

Подписки

Шаг 1

#5 Транзакционные увед..

Подписано

100%

-%

60.4K из 60.4K 65.26%

Действия в шаблоне

Шаг 2

Шаг 3

Шаг 4

Шаг 5

#4 Приветственное сооб..

Отправлено

100%

-%

60.4K из 60.4K 100%

Доставлено

99.87%

-0.13%

60.3K из 60.4K 99.87%

-78

Открыто

73.58%

-26.29%

44.4K из 60.4K 73.68%

-15.9K

Клики

67.79%

-5.79%

40.9K из 60.4K 92.13%

-3.5K

Событие пикселя

Шаг 6

Все пиксели

Достижение цели:  
Добавление средств

36.64%

-31.16%

22.1K из 60.4K 54.04%

-18.8K

# Автоматическое оповещение менеджера через сценарий

Рассмотрим типовой кейс, который может быть реализован с помощью сценариев в платформе Altcraft MP.

Задача — необходимо, чтобы при совершении пользователем какого-либо целевого действия менеджеру приходило письмо с информацией о клиенте.

Рассмотрим реализацию данного функционала через вызов API из сценария. В данном примере предполагается, что база лидов уже создана и наполнена.

## Шаг 1. Создание базы менеджеров

Прежде всего, необходимо создать базу данных (для примера назовем "**Менеджеры**"). Для базы необходимо задать настройки базы и структуру ее полей. После того, как база создана, нужно создать в ней профиль.

Иван Иванов

Глобальный статус: Подписан  Тестовый подписчик

Основная Личная Контактная Регистрационная Отслеженная Доп. поля

|         |                     |
|---------|---------------------|
| Имя     | Иван                |
| Фамилия | Иванов              |
| Email   | manager@company.com |
| Пол     | Male                |

Загрузить фотографию

Подробнее о базах профилей можно узнать [здесь](#).

## Шаг 2. Создание ресурса и подписок

После того, как создана база менеджеров и в нее добавлены профили, необходимо создать ресурс (в данном примере назовем его "**Оповещения менеджеров**"). При создании ресурса нужно указать в его настройках базу "**Менеджеры**". После того, как ресурс создан, необходимо подписать на него профиль менеджера. В примере добавим подписку вручную:

История    Взаимодействия    **Подписки**

---

**Подписка на ресурс #6 Оповещения менеджер..**

✉ Email ✕

**Email:**

**Статус:**

**Приоритет:**

Подробнее о ресурсах можно узнать [здесь](#).

## Шаг 3. Создание шаблона

На этом этапе мы создадим шаблон письма (для примера назовем его "**Оповещение**"), которое будет приходить менеджеру. Для персонализации сообщений мы будем использовать переменные **apicontent**:

**Email клиента:** {apicontent.mail}

**Номер телефона клиента:** {apicontent.ph\_number}

Пример шаблона для оповещения менеджера:

## Предпросмотр для сообщения Оповещение

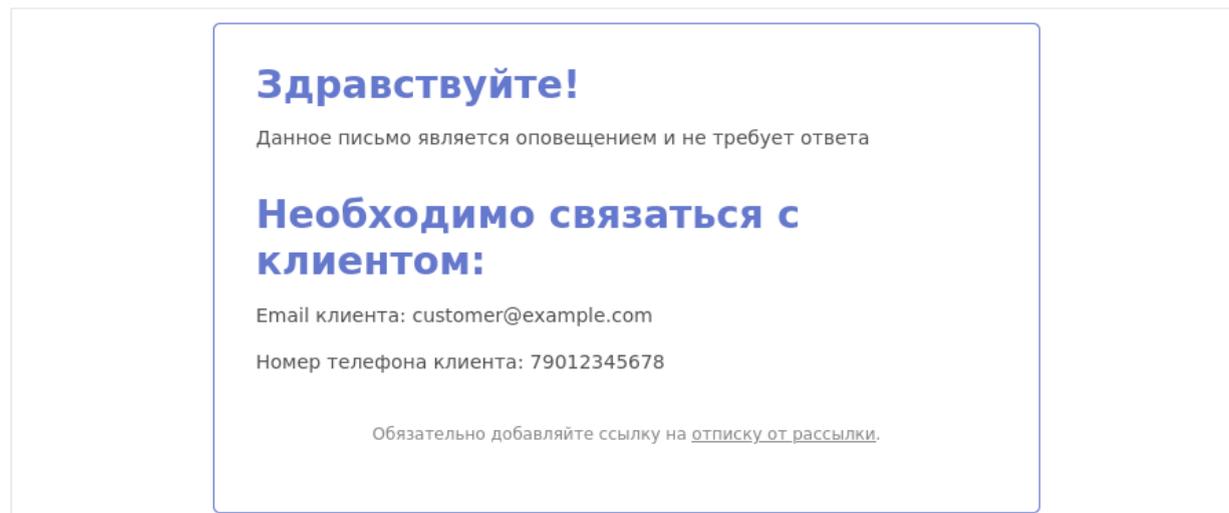
Каналы:

✉ Email

</> Email

A Текст

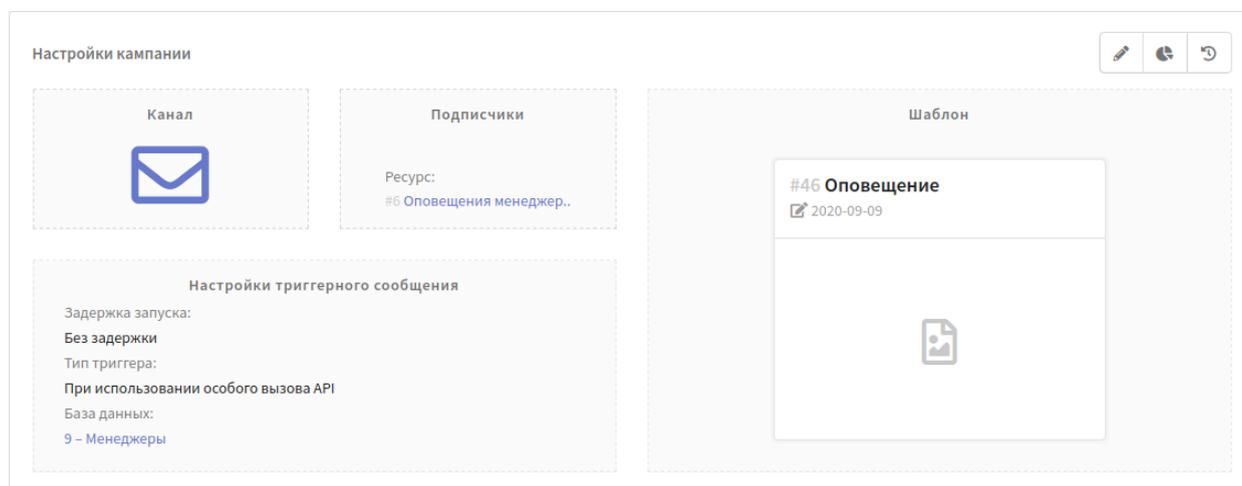
Тема сообщения: Оповещение для менеджера



Подробнее о шаблонах можно узнать [здесь](#).

## Шаг 4. Создание триггера

В качестве средства оповещения менеджера будет использоваться триггерная кампания. При ее создании нужно выбрать ранее созданный ресурс "**Оповещения менеджеров**", шаблон "**Оповещение**", условие запуска триггера — "При использовании особого API вызова" и базу данных "**Менеджеры**".



Подробнее о триггерных кампаниях можно узнать [здесь](#).

## Шаг 5. Создание сценария

Ключевым элементом, который будет обеспечивать вызов триггера с оповещением для менеджера, является нода **"HTTP(S) Вызов API"**. В качестве типа запроса выбираем POST DATA, Content type - JSON либо XML (в данном примере JSON). В URL указывается адрес, по которому будет вызываться триггер (*api/v1.1/triggers/start*). В разделе **Данные** помещается тело API запроса, по которому будет вызываться **"Триггер - оповещение"** (подробнее про API можно узнать [здесь](#)).

```
{
  "token": "bfc505684d774e52b188fa1f003cd5ed",
  "id": 270,
  "matching": "email",
  "email": "manager@company.com",
  "content": {
    "mail": "{lead.email}",
    "phones": "{lead.phones}"
  }
}
```

В данном запросе указывается API токен для авторизации, идентификатор триггера, который будет отправлен менеджеру, email менеджера, а также email и телефон лида, о котором будет оповещен менеджер.

### HTTP(S) вызов API

Название элемента:  
HTTP(S) вызов API

Тип запроса: POST DATA URL: \*  
https://dev.altkraft.com/api/v1.1/campaigns/triggers/start

Content type: application/json Данные:

```
{
  "token": "bfc505684d774e52b188fa1f003cd5ed",
  "id": 270,
  "matching": "email",
  "email": "manager@company.com",
  "content": {
    "mail": {lead.email},
    "ph_number": {lead.phone}
  }
}
```

API токен  
Идентификатор триггера  
Email менеджера  
Данные лида

Закреть Сохранить

**⚠ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ**

Для авторизации при передаче запроса необходим API токен, который должен быть создан в платформе. Подробнее можно узнать [здесь](#).

На этом настройка сценария автоматизации оповещения менеджера завершена!

# Сценарий брошенной корзины

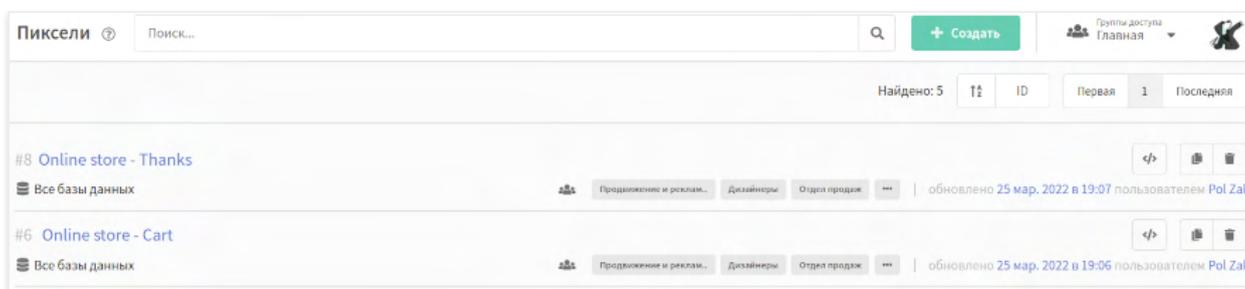
Нередко посетители интернет-магазина добавляют товар в корзину, но не оформляют заказ. Однако если напомнить через некоторое время о брошенных товарах, то шансы на завершение покупки увеличатся. Этот гайд поможет вам настроить короткий сценарий, который автоматически будет отправлять клиенту email-письмо с напоминанием о товарах в корзине.

## Шаг 1: Разместите пиксели отслеживания на страницах сайта

Допустим, на нашем сайте пользователь добавляет товары в корзину, переходит в корзину, оплачивает покупку и затем его перенаправляют на страницу с благодарностью. Напоминание о брошенной корзине подписчик получит, если он посетил страницу с корзиной, но после этого не попал на страницу с благодарностью, т.е. не завершил оформление покупки. Отслеживать посещение определенных страниц сайта помогут [пиксели](#).

В разделе **Пиксели** создайте 2 пикселя:

- **Online store - Cart:** отслеживает посещение страницы с корзиной
- **Online store - Thanks:** отслеживает посещение страницы с благодарностью



### 💡 ПОДСКАЗКА

В некоторых ситуациях посетитель сайта может открывать корзину не один раз. Чтобы не заспамить почту клиента, отправляя несколько email-напоминаний в одну неделю, **блокируйте повторное срабатывание** пикселя для корзины в течение 7200 минут (5 дней).

Чтобы посмотреть код пикселя, нажмите кнопку "**Показать код**". Скопируйте код из открывшегося окна и разместите на соответствующих страницах сайта:

### Код

Добавить цели:  Значение пикселя:

**Показ страницы**   Показ страницы (Без JS)   Переход по ссылке (Без JS)

Ожидать секунд

Активировать сразу    Активировать после прокрутки

```
<!-- START OF ALTACRAFT PIXEL CODE !-->
<script type="text/javascript">
  !function(){var e={url:"https://pxl.example.com/pixel?k=c77FePkyzfqDzaovtcoJ7YyE1hJnqTxZBwo8uLJ:
</script>
<!-- END OF ALTACRAFT PIXEL CODE !-->
```

[Документация](#)

Скопировать в буфер   **Закреть**

## Шаг 2: Настройте захват профилей клиентов

Создайте новый [сценарий](#). Укажите базу — профили этих клиентов будут попадать в сценарий, если выполнится условие захвата. Выберите, что делать с профилем при неоднократном попадании. Нам подойдёт опция "**Отключить повторный вход для задействованных в сценарии профилей клиента**". Так клиент сможет попасть в него снова, но только когда он соберётся совершить следующую покупку спустя какое-то время.

### Настройки нового сценария

Для начала редактирования сценария, выберите базу данных, профили из которой будут участвовать в сценарии. Также укажите, как сценарий будет реагировать на повторное попадание одного и того же профиля.

База данных: \*

25 - Clients Base

Режим повторного входа:

Отключить повторный вход для задействованных в сценарии профилей клиентов

× Отмена Продолжить

Для того чтобы пользователи попадали в сценарий, добавьте элемент-триггер "**Когда пиксель активирован**". Активироваться должен тот пиксель, который мы разместили на странице с корзиной (**Online store - Cart**).

### Захват профилей при активации пикселя

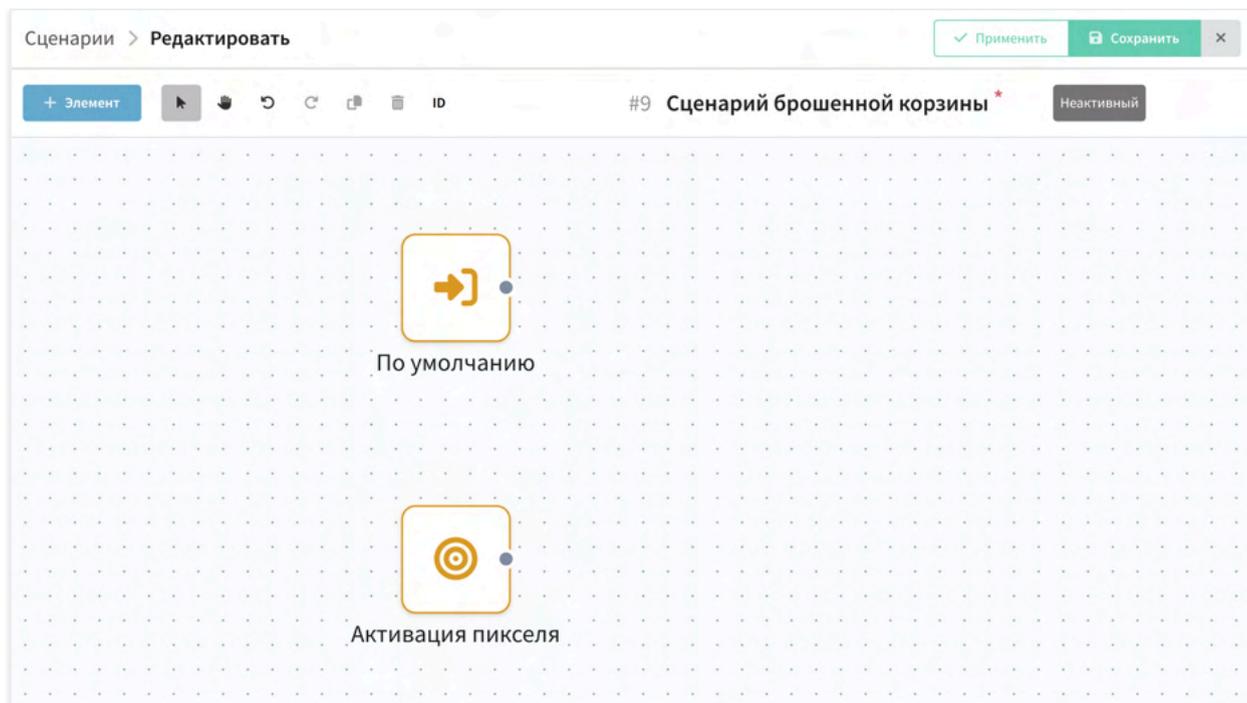
Выберите пиксель:

Online store - Cart

Фильтровать по дополнительным полям цели

Закреть Применить

В любом сценарии автоматически создается элемент "**Импорт по умолчанию**". Он необходим для импорта профилей вручную, через API и при переходе из другого сценария. Это системный элемент, удалить его **невозможно**:



## Шаг 3: Настройте цепочку для профилей, оформивших заказ

Далее добавьте элемент-оператор **Условие**, чтобы проверить, совершил пользователь покупку или нет. Условие будет выполнено, если он перешёл на страницу благодарности, т.е. был активирован пиксель "**Online store - Thanks**". При настройке элемента переключите ползунок "**Ожидать условие в течение заданного времени**" и укажите время ожидания — **1 день**. Платформа в течение этого времени будет проверять, совершил ли клиент покупку:

### Условие

Название элемента:  
Покупка совершена?

Ожидать условие в течение заданного времени

1 Д. 0 Ч. 0 М. Условие будет проверяться примерно раз в 12 мин.

#### Ограничение

От % Диапазон % До %

1  100

Отбор по: Достигнута цель

Условие отбора: как минимум [n] раз для пикселя

Значение (n): 1

Пиксель: Online store - Thanks

[+ Добавить правило](#) [+ Добавить группу](#) [+ Импортировать условия](#)

[Закрыть](#) [Применить](#)

Если клиент совершил покупку, начислите ему бонусные баллы. Для этого в базе профилей должно быть **дополнительное числовое поле**, например, **loyalty\_points**. Добавьте в сценарий элемент **Обновить данные** и увеличьте значение поля:

### Обновить профиль

Выберите поле, значение которого хотите изменить, затем выберите действие и установите значение этого поля.

Выберите поле:  Выберите действие:   [+ Добавить](#)

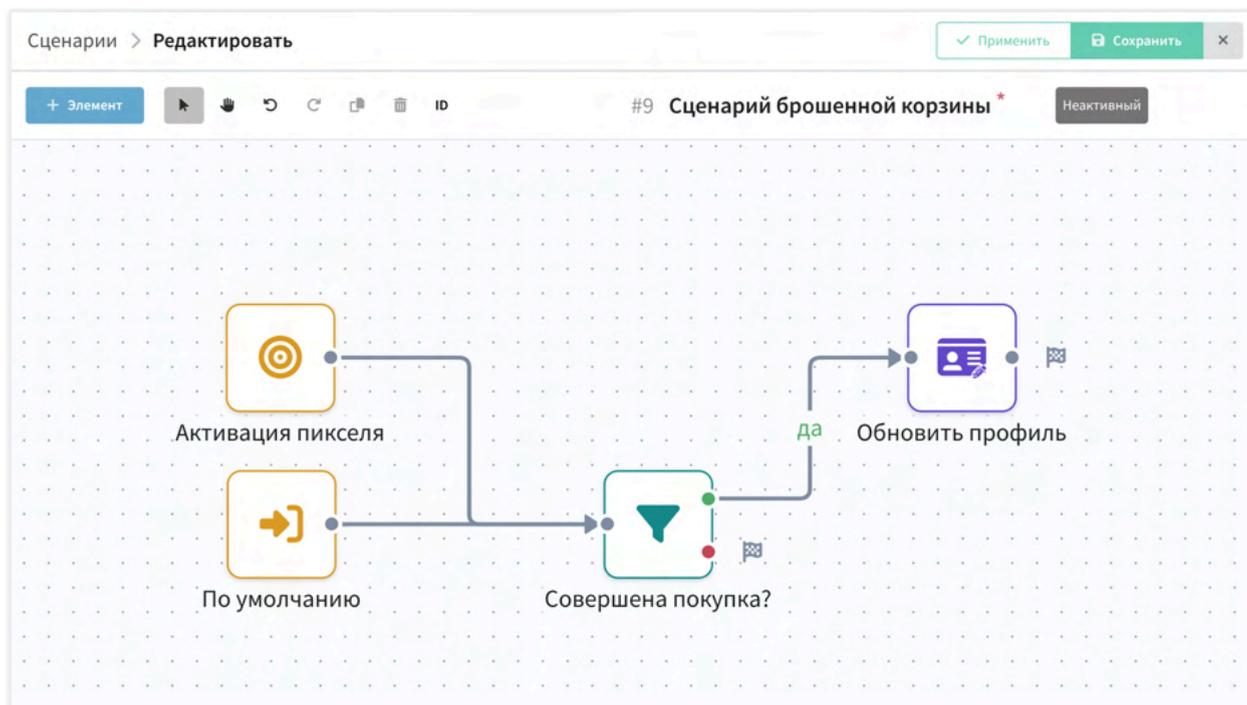
| Имя свойства   | Действие     | Значение |
|----------------|--------------|----------|
| loyalty_points | Увеличить на | 200      |

[Закрыть](#) [Применить](#)

#### 💡 ПОДСКАЗКА

Если вы хотите изменять количество бонусных баллов в зависимости от суммы покупки, используйте действие "**Взять значение из поля** `{apicontent}`" вместо "Увеличить на". Для этого вам надо добавить элемент **Вызов API** на предыдущем шаге и сохранить http-ответ с нужными данными.

Итак, положительное развитие сценария готово:



## Шаг 4. Настройте цепочку для профилей, покинувших сайт

Вернёмся к клиентам, которые покинули сайт, не завершив оформление заказа. После элемента условия сценарий перенаправит их по красной ветке.

С помощью API-вызова надо передать в платформу данные о товарах, брошенных в корзине, а затем подставить эти данные в шаблон письма. Добавьте элемент **Вызов API**. Укажите URL, по которому хранятся данные о товарах в корзине. Тип запроса — **GET**.

Далее активируйте поле "**Сохранить http-ответ в поле** `{apicontent}`" и пропишите имя поля, в котором будет сохранен ответ. Название поля может быть произвольным, например, `cart_items`. Именно это поле позже будет

использоваться при подстановке переменной в шаблон. Добавьте необходимые параметры запроса, например, **id** или **email профиля**, с помощью которого можно будет найти нужную корзину:

**Название элемента:**

**Авторизация**

Тип авторизации:

**Настройки запроса**

Тип запроса:

URL:

**Параметры запроса**

Выберите свойство, значение которого хотите изменить, затем выберите действие и укажите значение этого свойства.

| Имя свойства | Действие      | Значение  |   |
|--------------|---------------|-----------|---|
| custom_id    | из подписчика | custom_id | <input type="button" value="✎"/> <input type="button" value="✕"/> |

Повторять до успешного выполнения максимум  раз каждые  минут

**Ответ**

Тип ответа:

Сохранить http-ответ в поле {apicontent}

**Сохраните** сценарий на этом этапе. Осталось создать **шаблон сообщения** и добавить элемент с **рассылкой** в сценарий.

## Шаг 5: Создайте шаблон сообщения

Перейдите в раздел **Шаблоны** и [создайте новый шаблон](#) для канала отправки email:

## Предпросмотр для сообщения Сору of Напоминание о брошенной корзине

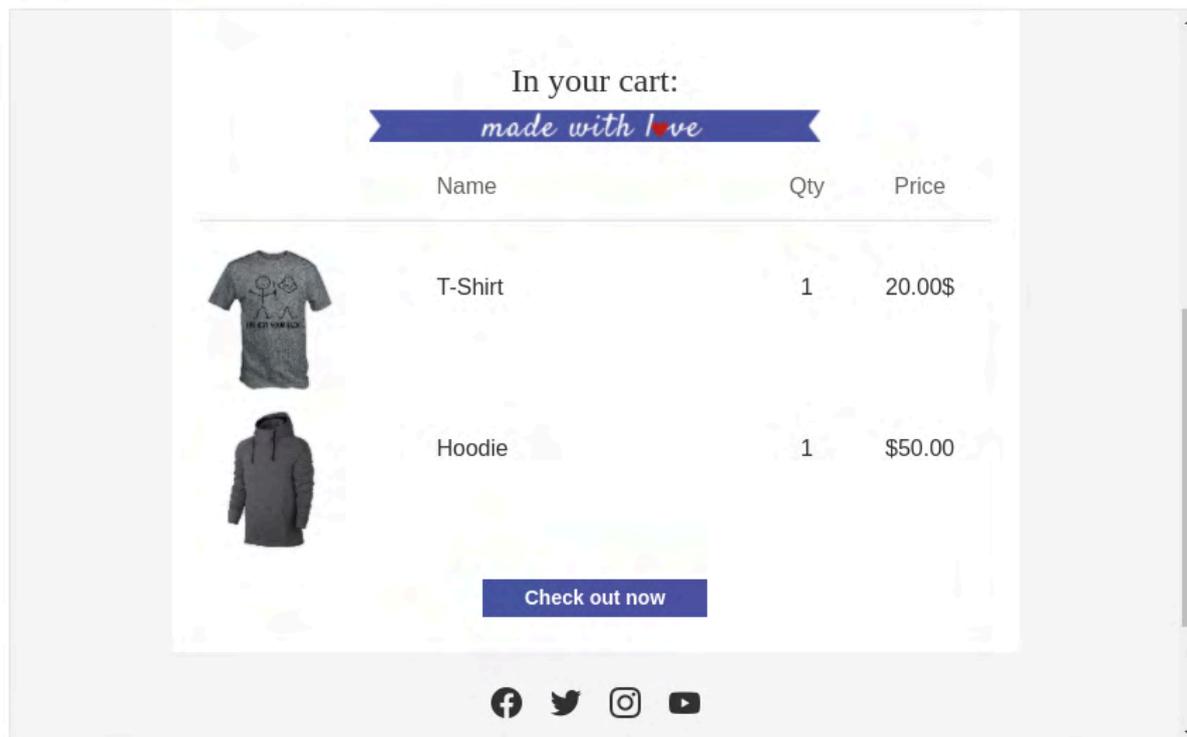
Каналы:

✉ Email

↔ Email

A Текст

Тема сообщения: ⚡ Напоминание



▶ Настроить API контент

Не использовать ресурсы

Тестовый профиль



Сохранить изображение

Закреть

Данные в письме должны динамически обновляться в зависимости от получателя. Для этого используется переменная `{apicontent}`. В этой переменной сохраняются данные, которые вы получаете с помощью элемента сценария **Вызов API**. Например, JSON-объект с данными о товарах в корзине покупателя.

▶ Пример JSON-корзины

```
[
  {
    "product_id": 1,
```

```
"product_name": "T-Shirt",
"product_price": "20.00",
"product_quantity": 1,
"product_image_url": "https://example.com/pic/jersey.png"
},
{
  "product_id": 2,
  "product_name": "Hoodie",
  "product_price": "50.00",
  "product_quantity": 1,
  "product_image_url": "https://example.com/pic/hoodie.png"
}
]
```

Сохранив JSON-объект в поле `apicontent`, вы сможете обращаться к элементам этого объекта по ключу, например — `{apicontent.cart_items.field_name1}`. Чтобы добавить переменную, выберите в списке (</>) **Служебные** → **API КОНТЕНТ**.

Если данные о товарах лежат в массиве, используйте [ЦИКЛЫ](#):

Товары в корзине:

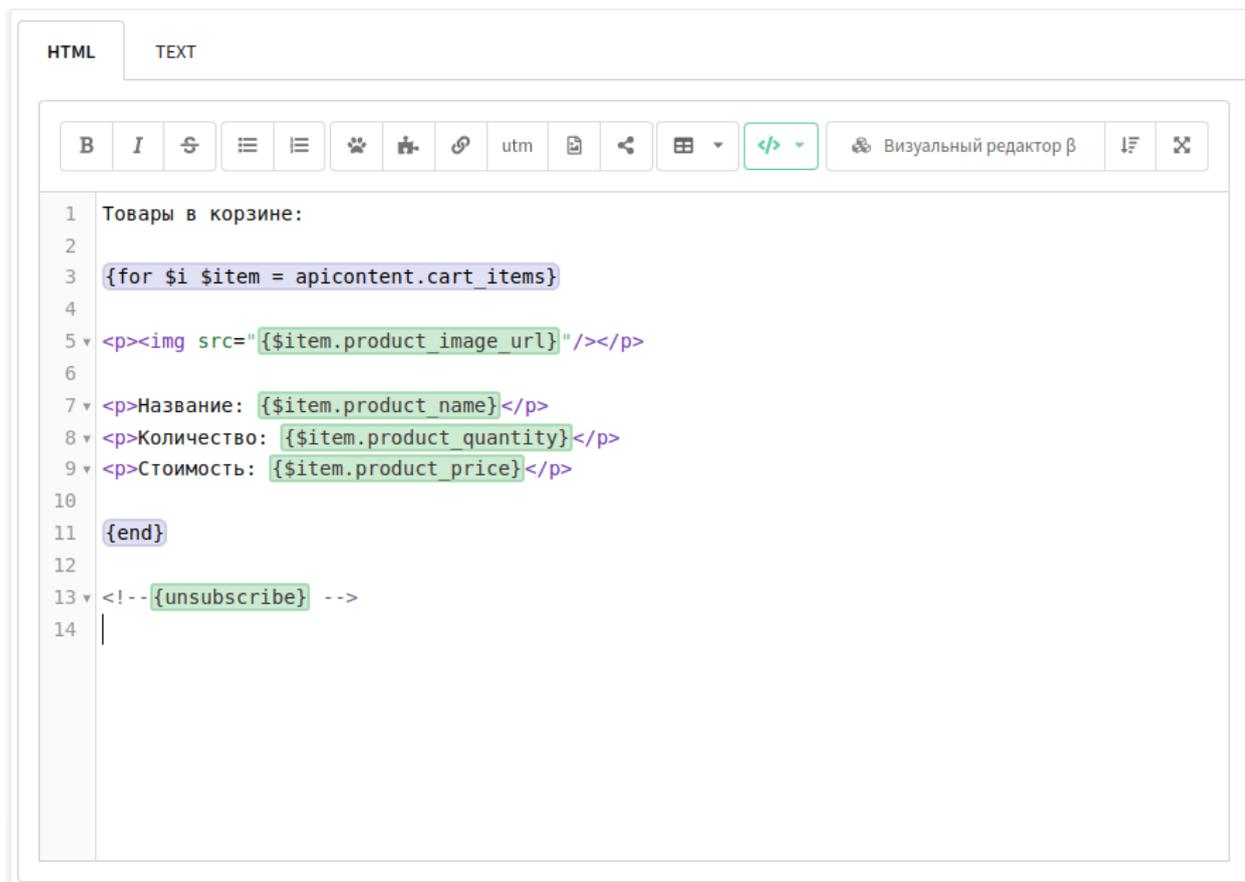
```
{for $i $item = apicontent.cart_items}

<p></p>

<p>Название: { $item.product_name}</p>
<p>Количество: { $item.product_quantity}</p>
<p>Стоимость: { $item.product_price}</p>

{end}

<!--{unsubscribe} -->
```



The screenshot shows an HTML editor interface with a toolbar at the top containing various icons for text formatting and editing. The main area displays a code snippet in a light blue background. The code is as follows:

```
1 Товары в корзине:
2
3 {for $i $item = apicontent.cart_items}
4
5 <p></p>
6
7 <p>Название: {item.product_name}</p>
8 <p>Количество: {item.product_quantity}</p>
9 <p>Стоимость: {item.product_price}</p>
10
11 {end}
12
13 <!--{unsubscribe} -->
14
```

## Шаг 6: Проверьте отображение переменной `apicontent`

При добавлении переменной `apicontent` предпросмотр сообщения не будет работать, т.к. в переменной ничего нет. Чтобы посмотреть, как будет выглядеть сообщение, необходимо дополнительно настроить окно предпросмотра.

Откройте предпросмотр  и внизу найдите блок "Настроить API контент". Добавьте JSON-объект, аналогичный тому, что вы получите после API-запроса в сценарии.

Обратите внимание, тестовый массив товаров должен храниться в поле `cart_items`. Нажмите на галочку. Значения полей подставятся в шаблон:

▼ Настроить API контент

Выберите пресет

```

1 {
2   "cart_items":
3     [
4       {
5         "product_id": 1,
6         "product_name": "T-Shirt",
7         "product_price": "20.00",
8         "product_quantity": 1,
9         "product_image_url": "https://example.com/pic/jersey.png"
10      },
11     {
12       "product_id": 2,
13       "product_name": "Hoodie",
14       "product_price": "50.00",
15       "product_quantity": 1,
16       "product_image_url": "https://example.com/pic/hoodie.png"
17     }
18   ]
19 }
20 }

```

Не использовать ресурсы

Тестовый профиль

Вернитесь в сценарий и добавьте элемент **Email** из категории **"Каналы"**. В настройках выберите email-канал, ресурс подписчиков и созданный шаблон:

### Сообщение

Имя кампании:

Теги:

Высокий приоритет

Настройки кампании #243

**Канал**



Любой web-провайдер +  
Любой мобильный провайдер

**Подписчики**

Ресурс:  
#31 Website

**Шаблон**

#157 Напоминание о брош..  
2022-04-19



NEW FOR HER FOR HIM SALE BLOG

Your favorite items are still waiting for you

Complete your order now and enjoy 15% off!  
Hurry, this offer expires in 48 hours.

Check out now

**Настройки триггерного сообщения**

Задержка запуска:  
Без задержки

Тип триггера:  
При использовании особого вызова API

Ограничения рассылки

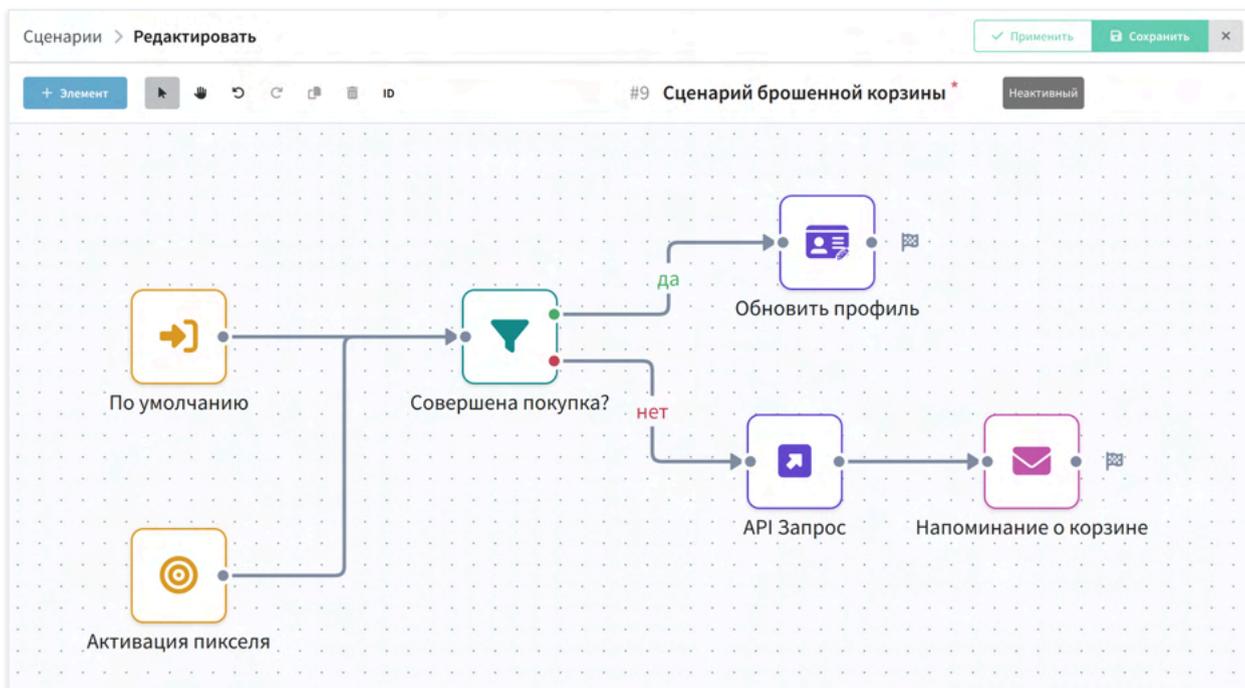
Smart настройки

Закреть Сохранить

**Сохраните** сценарий, нажав на соответствующую кнопку в верхней части экрана.

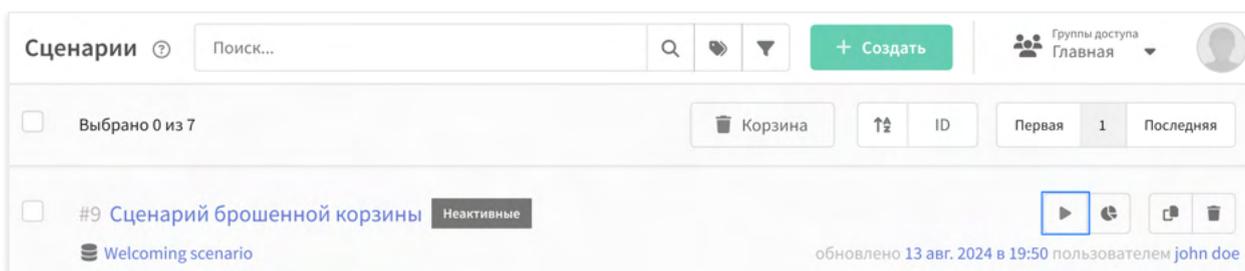
## Шаг 7. Активируйте сценарий и оцените эффективность

Готовый сценарий выглядит следующим образом:



При желании сценарий можно расширить. Например, если подписчик не завершил покупку, назначьте ему промокод на скидку или отправьте подборку сопутствующих товаров.

После сохранения **активируйте** сценарий в меню быстрых действий:



Оценить эффективность сценария вы можете нажав на соответствующий значок в меню быстрых действий или в [отчёте по каналам](#).

# Маркет



Маркет позволяет импортировать данные о товарах и заказах из различных маркетплейсов в платформу и использовать эти данные для коммуникации с клиентами. Например, подставлять данные о заказе в шаблон для рассылки или настраивать триггер на изменение статуса заказа.

Прежде чем начать работу, убедитесь, что у вас включены необходимые [роли](#) для пользователя и токена:

|        |   |   |  |
|--------|---|---|--|
| Маркет | <input checked="" type="checkbox"/> Просмотр продуктов                  | <input checked="" type="checkbox"/> Просмотр заказов                  | <input checked="" type="checkbox"/> Конфигурация |
|        | <input checked="" type="checkbox"/> Создание и редактирование продуктов | <input checked="" type="checkbox"/> Создание и редактирование заказов |  |

Для работы с маркетом мы рекомендуем использовать [API-запросы](#). Если вы работаете в интерфейсе платформы, следуйте инструкциям ниже:



## Настройки маркета

Начните с этой инструкции, чтобы создать основные сущности в маркете: канал продаж, точки контакта, категории, регионы, статусы позиций заказа и др.



## Продукты

Узнайте, как создавать продукты и SKU. Вы можете добавлять товары вручную или импортировать их из файла.



## **Заказы**

Научитесь создавать заказы: выберите канал продажи, точку контакта, профиль клиента, а затем добавьте позиции.



## **Переменные маркета в шаблонах**

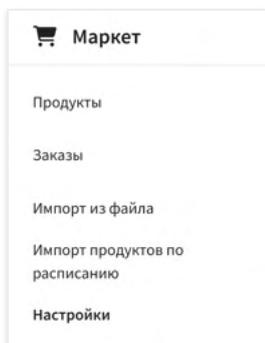
Читайте о том, как использовать данные о товарах и заказах в шаблонах сообщений.



## **Руководство: как отправить письмо подтверждения заказа**

В этом гайде описаны базовые настройки маркета Altcraft Platform. Узнайте, как отправить первое письмо подтверждения заказа.

# Настройки маркета



В данной инструкции описано, как настроить такие сущности маркета, как канал продаж, дополнительные поля, статусы позиций заказа, регионы, категории и валюты. Чтобы начать работу, выберите в главном меню раздел "**Маркет**" → "**Настройки**".

## Каналы продаж

**Канал продаж** – это канал, через который клиенты попадают в компанию, чтобы заказать интересующие их товары. Он объединяет площадки и инструменты, используемые для продажи (магазин, сайт, терминал или касса, где был оформлен заказ). Главная задача канала – определить базу покупателей и точки контакта.

Чтобы создать новый канал продаж, кликните "**Создать**". В появившемся окне настройте канал:

- введите имя и описание канала
- дополнительный идентификатор
- добавьте теги  и [группы доступа](#) 
- укажите [базу профилей](#) (покупатели канала)
- выберите тип канала (онлайн или ритейл)

Настройки канала продаж

### Прямые продажи \*

Описание

Дополнительный идентификатор \*

База профилей \*

Тип канала продаж

**Онлайн**  
Сайт, мобильное приложение, социальная сеть и т.д.

**Ритейл**  
Магазин, постамат, касса, терминал и т.д.

Точки контакта

 Для создания точек контакта, пожалуйста, сохраните канал продаж.

#### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

После создания канала продаж нельзя изменить заданную базу профилей и дополнительный идентификатор.

Теперь сохраните канал, а затем выберите его в общем списке, чтобы создать точку контакта.

#### ПОДСКАЗКА

**Точка контакта** — это определенная площадка или инструмент, с помощью которого вы продаете клиенту продукт. Точка контакта связывает канал продаж и заказ. Это может быть сайт, магазин, постамат, касса, где оформлен заказ, отдельный терминал, соцсеть, call-центр и т.д.

Введите название точки, описание и дополнительный идентификатор (используется в [API-вызовах](#)). Дополнительный идентификатор **нельзя будет изменить** после сохранения точки. Затем нажмите "**Сохранить**":

**Точки контакта**

Поиск...  + Создать

Найдено: 0 ↑↓ ID Первая Последняя

**Сайт** \*

Описание

Дополнительный идентификатор: \* website

Сохранить ×

Каждая точка может быть привязана только к одному каналу. При этом у канала может быть несколько точек контакта:

**Точки контакта**

Поиск...  + Создать

Найдено: 2 ↑↓ ID Первая 1 Последняя

#4 **Социальные сети** 

 social\_media | обновлено 16 дек. 2021 в 13:31 пользователем Pol Zak

---

#2 **Сайт** 

 website | обновлено 16 дек. 2021 в 13:30 пользователем Pol Zak

## Дополнительные поля

Дополнительные поля задаются для таких сущностей, как [заказ](#), позиция заказа, [продукт](#) и SKU. В них можно хранить информацию о важных характеристиках товара — цвет, размер, объем, материал, модель, вес и т. д.

Введите имя и дополнительный идентификатор поля, который будет использоваться в [API-запросах](#). Дополнительный идентификатор **нельзя будет изменить** после сохранения.

Выберите **тип сущности** и укажите **тип данных**, которые будут храниться в новом поле:

- целое число
- число с точкой

- строка
- boolean
- список
- дата

Настройки дополнительного поля

**Цвет** \*

Дополнительный идентификатор: \* color

Тип сущности ? \*

Тип данных ?

Заказ  
 Позиция заказа  
 Продукт  
 SKU

Целое число  
 Число с точкой  
 Строка  
 Boolean  
 Список  
 Дата

Не обязательное

Есть возможность задать значение данных по умолчанию – значение будет автоматически подставляться в дополнительное поле указанной сущности.

Значение данных по-умолчанию

 Можно ввести значение по-умолчанию, используемое в дополнительном поле.

Значение данных по-умолчанию

black

Если необходимо сделать поле обязательным для заполнения, переключите кнопку "Не обязательное" → "Обязательное":

**Цвет** \*

Обязательное

## Статусы позиций заказа

По умолчанию доступно 6 статусов позиций:

- доставляется

- обрабатывается
- новый
- возврат
- отменен
- доставлен

Также можно создать свои статусы. Например, если вам необходимо разделить процесс доставки на несколько этапов: *"Получен курьерской службой"*, *"Поступил в пункт выдачи"*, *"Передан курьеру"*.

Чтобы создать новый статус, воспользуйтесь кнопкой **"Создать"**. Затем введите имя статуса, его идентификатор и тип. Доступно 4 типа статуса:

- доставлен
- отменен
- возврат
- обрабатывается

### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

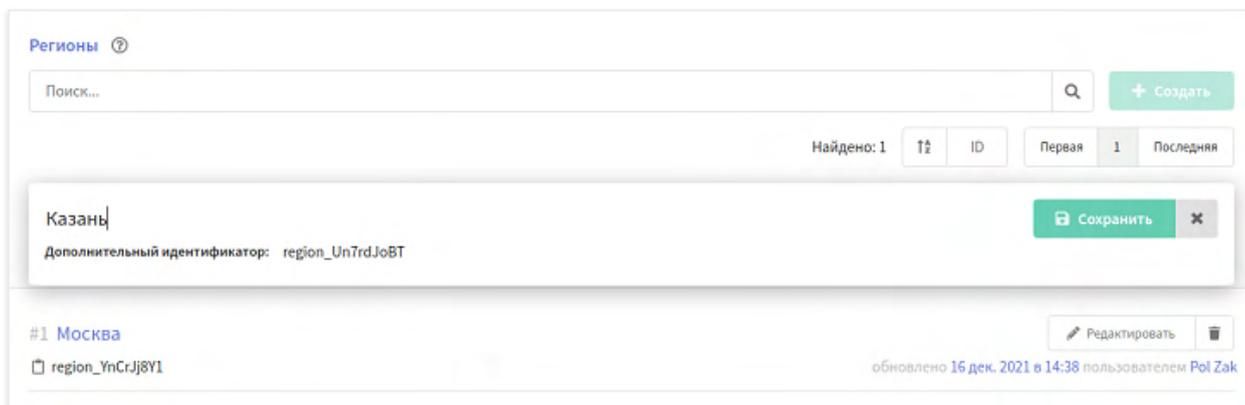
После сохранения статуса дополнительный идентификатор нельзя будет изменить.

После заполнения всех полей нажмите "**Сохранить**".

## Регионы

Регионы указываются при настройке [заказа](#). В [продуктах и SKU](#) для каждого региона можно задать региональные данные — информация о товаре, которая отличается в зависимости от региона (наличие, цена, возможность доставки и др.).

При создании региона введите его название и при необходимости отредактируйте идентификатор, который будет передаваться в [API-запросах](#). Затем нажмите "**Сохранить**":



Regions

Поиск...

Найдено: 1

Казань

Дополнительный идентификатор: region\_Un7rdJoBT

#1 Москва

region\_YnCjJ8Y1

обновлено 16 дек. 2021 в 14:38 пользователем Pol Zak

### 💡 ПОДСКАЗКА

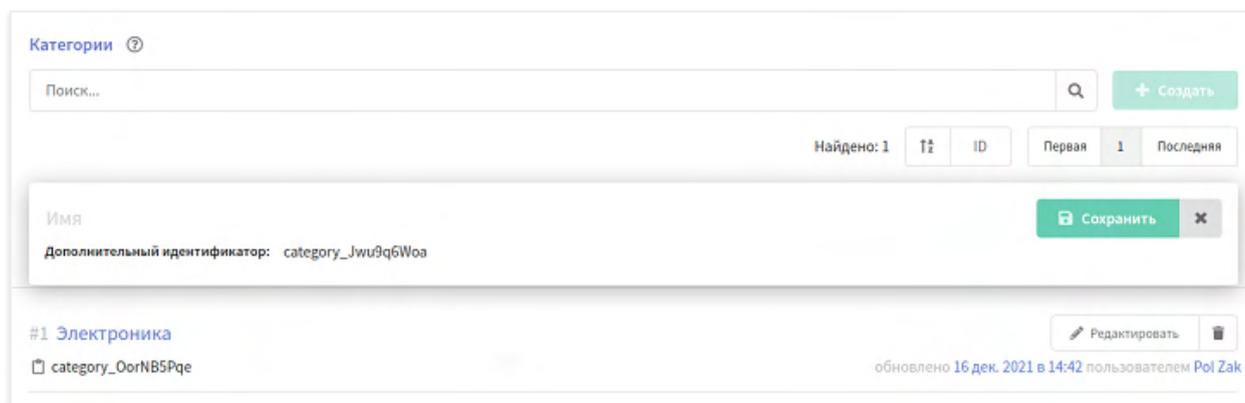
Например, вы добавляете в платформу продукт "Canon EOS". При настройке продукта вы указываете цену 15 000 RUB и добавляете для продукта несколько регионов "Москва", "Казань", "Екатеринбург", "Новосибирск" и др. Затем для каждого региона уточняете региональные данные, а именно — повышаете цену продукта для регионов "Новосибирск" и "Екатеринбург" до 16 500 RUB.

После этого вы создаете заказ. Для любого заказа можно указать регион. Цена товара изменится в зависимости от настроек региональных данных. Если вы укажете в заказе регион "Новосибирск", то цена продукта автоматически изменится на 16 500 RUB. Если же вы выберете регион "Казань", то цена останется 15 000 RUB.

## Категории

Категория — это группа товаров, которые покупатель воспринимает как схожие между собой. В категории можно объединять [продукты](#) и SKU.

Нажмите "**Создать**", чтобы создать новую категорию. Введите название категории и при необходимости измените [идентификатор](#). Затем сохраните категорию:



Категории ?

Поиск...

Найдено: 1

ID

Первая 1 Последняя

Имя

Дополнительный идентификатор: category\_lwu9q6Woa

Сохранить

#1 Электроника

category\_OorNB5Pqe

Редактировать

обновлено 16 дек. 2021 в 14:42 пользователем Pol Zak

У каждой категории может быть несколько подкатегорий. Нажмите на название категории, внутри которой хотите создать подкатеорию. Создайте и сохраните объект:

Категории / Электроника ?

Поиск... Q + Создать

Найдено: 3 ↑↓ ID Первая 1 Последняя

|   |  |
|---|--|
| #4 Электроника / Телевизоры и аксессуары    | <span>Редактировать</span> <span>Удалить</span>      |
| <input type="checkbox"/> category_Lc3qEd1iU | обновлено 16 дек. 2021 в 14:43 пользователем Pol Zak |
| #3 Электроника / Смартфоны и гаджеты        | <span>Редактировать</span> <span>Удалить</span>      |
| <input type="checkbox"/> category_UGVIH_Rvf | обновлено 16 дек. 2021 в 14:42 пользователем Pol Zak |
| #2 Электроника / Ноутбуки и планшеты        | <span>Редактировать</span> <span>Удалить</span>      |
| <input type="checkbox"/> category_xVKQ-WW5H | обновлено 16 дек. 2021 в 14:41 пользователем Pol Zak |

## Другое

На этой вкладке настраиваются валюты, используемые в маркете. Выберите необходимые валюты из выпадающего списка.

### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

При импорте из файла или через API продукт или SKU не будет импортирован, если для него указана валюта, которая не задана в поле **"Используемые валюты"**.

Настройки валют ?

 Вы можете установить валюты, используемые в системе. Выбранные валюты будут доступны для установки в продукте, SKU и заказе.

**Используемые валюты**

EUR  RUB  USD  ▼

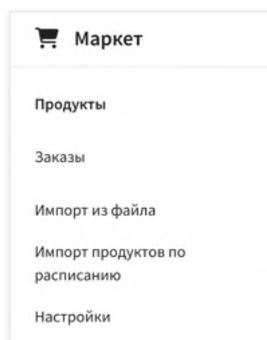
 Вы можете выбрать валюту, используемую по-умолчанию при создании продуктов, SKU, заказов. Если валюта не указана, будет использоваться первая, из списка используемых, валюта.

**Валюта по-умолчанию**

RUB ▼

Можно выбрать **валюту по умолчанию** — она будет автоматически устанавливаться при создании продуктов, SKU и заказов.

# Продукты



**Продукты** — это товар или услуга для продажи. Для каждого продукта создается отдельная карточка с названием, описанием, изображением и другими данными о товаре. В один продукт можно добавить несколько SKU (модификатор товара).

Чтобы начать работу с продуктами, откройте раздел **"Маркет"** → **"Продукты"**.

Создать продукт или SKU можно несколькими способами:

1. [Вручную](#)
2. [Импорт продукта из файла](#)
3. [Импорт через фид по расписанию](#)
4. [Импорт через API](#)



## Создание продукта вручную

В этой статье описывается, как создать продукт или SKU вручную в платформе Altcraft. Заполните основную информацию о товаре, выберите категорию и укажите регион. Подробнее.



## Импорт продукта из файла

В этой инструкции описывается, как загрузить данные о товаре из файла в маркет Altcraft Platform. Подробнее.



## Импорт по расписанию

В этой инструкции описывается, как загрузить данные о товаре из фида в маркет Altcraft Platform и настроить синхронизацию по расписанию.



## Подготовка YML-файла

Данная статья посвящена YML-файлам, их структуре и параметрам. Данная информация необходима для подготовки файлов с товарами или настройки синхронизируемого фида.

# Создание продукта вручную

В этой статье описывается, как создать продукт или SKU вручную в маркете Altcraft. Чтобы начать работу, перейдите в раздел "**Продукты**" и нажмите кнопку "**Создать**" в верхней панели.

## Основная информация о продукте

При создании нового продукта необходимо указать его **название** и **дополнительный идентификатор**. Идентификатор может состоять только из цифр и латинских букв. Максимальная длина — 20 символов.

Остальные поля не являются обязательными для заполнения:

- **ссылка на продукт** – URL страницы товара на сайте магазина
- **изображения** товара
- **описание**
- **доступен/недоступен** – есть ли товар в наличии
- **теги** для быстрого поиска
- **производитель** – название производителя
- **цена** (выберите [валюту](#)) – актуальная цена товара
- **старая цена**
- **количество** товара доступного для продажи
- **срок годности** или службы (в сутках)
- **штрихкод** товара от производителя в одном из форматов (EAN-13, EAN-8, UPC-A, UPC-E), можно добавлять несколько штрихкодов.
- **доставка** – возможность курьерской доставки (по всем регионам, в которые доставляет магазин).
- **гарантия** – есть или нет у товара официальной гарантии производителя

**Xiaomi 11T** \*

<https://example.com>

Доступен
Применить
Сохранить





Производитель: **xiaomi\_11T**

**Цена**

44 990 Р RUB ▾

**Старая цена**

НЕИЗВЕСТНО

**Количество товара**

10

**Срок годности**

НЕИЗВЕСТНО Сут.

**Штрихкод**

+ добавить

Доставка доступна 🔗

Гарантия есть 🔗

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Integer lacinia at urna sit amet vestibulum. Maecenas mattis eleifend augue sit amet accumsan. Sed varius odio leo, eget lobortis justo vehicula eu. Quisque imperdiet tristique iaculis. Maecenas blandit eleifend massa, a posuere urna aliquet at. Sed nec nisl quis velit efficitur sagittis nec id nisl. Phasellus laoreet volutpat odio, in rhoncus nibh.

## Дополнительные поля

Заполните дополнительные поля продукта. В них можно записывать важные характеристики товара — цвет, размер, объем, материал, вес, модель и т. д.

**Дополнительные поля**

|                                    |                                  |                                   |
|------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|
| <b>Цвет</b>                        | <b>NFC</b>                       | <b>Аккумулятор</b>                |
| <input type="text" value="black"/> | <input type="text" value="Yes"/> | <input type="text" value="5000"/> |

Дополнительные поля создаются в разделе "[Настройки](#)".

## Категории

Укажите категории для продукта, нажав на кнопку "**Выбрать**":

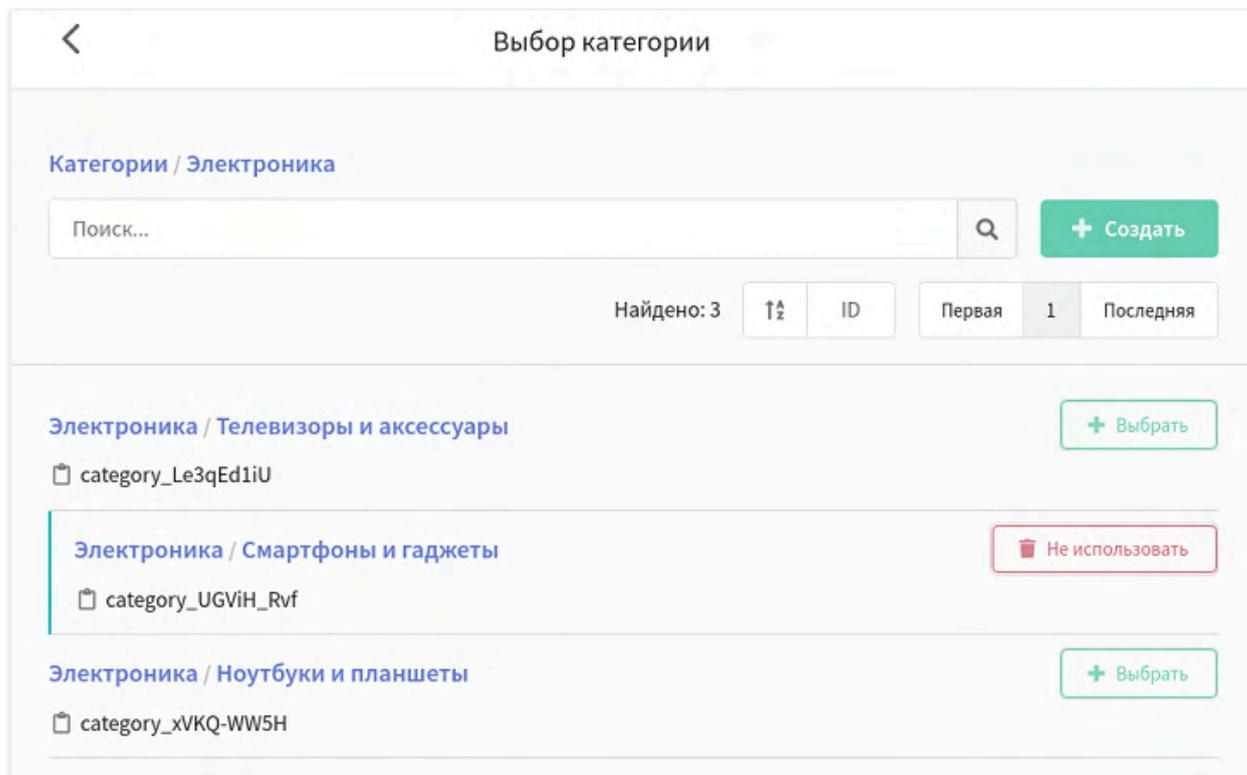
**Категории**

🔍 **Выбрать**

Смартфоны и гаджеты 🗑️

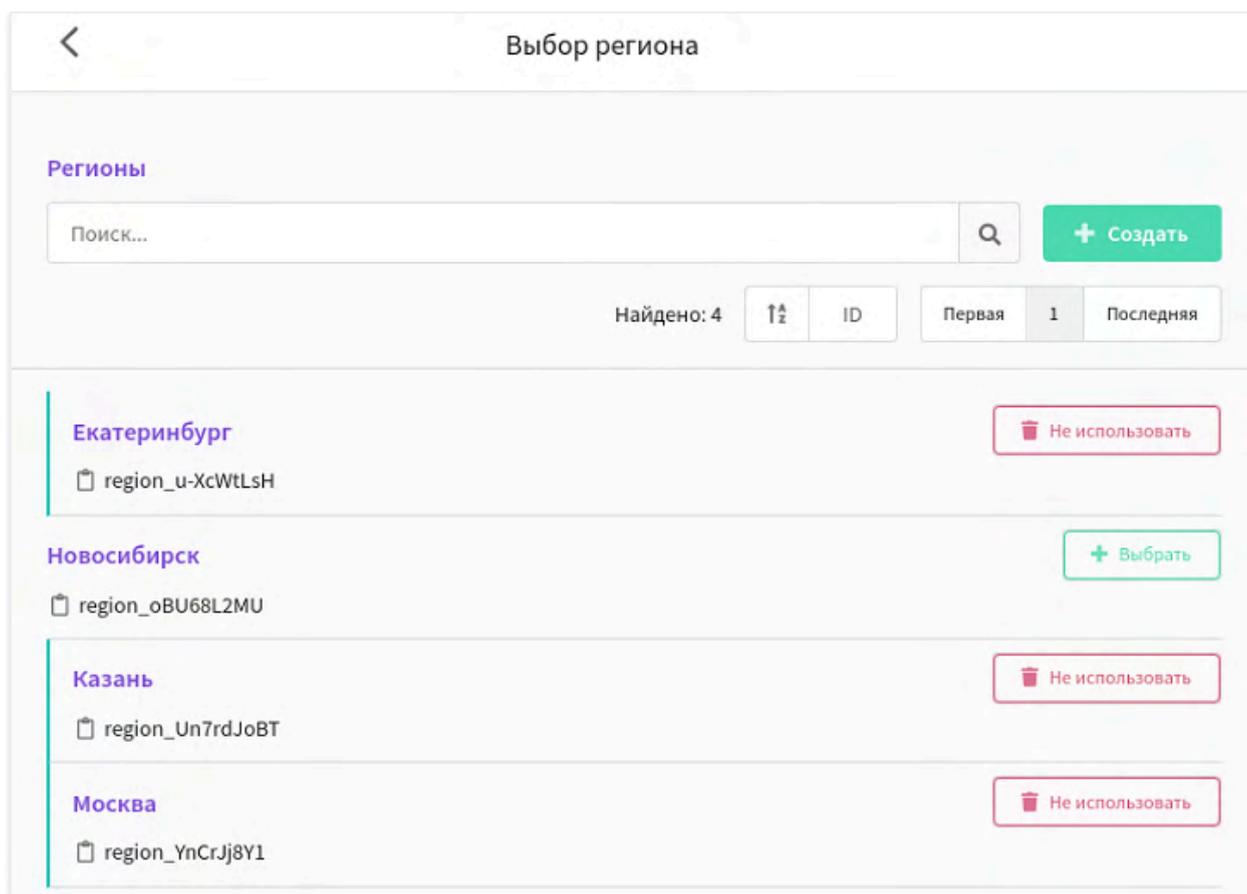
Категории создаются в [настройках](#) маркета. Вы можете быстро перейти в этот раздел прямо из окна создания продукта, кликнув "**Создать**".

Если вы уже создали необходимые категории, добавьте в них продукт с помощью кнопки "**Выбрать**":



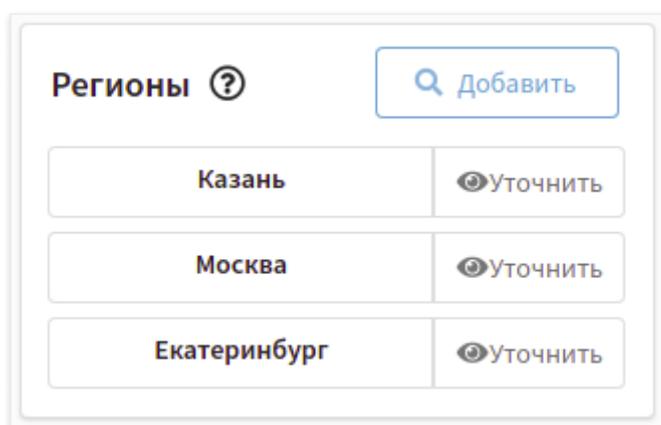
## Регионы

Добавьте [регионы](#), где возможна продажа продукта:



Параметры продукта можно изменять в зависимости от региона. Например, если вы не осуществляете доставку в Казань, измените параметр "Доставка доступна" для этого региона.

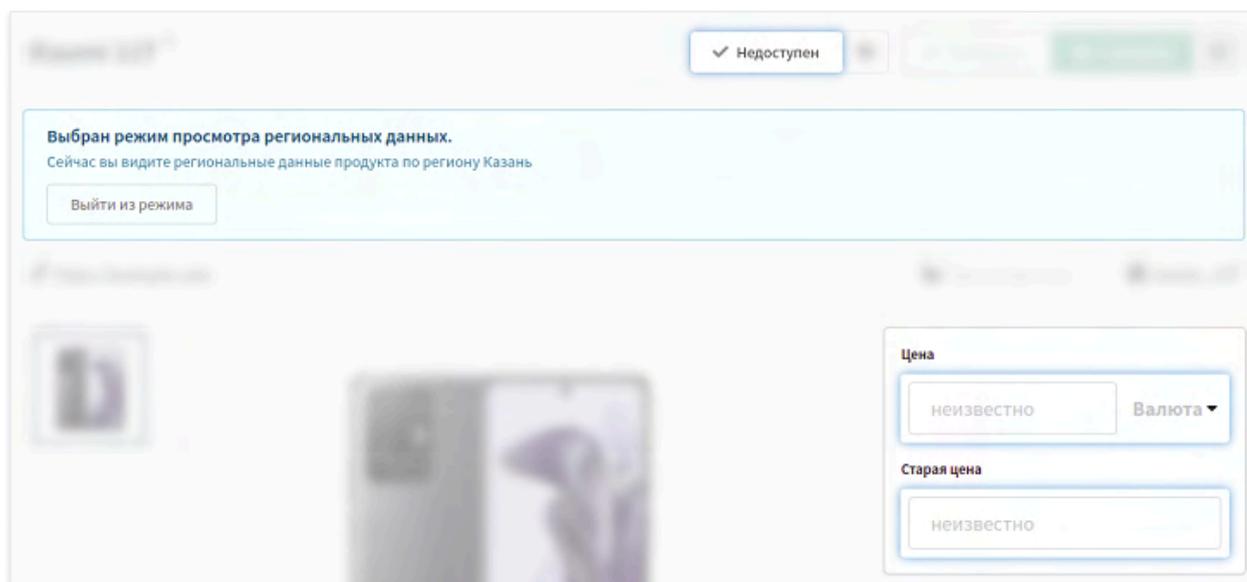
Чтобы отредактировать информацию о продукте для конкретного региона, нажмите "**Уточнить**" – и вы перейдете в режим просмотра региональных данных:



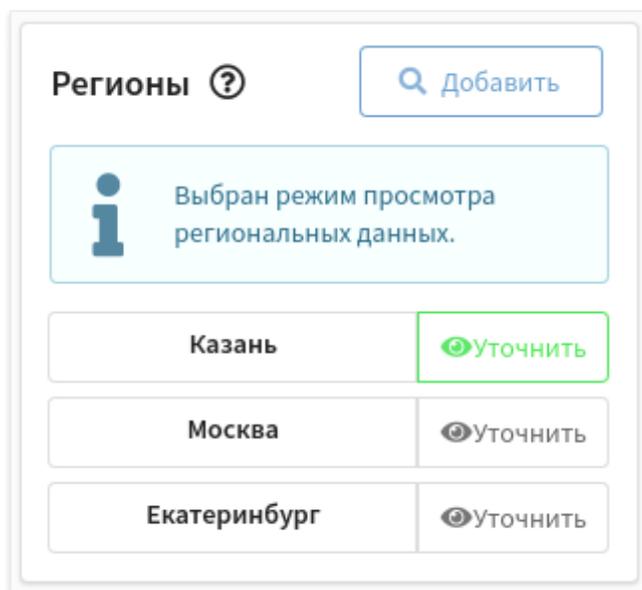
В этом режиме вы можете изменить следующую информацию о продукте:

- доступен или недоступен продукт для региона;
- цена;

- старая цена;
- возможность доставки в регион;
- дополнительные поля.



После заполнения региональных данных нажмите **"Уточнить"** напротив конкретного региона, чтобы сохранить изменения:



# SKU

## 💡 ПОДСКАЗКА

**SKU** — это модификатор продукта, т.е. группа товаров, которая выделяется в одном продукте по некоторым параметрам (цвет, размер, вес, модель, комплектация и т.д.). SKU привязывается к определенному продукту и не может существовать без него.

The screenshot shows a web interface for managing SKUs. At the top, there is a search bar with the text "Поиск...", a search icon, a refresh icon, a filter icon, and a green button labeled "+ Создать". Below the search bar, it says "Найдено: 2" and there are sorting options: "ID", "Первая", "1", and "Последняя". The main content area displays two items:

- #2 Xiaomi 11T 8ГБ + 256ГБ** (Доступен)
  - Цена: 49 990 RUB
  - SKU: xiaomi\_11t\_256gb
  - Доставка доступна
- #1 Xiaomi 11T 8 ГБ + 128 ГБ** (Доступен)
  - Цена: 44 990 RUB
  - SKU: xiaomi\_11t\_128gb
  - Доставка недоступна

Процесс создания SKU аналогичен созданию продукта:

- введите название и дополнительный идентификатор;
- заполните карточку товара (ссылка, изображение, производитель, цена, доставка, гарантия и др. данные);
- добавьте SKU в определенную категорию товаров;
- добавьте регионы и укажите для каждого из них свои региональные данные;
- заполните дополнительные поля.

SKU > Редактировать

Группы доступа Главная

### Xiaomi 11T 8ГБ + 256ГБ \*

Ссылка на продукт

Производитель xiaomi\_11t\_256gb

Доступен

Применить Сохранить X

Цена 49 990 Р RUB

Старая цена НЕИЗВЕСТНО

Количество товара НЕИЗВЕСТНО

Срок годности НЕИЗВЕСТНО Сут.

Штрихкод + Добавить

Доставка доступна ⓘ

Гарантия есть ⓘ

Pellentesque aliquam condimentum eros, id vehicula turpis mattis et. Mauris malesuada urna ac nibh volutpat accumsan. Nulla ex massa, molestie in dignissim vel, ornare et libero.

После завершения настройки не забудьте сохранить продукт. Теперь вы можете использовать продукт или его SKU при [создании заказа](#).

# Импорт продукта из файла

В этой статье описывается, как загрузить данные о товарах из файла в маркет платформы Altcraft. Товары в Маркете представлены двумя сущностями: **продукты** и **SKU**.

**Продукт** — это товар или услуга для продажи. **SKU** — это модификатор продукта, т.е. группа товаров, которая выделяется в одном продукте по некоторым параметрам (цвет, размер, вес, модель, комплектация и т.д.).

SKU привязывается к определенному продукту и не может существовать без него. Например, Apple iPhone 12 — это продукт, а Apple iPhone 12 64GB и Apple iPhone 12 128GB — это его SKU.

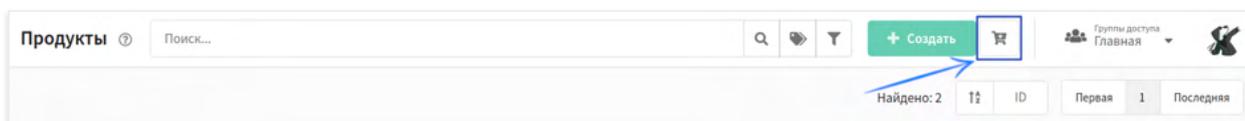
Для загрузки данных о товарах в платформу можно использовать **файл в формате yml** или **.zip/.tar.gz архив**, содержащий yml-файлы.

## ⓘ К СВЕДЕНИЮ

Формат **YML (Yandex Market Language)** — это формат данных для товарных платформ, разработанный Яндексом. Подробную информацию о структуре yml-файла, о его параметрах и свойствах, а также примеры готовых yml-фидов с товарами, можно найти [здесь](#).

## Загрузка файлов в платформу

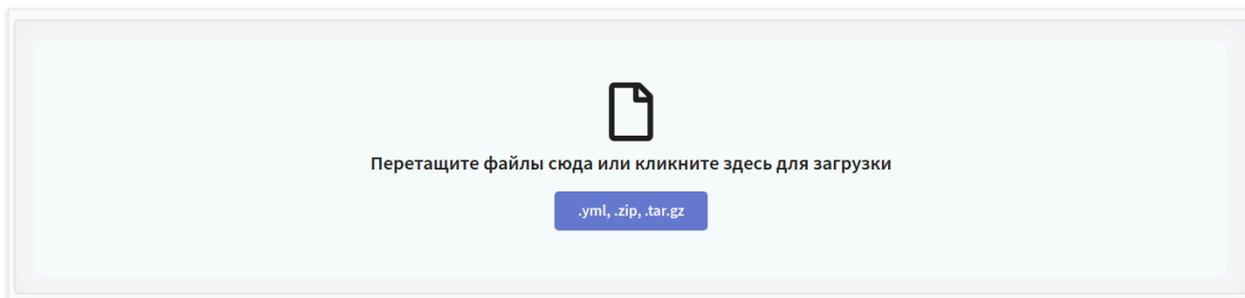
Чтобы импортировать продукт или SKU из файла, нажмите на иконку  в верхней панели, а затем выберите, что именно хотите импортировать: продукт или SKU.



### 💡 ПОДСКАЗКА

Если вы храните данные о продуктах и данные о SKU в одном файле, вам не потребуется редактировать его. В процессе импорта будут загружены данные только той сущности, которую вы выберете.

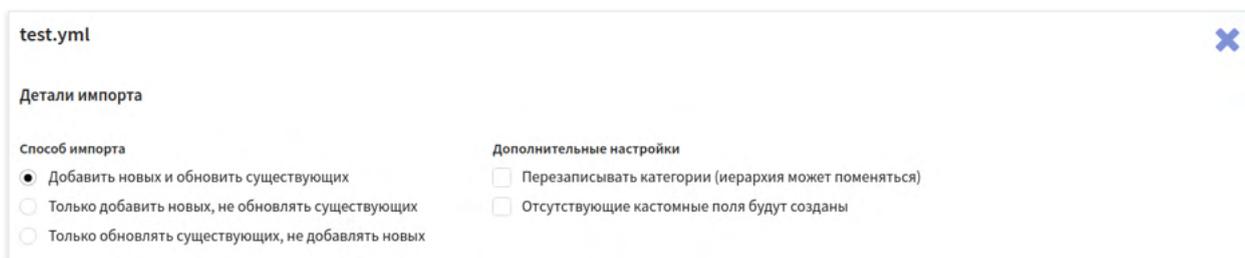
Нажмите на область загрузки и выберите файл на своем устройстве:



## Детали импорта

Укажите **способ импорта** – он будет зависеть от того, добавляете вы данные о новых товарах или обновляете товары, которые уже есть в маркете:

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



В блоке **Детали импорта** активируются дополнительные опции:

- **Перезаписывать категории** (иерархия категорий может измениться)
- **Отсутствующие кастомные поля будут созданы** – в платформе автоматически сгенерируются **дополнительные поля** для элемента `param` в `yaml`-файле. Altcraft подберет колонки для элементов `param`, если их наименование будет такое же, как у дополнительных полей в маркете.

## Сопоставление системных полей

В этом блоке вы можете настроить импорт дополнительной информации о товаре в платформу.

Целевая колонка — это дополнительное поле в маркете, которое создаётся в разделе "[Настройки](#)".

Колонка источника — это дополнительные поля в структуре yml-файла.

| Сопоставление системных полей продукта |                   |                          |
|--|-------------------|--------------------------|
| Целевая колонка                        | Колонка источника | Игнорировать пустые      |
| Дополнительное поле продукта           | Поле YML          | <input type="checkbox"/> |
| Вес                                    | weight            | <input type="checkbox"/> |
| Дополнительное поле продукта           | Поле YML          | <input type="checkbox"/> |
| Размер                                 | dimensions        | <input type="checkbox"/> |
| <a href="#">+ Добавить</a>             |                   |                          |

На этом настройка импорта завершена. Запустите процесс, нажав кнопку "**Импортировать**" в верхней панели. Результат импорта вы можете посмотреть в разделе "**Задания**".

# Импорт по расписанию

В этой статье описывается, как настроить синхронизацию продуктов и SKU в Маркете с данными вашего товарного фида. Данная функция позволяет не загружать новый yml-файл каждый раз, когда ваш фид обновляется.

После настройки импорта новая информация о продуктах будет автоматически подгружаться в Маркет по указанному расписанию. Информация будет подгружаться из yml-фида с товарами, на который будет необходимо указать ссылку.

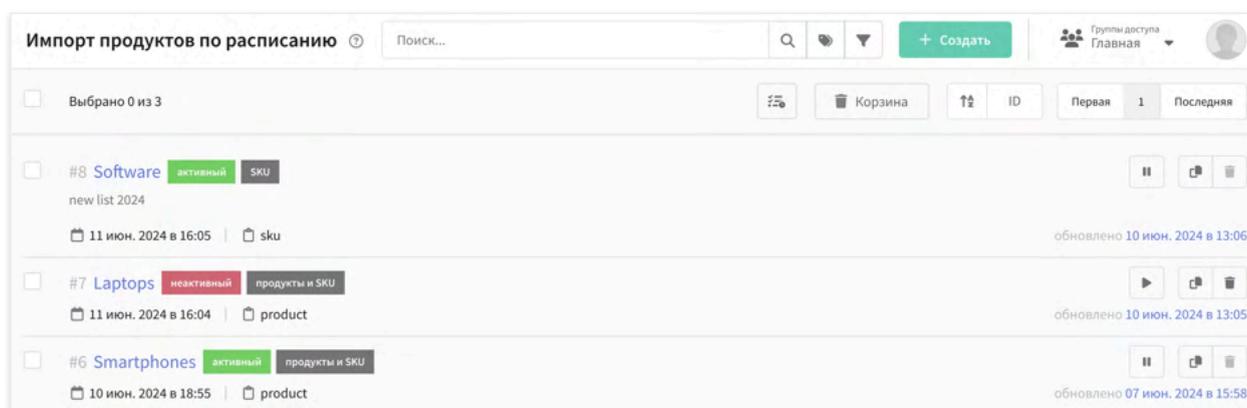
## ⚠ К СВЕДЕНИЮ

Формат YML (Yandex Market Language) — это формат данных для товарных платформ, разработанный Яндексом. Подробную информацию о структуре yml-файла, о его параметрах и свойствах, а также примеры готовых yml-фидов с товарами, можно найти [здесь](#).

## Шаг 1. Создайте новый импорт

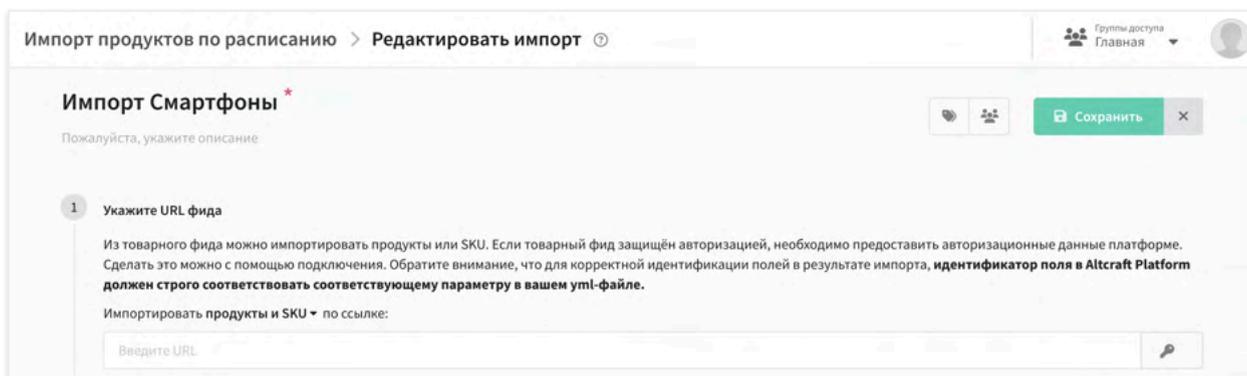
Перейдите в раздел **"Маркет"**, выберите **"Импорт продуктов по расписанию"**. Перед вами появится список существующих импортов с указанием краткой информации о них. Здесь же вы можете запустить, приостановить, клонировать или удалить импорт.

Для того, чтобы создать новый импорт, нажмите кнопку **"Создать"** в правом верхнем углу:



## Шаг 2. Укажите URL фида

В соответствующее поле вставьте URL-адрес вашего фида. В пункте **"Импортировать продукты и SKU по ссылке"** можно выбрать то, какой тип объектов будет загружаться из фида — продукты и их SKU или только SKU. В первом случае платформа вначале импортирует все продукты, а потом добавит все соответствующие SKU, во втором — новые продукты будут полностью проигнорированы, а SKU будут загружаться для уже существующих продуктов:

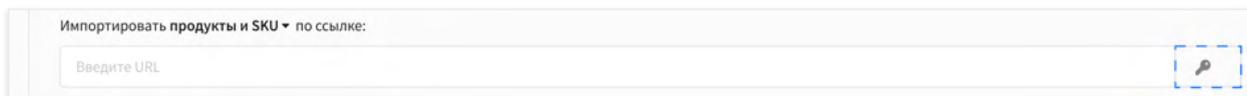


### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Если в вашем товарном фиде есть поля, которые не предусмотрены по умолчанию в Маркет платформы, то убедитесь, что вы создали соответствующие дополнительные поля в [Настройках маркета](#), иначе импорт пройдет с ошибками.

## Выбор подключения

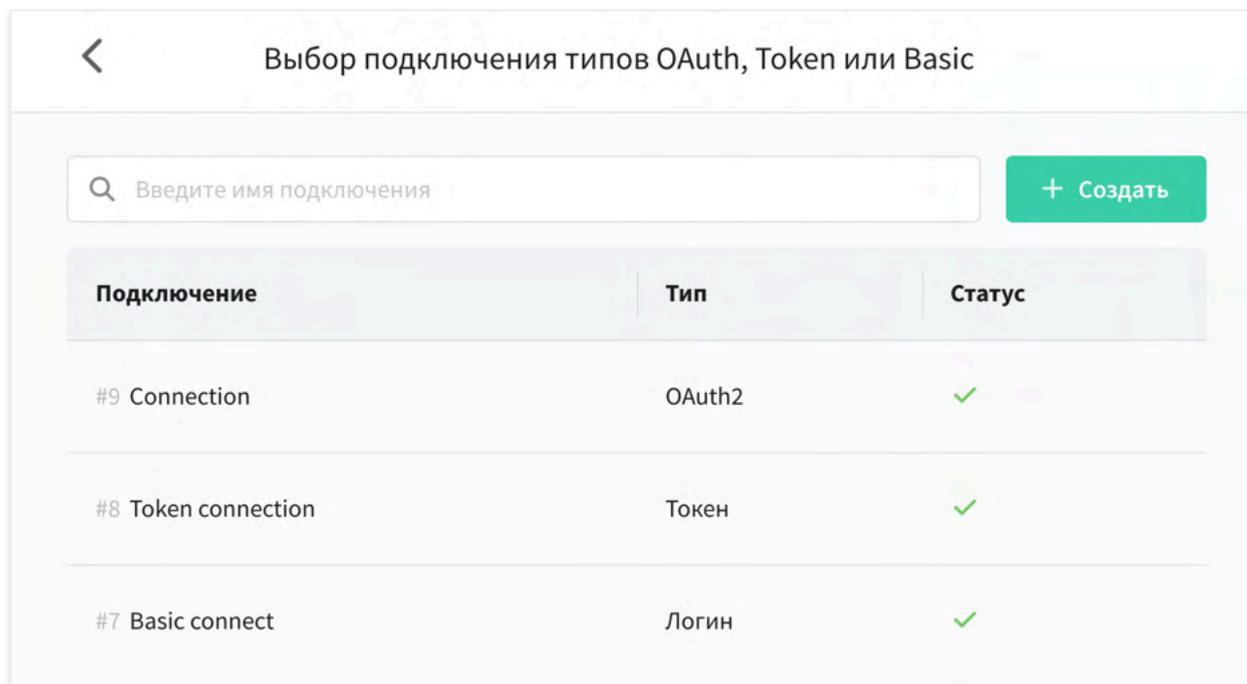
В случае, если ваш товарный фид защищен авторизацией, вам нужно добавить к импорту **подключение**. Сделать это можно, нажав на кнопку с ключом:



Перед вами появится окно выбора подключения. На платформе Altcraft существует три типа подключений для авторизации:

- **OAuth2** — протокол авторизации, позволяющий выдать одному сервису (приложению) права на доступ к ресурсам пользователя на другом сервисе. При этом пользователю не надо доверять приложению логин и пароль.

- **Basic Authentication** — протокол HTTP-аутентификации, использующий логин и пароль для получения доступа к защищенной информации.
- **Token Authentication** — протокол аутентификации, использующий специальный токен, который предоставляется пользователю после успешной аутентификации для доступа к защищенным ресурсам.



Если подключения отсутствуют, вы можете создать новое прямо в этом окне. Для этого нажмите **+ Создать** и выберите тип подключения: **OAuth2**, **Basic Authentication** или **Token Authentication**. Заполните требуемые поля и нажмите **"Сохранить"**.

#### 💡 ПОДСКАЗКА

Более подробная информация о создании и настройке подключения доступна в разделе **"Подключения"**.

## Шаг 3. Настройте расписание импорта

Из выпадающего меню выберите план расписания и настройте в зависимости от того, насколько часто вы хотите обновлять список продуктов. Для каждого плана расписания можно установить часовой пояс для расчёта. Также можно указать дату деактивации импорта:

2 Настройте расписание импорта

⌚ **Время**

Запустить 1 раз в день ▾ в 11:30 ⌚ использовать Часовой пояс аккаунта(Europe/Moscow) ▾

📅 **Дни и месяцы**

Запустить ежедневно ▾ каждый месяц ▾

Деактивировать расписание после указанной даты

## Шаг 4. Укажите дополнительные настройки

После настройки основных параметров вы можете указать необходимые дополнительные опции:

- **Указать регион для товаров** — устанавливает регион для импортированных продуктов. Регион должен быть создан на платформе заранее.
- **Перезаписывать категории (иерархия может измениться)** — категории товаров будут перезаписаны в соответствии с содержанием фида.
- **Обнулять количество товаров, отсутствующих в товарном фиде, если оно известно в платформе** — если в фиде не указан какой-либо товар, то его количество на платформе станет равно 0.
- **Обнулять количество товаров, если оно не указано в фиде, но известно в платформе** — если в фиде не указано количество товара, то его количество на платформе станет равно 0.

3 **Дополнительные настройки**

Вы можете определить дополнительные настройки импорта и действия с полями товаров.

Указать регион для товаров

Перезаписывать категории (иерархия может изменяться)

Обнулять количество товаров, отсутствующих в товарном фиде, если оно известно в платформе

Обнулять количество товаров, если оно не указано в фиде, но известно в платформе

## Шаг 5. Сохранение и запуск импорта

Для сохранения созданного импорта нажмите кнопку **"Сохранить"**. Вы попадете на страницу обзора вашего импорта:

#6 Smartphones Неактивен

В контекстном меню доступны следующие функции:

- редактировать импорт
- запустить и активировать импорт прямо сейчас (помимо расписания)
- активировать/деактивировать импорт
- назначить тег
- назначить [группы доступа](#) к данному импорту
- удалить импорт

После первого запуска в таблице ниже появится история импорта и информация о добавленных товарах. Там же можно посмотреть статус и количество ошибок, возникших в ходе импорта. Для того чтобы переключить тип отображаемых данных (данные о продуктах или данные о SKU), активируйте переключатель "Продукты/SKU":

#6 Smartphones Активен

Последний запуск ✓ завершён

Всего товаров

# 100

- Обновлено 99
- Добавлено 1
- Пропущено 0

|                  |                    |                  |
|------------------|--------------------|------------------|
| Старт запуска    | Завершение запуска | Следующий запуск |
| 07-06-2024 18:58 | 07-06-2024 18:58   | 08-06-2024 18:55 |

**Настройки импорта**

Общая информация

- ugrugu.yml
- Не выбран

Расписание

- В 18:55
- Ежедневно каждый месяц

**История импортов** Продукты/SKU

| Старт            | Завершение       | Продукты |           |           |           | Категории |           | Статус  | Ошибки |
|------------------|------------------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|---|--------|
|                  |                  | Всего    | Добавлено | Обновлено | Пропущено | Добавлено | Обновлено |   |        |
| 07-06-2024 18:58 | 07-06-2024 18:58 | 100      | 1         | 99        | -         | -         | 3         | <span style="color: green;">✓</span> завершён | 0      |

# Подготовка YML-файла

Товары в Маркете представлены двумя сущностями: продукты и SKU.

**Продукт** — это товар или услуга для продажи. **SKU** — это модификатор продукта, т.е. группа товаров, которая выделяется в одном продукте по некоторым параметрам (цвет, размер, вес, модель, комплектация и т.д.).

Для загрузки данных о товарах в платформу используется **файл в формате yml** или **.zip/.tar.gz архив**, содержащий yml-файлы. В случае, если вы настраиваете импорт по расписанию, вы должны указать ссылку на yml-файл.

Формат YML (Yandex Market Language) — это формат данных для товарных платформ, разработанный Яндексом. Ознакомиться с его полной структурой вы можете по [этой ссылке](#).

Структура таких файлов выглядит следующим образом:

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<yml_catalog date="2017-02-05 17:22">
  <shop>
    ...
    <offers>
      ...
    </offers>
    <gifts>
      ...
    </gifts>
    <promos>
      ...
    </promos>
  </shop>
</yml_catalog>
```

Список всех товаров для импорта передаётся в элементе `offers` (предложения магазина). Этот элемент, в свою очередь, содержит элементы `offer`.

### 💡 ПОДСКАЗКА

Больше информации об элементе `offer` вы найдёте [здесь](#).

Каждый продукт и SKU описывается в отдельном элементе `offer`. Для элемента указывается атрибут `id`, уникальный для каждого товара:

#### Offer для продуктов

```
<offer id="9012">
  <!-- данные продукта #1 -->
</offer>
<offer id="9013">
  <!-- данные продукта #2 -->
</offer>
```

Структура файлов для импорта продукта и для импорта SKU практически не отличается. Единственное отличие — при импорте SKU для элемента `offer` указывается не только `id`, но также `group_id` — идентификатор продукта. Это обусловлено тем, что SKU всегда привязывается к определенному продукту.

#### Offer для SKU

```
<offer id="1001" group_id="9012">
  <!-- данные SKU #1 в продукте #1 -->
</offer>
<offer id="1002" group_id="9012">
  <!-- данные SKU #2 в продукте #1 -->
</offer>
```

### ⚠️ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Обратите внимание, SKU — это различные вариации одного продукта, поэтому значение атрибута `group_id` должно быть одинаковым для всех SKU одного продукта.

# Структура элемента offer

## Атрибуты offer

Пример записи атрибута:

```
<offer id="iphone12" available="true">
```

| Элемент   | Пример        | Обязательный              | Описание  |
|-----------|---------------|---------------------------|---|
| id        | apple12_128gb | Да                        | Дополнительный идентификатор продукта или SKU.  |
| group_id  | iphone12      | Да, если импортируете SKU | Элемент объединяет все SKU, которые являются вариациями одного продукта и должен иметь одинаковое значение. |
| available | true          | Нет                       | Товар есть в наличии или нет.   |

## Стандартные поля

Стандартные поля — это поля, которые уже встроены в маркет Altcraft Platform. Они отображаются в [карточке продукта](#) или SKU.

| Элемент    | Пример   | Обязательный | Описание   |
|------------|--|--------------|--|
| name       | Apple iPhone 12 128GB                            | Да           | Название продукта или SKU  |
| vendor     | Apple  | Нет          | Название производителя   |
| url        | http://best.seller.ru/product_page.asp?pid=12348 | Нет          | URL страницы товара на сайте магазина.   |
| price      | 71990  | Да           | Актуальная цена товара.  |
| oldprice   | 72990  | Нет          | Старая цена товара, должна быть выше текущей.  |
| currencyId | RUB  | Да           | Идентификатор валюты, в которой указана цена товара. Валюта должна быть задана в <a href="#">настройках маркета</a> , иначе товар не будет импортирован. |
| categoryId | 102  | Нет          | Идентификатор категории товара.  |

| Элемент               | Пример   | Обязательный | Описание   |
|-----------------------|--|--------------|--|
|                       |  |              | <p>Через yml файл можно добавлять категории и подкатегории в маркет. Код ниже добавляется в элемент <code>ym1_catalog</code> и создаёт категорию "Смартфоны" и две подкатегории "Apple" и "Xiaomi".</p> <pre>&lt;categories id="1"&gt;   &lt;category id="101"   parentId="1"&gt;Смартфоны&lt;/category&gt;   &lt;category id="102"   parentId="1"&gt;Apple&lt;/category&gt;   &lt;category id="102"   parentId="1"&gt;Xiaomi&lt;/category&gt; &lt;/categories&gt;</pre> |
| picture               | <code>https://example.com/img/apple_phone_128.png</code> | Нет          | URL-адрес изображения товара   |
| delivery              | <code>false</code>                                       | Нет          | Доставка доступна или нет  |
| manufacturer_warranty | <code>true</code>  | Нет          | Гарантия производителя   |
| barcode               | <code>0156789012</code>                                  | Нет          | Штрихкод   |

## Дополнительные поля

Дополнительные поля — это стандартные элементы в структуре yml-файла, для которых по умолчанию не предусмотрены поля в маркете Altcraft Platform.

Прежде, чем импортировать товары с этими полями, необходимо предварительно создать дополнительные поля в разделе "[Настройки](#)". Далее при импорте настройте **сопоставление системных полей**.

| Элемент    | Пример                 | Обязательный | Описание   |
|------------|------------------------|--------------|--|
| type       | <code>book</code>      | Нет          | Особый тип товара. Является атрибутом элемента offer.                                      |
| store      | <code>true</code>      | Нет          | Возможность купить товар без предварительного заказа.                                      |
| pickup     | <code>true</code>      | Нет          | Возможность самовывоза из пунктов выдачи (во всех регионах, в которые доставляет магазин). |
| vendorCode | <code>A1234567B</code> | Нет          | Код производителя для данного товара.  |

| Элемент           | Пример                 | Обязательный | Описание   |
|-------------------|------------------------|--------------|--|
| model             | 3811                   | Нет          | Модель товара.   |
| sales_notes       | Необходима предоплата. | Нет          | Условия продажи товара. Используется, когда необходимо сообщить об ограничениях при заказе (минимальная сумма заказа, минимальное количество товаров или необходимость предоплаты) |
| country_of_origin | Россия                 | Нет          | Страна производства товара   |
| downloadable      | false                  | Нет          | Продукт можно скачать.   |
| adult             | false                  | Нет          | Товар имеет отношение к удовлетворению сексуальных потребностей.   |
| weight            | 10                     | Нет          | Вес товара   |
| dimensions        | 8.27/5.31/1.73         | Нет          | Габариты товара  |

## Элементы param

Чтобы добавить в маркет поля для элементов `param`, в деталях импорта отметьте галочкой опцию **"Отсутствующие кастомные поля будут созданы"**.

Для каждого элемента будет создано новое дополнительное поле. Наименованием поля станет значение атрибута `name`.

| Элемент | Пример  | Обязательный | Описание   |
|---------|---|--------------|--|
| param   | <pre>&lt;offer&gt; &lt;!-- элементы, входящие в offer --&gt; &lt;param name="Размер экрана" unit="дюйм"&gt;27&lt;/param&gt; &lt;param name="Материал"&gt;алюминий&lt;/param&gt; &lt;param name="Wi-Fi"&gt;есть&lt;/param&gt; &lt;/offer&gt;</pre> | Нет          | <p>Все важные характеристики товара — цвет, размер, объем, материал, вес, возраст, пол, и т. д. В YML элемент offer может содержать несколько элементов param (один элемент param — одна характеристика).</p> <p><a href="#">Подробнее</a></p> |

## Примеры элемента offer

### Пример offer для продукта

При импорте файла с таким содержимым в маркет будут добавлены два продукта: `Apple iPhone 12` и `Xiaomi 12X`.

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<yml_catalog date="2017-02-05 17:22">
  <shop>
    <name>BestSeller</name>
    <company>Tne Best inc.</company>
    <url>http://best.seller.ru</url>
    <categories>
      <category id="1">Смартфоны</category>
      <category id="101" parentId="1">Apple</category>
      <category id="102" parentId="1">Xiaomi</category>
    </categories>
    <offers>
      <offer id="iphone12" available="true">
        <name>Apple iPhone 12</name>
        <vendor>Apple</vendor>
        <url>http://best.seller.ru/product_page.asp?
pid=12348</url>
        <price>83990</price>
        <oldprice>89990</oldprice>
        <currencyId>RUB</currencyId>
        <categoryId>101</categoryId>

<picture>https://example.com/img/apple_phone.png</picture>
        <delivery>true</delivery>
        <manufacturer_warranty>true</manufacturer_warranty>
        <barcode>0156789012</barcode>
        <dimensions>8.27/5.31/1.73</dimensions>
        <weight>135</weight>
        <param name="Камера">Dual 12MP</param>
        <param name="ОС">iOS 14</param>
      </offer>
      <offer id="xiaomi12" available="true">
        <name>Xiaomi 12X</name>
        <vendor>Xiaomi</vendor>
        <url>http://best.seller.ru/product_page.asp?
pid=12345</url>
        <price>62990</price>
        <oldprice>69990</oldprice>
        <currencyId>RUB</currencyId>
        <categoryId>102</categoryId>
```

```

<picture>https://example.com/img/xiaomi_phone.png</picture>
  <delivery>true</delivery>
  <manufacturer_warranty>true</manufacturer_warranty>
  <barcode>0123456789379</barcode>
  <dimensions>152,7/69,9/8,16</dimensions>
  <weight>176</weight>
  <param name="Камера">50MP</param>
  <param name="ОС">Snapdragon 870</param>
  </offer>
</offers>
</shop>
</yaml_catalog>

```

## Пример offer для SKU

При импорте из этого файла будут добавлены два SKU для продукта  
 Apple iPhone 12: Apple iPhone 12 128GB и Apple iPhone 12 256GB.

```

<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<yaml_catalog date="2017-02-05 17:22">
  <shop>
    <name>BestSeller</name>
    <company>The Best inc.</company>
    <url>http://best.seller.ru</url>
    <offers>
      <offer id="apple12_128gb" group_id="iphone12"
available="true">
        <name>Apple iPhone 12 128GB</name>
        <vendor>Apple</vendor>
        <url>http://best.seller.ru/product_page.asp?
pid=12358</url>
        <price>71990</price>
        <oldprice>72990</oldprice>
        <currencyId>RUB</currencyId>
        <categoryId>101</categoryId>

<picture>https://example.com/img/apple_phone_128.png</picture>
      <delivery>true</delivery>
      <manufacturer_warranty>true</manufacturer_warranty>
      <barcode>0156789012</barcode>
      <dimensions>8.27/5.31/1.73</dimensions>

```

```
<weight>135</weight>
<param name="Kamepa">Dual 12MP</param>
<param name="OC">iOS 14</param>
  </offer>
  <offer id="apple12_256gb" group_id="iphone12"
available="true">
    <name>Apple iPhone 12 256GB</name>
    <vendor>Apple</vendor>
    <url>http://best.seller.ru/product_page.asp?
pid=12359</url>
    <price>83990</price>
    <oldprice>89990</oldprice>
    <currencyId>RUB</currencyId>
    <categoryId>102</categoryId>

<picture>https://example.com/img/apple_phone_256.png</picture>
  <delivery>true</delivery>
  <manufacturer_warranty>true</manufacturer_warranty>
  <barcode>0156789012</barcode>
  <dimensions>8.27/5.31/1.73</dimensions>
  <weight>135</weight>
  <param name="Kamepa">Dual 12MP</param>
  <param name="OC">iOS 14</param>
  </offer>
</offers>
</shop>
</yml_catalog>
```

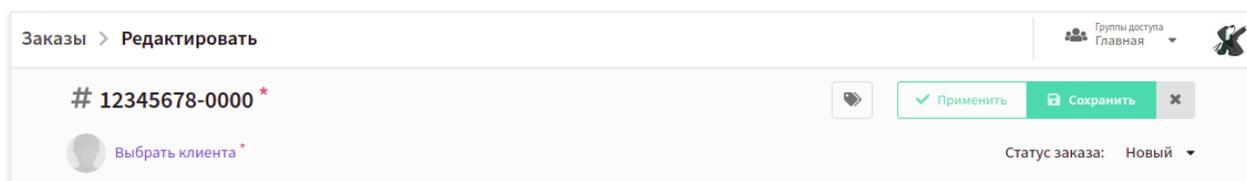
# Заказы

Раздел «**Заказы**» позволяет создавать и обрабатывать заказы, поступающие из различных точек продаж. Здесь хранится информация по уже оформленным заказам, включая их текущие статусы. Для создания нового заказа необходимо выбрать клиента и добавить в заказ [продукты](#) или SKU.

Заказ можно [импортировать через API](#) или создать вручную в интерфейсе платформы. Чтобы начать работу с заказами, перейдите в раздел "**Маркет**" → "**Заказы**".

## Выбор клиента

Для создания заказа вручную введите номер заказа. Затем укажите покупателя, кликнув "**Выбрать клиента**":



Заказы > Редактировать

# 12345678-0000 \*

Выбрать клиента \*

Статус заказа: Новый ▾

Группы доступа Главная

Применить Сохранить ✕

В новом окне выберите [канал продаж](#) и точку контакта. К каждому каналу привязывается своя база профилей. Используйте поле "**Выбор подписчика**", чтобы найти в базе нужный профиль по email, номеру телефона, кастомному полю или с помощью любого другого доступного идентификатора. Окно автоматически закроется, когда вы нажмете "**Выбрать**":

Выбор клиента

1 Точки контакта

Канал продаж  
2 - Прямые продажи

Точки контакта  
2 - Сайт

2 Выбор подписчика

email ✖ johndoe@example.com Поиск

База профилей: #26 - B2C clients

Найдено подписчиков: 1

 **John Doe**  
#26 - B2C clients  
Статус: Подписан

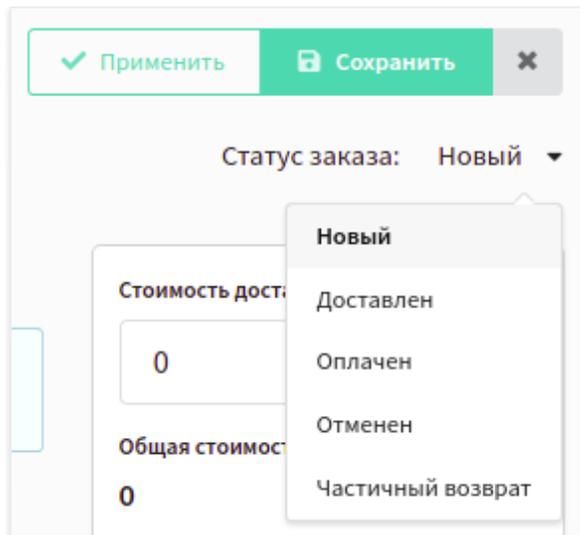
ID: 61bddfc13f62fc844058b093  
Email: johndoe@example.com

Выбрать

## Текущий статус заказа

Доступные статусы заказа:

- НОВЫЙ
- доставлен
- оплачен
- отменен
- частичный возврат



## Добавление позиции в заказ

Заказ состоит из позиций. Позициями могут быть [продукты или SKU](#). Несколько единиц одного товара в заказе считаются за одну позицию.

Чтобы добавить новые позиции в заказ, нажмите "**Добавить**":

| Позиции   |                  |         |            |              |        |          |
|---|------------------|---------|------------|--------------|--------|----------|
| Название  | Идентификатор    | Тип     | Статус     | Базовая цена | Кол-во | Сумма    |
|  Беспроводные нау...     | ega              | Продукт | неизвестно | 6 990₽       | 1      | 6990₽ ?  |
|  Xiaomi 11T 8 ГБ + 12... | xiaomi_11t_128gb | SKU     | неизвестно | 44 990₽      | 1      | 44990₽ ? |

[+ Добавить](#)

В новом окне выберите необходимые позиции:

<
Добавить позицию
>

---

**Продукты**

Поиск...

Найдено: 2



#3 Беспроводные наушники Xiaomi... Доступен

ega

Доставка доступна

Гарантия есть

Цена

Количество товара:



#1 Xiaomi 11T Доступен

xiaomi\_11T

Доставка доступна

Гарантия есть

Цена

Количество товара:

## Настройка позиции

При необходимости вы можете отредактировать каждую позицию. Для этого кликните на позицию в общем списке – справа появится окно для редактирования следующих полей:

- цена товара и дополнительный идентификатор;
- текущий [статус позиции заказа](#);
- количество товаров в позиции;
- [дополнительные поля](#).

В этом же окне вы можете **изменить продукт** или **уточнить SKU**.

< Добавить позицию

Сохранить

Продукт



#1 **Xiaomi 11T**

Базовая цена \*  
44 990 RUB

Конечная цена  
44 990 RUB

Минимальная цена  
0 RUB

Изменить продукт Уточнить SKU

Дополнительный идентификатор \*  
line\_tfbW4li45

Статусы позиций заказа  
Delivering

Количество \*  
1

Дополнительные поля

**Дополнительные поля не заданы.**  
[Перейти к созданию.](#)

## Стоимость заказа

Общая стоимость заказа показана в окне справа. Она складывается из стоимости доставки и стоимости каждой позиции товара.

Если вам необходимо пересчитать стоимость заказа, активируйте опцию "**Авто-расчет**".

# 12345678-0001 Применить Сохранить ✕

John Doe Статус заказа: Новый

### Позиции

| Название              | Идентификатор | Тип   | Статус    | Базовая цена | Кол-во | Сумма    |
|-----------------------|---------------|-------|-----------|--------------|--------|----------|
| Xiaomi 11T            | xiaomi_11T    | Товар | на складе | 49 990 Р     | 1      | 49 990 Р |
| Беспроводные наушники | наушники      | Товар | на складе | 6 890 Р      | 1      | 6 890 Р  |

+ Добавить

Дополнительные поля

Стоимость доставки: 300 Р

Общая стоимость продуктов: 51 980 Р

Скидка: 0 Р

Всего к оплате: 52 280 Р **RUB**

Авто-расчет ?

## Регион

Выберите [регион](#), где был оформлен заказ. Если вы уточняли региональные данные для продукта или SKU, то в зависимости от региона могут измениться некоторые характеристики товара (цена, значения дополнительных полей, наличие на складе).

**Регион** 🔍 **Выбрать**

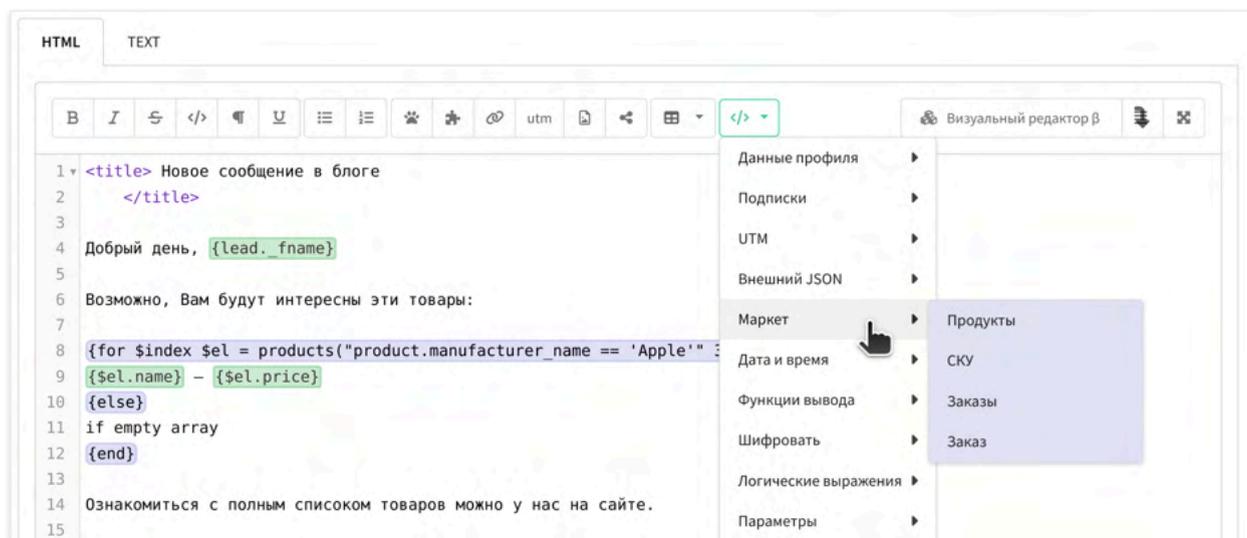
Новосибирск

Настройка заказа завершена. Сохраните его, воспользовавшись кнопками в верхней панели.

# Переменные маркета в шаблонах

Чтобы использовать информацию о заказах и товарах в рассылках, необходимо добавить переменные маркета в шаблон сообщения.

Откройте [шаблон сообщения](#) и нажмите кнопку `</>` в редакторе. В списке выберите "**Маркет**" и вставьте одну из переменных:



## 💡 ПОДСКАЗКА

Подробнее об использовании переменных маркета в сообщениях читайте в [этом разделе](#).

# Руководство: как отправить письмо подтверждения заказа

Этот гайд покажет алгоритм работы в маркете Altcraft Platform.

В качестве примера представим, что у нас есть интернет-магазин смартфонов. Покупатель заходит на сайт, добавляет товар в корзину и оформляет заказ. Наша задача — отправить ему письмо подтверждения заказа, где будет указан номер заказа и сумма к оплате.

В инструкции описаны следующие шаги:

1. Создание канала продаж и точек контакта
2. Импорт данных о продуктах и SKU с помощью xml файла
3. Настройка API-запроса для добавления данных заказа в маркет
4. Создание шаблона и подстановка данных заказа с помощью переменных
5. Настройка триггерной кампании

## Шаг 1. Настройка канала продаж

Работа в маркете начинается с создания канала продаж. Канал определяет [базу профилей](#) и точки контакта.

**База профилей** — это покупатели, которые делают заказы в определенном канале. Необходимо импортировать их данные в новую или существующую базу. Для этого воспользуйтесь импортом [из файла](#) или [через API](#).

**Точка контакта** — это площадка или инструмент, с помощью которого вы продаете клиенту товары или услуги (сайт, магазин, постабат, отдельный терминал, соцсеть, call-центр и др.). Точка контакта связывает канал продаж и заказ.

Чтобы создать канал, в главном меню перейдите в раздел **Маркет** → **Настройки**. На вкладке **Каналы продаж** создайте новый канал. Укажите:

- название канала
- дополнительный идентификатор
- базу профилей
- тип канала: онлайн или ритейл

Далее сохраните канал и снова перейдите в его настройку. Создайте точки контакта.

Обратите внимание, каждая точка может быть привязана только к одному каналу. Идентификатор точки контакта будет использоваться в API-запросе для [импорта заказа](#).

### Настройки канала продаж

**Прямые продажи \*** 🔒 👤 💾 Сохранить

Описание

Дополнительный идентификатор \*

База профилей \*

**Тип канала продаж**

**Онлайн**  
Сайт, мобильное приложение, социальная сеть и т.д.

**Ритейл**  
Магазин, постамат, касса, терминал и т.д.

**Точки контакта**

🔍 ➕ Создать

Найдено: 2 ⬆️ ID < >

|   |  |
|---|--|
| #4 <b>Социальные сети</b> <span>🗑️</span> | social_media   обновлено 16 дек. 2021 в 13:31 пользователем John Doe |
| #2 <b>Сайт</b> <span>🗑️</span>            | website   обновлено 16 дек. 2021 в 13:30 пользователем John Doe      |

## Шаг 2. Загрузка в платформу данных о товарах

Товары в Маркете представлены двумя сущностями: продукты и SKU.

#### ПОДСКАЗКА

**Продукт** — это товар или услуга для продажи. **SKU** — это модификатор продукта, т.е. группа товаров, которая выделяется в одном продукте по некоторым параметрам (цвет, размер, вес, модель, комплектация и т.д.).

SKU привязывается к определенному продукту и не может существовать без него. Например, **Apple iPhone 12** — это продукт, а **Apple iPhone 12 128GB** и **Apple iPhone 12 256GB** — это его SKU.

Добавить данные о товарах в платформу можно тремя способами:

- [создание вручную](#)
- [импорт из файла](#)
- [импорт через API](#)

Давайте импортируем товары из файла. Для этого вам необходимо подготовить файл в **формате yml**.

#### ПОДСКАЗКА

Если возникнут вопросы по импорту, читайте [подробную инструкцию](#).

Ниже показаны примеры yml-файлов:

## Продукт

Файл с таким содержимым добавит в маркет два продукта: **Apple iPhone 12** и **Xiaomi 12X**.

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<yml_catalog date="2017-02-05 17:22">
  <shop>
    <name>BestSeller</name>
    <company>The Best inc.</company>
```

```
<url>http://best.seller.ru</url>
<categories>
  <category id="10">Смартфоны</category>
  <category id="101" parentId="10">Apple</category>
  <category id="102" parentId="10">Xiaomi</category>
</categories>
<offers>
  <offer id="iphone12" available="true">
    <name>Apple iPhone 12</name>
    <vendor>Apple</vendor>
    <url>http://best.seller.ru/product_page.asp?
pid=12348</url>
    <price>83990</price>
    <oldprice>89990</oldprice>
    <currencyId>RUB</currencyId>
    <categoryId>101</categoryId>

    <picture>https://example.com/img/apple_phone.png</picture>
    <delivery>true</delivery>
    <manufacturer_warranty>true</manufacturer_warranty>
    <barcode>0156789012</barcode>
  </offer>
  <offer id="xiaomi12" available="true">
    <name>Xiaomi 12X</name>
    <vendor>Xiaomi</vendor>
    <url>http://best.seller.ru/product_page.asp?
pid=12345</url>
    <price>62990</price>
    <oldprice>69990</oldprice>
    <currencyId>RUB</currencyId>
    <categoryId>102</categoryId>

    <picture>https://example.com/img/xiaomi_phone.png</picture>
    <delivery>true</delivery>
    <manufacturer_warranty>true</manufacturer_warranty>
    <barcode>0123456789379</barcode>
  </offer>
</offers>
</shop>
</yml_catalog>
```

## SKU

Файл добавит два SKU для продукта Apple iPhone 12: Apple iPhone 12 128GB и Apple iPhone 12 256GB.

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<yaml_catalog date="2017-02-05 17:22">
  <shop>
    <name>BestSeller</name>
    <company>Tne Best inc.</company>
    <url>http://best.seller.ru</url>
    <offers>
      <offer id="apple12_128gb" group_id="iphone12"
available="true">
        <name>Apple iPhone 12 128GB</name>
        <vendor>Apple</vendor>
        <url>http://best.seller.ru/product_page.asp?
pid=12358</url>
        <price>71990</price>
        <oldprice>72990</oldprice>
        <currencyId>RUB</currencyId>
        <categoryId>101</categoryId>

        <picture>https://example.com/img/apple_phone_128.png</picture>
        <delivery>true</delivery>
        <manufacturer_warranty>true</manufacturer_warranty>
        <barcode>0156789012</barcode>
      </offer>
      <offer id="apple12_256gb" group_id="iphone12"
available="true">
        <name>Apple iPhone 12 256GB</name>
        <vendor>Apple</vendor>
        <url>http://best.seller.ru/product_page.asp?
pid=12359</url>
        <price>83990</price>
        <oldprice>89990</oldprice>
        <currencyId>RUB</currencyId>
        <categoryId>102</categoryId>

        <picture>https://example.com/img/apple_phone_256.png</picture>
        <delivery>true</delivery>
        <manufacturer_warranty>true</manufacturer_warranty>
        <barcode>0156789012</barcode>
      </offer>
    </offers>
  </shop>
</yaml_catalog>
```

```
</shop>  
</yml_catalog>
```

#### 💡 ПОДСКАЗКА

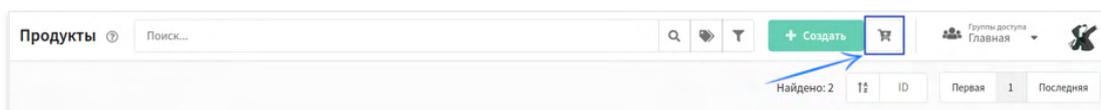
Список всех продуктов и SKU хранится в элементе **offers**. Один продукт или SKU записывается в отдельном элементе **offer**.

Для элемента **offer** указывается атрибут **id**, уникальный для каждого товара.

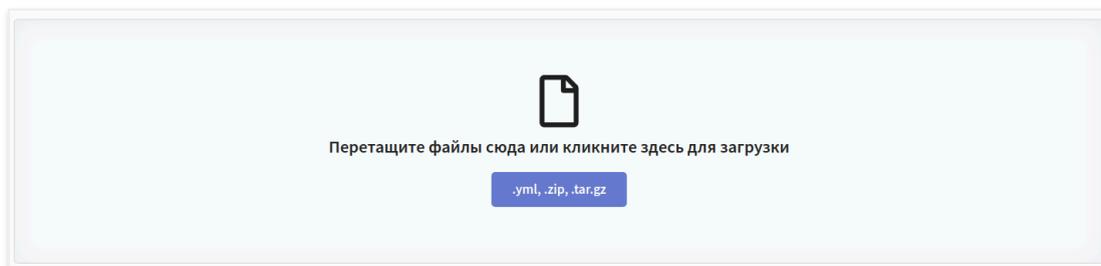
Структура yml файла для продукта и SKU практически не отличается. Единственное отличие — при импорте SKU для элемента **offer** указывается не только **id**, но также **group\_id** — идентификатор продукта.

Обратите внимание, SKU — это различные вариации одного продукта, поэтому значение атрибута **group\_id** должно быть одинаковым для всех SKU одного продукта.

Чтобы импортировать файл со списком продуктов, перейдите в раздел **Маркет** → **Продукты**. Нажмите на иконку 🛒 в верхней панели, а затем выберите, что именно хотите импортировать — продукт.



Кликните на область загрузки и выберите файл на своем устройстве:



Запустите процесс импорта, нажав кнопку "**Импортировать**" в верхней панели.

Затем импортируйте SKU, повторив все действия, описанные в этом пункте.

# Шаг 3. Настройка API запроса на добавление заказа

Когда посетитель интернет-магазина оформит заказ, необходимо отправить [API-запрос](#) в платформу с данными о заказе.

## URL-адрес

Метод: POST

`https://example.com/api/v1.1/market/orders/import`

## Параметры запроса

| Параметр             | Тип              | Пример   | Обязательный | Описание  |
|----------------------|------------------|--|--------------|---|
| token                | string           | "abcdefghijklmnopqrstu<br>vwxyz"               | Да           | API токен. Убедитесь, что для токена доступны роли, позволяющие работать с маркетом.  |
| <a href="#">data</a> | array of objects | <pre>[<br/>  {<br/>    ...<br/>  }<br/>]</pre> | Да           | Данные о заказе. <a href="#">Подробнее.</a>   |
| <b>Объект data</b>   |                  |  |              |   |
| external_id          | string           | "1234001"                                      | Да           | Идентификатор заказа  |
| matching             | string           | "email"  |              | Режим поиска подписчика. По умолчанию – email.<br><br>Для каждого типа матчинга в теле запроса необходимо передавать определенные поля. Подробнее об этих полях можно узнать <a href="#">здесь.</a> |

| Параметр            | Тип    | Пример  | Обязательный  | Описание  |
|---------------------|--------|---|---|---|
| endpoint            | string | "website"   | Да  | Идентификатор точки продажи   |
| status              | string | "new"<br>"delivered"<br>"paid"<br>"canceled"<br>"part_refunded" | Да  | Идентификатор статуса заказа  |
| total_price         | string | "71990"   | Да  | Общая стоимость заказа. Складывается из суммы каждой позиции в заказе и стоимости доставки. |
| currency            | string | "RUB"   | Да  | Валюта, в которой указана стоимость заказа.   |
| create_time         | string | "2022-04-29T12:48:23Z"  | Нет   | Время создания заказа   |
| update_time         | string | "2022-04-29T12:48:23Z"  | Нет   | Время обновления заказа   |
| lines               | array  | <pre>[   {     ...   } ]</pre>                                  | Да  | Данные о позициях заказа. Минимум одна позиция.   |
| <b>Объект lines</b> |        |   |   |   |
| external_id         | string | "line_01"   | Да  | Идентификатор позиции   |
| product             | string | "iphone12"  | Не должен присутствовать в запросе, если задан <b>sku</b>     | Идентификатор продукта  |
| sku                 | string | "apple12_128gb"   | Не должен присутствовать в запросе, если задан <b>product</b> | Идентификатор SKU   |
| base_price_per_item | string | "71990"   | Да  | Базовая цена  |

| Параметр             | Тип    | Пример  | Обязательный | Описание                    |
|----------------------|--------|---------|--------------|-----------------------------|
| min_price_per_item   | string | "71990" | Да           | Минимальная цена            |
| final_price_per_item | string | "71990" | Да           | Конечная цена               |
| count                | int    | 1       | Да           | Количество товара в позиции |

## Пример запроса

```
{
  "token": "abcdefghijklmnopqrstuvwxy",
  "data": [
    {
      "external_id": "1234001",
      "matching": "email",
      "email": "johndoe@example.com",
      "endpoint": "website",
      "status": "new",
      "total_price": "71990",
      "create_time": "2022-04-29T12:48:23Z",
      "update_time": "2022-04-29T12:48:23Z",
      "currency": "RUB",
      "lines": [
        {
          "external_id": "line_01",
          "product": "iphone12",
          "base_price_per_item": "71990",
          "min_price_per_item": "71990",
          "final_price_per_item": "71990",
          "count": 1
        }
      ]
    }
  ]
}
```

## Пример ответа

```
{
  "error": 0,
  "error_text": "",
  "result": [
    {
      "error": 0,
      "external_id": "1234000"
    }
  ]
}
```

## Возвращаемые параметры

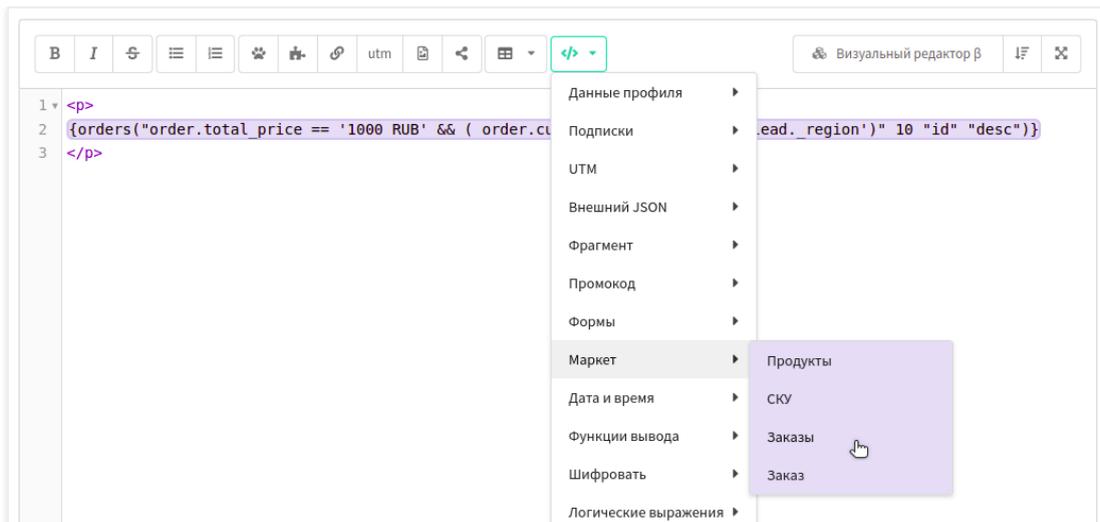
| Параметр   | Тип    | Описание   |
|------------|--------|--|
| error      | int    | Код ошибки   |
| error_text | string | Текст ошибки   |
| result     | array  | Идентификаторы заказов, которые были успешно импортированы |

## Шаг 4. Создание шаблона сообщения

Перейдите в раздел **Шаблоны**. Добавьте новый шаблон для email канала.

Чтобы использовать информацию о заказе в рассылке, необходимо добавить переменные маркета в шаблон письма. Для этого в редакторе нажмите `</>`. В списке выберите **Маркет** и вставьте переменную **"Заказы"**.

В редактор добавится паттерн функции `orders`. Эта функция выбирает заказы из списка заказов профиля.



Нам надо добавить в письмо только информацию о последнем заказе со статусом "Новый". Для этого потребуется изменить аргументы функции:

```
{orders("order.status == '1'" 1 "create_time" "desc")}
```

Функция состоит из четырех аргументов:

| Аргумент               | Пример                | Описание   |
|------------------------|-----------------------|--|
| Фильтр                 | "order.status == '1'" | Функция выберет только те заказы, которые соответствуют условию "статус заказа новый". |
| Лимит                  | 1                     | Функция выберет только первый элемент в списке заказов.                                |
| Поле для сортировки    | "create_time"         | Выбранные элементы будут отсортированы по полю "create_time" (время создания заказа).  |
| Направление сортировки | "desc"<br>"asc"       | Элементы будут отсортированы по убыванию значения в поле "create_time".                |

Функция **orders** получит массив заказов. В данном случае это будет массив с одним элементом. Используйте цикл, чтобы перебрать массив.

В шаблоне письма подставьте 2 переменные:

- `$el.external_id` — дополнительный идентификатор заказа.
- `$el.total_price` — общая сумма заказа.

```
{for $index $el = orders("order.status == '1'" 1
"create_time" "desc")
  Спасибо! Ваш заказ №{$el.external_id} подтвержден.
  К оплате: {$el.total_price}
{else}
  if empty array
{end}
```

### 💡 ПОДСКАЗКА

Подробнее о работе с переменными маркета написано в [этой статье](#). Там вы найдете информацию о полях, которые можно использовать в фильтре или подставлять в шаблон.

## Шаг 5. Настройка триггерной рассылки

Откройте раздел **Кампании** → **Триггеры**. Создайте [новую кампанию](#). Не забудьте её активировать.

The screenshot shows a configuration form for a triggered campaign. At the top right, there is a toggle switch labeled 'Активная' (Active) which is turned on. The form includes the following sections:

- Основные настройки** (Basic settings): A section header.
- Имя кампании:** (Campaign name): A text input field containing 'Подтверждение заказа' (Order confirmation).
- SUBID статистики:** (Statistics SUBID): A text input field containing 'SUBID'.
- Описание компании:** (Company description): A text area containing the text 'Письмо будет отправлено, как только в платформу будет добавлен новый заказ.' (The email will be sent as soon as a new order is added to the platform).
- Установить группу:** (Set group): A dropdown menu with two selected items: 'Отдел продаж' (Sales department) and 'Отдел маркетинга' (Marketing department).
- Теги:** (Tags): A dropdown menu with one selected tag: 'E-commerce'.

Выберите email-канал и добавьте нужный шаблон сообщения. На вкладке **Триггер** укажите:

- **Тип события:** "При изменении заказа" → "Добавление заказа". Триггер сработает, как только в маркет будет добавлен новый заказ.

- **Канал продаж:** в этом канале должна быть указана база профилей, где находятся данные покупателей вашего интернет-магазина.
- **Статус заказа:** "Новый". Триггер сработает, если в маркет будет добавлен заказ со статусом "новый".

Каналы  
Выберите канал

Подписчики  
Выберите получателей

Шаблоны  
Шаблоны сообщений

Триггер  
Условия запуска

Высокий приоритет

Тип события

При изменении заказа

Подождать дней

0

Подождать час.

0

Подождать мин.

0

Тип события:

Добавление заказа

Канал продаж:

2 - Прямые продажи

Статус заказа:

Новый ✕

Назад

Готово

Нажмите **Готово** и сохраните кампанию.

 **ПОДСКАЗКА**

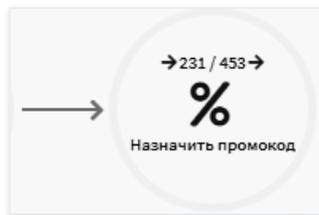
Чтобы протестировать работу триггера, вы можете [добавить заказ вручную](#).

# Программы лояльности

**Программы лояльности** используются в маркетинге 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

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.

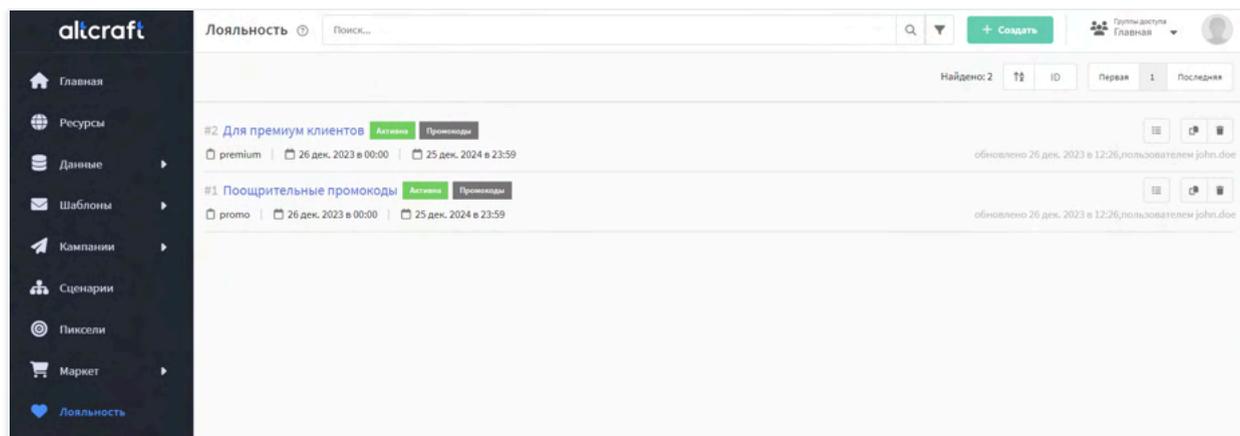
## ПОДСКАЗКА

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 перейдите в раздел **Лояльность**. Откроется список с существующими программами лояльности. Для каждой доступно контекстное меню, с помощью которого вы сможете клонировать или удалить запись, активировать или остановить программу, а также просмотреть список созданных промокодов. Для редактирования программы нажмите на её заголовок.

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**:

Основные настройки Активна

Имя программы лояльности: \*

Новая программа лояльности

Описание:

Автоматическое управление лояльностью клиентов.

Установить группу: Events ✕

Имя шаблона: \*

event

Тип программы лояльности: \*

Промокоды

Период действия: \*

2019-12-03 - 2020-12-02

| дек 2019 |    |    |    |    |    |    | дек 2020 |    |    |    |    |    |    | Сегодня                 |
|----------|----|----|----|----|----|----|----------|----|----|----|----|----|----|-------------------------|
| Пн       | Вт | Ср | Чт | Пт | Сб | Вс | Пн       | Вт | Ср | Чт | Пт | Сб | Вс | 7 дней                  |
| 25       | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 1  | 30       | 1  | 2  | 3  | 4  | 5  | 6  | Конец месяца            |
| 2        | 3  | 4  | 5  | 6  | 7  | 8  | 7        | 8  | 9  | 10 | 11 | 12 | 13 | Конец года              |
| 9        | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 14       | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | За период               |
| 16       | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 21       | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 2019-12-03 - 2020-12-26 |
| 23       | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 28       | 29 | 30 | 31 | 1  | 2  | 3  |                         |
| 30       | 31 | 1  | 2  | 3  | 4  | 5  | 4        | 5  | 6  | 7  | 8  | 9  | 10 |                         |

Закреть Применить

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}`:

```

72
73 <h2 style="color:white">It's really great
74
75 </center>
76 </center>
77 {if lead.loyalty gte 9000}
78 <center class=grid>
79 <center class=cont1>
80 <h3 style="color:white">We have a special
81 <h2>{loyalty.products.promocode}</h2>
82 </center>
83 </center>
84 {end}
85 {if lead.loyalty gte 3000 and lead.loya
86 <center class=grid>
87 <center class=cont2>
88 <h3 style="color:white">We have a little
89 <h2>{loyalty.service.promocode}</h2>
90
91 </center>
92 </center>
93 {end}
94 </center>

```

- Данные профиля
- Подписки
- Внешний JSON
- Фрагменты
- Запросы
- Промокод
  - products
  - service
- Дата и время
- Функции вывода
- Шифровать
- Логические выражения
- Части
- Параметры
- Служебные
- Трекинг

**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**.

### 💡 ПОДСКАЗКА

В настоящее время доступен только один тип программ лояльности - промокоды.

## Генерация промокодов

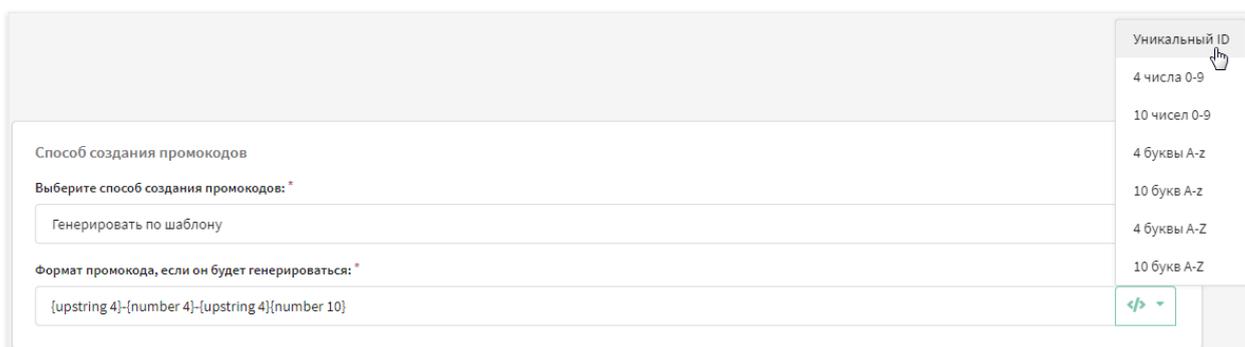
### ⚠️ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

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 `</>`:



Уникальный ID

- 4 числа 0-9
- 10 чисел 0-9
- 4 буквы A-z
- 10 букв A-z
- 4 буквы A-Z
- 10 букв A-Z

Способ создания промокодов

Выберите способ создания промокодов: \*

Генерировать по шаблону

Формат промокода, если он будет генерироваться: \*

`{upstring 4}-{number 4}-{upstring 4}{number 10}`

`</>`

### 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: Число (Идентификатор аккаунта),
  loyalty_id: Число (Идентификатор программы лояльности),
  loyalty_name: Строка (Название программы лояльности),
  loyalty_shortcode: Строка (Короткое имя программы лояльности),
  campaign_id: Число (Идентификатор кампании, если она запрашивает промокоды),
  campaign_name: Строка (Имя кампании, если она запрашивает промокоды),
  workflow_id: Число (Идентификатор сценария, если он запрашивает промокоды),
  workflow_name: Строка (Имя сценария, если он запрашивает промокоды),
  count: Число (Количество промокодов, которое необходимо сгенерировать),
  is_test: Bool (Признак теста),
  fields: {
    <Имя поля>: <Значение>
  }
}
```

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: Массив строк (промокоды)
```

```
}
```

Если есть необходимость с промокодами вернуть **дополнительные поля**, то промокоды нужно возвращать в виде массива объектов:

```
{
  codes: Массив объектов {
    code: Строка (промокод),
    fields: {
      <Имя поля>: <Значение>
    }
  }
}
```

#### ПОДСКАЗКА

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.

- **Автоматически привязывать промокоды к профилям** — при генерации или импорте из файла промокоды будут назначены определённым профилям.
- **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

Автоматически привязывать промокоды к профилям

Максимум промокодов  текущее количество: 0 назначенно: 0 активированно: 0 устаревшие: 0

Время жизни  д.  ч.  м.

Чтобы приступить к генерации промокодов, пожалуйста, сохраните изменения.

#### ПОДСКАЗКА

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.

## Автоматическая привязка промокодов к профилю

Выберите **базу** с профилями, которым необходимо назначить промокоды. Далее укажите **режим поиска профиля** и **поле промокода**. Режим поиска определяет, по каким данным платформа будет искать профили. Доступны следующие режимы:

- Email — по электронному адресу.
- Phone — по номеру телефона.
- By custom field — по значению дополнительного поля.

Если значение в поле промокода совпадёт со значением поля, указанного в качестве режима поиска, то платформа привяжет промокод найденному профилю.

### 💡 ПОДСКАЗКА

Поле промокода создаётся в блоке **Дополнительные поля** внизу страницы.

Автоматически привязывать промокоды к профилям

База профиля: 15 - VIP клиенты

Режим поиска профиля: Email

Поле промокода: customer\_email

Максимум промокодов: 0 (текущее количество: 18, назначенно: 0, активированно: 0, устаревшие: 0)

Время жизни: 0 д, 0 ч, 0 м.

Генерировать | Импорт из файла | Экспорт в файл | Просмотр

Дополнительные поля

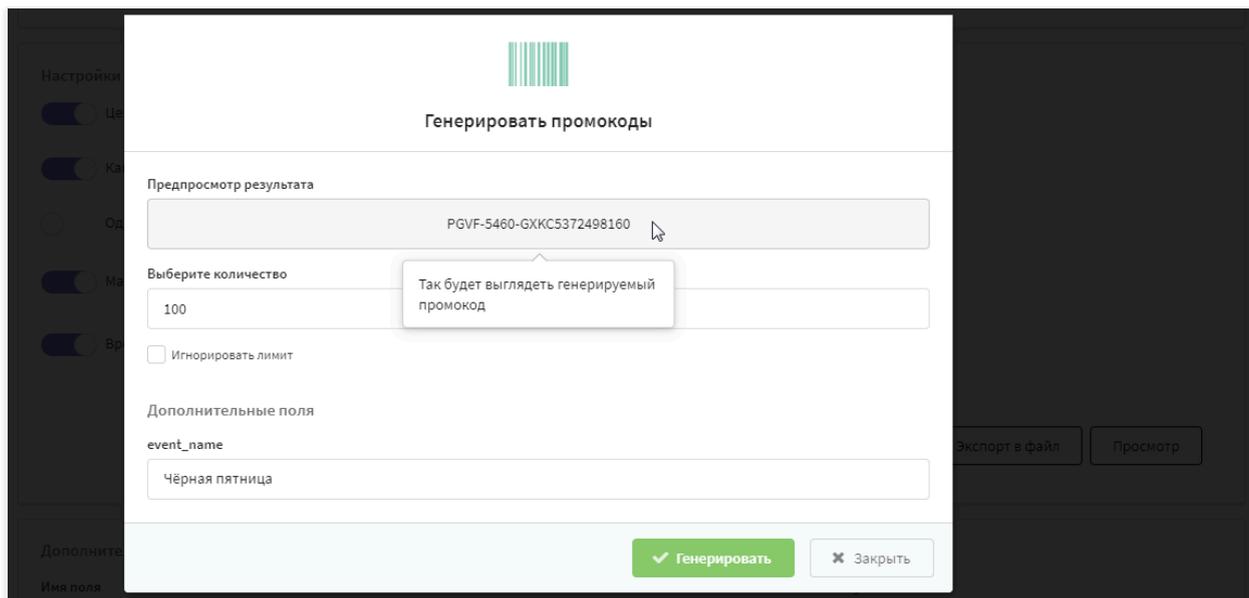
| Имя поля       | Тип    | Значение по умолчанию |
|----------------|--------|-----------------------|
| customer_email | Строка |                       |

Добавить поле

Сохранить значения в промокод при генерации

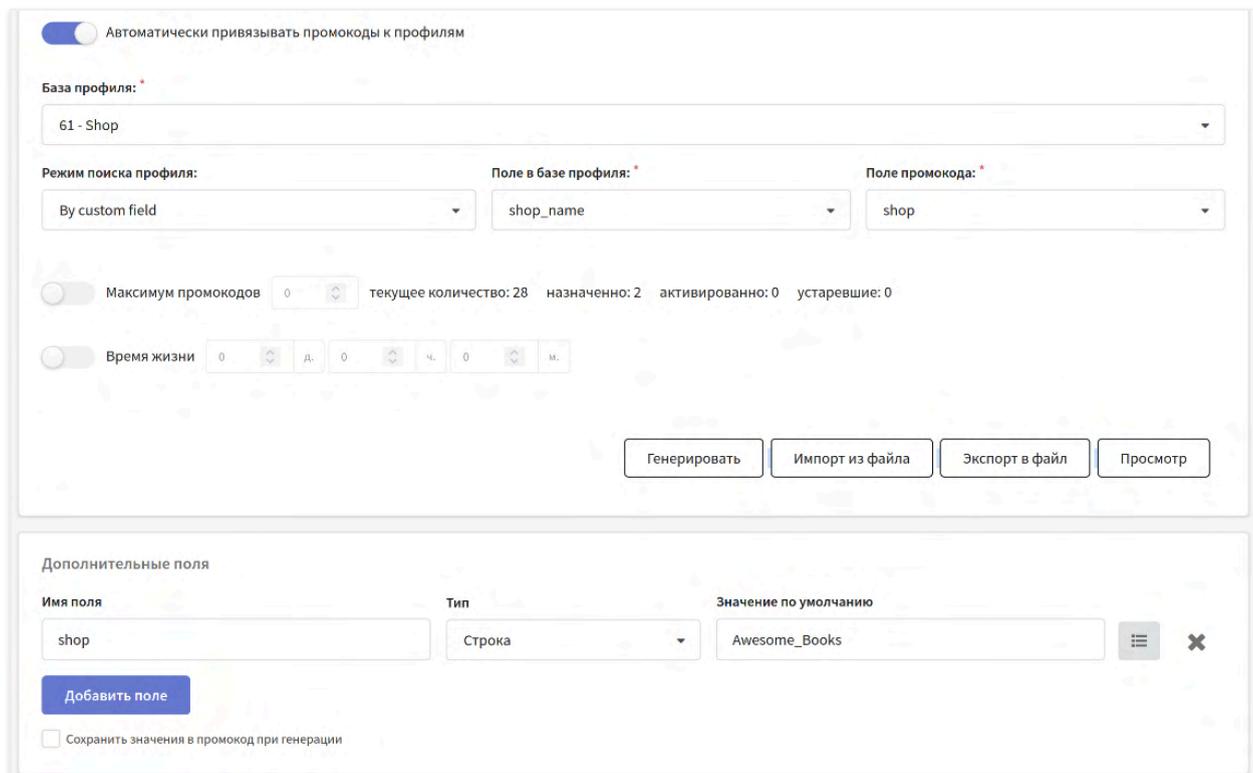
## Генерация промокодов по шаблону:

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.



Чтобы автоматически привязать промокоды профилям при генерации, используйте режим поиска по дополнительному полю. Создайте дополнительное поле промокода и выберите его в настройках матчинга. Укажите значение по умолчанию. Если значение дополнительного поля в базе совпадёт со значением дополнительного поля промокода, промокод будет назначен найденному профилю.

В примере ниже промокоды будут привязаны профилям, у которых дополнительное поле "shop\_name" содержит значение "Awesome\_Books":



### 💡 ПОДСКАЗКА

После генерации, в зависимости от количества промокодов, они сразу обновятся в интерфейсе или будет создана задача на их создание.

## Импорт из файла

### 💡 ПОДСКАЗКА

Кнопка импорта доступна только после сохранения программы лояльности.

При клике на "**Импорт из файла**" будет предложено загрузить колоночный файл (CSV, XLS) с промокодами в систему, выбрать колонку с промокодами и запустить импорт кнопкой вверху страницы:

The screenshot shows a web interface for importing promotional codes. At the top, there is a title 'Приветственные промокоды' and a green 'Импортировать' button. Below this is a large light blue area with a document icon and the text 'Перетащите файлы сюда или кликните здесь для загрузки'. A blue button below the text lists supported file formats: '.zip, .tar.gz, .xls, .xlsx, .csv, .txt'. Below this is a configuration panel for the file 'promocode.csv'. It includes a dropdown menu for 'Колонка источника с промокодом:' set to 'Code', a 'Пропустить строк:' field set to '1', and a 'Соответствие колонок' section. A status bar at the bottom of the configuration panel displays the message: 'Найдено совпадений с полями промокода: 1. Колонок в файле, кроме совпавших: 3. Дополнительные поля промокода не заданы'.

Чтобы автоматически привязать промокоды профилям в процессе импорта из файла, настройте соответствие колонок. В качестве колонки источника выберите колонку в файле, по которой будет происходить поиск нужного профиля:

promocode.csv

Колонка источника с промокодом:  
Code

Пропустить строк:  
1

Соответствие колонок

Найдено совпадений с полями промокода: 1. Колонки в файле, кроме совпавших: 3. Обязательное поле промокода (задано в настройках лояльности): customer\_email.

Дополнительное поле промокода: customer\_email

Колонка источника: Customer email

Игнорировать пустые:

+ Добавить

## Экспорт в файл

При **Экспорте** вместе с промокодами можно выгрузить поля профилей, которым эти коды назначены. Выберите поля из выпадающего меню и нажмите **OK**, 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:

| Лояльность > Промокоды                     |                          | Поиск...                               | Группы доступа<br>Главная                           |
|--|--------------------------|--|---|
| # 7 Приветственный промокод                | Найдено: 4               | Обновлено                              | Первая 1 Последняя                                  |
| JHFC-9074-BKVI <span>Активирован</span>    | 62ecd8bc3f62fc5509f2ac4e | Привязан   1   07 авг. 2022 в 11:45    | обновлено 2022-08-05 16:05:24 пользователем Pol Zak |
| WTJX-4863-THSC <span>Не активирован</span> | 62ecd8bc3f62fc5509f2ac50 | Не привязан   0   07 авг. 2022 в 11:45 | обновлено 2022-08-05 14:45:48 пользователем Pol Zak |
| SGOL-8139-HCAM <span>Не активирован</span> | 62ecd82b3f62fc5509f2ac4d | Не привязан   0   07 авг. 2022 в 11:43 | обновлено 2022-08-05 14:43:23 пользователем Pol Zak |
| QTQV-1638-OBUA <span>Не активирован</span> | 62ecd82b3f62fc5509f2ac4b | Привязан   1   07 авг. 2022 в 11:43    | обновлено 2022-08-05 14:43:23 пользователем Pol Zak |

## 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                       |                                  |
|---|-------------------------------------|---|----------------------------------|
| <input type="text" value="Акция"/>  | <input type="text" value="Строка"/> | <input type="text" value="Чёрная пятница"/> | <input type="button" value="X"/> |
| <input type="button" value="Добавить поле"/>                                    |                                     |   |                                  |
| <input checked="" type="checkbox"/> Сохранить значения в промокод при генерации |                                     |   |                                  |

# Веб-слой



## Формы

Создавайте формы, размещайте их на сайте и получайте обратную связь от клиентов.



## Пиксели

Отслеживаем действия пользователей на сайте с помощью пикселей.



## Попапы

Создавайте попапы в редакторе, размещайте на сайте вручную или через Менеджер тегов, анализируйте собранную статистику.



## Менеджер тегов

Менеджер тегов – это система управления тегами. Установив контейнер Менеджера тегов на сайте, вы сможете легко обновлять фрагменты кода через веб-интерфейс.

# Формы

**Формы** — это инструмент для сбора данных от ваших клиентов. С их помощью вы можете реализовывать различные механизмы с использованием внешних данных, например, добавлять новые профили в вашу базу, управлять подписками на различные ресурсы и получать обратную связь от клиентов.

Для форм доступен специальный конструктор, настройки времени публикации и настройки действия, выполняемого при активации формы.

## В этом разделе



### Создание формы

В этой статье описывается начало работы с формой и её основные настройки.



### Конструктор формы

Конструктор поможет вам быстро создать форму, используя уже готовые элементы.



### Оформление формы

Настройте эффектное оформление для формы: шрифт, размер, цвет текста и фона, кнопки — подберите идеальное сочетание. Доступен предпросмотр в режиме реального времени.



## Действия при активации формы

Этот гайд поможет вам поделиться формой с подписчиками и посетителями сайта, а также настроить импорт данных пользователей после заполнения формы.



## Аналитика данных

Анализируйте ответы пользователей и ключевые показатели: количество загрузок, заполнений и отказов.



## Связывание данных канала и формы

Если подписчик, который заполняет форму, уже есть в базе профилей, платформа может автоматически подставить известные о нём данные в поля формы.

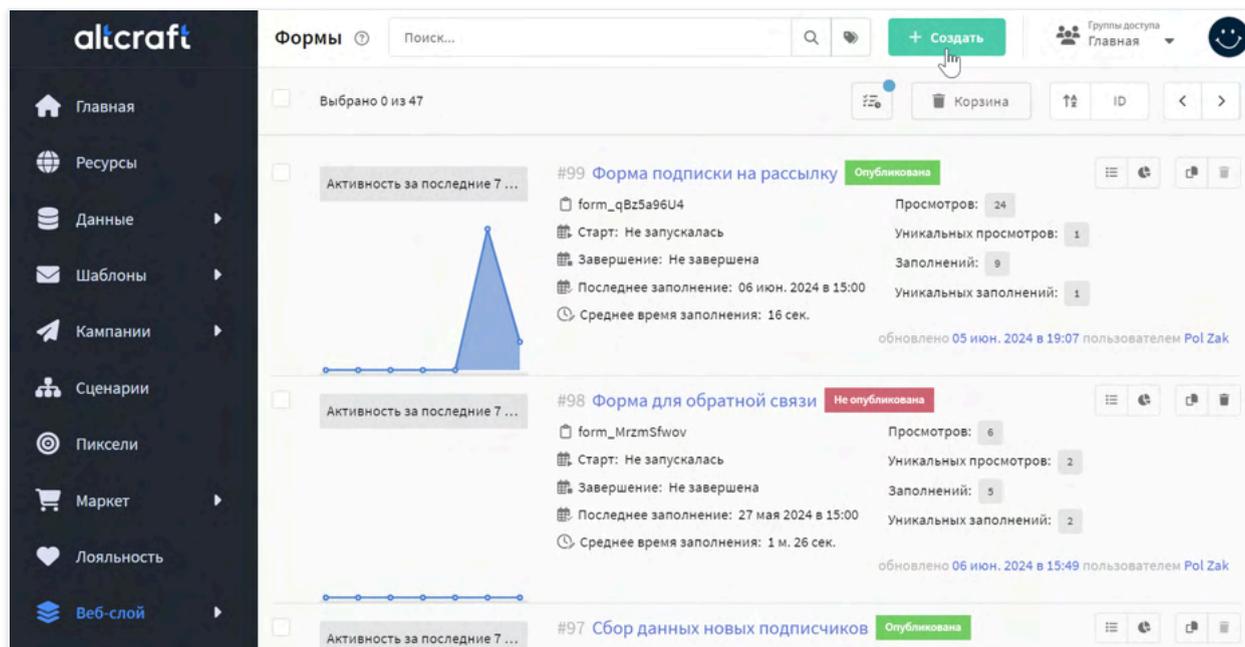


## Условная постраничная логика в формах и опросах

Настройте логику формы так, чтобы респонденты переходили на разные страницы в зависимости от выбранного ответа.

# Создание формы

Для создания формы зайдите в раздел **"Формы"** в главном меню и нажмите на кнопку **"Создать"**.



## Основные настройки

На первой вкладке **"Основные"** доступны главные настройки формы: **имя**, **описание**, **идентификатор**, **язык**. Для формы можно установить **группу** доступа и задать **теги**.

Чтобы форма стала доступна по URL-адресу или как iframe-элемент, необходимо активировать переключатель **"Опубликована"** в правом верхнем углу. Обратите внимание, что пока форма не снята с публикации, её нельзя удалить.

### New powerful form

Основное | Конструктор | Оформление | Поделиться | Логика | Действия

Основные настройки Опубликована

Имя:  Идентификатор формы:  Язык формы:

Описание:

Установить группу:  Теги:

Также на этой вкладке можно настроить **дату и время начала и окончания публикации формы**, если она должна иметь временный характер. Когда срок действия формы подойдет к концу, форма больше не будет доступна по ссылке.

Опубликовать форму на дату:

Скрыть форму на дату:

Скрывать кнопку отправить

Если вы не хотите показывать пользователю кнопки "Отправить" и "Далее", пока он не заполнит все обязательные поля на странице с формой, то активируйте опцию **"Скрывать кнопку отправить"**.

## Настройка финальной страницы

**Финальная страница** — это страница, которую увидит пользователь после того как успешно отправит заполненную форму. По умолчанию страница выглядит так:

**Спасибо!**

Ваша форма успешно отправлена.

Вы можете изменить **Заголовок** и **Сообщение** на этой странице, заполнив соответствующие поля:



Финальная страница ?

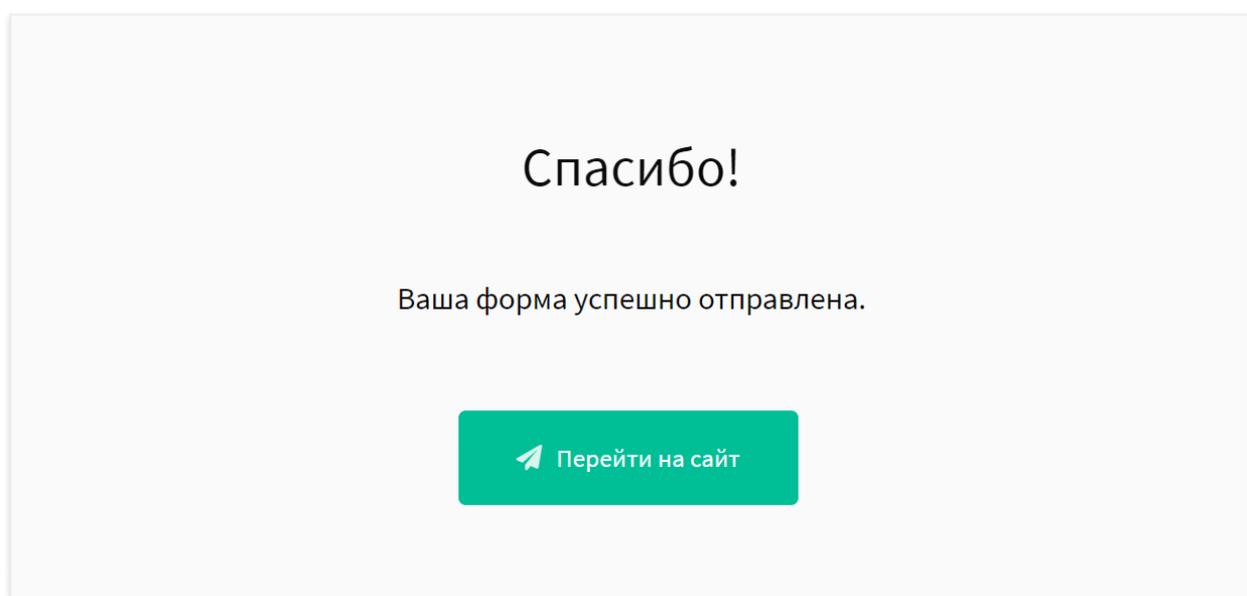
Перенаправлять на указанную ссылку минуя финальное сообщение

Ссылка при успешно заполненной форме: ?

Заголовок:

Сообщение:

**Ссылка при успешно заполненной форме** — это ссылка, по которой может перейти пользователь, когда заполнит форму. Ссылка будет отображена в виде кнопки **"Перейти на сайт"**. Название кнопки может быть изменено на вкладке **"Оформление"**.



Спасибо!

Ваша форма успешно отправлена.

[Перейти на сайт](#)

Если нажать на переключатель **"Перейти на указанную ссылку, минуя финальное сообщение"**, то пользователь сразу после отправки формы перейдет по указанной ссылке.

## Ограничение на повторное заполнение

Если вы хотите ограничить повторное заполнение формы одним и тем же пользователем, активируйте соответствующий переключатель и задайте

количество дней, в течение которых заполнение формы должно быть ограничено:

The image shows a configuration panel titled "Ограничение на повторное заполнение" (Limit on re-filling). It contains several settings:

- A toggle switch labeled "Ограничить повторное заполнение формы" (Limit re-filling of the form) is turned on.
- A field labeled "Ограничивать в течение дней" (Limit in days) contains the value "1".
- A toggle switch labeled "Перенаправлять на указанную ссылку, если форма ранее заполнялась" (Redirect to the specified link if the form was previously filled) is turned off.
- A field labeled "Ссылка для перенаправления:" (Redirect link:) contains the placeholder text "Введите значение" (Enter value).
- A field labeled "Заголовок:" (Header:) contains the text "Ограничение!" (Limit!).
- A text area labeled "Сообщение:" (Message:) contains the text "Вы уже заполняли эту форму." (You have already filled out this form.).

Данные о заполнении формы записываются в файлы cookie. При повторном открытии страницы с формой сервер считает данные из cookie и вместо формы отобразит сообщение: "Вы уже заполнили эту форму, повторное заполнение невозможно". Текст этого сообщения можно изменить, заполнив поля **"Заголовок"** и **"Сообщение"**.

Вы также можете предоставить пользователю возможность перейти на определенный сайт при попытке повторного заполнения. Для этого укажите ссылку для перенаправления. В таком случае на странице с предупреждением появится кнопка "Перейти на сайт". Название кнопки можно изменить на вкладке **"Оформление"**.

Если вы хотите, чтобы пользователь при повторной попытке открыть уже заполненную форму сразу переходил на другую страницу, нажмите на переключатель **"Перенаправлять на указанную ссылку, если форма ранее заполнялась"**.

## Кастомизация формы

У вас есть возможность добавить в форму дополнительный код. Вы можете вставить код в тег `<head>` после открывающего тега `<body>` или перед закрывающим тегом `</body>`.

### Вставка дополнительного кода

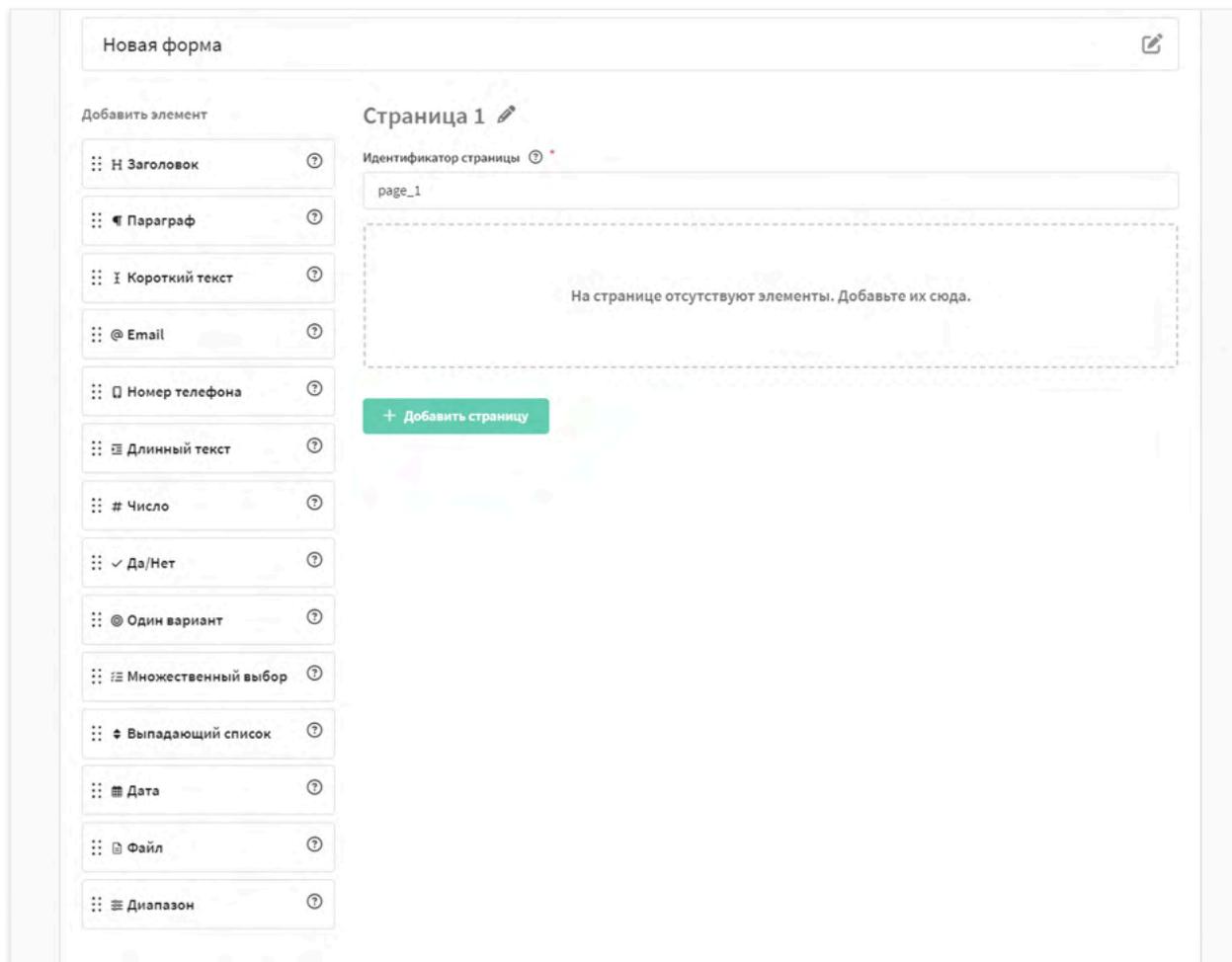
- ▶ Дополнительный код в теге `<head />`
- ▶ Дополнительный код в начале тега `<body>`
- ▶ Дополнительный код в конце тега `<body>`

### для чего можно использовать дополнительный код?

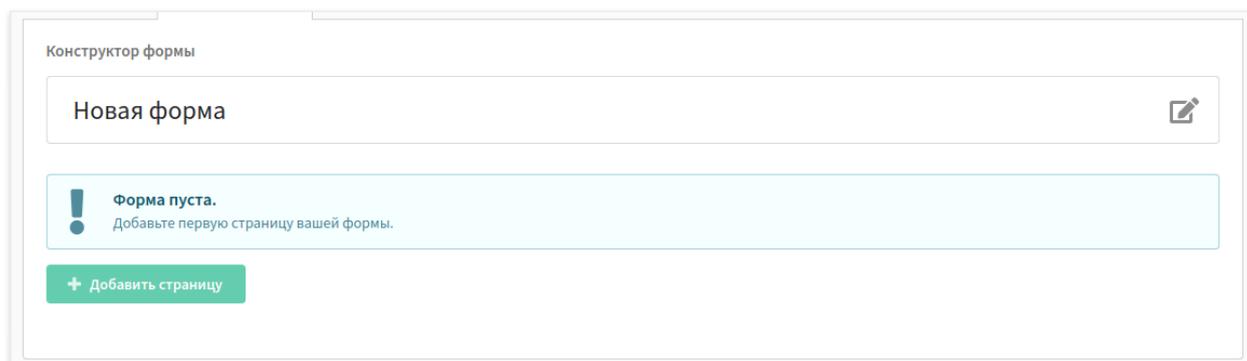
- для оформления страницы с формой;
- для добавления скриптов (например, скриптов аналитики или регистрации цели).

# Конструктор формы

На второй вкладке "Конструктор" происходит настройка структуры формы и ее полей.



В правой части экрана отображаются страницы формы и ее элементы. Работа в конструкторе начинается с создания страницы — нажмите **"Добавить страницу"**:



В левом столбце показаны типы элементов, которые могут быть добавлены в форму.

## Элементы и их описание

### Заголовок

**Заголовок** — текстовый элемент, где вы можете указать основную тему своей формы.

The screenshot shows the configuration interface for a 'Заголовок' (Header) element. At the top, it displays 'H Заголовок' and a trash icon. Below this is the 'Настройки' (Settings) section. It includes a 'Заголовок' field with a red asterisk, containing the text 'Подпишитесь на нашу рассылку'. To its right is the 'Идентификатор элемента' field, also with a red asterisk and a help icon, containing 'field\_1'. At the bottom left, there is a green button with a plus sign and the text '+ Добавить комментарий'.

### Параграф

**Параграф** — текстовый элемент. В нем может быть размещена какая-либо информация, которая должна отображаться в форме.

The screenshot shows the configuration interface for a 'Параграф' (Paragraph) element. At the top, it displays '¶ Параграф' and a trash icon. Below this is the 'Настройки' (Settings) section. It includes an 'Идентификатор элемента' field with a red asterisk and a help icon, containing 'field\_2'. Below that is a checkbox labeled 'Скрытый элемент формы' with a help icon, which is currently unchecked. At the bottom is a large text area labeled 'Текст параграфа' with a red asterisk, containing the text 'Параграф'. At the bottom left, there is a green button with a plus sign and the text '+ Добавить комментарий'.

## Короткий текст

**Короткий текст** — текстовое поле, в котором может быть задан вопрос с коротким ответом. Например, имя или фамилия клиента.

Для данного поля может быть задан заголовок, значение по умолчанию, а также можно настроить видимость элемента и валидацию данных.

☰ Короткий текст 

**Настройки**

Заголовок\*  Идентификатор элемента \*

Значение по умолчанию

Скрытый элемент формы 

**Валидация**

Обязателен для заполнения

Ограничить количество символов в ответе

Валидация через регулярные выражения

Проверить наличие в базе данных

## Email

**Email** — поле, в котором необходимо указать email.

Для данного поля может быть задан заголовок, значение по умолчанию, а также можно настроить видимость элемента и валидацию данных.

@ Email 

### Настройки

Заголовок\*  Идентификатор элемента ⓘ\*

Значение по умолчанию

Скрытый элемент формы ⓘ

[+ Добавить комментарий](#)

### Валидация

Обязателен для заполнения

Проверить наличие в базе данных

Проверять наличие подписки

## Номер телефона

**Номер телефона** — поле, в котором можно указать номер телефона.

Для данного поля может быть задан заголовок, значение по умолчанию, а также можно настроить видимость элемента и валидацию.

☐ Номер телефона ⋮ 

### Настройки

Заголовок\*  Идентификатор элемента ⓘ\*

Значение по умолчанию

Скрытый элемент формы ⓘ

[+ Добавить комментарий](#)

### Валидация

Обязателен для заполнения

Проверить наличие в базе данных

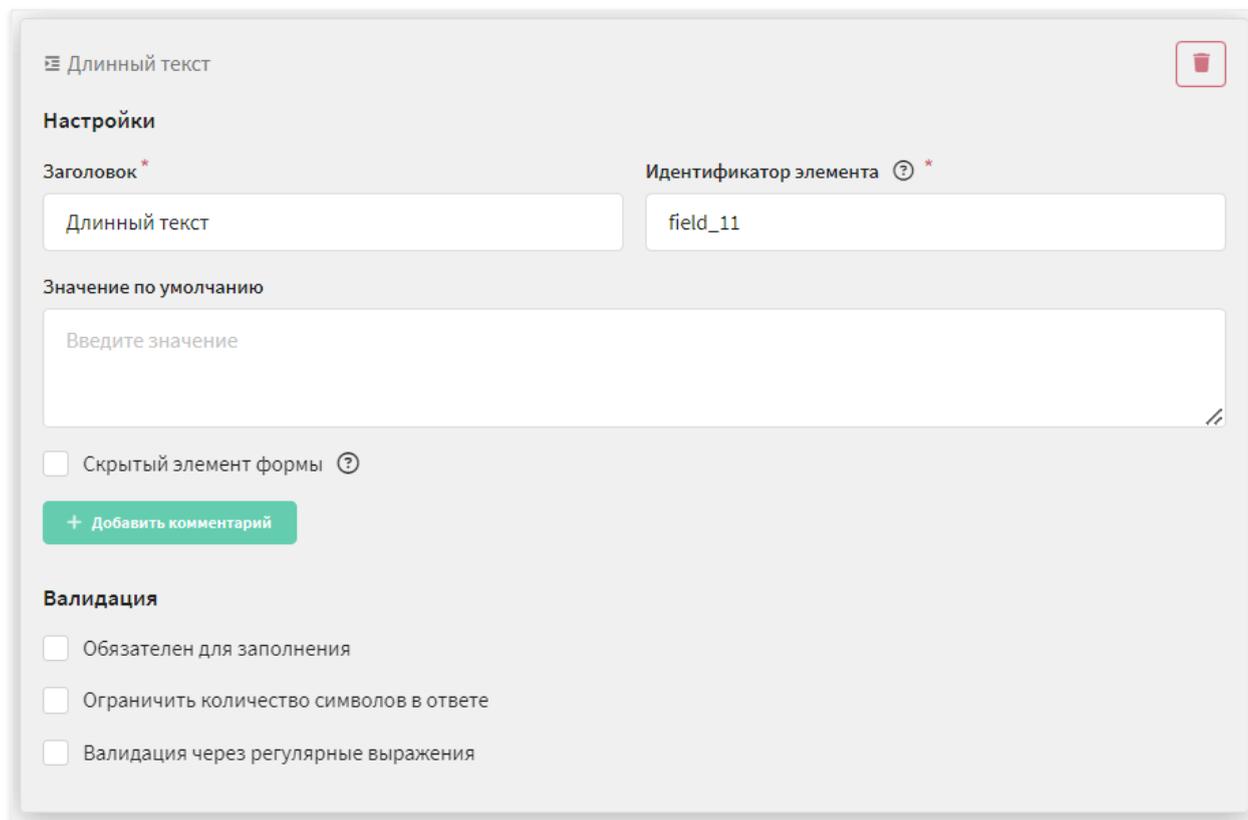
Проверять наличие подписки

Валидация через перечень телефонных кодов

## Длинный текст

**Длинный текст** — текстовое поле, в котором может быть задан вопрос с длинным ответом, например, отзыв о продукте или мероприятии.

Для данного поля может быть задан заголовок, значение по умолчанию, а также можно настроить видимость элемента и валидацию данных.



The screenshot shows a configuration panel for a 'Long Text' field. At the top, there is a title 'Длинный текст' with a menu icon on the left and a trash icon on the right. Below the title is a section titled 'Настройки' (Settings). It contains two input fields: 'Заголовок\*' (Header\*) with the value 'Длинный текст' and 'Идентификатор элемента' (Element Identifier) with the value 'field\_11'. Below these is a large text area for 'Значение по умолчанию' (Default Value) containing the placeholder 'Введите значение'. There is a checkbox for 'Скрытый элемент формы' (Hidden form element). A green button with a plus sign and the text '+ Добавить комментарий' (Add comment) is located below the checkbox. At the bottom, there is a section titled 'Валидация' (Validation) with three checkboxes: 'Обязателен для заполнения' (Required), 'Ограничить количество символов в ответе' (Limit the number of characters in the answer), and 'Валидация через регулярные выражения' (Validation through regular expressions).

## Число

**Число** — поле, в котором может быть задан вопрос с ответом в виде целого или дробного числа, например, возраст.

Для данного поля может быть задан заголовок, значение по умолчанию, а также можно настроить видимость элемента и валидацию данных.

# Число ⋮ 

**Настройки**

Заголовок\* Идентификатор элемента ?\* ⋮

Число field\_7

Значение по умолчанию

Введите значение

Скрытый элемент формы ?

+ Добавить комментарий + Добавить условие

**Валидация**

Обязателен для заполнения

Ограничить значение в ответе

Проверить наличие в базе данных

## Да/Нет

**Да/Нет** — поле, в котором может быть задан вопрос с целью получения согласия, например, на получение почтовой рассылки.

Для данного поля может быть задан заголовок, значение по умолчанию, а также можно настроить видимость элемента.

Если вы поставите галочку в поле "**Значение по умолчанию**", то в форме по умолчанию будет ответ "да".

✓ Да/Нет ⋮ 

**Настройки**

Заголовок\* Идентификатор элемента ?\* ⋮

Да/Нет field\_8

Значение по умолчанию

Скрытый элемент формы ?

+ Добавить комментарий + Добавить условие

**Валидация**

Обязателен для заполнения

## Один вариант

**Один вариант** — поле, в котором может быть предложено выбрать один из нескольких вариантов ответа. Например, цвет товара - красный или синий.

Для данного поля может быть задан заголовок, варианты ответов, а также можно настроить видимость элемента и валидацию данных.

Нажмите на кнопку **"Добавить вариант"** и введите значение. Количество вариантов не ограничено.

Вы можете разрешить пользователю ввести свой вариант ответа, нажав на кнопку **"Разрешить свой вариант"**.

## Множественный выбор

Элемент позволяет выбрать несколько вариантов ответа из предложенных. С помощью кнопки **"Добавить вариант"** добавьте возможные ответы.

☰ Множественный выбор
⋮
✖

**Настройки**

Заголовок \*

Идентификатор элемента ? \*

Подставить первый вариант ответа в поле

Скрытый элемент формы ?

+ Добавить комментарий
+ Добавить условие

**Валидация**

Обязателен для заполнения

Ограничить количество выбираемых вариантов

**Варианты ответа**

Вариант 1

+ Добавить вариант
+ Разрешить свой вариант

Элемент можно сделать обязательным, ограничить количество выбираемых вариантов, а также можно подставить первый вариант ответа в поле:

**Валидация**

Обязателен для заполнения

Ограничить количество выбираемых вариантов

**Минимум элементов**

**Максимум элементов**

## Выпадающий список

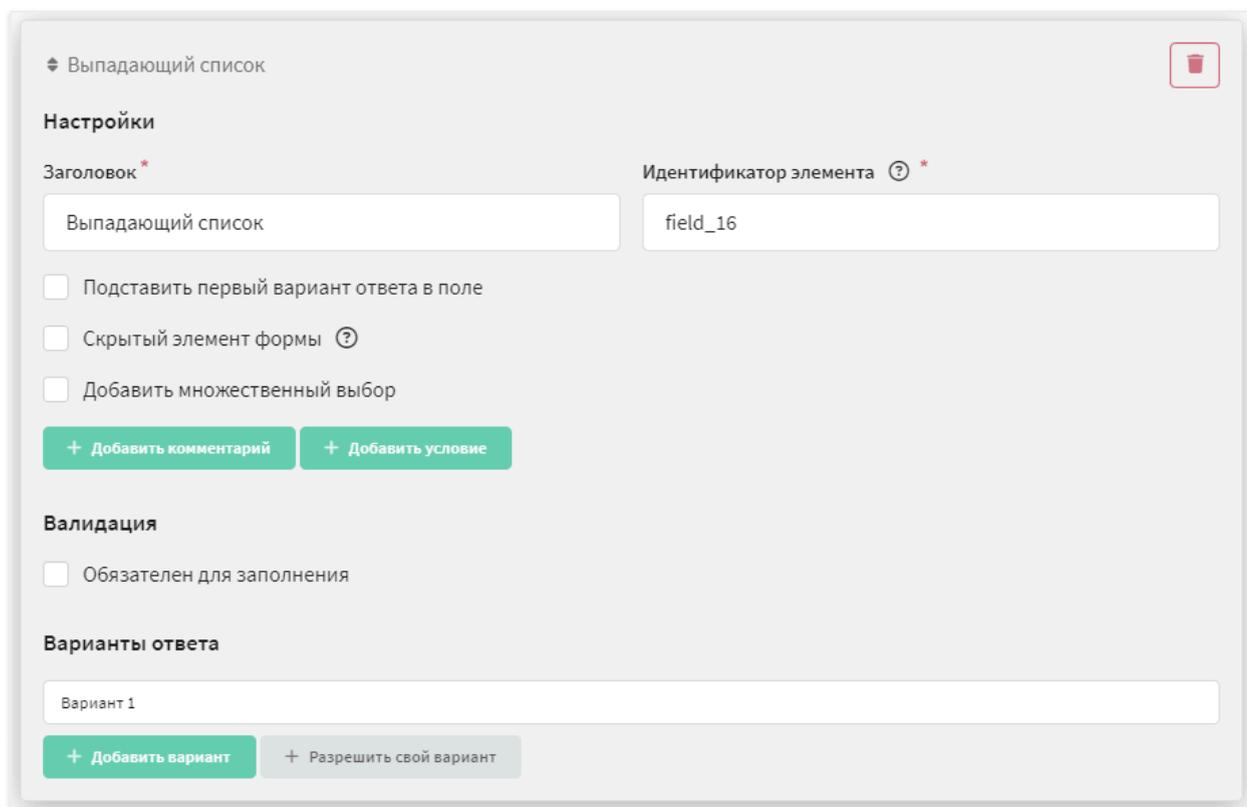
**Выпадающий список** — поле, в котором пользователю надо выбрать один вариант из выпадающего списка.

Для данного поля необходимо задать заголовок и варианты ответов. Нажмите на кнопку **"Добавить вариант"** и введите значение. Количество вариантов не ограничено.

Вы можете разрешить пользователю ввести свой вариант ответа, нажав на кнопку **"Разрешить свой вариант"**. При выборе этого варианта откроется дополнительное поле для ввода текста.

Кроме того, есть возможность **подставить первый вариант ответа в поле**, нажав на соответствующую кнопку.

Также можно настроить видимость элемента и валидацию данных.



◆ Выпадающий список 🗑️

**Настройки**

Заголовок\*  Идентификатор элемента ⓘ\*

Подставить первый вариант ответа в поле

Скрытый элемент формы ⓘ

Добавить множественный выбор

+ Добавить комментарий + Добавить условие

**Валидация**

Обязателен для заполнения

**Варианты ответа**

+ Добавить вариант + Разрешить свой вариант

Если вы хотите предоставить пользователю возможность выбрать несколько вариантов ответа, кликните **"Добавить множественный выбор"**.

Обратите внимания, что при множественном выборе появляется новый тип валидации — **"Ограничить количество выбираемых вариантов"**.

◆ Набор тегов
⋮
🗑️

### Настройки

**Заголовок\***

**Идентификатор элемента** ⓘ\*

Подставить первый вариант ответа в поле

Скрытый элемент формы ⓘ

Добавить множественный выбор

+ Добавить комментарий
+ Добавить условие

### Валидация

Обязателен для заполнения

Ограничить количество выбираемых вариантов

### Варианты ответа

+ Добавить вариант

## Дата

**Дата** — поле, в котором предлагается указать дату, например, день рождения клиента.

Для данного поля может быть задан заголовок, а также можно настроить видимость элемента и валидацию данных.

📅 Дата
⋮
🗑️

### Настройки

**Заголовок\***

**Идентификатор элемента** ⓘ\*

Скрытый элемент формы ⓘ

+ Добавить комментарий
+ Добавить условие

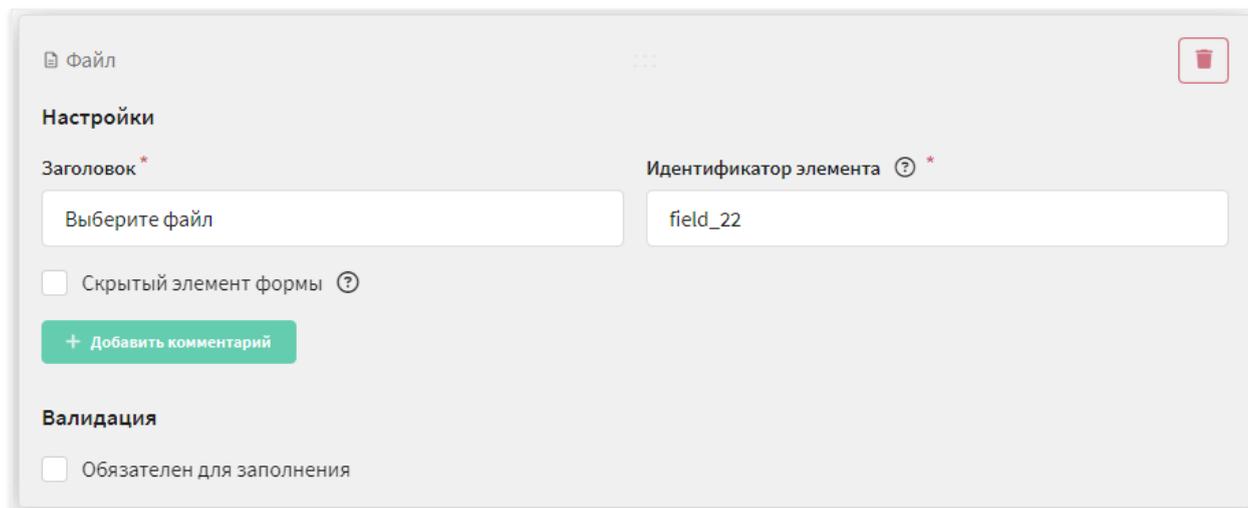
### Валидация

Обязателен для заполнения

## Файл

**Файл** — поле, в котором к форме могут быть прикреплены файлы, например, фото. Максимальный размер файла – 20 мб.

Для данного поля может быть задан заголовок, а также можно настроить видимость элемента и валидацию данных.



Файл

**Настройки**

Заголовок\*

Идентификатор элемента ⓘ\*

Скрытый элемент формы ⓘ

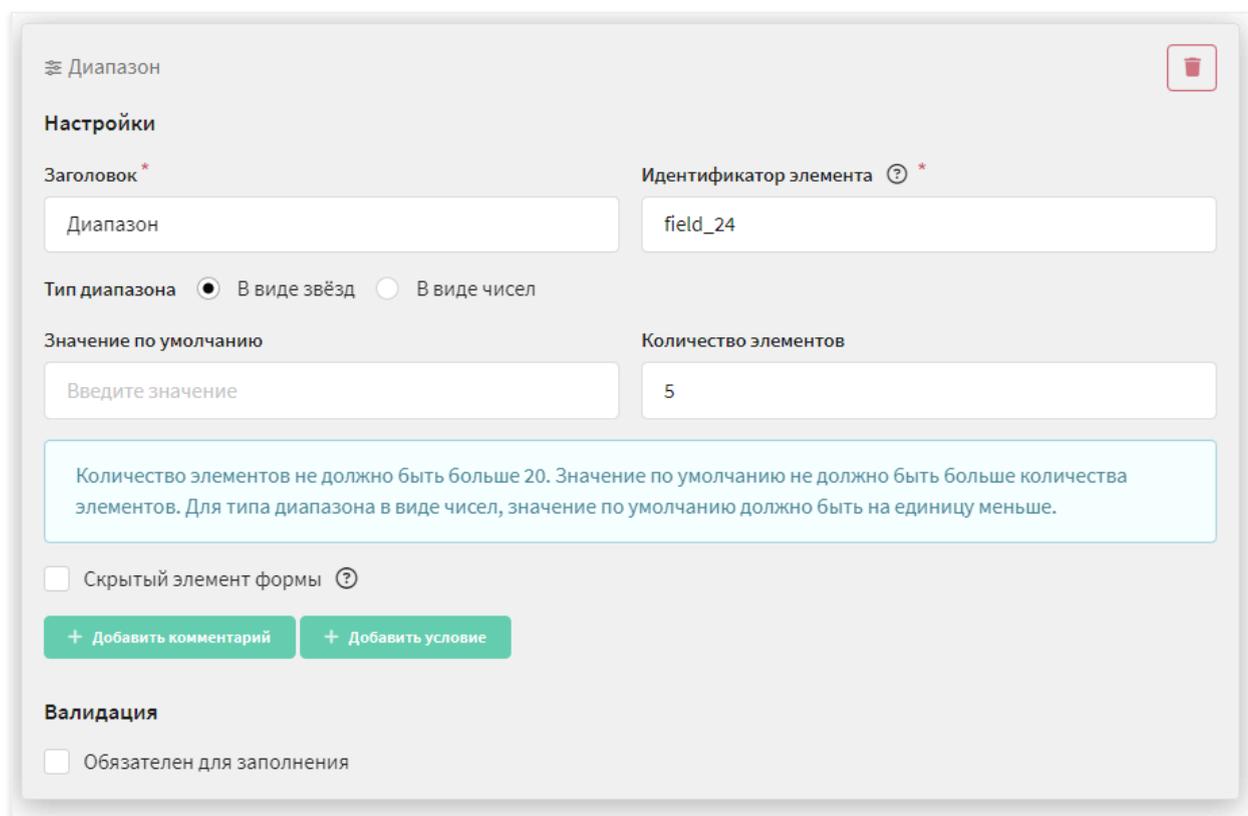
[+ Добавить комментарий](#)

**Валидация**

Обязателен для заполнения

## Диапазон

**Диапазон** — диапазон выбора оценки. Для данного поля может быть задан заголовок, а также можно настроить видимость элемента и валидацию данных.



Диапазон

**Настройки**

Заголовок\*

Идентификатор элемента ⓘ\*

Тип диапазона  В виде звёзд  В виде чисел

Значение по умолчанию

Количество элементов

Количество элементов не должно быть больше 20. Значение по умолчанию не должно быть больше количества элементов. Для типа диапазона в виде чисел, значение по умолчанию должно быть на единицу меньше.

Скрытый элемент формы ⓘ

[+ Добавить комментарий](#) [+ Добавить условие](#)

**Валидация**

Обязателен для заполнения

Кроме того, вы можете выбрать **тип диапазона: в виде звезд** или **в виде чисел**.

Вы также можете указать количество элементов (например, 5 звезд или 10 чисел).

 ПОДСКАЗКА

Если в качестве типа диапазона вы выбираете числа, то обратите внимание, что отсчет начинается с 0.

Диапазон в виде звезд



Диапазон в виде чисел

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|

Отправить

## 💡 ПОДСКАЗКА

Вы можете перетаскивать элементы формы, без особого труда располагая их в том порядке, который вам нужен. При наведении на элемент в верхней части появляется скопление точек. Наведите на них курсор, зажмите левую кнопку мыши и перетащите элемент, куда пожелаете.

The screenshot displays a vertical stack of form elements, each with a small square handle in the top-left corner for dragging. From top to bottom, the elements are:

- Номер телефона**: A text input field with a label "Номер телефона" and a handle.
- Email**: A text input field with a label "Email" and a handle.
- Да/Нет**: A radio button selection with a label "Да/Нет" and a handle.
- Подпишись на нашу рассылку**: A checkbox with a label "Подпишись на нашу рассылку" and a handle.
- Один вариант**: A radio button selection with a label "Один вариант" and three options: "Вариант 1", "Вариант 2", and "Вариант 3". A mouse cursor is shown hovering over the "Вариант 3" option.
- Набор тегов**: A dropdown menu with a label "Набор тегов" and a handle. The selected option is "Вариант 1".

## Валидация полей формы

У большинства полей доступен один или несколько типов валидации:

| Валидация                 | Поле   |
|---------------------------|--|
| Обязателен для заполнения | Короткий текст, email, номер телефона, длинный текст, число, один вариант, выпадающий список, дата, файл, диапазон |

| Валидация   | Поле   |
|---|--|
| Ограничить количество символов в ответе   | Короткий текст, длинный текст                |
| Валидация через регулярные выражения  | Короткий текст, длинный текст                |
| Проверить наличие в базе данных   | Короткий текст, email, номер телефона, число |
| Проверить наличие подписки  | Email, номер телефона                        |
| Валидация через перечень телефонных кодов<br><br>(перечислите через символ "+" телефонные коды, которые разрешено указывать в форме)            | Номер телефона                               |
| Ограничить значение в ответе  | Число  |
| Ограничить количество выбираемых элементов<br><br>(укажите минимальное и максимальное количество элементов, которые может выбрать пользователь) | Выпадающий список                            |

Типы валидации "**Проверить наличие в базе данных**" и "**Проверить наличие подписки**" позволяют вам ограничивать отправку формы для некоторых пользователей. Например, вы можете разрешить отправку только зарегистрированным пользователям или запретить повторную отправку формы одним и тем же пользователем.

## Проверить наличие в базе данных

В момент отправки формы платформа проверит, существует ли профиль человека, заполнившего форму, в базе данных.

При настройке формы необходимо выбрать:

- статус, который вы хотите проверять (существует или не существует),

- базу данных, в которой следует искать профиль,
- поле в базе данных для поиска существующего профиля.

Проверить наличие в базе данных  
Статус  Существует  Не существует  
Для базы данных:  Для поля:

## Проверить наличие подписки

В момент отправки формы платформа проверит, подписан ли профиль, заполнивший форму, на определенный ресурс.

При настройке формы необходимо выбрать:

- статус, который вы хотите проверять (подписан, существует, не подписан),
- ресурс, подписку на который следует искать.

Проверять наличие подписки  
Статус  Подписан  Существует  Не подписан  
Для ресурса:

## Условие показа элемента формы

Вы можете показывать пользователю какое-то поле формы, только если он дал определенный на предыдущий вопрос. Для этого при настройке элемента нажмите на кнопку **"Добавить условие"** — откроются дополнительные поля (**При каких условиях показывать следующее скрытое поле**).

Укажите условие и значение, которое должен выбрать пользователь.

© Один вариант

**Настройки**

Заголовок \* Идентификатор элемента ? \*

Один вариант field\_16

Скрытый элемент формы ?

[+ Добавить комментарий](#)

При каких условиях показывать следующее (нижележащее) скрытое поле

| Условие | Значение  |
|---------|-----------|
| Равно ▾ | Вариант 1 |

[Удалить условие](#)

**Валидация**

Обязателен для заполнения

**Варианты ответа**

|           |                         |
|-----------|-------------------------|
| Вариант 1 | <a href="#">Удалить</a> |
| Вариант 2 | <a href="#">Удалить</a> |

[+ Добавить вариант](#) [+ Разрешить свой вариант](#)

Далее добавьте элемент, который хотите показать, если пользователь выберет определенное значение в вопросе выше. Активируйте опцию **"Скрытый элемент формы"**:

I Короткий текст

**Настройки**

Заголовок \* Идентификатор элемента ? \*

Короткий текст field\_2

Значение по умолчанию

Введите значение

Скрытый элемент формы ?

[+ Добавить комментарий](#) [+ Добавить условие](#)

Теперь если пользователь выбрал определенный вариант ответа, для него будет показан скрытый элемент. В противном случае, он перейдет сразу к следующему вопросу.

Один вариант

Вариант 1

Вариант 2

Отправить

#### 💡 ПОДСКАЗКА

Для добавления более сложных условий, например, переход между страницами формы в зависимости от ответов, настройте блок **"Логика"**.

## Комментарий

Для каждого элемента можно **добавить комментарий**, который будет отображаться под полем формы.

☰ Короткий текст

Короткий текст

\* Комментарий может пояснять детали ответа на вопрос

## Ссылки в полях формы

В любой элемент формы можно добавить ссылку с помощью HTML:

Согласен с условиями `<a target="_blank" href="#">Политики конфиденциальности</a>`

Email

[Согласен с условиями Политики конфиденциальности](#) \*

**Отправить**

## Пример формы

| Страница 1  | Страница 2   | Страница 3   | Финальная страница  |
|---|--|--|---|
| <p><b>Around the World in Eighty Days</b><br/>Лучшие маршруты и идеи путешествий</p> <p>Как вас зовут?<br/><input type="text"/></p> <p>Эмэйл*<br/><input type="text"/></p> <p>Номер телефона<br/><input type="text"/></p> <p><input type="checkbox"/> Вы хотите получить нашу рассылку?</p> <p>Вы хотите получать рассылки</p> <p><input type="checkbox"/> Раз в неделю<br/><input type="checkbox"/> Раз в две недели<br/><input type="checkbox"/> Раз в месяц<br/><input type="checkbox"/> Свой вариант</p> <p><b>Отправить заявку</b></p> | <p>Расскажите о вашем прошлом путешествии, которое вы хотели бы организовать</p> <input type="text"/> <p><b>Отправить заявку</b></p> | <p>Ваш интерес маршруты по:<br/>Выбор страны</p> <p>Сколько раз вы пользовались услугами нашей компании?<br/><input type="text"/></p> <p>Как вы оцениваете работу нашей компании?<br/>☆☆☆☆</p> <p><b>Отправить</b></p> | <p><b>Спасибо!</b><br/>Ваша форма успешно отправлена.</p> |

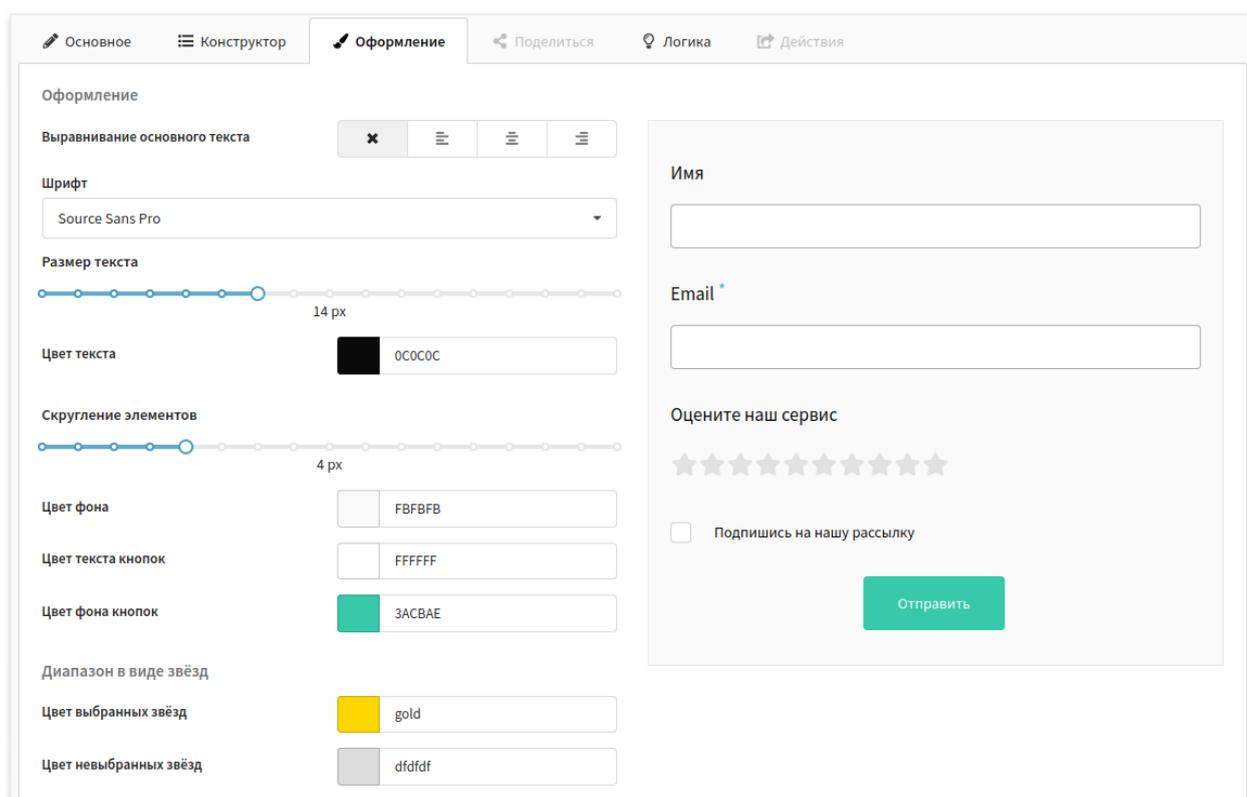
| Страница 1   | Страница 2   | Страница 3   | Финальная страница  |
|--|--|--|---|
| <p><b>Around the World in Eighty Days</b><br/>Заголовок<br/>Лучшие маршруты и идеи путешествий</p> <p>Как вас зовут?<br/><b>Короткий текст</b><br/><input type="text"/></p> <p>Эмэйл*<br/><b>Эмэйл</b><br/><input type="text"/></p> <p>Номер телефона<br/><b>Номер телефона</b><br/><input type="text"/></p> <p><input type="checkbox"/> Вы хотите получить нашу рассылку? <b>Да / Нет</b></p> <p>Вы хотите получать рассылки</p> <p><input type="checkbox"/> Раз в неделю<br/><input type="checkbox"/> Раз в две недели<br/><input type="checkbox"/> Раз в месяц<br/><input type="checkbox"/> Свой вариант</p> <p><b>Отправить заявку</b></p> | <p>Расскажите о вашем прошлом путешествии, которое вы хотели бы организовать</p> <input type="text"/> <p><b>Длинный текст</b></p> <p><b>Отправить заявку</b></p> | <p>Ваш интерес маршруты по:<br/>Выбор страны <b>Выпадающий список</b></p> <p>Сколько раз вы пользовались услугами нашей компании?<br/><b>Число</b><br/><input type="text"/></p> <p>Как вы оцениваете работу нашей компании?<br/>☆☆☆☆ <b>Диапазон</b></p> <p><b>Отправить</b></p> | <p><b>Спасибо!</b><br/>Ваша форма успешно отправлена.</p> |

# Оформление формы

На данной вкладке настраивается оформление формы:

- шрифты (семейство, размер)
- цветовая схема (текст, фон, кнопки)
- выравнивание (отсутствие выравнивания, по левому/правому краю, по центру)

В левой части отображается предпросмотр формы в реальном времени.



В форме доступна стилизация кнопок:

- "Отправить" (для отправления формы)
- "Назад" (для перехода на следующую страницу формы)
- "Вперед" (для перехода на предыдущую страницу формы)
- Кнопка перехода на сайт на финальной странице

## 💡 КНОПКА ПЕРЕХОДА НА ФИНАЛЬНОЙ СТРАНИЦЕ

Если вы оставите поле с текстом кнопки пустым или на вкладке "Основное" в настройках финальной страницы не укажете ссылку для перехода после заполнения формы, то кнопка не будет отображаться.

**Кнопка 'Отправить'**

Текст \*  Иконка у кнопки

Размер текста  14 px

**Кнопка 'Назад'**

Текст \*  Иконка у кнопки

Размер текста  14 px

**Кнопка 'Вперед'**

Текст \*  Иконка у кнопки

Размер текста  14 px

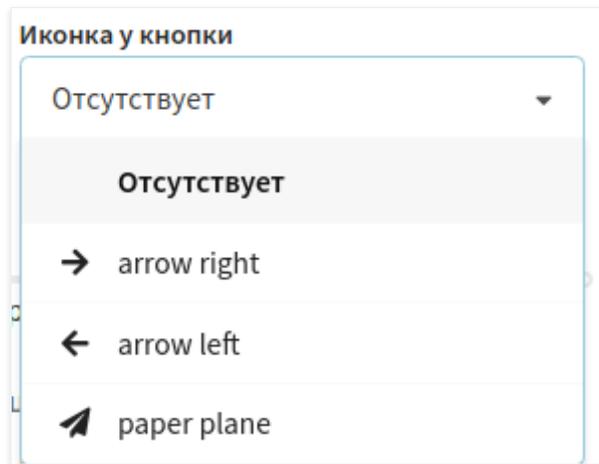
**Кнопка перехода на финальной странице ?**

Текст \*  Иконка у кнопки

Размер текста  14 px

Для каждой кнопки вы можете указать:

- текст, который будет отображаться в кнопке
- размер шрифта (в пикселях)
- иконку



Когда вы зададите основные настройки формы, структуру полей и оформление, форму необходимо **сохранить**. Только после этого станут доступны настройки **действия** при активации формы и возможность ее **публикации**.

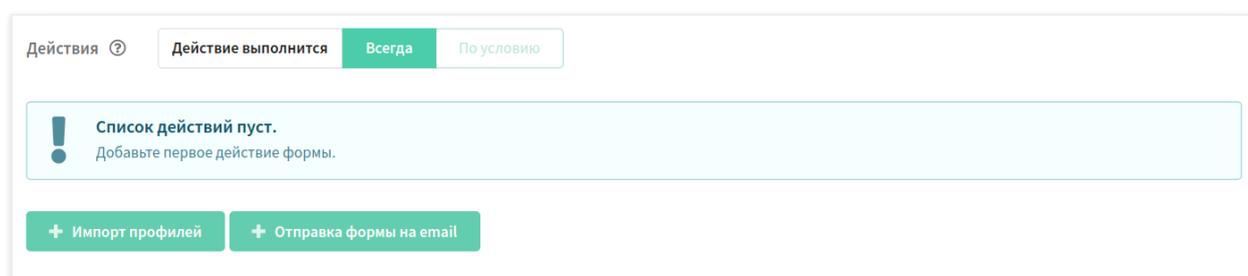
# Действия при активации формы

## 💡 ПОДСКАЗКА

Прежде чем приступить к работе с действиями, сохраните форму.

На вкладке "**Действия**" указываются действия, которые будут выполняться при успешном заполнении формы:

- **Импорт профилей** позволяет загрузить данные пользователя, заполнившего форму, в базу;
- **Отправка формы на email** включает отправку оповещений о заполнении формы на указанные email-адреса.



## Импорт профилей

### Настройки поиска профиля

Укажите режим поиска профиля в базе:

- **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 Message ID** — по идентификатору шаблона сообщения
- **по дополнительному полю** — по пользовательскому полю базы данных

Далее выберите [базу данных](#), в которую будет происходить импорт профиля, и элемент формы, откуда необходимо брать данные для поиска:

### Настройки поиска профиля ?

- 1 **Установите режим поиска профиля в базе профилей**  
 Режим поиска профиля
- 2 **Выберите базу данных для поиска профиля**  
 База данных
- 3 **Выберите внешний источник данных для поиска**  
 Элемент формы

### Детали импорта ?

**Способ импорта**

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

**Дополнительные настройки**

- Не запускать связанные с этим действием триггеры
- Определить геолокацию по Reg IP или IP
- Обновлять данные UTM в профиле

В правой части окна можно уточнить **способ импорта**:

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

Также есть возможность добавить **дополнительные правила**:

- Не запускать связанные с этим действием **триггеры**: отключить для нового профиля триггерные оповещения при импорте в базу данных;
- Определить **геолокацию** по Reg IP или IP: включить автоматическое определение геолокации клиента по данным в полях **Reg IP** (IP адрес регистрации) или **IP** (последний известный IP адрес);
- Обновлять данные **UTM** в профиле: если форма содержит UTM-метки, то информация об этих метках автоматически обновляется в структуре профиля после импорта.

## Соответствие колонок

Вы можете установить соответствие между элементами формы и полями в карточке профиля.

В открывающемся меню "**Поле в базе данных**" доступны поля из базы данных: системные и кастомные. Они необходимы для сопоставления с основными

полями формы. Например, поле Email в базе данных соотносится с тем полем формы, в котором требуется указать Email.

В меню "**Действия**" вы можете выбрать три варианта действий: установить из, установить свое или удалить значение.

"**Колонка источника**" содержит поля, которые существуют в форме. Вы можете задать им имена самостоятельно для более простого сопоставления. Рекомендуем называть их так же, как называются поля, системные и кастомные, в базе данных.

"**Обработка значений**" содержит действие "**Игнорировать пустые**". Если данное поле в форме не заполнено, то его значение не перезаписывает то значение в базе, которое установлено по умолчанию.

| Поле в базе данных | Действие      | Колонка источника | Обработка значений                           |
|--------------------|---------------|-------------------|--|
| completed_courses  | Установить из | courses           | <input type="checkbox"/> Игнорировать пустые |

Колонка источника (открытое меню):

- СТРАНИЦА #2
- Число number
- Email email
- Номер телефона phone
- Какие курсы вы завершили? courses

Для того, чтобы при переносе ответов из формы в карточку профиля не возникло ошибки, необходимо верно указать тип поля при создании базы данных и сопоставить их с полями формы.

| Элемент формы  | Тип поля в базе           |
|----------------|---------------------------|
| Короткий текст | Строка                    |
| Email          | Строка                    |
| Номер телефона | Список телефонов / Строка |
| Длинный текст  | Строка                    |

| Элемент формы       | Тип поля в базе                   |
|---------------------|-----------------------------------|
| Число               | Целое число                       |
| Да/Нет              | Boolean                           |
| Один вариант        | Строка                            |
| Множественный выбор | Теги                              |
| Выпадающий список   | Теги                              |
| Дата                | Дата (формат RFC 3339 (ISO 8601)) |
| Диапазон            | Целое число                       |

## Настройки подписки на ресурс

При импорте профилей из форм вы можете сразу добавить клиенту подписку на какой-либо из ваших ресурсов. Выберите ресурс для подписки, канал и статус подписки, а также поле из формы, которое будет использоваться для подписки (например, email).

Настройки подписки на ресурс ?

Подписка на ресурс 

- 1 Выберите ресурс, на который нужно подписать профиль**  
Ресурс для подписки
- 2 На какой канал ресурса следует подписать профиль?**  
Канал подписки
- 3 Выберите статус подписки**  
Статус
- 4 Выберите внешний источник данных для подписки**  
Элемент формы

[+ Добавить](#)

### ПОДСКАЗКА

Можно подписать профили клиентов сразу на несколько ресурсов. Для добавления еще одной подписки нажмите на кнопку **+ Добавить**.

## Отправка формы на email

Добавьте это действие, если хотите получать оповещения о заполнении формы. Укажите имя и email-адрес. Можно добавить несколько получателей.

 Отправка формы на email #5   

Кому  На email

[+ Добавить email](#)

Каждый раз, когда пользователь будет заполнять форму, на указанную почту будет приходить email-письмо со следующими данными:

- оповещение о заполнении формы

- название и идентификатор формы
- ссылка на форму (*Go to view collected data*)

## Your form is filled out

Hello!

We inform you that the form [#4 - The quality of service](#) was filled out **8** times.

Regards, Altcraft

Go to [Forms](#) to learn more about filling out the form and to view the analytics.  
If you have any questions, please, contact our [support team](#).

 — пробное действие (отправьте тестовое сообщение на указанный email-адрес, чтобы убедиться в правильности введенных данных)

 — запустить действие (на почту придет письмо с информацией о том, сколько раз заполняли форму, и архивом, содержащим данные о заполнении)

 — удалить действие

### ПОДСКАЗКА

Кнопки "**Пробное действие**" и "**Запустить действие**" работают при условии, что форма опубликована.

## Предпросмотр формы

В любой момент создания и редактирования формы доступен ее предпросмотр. Чтобы увидеть, как будет выглядеть опубликованная форма, нажмите на кнопку предпросмотра в правом верхнем углу страницы , после чего откроется форма в том виде, в каком ее увидит пользователь.

## Подпишитесь на нашу рассылку

Ваш адрес Email

Ваше имя

Submit!

Закреть

## Поделиться

Когда форма создана, ее можно опубликовать. Для этого необходимо активировать переключатель "**Опубликовать**" на вкладке "**Основное**".

После того как форма опубликована и сохранена, можно использовать ее двумя способами:

1. используйте сгенерированный **URL**, который ведет на самостоятельную страницу с формой;
2. скопируйте **HTML** код и вставьте его в структуру вашей страницы.

URL и HTML-код формы доступны на вкладке "**Поделиться**":

Поделиться

URL

<https://pxl.kirill-naumov.dev.altkraft.com/form?form=kpXLqjpt6fKcMCFAsury8tzAAAhYewrp6rsVQxuvQxV59j6VB6Kw1bDKDvDPe2hrY1N6wzafSZS>



HTML

```
<script src=https://pxl.kirill-naumov.dev.altkraft.com/form/js/embed_v1.js></script>  
<iframe src="https://pxl.kirill-naumov.dev.altkraft.com/form?form=kpXLqjpt6fKcMCFAsury8tzAAAhYewrp6rsVQxuvQxV59j6VB6Kw1bDKDvDPe2hrY1N6wzafSZS&iframe=1"  
frameborder="0" name="ak-form-kpXLqjpt6fKcMCFAsury8tzAAAhYewrp6rsVQxuvQxV59j6VB6Kw1bDKDvDPe2hrY1N6wzafSZS" width="650" sandbox="allow-same-origin  
allow-forms allow-scripts"></iframe>
```



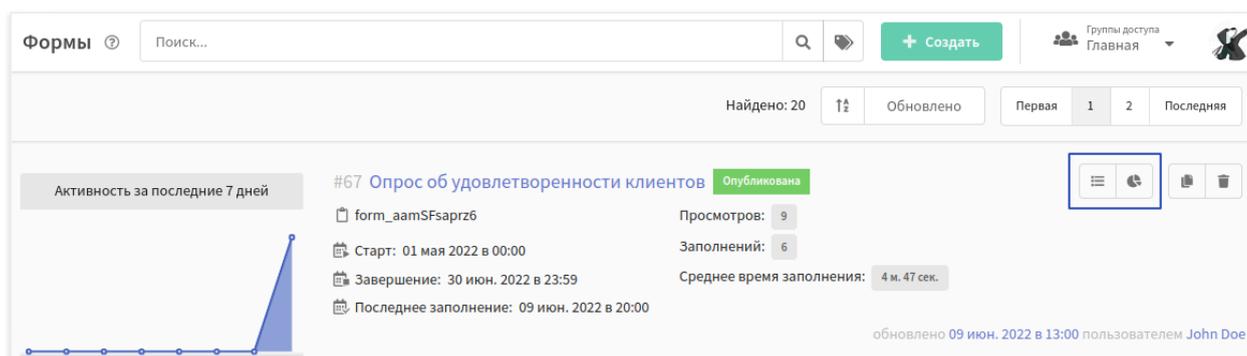
# Аналитика данных

## Описание

Проанализировать результаты, полученные после заполнения формы, вы можете в разделе "Собранные данные" или в разделе "Аналитика".

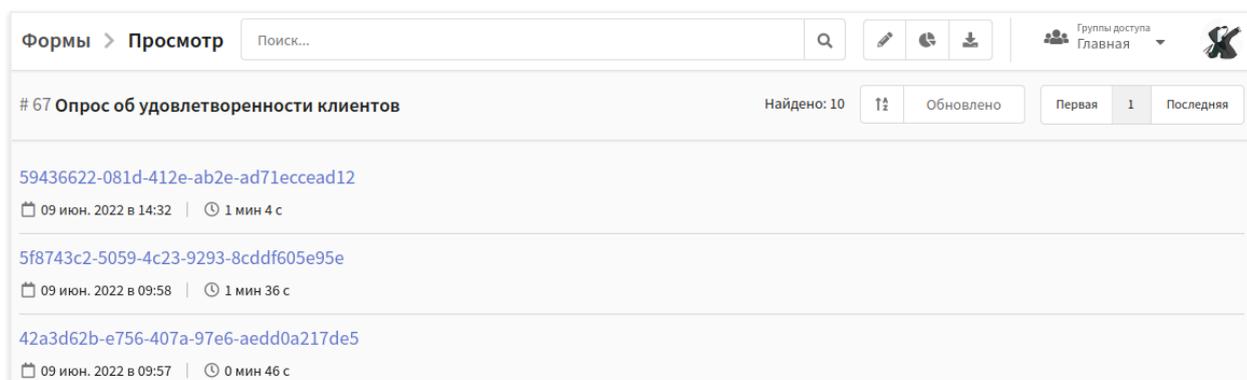
- **Собранные данные**  показывают ответы определенного пользователя.
- **Аналитика**  предоставляет общую сводку по форме (просмотры, заполнения) и статистику по конкретному вопросу.

Чтобы перейти в один из разделов, найдите нужную форму в общем списке и нажмите соответствующую иконку на панели инструментов:



## Собранные данные

Откройте форму и перейдите в раздел "**Собранные данные**". Здесь вы увидите список идентификаторов всех заполненных форм. Нажмите на идентификатор, чтобы получить подробную информацию.



### ⚠ К СВЕДЕНИЮ

В правом верхнем углу расположены следующие кнопки:



— перейти в окно редактирования формы.



— открыть аналитику по форме.



— экспортировать данные о заполнениях формы за определенный период.

На вкладке "**Заполненная форма**" вы можете узнать, как именно пользователь заполнил каждое поле:

Заполненная форма    Мета-данные

Страницы формы ? < 1 2 >

Ваша должность:

CRM-маркетолог

Как долго Вы пользуетесь сервисом? \*

1-6 месяцев

6-12 месяцев

1-2 года

больше 2-х лет

Вкладка "**Мета-данные**" отображает детальную информацию о заполнении формы: время, данные браузера, геопозиция, отпечаток пользователя и UTM-метки.

Заполненная форма i **Мета-данные**

Мета-данные

|  |   |  |
|--|---|--|
| <b>Время</b><br>Обновлено<br>2022-06-09 12:58:22<br>Начало заполнения формы<br>2022-06-09 12:56:46<br>Время заполнения<br>1 мин 36 с                     | <b>Данные браузера</b><br>Источник<br>https://pxl.polina-zakaryan.dev.altkraft.com<br>URL исходной страницы, с которой был осуществлен переход на форму<br>https://pxl.polina-zakaryan.dev.altkraft.com/form?form=akW9i6NjSj4oDNYHzxuUF64EFbw6HskDX5aipXE27ZMSWTHc6jtyxj5UDZiikkkNEJ7o313hC7xF3PXdG3Tt9EMP<br>IP<br>192.168.0.134<br>Установленный язык<br>ru | <b>Геопозиция</b><br>Страна<br>Russian Federation<br>Регион<br>Не определено<br>Город<br>Не определено<br>Индекс<br>Не определено<br>Временная зона<br>Не определено |
| <b>Отпечаток пользователя</b><br>Разрешение экрана<br>1680x1050<br>Размер просматриваемой области ?<br>1680x915<br>Кодировка ?<br>UTF-8<br>Язык<br>ru-ru | <b>UTM-метки</b><br> Не определены   |  |

## Аналитика формы

Откройте форму и перейдите в раздел "**Аналитика**". На верхней панели откройте календарь и выберите период, за который хотите получить данные.

Аналитика предоставляет следующую информацию:

- **Просмотры** (сколько раз была загружена страница с формой).
- **Заполнения** (сколько раз форма была заполнена и отправлена).
- **Среднее время заполнения.**

### К СВЕДЕНИЮ

Данные показатели являются неуникальными. Если один и тот же пользователь просматривал или заполнял форму несколько раз, будут засчитаны все просмотры и заполнения.

Формы > Детали ср, 11 мая 2022 - пт, 10 июн. 2022 Группы доступа  
Главная

### #67 Опрос об удовлетворенности клиентов

Анализ результатов | Статистика опроса

Страница 1 Первая | 1 | 2 | Последняя

|                  |                 |  |
|------------------|-----------------|--|
| 16<br>ПРОСМОТРОВ | 9<br>ЗАПОЛНЕНИЙ | 4 мин. 47 сек.<br>СРЕДНЕЕ ВРЕМЯ ЗАПОЛНЕНИЯ |
|------------------|-----------------|--|

В аналитике формы доступны две вкладки:

- **Анализ результатов** — статистика по конкретному полю в форме.
- **Статистика опроса** — общая сводка по форме.

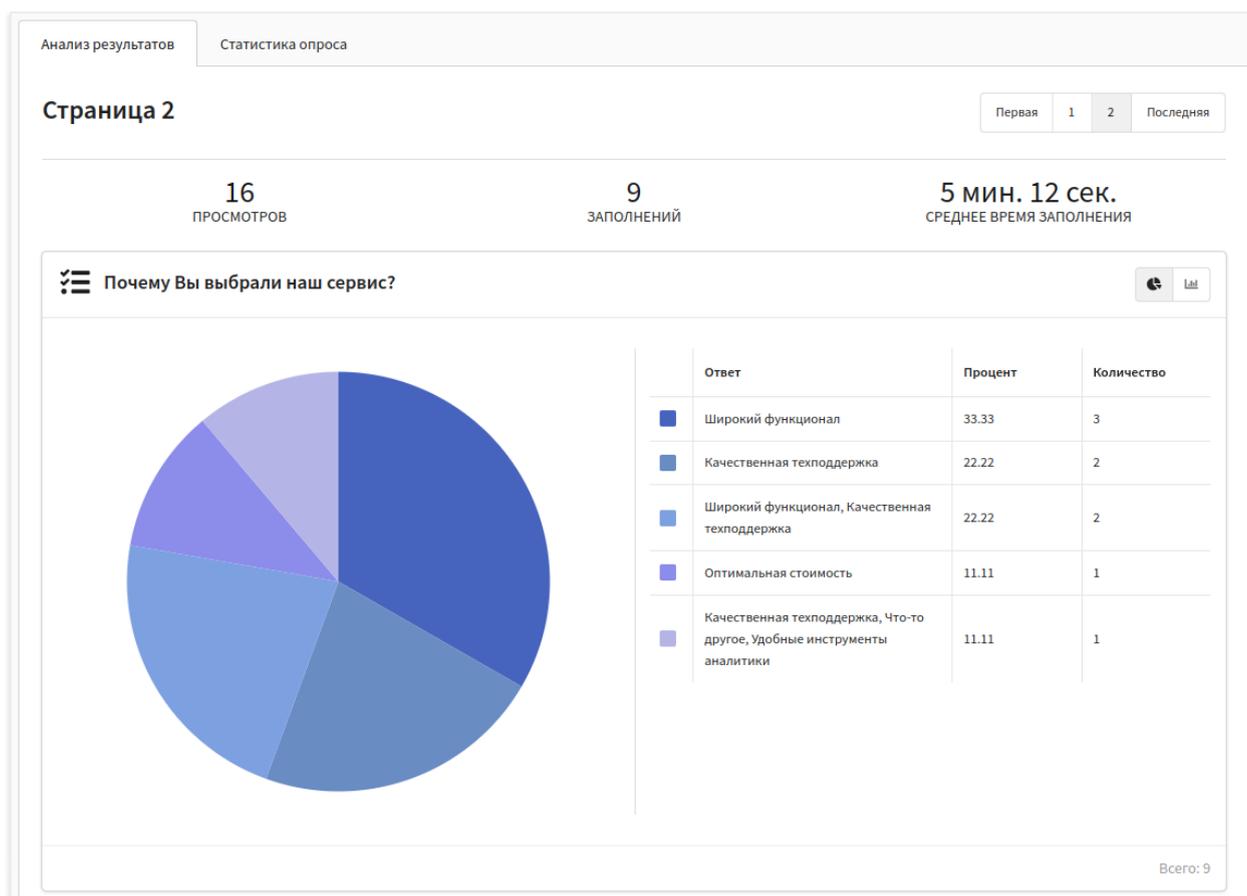
## Анализ результатов

На этой вкладке отображается статистика по заполнению конкретного поля в форме. Для переключения между страницами формы используйте кнопки в правом верхнем углу.

Данные по каждому полю собраны в отдельном блоке. Здесь вы можете посмотреть вопрос и ответы, которые дали пользователи. Внизу блока показано, сколько всего раз было заполнено поле.

Большинство данных представлены в процентном и количественном соотношении.

Дополнительно возможна их визуализация в виде бар -  или пайчарта .



## Статистика опроса

На этой вкладке вы можете найти следующую информацию:

### Просмотры страниц



Просмотры покажут, сколько раз была загружена каждая страница. С помощью этого показателя вы можете узнать, на какой странице пользователи чаще всего бросают форму, и в дальнейшем оптимизировать её.

### Причины отказа



1. **Брошенные заполнения** — пользователь частично или полностью заполняет форму, но не отправляет ее.

2. **Bounces** — при заполнении формы возникли технические проблемы (например, остановка сервера).

3. **Повторные заполнения** — один и тот же пользователь заполняет форму несколько раз. Хотя такие заполнения отображаются в причинах отказа, они также учитываются в общей сводке.

## Аналитические срезы отчёта

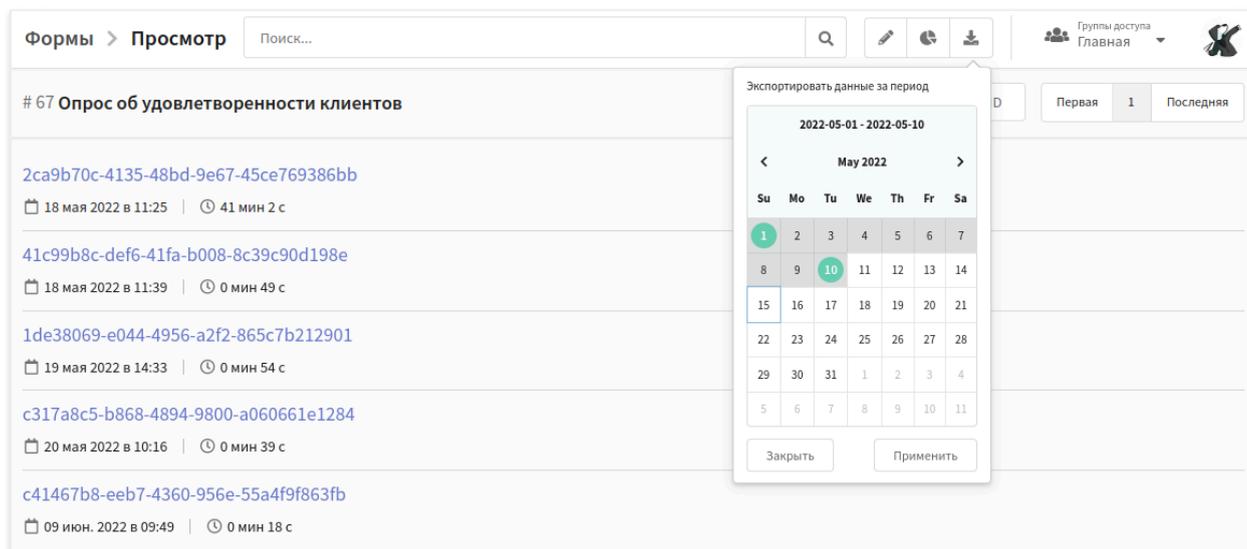
Ниже вы можете дополнительно сгруппировать респондентов по следующим критериям:

- по рефереру (с какого источника был совершен переход на форму)
- по браузеру (в каком браузере была открыта форма)
- по ОС
- по языку
- по часовому поясу
- UTM content
- UTM medium
- UTM source
- UTM campaign
- UTM term

# Экспорт формы

Выберите форму. Перейдите в раздел **Собранные данные**. В верхней части страницы расположена кнопка экспорта . Нажмите на неё.

В календаре укажите, за какой период экспортировать данные. Нажмите **Применить**. Перейдите в **Задания** и скачайте файл.



The screenshot shows a web interface for managing forms. At the top, there is a breadcrumb 'Формы > Просмотр' and a search bar. Below this is a list of forms, each with a unique ID and a timestamp. A modal window titled 'Экспортировать данные за период' is open, displaying a calendar for May 2022. The calendar shows the date range '2022-05-01 - 2022-05-10' and has the 10th of May selected. The modal also includes 'Закрыть' and 'Применить' buttons.

| Su | Mo | Tu | We | Th | Fr | Sa |
|----|----|----|----|----|----|----|
| 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 | 31 | 1  | 2  | 3  | 4  |
| 5  | 6  | 7  | 8  | 9  | 10 | 11 |

# Связывание данных канала и формы

## Описание

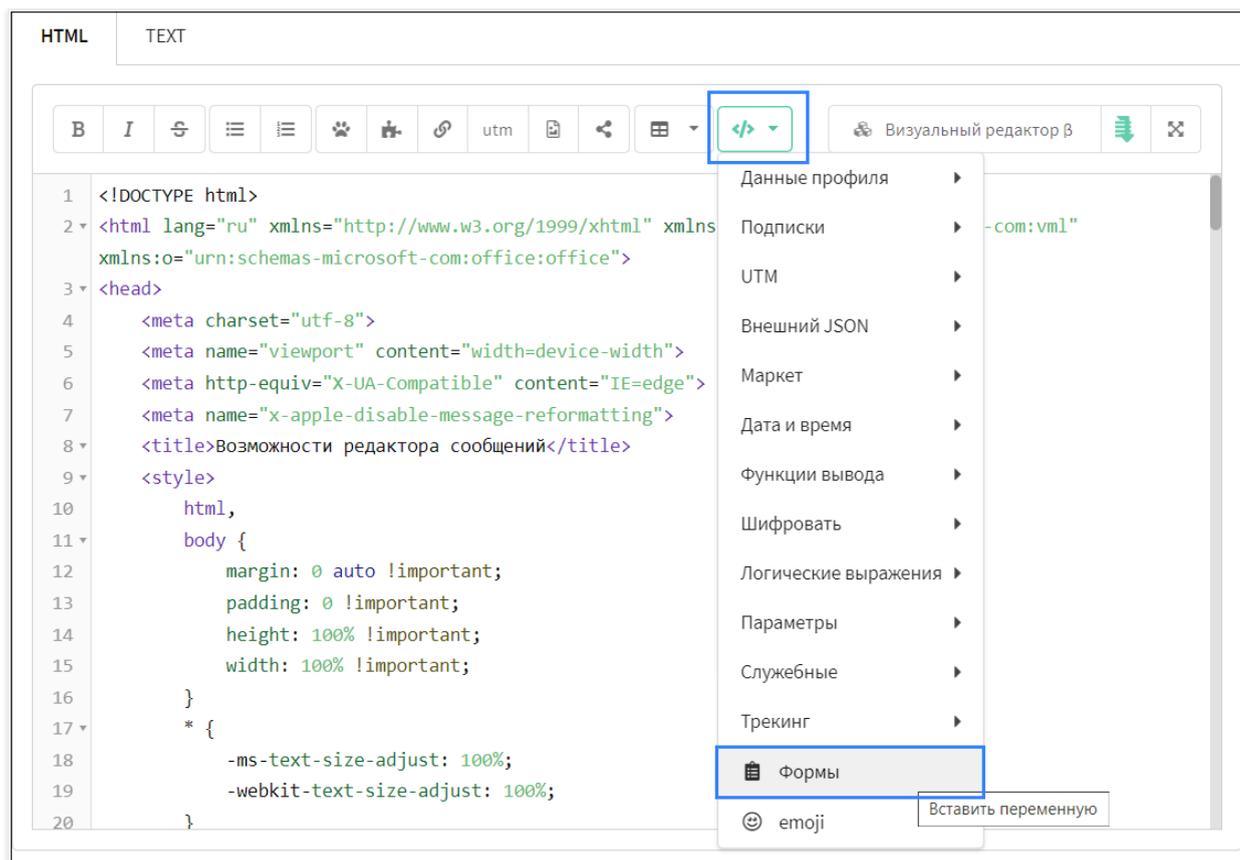
Если данные профиля, который заполняет форму, уже есть в одной из ваших баз данных, то платформа может идентифицировать пользователя в тот момент, когда он откроет форму. Это позволяет настроить автоматическое заполнение полей формы данными из профиля.

Например, в форме у вас есть поля, где вы просите пользователя ввести электронную почту и номер телефона, но вы и так уже знаете эту информацию. Вы можете облегчить жизнь пользователю, отправив ему ссылку на форму, где уже будут указаны его email и телефон.

Данная операция возможна, только если вы рассылаете форму с помощью одного из каналов, а не встраиваете её HTML-код в структуру сайта. Настройка автоматической идентификации профиля при заполнении формы происходит в момент создания шаблона для рассылки.

## Как добавить ссылку на форму в шаблон

1. В разделе "**Шаблоны**" создайте новый шаблон и перейдите в редактор.
2. Установите курсор на ту строку, куда хотите вставить ссылку на форму. Далее откройте список переменных с помощью кнопки  и выберите пункт "**Формы**":



3. В модальном окне "**Конструктор ссылки**" выберите форму.

Если в форме несколько страниц, то вы можете выбрать страницу, на которую хотите направить пользователя после перехода по ссылке. По умолчанию пользователь перейдет на первую страницу формы.

### Конструктор ссылки

**Форма**

83. Тест автозаполнения формы

**Страница**

Страница 1

Не указывать

**Страница 1**

Страница 2

+ Добавить

**Предпросмотр**

```
<a href="{form.form_fpnkT4dPM.page_1.url}">Текст ссылки</a>
```

✕ Закрыть Окей

4. Нажмите кнопку "**Добавить**". В первом выпадающем списке выберите поле формы, в которое хотите подставить данные.

4.1. Если вы хотите заполнить поле данными профиля из базы, то во втором выпадающем списке выберите "**Установить из**". Затем из третьего выпадающего списка выберите поле базы, в котором хранятся нужные данные о клиенте.

4.2. Если вы хотите подставить в поле фиксированное значение, то выберите "**Установить свое**" и введите значение вручную.

### Конструктор ссылки

Форма

83. Обратная связь

Страница

Страница 1

Предзаполненные поля

Соответствие колонок

|                         |                 |            |   |
|-------------------------|-----------------|------------|---|
| Email                   | Установить из   | lead.email | ✕ |
| Идентификатор источника | Установить свое | 254761     | ✕ |

+ Добавить

Предпросмотр

```
<a href="{form.form_fpnkT4dPM.page_1.url}&field_1={formcrypt(lead.email)}&field_2={formcrypt("254761")}">Текст ссылки</a>
```

✕ Закрыть    ✓ Окей

В разделе "Предпросмотр" отобразится код ссылки, например:

```
<a href="{form.form_fpnkT4dPM.page_1.url}&field_1={formcrypt(lead.email)}&field_2={formcrypt("254761")}">Текст ссылки</a>
```

- **Текст ссылки** — по умолчанию текст ссылки выглядит таким образом. Вы можете изменить его прямо в теле шаблона, написав нужный.
- `form_fpnkT4dPM` — это идентификатор формы.
- `page_1` — страница формы, на которую перейдет пользователь при клике на ссылку.
- `field_1` и `field_2` — идентификаторы полей "Email" и "Идентификатор источника" в форме.

- `(lead.email)` — переменная платформы, которая подтянет email-адрес профиля из базы в поле формы. Какие переменные доступны, читайте [здесь](#).
- `"254761"` — фиксированное значение для предзаполнения поля.
- `{formcrypt}` — функция шифрования данных.

**⚠ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ**

При передаче данных профиля использование функции `{formcrypt}` для шифрования обязательно.

5. Нажмите кнопку "Окей" — и ссылка, отображающаяся в предпросмотре, будет добавлена в тело сообщения.

## Автозаполнение элементов формы без шифрования

В примерах выше значения параметров в ссылке шифровались с помощью функции `{formcrypt}`. Платформа знает алгоритм шифрования и может декодировать такие параметры. Однако в некоторых случаях в ссылку на форму требуется подставить параметр со своим значением, не зашифрованным функцией `{formcrypt}`. Данный параметр не может быть декодирован платформой.

Чтобы подставить значение такого параметра в форму, необходимо добавить дополнительный параметр `prefill` и передать ему любое значение (`prefill=true` или `prefill=1`). Такой подход часто используется для автозаполнения скрытых полей формы.

```
<a href="{form.form_BMteOxecM.url}&custom_field=client_id&prefill=true" name="link1">Ссылка</a>
```

# Условная постраничная логика в формах и опросах

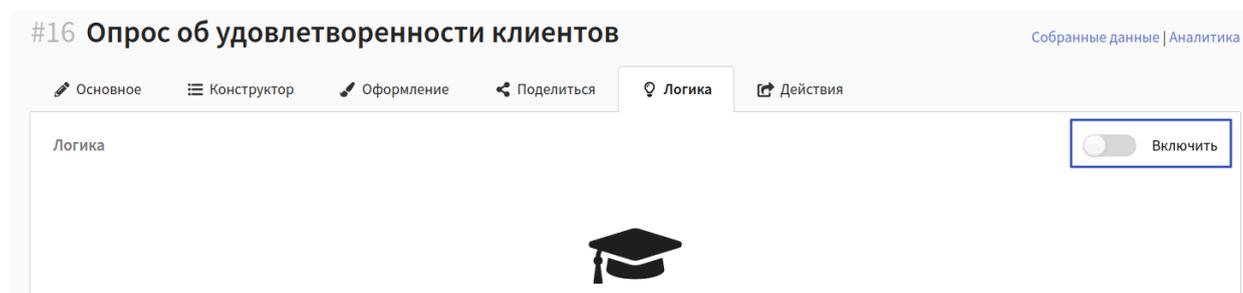
## Описание

Условная постраничная логика позволяет настраивать логику переходов между страницами формы. В зависимости от ответов, которые дает пользователь, можно изменять порядок показа страниц, а также задавать условия показа той или иной страницы.

## Как настроить логику

### Шаг 1. Активация логики

Создайте форму и заполните основные настройки. После этого перейдите на вкладку **"Логика"** и активируйте опцию, кликнув на переключатель в правом верхнем углу.



### Шаг 2. Добавление страниц и элементов

Вернитесь на вкладку **"Конструктор"**. Создайте страницы формы и добавьте в них нужные [элементы](#):

Основное | **Конструктор** | Оформление | Поделиться | Логика | Действия

Конструктор формы

Опрос об удовлетворенности клиентов

Добавить элемент

- Н Заголовок
- ¶ Параграф
- ¶ Короткий текст
- @ Email
- ☎ Номер телефона
- ≡ Длинный текст

Страница 1

Идентификатор страницы  
page\_OdnMv2yuz5a

Один вариант

Вас устраивает работа нашей службы поддержки?

- Да, конечно
- Честно говоря, нет

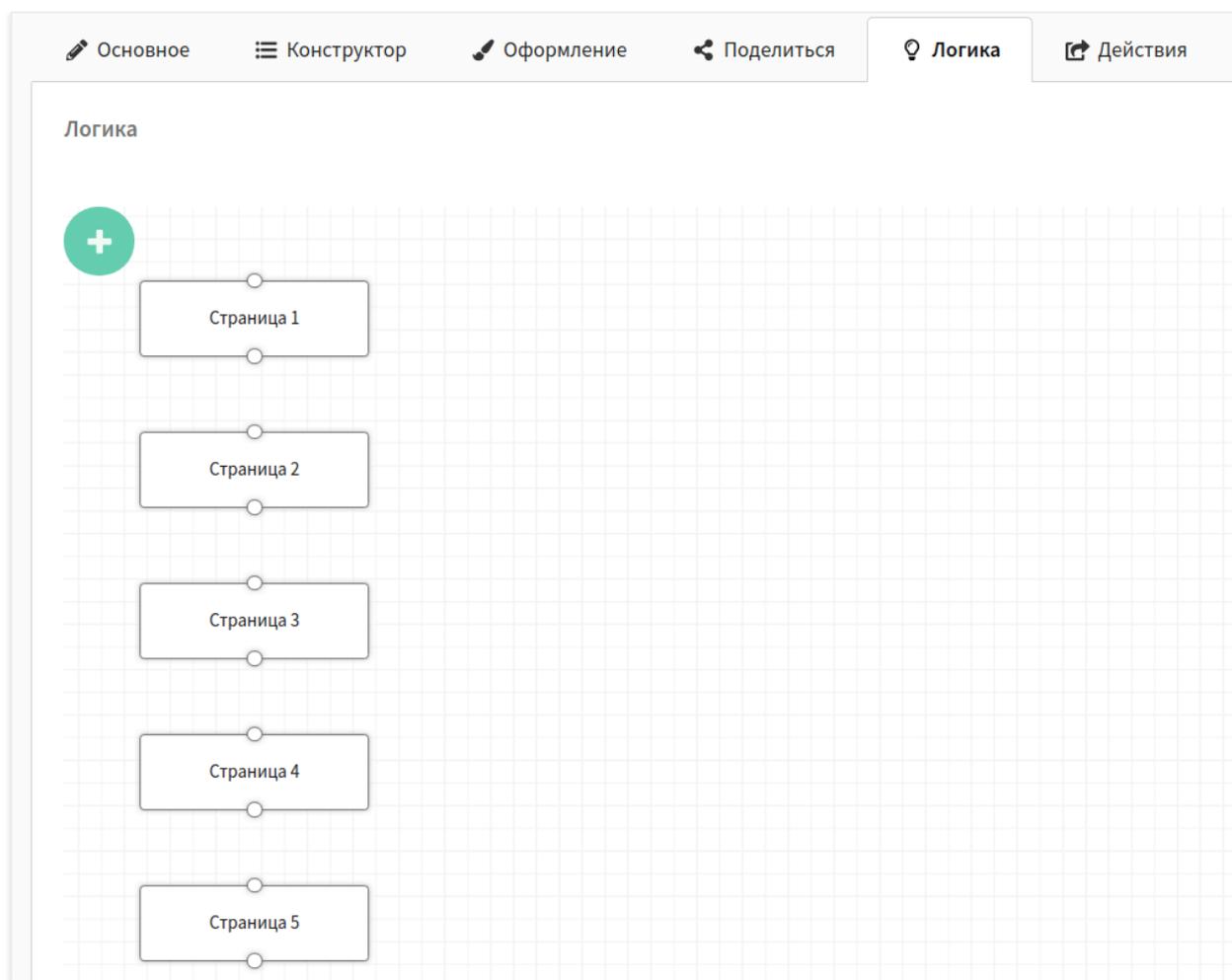
+ Добавить страницу

#### 💡 ПОДСКАЗКА

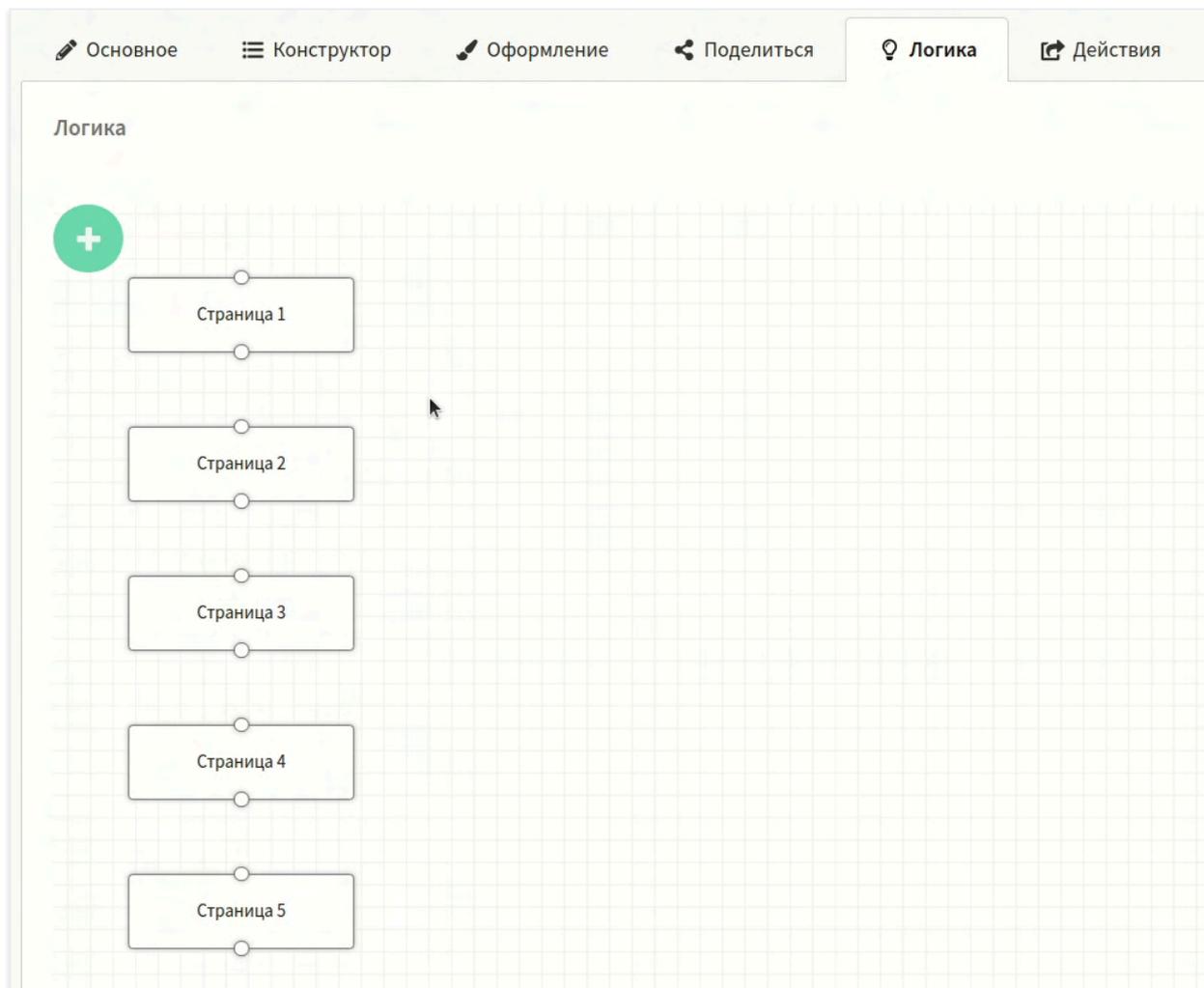
Обратите внимание, что вы настраиваете логику переходов **между страницами** формы. Чтобы после определенного ответа на вопрос пользователь переходил на нужную страницу, необходимо создавать отдельные страницы для каждого вопроса, после которого произойдет переход.

### Шаг 3. Добавление условия

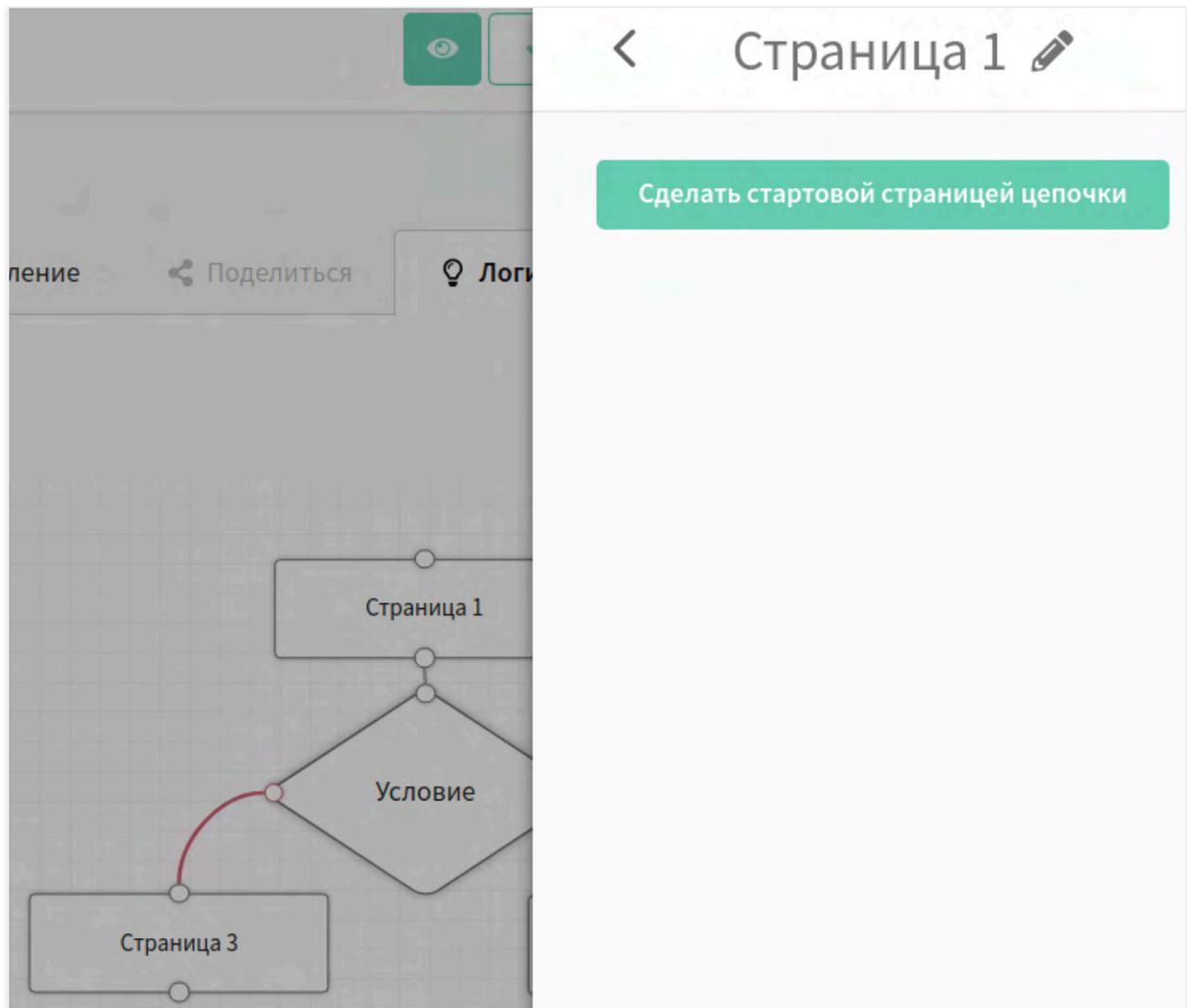
Снова перейдите на вкладку "**Логика**". Вы увидите, что все созданные страницы выстроились друг за другом:



Чтобы изменить порядок, кликните на блок страницы и, зажав левую кнопку мыши, перетащите его.

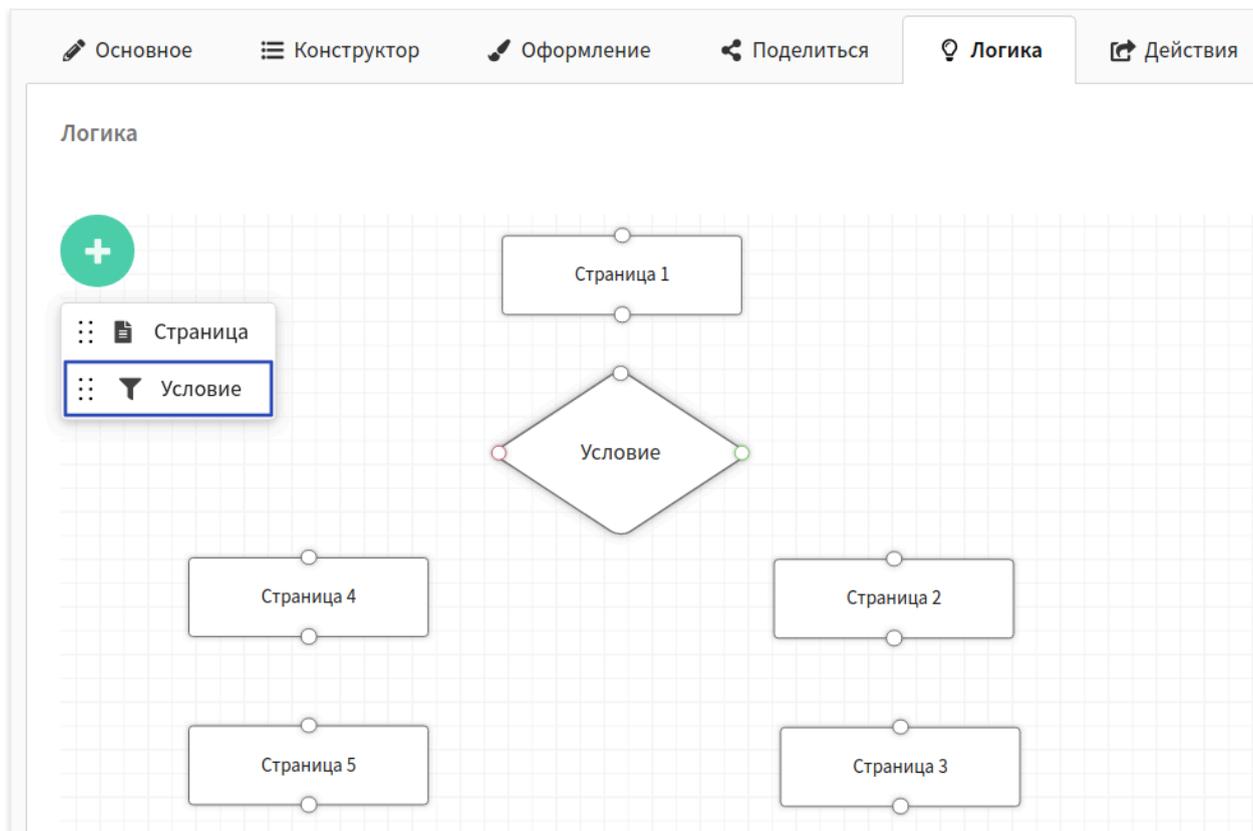


Выберите страницу, с которой пользователь начнет проходить опрос. Для этого нажмите на блок страницы — справа появится окно. Кликните кнопку **"Сделать стартовой страницей цепочки"**. Стартовой страницей может быть любая страница в форме.

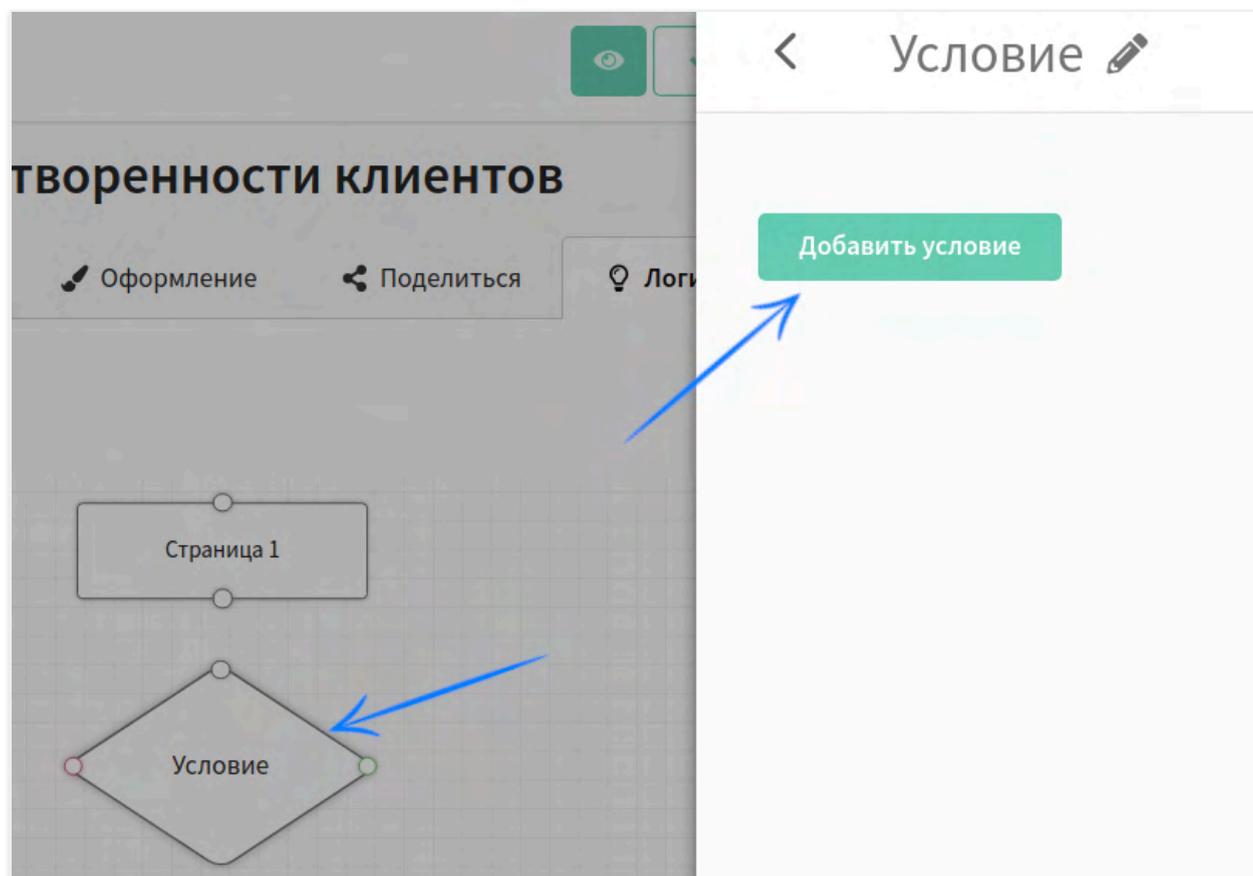


Теперь необходимо добавить условие. Условие — это элемент на странице формы, предполагающий выбор пользователя ("Да/нет", "Один вариант", "Выпадающий список", "Диапазон").

Чтобы добавить блок условия, нажмите на кнопку  и выберите **"Условие"**:



Кликните на блок условия (ромб). После этого нажмите на кнопку **"Добавить условие"** в появившемся справа окне:



Для одного блока можно добавлять сразу несколько условий. Есть возможность проверять ответ пользователя на соответствие всем условиям ("**Все условия**") или на соответствие хотя бы одному из них ("**Хотя бы одно условие**").

## Условие

Все условия Хотя бы одно условие

# 1

Каким тарифом Вы пользуетесь? 

Не Один из

Стандартный  

И

# 2

Вы готовы продлить подписку? 

Не Один из

Да  

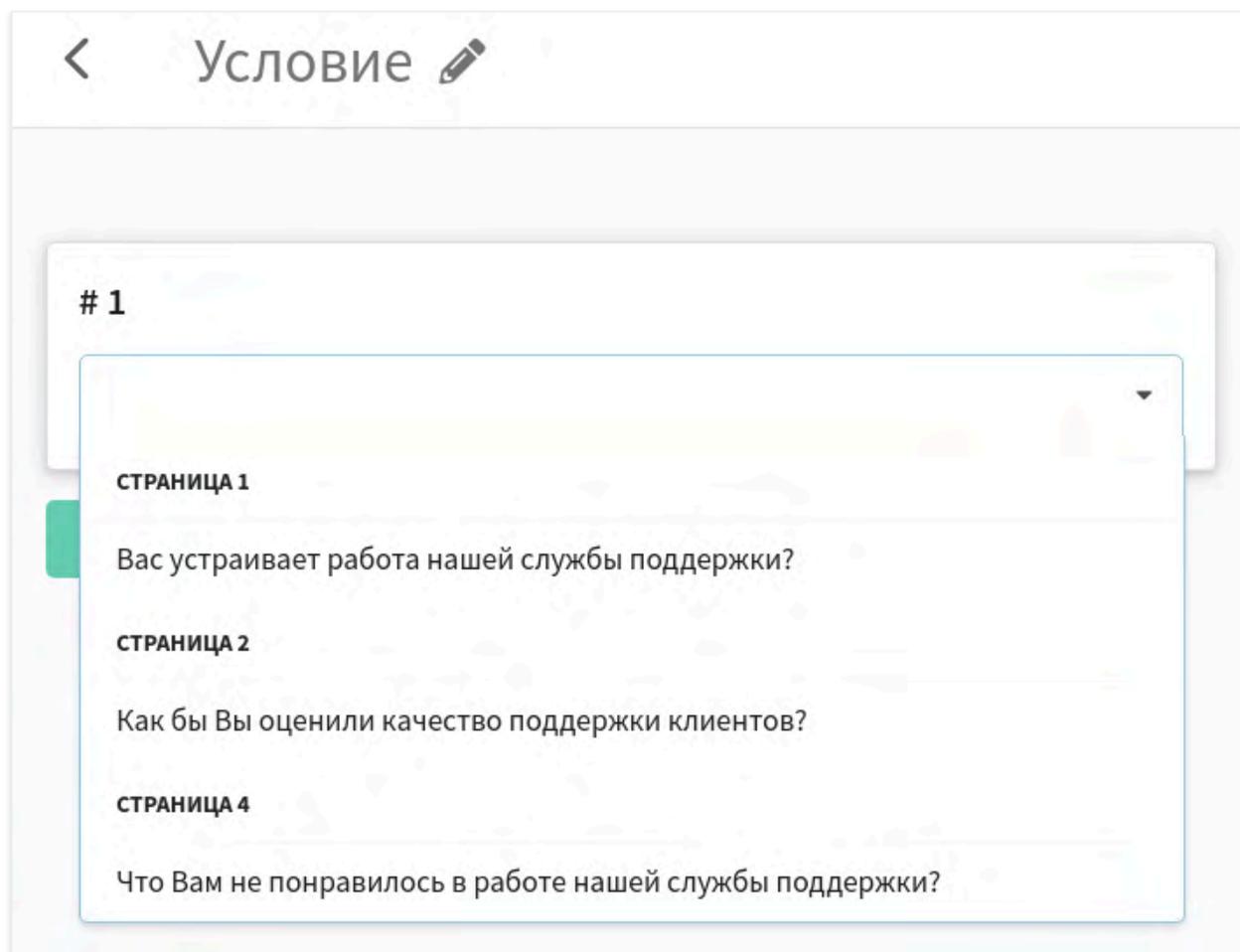
Добавить условие

 ПОДСКАЗКА

Для удаления всего блока условия из схемы воспользуйтесь иконкой корзины в правом верхнем углу.

## Шаг 4. Настройка условия

Сначала необходимо выбрать в выпадающем списке элемент на странице, который будет использоваться в качестве условия:



**Условие можно задавать следующим элементам:**

### Да/Нет

"Да/Нет" является самым простым условием. Если пользователь дал утвердительный ответ, он перейдет на одну страницу; если отрицательный — на другую.

# 1

Да/Нет

Не    Равно

Добавить условие

### Пример

Вы готовы подписаться на нашу email-рассылку?

Следующая страница

### Один вариант

Элемент позволяет перенаправить пользователя на определенную страницу в зависимости от варианта ответа, который он выбрал.

# 1

Один вариант

Не Один из

Вариант 1 ✕

Вариант 2

Вариант 3

## Пример

Вас устраивает работа нашей службы поддержки? \*

Да, конечно

Честно говоря, нет

Когда как

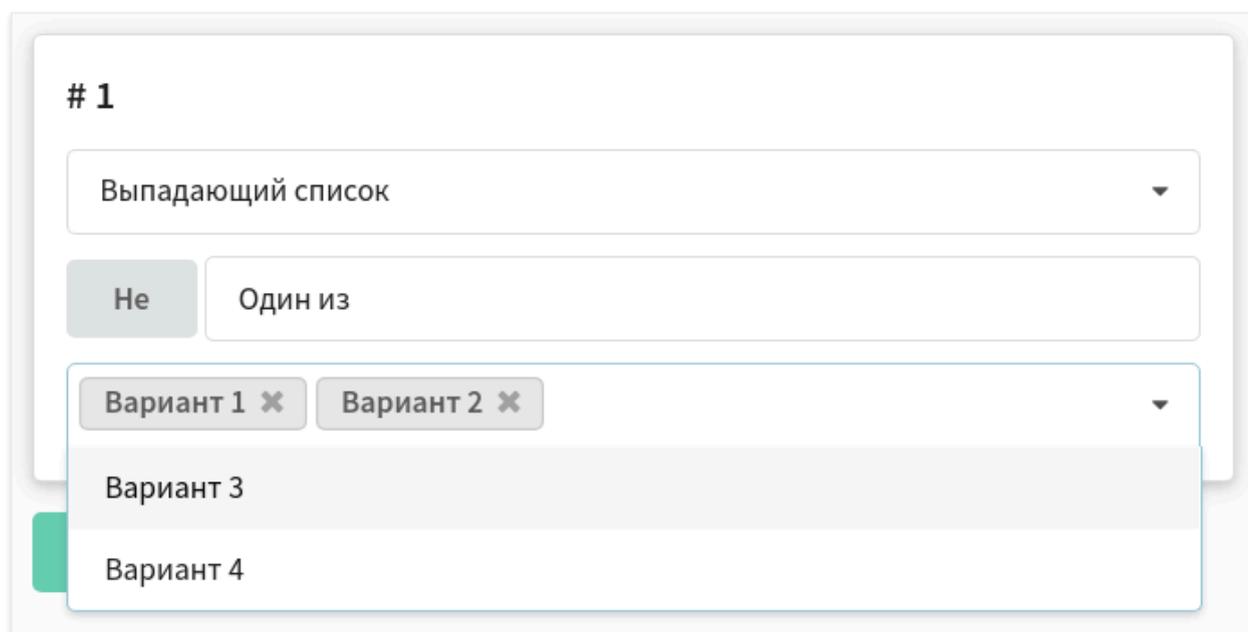
Следующая страница

## Выпадающий список

Выпадающий список позволяет пользователю выбрать один или несколько вариантов ответа из предложенных. Вы можете настроить логику так, чтобы при выборе определенных вариантов пользователь переходил на одну страницу формы, а при выборе других — на другую.

Для **выпадающего списка со множественным выбором** доступны следующие условия:

- **Один из** — хотя бы один из вариантов ответа, выбранных пользователем, соответствует указанному значению.
- **Все** — все варианты ответа, выбранные пользователем, соответствуют указанному значению.



# 1

Выпадающий список

Не Один из

Вариант 1 ✕ Вариант 2 ✕

Вариант 3

Вариант 4

The image shows a user interface for a form question. At the top, it is labeled '# 1'. Below this is a dropdown menu with the text 'Выпадающий список' and a downward arrow. Underneath the dropdown are two radio button options: 'Не' (which is selected) and 'Один из'. Below the radio buttons is another dropdown menu showing a list of selected items: 'Вариант 1 ✕' and 'Вариант 2 ✕'. Below this dropdown, two more options are visible: 'Вариант 3' and 'Вариант 4'. A green vertical bar is visible on the left side of the dropdown menu.

## Пример

Какими возможностями платформы вы пользуетесь? \*

Выберите опцию ▼

Следующая страница

## Диапазон

Пользователь перейдет на определенную страницу в зависимости от того, какое значение диапазона отметит. Требуется выбрать:

- **значение**, с которым будет сравниваться ответ пользователя
- **оператор сравнения** (равно, больше чем, меньше чем)

# 1

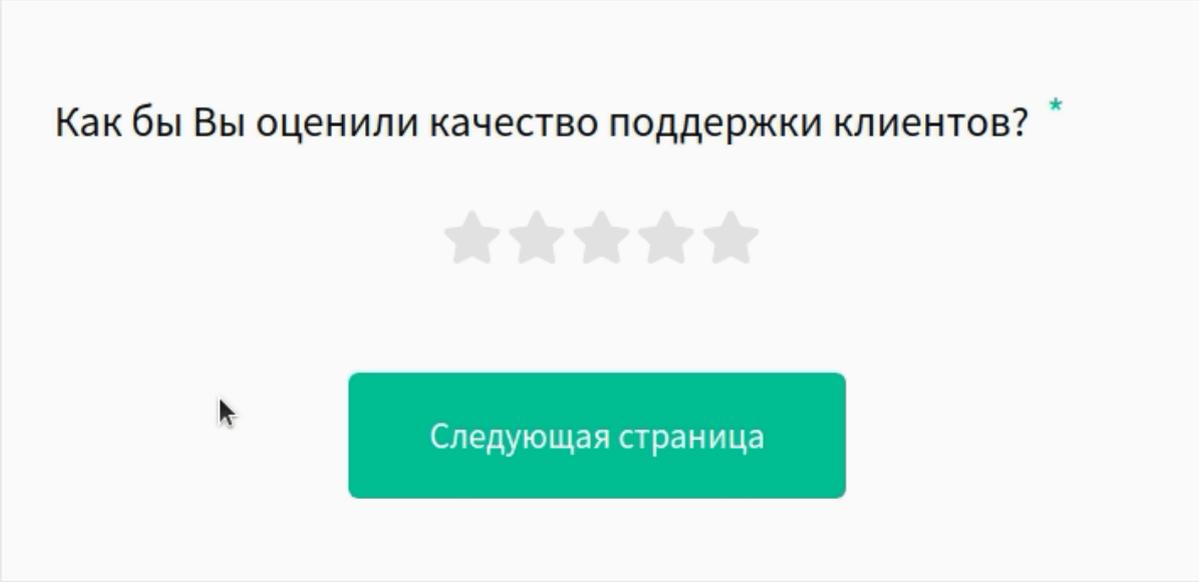
Диапазон ▼

Не Больше чем ▼

5

Добавить условие

## Пример



Как бы Вы оценили качество поддержки клиентов? \*

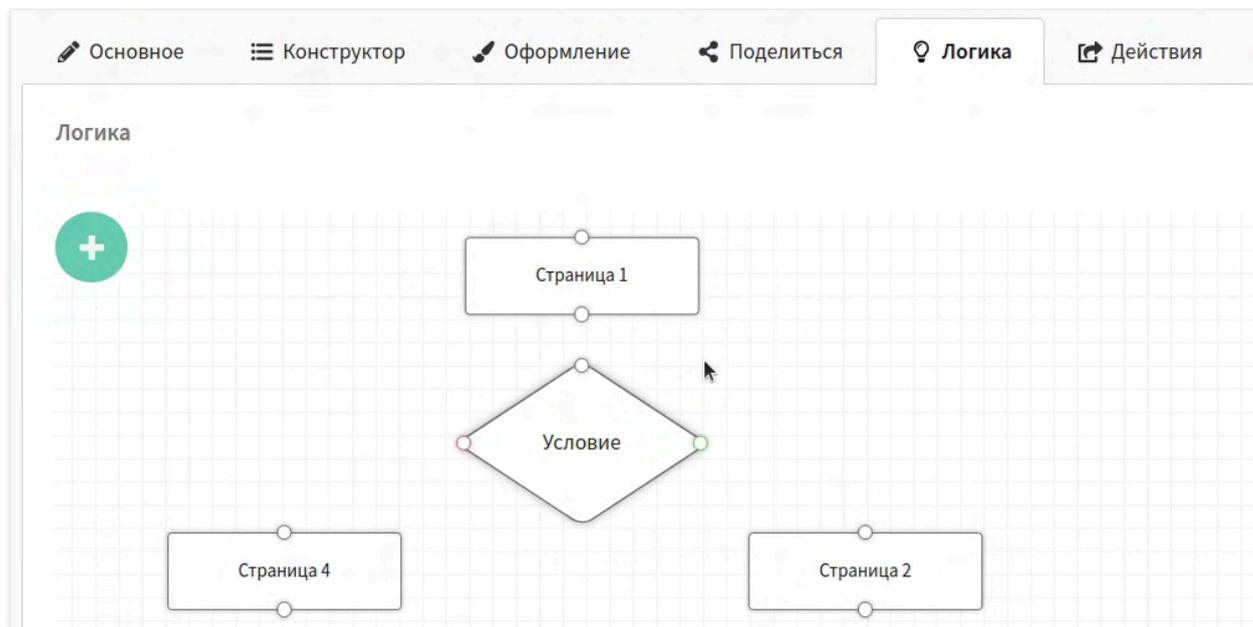
★ ★ ★ ★ ★

Следующая страница

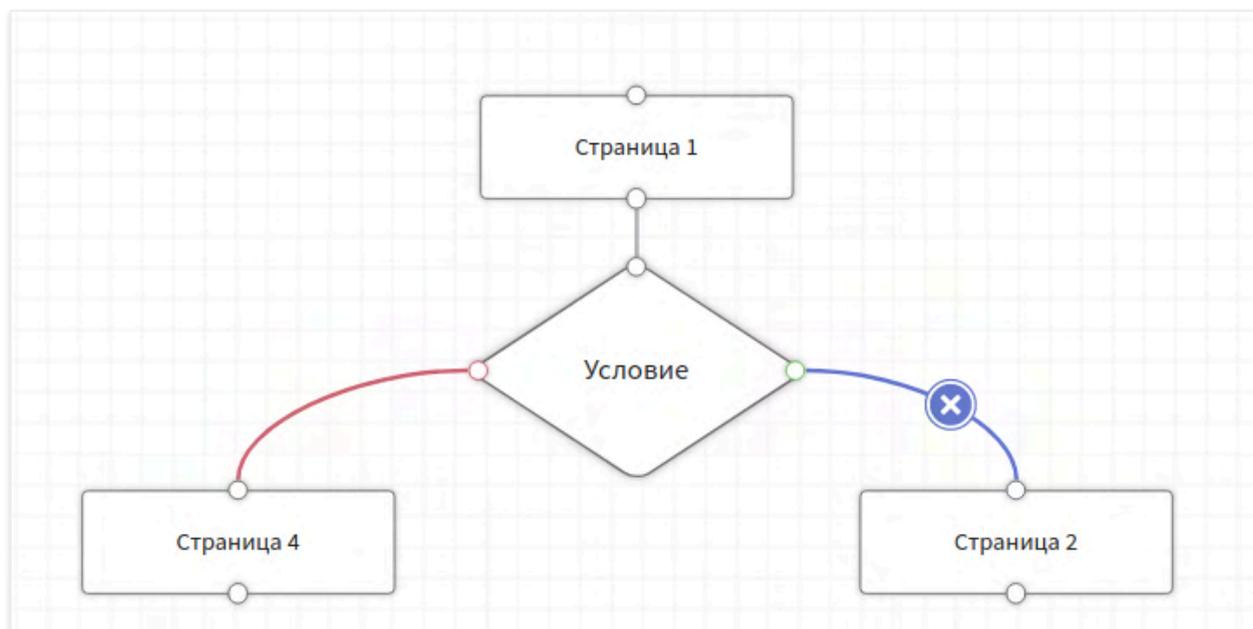
## Шаг 5. Настройка связей между блоками

Осталось связать страницы формы в нужной последовательности. Для этого нажмите иконку  на границе блока и проведите линию до страницы, на которую должен перейти пользователь.

Серая линия связывает переход между страницами без условий. Зеленая — переход, если ответ пользователя соответствует условию. Красная — если условие не соблюдено.



Чтобы удалить связь, нажмите на линию, а затем на иконку :



## Шаг 6. Предпросмотр формы

Проверить, правильно ли выстроена логика формы, можно на вкладке "Оформление":

Основное    Конструктор    **Оформление**    Поделиться    Логика    Действия

Оформление

Шрифт  
Source Sans Pro

Размер текста  
14 px

Цвет текста  
000000

Скругление элементов

Вас устраивает работа нашей службы поддержки? \*

Да, конечно

Честно говоря, нет

Следующая страница

Если всё настроено верно, сохраните форму. После этого ее можно [опубликовать](#) и использовать на сайте или отправить клиенту [ссылку на страницу формы в письме](#).

# Пиксели

Пиксель представляет из себя HTML или JavaScript-код на сайте, который ведет отслеживание действий пользователя.

С помощью пикселя можно отслеживать:

- географию показов и кликов (страна, город, регион);
- браузер и платформу устройства;
- действия подписчика на сайте как до, так и 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:

Запрос сегментации Обновлять сегмент ежедневно

**Источник** ✕

База данных

5 - Promotions for registered users 5 000

**Условие**

Отбор по: Достигнута цель

Значение (x): 7

Цель:

Значение: 0,000

Пиксель: Все пиксели

Условие отбора

- средняя стоимость за последние [x] дней больше
- средняя стоимость за последние [x] дней больше**
- средняя стоимость за последние [x] дней меньше
- 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

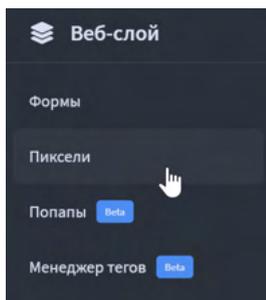
Достижение целей по тем или иным пикселям вы сможете наблюдать в отчёте "[Цели](#)".

## 💡 ПОДСКАЗКА

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.



## ⓘ ПРИМЕЧАНИЕ

Кроме того, для использования пикселей необходимо настроить HTTPS (см. [руководство для системных администраторов](#)).

После включения опции в пользовательском интерфейсе в разделе "Веб-слой" должен появиться соответствующий подраздел.

# Создание пикселей

Создайте новый пиксель и задайте основные настройки: имя пикселя, описание, группы доступа и связанные базы данных.

Если нужно блокировать повторное срабатывание триггера, установите нужный временной интервал:

Общий пиксель отслеживания \*

Регистрирует целевые действия и их стоимость

✓ Применить Сохранить ✕

**!** Для того чтобы получить код пикселя, сохраните его. Сохранить пиксель и показать код

Основные настройки

База данных: \*

Все базы профилей

Блокировать повторное срабатывание триггеров (0-43200 минут):

30

Разрешить импорт данных на пикселе

Разрешить редирект через пиксель

## ⚠ К СВЕДЕНИЮ

**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 профиль с известными cookie (например, открывал почту с того же устройства) не найден, 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. Настройки импорта для JS кода описаны **ниже в этой статье**.

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=hzej4aJbo7ZMKWnA226LMT3noVRXQo9hW12VHPBu4DvefVp
UwzdXPu4mc22ABLfgPrSSyPGwUFFBmyFMyoG1U6c&s=b9ff037718b39653&redirect_url=&goals=Spent%20online
&value=1000">Click!</a>
<!-- END OF ALTKRAFT PIXEL CODE !-->
```

Для каждого скрипта вы можете выбрать несколько целевых действий, а для каждой **цели** — задать своё **значение** (value). Целями могут быть продажа, интерес, заявка, а их значения могут выражаться в баллах или стоимости.

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.

### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

В названиях целей можно использовать:

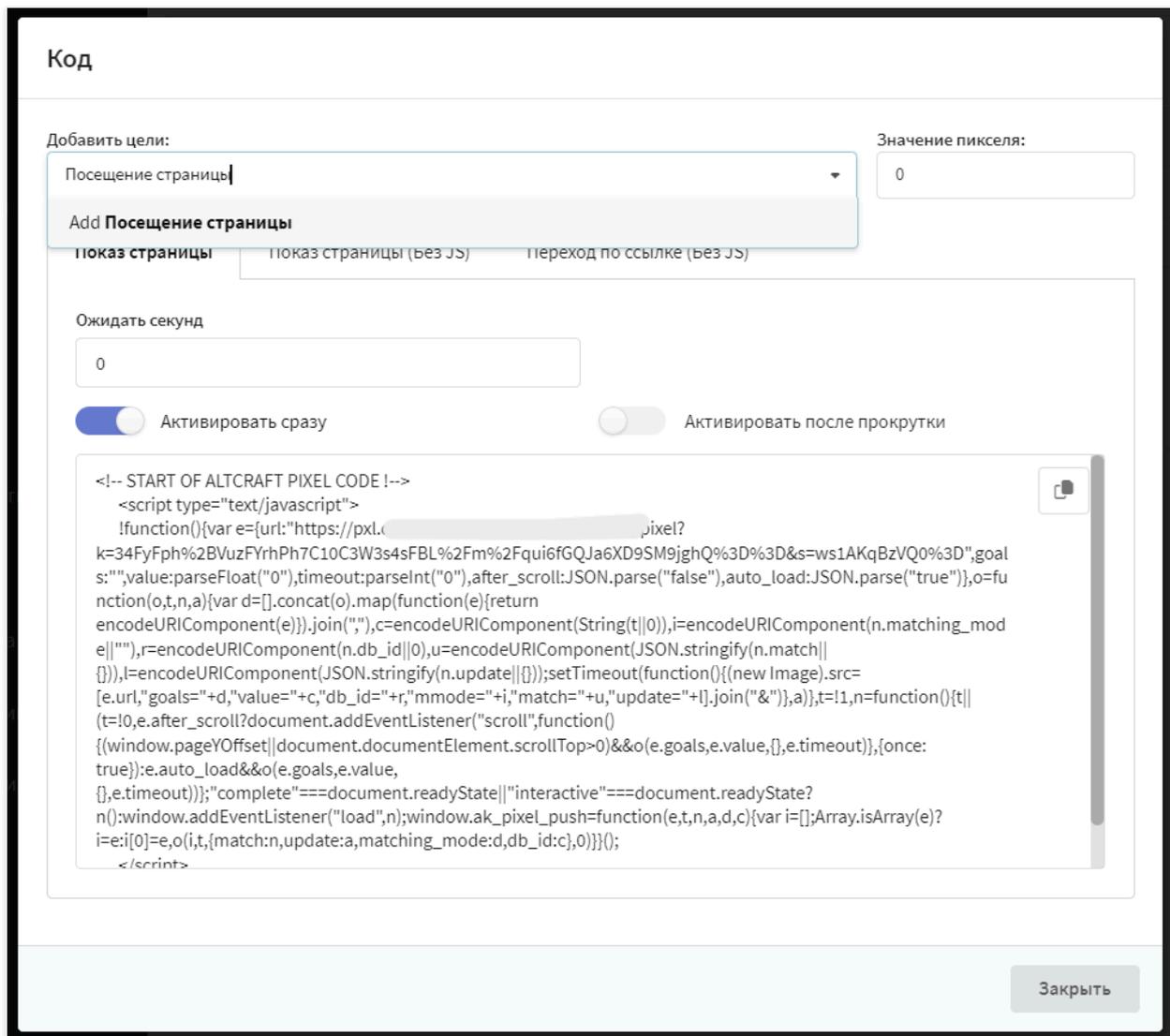
- буквы латинского и русского алфавита (любой регистр)
- пробелы и табуляцию
- символы валют
- ! # \$ % & \* + - . , : ; ' `&`
- = ? @ ^ \_ ( ) [ ] { } / \ | `&`

Максимальная длина названия — 128 символов.

Ниже вы можете настроить **время ожидания** или включить опцию "**Активировать после прокрутки**" — чтобы исключить из выборки случайных посетителей страницы.

### ПОДСКАЗКА

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.

| Описание   | Метод  |
|--|--|
| Простой вызов  | <code>ak_pixel_push()</code>                           |
| Вызов с действием  | <code>ak_pixel_push("click")</code>                    |
| Вызов с действием, с некоторым значением   | <code>ak_pixel_push("click", 100)</code>               |
| Вызов с несколькими действиями, с отрицательным значением.<br><br>Обоим целям будет назначено одинаковое значение. | <code>ak_pixel_push(["click", "cars"], -100.40)</code> |

## 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.

### ПОДСКАЗКА

**db\_id** можно не указывать, если [База профилей](#) выбрана в настройках пикселя.

- **update**— может содержать любые данные профиля, в том числе подписки. 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.

#### ПОДСКАЗКА

**matching\_mode** можно не указывать при поиске по кастомному полю.

## Пример регистрации цели с импортом профиля

```
ak_pixel_push(  
  "click",  
  100,  
  {  
    db_id: 1,  
    field_name: "client_id",  
    field_value: 1,  
  },  
  {  
    _fname: "John",  
    _lname: "Doe",  
    subscriptions: [  
      {  
        resource_id: 1,  
        channel: "email",  
        email: "john.doe@example.com",  
      },  
    ],  
  }  
);
```

## Настройка допустимых для редиректа доменов

Если вы разрешите **редирект через пиксель**, то в тот момент, когда пользователь попадет на ваш пиксель, его перебросит на указанный вами URL:

Разрешить импорт данных на пикселе

Разрешить редирект через пиксель

Разрешенные домены

\*example.com

Показать код пикселя

создано 24 апр. 2024 в 18:07, обновлено 24 апр. 2024 в 18:07 пользователем John Doe

Используя редирект-ссылку, злоумышленник может отправить фишинговое письмо с подстановкой в `redirect_url` – вредоносного сайта. Для недопущения подобной уязвимости, пиксель в платформе по умолчанию работает в режиме отключенного редиректа.

Когда опция активирована, появится текстовое поле, в котором можно ввести список доменов, редирект на которые разрешен.

После этого в сообщениях, использующих данный пиксель, будет доступен редирект только на домены, указанные в списке. Перенаправление на другие домены будет запрещено.

Редирект доступен только если вы внедряете пиксель на ваш сайт таким способом как **"Переход по ссылке"**.

## Настройка регистрации целей Altcraft пикселя с помощью Google Tag Manager (GTM)

Для удобства размещения пикселя Altcraft на страницах сайта можно использовать контейнеры Google Tag Manager (если установлен на сайте).

Для этого:

1. Создайте новый пиксель и задайте основные настройки: имя пикселя, описание, группы доступа и связанные базы данных.
2. После сохранения пикселя будет доступен интерфейс конфигурации кода отслеживания. Скопируйте код пикселя с вкладки **"Показ страницы"**.

### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Необходимо перед копированием отменить "Активировать сразу". Это позволит использовать код отслеживания в качестве библиотеки.

#### Код

Добавить цели:  Значение пикселя:

**Показ страницы**    Показ страницы (Без JS)    Переход по ссылке (Без JS)

Ожидать секунд

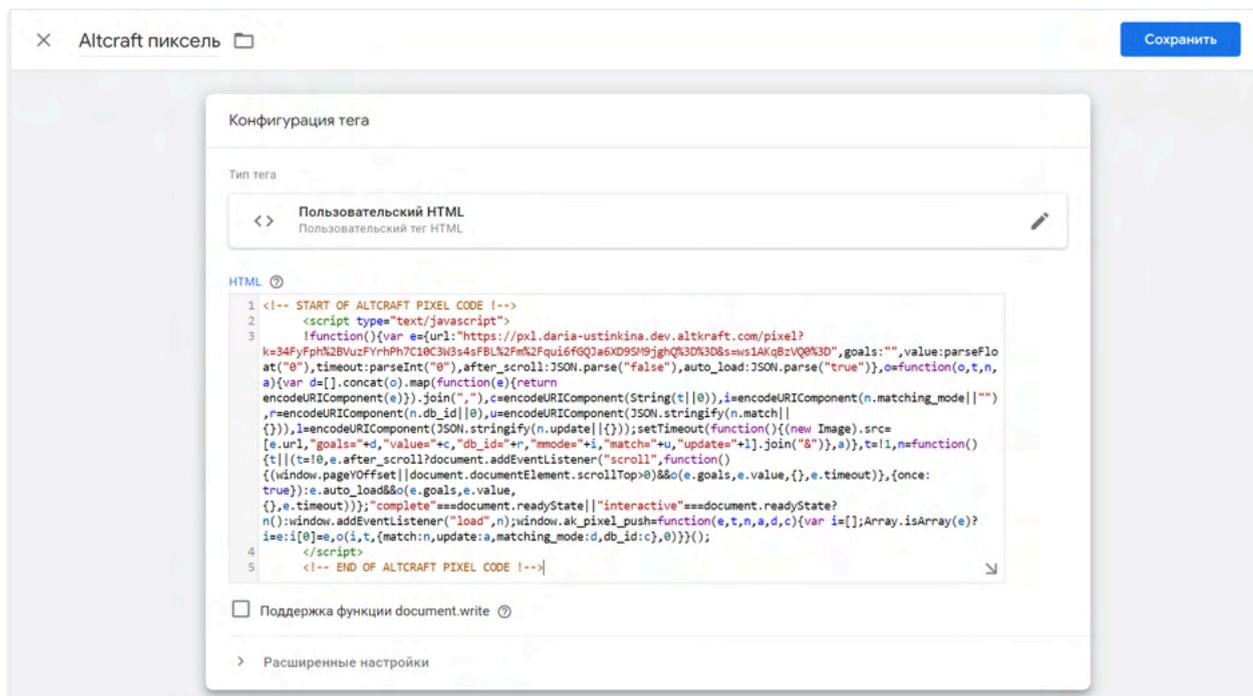
Активировать сразу     Активировать после прокрутки

```
<!-- START OF ALTcraft PIXEL CODE !-->
<script type="text/javascript">
  !function(){var e={url:"https://pxl.....,pixel?
k=34FyFph%2BVuzFYrhPh7C10C3W3s4sFBL%2Fm%2Fqui6fGQJa6XD9SM9jghQ%3D%3D&s=ws1AKqBzVQ0%3D",goal
s:"";value:parseFloat("0"),timeout:parseInt("0"),after_scroll:JSON.parse("false"),auto_load:JSON.parse("false"),o=f
unction(o,t,n,a){var d=[];concat(o).map(function(e){return
encodeURIComponent(e)}.join(";"),c=encodeURIComponent(String(t|0)),i=encodeURIComponent(n.matching_mod
e|""),r=encodeURIComponent(n.db_id|0),u=encodeURIComponent(JSON.stringify(n.match|
{})),l=encodeURIComponent(JSON.stringify(n.update|{}));setTimeout(function(){(new Image).src=
[e.url,"goals="+d,"value="+c,"db_id="+r,"mmode="+i,"match="+u,"update="+l].join("&"),a}),t=!1,n=function(){t|
(t=!0,e.after_scroll?document.addEventListener("scroll",function()
{(window.pageYOffset|document.documentElement.scrollTop>0)&&o(e.goals,e.value,{}),e.timeout)},{}):e.auto_load&&o(e.goals,e.value,
{}),e.timeout)};"complete"===document.readyState||"interactive"===document.readyState?
n():window.addEventListener("load",n);window.ak_pixel_push=function(e,t,n,a,d,c){var i=[];Array.isArray(e)?
i=e:i[0]=e,o(i,t,{match:n,update:a,matching_mode:d,db_id:c,0})}});
</script>
```

Закреть

3. Далее перейдите в рабочую область в GTM и создайте новый Тег с типом **Пользовательский HTML**.

4. Добавьте код пикселя Altcraft в поле Тега, укажите **Триггер** для активации **All Pages** и сохраните.



После публикации контейнер с кодом пикселя Altcraft будет загружаться на всех страницах вашего сайта.

5. Теперь для передачи в Altcraft целей и, при необходимости, их значений — добавьте нужное количество Тегов типа **Пользовательский HTML**, настроенных на нужные вам Триггеры.

```
<script>
    ak_pixel_push("PageView", 0);
</script>
```

#### ❗ К СВЕДЕНИЮ

Аргументы добавляются по аналогии с [Вызов API регистрации целей](#).

### Конфигурация тега

Тип тега



**Пользовательский HTML**  
Пользовательский тег HTML



HTML

```
1 <script>
2   ak_pixel_push("PageView",0);
3 </script>
```

Поддержка функции document.write

> Расширенные настройки

### Триггеры

Триггеры активации



**Изменение в истории**  
Изменение в истории

# Целевые действия клиентов и скоринг

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 трафика, что может быть использовано в различных механиках, описанных в этой статье.

## ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

В названиях целей можно использовать:

- буквы латинского и русского алфавита (любой регистр)
- пробелы и табуляцию
- символы валют
- ! # \$ % & \* + - . , : ; '
- = ? @ ^ \_ ( ) [ ] { } / \ |

Максимальная длина названия — 128 символов.

## 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:  Значение пикселя:

**Показ страницы**    Показ страницы (Без JS)    Переход по ссылке (Без JS)

Ожидать секунд

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=hzj4aJbo7ZMKWnA226LMSZ5pzRna4AfamYBkDa9L9xmhZSddTGPksvhZE8ymVrSdEkfMCgJop8bHKNxBLondkxtsba9959e075c6fedf&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
      }, timeout);
    };
    load_pixel(config.goals, config.value, config.timeout);
  })();
</script>
```

Скопировать в буфер    Закрыть

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:  ✕ ▼ Значение пикселя:

Показ страницы  Показ страницы (Без JS)  Переход по ссылке (Без JS)

```
<!-- START OF ALTKRAFT PIXEL CODE !-->

<!-- END OF ALTKRAFT PIXEL CODE !-->
```

#### 💡 ПОДСКАЗКА

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:

```
<!-- 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)

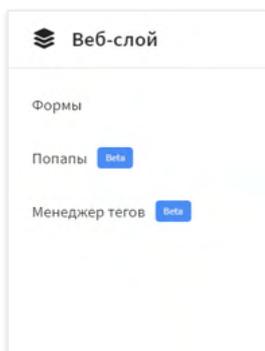
URL для перехода:

```
<!-- START OF ALTKRAFT PIXEL CODE !-->
<a href="https://pxl.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, у каждой из которых будет свое значение.

# Попапы



**Попап** (от англ. "pop-up", всплывающее окно) — это небольшое окно, которое появляется поверх основного содержимого веб-страницы. Его используют, чтобы привлечь внимание пользователя к определенной информации или мотивировать его совершить целевое действие. Например, с помощью попапов можно предложить подписаться на рассылку, рассказать о скидке или акции, собрать заявки или оказать техподдержку.

## ⓘ К СВЕДЕНИЮ

Попапы всплывают на экране устройства при наступлении определенного события — например, при загрузке страницы, при клике на элемент или при скролле страницы до заданного порога. Чтобы задать условия появления попапа, рекомендуем [установить на сайт Менеджер тегов Altcraft](#).

## В этом разделе



Создание и публикация попапа



Настройка попапа в редакторе кода



**Управление попапами вручную через скрипт**

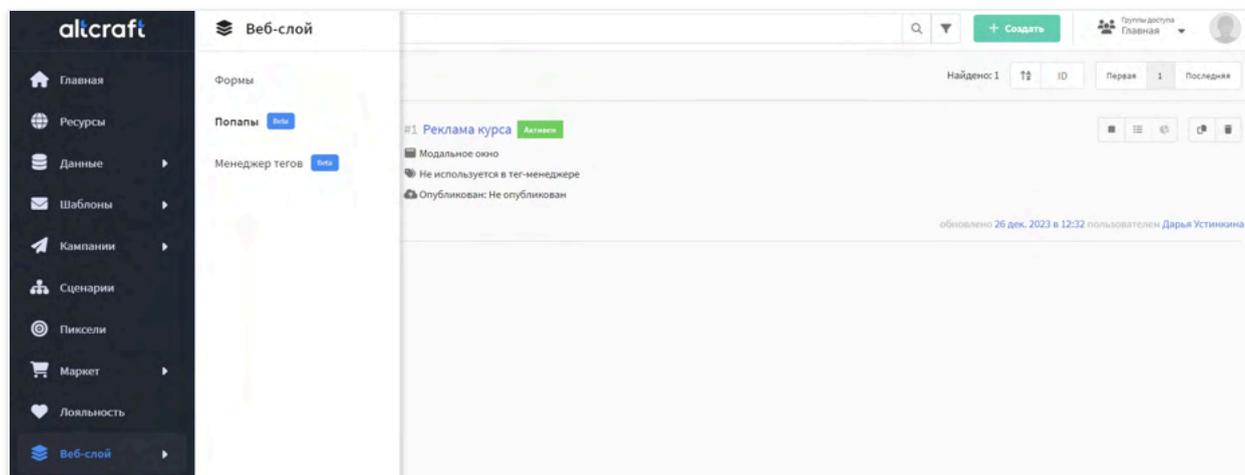


**Аналитика попапов**

# Создание и публикация попапа

## Шаг 1. Создание попапа

1. Перейдите в раздел "Веб-слой" → "Попапы" и нажмите "+ Создать" в верхней части страницы:

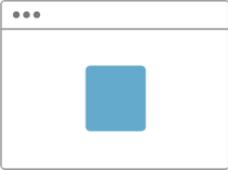


2. Выберите тип попапа:

- **Модальное окно** — всплывающее окно, которое появляется в центре экрана. Оно привлекает внимание пользователя, так как затемняет фон браузера. Обычно используется для сбора email-адресов.
- **Плавающая панель** — настраиваемая панель, которая располагается в верхней или в нижней части страницы. Остаётся видимой на экране даже при прокрутке страницы. Подходит для информирования клиентов о новостях или о лимитированных предложениях.
- **Выпадающее окно** — небольшое окно, которое появляется в правом нижнем углу страницы. Оно менее навязчиво и не мешает посетителю просматривать содержимое страницы. Выпадающие окна могут использоваться для вывода дополнительной информации, предложений или форм обратной связи.
- **Полноэкранный** — всплывающее окно, которое занимает весь экран браузера. Это гарантирует, что посетители не пропустят представленную информацию. Однако использовать полноэкранные окна следует

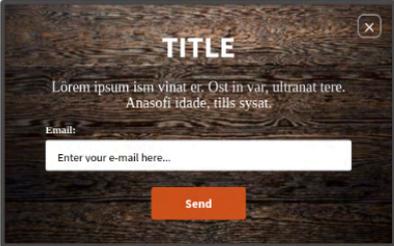
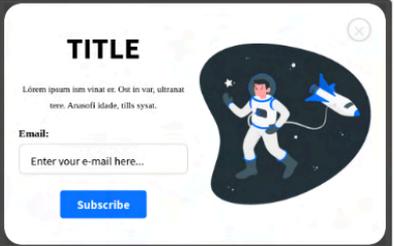
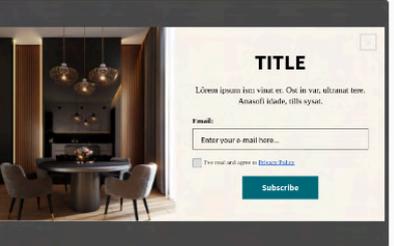
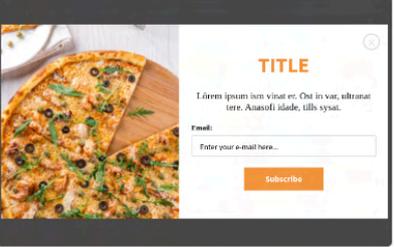
осторожно, так как они могут быть восприняты как навязчивая реклама и вызвать недовольство у пользователей.

### Выберите тип попапа

|   |  |
|---|--|
| <p><b>Модальное окно</b></p>  <p>Всплывающее окно в центре вашего сайта</p>                          | <p><b>Плавающая панель</b></p>  <p>Настраиваемая панель в верхней или нижней части вашего сайта</p>                |
| <p><b>Выпадающее окно</b></p>  <p>Небольшое окно, которое выдвигается с правой или левой стороны</p> | <p><b>Полноэкранный</b></p>  <p>Всплывающее окно на всю страницу, которое ваши посетители не смогут пропустить</p> |

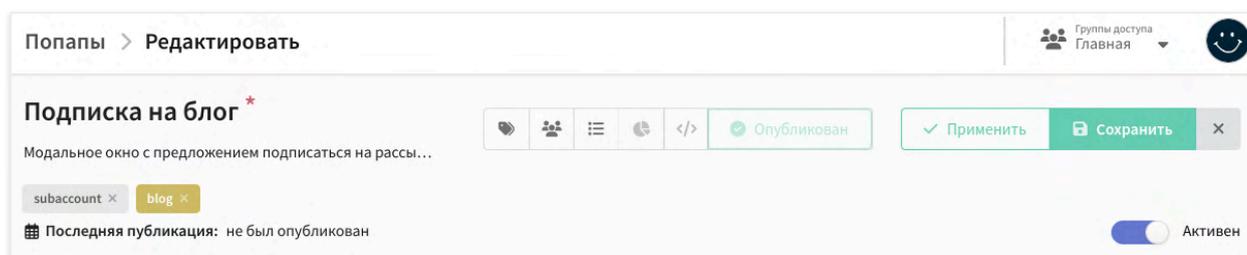
3. Выберите **шаблон попапа**. В платформе уже есть несколько готовых шаблонов. Используйте любой из них как основу. На следующем шаге вы сможете полностью изменить шаблон (задать текст, стили, настроить поля и т. д.) и подстроить его под свои задачи.

### Выберите шаблон попапа

|   |   |   |
|---|---|---|
|  |  |  |
|  |  |  |

4. Задайте системное **имя** попапа и при необходимости добавьте **описание**.

Также можно установить **теги для быстрого поиска** и назначить **группы доступа**.



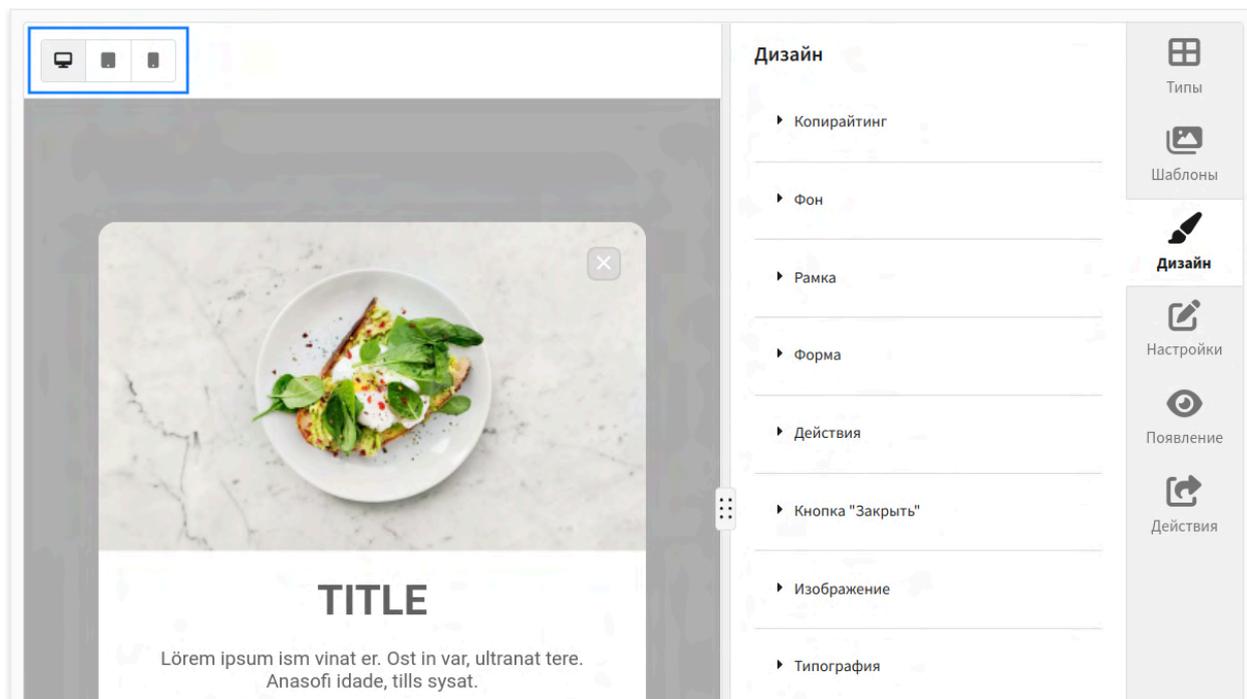
## Шаг 2. Изменение текста и дизайна

Внешний вид попапа задается с помощью параметров. Параметры содержат текст, изображение и CSS-стили различных элементов. Например, параметр `text` содержит основной текст попапа, параметр `backgroundColor` — его фоновый цвет.

Доступно два инструмента для работы с контентом попапа:

- **Редактирование параметров в визуальном редакторе.** Подходит для пользователей, не знакомых с кодом. Для изменения внешнего вида попапа достаточно ввести текст, выбрать изображения в галерее или использовать палитры цветов.
- **Изменение HTML, CSS и JavaScript в редакторе кода.** Подходит для пользователей, которые хотят работать напрямую с кодом попапа.

Любые изменения, внесенные в редакторе, отображаются в окне предпросмотра в режиме реального времени. Чтобы проверить, как попап будет выглядеть на разных устройствах, используйте кнопки в левом верхнем углу:



## Визуальный редактор

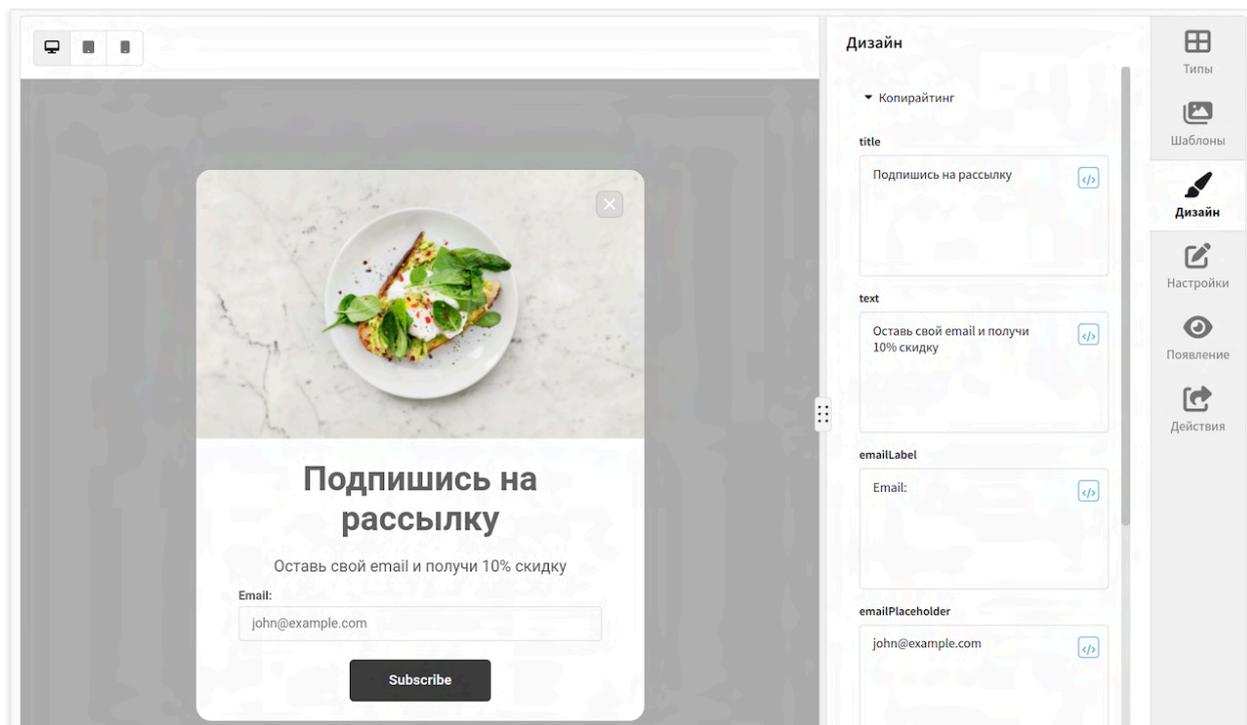
Чтобы настроить текст и изменить внешний вид всплывающего окна в визуальном редакторе, перейдите в раздел "**Дизайн**". В этом разделе все параметры разбиты на категории:

### Копирайтинг

На вкладке "**Копирайтинг**" задаётся текст попапа. Доступны следующие параметры:

- **title** — заголовок;
- **text** — основной текст;
- **<field>Label** — лейбл для полей формы.
- **<field>Placeholder** — текстовая подсказка внутри поля формы.

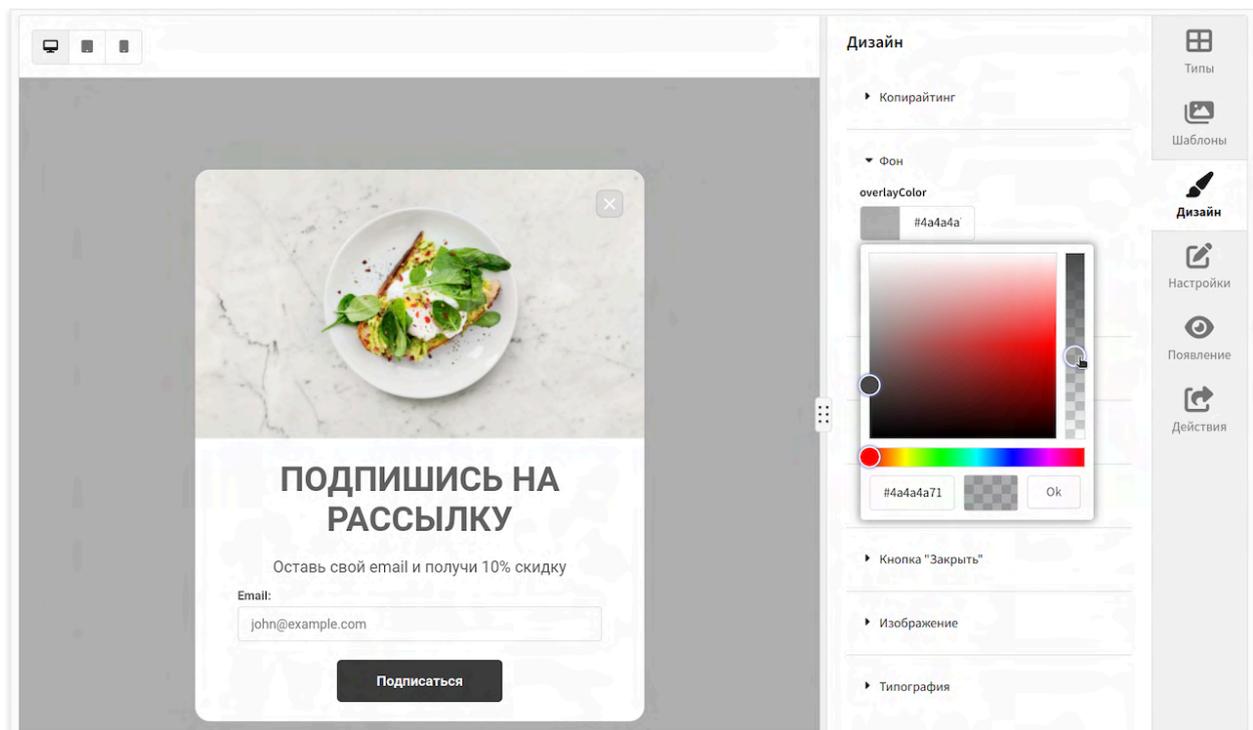
В любой текстовый элемент можно добавить переменную `</>`, чтобы динамически подтягивать в попап данные профиля. Описание переменных вы найдете в [этой статье](#).



## Фон

На вкладке "Фон" доступны следующие параметры:

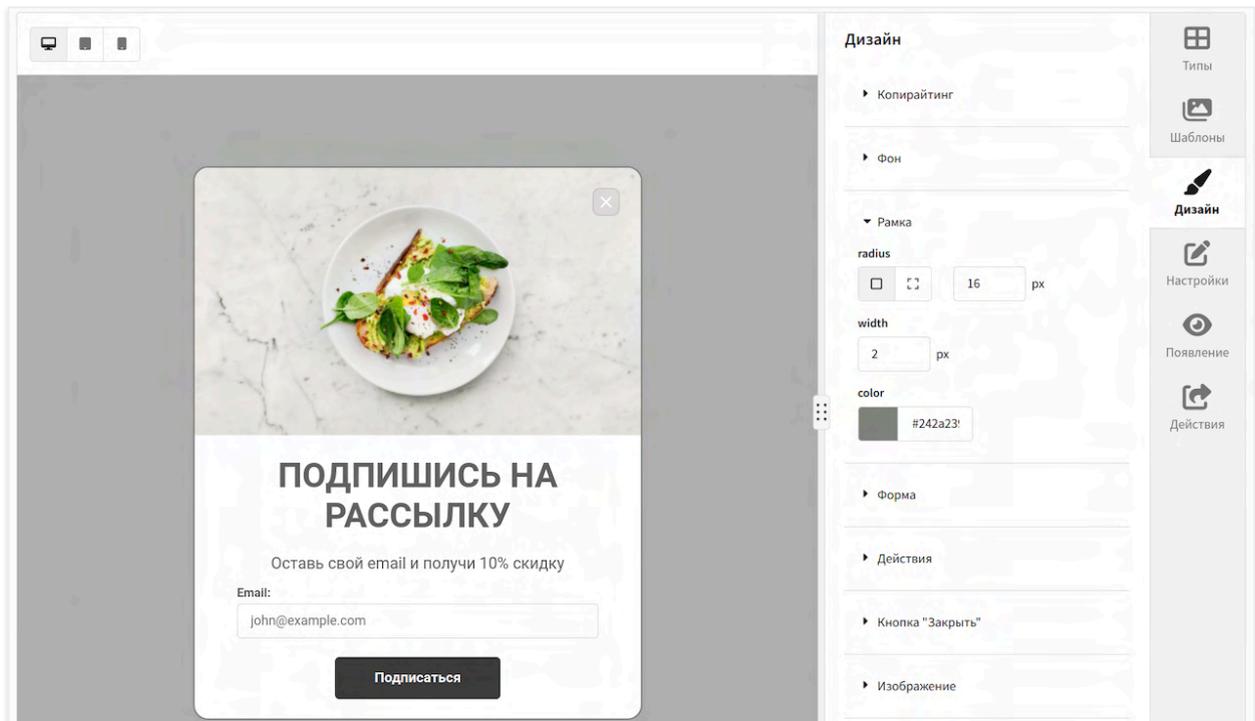
- **backgroundColor** — фоновый цвет попапа.
- **backgroundImage URL** — фоновое изображение попапа. Загрузите изображение в [галерею платформы](#)  или укажите URL адрес.
- **overlay** — фоновый цвет страницы браузера. При появлении попапа фон страницы затемняется, и с помощью палитры вы можете изменить цвет и прозрачность затемнения.



## Рамка

На вкладке "**Рамка**" настраиваются границы всплывающего окна. Доступны следующие параметры:

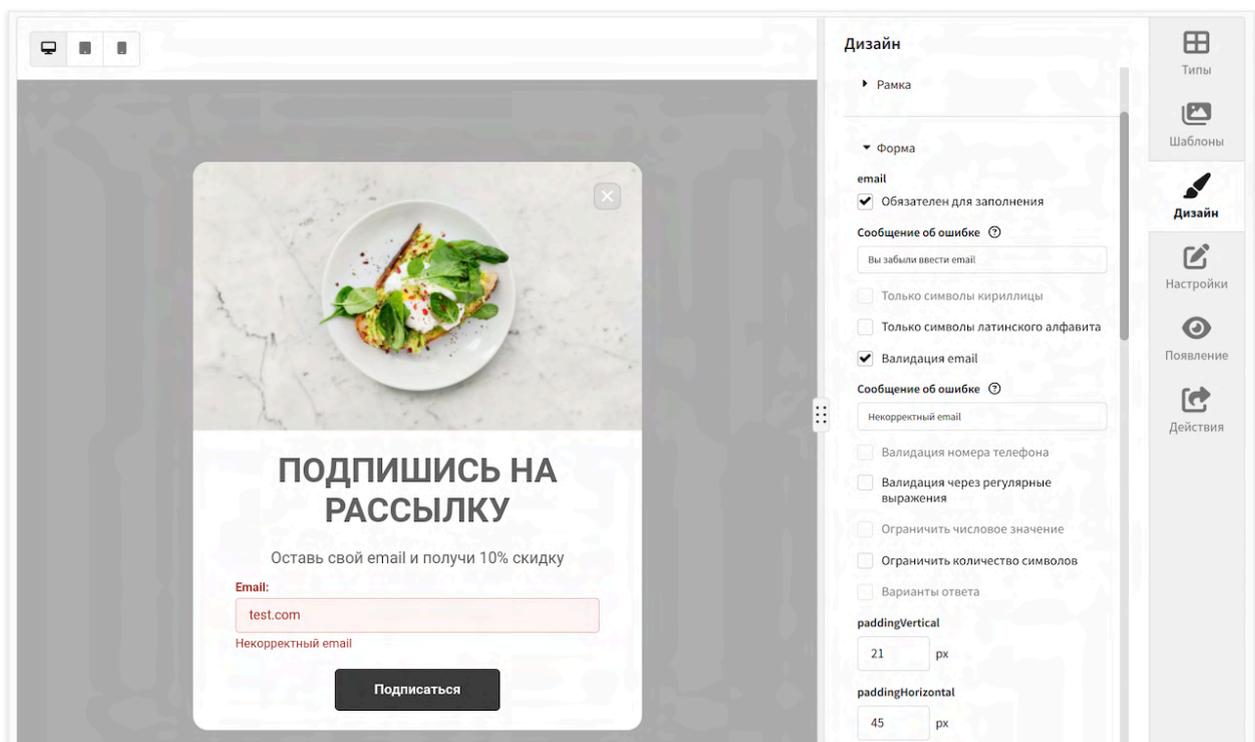
- **borderRadius** – скругление границ попапа в пикселях. Можно задать скругление для каждого угла отдельно .
- **width** — толщина границы.
- **color** — цвет границы.



## Форма

На вкладке **"Форма"** настраиваются поля для ввода данных:

- задаётся валидация;
- указывается текст ошибки, который увидит пользователь, если введет некорректные данные;
- редактируются CSS-стили полей формы.



## Валидация:

- **Обязателен для заполнения** — пользователь должен заполнить это поле перед отправкой формы. Если поле останется пустым, он увидит сообщение об ошибке.
- **Только символы кириллицы** — разрешен ввод только символов кириллицы.
- **Только символы латинского алфавита** — разрешен ввод только латинских символов.
- **Валидация email** — введенное значение должно соответствовать формату электронной почты.
- **Валидация номера телефона** — введенное значение должно соответствовать формату номера телефона.
- **Валидация через регулярные выражения** — возможно использование пользовательских регулярных выражений для определения собственных правил валидации поля ввода.
- **Ограничить числовое значение** — задает минимальное и максимальное значение для числового поля.
- **Ограничить количество символов** — ограничивает количество символов, которое можно ввести в поле.
- **Варианты ответа** — используется для полей с предопределенными вариантами ответа. Вы можете указать допустимые варианты ответа, и пользователь должен выбрать один из них. Если пользователь выбирает недопустимый вариант, будет отображено сообщение об ошибке.
- **Сообщение об ошибке** — этот текст увидит пользователь, если введёт данные, которые не соответствуют условиям валидации. Сообщение об ошибке задаётся для каждого поля отдельно.

## Стили окна:

- **paddingVertical** — отступ между кнопкой и нижней границей попапа.
- **paddingHorizontal** — отступ между полями и левой границей попапа.
- **width** — ширина попапа
- **fieldsGap** — расстояние между полями формы, в т.ч. между полем и кнопкой
- **borderWidth** — ширина границы полей для ввода
- **borderColor** — цвет границы полей для ввода
- **borderRadius** — скругление границ полей для ввода. Можно задать скругление для каждого угла отдельно .

### Стили поля с типом input:

- **inputPaddingVertical** — отступ placeholder-текста от верхней и нижней границы поля для ввода
- **inputPaddingHorizontal** — отступ placeholder-текста от левой границы поля для ввода
- **inputFontSize** — размер шрифта placeholder-текста
- **inputBackgroundColor** — фоновый текст поля для ввода
- **inputColor** — цвет текста, который пользователь вводит в поле
- **inputHoverColor** — цвет границы поля для ввода при наведении курсора
- **inputActiveColor** — цвет границы поля для ввода при нажатии кнопкой мыши

### Стили поля с типом checkbox:

- **checkboxSize** — размер шрифта чекбокса
- **checkboxLabelFormatting** — форматирование текста чексбокса

### Стили сообщения об ошибке:

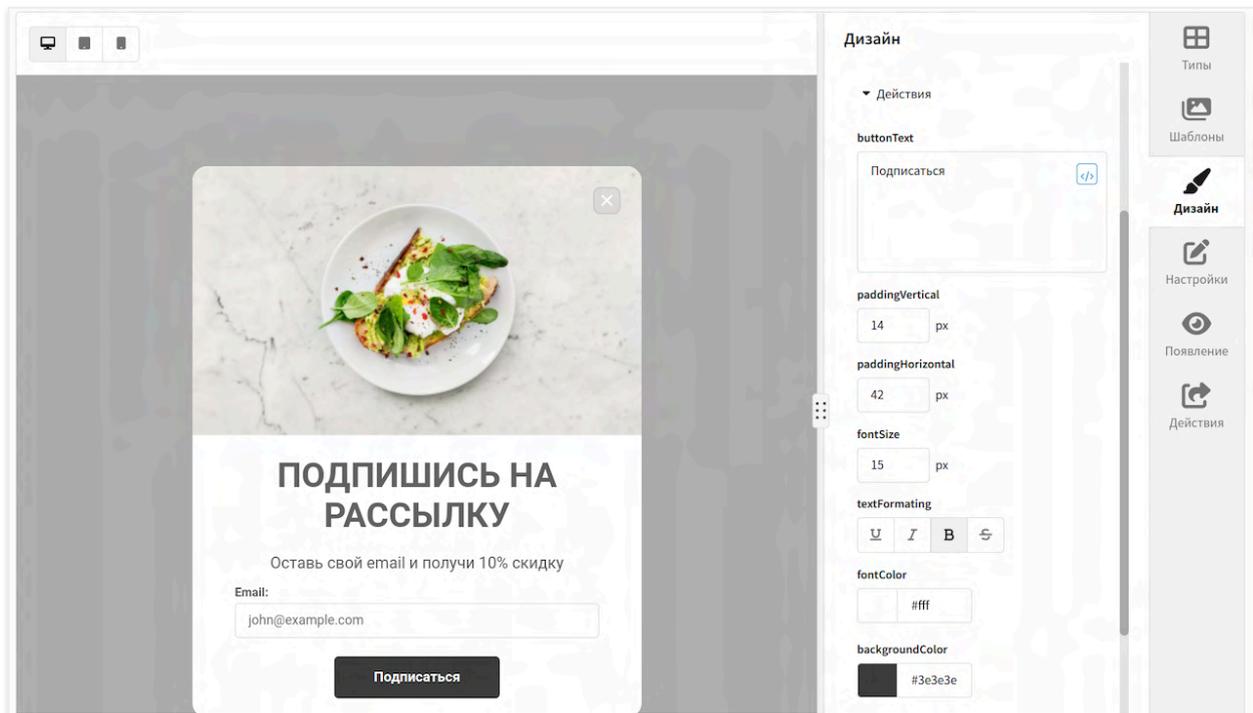
- **errorColor** — цвет сообщения об ошибке
- **errorFontSize** — размер шрифта в сообщении об ошибке
- **inputErrorBorderColor** — цвет границы поля для ввода при появлении сообщения об ошибке
- **inputErrorBackgroundColor** — фоновый текст поля для ввода при появлении сообщения об ошибке

## Действия

На вкладке "Действия" редактируется текст кнопки и её CSS-стили. Доступны следующие параметры:

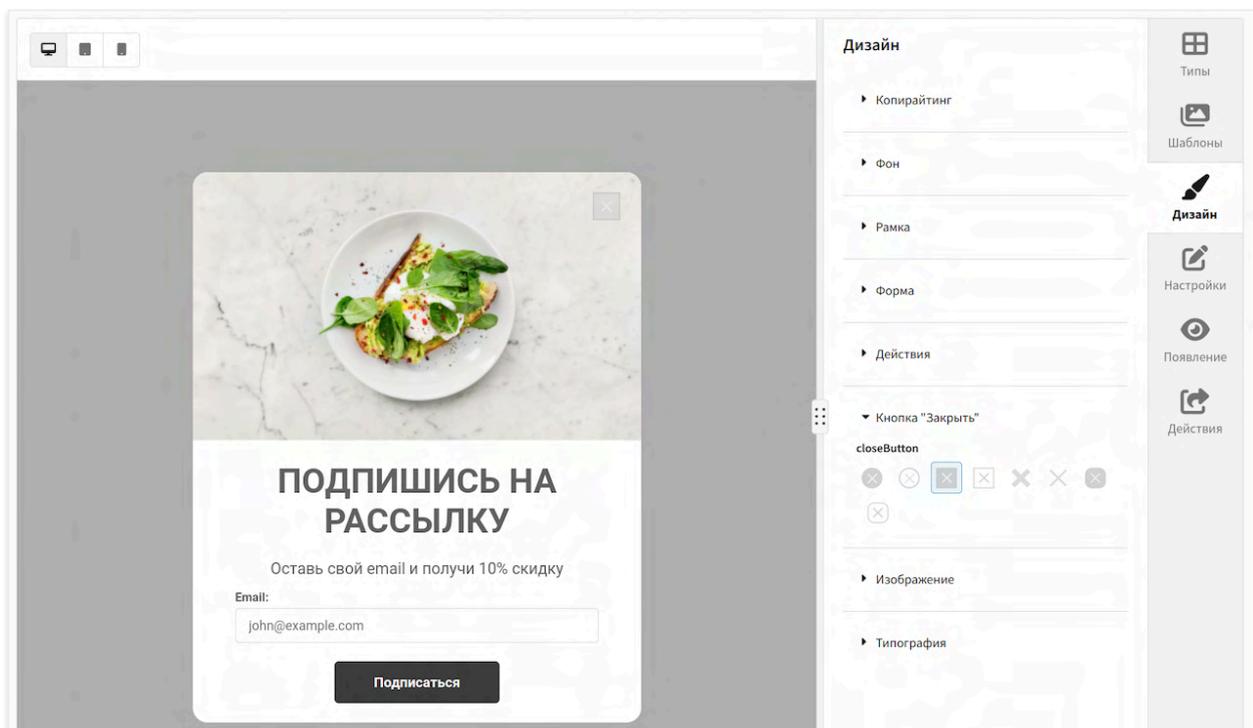
- **text** — текст кнопки для отправки формы.
- **textFormatting** — форматирование текста в кнопке.
- **borderRadius** — скругление границ кнопки. Можно задать скругление для каждого угла отдельно .
- **backgroundColor** — фоновый цвет кнопки.
- **hoverBackgroundColor** — фоновый цвет кнопки при наведении.
- **color** — цвет текста в кнопке.

- **fontSize** — размер текста в кнопке.
- **paddingVertical** — отступ текста кнопки от верхней и нижней границы.
- **paddingHorizontal** — отступ текста кнопки от правой и левой границы.



## Кнопка 'Закреть'

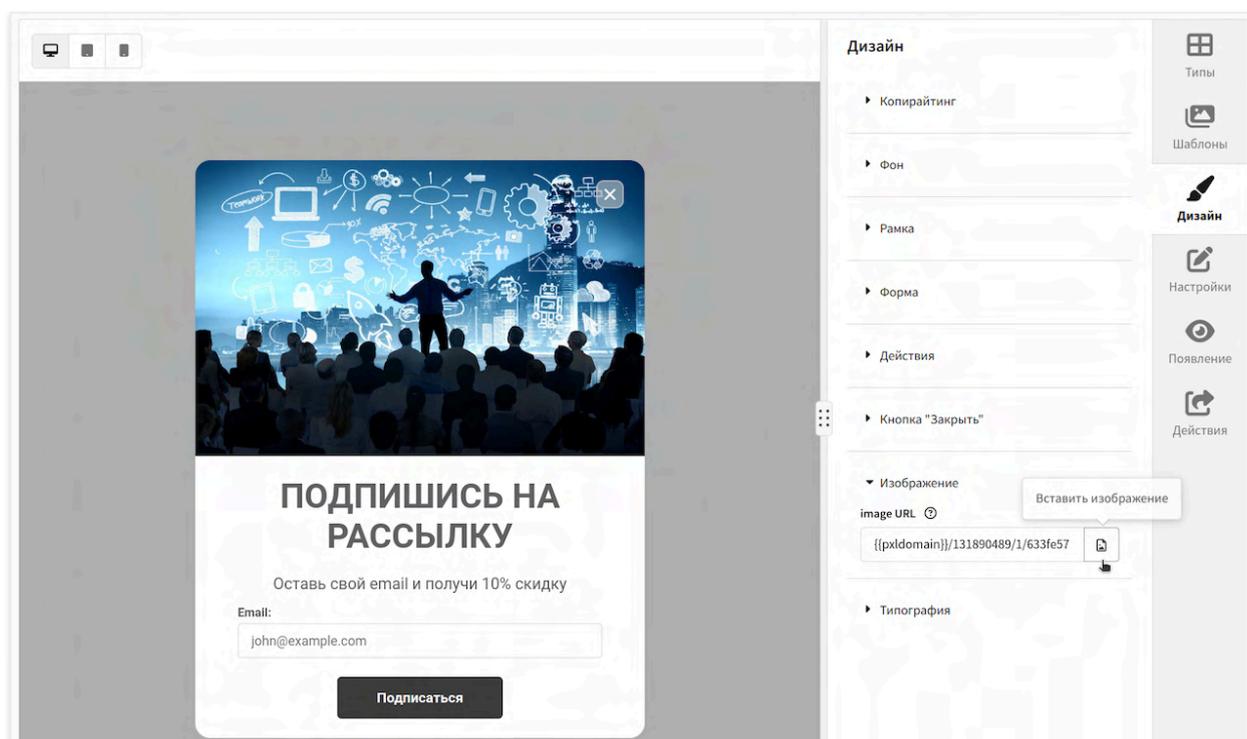
На этой вкладке выбирается внешний вид кнопки, с помощью которой пользователь может закрыть всплывающее окно. Параметр — **closeButton**.



## Изображение

На этой вкладке в попап добавляется изображение. Не все готовые шаблоны предоставляют такую возможность.

- **image URL** — URL адрес изображения. Доступна загрузка изображения из [галереи платформы](#) .
- **width** — ширина изображения в пикселях. Высота меняется пропорционально заданной ширине.



## Типографика

На вкладке "**Типографика**" вы можете изменить CSS-стили всех текстовых элементов:

| Категория   | Параметр   | Описание   |
|-------------|------------|--|
| Общий шрифт | fontFamily | Семейство шрифта, который использует во всех текстовых элементах попапа. |
| Заголовок   | titleAlign | Выравнивание заголовка (по левому краю, по центру, по правому краю)      |

|                |                 |  |
|----------------|-----------------|--|
|                | titleFontSize   | Размер шрифта в заголовке  |
|                | titleFormatting | Форматирование текста в заголовке (подчеркивание, курсив, жирный, перечеркнутый) |
|                | titleColor      | Цвет текст в заголовке   |
| Основной текст | textFontSize    | Размер шрифта в основном тексте попапа   |
|                | textAlign       | Выравнивание основного текста (по левому краю, по центру, по правому краю)       |
|                | textFormatting  | Форматирование основного текста (подчеркивание, курсив, жирный, перечеркнутый)   |
|                | textColor       | Цвет основного текста  |
| Лейбл          | labelFontSize   | Размер шрифта в лейбле поля  |
|                | labelFormatting | Форматирование текста в лейбле (подчеркивание, курсив, жирный, перечеркнутый)    |
|                | labelColor      | Цвет лейбла  |

The image shows a design tool interface with a central canvas and a right-side styling panel. The canvas displays a popup form with a blue header image of a person presenting to an audience. The form contains the following text and elements:

- Header: **ПОДПИШИСЬ НА РАССЫЛКУ**
- Text: Оставь свой email и получи 10% скидку
- Form field: Email: john@example.com
- Button: Подписаться

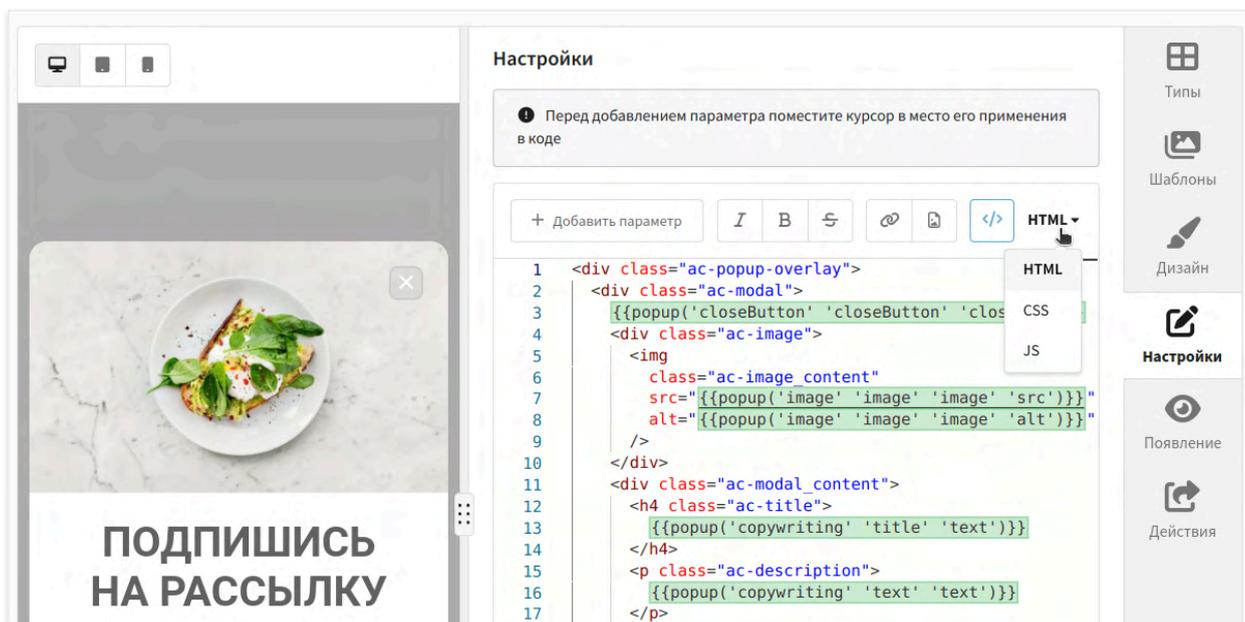
The styling panel on the right is titled "Дизайн" and includes the following settings:

- Изображение: (Image settings)
- Типография:
  - fontFamily: Roboto
  - titleAlign: (Left, Center, Right)
  - titleFontSize: 37 px
  - titleFormatting: (Underline, Italic, Bold, Strikethrough)
  - titleColor: #646364
  - textAlign: (Left, Center, Right)
  - textFontSize: 17 px
  - textFormatting: (Underline, Italic, Bold, Strikethrough)
  - textColor: (Color picker)

On the far right, there is a vertical toolbar with icons for "Типы", "Шаблоны", "Дизайн", "Настройки", "Появление", and "Действия".

## Редактор кода

Чтобы напрямую работать с кодом, перейдите в раздел **"Настройки"**.  
Рекомендации по вёрстке попапа в редакторе собраны в [этой статье](#).



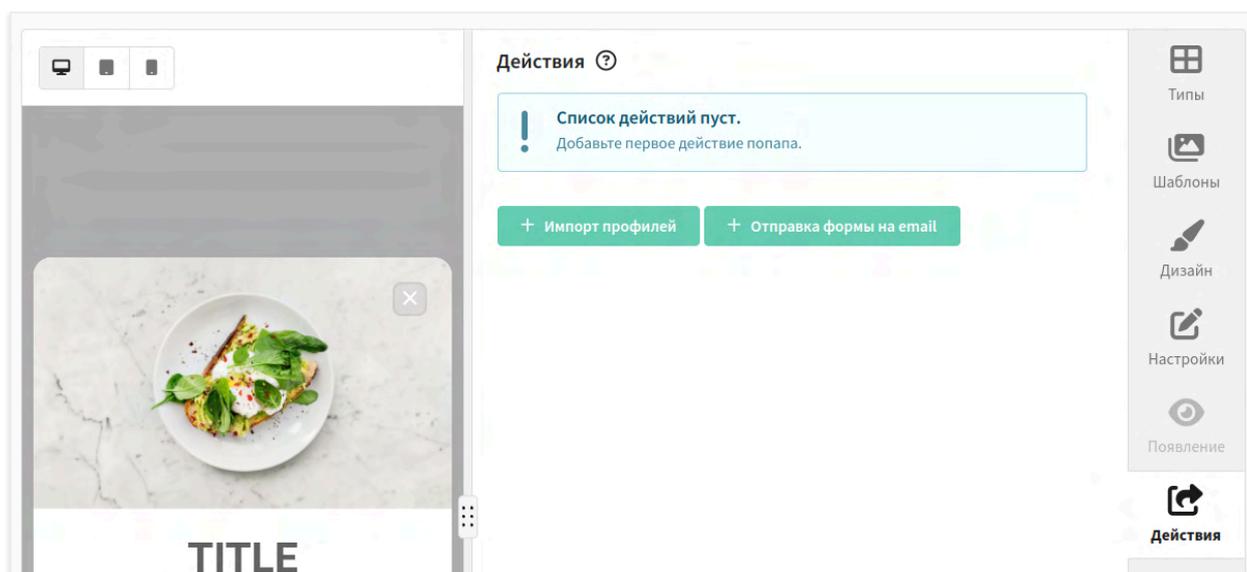
## Шаг 3. Настройка действий после заполнения формы попапа

Перейдите в раздел **"Действия"**. Здесь вы можете определить действия, которые надо выполнить после того, как пользователь заполнит и успешно отправит форму попапа:

- **Импорт профилей** позволяет загрузить данные пользователя, заполнившего форму, в одну или несколько баз;
- **Отправка формы на email** активирует отправку оповещений о заполнении формы на указанные email-адреса.

### 💡 ПОДСКАЗКА

Действия после заполнения формы попапа аналогичны действиям после заполнения стандартной веб-формы. Подробнее про настройку действий вы можете прочитать в [этой статье](#).



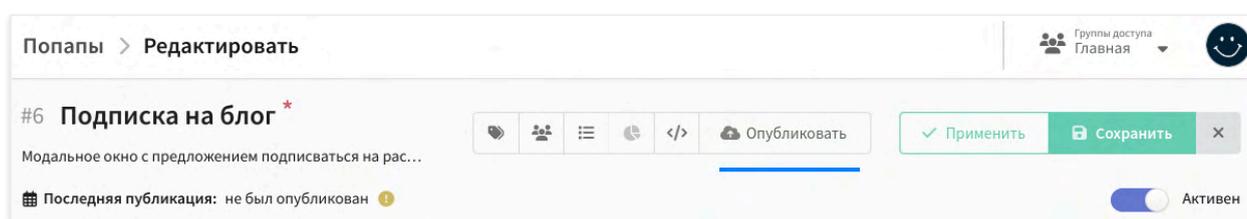
## Шаг 4. Публикация попапа на сайте

Доступно два механизма показа попапа на сайте:

- **Добавление скрипта на страницу сайта вручную** — этот способ используется для прямого доступа к управлению попапом. Условия показа попапа необходимо реализовывать самостоятельно.
- **Добавление скрипта через Менеджер тегов** — более простой способ. Достаточно один раз разместить код контейнера на страницах сайта, а все дальнейшие настройки попапа, в том числе условия его появления, задаются в интерфейсе платформы.

### Добавление скрипта вручную

1. Сохраните все заданные настройки и убедитесь, что статус попапа **"Активен"**. Затем нажмите кнопку **"Опубликовать"**:



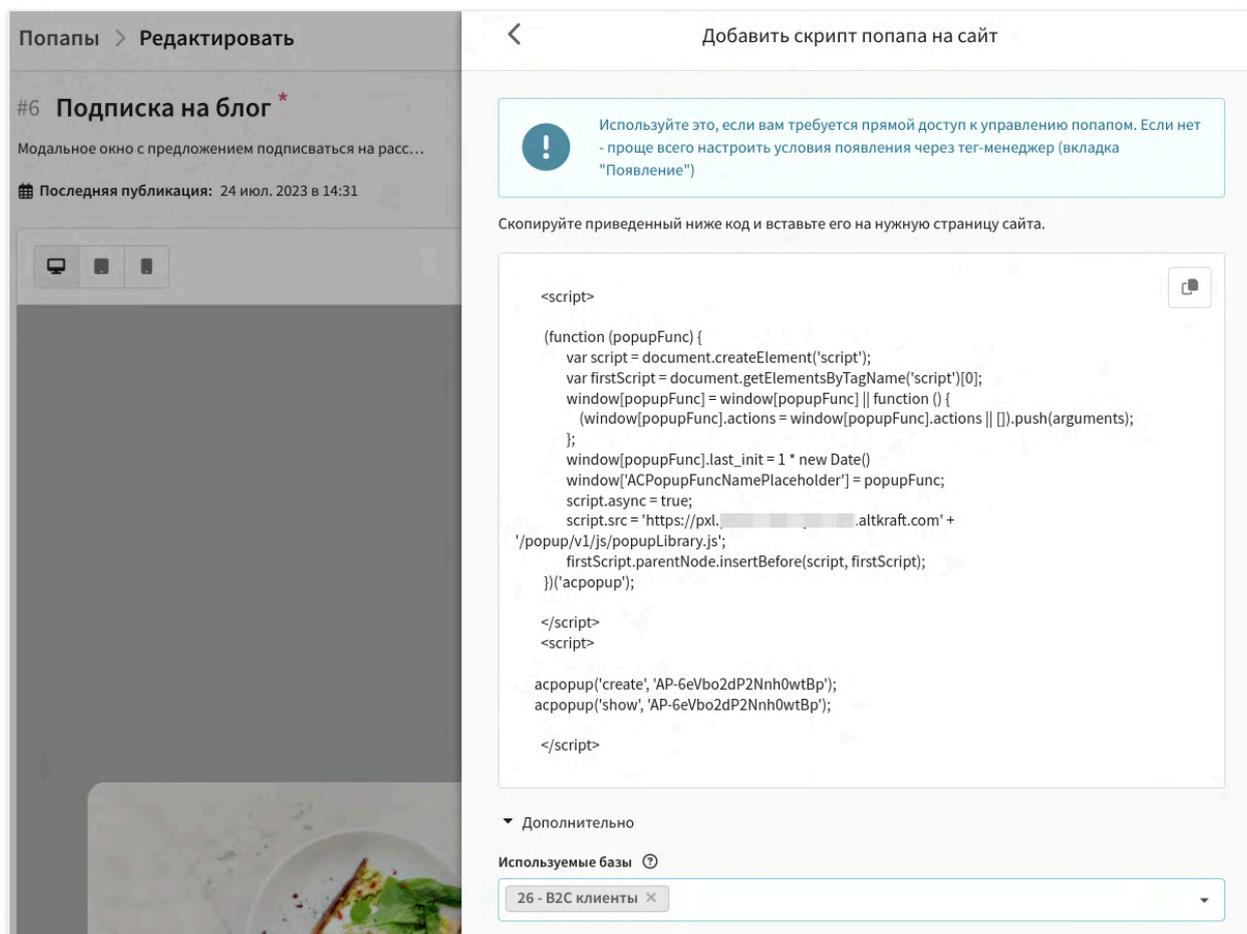
2. В меню дополнительных действий нажмите . Справа появится окно, где необходимо выбрать **базы для поиска профилей**. Данные для матчинга можно передать вместе с [запросом данных попапа с сервера](#). Если профиль с такими

данными будет найден в одной из выбранных баз, его данные обновятся; в противном случае — в базе будет создан новый профиль.

#### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Обратите внимание, что здесь вы задаете базы для поиска существующих профилей. Данные пользователей, заполнивших форму в попапе, будут импортироваться в базу, указанную в разделе "**Действия**".

3. Нажмите кнопку "**Показать код**" внизу страницы. Скопируйте код попапа и передайте его разработчикам, чтобы они добавили его на нужные страницы сайта.



```
<script>

(function (popupFunc) {
  var script = document.createElement('script');
  var firstScript = document.getElementsByTagName('script')[0];
  window[popupFunc] = window[popupFunc] || function () {
    (window[popupFunc].actions = window[popupFunc].actions || []).push(arguments);
  };
  window[popupFunc].last_init = 1 * new Date()
  window['ACPopupFuncNamePlaceholder'] = popupFunc;
  script.async = true;
  script.src = 'https://pxl._____altkraft.com' +
'/popup/v1/js/popupLibrary.js';
  firstScript.parentNode.insertBefore(script, firstScript);
})('acpopup');

</script>
<script>

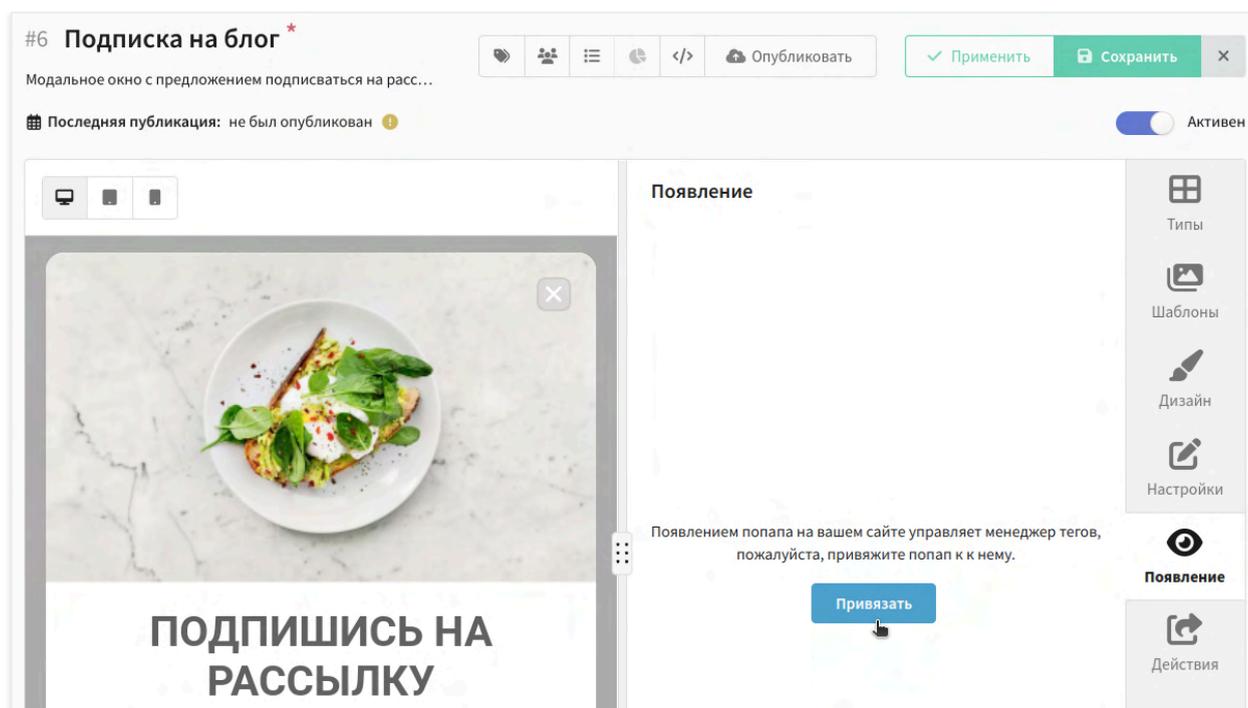
acpopup('create', 'AP-6eVbo2dP2Nnh0wtBp');
acpopup('show', 'AP-6eVbo2dP2Nnh0wtBp');

</script>
```

## Добавление скрипта через Менеджер тегов

1. **Сохраните попап** с помощью кнопки на верхней панели. После этого раздел "**Появление**" станет активным. Перейдите в него.

2. Нажмите "**Привязать**", чтобы привязать попап к контейнеру в Менеджере тегов:



3. Выберите **контейнер** или создайте новый.

4. Введите **имя тега**. Тег — это фрагмент кода, который выполняется на сайте при определенных условиях. В данном случае тег — это показ попапа.

5. Задайте **настройки активации** и **ограничения** для срабатывания тега.

← Редактирование тега

Имя тега \*

Показ попапа

Настройки тега

Тип тега: Попап

Попап: #6 Подписка на блог

- ▶ Настройки активации
- ▶ Ограничения

Триггеры ?

Выберите триггеры, которые будут входить в группу

Выбрать триггеры

6. Выберите **триггеры** или создайте новый. Триггер — это условие выполнения тега. Триггеры отслеживают определенные события на сайте (например, клики или загрузка страницы) и активируют теги в ответ на эти события. В данном случае триггер запустит показ попапа.

← Редактирование триггера

Имя триггера \*

Глубина прокрутки

Настройки триггера

Тип триггера: Глубина прокрутки

Глубина вертикальной прокрутки ?

30 %

Глубина горизонтальной прокрутки ?

Начать отслеживание, когда: ?

Просмотр страницы

7. Чтобы задать более конкретные условия для появления попапа, используйте фильтр. Для этого в блоке **"Условия активации триггера"** выберите **"Некоторые события"** и настройте фильтр:

Условия активации триггера

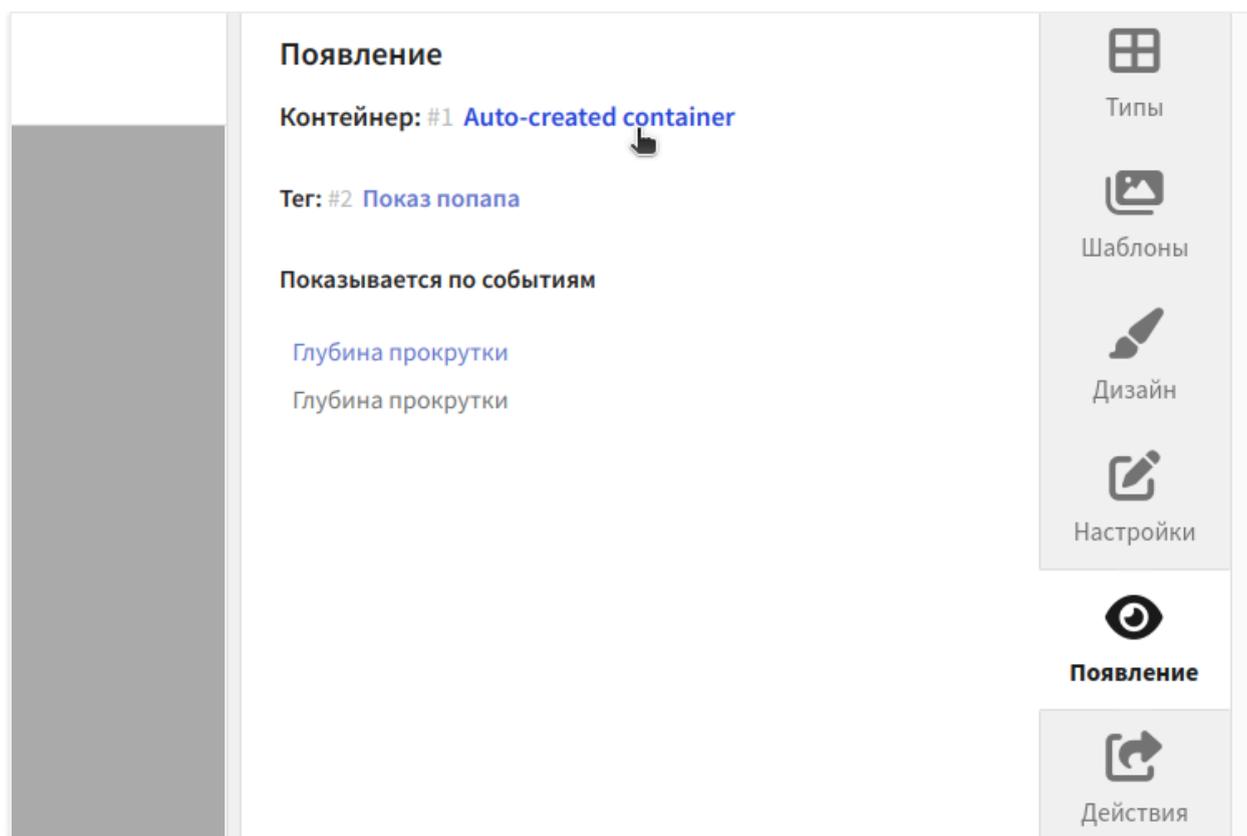
Все страницы

Некоторые страницы

Page URL Содержит /webinars

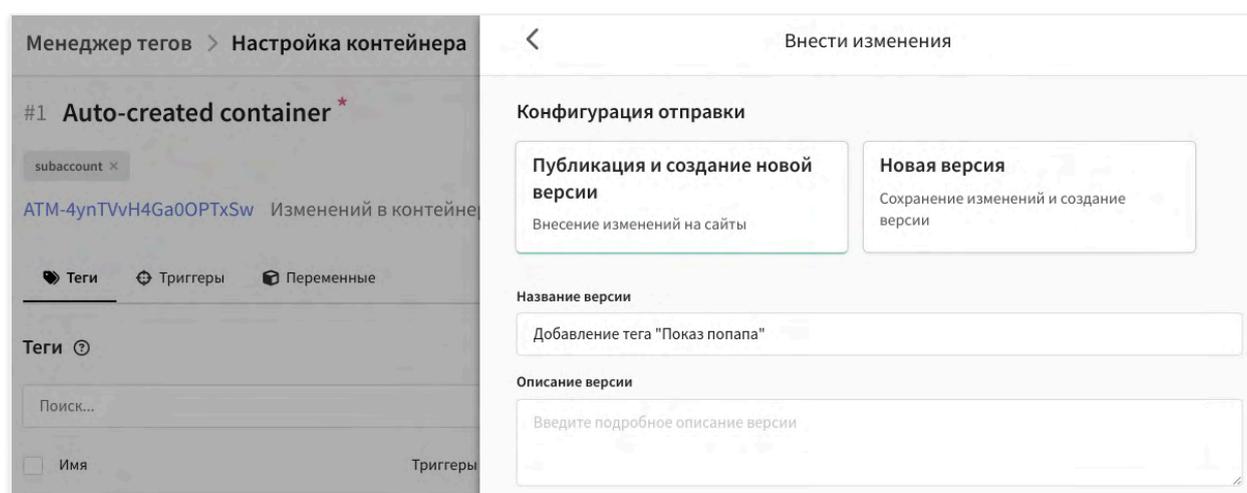
+ Добавить условие

8. **Сохраните тег.** Заданное условие для показа попапа отобразится в разделе **"Появление"**:



9. Сохраните попап и опубликуйте.

10. Перейдите в привязанный контейнер и **опубликуйте новую версию**. После этого попап будет показываться посетителям сайта при наступлении события, заданного в триггере.



#### ПОДСКАЗКА

Больше информации о том, как создать контейнер и настроить теги, триггеры и переменные в Менеджере тегов, вы найдёте в [этой статье](#).

## Матчинг профилей

Вы можете самостоятельно идентифицировать посетителя сайта и передать данные о нём в платформу с помощью метода `acDataLayer.push()`. Если система найдёт профиль в базе, то обновит его данные.

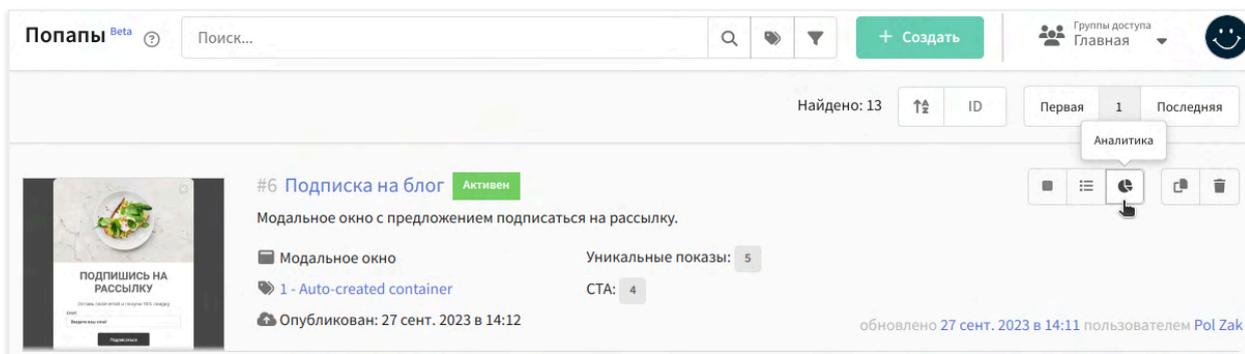
### Пример:

```
acDataLayer.push({ matching:{ matching_mode: 'email', matching: { email: 'test@example.com', db_ids: [1,2] } }})
```

- **matching\_mode** — режим поиска профиля; может принимать значения: "email", "email\_profile", "phone", "profile\_id" или "custom".
- **matching** — объект с одним или двумя параметрами: "поле для поиска": "значение поля" и "db\_id": "ID базы данных" — базы данных, в которых необходимо искать профиль.

## Шаг 5. Проанализируйте результаты

Проанализировать статистику по попапам и просмотреть результаты заполнения формы вы можете в разделе "[Аналитика](#)". Для этого нажмите на иконку  в окне редактирования попапа или в общем списке попапов:

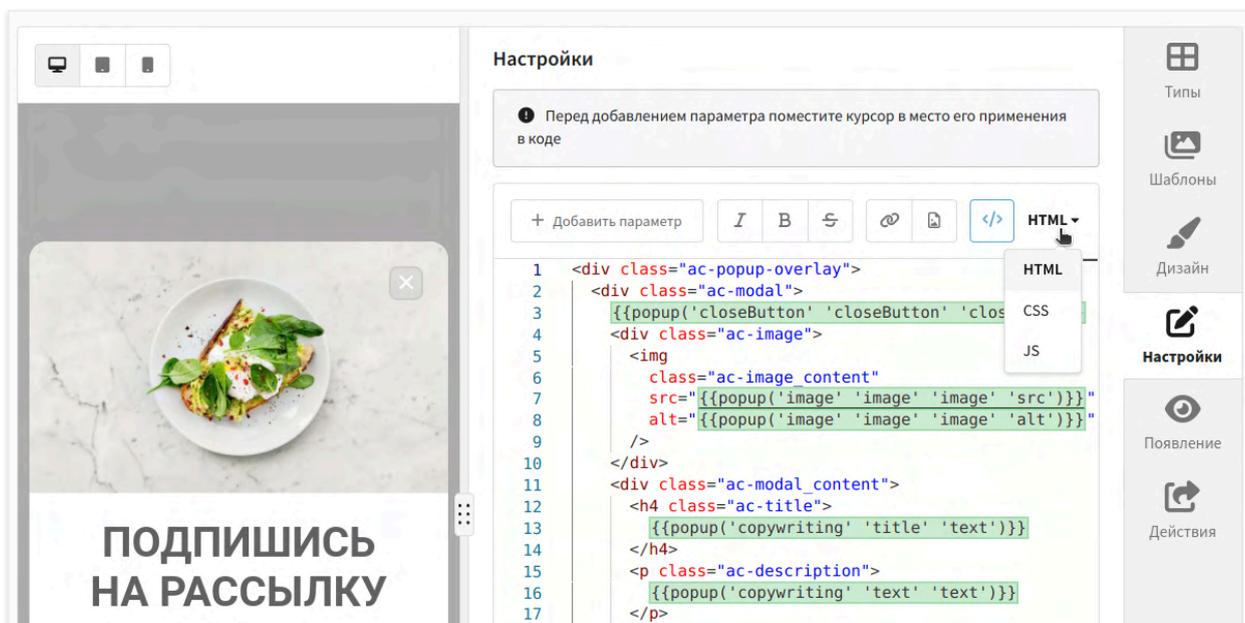


The screenshot shows the 'Popups' management interface. At the top, there is a search bar and a '+ Создать' button. Below the search bar, it indicates 'Найдено: 13' and shows sorting options for 'ID', 'Первая', and 'Последняя'. A '1' is selected under 'Первая'. A tooltip labeled 'Аналитика' is visible over the analytics icon in the popup card.

The main card displays details for a popup titled '#6 Подписка на блог' with a green 'Активен' status. The description is 'Модальное окно с предложением подписаться на рассылку.' Below this, it lists 'Модальное окно' and '1 - Auto-created container'. The statistics show 'Уникальные показы: 5' and 'СТА: 4'. The popup was published on '27 сент. 2023 в 14:12'. At the bottom right, it says 'обновлено 27 сент. 2023 в 14:11 пользователем Pol Zak'.

# Настройка попапа в редакторе кода

Для работы напрямую с кодом попапа перейдите в раздел "Настройки". В правом верхнем углу доступно переключение между HTML, CSS и JavaScript кодом:



Для удобства работы в редакторе используйте следующие функции в панели инструментов:

**B** — жирный текст

*I* — курсив

~~S~~ — зачёркнутый текст

[🔗](#) — добавление или редактирование **ссылок**

 — добавление **изображений** из галереи платформы

`</>` — список **переменных и функций** редактора. С помощью этой кнопки вы можете добавить в попап динамический контент.

# Создание параметра

В этом разделе также можно создать новые параметры. При сохранении они отобразятся на вкладке "**Дизайн**". Таким образом, пользователи, не знакомые с кодом, смогут менять значения кастомных параметров в визуальном редакторе.

Чтобы создать новый параметр, установите курсор в строке редактора, куда хотите добавить параметр. Нажмите кнопку "**Добавить параметр**" в левом верхнем углу редактора. В новом окне выберите:

- **Имя категории параметров.** Встроенные параметры в визуальном редакторе сгруппированы по категориям. Вам необходимо выбрать одну из категорий для кастомного параметра. Также можно создать свою категорию. Для этого введите имя категории и нажмите Enter.
- **Имя параметра.** Введите название параметра, которое будет использоваться в редакторе. Имя должно быть уникальным в рамках категории.
- **Тип параметра.** Выберите тип значения, которое будет содержать параметр (например, текст, числовое значение, семейство шрифта, параметры поля для ввода и др.).
- **Текущее значение.** Укажите значение параметра по умолчанию. Это поле не является обязательным.

← Добавить параметр

⚠ Установите начальные значения параметра. В дальнейшем вы сможете изменить их во вкладке "Дизайн"

Имя категории параметров ⓘ

Копирайтинг

Имя параметра ⓘ

custom\_link

Тип параметра ⓘ

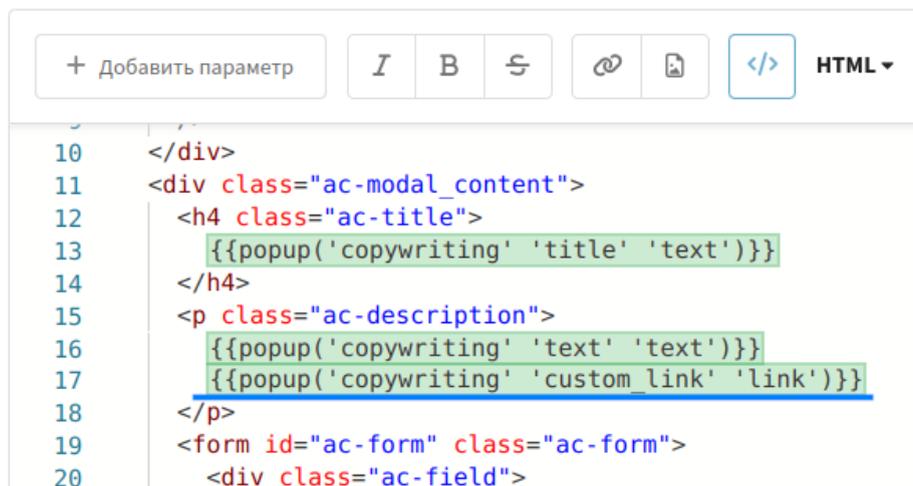
Ссылка

Текущее значение

https://example.com

После настройки нажмите кнопку **"Вставить"** внизу страницы. Параметр добавится в следующем виде:

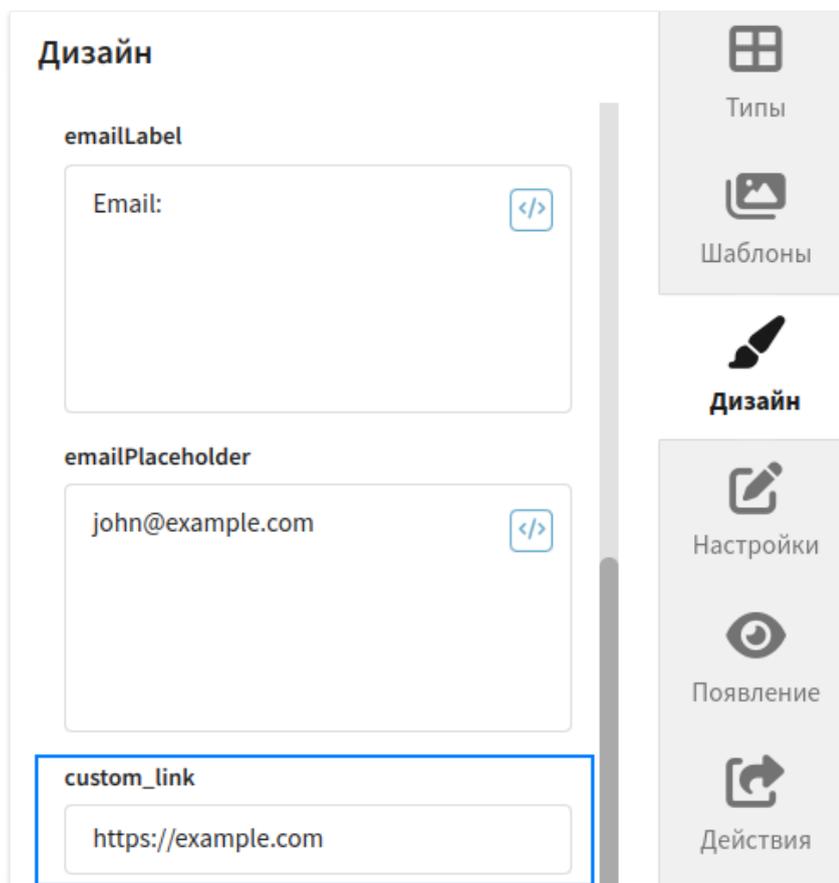
```
{{popup('<имя_категории>' '<имя_параметра>' '<тип_параметра>')}}}
```



The screenshot shows an HTML editor interface. At the top, there is a toolbar with a button labeled "+ Добавить параметр", followed by icons for italic (I), bold (B), strikethrough (ABC), link, unlink, and a code icon (</>). To the right of the code icon is a dropdown menu labeled "HTML". Below the toolbar, the code editor shows the following HTML structure:

```
10 </div>
11 <div class="ac-modal_content">
12   <h4 class="ac-title">
13     {{popup('copywriting' 'title' 'text')}}
14   </h4>
15   <p class="ac-description">
16     {{popup('copywriting' 'text' 'text')}}
17     {{popup('copywriting' 'custom_link' 'link')}}
18   </p>
19   <form id="ac-form" class="ac-form">
20     <div class="ac-field">
```

Созданный параметр появится в визуальном редакторе в выбранной категории. После сохранения попапа значение нового параметра смогут редактировать другие пользователи платформы:



# Рекомендации по вёрстке попапов

При создании попапа платформа предлагает множество готовых шаблонов, однако иногда необходимо внести изменения в существующий шаблон. Ниже собраны рекомендации, как это можно сделать.

## Перекрывающий слой

Перекрывающий слой предназначен для визуального выделения попапа. Определяется элементом с классом `ac-popup-overlay`. По умолчанию, этот элемент имеет полупрозрачный фон и занимает всю доступную область экрана.

Пример использования:

```
<div class="ac-popup-overlay">
  <!--Содержимое попапа-->
</div>
```

## Текстовое наполнение

По умолчанию доступно два вида текста: заголовок и параграф.

Пример использования:

```
<!-- Заголовок -->
<h4 class="ac-title">
  {{popup('copywriting' 'title' 'text')}}
</h4>

<!-- Параграф -->
<div class="ac-description">
  {{popup('copywriting' 'text' 'text')}}
</div>
```

## Изображения

Добавить изображение в попап можно двумя способами:

- в виде элемента с тегом `<img>`
- с помощью CSS-свойства `background-image`

Пример добавления изображения с помощью тега `<img>`:

```
<div class="ac-image">
  
</div>
```

Пример добавления изображения с помощью CSS-свойства `background-image`:

```
background-image: url("{{popup('background' 'backgroundImage' 'image'
'src')}}");
```

## Форма

Для корректной работы попапа все поля для ввода и кнопка отправки формы должны размещаться в элементе с тегом `<form>`.

Пример использования:

```
<form id="ac-form" class="ac-form">
  <!-- Содержимое формы -->
</form>
```

## Поля для ввода

Для корректного отображения каждое поле для ввода должно находиться внутри элемента с классом `ac-field`. Для добавления заголовка рекомендуется использовать элемент с классом `ac-label`.

Если предполагается использование правил валидации, необходимо добавить элемент с классом `ac-validation-msg`.

Пример поля для ввода email:

```
<div class="ac-field">
  <label class="ac-label" for="email">
    {{popup('copywriting' 'emailLabel' 'text')}}
  </label>
  <input
    id="email"
    type="email"
    class="ac-input"
    name="{{popup('form' 'email' 'fieldData')}}"
    placeholder="{{popup('copywriting' 'emailPlaceholder'
'text')}}}"
  />
  <div class="ac-validation-msg"></div>
</div>
```

#### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Для корректного сбора статистики для полей ввода следует установить атрибут `type`, значение которого будет соответствовать типу вводимых данных.

Доступны следующие типы полей:

- `<input type="text">`
- `<input type="email">`
- `<input type="tel">`
- `<input type="number">`
- `<input type="search">`
- `<input type="url">`
- `<input type="color">`
- `<input type="date">`
- `<input type="datetime">`
- `<input type="datetime-local">`
- `<input type="week">`
- `<input type="month">`

## Кнопка отправки формы

Для создания кнопки отправки формы рекомендуется использовать элемент с классом `ac-form_submit`, который содержит элемент кнопки с типом `submit` и классом `ac-button`.

Пример использования:

```
<div class="ac-form_submit">
  <button type="submit" class="ac-button">
    {{popup('cta' 'text' 'text')}}
  </button>
</div>
```

## Кнопка закрытия

Чтобы создать кнопку закрытия попапа, рекомендуется использовать функцию `popup`, передав в неё соответствующие параметры.

Пример использования:

```
{{popup('closeButton' 'closeButton' 'closeBtn')}}}
```

Элемент имеет несколько различных вариантов, посмотреть которые можно на вкладке **Дизайн** → **Кнопка "Закреть"**.

## Дополнительное отслеживание событий

Для трекинга событий необходимо в html-элемент, с которым связано событие, добавить атрибут `data-tracking-event="[event-name]"`. Вместо `[event-name]` укажите название события. Поддерживаются следующие события:

- `click` — клик на элемент
- `close` — закрытие попапа

Пример регистрации кликов по элементу попапа:

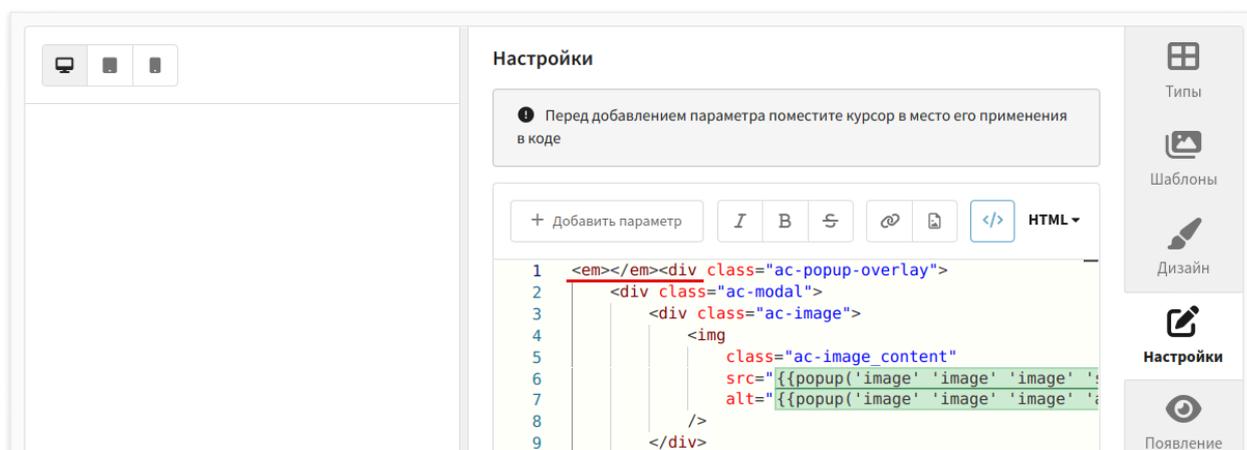
```
<div data-tracking-event="click"></div>
```

## 💡 ПОДСКАЗКА

Если попап содержит html-элемент form, то при нажатии на кнопку отправки формы автоматически будет регистрироваться действие заполнения формы. То есть в данном случае для регистрации события не требуется добавлять дополнительный атрибут на кнопку формы.

## Прочие рекомендации

1. Перед верхнеуровневым элементом div нельзя добавлять другие html-элементы, иначе превью шаблона станет недоступным.



2. В имени полей (атрибут `name`) до и после выражения не должно быть лишних символов:

правильно: `name="{{popup('form' 'week-field' 'fieldData')}}"`

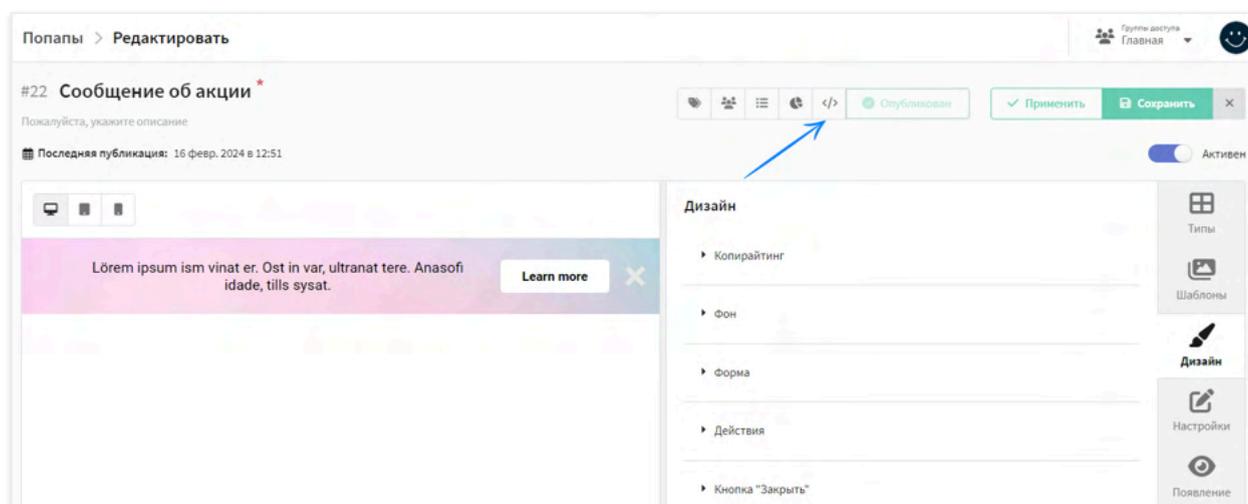
неправильно: `name="{{popup('form' 'week-field' 'fieldData')}}-`

# Управление попапами вручную через скрипт

Данная инструкция предназначена для пользователей платформы, которые размещают попап на сайте через скрипт, а не через Менеджер тегов Altcraft.

## Получение скрипта

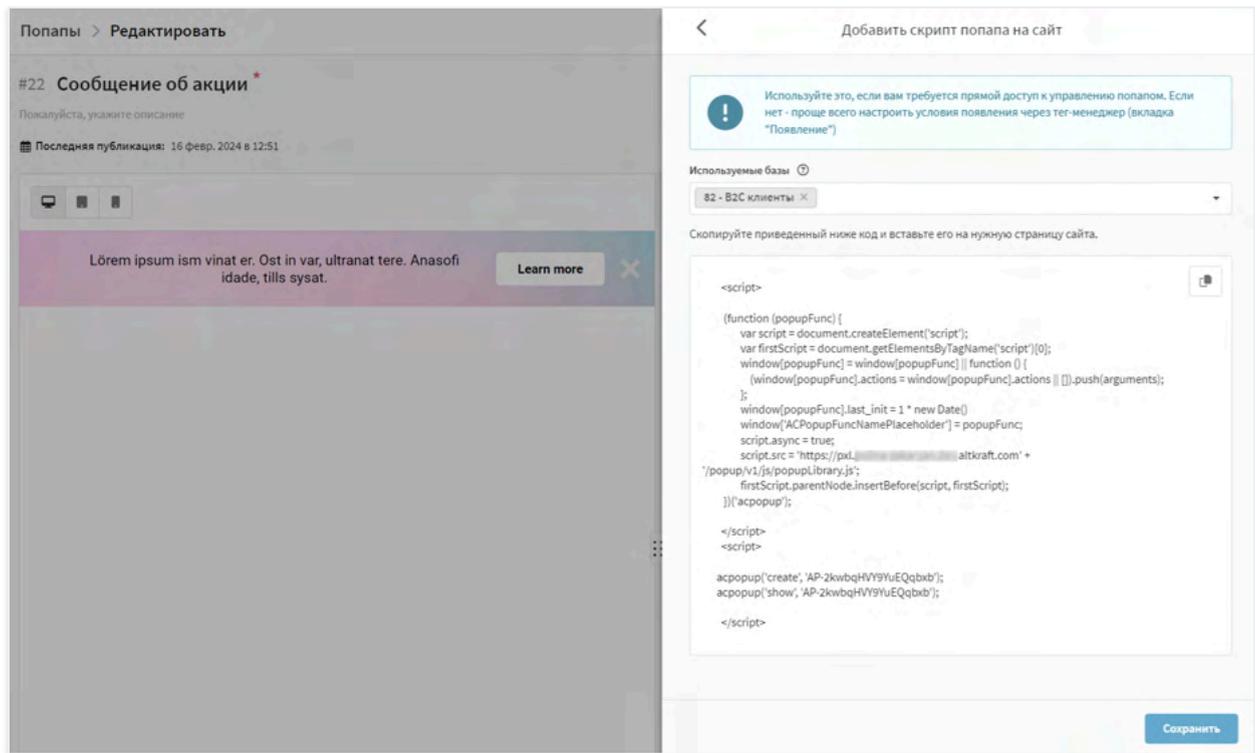
Для получения скрипта перейдите в редактор попапа и в меню дополнительных действий нажмите `</>`:



В появившемся окне выберите **базы для поиска профилей**. Когда пользователь заполняет форму попапа, его данные передаются в платформу. Затем платформа проверяет, есть ли профиль с такими данными в одной из выбранных баз. Если есть — данные существующего профиля обновляются; если нет — в базе создается новый профиль.

Обратите внимание, что здесь вы задаете базы для поиска существующих профилей. Данные пользователей, заполнивших форму в попапе, будут импортироваться в базу, указанную в редакторе попапа в разделе **"Действия"**.

Нажмите кнопку **"Показать код"**. Этот код необходимо разместить на тех страницах сайта, где вы хотите показывать попап. Ниже вы найдете более подробную информацию о том, как настроить логику появления попапа.



## Управление через скрипт

Для работы с попапами на сайте используется следующий код:

```
<!-- Загрузка скрипта на страницу -->
<script>

(function (popupFunc) {
    var script = document.createElement('script');
    var firstScript = document.getElementsByTagName('script')[0];
    window[popupFunc] = window[popupFunc] || function () {
        (window[popupFunc].actions = window[popupFunc].actions ||
        []).push(arguments);
    };
    window[popupFunc].last_init = 1 * new Date()
    window['ACPopupFuncNamePlaceholder'] = popupFunc;
    script.async = true;
    script.src = 'https://px1.altkraft.com' +
'/popup/v1/js/popupLibrary.js';
    firstScript.parentNode.insertBefore(script, firstScript);
})('acpopup');
```

```
</script>
```

```
<!-- Запрос данных попапа с сервера + показ попапа на странице -->
<script>

    асpopup('create', '<popup_id>');
    асpopup('show', '<popup_id>');

</script>
```

При установке этого кода на сайт посетитель увидит попап сразу после загрузки страницы из-за наличия скрипта:

```
<script>
    асpopup('create', '<popup_id>');
    асpopup('show', '<popup_id>');
</script>
```

Вам необходимо самостоятельно реализовать условия создания и появления попапа.

Пример появления попапа через 10 секунд после загрузки страницы:

```
<script>
    window.onload = function() {
        setTimeout(function() {
            // Запрос данных попапа с сервера
            асpopup('create', '<popup_id>');

            // Показ попапа
            асpopup('show', '<popup_id>');
        }, 10000);
    };
</script>
```

Пример появления попапа при клике на кнопку:

```
<button onclick="showPopupClick()">Показать попап</button>

<script>
    function showPopupClick() {
        асpopup('create', '<popup_id>');
    }
</script>
```

```
асpopup('show', '<popup_id>');
}
</script>
```

Для управления попапом используйте функцию `асpopup`. Она работает в 3 режимах:

- create
- show
- sendEvent

## create — запросить данные попапа с сервера

В функцию `асpopup` вторым аргументом требуется передать **ID попапа**. Третьим аргументом можно передать **объект с информацией о матчинге** и **SMID**. В таблице описана структура этого объекта:

| Параметр                   | Тип         | Обязательный | Описание   |
|----------------------------|-------------|--------------|--|
| <code>matching_mode</code> | string      | Нет          | Режим поиска профиля. Может принимать значения: "email", "email_profile", "phone", "profile_id" или "custom".  |
| <code>matching</code>      | JSON object | Нет          | Объект с одним или двумя параметрами: "поле для поиска": "значение поля" и "db_id": "ID базы" — массив баз данных, в которых необходимо искать профиль. <code>db_id</code> можно не указывать, если база профилей выбрана в настройках попапа. |
| <code>smid</code>          | string      | Нет          | Уникальный идентификатор отправки сообщения профилю.   |

Пример:

```
асpopup('create', 'AP-6eVbo2dP2Nnh0wtBp', {
  matching_mode: 'email',
  matching: {
```

```
    email: 'john@example.com',
    db_ids: [1]
  },
  smid: 'send_message_id',
})
```

## show — показать попап пользователю

В функцию `асроруп` вторым аргументом требуется передать **ID попапа**. Третьим аргументом может быть **объект с функцией `onShow`**, которая будет вызвана после появления попапа на экране.

Пример:

```
асроруп('show', 'AP-6eVbo2dP2Nnh0wtBp', {
  onShow: function () {
    console.log('Look at the screen')
  },
})
```

## sendEvent — отправить пользовательское событие попапа

В функцию `асроруп` вторым аргументом требуется передать **ID попапа**. Третьим аргументом должен быть **объект с данными о пользовательском событии**. Также в этот объект можно передать **матчинг** для конкретного события и **SMID**. В таблице описана структура объекта:

| Параметр                     | Тип         | Обязательный | Описание   |
|------------------------------|-------------|--------------|--|
| <code>web_event_name</code>  | string      | Да           | Имя события  |
| <code>web_event_value</code> | int         | Нет          | Числовое значение для события  |
| <code>web_event_data</code>  | JSON object | Нет          | Объект с произвольными данными для события                             |
| <code>matching_mode</code>   | string      | Нет          | Режим поиска профиля. Может принимать значения: <code>"email"</code> , |

| Параметр | Тип         | Обязательный | Описание  |
|----------|-------------|--------------|---|
|          |             |              | "email_profile", "phone", "profile_id" или "custom".  |
| matching | JSON object | Нет          | Объект с одним или двумя параметрами: "поле для поиска": "значение поля" и "db_id": "ID базы" — базы данных, в которых необходимо искать профиль. db_id можно не указывать, если база профилей выбрана в настройках попапа. |
| smid     | string      | Нет          | Уникальный идентификатор отправки сообщения профилю.  |

Пример:

```
асроруп('sendEvent', 'AP-6eVbo2dP2Nnh0wtBp', {
  web_event_name: 'new_event',
  web_event_value: 500,
  web_event_data: {
    status: 'active'
  },
  matching_mode: 'email',
  matching: {
    email: 'john@example.com',
    db_ids: [1]
  },
  smid: 'send_message_id',
})
```

#### ПОДСКАЗКА

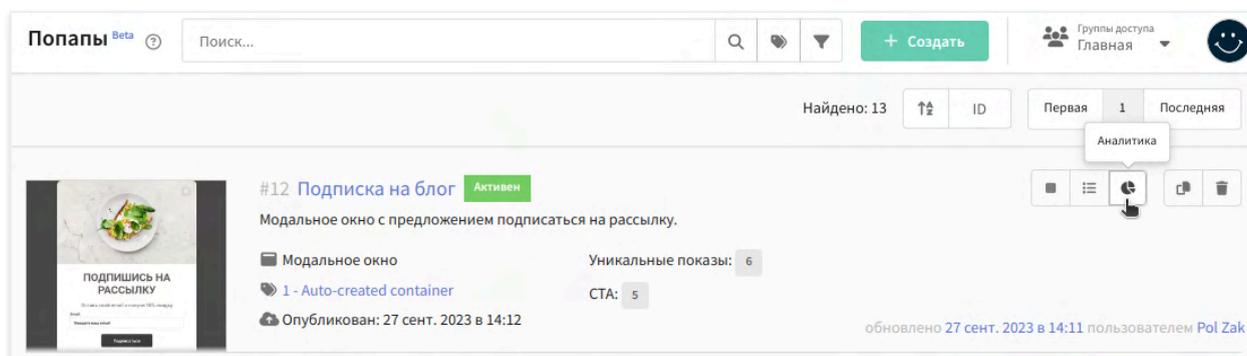
Если вы добавляете на одну страницу несколько попапов, то для управления ими достаточно один раз разместить код загрузки скрипта на страницу, а в дальнейшем пользоваться функцией `асроруп`.

# Аналитика попапов

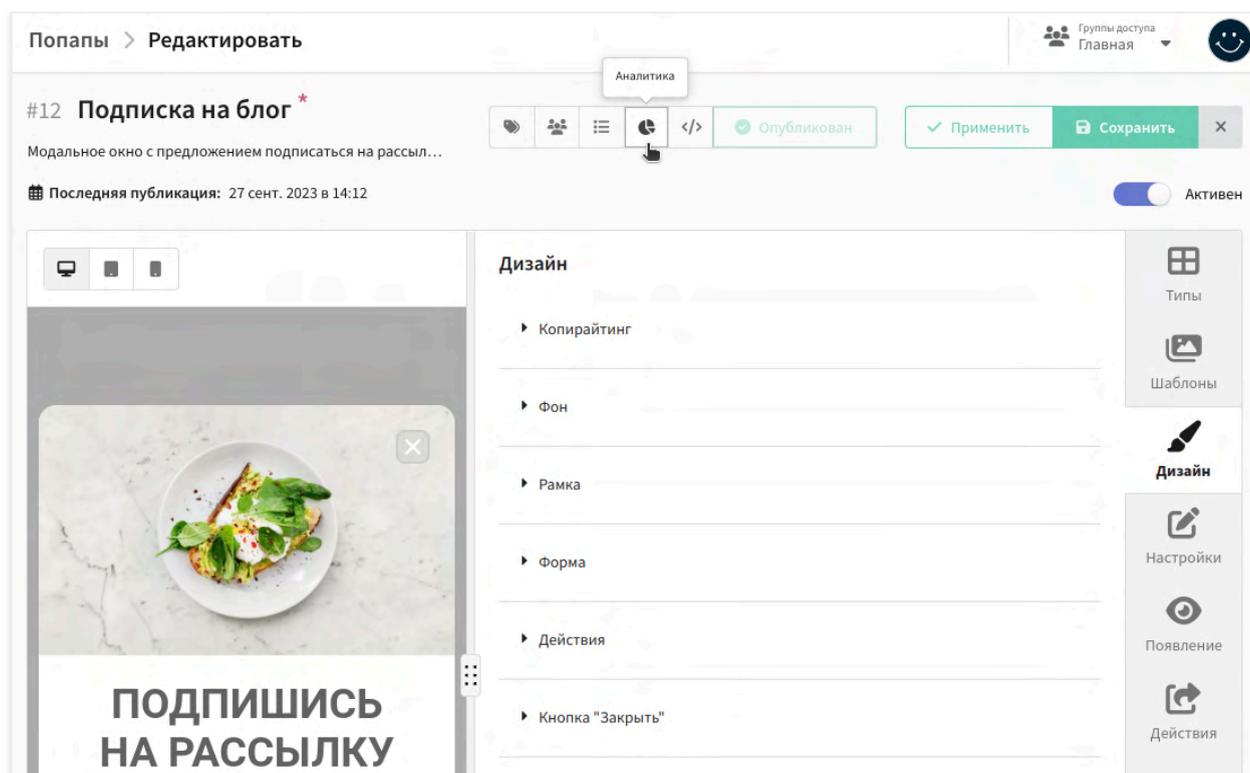
## Описание

Аналитические инструменты позволяют просмотреть ключевые показатели попапа (попадание в таргетинг, показы, заполнения формы), а также ответы пользователей. Данные представлены в виде графика и в виде воронки. Любой показатель можно сгруппировать по различным критериям, например, по гео-данным пользователя, по браузеру или UTM-меткам.

Чтобы перейти в **Аналитику**, найдите нужный попап в общем списке и нажмите на иконку :



Также можно перейти в Аналитику непосредственно из окна редактирования попапа:



В аналитике доступны две вкладки:

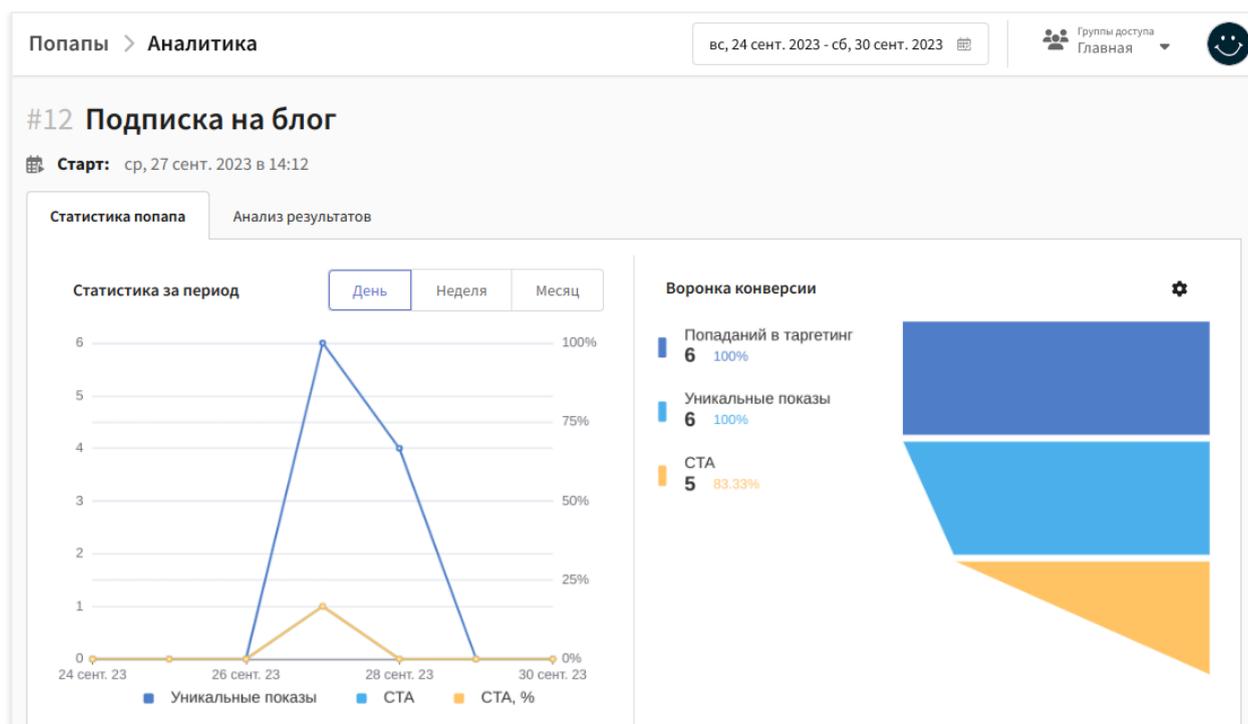
- **Статистика попапа** — общая сводка по попапу.
- **Анализ результатов** — статистика по заполнению полей в форме.

## Статистика попапа

На этой вкладке собрана информация о показах попапа и заполнениях формы. На верхней панели вы можете указать период, за который хотите получить данные.

Статистика попапа разделена на три блока:

1. Статистика за период
2. Воронка конверсии
3. Аналитические срезы



## Статистика за период

График отображает динамику изменения показателей за выбранный период:

- **Уникальные показы** — количество показов попапа пользователям. Если попап показан пользователю несколько раз в рамках одной сессии, фиксируется только один уникальный показ.
- **СТА** — пока событие отправки формы не зарегистрировано, показатель отображает клики на любой элемент формы. Если форма была хотя бы один раз заполнена и отправлена, показатель отображает количество заполнений.
- **СТА, %** —  $(\text{Уник. показы} / \text{СТА}) * 100\%$ .

Данные можно сгруппировать по дням, неделям или месяцам. Если хотите скрыть показатель с графика, нажмите на его название.

## Воронка конверсии

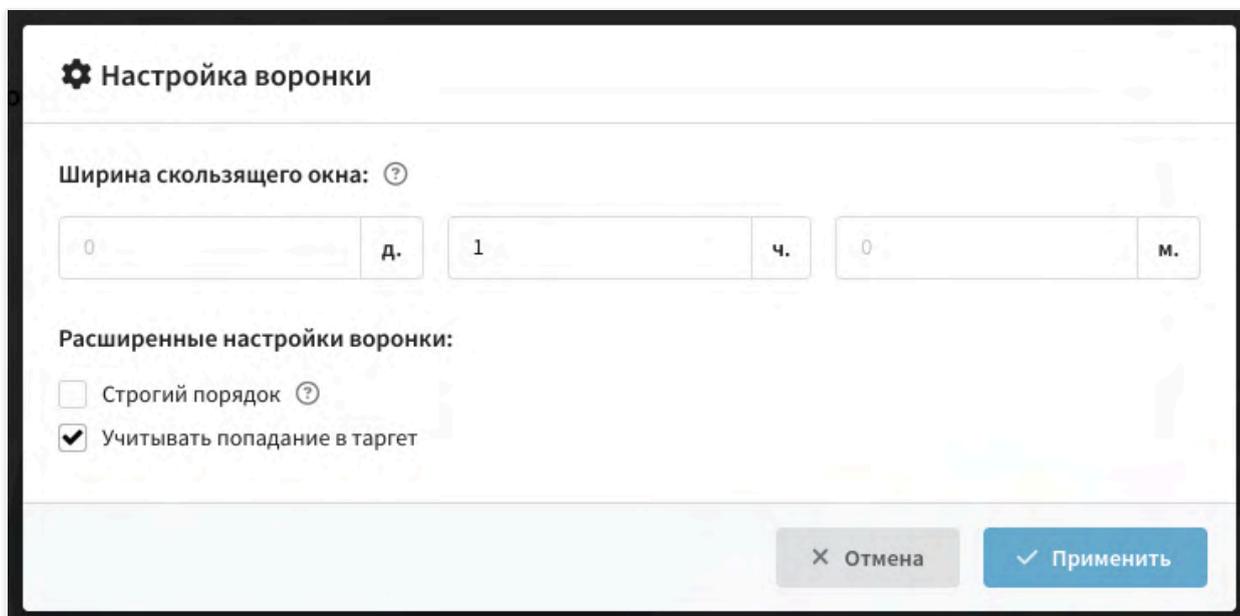
Воронка представляет собой последовательность шагов, по которым проходит группа посетителей сайта. Эта группа определяется первым шагом воронки — попадание в таргетинг. Далее отчёт показывает, какое количество клиентов перешло на следующий этап. С каждым шагом количество пользователей уменьшается.

- **Попаданий в таргетинг** — количество раз, когда были выполнены условия для появления попапа, заданные в триггере. При этом попап мог быть не показан пользователю из-за лимитов тега, заданных в блоках “Настройки активации” и “Ограничения”.
- **Уникальные показы** — количество показов попапа пользователям.
- **СТА** — пока событие отправки формы не зарегистрировано, показатель отображает клики на любой элемент формы. Если форма была хотя бы один раз заполнена и отправлена, показатель отображает количество заполнений.

#### 💡 подсказка

События в воронке являются **уникальными**. Например, если пользователю попап был показан несколько раз в рамках одной сессии, будет засчитан только один уникальный показ.

Дополнительно вы можете настроить воронку под свои задачи. Чтобы открыть окно настройки, нажмите  в правом верхнем углу.



**Ширина скользящего окна** — это временный период между первым и последним условиями в воронке. По умолчанию — 1 час. Если с момента попадания в таргетинг до момента регистрации события СТА пройдет больше 1 часа, то последний шаг воронки не будет засчитан.

**Строгий порядок** запрещает посторонние события в искомой последовательности. Например, если в воронке с последовательностью

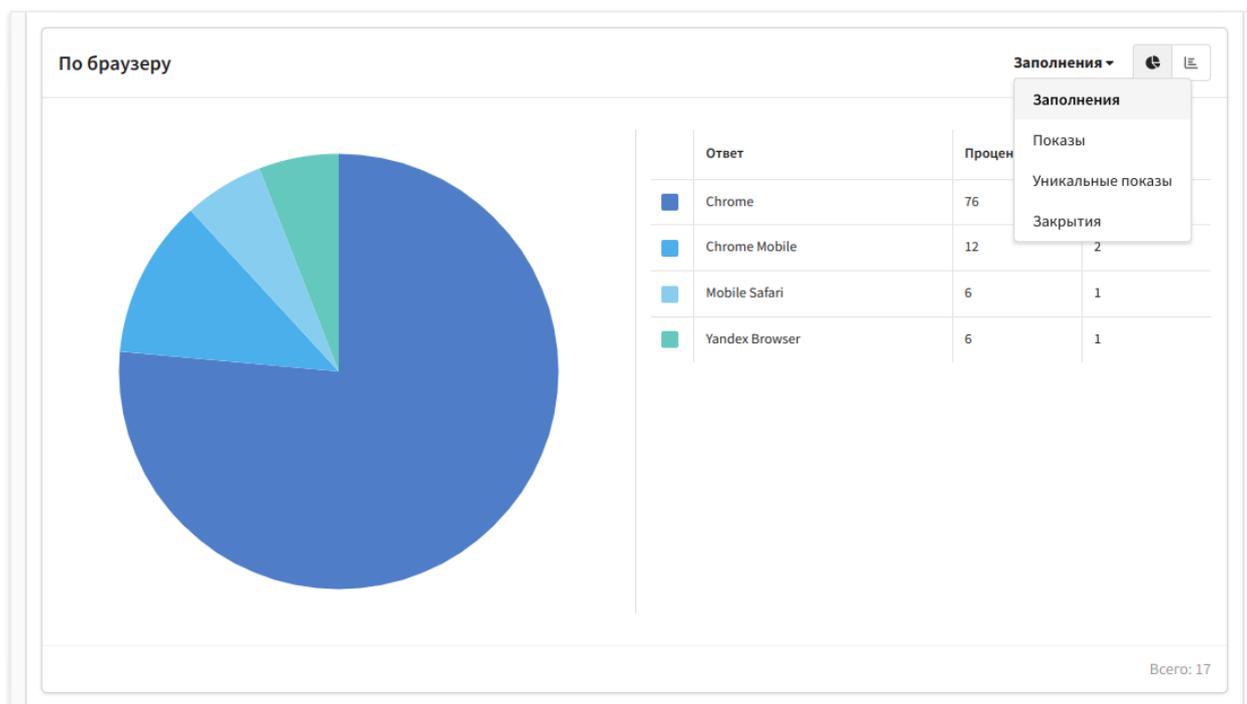
Попадание в таргетинг → Уник. показ → СТА между первым и вторым шагом будет зафиксировано еще одно событие, то все последующие события не будут засчитаны. При этом событие, которые нарушило порядок, тоже не будет засчитано.

**Учитывать попадание в таргет** — сняв галочку, вы уберете попадание в таргетинг как шаг воронки.

## Аналитические срезы отчёта

Ниже представлены показатели по папа, сгруппированные по следующим критериям:

- По часовому поясу
- По городам
- По странам
- По языку (язык браузера)
- По ОС (операционная система на устройстве пользователя)
- По браузеру
- По рефереру (URL страницы, на которой был показан попп)
- По UTM меткам (content, medium, source, campaign, term)



Для любого среза можно выбрать конкретный показатель:

- **СТА** — пока событие отправки формы не зарегистрировано, показатель отображает клики на любой элемент формы. Если форма была хотя бы один раз заполнена и отправлена, показатель изменится на "Заполнения".
- **Заполнения** — пользователь заполнил и отправил форму попапа.
- **Показы** — попап показан пользователю.
- **Уникальные показы** — попап показан пользователю. Если попап был показан пользователю несколько раз в рамках одной сессии, будет засчитан один уникальный показ.
- **Закрытия** — клик на кнопку закрытия в попапе.

В таблице справа данные представлены в процентном и количественном соотношении. Внизу блока показано, сколько всего раз было зарегистрировано выбранное событие. Дополнительно можно изменить способ отображения данных:

 — круговая диаграмма

 — столбчатая диаграмма

## Анализ результатов

На этой вкладке вы можете получить информацию о заполнении полей формы в попапе:

## #12 Подписка на блог

**Старт:** ср, 27 сент. 2023 в 14:12

Статистика попра

Анализ результатов

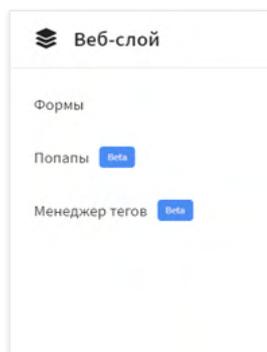
 email

| Ответ                 | Дата               |
|-----------------------|--------------------|
| john@example.com      | 27.09.2023 в 14:43 |
| natalya@yandex.ru     | 27.09.2023 в 14:46 |
| pop2@example.com      | 27.09.2023 в 14:12 |
| helen@example.com     | 27.09.2023 в 14:46 |
| mark@gmail.com        | 27.09.2023 в 14:47 |
| pixel@example.com     | 27.09.2023 в 15:20 |
| banderson@skaboo.name | 27.09.2023 в 15:25 |
| willson@yandex.ru     | 27.09.2023 в 19:33 |
| david@mail.ru         | 27.09.2023 в 19:57 |
| ***@mail.ru           | 27.09.2023 в 19:57 |

Всего: 17

Статистика формируется в зависимости от типа поля для ввода, указанного в коде попра: `<input type="<тип_поля">`. Для корректного сбора статистики следует установить атрибут `type`, значение которого будет соответствовать типу вводимых данных. Подробнее о полях для ввода вы можете прочитать в [этой статье](#).

# Менеджер тегов



**Менеджер тегов Altcraft** — это инструмент, который позволяет вам управлять HTML тегами и JavaScript кодом без необходимости привлекать разработчиков. С его помощью вы можете создавать, добавлять и обновлять фрагменты кода на сайте, чтобы отслеживать действия пользователей и передавать данные в платформу. Менеджер тегов Altcraft является аналогом Google Tag Manager.

## Основные понятия

**Контейнер** — это оболочка, в которой хранятся теги, триггеры и переменные. Он предоставляет код, который необходимо разместить на сайте для активации тегов.

**Тег** — это фрагмент кода, который выполняет определенную функцию (например, показ попапа посетителям сайта).

**Триггер** — это условие срабатывания тега. Триггеры отслеживают определенные события на сайте (например, клики или загрузка страницы) и активируют теги в ответ на них. Для запуска тега должен быть настроен хотя бы один триггер.

**Переменная** — это параметр, которому передаются определенные значения. Переменные могут применяться как в триггерах, так и в тегах. В триггерах они используются в качестве фильтра активации, то есть определяют, когда следует запускать тот или иной тег. Переменные в тегах используются для получения динамических значений.

## В этом разделе



**Настройка и установка Менеджера тегов**



**Типы триггеров**



**Типы переменных**



**Связывание пикселя и Менеджера тегов**

# Настройка и установка Менеджера тегов

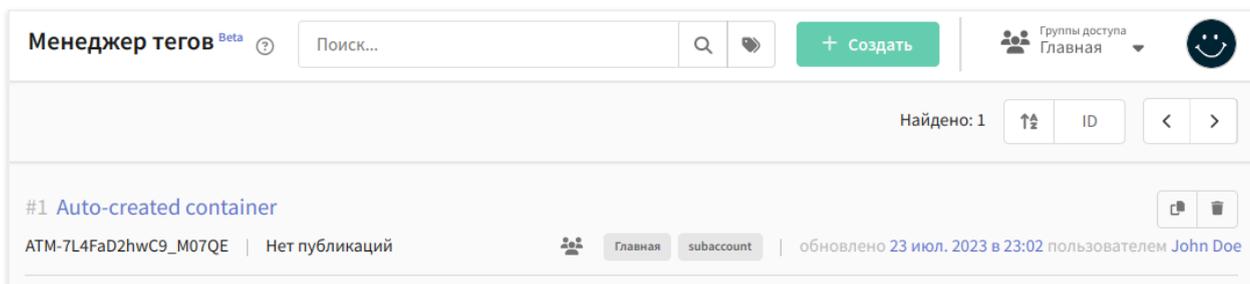
Чтобы начать работу с Менеджером тегов, перейдите в раздел **Веб-слой** → **Менеджер тегов**.

## Шаг 1. Создание контейнера и его установка на сайт

### ПОДСКАЗКА

**Контейнер** хранит теги, триггеры и переменные. Он представляет собой фрагмент кода, который устанавливается на сайте. После установки все последующие настройки отслеживания проводятся в интерфейсе платформы, без необходимости внесения изменений в исходный код.

По умолчанию в вашем аккаунте уже создан контейнер. Вы можете работать в нём или добавить новый. Для каждого сайта или мобильного приложения рекомендуется настраивать отдельный контейнер.



Из меню действий в правой части доступны следующие действия:

 — Клонирование контейнера: создаётся новый контейнер, в который переносятся настройки, теги, триггеры и переменные текущего контейнера (история версий не переносится).

 — Удаление контейнера со всеми созданными тегами, триггерами и переменными. Теги из этого контейнера больше не будут активироваться на сайте.

## Создание нового контейнера

Для создания нового контейнера выполните следующие действия:

1. Нажмите кнопку **+ Создать** в правом верхнем углу.
2. Введите произвольное **название** контейнера.
3. Выберите **базы профилей**. Теги отслеживают поведение посетителей сайта и передают данные в систему Altcraft. Полученные данные могут быть использованы для поиска уже существующих профилей в базе. Укажите как минимум одну базу для поиска.
4. **Установите контейнер на сайте**. Для этого скопируйте предоставленный код и передайте его разработчикам. Они должны разместить код контейнера на каждой странице сайта, где вы планируете использовать теги отслеживания. Код контейнера следует добавить в раздел `<head>`, как можно ближе к открывающему тегу.
5. Нажмите кнопку **"Создать"**, чтобы сохранить контейнер.

### Создать Контейнер

Имя контейнера \*

Базы профилей ?

26 - B2C клиенты ×

Чтобы контейнер мог функционировать на вашем сайте, скопируйте приведенный ниже код и вставьте его в код тех страниц, на которых он должен работать (вы можете сделать это позже в любое время).

Вставьте этот участок кода в раздел `<head>` кода страницы как можно ближе к началу:

```
<script>
(function (window, document, dataLayerName, containerID) {
  window[dataLayerName] = window[dataLayerName] || [];
  window[dataLayerName].push({ 'start': new Date().getTime(), event: 'actm-js' });
  var firstScript = document.getElementsByTagName('script')[0];
  var script = document.createElement('script');
  var dl = dataLayerName !== 'acDataLayer' ? '&l=' + dataLayerName : '';
  script.async = true;
  script.src = 'https://pxl.[redacted].dev.altkraft.com/actm/js/actm.js?id=' + containerID + dl;
  script.type = 'module';
  if (firstScript && firstScript.parentNode) {
    firstScript.parentNode.insertBefore(script, firstScript);
  }
})(window, document, 'acDataLayer', 'ATM-AMth63bC4oaWTj24t');
</script>
```

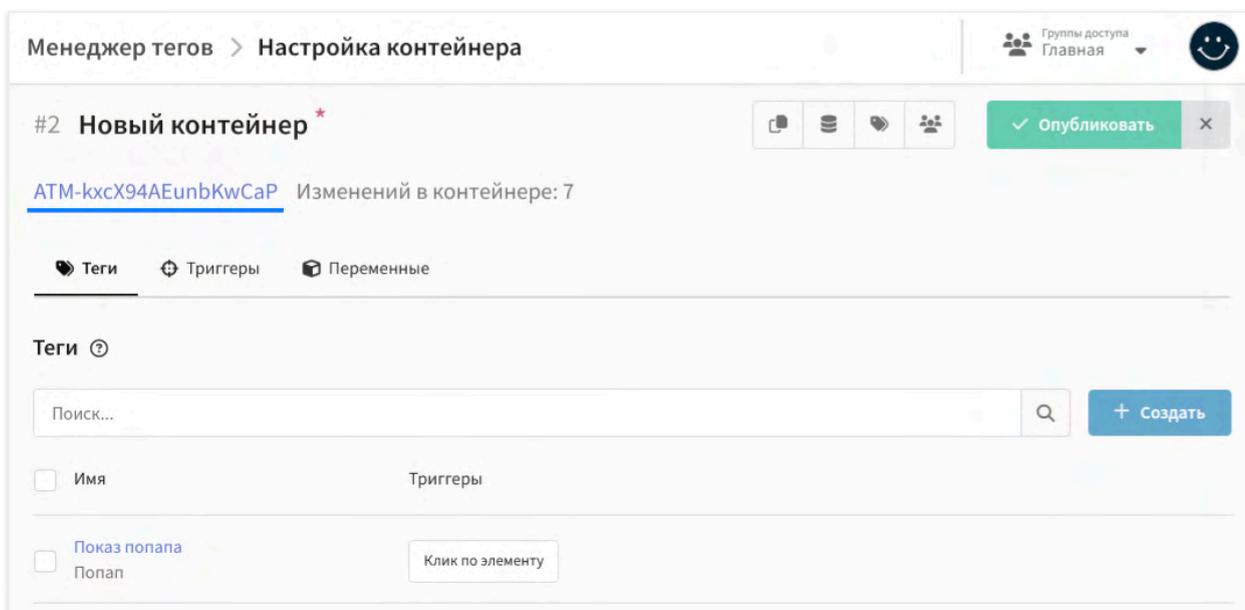
Скопировать в буфер

× Отмена    ✓ Создать

## Работа в контейнере

Чтобы перейти к редактированию существующего контейнера, нажмите на его название. При клике на идентификатор контейнера (АТМ-xxxxxxx) откроется окно с кодом. Если вы еще не разместили контейнер на сайте, передайте код разработчикам.

Справа от идентификатора находится счетчик, который показывает количество неопубликованных изменений. После публикации версии счетчик обнуляется.



Для дополнительных настроек справа доступно меню быстрых действий:

-  — просмотр истории версий
-  — выбор баз для поиска профилей
-  — назначение тегов для быстрого поиска
-  — установка групп доступа

### К СВЕДЕНИЮ

Любые изменения в настройках контейнера (редактирование имени или групп доступа, настройка тегов и триггеров) автоматически сохраняются в платформе, но не вносятся на сайт до тех пор, пока вы не опубликуете контейнер.

## Шаг 2. Добавление тегов и настройка триггеров

### ПОДСКАЗКА

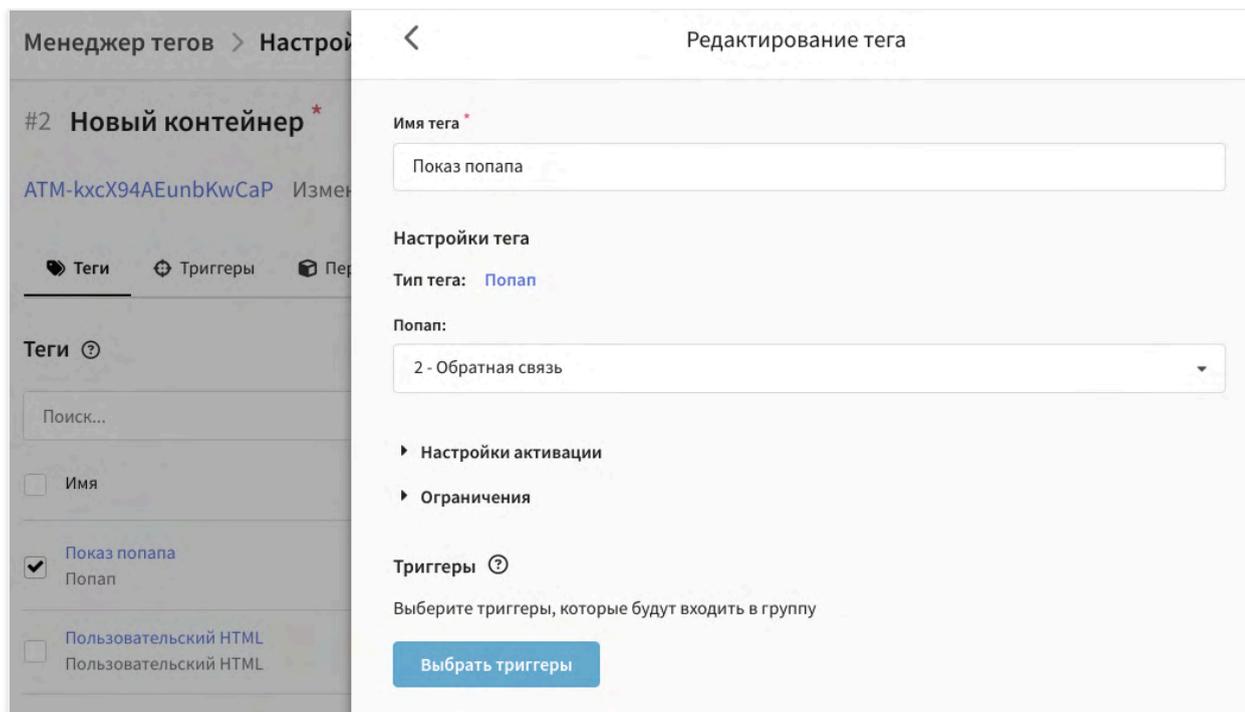
**Тег** — это фрагмент кода, который выполняется на сайте при определенном условии. **Триггер** — это условие срабатывания тега.

Триггеры отслеживают определенные события на сайте (например, клики, загрузку страницы или отправку формы) и активируют теги в ответ на эти события.

Для запуска тега должен быть настроен хотя бы один триггер.

Чтобы создать тег и настроить условия его запуска, выполните следующие действия:

1. На вкладке "**Теги**" нажмите **+ Создать**.
2. Укажите **название** тега.
3. Выберите **тип** тега:
  - **Попап** — используется для показа посетителям сайта всплывающего окна. Предварительно необходимо создать поппап, а затем выбрать его в поле "**Попап**". Подробнее о поппапах читайте [здесь](#).
  - **Пользовательский HTML** — используется для создания собственного тега. Необходимо вставить ваш HTML-код в окно редактора.



4. Задайте **настройки активации** тега и установите **ограничения**.

#### ▶ Настройки активации тега

##### Частота активации тега:

- **Один раз за событие** — тег активируется только один раз при выполнении определенного события.
- **Один раз за страницу** — тег сработает только один раз на страницу, независимо от количества событий.
- **Без ограничений** — тег активируется при наступлении каждого события, заданного в триггере.

▼ **Настройки активации**

Частота активации тега:

Один раз за событие ▼

Приоритет активации тегов: ?

Введите число

**Приоритет активации тегов.** Устанавливает очередность срабатывания тегов. По умолчанию приоритет тега равен 0. Чтобы изменить очередность, укажите положительное или отрицательное целое число. Например, тег с приоритетом 2 сработает раньше тега с приоритетом 1. Теги запускаются асинхронно.

**Добавить расписание активации.** Позволяет настроить активацию тега в течение определенного периода. Например, вы проводите рекламную акцию, которая длится всего один час. В таком случае баннер с информацией необходимо показывать посетителям сайта только в течение часа.

Выберите **тип периода**, задайте **время/дату начала** и **время/дату окончания**. Если вы, напротив, хотите, чтобы тег оставался неактивным в определенный период, установите флаг в поле **"Исключить период"**. Вы также можете объединить несколько временных периодов — нажмите кнопку **"Добавить период"**.

Добавить расписание активации

**Часовой пояс:**

**Показать Pop-up в течение периода:**

**Тип периода:**

**От:**

**До:**

Исключить период

**Добавить последовательность активации:**

- **Перед данным тегом активировать.** Выберите тег, который будет активирован перед текущим тегом. Если выбранный тег не сработает, то тег, который вы создаете в данный момент, не будет активирован.
- **После данного тега активировать.** Выберите тег, который будет активирован после выполнения текущего тега. Если тег, который вы создаете в данный момент, не сработает, то выбранный тег не будет активирован.

Добавить последовательность активации

Перед данным тегом активировать: [Выбрать тег](#)

После данного тега активировать: [Выбрать тег](#)

#### ► Ограничения тега

---

#### Ограничения

- **Срабатывать один раз на сопоставление** — тег будет выполнен только один раз при каждом срабатывании условия, которое соответствует его настройкам. Если условие снова становится истинным, тег не будет повторно выполнен. Это относится к условиям, связанным с сопоставлением, таким как URL страницы, заголовок страницы и другие параметры, которые могут изменяться во время просмотра страницы.
- **Срабатывать только один раз вообще** — тег будет выполнен только один раз, независимо от того, какие условия срабатывают. Это ограничение можно использовать для инициализации скриптов, которые должны быть выполнены только один раз.
- **Срабатывать n раз в t максимум** — ограничивает количество срабатываний триггера за определенный промежуток времени.
- **Блокировать работу тега после клика по pop-up** — после нажатия на любой элемент попапа, тег не будет срабатывать повторно, даже если событие, на которое он реагирует, происходит снова. Это предотвращает множественные срабатывания тега при повторных кликах на элементы попапа.

- **Блокировать работу тега после закрытия рор-уп** — после нажатия на кнопку "Закрыть" в попапе триггер не будет срабатывать повторно, несмотря на наступление события.
- **Блокировать работу тега после клика отправки формы** — после отправки формы, связанной с тегом, триггер не будет срабатывать повторно, даже если условия для его срабатывания снова выполняются.

▼ **Ограничения**

Срабатывать один раз на сопоставление

Срабатывать только один раз вообще

Срабатывать n раз в t максимум

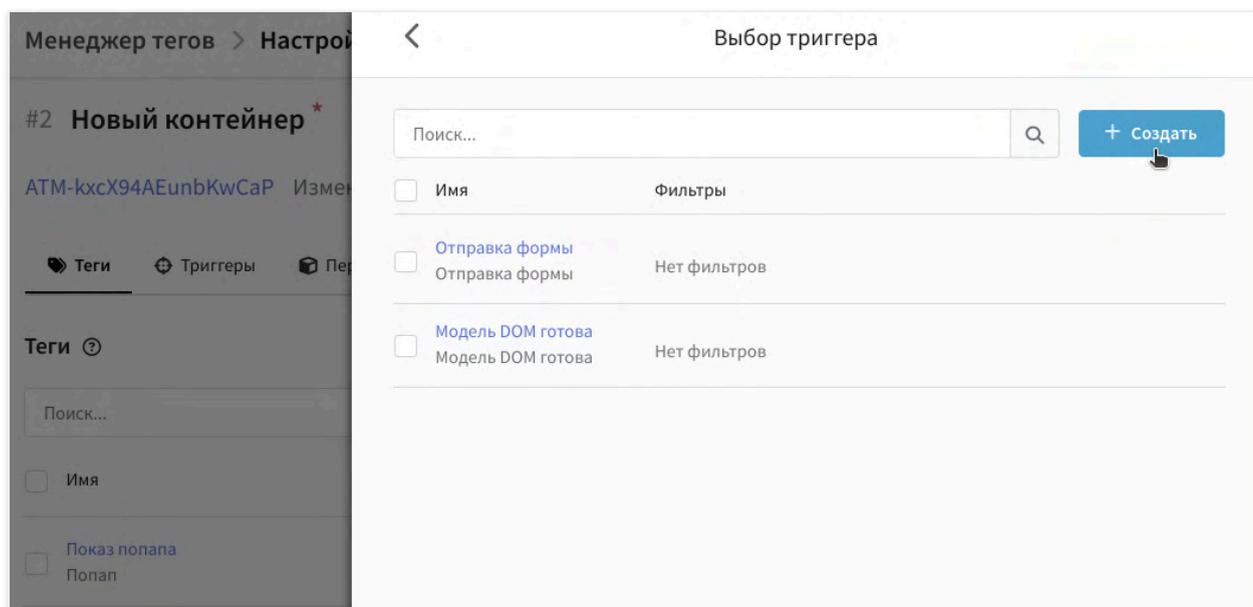
Блокировать работу тега после клика по Pop-up

Блокировать работу тега после закрытия Pop-up

Блокировать работу тега после отправки формы

5. Нажмите "**Выбрать триггеры**". Откроется новое окно со всеми доступными триггерами. Если у вас уже создан триггер, можно перейти сразу к пункту 9.

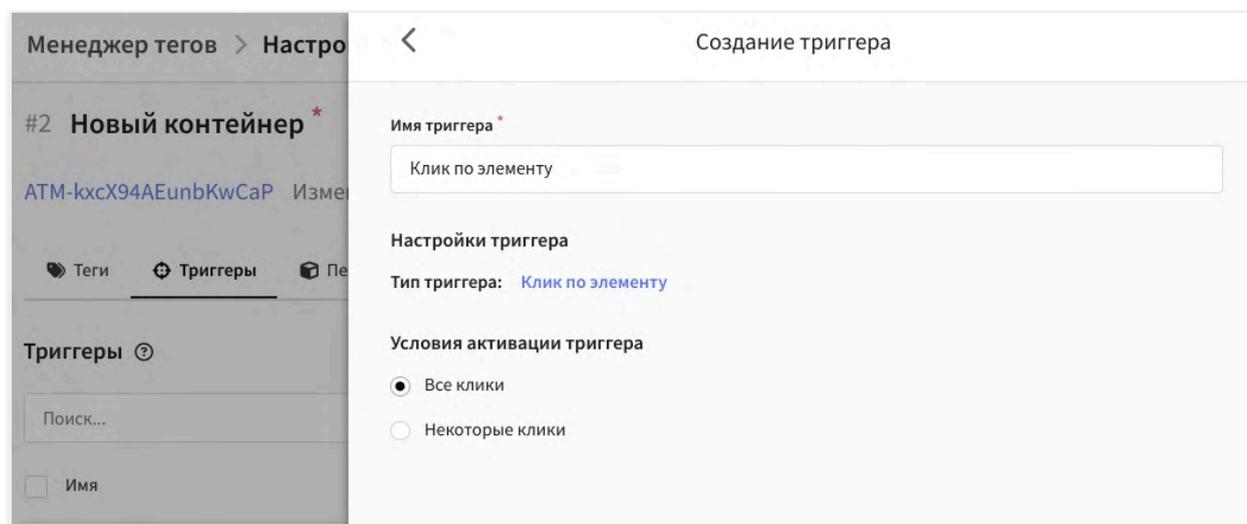
6. Чтобы настроить новый триггер, нажмите **+ Создать**:



7. Введите **название** триггера и выберите его **тип**.

## 💡 ПОДСКАЗКА

Подробнее о типах триггера читайте в [этой статье](#).



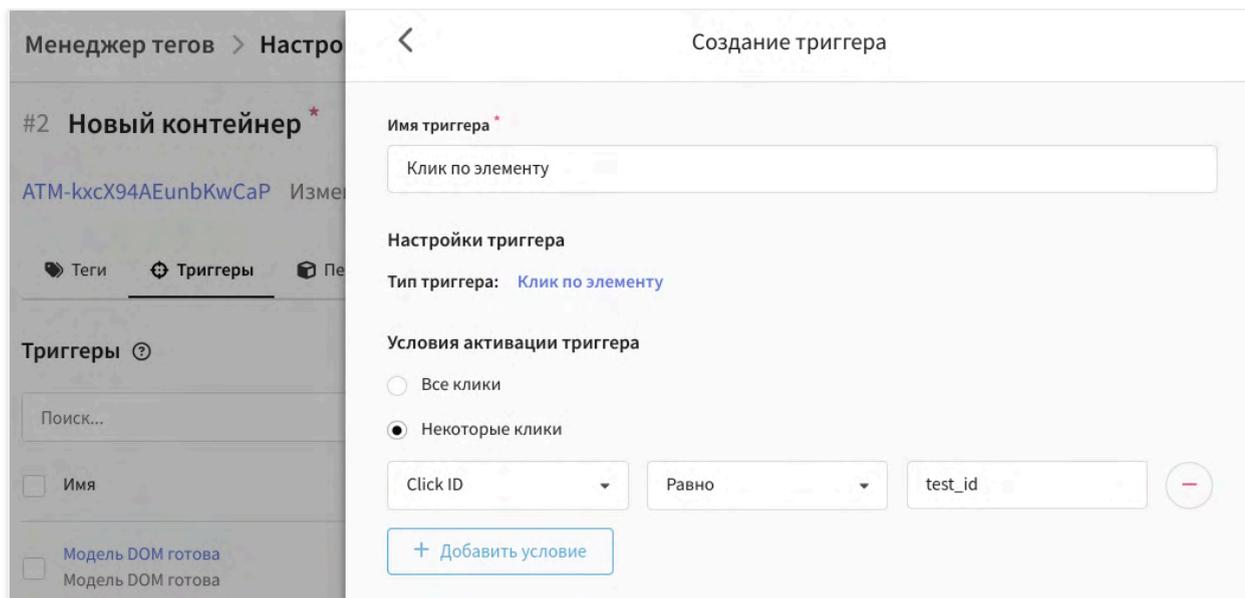
8. По умолчанию триггеры активируются в ответ на все события определенного типа. Чтобы задать дополнительные условия активации триггера, вы можете настроить фильтр. Для этого в блоке **"Условия активации триггера"** выберите **"Некоторые события"**. После настройки фильтра **сохраните** триггер с помощью кнопки внизу страницы.

## ⓘ К СВЕДЕНИЮ

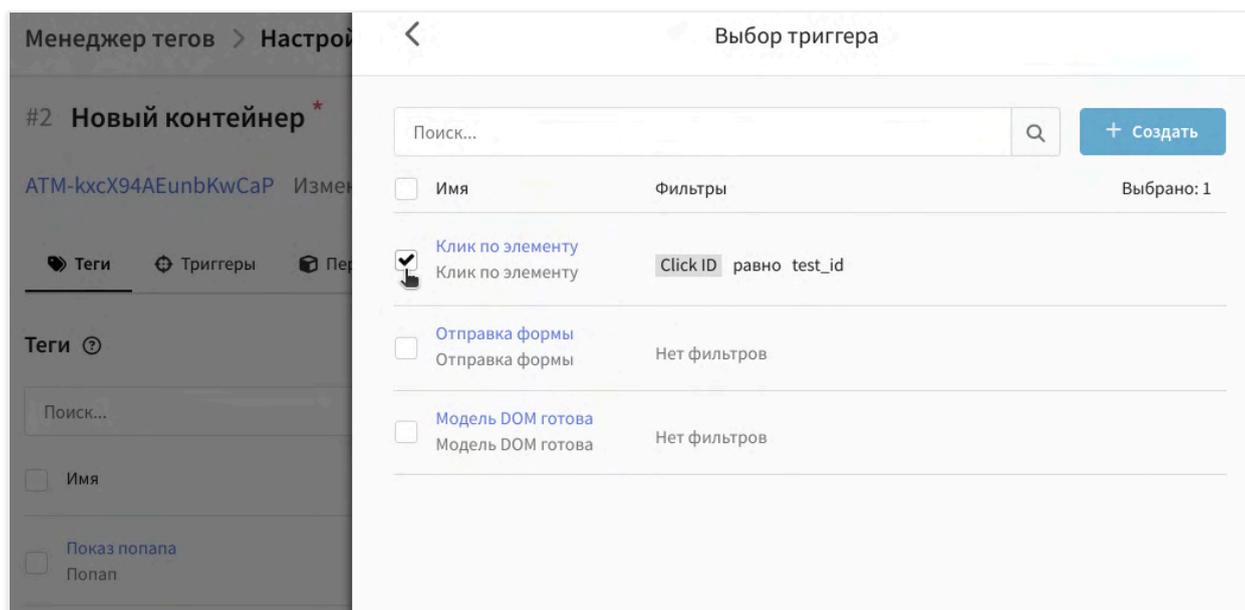
Фильтр состоит из **переменной**, **оператора** и **значения**. Выберите [переменную](#) (встроенную или пользовательскую) и оператор. Затем выберите или введите вручную текстовое значение переменной.

У каждого события на сайте есть свои переменные, в которых находится информация об этом событии. Когда происходит событие, триггер считывает определенную переменную. Менеджер тегов сравнивает значение этой переменной с тем значением, что задано в фильтре. Если значение переменной соответствует заданным в фильтре параметрам, триггер активируется и запускает выполнение тега.

Таким образом, с помощью фильтра вы можете ограничить аудиторию, для которой будет активирован тег.



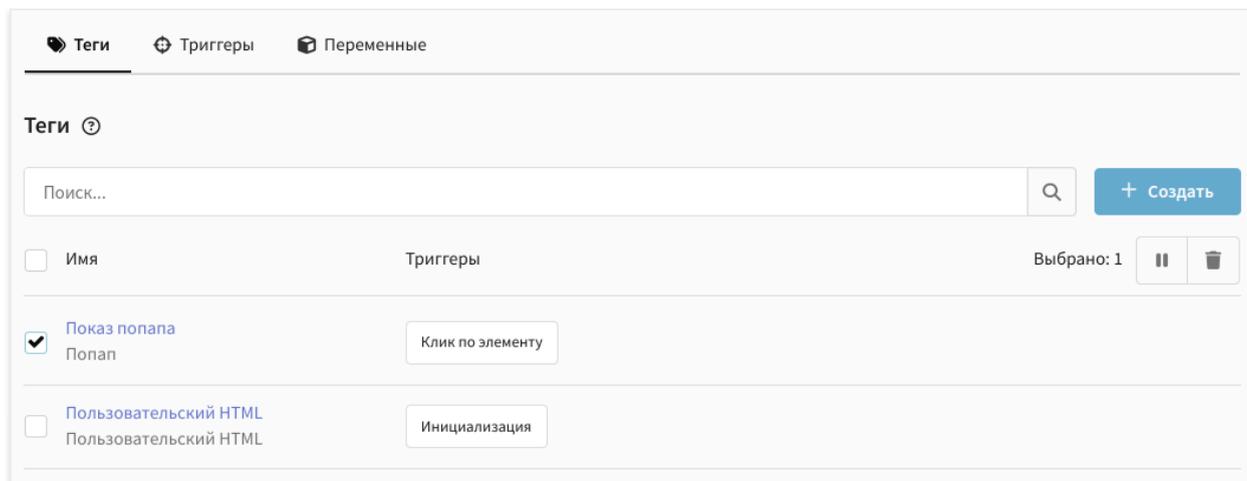
9. В окне **"Выбор триггера"** выделите один или несколько триггеров и нажмите кнопку **"Выбрать"** внизу страницы. При выборе нескольких триггеров тег будет срабатывать при активации любого из них.



10. В окне **"Создание тега"** проверьте заданные настройки и нажмите **"Сохранить"**.

Созданный тег отобразится на вкладке **"Теги"**. Если вам потребуется изменить его настройки, нажмите на его название. Чтобы временно остановить работу тегов на странице сайта, выделите теги и нажмите **"Пауза"**, а затем опубликуйте новую версию контейнера. Вы также можете удалить лишние теги из контейнера



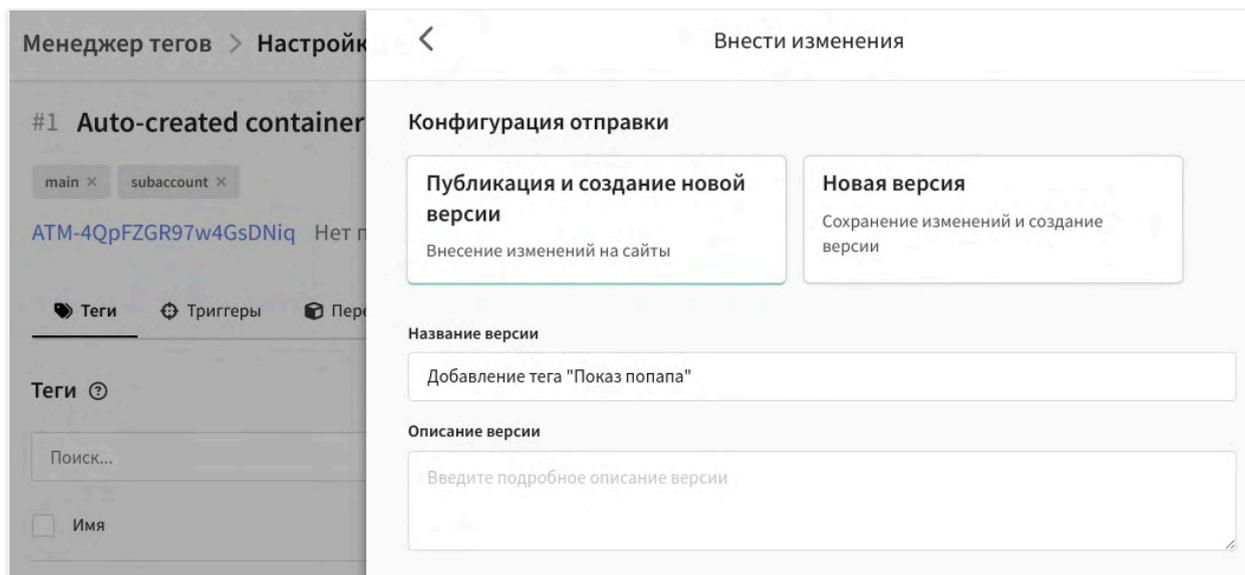


## Шаг 3. Публикация версии контейнера

Версия – это сохранённая копия контейнера в текущий момент времени. Если вы внесли какие-то изменения в контейнер (добавили тег, изменили триггер), можно сохранить эти изменения в виде версии. Для этого в окне **"Настройка контейнера"** нажмите кнопку **"Опубликовать"**. Доступны две **конфигурации отправки**:

- **Публикация и создание новой версии** — создаётся новая версия контейнера, и все изменения вносятся на сайт.
- **Новая версия** — создаётся новая версия, в которой сохраняются все изменения, но контейнер не публикуется, и изменения на сайт не вносятся.

Рекомендуется указать название и описание версии — так вы зафиксируете, какие именно изменения были внесены. Затем подтвердите сохранение с помощью кнопки **"Опубликовать"** внизу страницы.



Чтобы перейти к управлению версиями контейнера, воспользуйтесь кнопкой  в меню быстрых действий. В таблице отображается информация о том, какой пользователь и когда создал или опубликовал ту или иную версию.

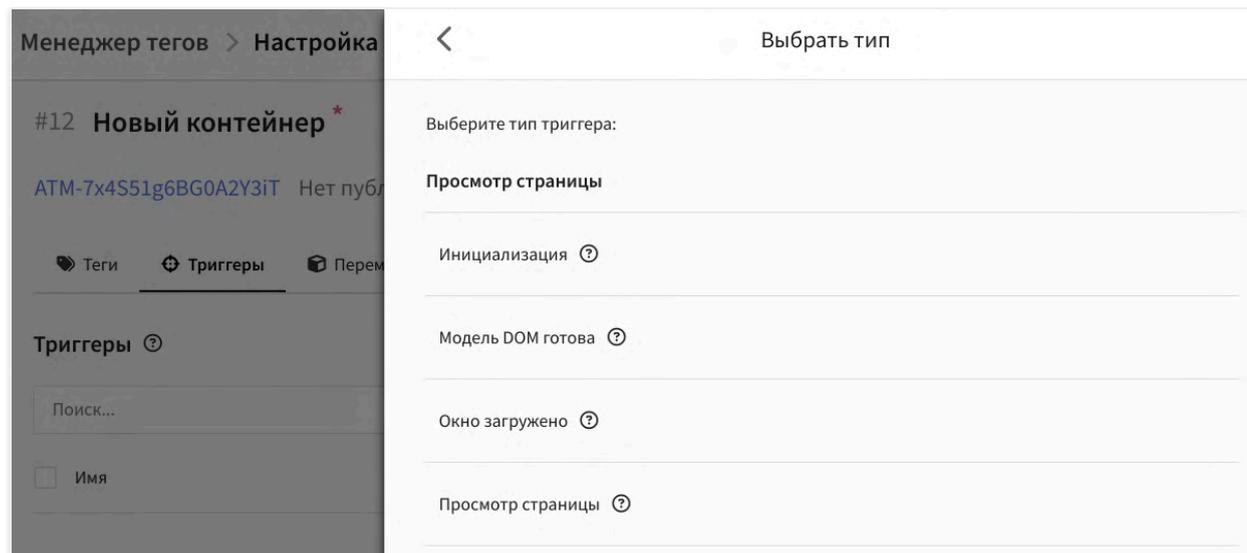
Вы можете переключиться на другую версию или опубликовать её вместо текущей. Для этого откройте меню дополнительных действий  и нажмите **"Выбрать в качестве последней версии"**:

| Название версии                | Описание версии                                  | Дата создания       | Опубликовано        | Автор   |
|--------------------------------|--|---------------------|---------------------|---------|
| Добавление тега "Показ попапа" | Добавлен тег "Показ попапа - Инициализация"      | 23 мая 2023 в 14:35 | 23 мая 2023 в 14:35 | Pol Zak |
| Обновление триггера            | Показ попапа теперь должен сработать после клика | 23 мая 2023 в 14:35 |                     |         |

Первая версия контейнера опубликована, и на вашем сайте установлен Менеджер тегов Altcraft. Не забудьте проверить корректность работы тега.

# Типы триггеров

## Просмотр страницы



### Инициализация

Триггер срабатывает перед активацией всех остальных триггеров. Используйте этот триггер, чтобы он активировал нужные теги раньше других триггеров.

### Модель DOM готова

Триггер срабатывает после завершения обработки HTML-кода страницы браузером.

Браузер полностью загрузил HTML, было построено DOM-дерево, но внешние ресурсы, такие как изображения `<img>` и стили, могут быть ещё не загружены.

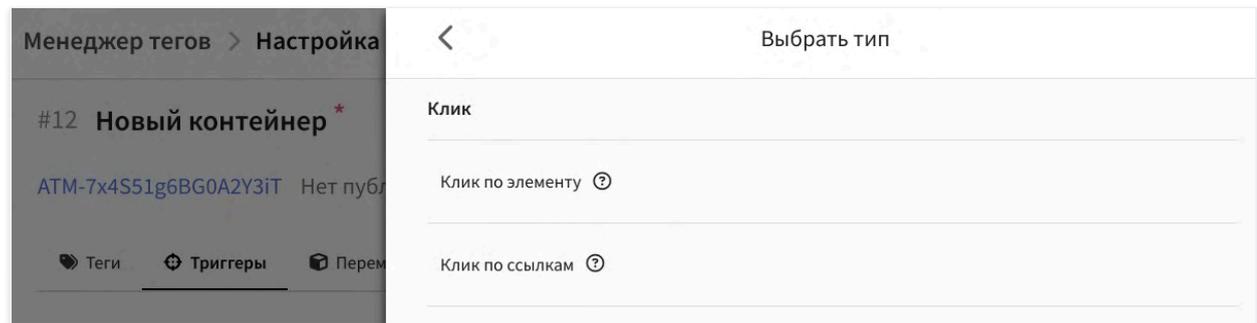
### Окно загружено

Триггер срабатывает после полной загрузки страницы, включая изображения, скрипты и другие встроенные объекты.

## Просмотр страницы

Триггер срабатывает, когда страница начинает загружаться. Используется для получения данных только по показам страницы.

## Клик



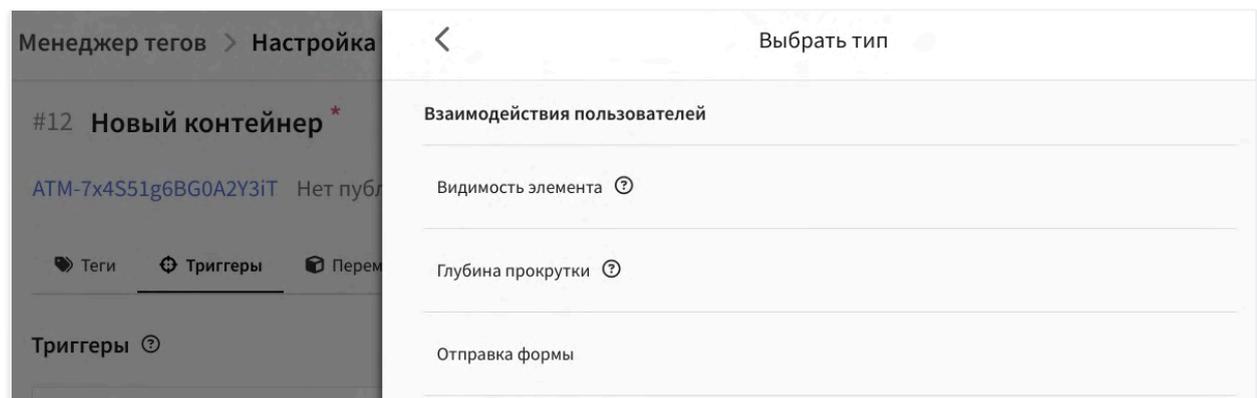
### Клик по элементу

Триггер срабатывает при клике на любой элемент страницы, включая ссылки, изображения, кнопки и др.

### Клик по ссылкам

Триггер срабатывает при клике на HTML-ссылки, например, `<a hrefs="https://example.com"> Ссылка </a>`

## Взаимодействия пользователей



### Видимость элементов

Триггер срабатывает, когда определенный элемент становится видимым в области просмотра.

Видимость элемента может измениться в результате различных действий: загрузка страницы, прокрутка, переключение на фоновую вкладку браузера, изменение позиции элемента через код и др.

Менеджер тегов > Настройка

Создание триггера

Имя триггера \*

Видимость элемента

Настройки триггера

Тип триггера: Видимость элемента

Метод выбора: CSS селектор

CSS Селектор: \*.class\_name

Минимальный процент видимости: ?

100 %

Указать минимальное время видимости: ?

Минимальное время видимости:

3000 мс

Условия активации триггера

Все события видимости элемента

Некоторые события видимости элемента

Сохранить

### Метод выбора:

- **Идентификатор** — используется, чтобы отслеживать видимость одного элемента с определенным значением атрибута `id`. Например, если указать `test`, то будет выбран элемент с `id="test"`.
- **CSS селектор** — используется, чтобы отслеживать видимость нескольких элементов, которые соответствуют заданному шаблону CSS селектора. Например, `.class_name` выберет элементы на странице с `class="class_name"`.

**Минимальный процент видимости** — процент выбранного элемента, который должен быть виден на экране пользователя для того, чтобы сработал триггер. По умолчанию — 100%, то есть элемент должен полностью отобразиться на экране.

Также можно **указать минимальное время видимости**. Минимальное время видимости — это период времени, в течение которого элемент должен оставаться видимым на экране для того, чтобы сработал триггер.

### 💡 ПОДСКАЗКА

Обратите внимание, что периоды времени суммируются. Если элемент был виден в течение 5000 мс, затем скрыт и снова виден в течение 3000 мс, то время видимости составит 8000 мс.

## Глубина прокрутки

Триггер срабатывает в зависимости от того, насколько пользователь скроллит страницу вниз или вправо.

Для настройки триггера необходимо выбрать хотя бы один из параметров прокрутки:

- **Глубина вертикальной прокрутки** — триггер активируется на основе данных о том, насколько пользователь прокрутил страницу вниз.
- **Глубина горизонтальной прокрутки** — триггер активируется на основе данных о том, насколько пользователь прокрутил страницу вправо.

Можно использовать оба параметра одновременно. Значение глубины прокрутки указывается в пикселях или в процентах (от высоты и ширины страницы). Если вы указываете несколько значений через запятую, то триггер активируется при достижении каждого из них.

Также можно указать, на каком этапе загрузки страницы вы хотите **начать отслеживать** событие:

- Окно загружено
- Модель DOM готова
- Просмотр страницы

#### 💡 ПОДСКАЗКА

Если указанная глубина прокрутки входит в область просмотра при загрузке страницы, триггер срабатывает без прокручивания.

## Отправка формы

Триггер срабатывает при каждой попытке пользователя отправить форму.

Менеджер тегов > Настройка

#12 Новый контейнер \*

ATM-7x4S51g6BG0A2Y3iT Нет публ

Теги Триггеры Переключатель

Триггеры ⓘ

Поиск...

Имя

Триггеры отслеживают опред

Создание триггера

Имя триггера \*

Отправка формы

Настройки триггера

Тип триггера: Отправка формы

Указать время ожидания активации тегов

Максимальное время ожидания: \*

5000 мс

Указать условия включения триггера

Page URL Содержит contacts

+ Добавить условие

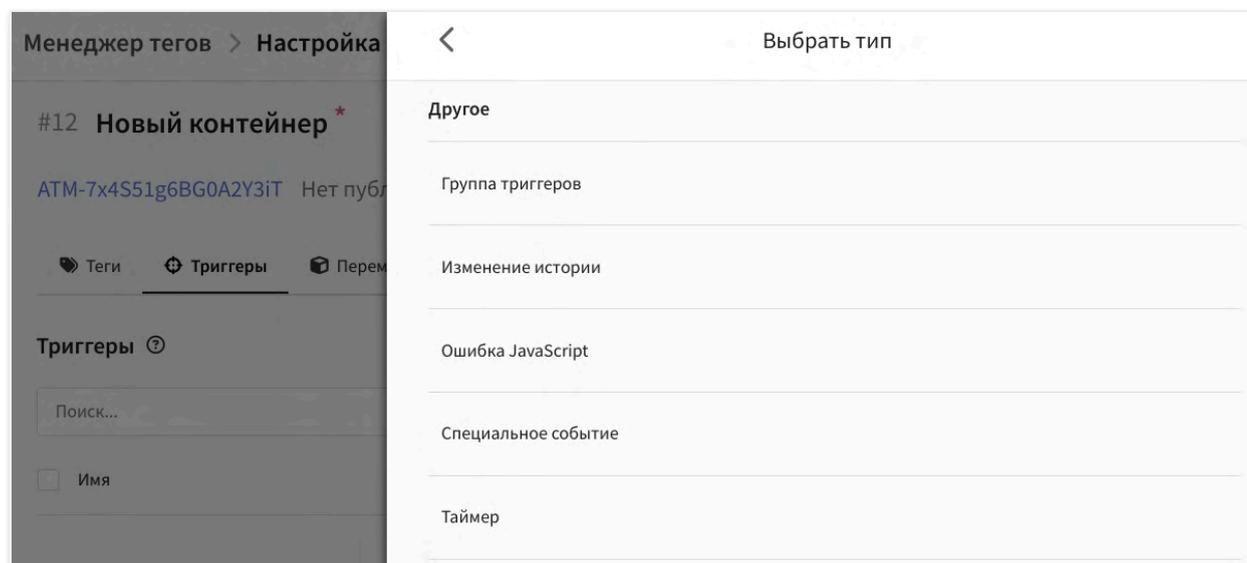
В настройках триггера вы можете:

- **Указать время ожидания активации тегов:** отправка формы блокируется до тех пор, пока не истечет указанное время ожидания или пока не будут активированы все теги, зависящее от этого триггера. Время ожидания задается в миллисекундах (5000 мс = 5 сек).
- **Указать условия включения триггера:** с помощью переменных выберите, при каких условиях триггер должен отслеживать события.

### 💡 ПОДСКАЗКА

В триггере рекомендуется использовать фильтр с указанием URL страницы, на которой размещена форма.

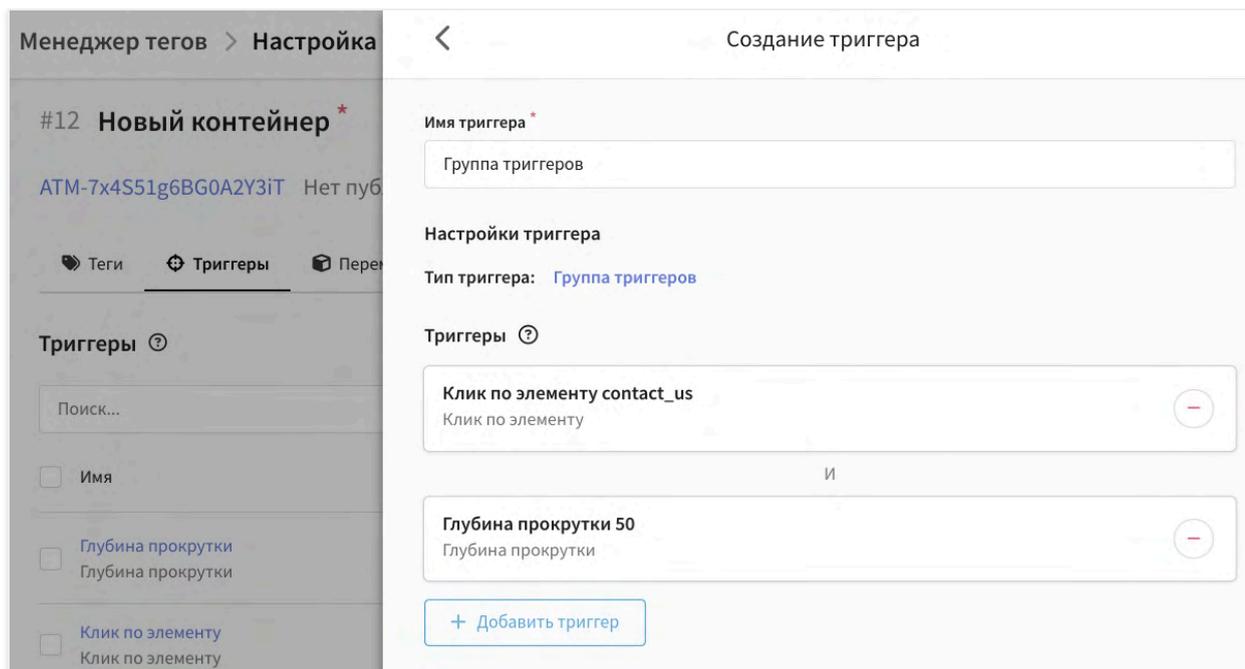
## Другое



## Группа триггеров

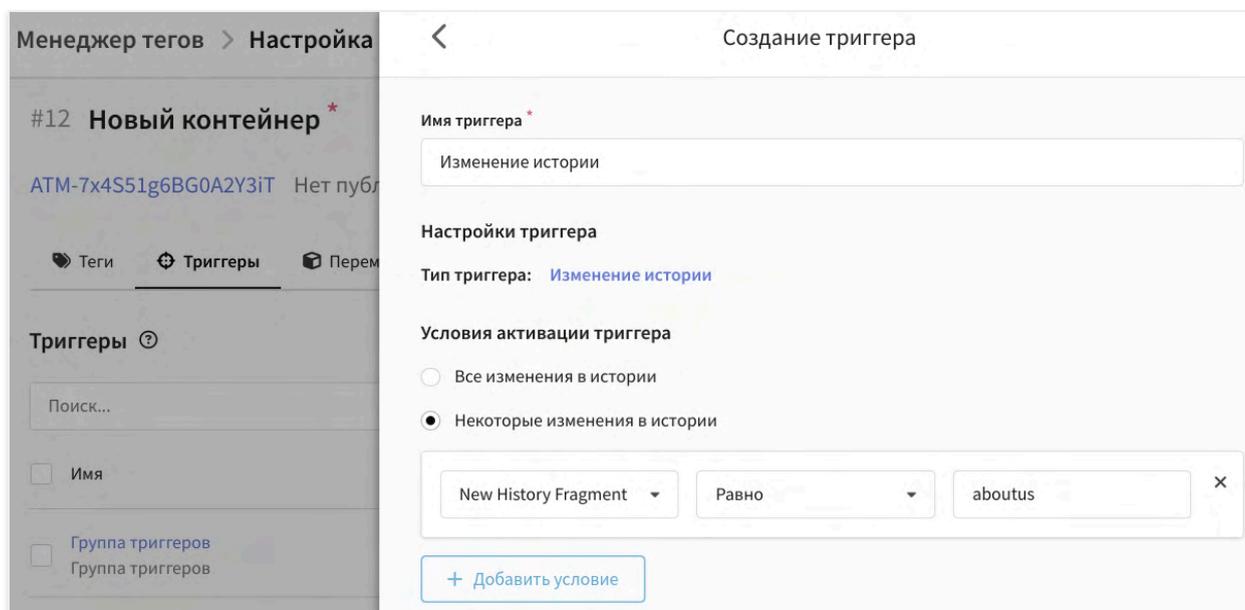
Триггер срабатывает после того, как все выбранные теги были активированы хотя бы один раз.

С помощью кнопки **"Добавить триггер"** выберите необходимые триггеры. Количество триггеров в группе не ограничено.



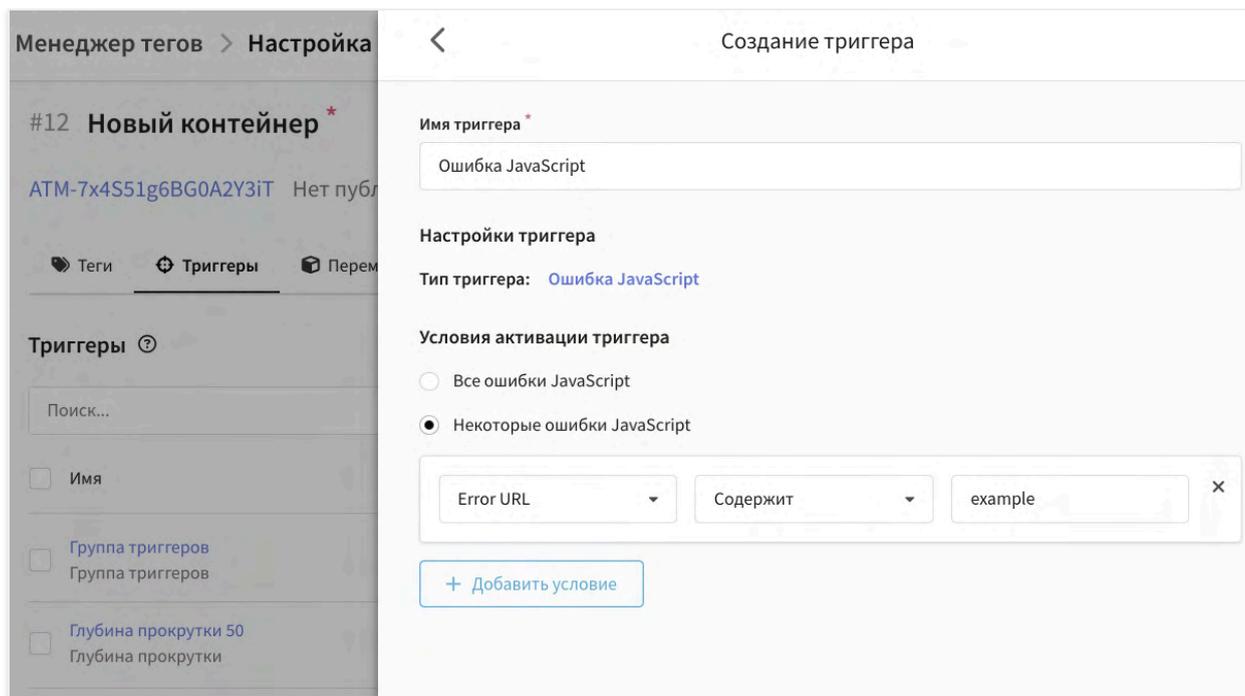
## Изменение истории

Триггер срабатывает при изменении в фрагменте URL (хеше) или при использовании API pushState HTML5 на сайте.



## Ошибка JavaScript

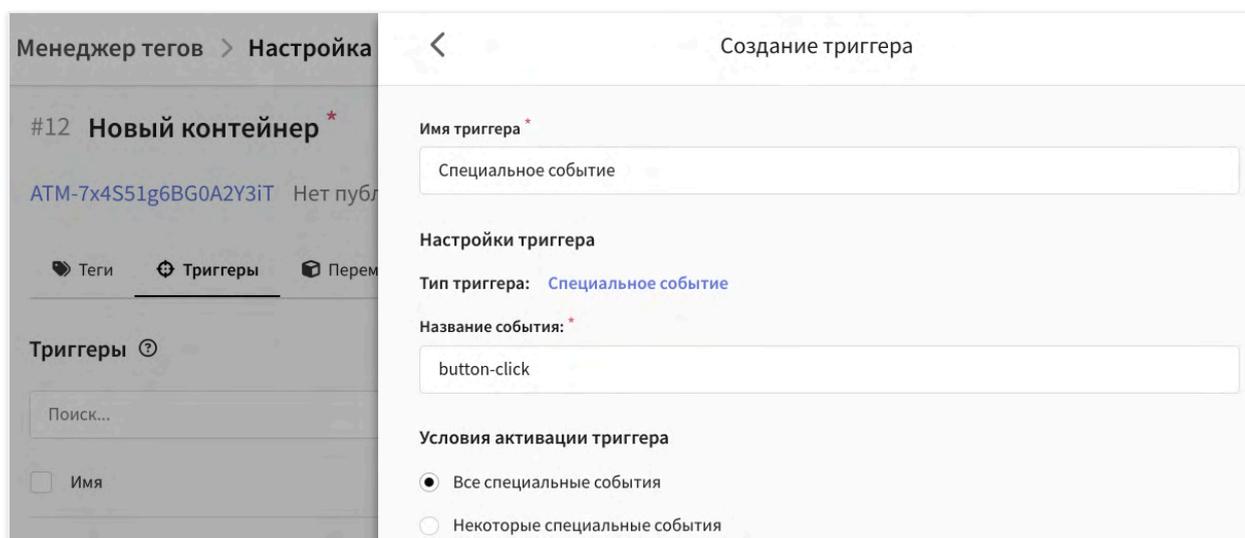
Триггер срабатывает, когда на сайте возникает ошибка JavaScript, которая не была перехвачена обработчиком событий window.onError.



## Специальное событие

Триггер позволяет отслеживать взаимодействия с сайтом или приложением, для которых не подходят стандартные методы. Например, если вы хотите отслеживать отправку формы, для которой переопределили поведение события "submit" в браузере.

Для настройки триггера необходимо указать название события, например, `button-click`.



## Таймер

Триггер срабатывает через заданный интервал времени.

Менеджер тегов > Настройка

#12 Новый контейнер

ATM-7x4S51g6BG0A2Y3IT Нет пу

Теги Триггеры Пер

Триггеры

Поиск...

Имя

Группа триггеров  
Группа триггеров

Глубина прокрутки 50  
Глубина прокрутки

Клик по элементу contact\_us  
Клик по элементу

Создание триггера

Имя триггера \*

Таймер

Настройки триггера

Тип триггера: Таймер

Название события: \*

actm.timer

Интервал: ? \*

2000 мс

Ограничение: ?

1 мс

Условия включения триггера ?

Page URL Содержит example

+ Добавить условие

Настройки триггера включают:

- **Название события по умолчанию** — actm.timer. В большинстве случаев название менять не нужно. Вы можете указать другое название, чтобы создать триггер на основе пользовательского события.
- **Интервал** — время между срабатываниями события (в миллисекундах). Например, если указать 3000, то событие будет срабатывать каждые 3 секунды.
- **Ограничение** — максимальное количество срабатываний. Если оставить поле пустым, триггер будет срабатывать до тех пор, пока пользователь не покинет страницу.

# Типы переменных

## Описание

**Переменная** — это объект, которому дано имя и который может принимать различные значения во время выполнения кода на сайте (пара "ключ: значение"). Имя переменной постоянно, а значение меняется в зависимости от того, какие действия происходят на сайте. В переменной могут храниться данные о содержимом какой-либо страницы. Например, переменная "Page URL" возвращает URL текущей страницы.

Переменные используются как в триггерах, так и в тегах:

- В **триггерах** переменные применяются для настройки фильтров, которые определяют условия запуска определенных тегов. В этом случае переменные служат для таргетинга — задавая условия для активации тега, они ограничивают аудиторию, которой необходимо показать определенный контент на сайте, например, попап.
- В **тегах** переменные используются для получения динамических значений.

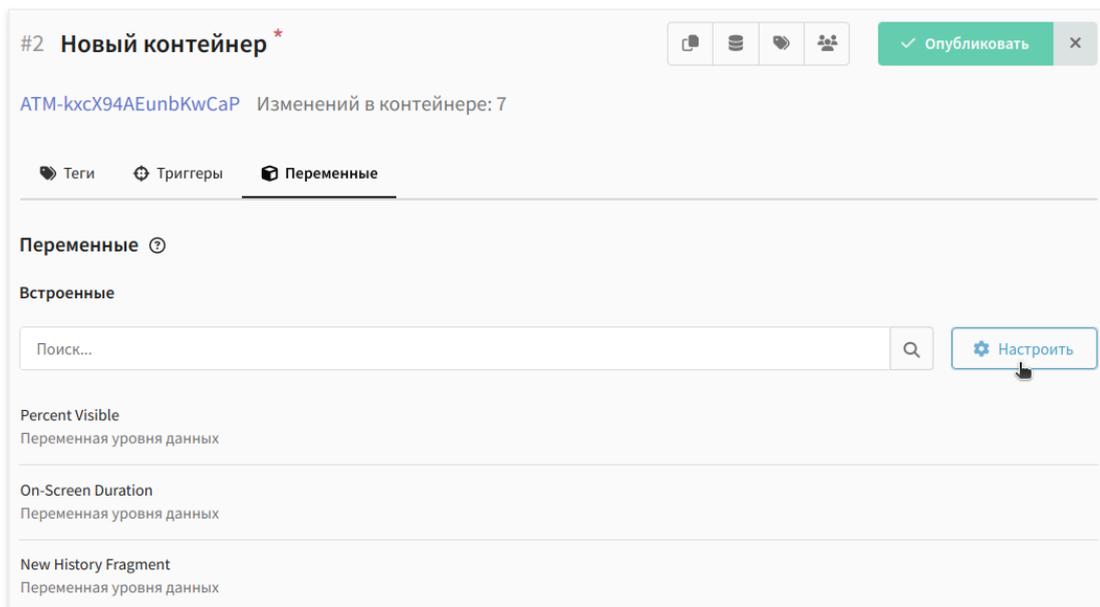
Для управления переменными контейнера перейдите на вкладку "Переменные". В Менеджере тегов доступны встроенные и пользовательские переменные. Для большинства конфигураций тегов и триггеров достаточно встроенных переменных. Однако вы также можете создавать собственные пользовательские переменные для решения ваших задач.

### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

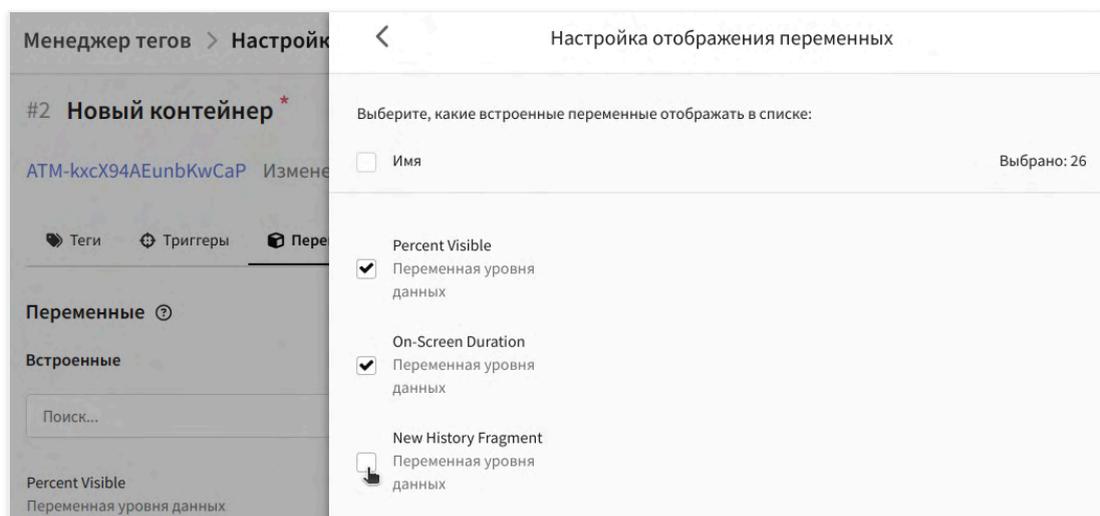
Обратите внимание, при настройке триггера не рекомендуется использовать одну переменную несколько раз.

# Встроенные переменные

Встроенные переменные — это готовые переменные, которые автоматически добавляются в новый контейнер. Такие переменные нельзя изменить.



По умолчанию все встроенные переменные в контейнере активны. Если вы не хотите отображать какую-то переменную в списке, нажмите кнопку **"Настроить"** и в открывшемся окне снимите галочку напротив ее названия. Затем нажмите кнопку **"Выбрать"** внизу страницы.



## Типы встроенных переменных

## Видимость элемента

- **Percent Visible.** Переменная возвращает числовое значение от 0 до 100, которое показывает, какой процент выбранного элемента был виден при срабатывании триггера "Видимость элемента".
- **On-Screen Duration.** Переменная возвращает числовое значение, которое показывает, как долго выбранный элемент был виден при срабатывании триггера "Видимость элемента".

## Прокрутка

- **Scroll Depth Threshold.** Переменная возвращает числовое значение порога прокрутки, при пересечении которого был запущен триггер "Глубина прокрутки" (в процентах или в пикселях).
- **Scroll Depth Units.** Переменная возвращает единицу измерения ("пиксели" или "проценты") для порогового значения, запустившего триггер "Глубина прокрутки".
- **Scroll Direction.** Переменная возвращает параметр, указывающий на направление прокрутки ("вертикальное" или "горизонтальное").

## Страницы

- **Page Hostname.** Переменная возвращает доменное имя в URL текущей страницы. Например, если пользователь загрузил страницу `https://example.com/test?param=value`, то переменная вернёт значение `example.com`.
- **Page Path.** Переменная возвращает путь к странице в текущем URL без учёта GET-параметров. Например, если пользователь загрузил страницу `https://example.com/test?param=value`, то переменная вернёт значение `/test`.
- **Page URL.** Переменная возвращает полный URL-адрес текущей страницы, но без хеша. Например, если пользователь загрузил страницу `https://example.com/test?param=value#hash`, то переменная вернёт значение `https://example.com/test?param=value`.
- **Referrer.** Переменная возвращает полный URL страницы, с которой пользователь перешёл на текущую страницу.

## Клики

- **Click ID.** Переменная возвращает значение атрибута `id` для HTML-элемента, по которому кликнул пользователь.
- **Click Classes.** Переменная возвращает значение атрибута `class` для HTML-элемента, по которому кликнул пользователь.
- **Click Element.** Переменная возвращает значение для HTML-элемента, на который кликнул пользователь и который был объектом действия пользовательского события.
- **Click Target.** Переменная возвращает значение атрибута `target` для HTML-элемента, по которому кликнул пользователь.
- **Click URL.** Переменная возвращает значение атрибута `href` для HTML-элемента, по которому кликнул пользователь.
- **Click Text.** Переменная возвращает значение атрибута `innerText` для HTML-элемента, по которому кликнул пользователь.

## Формы

- **Form ID.** Переменная возвращает значение атрибута `id` для отправленной формы.
- **Form Classes.** Значение атрибута `class` для отправленной формы.
- **Form Element.** Переменная возвращает JavaScript-объект для отправленной формы. Например, атрибуты `class`, `ID`, данные о родительских и дочерних элементах.
- **Form Target.** Переменная возвращает значение атрибута `target` для отправленной формы.
- **Form URL.** Переменная возвращает значение атрибута `action` для отправленной формы.
- **Form Text.** Переменная возвращает текст, содержащийся в отправленной форме и ее потомках.

## История

- **New History Fragment.** Переменная возвращает новое значение хэша (#) URL-сайта после совершения пользовательского события «Изменение в истории».
- **Old History Fragment.** Переменная возвращает предыдущее значение хэша URL-сайта до совершения пользовательского события.
- **History Source.** Переменная возвращает строку, содержащую событие, которое привело к изменению объекта истории.

## Ошибки

- **Error Message.** Переменная возвращает сообщение об ошибке, отправленное с помощью триггера "Ошибка JavaScript".
- **Error URL.** Переменная возвращает URL скрипта, в котором обнаружена ошибка.
- **Error Line.** Переменная возвращает номер строки файла, в которой произошла ошибка.
- **Debug Mode.** Переменная возвращает значение "true", если активирован режим отладки в Менеджере тегов.

## Утилиты

- **Container ID.** Переменная возвращает номер контейнера в тег менеджере. Например, АТМ-4ynTVvH4Ga0O.

## Гео-переменные

- **Country.** Переменная возвращает страну профиля.
- **City.** Переменная возвращает город профиля.

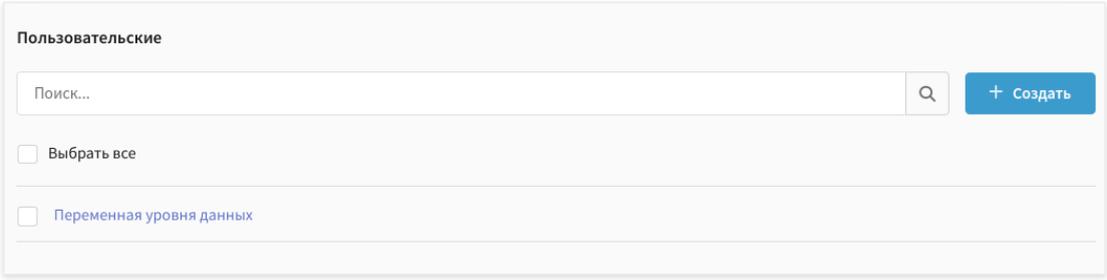
## Агент

- **Device.** Переменная возвращает устройство профиля.

- **Source.** Переменная возвращает URL-адрес страницы, с которой профиль перешел на текущую страницу.
- **Browser.** Переменная возвращает браузер профиля.

## Пользовательские переменные

Для создания новой переменной в окне "**Настройка контейнера**" перейдите на вкладку "**Переменные**". Найдите блок "**Пользовательские**" и нажмите кнопку **+ Создать**:



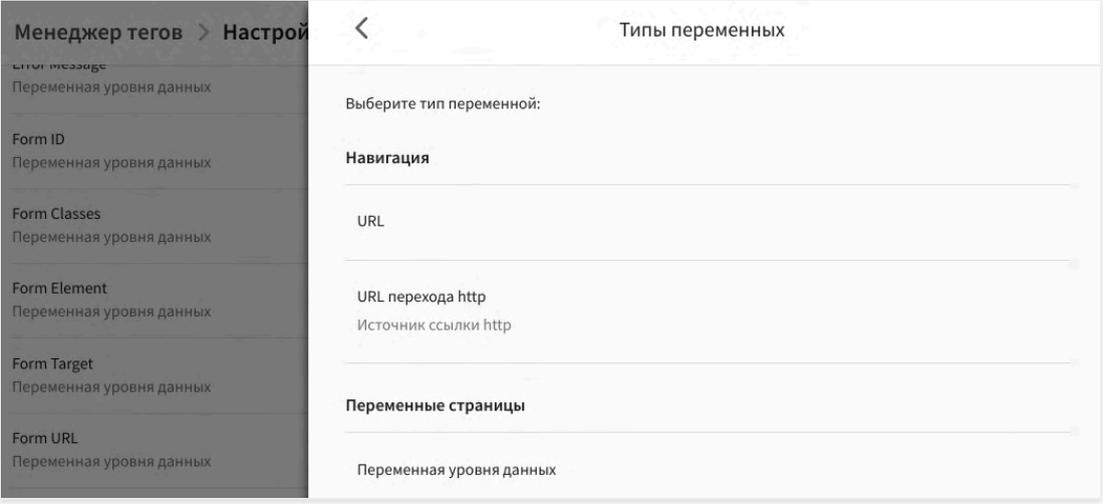
Пользовательские

Поиск...

Выбрать все

Переменная уровня данных

В появившемся окне укажите произвольное имя переменной и выберите её **тип**:



Менеджер тегов > Настройка > Типы переменных

Выберите тип переменной:

**Навигация**

URL

URL перехода http  
Источник ссылки http

**Переменные страницы**

Переменная уровня данных

Задайте **настройки переменной** и **сохраните** с помощью кнопки внизу страницы.

После сохранения переменная появится в списке. Чтобы изменить настройки переменной, нажмите на её название. Вы также можете удалить ненужные переменные: выделите их и нажмите  :

## Типы пользовательских переменных

### Навигация

Данный тип переменных позволяет получить доступ к компонентам URL:

- **URL** — Аналог встроенных переменных Page URL, Page Hostname, Page Path. Входное значение для переменной этого типа – URL страницы, на которой находится пользователь. Значение извлекается из `document.location`
- **URL перехода https** — Аналог встроенной переменной Referrer. Входное значение для переменной этого типа – URL-адрес предыдущей страницы. Значение извлекается из `document.referrer`.

<
Создание переменной

**Имя переменной \***

**Настройки переменной**

Тип переменной: URL перехода http

Тип значения:

Путь
▼

Убрать из пути следующие значения по умолчанию: ?

index.html

**Тип значения** (на примере URL:

`http://example.com:80/path/index.html?param1=value1&param2=value2#hash`):

| Тип значения | Пример   | Описание   |
|--------------|--|--|
| Полный URL   | <code>http://example.com:80/path/index.html?param1=value1&amp;param2=value2</code> | Переменная возвращает полный URL-адрес без фрагмента хэширования.  |
| Имя хоста    | <code>example.com</code>   | Переменная возвращает имя хоста URL-адреса без номера порта.<br><br>Если активировать поле " <b>убрать <a href="#">www.</a> из имени хоста</b> ", переменная вернёт одинаковое значение для <a href="#">www.example.com</a> и <code>example.com</code> . |
| Запрос       | <code>param1=value1&amp;param2=value2</code>                                       | Переменная возвращает параметры запроса (без "?").<br><br>Если указать ключ запроса, переменная будет возвращать только значение этого ключа. например, для ключа <code>param1</code> переменная вернёт значение <code>value1</code> .                   |
| Путь         | <code>/path/index.html</code>  | Переменная возвращает путь в URL-адресе.   |

|                  |       |  |
|------------------|-------|--|
|                  |       | <p>В поле "Убрать из пути следующие значения по умолчанию" можно указать название индексного файл — <code>index.html</code>. в таком случае страницы <code>http://example.com/path/index.html</code> и <code>http://example.com/path/</code> будут рассматриваться как одна страница.</p> <p>Также можно указать несколько значений по умолчанию — каждое значение на отдельной строке. в таком случае если последний сегмент пути соответствует значению по умолчанию и не является каталогом, он будет удален.</p> |
| Протокол         | http: | Переменная возвращает протокол URL.  |
| Порт             | 80    | Переменная возвращает номер порта.   |
| Расширение файла | html  | Переменная возвращает расширение файла.  |
| Фрагмент         | hash  | Переменная возвращает фрагмент хэширования (без "#").  |

## Переменные страницы

### Переменная уровня данных

Переменная принимает значение в момент передачи информации на уровень данных с помощью метода `acDataLayer.push({'var': 'value'})`. Информация передаётся в формате `key:value`, где `key` — это имя переменной, которое задаётся в поле "Имя переменной уровня данных", а `value` — это передаваемое значение.

< Создание переменной

Имя переменной \*

Настройки переменной

Тип переменной: [Переменная уровня данных](#)

Имя переменной уровня данных: ? \*

### Переменная JavaScript

Переменная принимает значение глобальной переменной JavaScript, имя которой задаётся в поле «Имя глобальной переменной». Если такой переменной не существует, вернётся значение `undefined`.

< Создание переменной

Имя переменной \*

Настройки переменной

Тип переменной: [Переменная JavaScript](#)

Имя глобальной переменной: \*

### Собственный код JavaScript

Переменная принимает значение, которое возвращает анонимная функция JavaScript.

Создание переменной

Имя переменной \*

Собственный код JavaScript

Настройки переменной

Тип переменной: **Собственный код JavaScript**

Собственный код JavaScript: ?

```
1 function () {
2     var now = new Date();
3     return now.getTime();
4 }
```

## Собственный файл cookie

Переменная принимает значение cookie пользователя, доступное для текущего сайта. Значение извлекается из `document.cookie`.

Необходимо указать имя cookie, значение которой вы хотите передавать в переменную. Например, если на сайте установлена cookie `"ak": "cookieValue"`, то в поле "Название cookie" можно указать `ak`.

Значение cookie кодируется — активируйте поле **"Включить URI-декодирование файла cookie"** для декодирования.

Создание переменной

Имя переменной \*

Собственный файл cookie

Настройки переменной

Тип переменной: **Собственный файл cookie**

Название cookie: \*

ak

включить URI-декодирование файла cookie

## Элементы страницы

### Видимость элемента

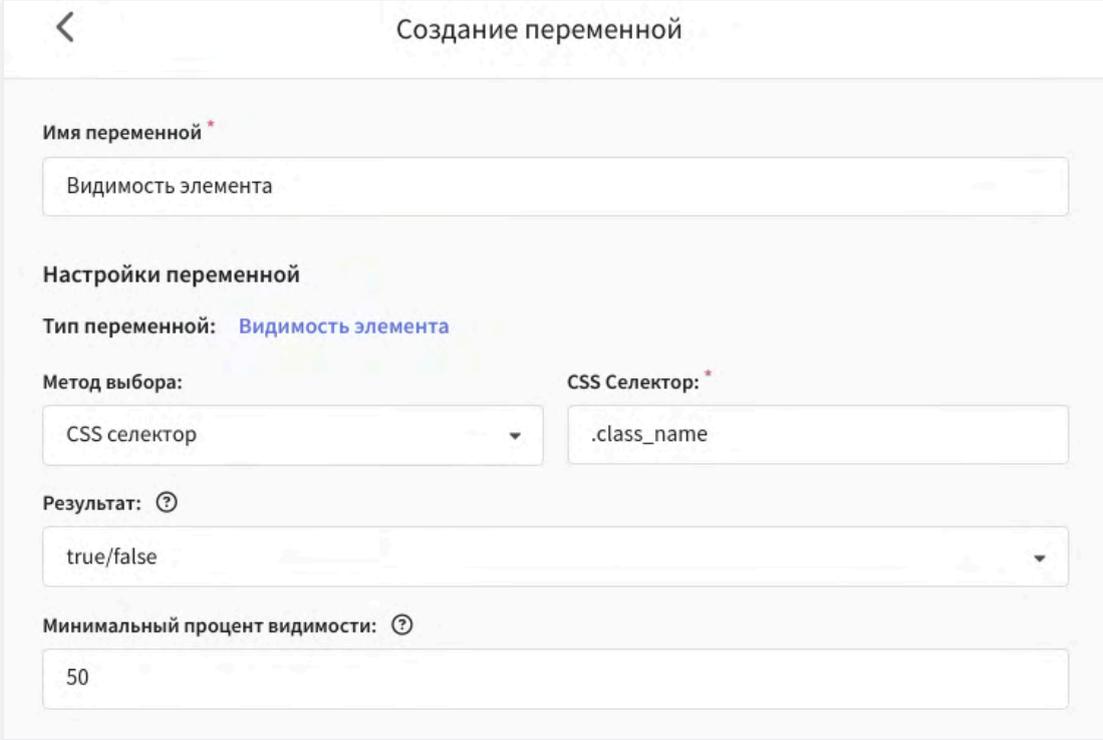
Переменная позволяет определить, какой элемент был виден в браузере пользователя. Сначала укажите **метод выбора**:

- **Идентификатор** — отслеживается видимость одного элемента с определенным значением атрибута `id`. Например, если указать `test`, то будет выбран элемент с `id="test"`.
- **CSS селектор** — отслеживается видимость нескольких элементов, которые соответствуют заданному шаблону CSS селектора. Например, `.class_name` выберет элементы на странице с `class_name`.

**Результат** определяет возвращаемое значение:

- **True/false** — переменная примет значение `true`, если будет достигнут заданный минимальный процент видимости элемента. В противном случае — `false`.
- **Процент видимости** — переменная примет значение, равное проценту видимости.

В примере ниже переменная вернет значение `true`, когда половина элемента с классом `class_name` отобразится на экране пользователя:



Создание переменной

Имя переменной \*

Видимость элемента

Настройки переменной

Тип переменной: Видимость элемента

Метод выбора: CSS селектор

CSS Селектор: \*.class\_name

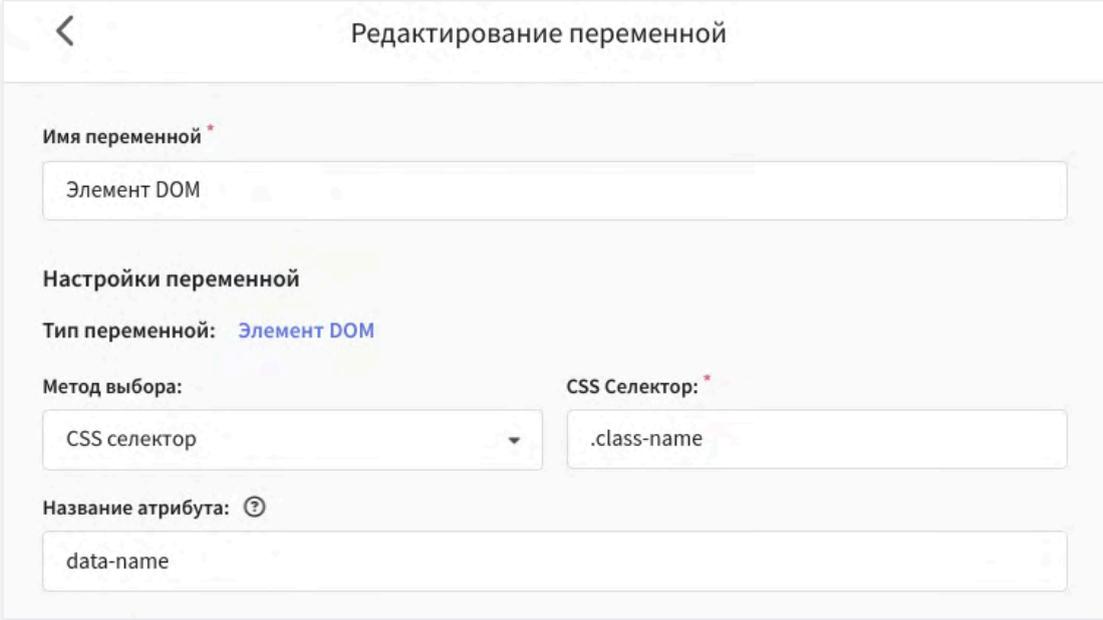
Результат: ? true/false

Минимальный процент видимости: ? 50

## Элемент DOM

Переменная используется для получения текстового содержимого любого DOM-элемента или для извлечения значения любого атрибута DOM-элемента. Определите, какие элементы должна отслеживать переменная. Для этого укажите метод выбора и задайте идентификатор элемента или шаблон CSS селектора.

Если задать **название атрибута**, переменной будет присвоено значение атрибута (например, `data-name="value"`). Если название атрибута не указано, переменная будет возвращать текст DOM-элемента.



The screenshot shows a form titled "Редактирование переменной" (Editing variable). It contains the following fields and options:

- Имя переменной \*** (Variable name): A text input field containing "Элемент DOM".
- Настройки переменной** (Variable settings): A section header.
- Тип переменной:** `Элемент DOM` (Variable type): A dropdown menu showing "Элемент DOM".
- Метод выбора:** (Selection method): A dropdown menu showing "CSS селектор".
- CSS Селектор:** (CSS Selector): A text input field containing ".class-name".
- Название атрибута: ?** (Attribute name): A text input field containing "data-name".

## Прочее

### Страна

Переменная принимает значение `true`, если страна пользователя соответствует заданному условию отбора, и `false` — если не соответствует.

Условие отбора:

- **Одно из значений** — переменная вернёт `true`, если страна пользователя соответствует одной из выбранных.
- **Ни одно из значений** — переменная вернёт `true`, если страна пользователя не соответствует ни одной из выбранных.

Создание переменной

Имя переменной \*

Страна

Настройки переменной

Тип переменной: Страна

Условие отбора:

Одно из значений

Страны:

Russia × Kazakhstan × ×

## Город

Переменная принимает значение `true`, если город пользователя соответствует заданному условию отбора, и `false` — если не соответствует.

Условие отбора:

- **Одно из значений** — переменная вернёт `true`, если город пользователя соответствует одному из выбранных.
- **Ни одно из значений** — переменная вернёт `true`, если город пользователя не соответствует ни одному из выбранных.

Создание переменной

Имя переменной \*

Город

Настройки переменной

Тип переменной: Город

Условие отбора:

Одно из значений

Города:

Kazan' × Cheboksary × Nizhniy Novgorod ×

## Операционная система

Переменная принимает значение `true`, если ОС пользователя соответствует заданному условию отбора, и `false` — если не соответствует.

Условие отбора:

- **Одно из устройств** — переменная вернёт `true`, если пользователь использует одну из выбранных ОС.
- **Ни одно из устройств** — переменная вернёт `true`, если пользователь не использует ни одну из выбранных ОС.

< Создание переменной

Имя переменной \*

ОС

Настройки переменной

Тип переменной: [Операционная система](#)

Условие отбора:

Ни одно из устройств

Операционные системы:

- Windows
- Mac OS
- iOS
- Android
- Linux
- Другое

### Устройство пользователя

Переменная принимает значение `true`, если устройство пользователя соответствует заданному условию отбора, и `false` — если не соответствует.

Условие отбора:

- **Одно из устройств** — переменная вернёт `true`, если пользователь использует одно из выбранных устройств.
- **Ни одно из устройств** — переменная вернёт `true`, если пользователь не использует ни одно из выбранных устройств.

← Редактирование переменной

Имя переменной \*

Устройство пользователя

Настройки переменной

Тип переменной: Устройство пользователя

Условие отбора:

Одно из устройств

Устройства:

- Настольный компьютер
- Планшет
- Смартфон
- Другое

## Источник трафика

Переменная принимает значение `true`, если источник перехода пользователя на сайт соответствует заданному условию отбора, и `false` — если не соответствует.

Условие отбора:

- **Одно из устройств** — переменная вернёт `true`, если источник трафика соответствует одному из выбранных.
- **Ни одно из устройств** — переменная вернёт `true`, если источник трафика не соответствует ни одному из выбранных.

Создание переменной

Имя переменной \*

Источник трафика

Настройки переменной

Тип переменной: Источник трафика

Условие отбора:

Один из источников

Источники:

- Реклама
- Ссылки
- Органический
- Прямой заход

## UTM метка

Переменная принимает значение выбранного UTM параметра.

Создание переменной

Имя переменной \*

UTM метка

Настройки переменной

Тип переменной: UTM метка

Параметр:

- source
- content
- source**
- campaign
- medium
- term

# Связывание пикселя и Менеджера тегов

Менеджер тегов — удобный способ разместить [пиксели отслеживания](#) на сайте.

Когда вы используете пиксели как отдельный инструмент, вам приходится вносить изменения в исходный код сайта каждый раз, когда вы создаёте новый пиксель. При использовании Менеджера тегов этого можно избежать.

Вы создаёте контейнер, добавляете в него тег с HTML-кодом пикселя и триггеры, которые определяют условия срабатывания пикселя. Далее вы размещаете код контейнера на страницах сайта. Если в дальнейшем вы захотите внести какие-то изменения в работу пикселей (создать новый пиксель или приостановить работу существующего), достаточно будет отредактировать тег в интерфейсе платформы.

Данное руководство поможет вам связать Пиксели отслеживания и Менеджер тегов в системе Altcraft.

## Шаг 1. Создание пикселя

1. Перейдите в раздел "Пиксели" и нажмите "Создать".
2. Настройте и сохраните пиксель.

Основные настройки

Имя пикселя: \*

Описание пикселя:

Установить группу:

База данных:

 8 459 ▼

Блокировать повторное срабатывание триггеров (0-43200 минут):

Разрешить импорт данных на пикселе

Разрешить редирект через пиксель

Для того чтобы получить код пикселя, сохраните его.

[Сохранить пиксель и показать код](#)

3. Нажмите "Показать код пикселя", добавьте цели и скопируйте код.

**Код**

Добавить цели:  Значение пикселя:

Показ страницы  Показ страницы (Без JS)  Переход по ссылке (Без JS)

Ожидать секунд

Активировать сразу  Активировать после прокрутки

```
<!-- START OF ALTGRAFT PIXEL CODE !-->
<script type="text/javascript">
  !function(){var e={url:"https://pxl.altkraft.com/pixel?k=34FyFph%2BVuzFYrhPh7C10Dd%2B5ar1F700m%2
</script>
<!-- END OF ALTGRAFT PIXEL CODE !-->
```

[Документация](#)

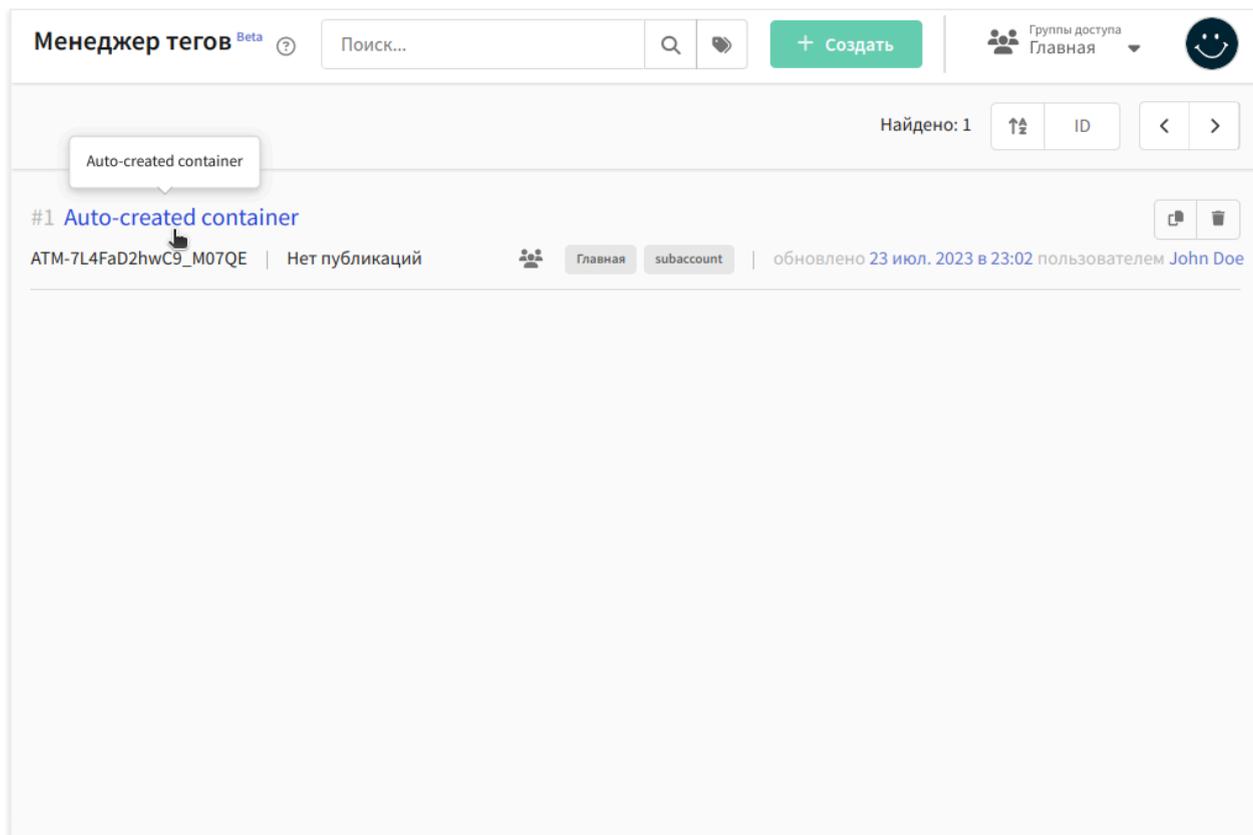
Скопировать в буфер | Закрыть

#### 💡 ПОДСКАЗКА

Больше информации о создании и настройке пикселя вы найдёте в [этой статье](#).

## Шаг 2. Создание тега в контейнере

1. Перейдите в раздел **Веб-слой** → **Менеджер тегов**.
2. Откройте контейнер:



3. На вкладке **"Теги"** нажмите **"+ Создать"**.
4. Введите произвольное **имя** тега.
5. В качестве типа тега выберите **"Пользовательский HTML"**.
6. Вставьте код пикселя в окно редактора.
7. Задайте **настройки активации** и **ограничения** для тега.
8. Выберите и **настройте триггер**. Тег будет активироваться при наступлении условий, заданных в триггере. Если вы хотите ограничить аудиторию пользователей, для которых будет срабатывать триггер, дополнительно **настройте фильтр**.

Менеджер тегов > Настройка контейнера

#1 Auto-created container \*

subaccount x

ATM-4ynTVvH4Ga0OPTxSw Изменений

Теги Триггеры Переменные

Теги ⓘ

Поиск...

Имя

Показ попапа  
Попап

Создание тега

Имя тега \*

Пиксель отслеживания

Настройки тега

Тип тега: Пользовательский HTML

Вставьте HTML-код:

```
1 <!-- START OF ALTCRAFT PIXEL CODE !-->
2 <script type="text/javascript">
3   !function(){var e={url:"https://pxl.altkraft.com/pixel?k=34FyFph%2f
4 </script>
5 <!-- END OF ALTCRAFT PIXEL CODE !-->
```

▶ Настройки активации

▶ Ограничения

Триггеры ⓘ

Просмотр страницы  
Просмотр страницы

+ Добавить триггер

9. Сохраните тег.

10. Нажмите "**Опубликовать**" → "**Публикация и создание новой версии**". Все изменения контейнера будут внесены на сайт, и пиксель начнёт отслеживание действий пользователей.



#1 Auto-created container\*



Опубликовать

subaccount

ATM-4ynTVvH4Ga0OPTxSw Изменений в контейнере: 6

Теги Триггеры Переменные

Теги

Поиск...



+ Создать



Имя

Триггеры



Пиксель отслеживания  
Пользовательский HTML

Просмотр страницы



Показ попапа  
Попап

Глубина прокрутки

ПОДСКАЗКА

Больше информации о создании контейнера, настройке тегов и триггеров вы найдёте в [этой статье](#).

# Отчеты и аналитика



## Отчет по каналам

Отчет по каналам предоставляет данные по всем событиям, отслеживаемым в кампаниях.



## Отчёт по трафику

Отчёт предоставляет данные о трафике профилей из таких источников как каналы, формы и пиксели.



## Сводный отчёт

Описываем, как оценивать эффективность маркетинговых коммуникаций с помощью различных инструментов.



## Когортный отчёт

Разбейте пользователей на группы и исследуйте, как меняется поведение этих групп со временем.



## Время жизни

Анализируйте CLT-показатель — промежуток времени, в течение которого подписчик проявляет какую-либо активность: кликает, открывает, читает письма.



## Воронка конверсии

Рассчитайте конверсию всей маркетинговой стратегии или определённой акции. Отчёт предоставляет информацию о прохождении выбранных шагов для группы клиентов.



## Цели

Аналитика посещения сайта и выполнения целевых действий, а также связанных с действиями числовых значений: прибыли от покупки, комиссии партнёра, количества бонусных баллов и др.



## Прирост аудитории

Отслеживайте динамику роста аудитории подписчиков в вашей базе данных. Отчёт учитывает добавление новых профилей, без учёта прекращения подписок.



## Карта кликов (Email)

Карта кликов помогает определить качество контента шаблона и выявить наиболее удачное месторасположение и оформление ссылок.



## Отчёт о возвратах (Email)

Платформа Altcraft собирает данные о временных проблемах с доставкой email сообщений. Узнайте причины возвратов с помощью отчета.



## Отчёт о недоставках

Получите отчет о недоставках сообщений, узнайте причину и оптимизируйте работу с контактными данными.

# Отчет по каналам

Отчет по каналам предоставляет данные по всем событиям, которые отслеживаются в кампаниях: отправки, доставки, открытия, клики и др. Информацию можно получить как по одному каналу, так и по всем сразу. Вы можете сгруппировать данные по различным признакам, детализировать отчет или использовать фильтры для получения только необходимой информации. Также есть возможность сравнить показатели, например, за разные периоды времени или при использовании разных шаблонов.

Чтобы открыть отчет, в главном меню выберите **Аналитика** → **Каналы**.

## К СВЕДЕНИЮ

Платформа Altcraft допускает погрешность 0,02% при составлении отчетов

## Настройка отчёта

Настройки включают:

- группировку данных;
- добавление фильтров;
- сохранение отчёта.

Справа находятся следующие кнопки:



— открыть список готовых отчетов (системных и сохраненных);



— экспортировать отчет в csv или xlsx форматах;

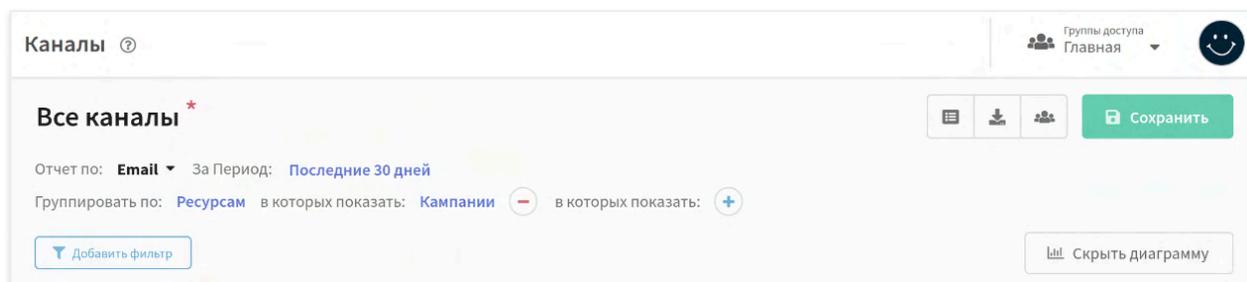


— назначить [группы доступа](#)

## Группировка данных

По умолчанию отчет строится по всем каналам: Email, SMS, Push, Telegram, WhatsApp, Viber, Notify, а также кастомным. Чтобы получить данные по конкретному каналу, выберите его в поле "**Отчет по**".

Далее опеределите **период**. Вы можете вручную указать диапазон дат в календаре или выбрать один из готовых пресетов.



Выберите признак, по которому необходимо **сгруппировать** данные в отчете. После этого можно детализировать группировку, последовательно заполняя поля **"в которых показать"**. Группировка возможна до трёх уровней.

Признаки для группировки появятся в окне справа. Они разделены на три категории:

- **Дата и время**— группировать данные по часам, дням, неделям, месяцам, кварталам или годам;
- **Канал** — группировать по объектам платформы (ресурсы, сценарии, кампании, сегменты и др.);
- **Событие** — группировать по ссылке, домену, доменной группе или поставщику.



## Группировка

Выберите, что вы хотите отобразить

▶ Дата и время

▼ Канал

Ресурсы

Сценарии

Кампании

Базы Данных

Сегменты

Шаблоны

Отправщики

Sub ID

▶ Событие

### Добавление фильтров

| Категории | Доступные фильтры | Применение |
|-----------|-------------------|------------|
|           |                   |            |

|                     |   |  |
|---------------------|---|--|
| <p>Дата и время</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Часы(24)</li> <li>• Дни</li> <li>• Дни недели</li> <li>• Год и недели</li> <li>• Месяца</li> <li>• Кварталы</li> <li>• Года</li> <li>• Год и кварталы</li> </ul>   | <p>С помощью фильтров можно добавить в отчёт или исключить из него данные за некоторый отрезок времени. Такие фильтры удобны, чтобы просмотреть статистику только за определенные дни или убрать из отчёта статистику за периоды праздников и выходных дней.</p> <p>Также можно исключить данные, собранные в период, когда на вашей стороне велись технические работы и кампании не отправлялись.</p>   |
| <p>Канал</p>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Каналы</b> — фильтр используется, чтобы отобразить данные по определенному каналу, если изначально отчёт строился по всем каналам.</li> <li>• <b>Ресурсы</b> — статистика по всем кампаниям, запускаемым в рамках ресурса.</li> <li>• <b>Сценарии</b> — статистика по всем кампаниям, запускаемым в рамках сценария автоматизации.</li> <li>• <b>Кампании</b> — статистика по определенным кампаниям.</li> <li>• <b>Базы данных</b> — статистика по кампаниям, получатели которых входят в выбранную базу.</li> <li>• <b>Сегменты</b> — статистика по кампаниям, получатели которых входят в выбранные сегменты.</li> </ul> | <p><b>Фильтр по кампаниям</b> поможет получить данные только по определенному типу кампаний. Например, если вы хотите проанализировать только показатели триггерных рассылок, выберите в списке соответствующие кампании. Для поиска нужных кампаний можно ввести их название или id в поисковую строку или указать теги.</p> <p>Чтобы просмотреть показатели кампаний с определенным тегом, переключите <b>Единичный отбор</b> на <b>Отбор по тегам</b>. Подобная опция предусмотрена для любого объекта в категории "Канал".</p> |

|         |   |  |
|---------|---|--|
|         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Шаблоны</b> — статистика по всем кампаниям, в которых используются выбранные шаблоны.</li> <li>• <b>Отправщики</b> — виртуальные сендеры.</li> </ul>  |  |
| Событие | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Поставщик</b> — добавить или исключить статистику кампаний в зависимости от значения поля Поставщик (vendor) у профиля в БД.</li> <li>• <b>Доменная группа</b> — данные по отправкам на определенную доменную группу (Gmail, Hotmail, Yandex).</li> <li>• <b>Домен</b> — данные по отправкам на определенный домен (gmail.com, example.com, altcraft.com и т. д.).</li> <li>• <b>Ссылка</b> — события кампании, связанные с конкретными ссылками в шаблоне. Ссылки выбираются по атрибуту <code>name</code>.</li> </ul> | <p>При проблемах с доставляемостью можно просмотреть данные по каждому ISP отдельно, настроив фильтр <b>по доменной группе</b>.</p> <p>Если вы не хотите, чтобы в отчет попадали данные получателей с вашей корпоративной почтой, выберите фильтр <b>по домену</b>, введите корпоративный домен и исключите его.</p> |

Чтобы отфильтровать данные, нажмите кнопку "**Добавить фильтр**". Справа появится окно, где вы можете выбрать, какие данные включить в отчет.

Если необходимо, напротив, убрать некоторые данные из отчёта, нажмите на переключатель "**Исключить**" в правом верхнем углу.

После настройки фильтра нажмите кнопку "**Применить**" внизу страницы.



## Добавление фильтра

**Единый отбор компаний** Исключить

Поиск...

Найдено: 130  Обновлено

- #135 Распродажа "Черная пятница"
- #62 Запрос отзыва после покупки
- #85 Обновление ассортимента
- #72 Благодарность за покупку
- #74 Подборка популярных товаров
- #68 День Рождения
- #64 Приветственная рассылка

Добавленные фильтры отобразятся в отчёте. Количество используемых фильтров не ограничено. Для удаления фильтра нажмите **✕**

**Отчет по триггерным рассылкам \***

Отчет по: **Все каналы**  За Период: **Последние 7 дней**

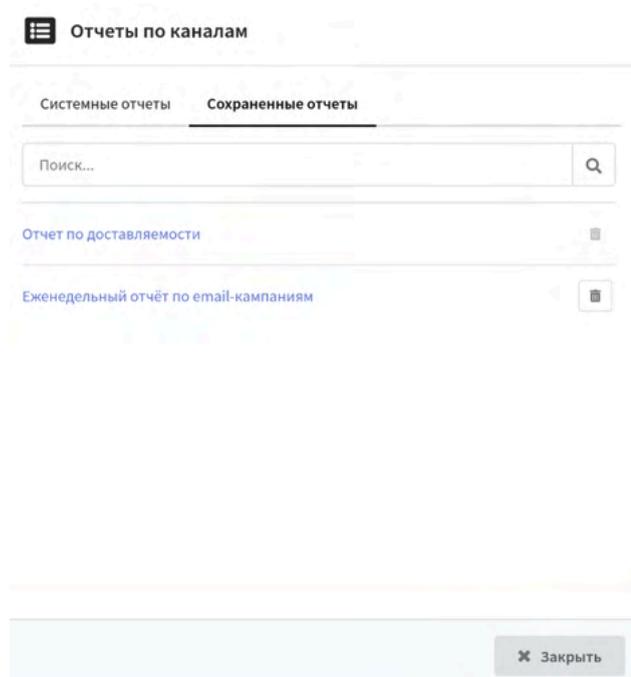
Группировать по: **Дням** в которых показать: **Компании**  в которых показать:

## Сохранение отчета

Вы можете сохранить текущие настройки отчёта. Для этого отредактируйте название отчёта (по умолчанию – "Все каналы") и нажмите кнопку **"Сохранить"**. Это удобно, если вы часто запрашиваете данные, используя одни и те же группировки и фильтры.

Сохранённый отчёт будет доступен всем пользователям в рамках видимости групп.

Чтобы открыть список отчётов, кликните . В новом окне отобразятся системные и сохраненные отчёты. Нажмите на название отчёта, чтобы просмотреть его.



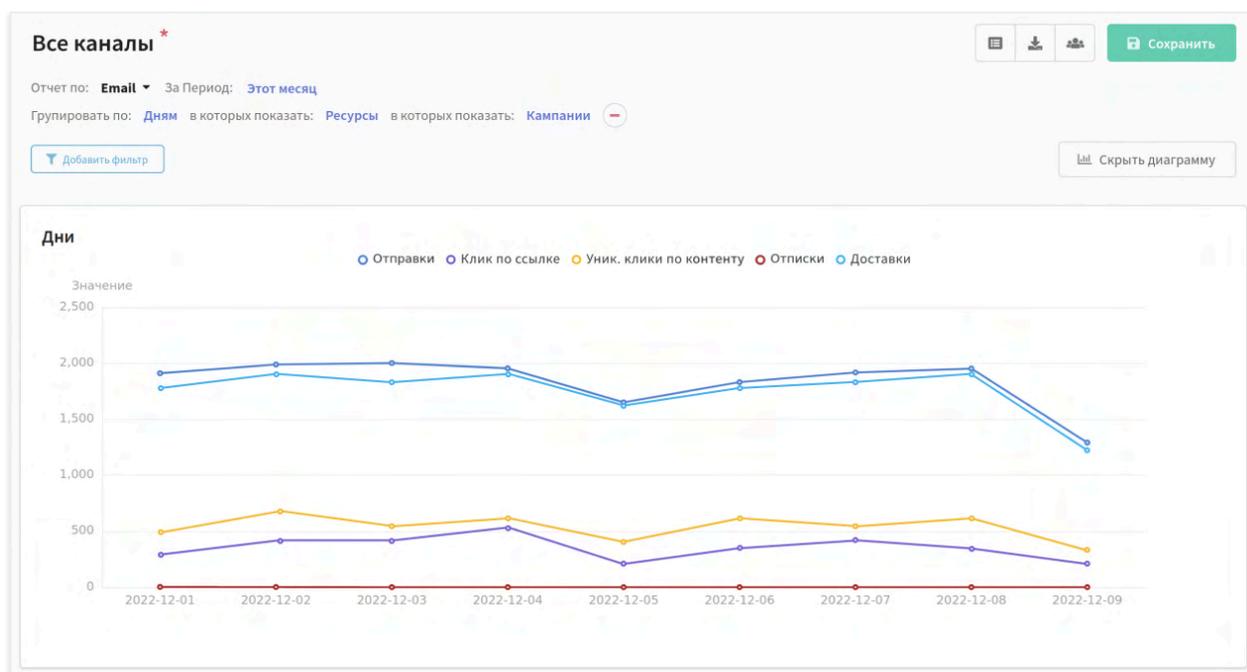
Для удаления готового отчета нажмите . При этом нельзя удалять отчёт, который вы просматриваете в данный момент.

## Просмотр отчёта

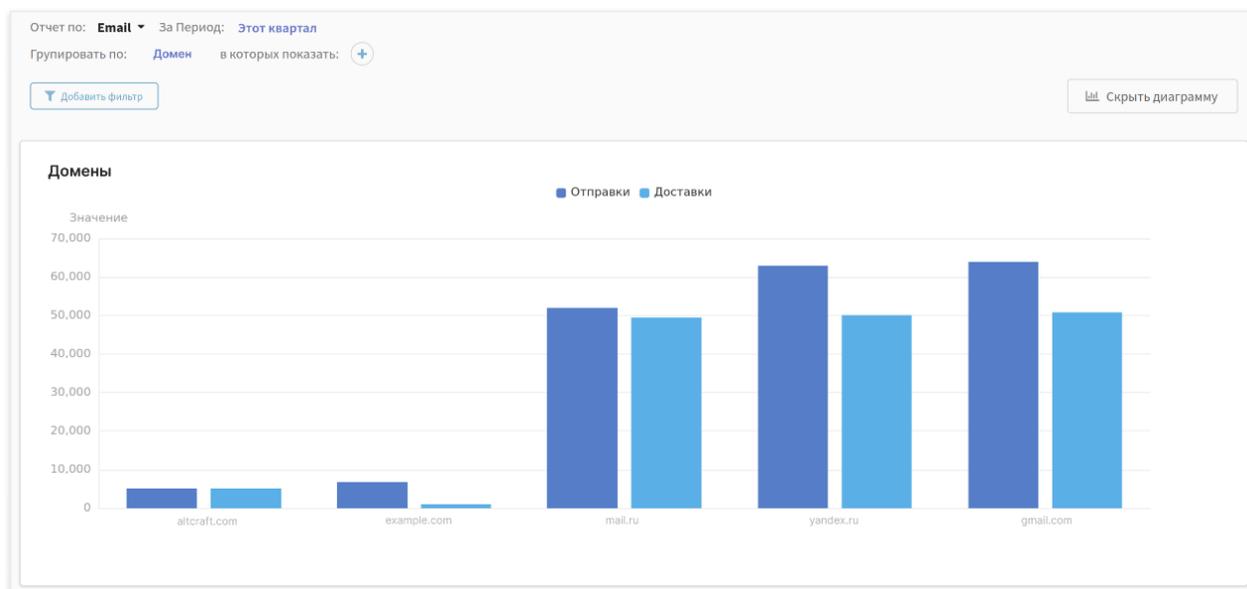
Отчет состоит из таблицы с данными и соответствующей им диаграммы. Диаграмму можно свернуть, нажав на кнопку "**Скрыть диаграмму**".

### Диаграмма

Диаграмма отображает данные на основе группировки. При группировке отчета **по дням, неделям и кварталам** диаграмма показывает динамику изменения показателей за выбранный период:



При группировке **по часам, дням недели, месяцам, годам**, а также **по каналу** или **событию** диаграмма показывает соотношение количественных или процентных показателей в выбранный период:



При наведении курсора на диаграмму вы увидите точные показатели.

В шапке перечислены показатели, отображаемые на диаграмме. На диаграмму может быть выведен любой столбец таблицы, но максимальное количество показателей — 7. Чтобы скрыть показатель, кликните по нему.

## Таблица данных

В таблице собраны количественные и процентные показатели кампаний (отправки, доставки, клики, отписки, жалобы и т. д.). Описание показателей вы найдете [ниже](#).

Показатели группируются на основе настроек отчёта. В зависимости от детализации группировки, структура таблицы может иметь вложенные элементы.

Например, при настройке "Группировать по **дням**, в которых показать **Ресурсы**, в которых показать **Кампании**" таблица отобразит следующие данные:

| Наименование                        | Отправки | Открытия | Прочтения | Клик по ссылке | Уник. открытия | Уник. клики по ссылке |
|-------------------------------------|----------|----------|-----------|----------------|----------------|-----------------------|
| Всего                               | 16 494   | 17 127   | 16 549    | 16 434         | 16 476         | 16 434                |
| 2022-12-09                          | 1 291    | 546      | 266       | 296            | 519            | 250                   |
| #18 Website                         | 1 291    | 546      | 266       | 296            | 519            | 250                   |
| #266 Подборка рекомендованных то... | 1 189    | 473      | 217       | 261            | 451            | 218                   |
| #62 Запрос отзыва после покупки     | 102      | 73       | 49        | 35             | 68             | 32                    |
| 2022-12-08                          | 1 952    | 2 047    | 1 951     | 1 951          | 1 951          | 1 951                 |
| 2022-12-07                          | 1 917    | 1 974    | 1 917     | 1 917          | 1 917          | 1 917                 |
| 2022-12-06                          | 1 831    | 1 897    | 1 830     | 1 820          | 1 829          | 1 820                 |
| 2022-12-05                          | 1 650    | 1 703    | 1 709     | 1 610          | 1 639          | 1 610                 |
| 2022-12-04                          | 1 954    | 2 021    | 1 954     | 1 954          | 1 954          | 1 954                 |
| 2022-12-03                          | 2 001    | 2 089    | 2 001     | 2 001          | 2 001          | 2 001                 |

Чтобы **добавить новую метрику** в таблицу, наведите курсор на название столбца и нажмите **+**. В открывшемся списке выберите метрику. Если необходимо **удалить столбец**, нажмите **-**.

Для **перемещения столбца** по таблице также наведите курсор на название столбца, зажмите левую кнопку мыши и перетащите столбец в удобное место.

| Наименование | Отправки | Доставки | Открытия | Клик по контенту | Клик по ссылке | Softbounced |
|--------------|----------|----------|----------|------------------|----------------|-------------|
| Всего        | 0        | 0        | 0        | 0                | 0              | 0           |
| 2022-12-09   | 0        | 0        | 0        | 0                | 0              | 0           |

Другие опции:

**%** — переключение количественных показателей в процентные;

**▒** — отображение столбца на диаграмме.

## Сравнение данных

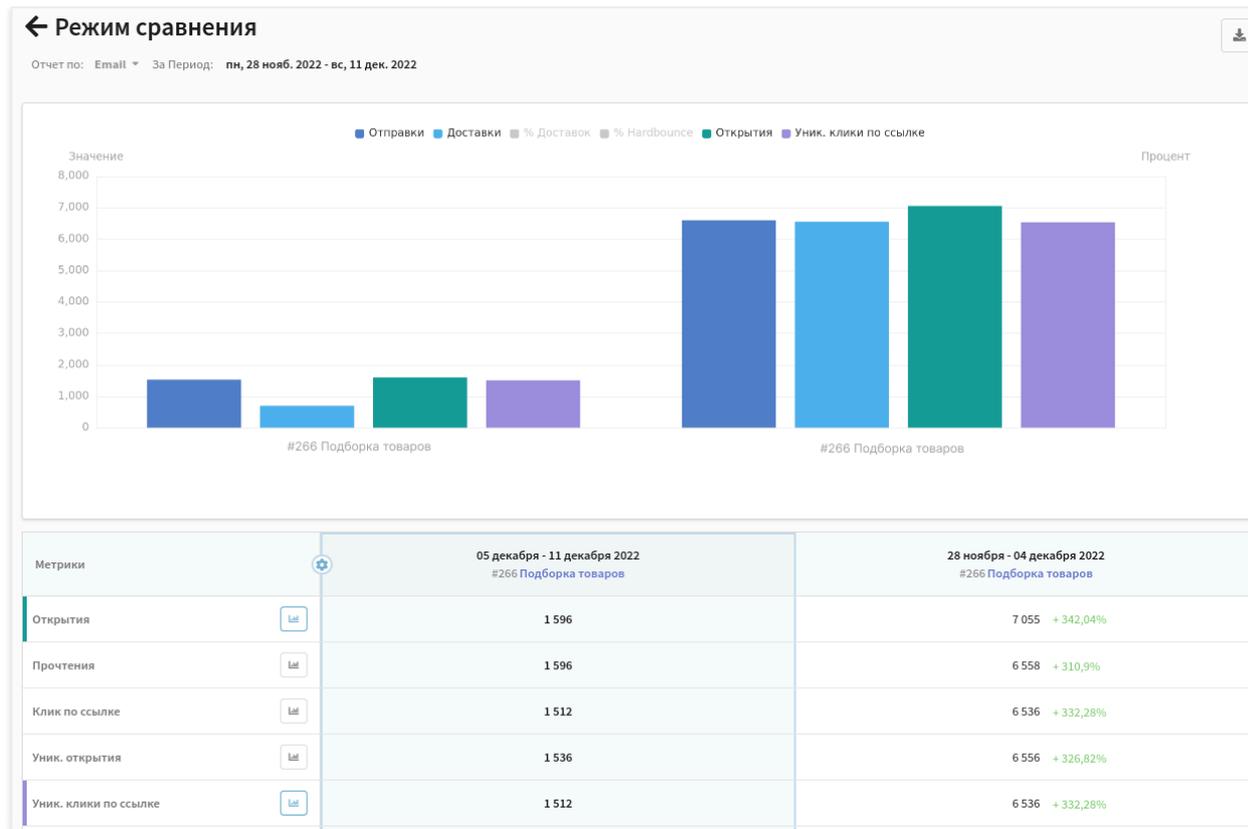
Режим сравнения позволяет увидеть данные по нескольким объектам одновременно. Например, можно сравнить эффективность двух шаблонов или оценить изменение показателей кампании от периода к периоду.

Для перехода в режим сравнения выделите в таблице объекты, которые хотите сравнить. Нажмите **"Сравнить"**. Возможно сравнивать объекты на разных уровнях вложенности.

| Наименование   | Отправки | Стоп список | Softbounced | Hardbounced |
|--|----------|-------------|-------------|-------------|
| <input type="checkbox"/> Всего                                   | 43 283   | 24          | 28          | 5           |
| <input checked="" type="checkbox"/> 05 декабря - 11 декабря 2022 | 16 663   | 8           | 9           | 2           |
| <input checked="" type="checkbox"/> #266 Подборка товаров        | 8 134    | 4           | 7           | 1           |
| <input type="checkbox"/> #404 Новинки в ассортименте             | 8 529    | 4           | 2           | 1           |
| <input checked="" type="checkbox"/> 28 ноября - 04 декабря 2022  | 16 609   | 6           | 10          | 0           |
| <input checked="" type="checkbox"/> #266 Подборка товаров        | 8 091    | 3           | 6           | 0           |
| <input type="checkbox"/> #404 Новинки в ассортименте             | 8 518    | 3           | 4           | 0           |

Режим сравнения также содержит диаграмму и таблицу с метриками. На диаграмме показатели по каждому объекту сгруппированы вместе.

Первый объект в таблице — это столбец сравнения. С этим объектом сравниваются оставшиеся объекты. Процент роста или снижения метрики высчитывается относительно этого объекта. Чтобы изменить столбец сравнения, нажмите  и выберите другой объект.



Чтобы вернуться в общий отчёт, нажмите ← **Режим сравнения**.

## Показатели отчёта

### Все показатели

| Показатель   | Канал | Описание  |
|--------------|-------|---|
| Отправки     | Все   | Общее количество отправленных сообщений по всем каналам.  |
| Недоставки   | Все   | Общее количество недоставленных сообщений по всем каналам. В недоставки входят Softbounced и Hardbounced сообщения, а также сообщения с неопределенной причиной недоставки (например, неизвестные ошибки сети). Подробнее о недоставках в отчетах вы можете прочитать <a href="#">здесь</a> |
| % Недоставок | Все   | Процент недоставленных сообщений по всем каналам.   |

|                  |                                      |  |
|------------------|--------------------------------------|--|
| Доставки         | Все                                  | Общее количество доставленных сообщений по всем каналам.   |
| % Доставок       | Все                                  | Процент доставленных сообщений по всем каналам.  |
| Открытия         | Email Push                           | Количество открытых сообщений. Если один и тот же профиль открыл письмо несколько раз, будет зафиксировано каждое открытие.                                    |
| Уник. Открытия   | Email Push                           | Общее количество уникальных открытий сообщений по всем каналам. Если один профиль открыл письмо несколько раз, будет зафиксировано только одно уник. открытие. |
| % Открытий       | Email Push                           | Процент получателей, открывших сообщение.<br>(Уник. открытия / Доставки) * 100%.   |
| Ответы           | Email                                | Количество ответов на сообщение.   |
| Прочтения        | Email<br>Whatsapp<br>Viber<br>Notify | Количество прочитанных сообщений.  |
| Уник. прочтения  | Email                                | Количество уникальных прочтений email-сообщения.   |
| % Прочтений      | Email                                | Процент уникальных прочтений email-сообщения.<br>(Уник. Прочтения / Доставки) * 100%.  |
| Просмотры        | Email                                | Событие регистрируется, если пользователь открывает email-сообщение и просматривает его не более 4 секунд.   |
| Беглые взгляды   | Email                                | Событие регистрируется, если получатель просматривает email-сообщение от 4 до 8 секунд.  |
| Клик по контенту | Все                                  | Количество кликов по любым кликабельным элементам сообщений, в т. ч. по ссылкам.   |

|                         |   |   |
|-------------------------|---|---|
| Уник. клики по контенту | Все, кроме Telegram Group                               | Если один и тот же пользователь кликнул в любой части сообщения несколько раз, будет зафиксирован только один клик по контенту.   |
| Клик по ссылке          | Email   | Количество переходов по ссылкам в сообщении.  |
| Уник. клики по ссылке   | Email<br>Telegram<br>Bot<br>Notify                      | Общее количество уникальных переходов по ссылкам в сообщениях. Переход по определенной ссылке засчитывается как уникальный клик, т.е. если получатель перейдет по двум разным ссылкам в письме, будут засчитаны 2 уникальных клика по ссылке. |
| CTR контента            | Все, кроме Telegram Group                               | Процент кликов в любой части сообщения от доставок.<br>(Уник. Клики по контенту / Доставки) * 100%.   |
| CTOR контента           | Email<br>Push   | Процент кликов в любой части сообщения от открытий.<br>(Уник. клики по контенту / Уник. открытия) * 100%.   |
| CTR ссылки              | Email<br>Telegram<br>bot<br>Whatsapp<br>Viber<br>Notify | Процент переходов по ссылке от доставок.<br>(Уник. клики по ссылке / Доставки) * 100%.  |
| CTOR ссылки             | Email   | Процент переходов по ссылке от открытий.<br>(Уник. клики по ссылке / Уник. открытия) * 100%.  |
| Ошибки генерации        | Все   | Ошибки кампании.  |
| Ошибки транспорта       | Все   | Ошибки отправки.  |
| Стоп-список             | Все   | Количество сообщений, которые не были отправлены, т.к. email-адрес или номер телефона получателя ранее были внесены в <a href="#">СТОП-СПИСОК</a> .   |

|                    |   |  |
|--------------------|---|--|
| Превышение политик | Все                                     | Количество сообщений, не отправленных по причине превышения лимита, установленного в <a href="#">политике отправки</a> .                 |
| Softbounced        | Email                                   | Количество email, недоставленных из-за переполненности ящика или временной недоступности почтового сервера получателя.                   |
| % Softbounce       | Email                                   | Процент email, недоставленных из-за переполненности ящика или временной недоступности почтового сервера получателя.                      |
| Hardbounced        | Email<br>SMS<br>Push                    | Количество сообщений, которые не были доставлены из-за недействительного email-адреса, номера телефона или идентификатора push-подписки. |
| % Hardbounce       | Email<br>SMS<br>Push                    | Процент сообщений, которые не были доставлены из-за недействительного email-адреса, номера телефона или идентификатора push-подписки.    |
| Жалобы             | Email<br>SMS<br>Push                    | Количество сообщений, на которые последовали жалобы на спам (FBL).   |
| % Жалоб            | Email                                   | Процент сообщений, на которые последовали жалобы на спам.<br>(Жалобы / Доставки) * 100   |
| Подписки           | Все, кроме<br>Telegram<br>Group         | Количество подписок на ресурсы в различных каналах.  |
| Отписки            | Email<br>SMS<br>Push<br>Viber<br>Notify | Количество отписок от ресурсов, т.е. переходов по ссылке отписки в сообщении.  |
| Уник. отписки      | Email<br>SMS<br>Push                    | Процент уникальных отписок от ресурсов.  |

|                        |                      |  |
|------------------------|----------------------|--|
| % Отписок по доставкам | Email<br>SMS<br>Push | (Отписки / Доставки) * 100%.   |
| % Отписок по открытиям | Email<br>Push        | (Отписки / Открытия) * 100%.   |
| Undefined              | Все                  | Не удалось определить причину недоставки (например, произошла неизвестная ошибка сети) |

## Email

| Показатель     | Описание   |
|----------------|--|
| Отправки       | Количество отправленных email-сообщений.   |
| Недоставки     | Количество недоставленных email-сообщений.   |
| % Недоставок   | Процент недоставленных email-сообщений.  |
| Доставки       | Количество доставленных email-сообщений.   |
| % Доставок     | Процент доставленных email-сообщений.  |
| Открытия       | Количество открытых email-сообщений. Если один и тот же профиль открыл письмо несколько раз, будет зафиксировано каждое открытие.        |
| Уник. открытия | Количество уникальных открытий email-сообщений. Если один профиль открыл письмо несколько раз, будет зафиксировано только одно открытие. |
| % Открытий     | Процент получателей, открывших email.<br>(Уник. открытия / Доставки) * 100%.   |
| Ответы         | Количество ответов на сообщение.   |
| Прочтения      | Количество прочитанных email-сообщений. Событие регистрируется, если получатель открывает письмо и просматривает его не менее 8 секунд.  |

|                         |  |
|-------------------------|--|
| Уник. прочтения         | Количество уникальных прочтений email-сообщения.<br>Если один профиль прочитал письмо несколько раз, будет зафиксировано только одно прочтение.  |
| % Прочтений             | Процент уникальных прочтений email-сообщения.<br>(Уник. Прочтения / Доставки) * 100%.  |
| Просмотры               | Событие регистрируется, если пользователь открывает письмо и просматривает его не более 4 секунд.  |
| Беглые взгляды          | Событие регистрируется, если получатель просматривает письмо от 4 до 8 секунд.   |
| Клик по контенту        | Количество кликов по любым кликабельным элементам сообщений, в т. ч. по ссылкам. При неоднократном клике получателем по одной ссылке, фиксируется каждое событие клика. Например, если в сообщении 3 ссылки и по каждой из них получатель перешёл 2 раза, то будет зафиксировано 6 кликов. |
| Уник. клики по контенту | Событие регистрируется, если получатель кликнул по любой ссылке в сообщении. Например, если в сообщении 3 ссылки и по каждой из них получатель перешёл 2 раза, то будет зафиксирован 1 уникальный клик по контенту.  |
| Клик по ссылке          | Количество переходов по ссылкам в сообщении.<br>Клик по ссылке отписки и по ссылке на веб-версию письма {webversion} не засчитывается как клик по ссылке.  |
| Уник. клики по ссылке   | Количество уникальных переходов по ссылкам в сообщениях.<br>Переход по определенной ссылке засчитывается как уникальный клик, т.е. если получатель перейдет по двум разным ссылкам в письме, будут засчитаны 2 уникальных клика по ссылке.   |
| CTR контента            | Процент кликов в любой части сообщения от доставок.<br>(Уник. Клики по контенту / Доставки) * 100%.  |
| CTOR контента           | Процент кликов в любой части сообщения от открытий.<br>(Уник. клики по контенту / Уник. открытия) * 100%.  |
| CTR ссылки              | Процент переходов по ссылке от доставок.<br>(Уник. клики по ссылке / Доставки) * 100%.   |

|                        |  |
|------------------------|--|
| CTOR ссылки            | Процент переходов по ссылке от открытий.<br>(Уник. клики по ссылке / Уник. открытия) * 100%.                                   |
| Ошибки генерации       | Ошибки кампании.   |
| Ошибки транспорта      | Ошибки отправки.   |
| Стоп список            | Количество сообщений, которые не были отправлены, т.к. email-адрес получателя ранее был внесен в <a href="#">СТОП СПИСОК</a> . |
| Превышение политик     | Количество сообщений, не отправленных по причине превышения лимита, установленного в <a href="#">политике отправки</a> .       |
| Softbounced            | Количество email, недоставленных из-за переполненности ящика или временной недоступности почтового сервера получателя.         |
| % Softbounce           | Процент email, недоставленных из-за переполненности ящика или временной недоступности почтового сервера получателя.            |
| Hardbounced            | Количество сообщений, которые не были доставлены из-за недействительного email-адреса.   |
| % Hardbounce           | Процент сообщений, которые не были доставлены из-за недействительного email-адреса.  |
| Жалобы                 | Количество сообщений, на которые последовали жалобы на спам (FBL).   |
| % Жалоб                | Процент сообщений, на которые последовали жалобы на спам.<br>(Жалобы / Доставки) * 100   |
| Подписки               | Количество подписок на ресурсы в email-каналах.  |
| Отписки                | Количество отписок от ресурсов, т.е. переходов по ссылке отписки в сообщении.  |
| Уник. отписки          | Процент уникальных отписок от ресурсов.  |
| % Отписок по доставкам | (Отписки / Доставки) * 100%.   |

|                        |  |
|------------------------|--|
| % Отписок по открытиям | $(\text{Отписки} / \text{Открытия}) * 100\%$ .   |
| Undefined              | Не удалось определить причину недоставки (например, произошла неизвестная ошибка сети) |

## SMS

| Показатель              | Описание  |
|-------------------------|---|
| Отправки                | Количество отправленных SMS сообщений.  |
| Недоставки              | Количество недоставленных SMS сообщений.  |
| %Недоставок             | Процент недоставленных SMS сообщений.   |
| Доставки                | Количество доставленных SMS сообщений.  |
| % Доставок              | Процент доставленных SMS сообщений.   |
| Клик по контенту        | Количество кликов по ссылкам в сообщении.   |
| Уник. клики по контенту | Если один и тот же профиль несколько раз перешел по ссылке в сообщении, будет зафиксирован только один клик по контенту.          |
| CTR контента            | Процент кликов от доставок.<br>$(\text{Уник. Клики по контенту} / \text{Доставки}) * 100\%$ .                                     |
| Ошибки генерации        | Ошибки кампании.  |
| Ошибки транспорта       | Ошибки отправки.  |
| Стоп список             | Количество сообщений, которые не были отправлены, т.к. номер телефона получателя ранее был внесен в <a href="#">СТОП-СПИСОК</a> . |
| Превышение политик      | Количество сообщений, не отправленных по причине превышения лимита, установленного в <a href="#">политике отправки</a> .          |

|                        |   |
|------------------------|---|
| Hardbounced            | Количество сообщений, которые не были доставлены из-за недействительного номера телефона. |
| % Hardbounce           | Процент сообщений, которые не были доставлены из-за недействительного номера телефона.    |
| Жалобы                 | Количество сообщений, на которые последовали жалобы на спам (FBL).                        |
| Подписки               | Количество подписок на SMS-канал в ресурсах.  |
| Отписки                | Количество отписок от ресурсов, т.е. переходов по ссылке отписки в сообщении.             |
| Уник. отписки          | Процент уникальных отписок от ресурсов.   |
| % Отписок по доставкам | $(\text{Отписки} / \text{Доставки}) * 100\%$ .  |
| Undefined              | Не удалось определить причину недоставки (например, произошла неизвестная ошибка сети)    |

## Push

| Показатель  | Описание   |
|-------------|--|
| Отправки    | Количество отправленных push-уведомлений.  |
| Недоставки  | Количество отправленных push-уведомлений, которые не удалось доставить до устройства получателя, включая hard bounces.       |
| %Недоставок | Процент недоставленных push-уведомлений.   |
| Доставки    | Количество отправленных push-уведомлений, которые были успешно доставлены до устройства получателя.                          |
| % Доставок  | Процент доставленных push-уведомлений.   |
| Открытия    | Количество зарегистрированных открытий push-уведомлений. Для браузерных пушей количество открытий равно количеству доставок. |

|                         |   |
|-------------------------|---|
|                         | Для мобильных пушей регистрация открытий зависит от того, как реализована обработка event ссылок на стороне клиента.                            |
| Уник. открытия          | Общее количество уникальных открытий push-уведомлений. Если один профиль открыл письмо несколько раз, будет зафиксировано только одно открытие. |
| % Открытий              | Процент получателей, открывших push.<br>(Уник. открытия / Доставки) * 100%.   |
| Клик по контенту        | Количество кликов в push-уведомлении. Событие регистрируется, только если ссылка обернута в трекинг.  |
| Уник. клики по контенту | Если один и тот же профиль кликнул несколько раз, будет зафиксирован только один клик по контенту.  |
| CTR контента            | Процент кликов от доставок.<br>(Уник. Клики по контенту / Доставки) * 100%.   |
| CTOR контента           | Процент кликов от открытий.<br>(Уник. клики по контенту / Уник. открытия) * 100%.   |
| Ошибки генерации        | Ошибки кампании.  |
| Ошибки транспорта       | Ошибки отправки.  |
| Превышение политик      | Количество сообщений, не отправленных по причине превышения лимита, установленного в <a href="#">политике отправки</a> .                        |
| Hardbounced             | Количество сообщений, которые не были доставлены из-за недействительного идентификатора push-подписки.  |
| % Hardbounce            | Процент сообщений, которые не были доставлены из-за недействительного идентификатора push-подписки.   |
| Жалобы                  | Количество сообщений, на которые последовали жалобы на спам (FBL).  |
| Подписки                | Количество подписок на push-канал ресурсов.   |

|                        |  |
|------------------------|--|
| Отписки                | Количество отписок от ресурсов, т.е. переходов по ссылке отписки в сообщении.          |
| Уник. отписки          | Процент уникальных отписок от ресурсов.  |
| % Отписок по доставкам | $(\text{Отписки} / \text{Доставки}) * 100\%$ .   |
| % Отписок по открытиям | $(\text{Отписки} / \text{Открытия}) * 100\%$ .   |
| Undefined              | Не удалось определить причину недоставки (например, произошла неизвестная ошибка сети) |

## Telegram Bot

| Показатель              | Описание  |
|-------------------------|---|
| Отправки                | Количество отправленных сообщений подписчику в чат с Telegram ботом.  |
| Недоставки              | Количество недоставленных сообщений в чат с Telegram ботом  |
| % Недоставок            | Процент недоставленных сообщений в чат с Telegram ботом   |
| Доставки                | Количество доставленных сообщений в чат с Telegram ботом  |
| % Доставок              | Процент доставленных сообщений в чат с Telegram ботом   |
| Клик по контенту        | При неоднократном клике получателем по одной ссылке, фиксируется каждое событие клика. Например, если в сообщении 3 ссылки и по каждой из них получатель перешёл 2 раза, то будет зафиксировано 6 кликов.           |
| Уник. клики по контенту | Событие регистрируется, если получатель кликнул по любой ссылке в сообщении. Например, если в сообщении 3 ссылки и по каждой из них получатель перешёл 2 раза, то будет зафиксирован 1 уникальный клик по контенту. |

|                       |  |
|-----------------------|--|
| Уник. клики по ссылке | Если получатель несколько раз кликнул по одной и той же ссылке, фиксируется только одно событие клика для каждой ссылки.<br>Например, если в сообщении 3 ссылки и по каждой из них получатель перешёл 2 раза, то будет зафиксировано 3 уникальных клика по ссылке. |
| CTR контента          | Процент кликов в любой части сообщения от доставок.<br>(Уник. Клики по контенту / Доставки) * 100%.  |
| CTR ссылки            | Процент переходов по ссылке от доставок.<br>(Уник. клики по ссылке / Доставки) * 100%.   |
| Ошибки генерации      | Ошибки кампании.   |
| Ошибки транспорта     | Ошибки отправки.   |
| Превышение политик    | Количество сообщений, не отправленных по причине превышения лимита, установленного в <a href="#">политике отправки</a> .   |
| Подписки              | Профиль подписан на Telegram бот.  |
| Undefined             | Не удалось определить причину недоставки (например, произошла неизвестная ошибка сети)   |

## Telegram Group

| Показатель   | Описание  |
|--------------|---|
| Отправки     | Общее количество отправленных сообщений в Telegram группу   |
| Недоставки   | Общее количество недоставленных сообщений в Telegram группу |
| % Недоставок | Процент недоставленных сообщений в Telegram группу          |

|                    |  |
|--------------------|--|
| Доставки           | Общее количество доставленных сообщений в Telegram группу  |
| % Доставок         | Процент доставленных сообщений в Telegram группу   |
| Клик по контенту   | Количество кликов по любым кликабельным элементам сообщений, в т.ч. ссылкам.   |
| Ошибки генерации   | Ошибки кампании.   |
| Ошибки транспорта  | Ошибки отправки.   |
| Превышение политик | Количество сообщений, не отправленных по причине превышения лимита, установленного в <a href="#">политике отправки</a> . |
| Undefined          | Не удалось определить причину недоставки (например, произошла неизвестная ошибка сети)                                   |

## WhatsApp

| Показатель       | Описание  |
|------------------|---|
| Отправки         | Количество отправленных в WhatsApp сообщений  |
| Недоставки       | Количество недоставленных в WhatsApp сообщений  |
| % Недоставок     | Процент недоставленных в WhatsApp сообщений   |
| Доставки         | Количество доставленных в WhatsApp сообщений  |
| % Доставок       | Процент доставленных в WhatsApp сообщений   |
| Прочтения        | Количество сообщений, прочитанных пользователем WhatsApp.   |
| Клик по контенту | При неоднократном клике получателем по одной ссылке, фиксируется каждое событие клика. Например, если в сообщении 3 ссылки и по каждой из них получатель перешёл 2 раза, то будет зафиксировано 6 кликов. |

|                         |   |
|-------------------------|---|
| Уник. клики по контенту | Событие регистрируется, если получатель кликнул по любой ссылке в сообщении. Например, если в сообщении 3 ссылки и по каждой из них получатель перешёл 2 раза, то будет зафиксирован 1 уникальный клик по контенту.   |
| Уник. клики по ссылке   | Если получатель несколько раз кликнул по одной и той же ссылке, фиксируется только одно событие клика для каждой ссылки. Например, если в сообщении 3 ссылки и по каждой из них получатель перешёл 2 раза, то будет зафиксировано 3 уникальных клика по ссылке. |
| CTR контента            | Процент кликов в любой части сообщения от доставок.<br>(Уник. Клики по контенту / Доставки) * 100%.   |
| CTR ссылки              | Процент переходов по ссылке от доставок.<br>(Уник. клики по ссылке / Доставки) * 100%.  |
| CTOR ссылки             | Процент переходов по ссылке от открытий.<br>(Уник. клики по ссылке / Уник. открытия) * 100%   |
| Ошибки генерации        | Ошибки кампании.  |
| Ошибки транспорта       | Ошибки отправки.  |
| Стоп список             | Количество сообщений, которые не были отправлены, т.к. номер телефона получателя ранее был внесен в <a href="#">СТОП-СПИСОК</a> .   |
| Превышение политик      | Количество сообщений, не отправленных по причине превышения лимита, установленного в <a href="#">политике отправки</a> .  |
| Подписки                | Профиль подписался на WhatsApp-канал.   |
| Undefined               | Не удалось определить причину недоставки (например, произошла неизвестная ошибка сети)  |

## Viber

| Показатель | Описание |
|------------|----------|
|------------|----------|

|                            |   |
|----------------------------|---|
| Отправки                   | Сообщение отправлено для доставки подписчику в Viber чат.   |
| Недоставки                 | Сообщение было отклонено Viber.   |
| % Недоставок               | Процент недоставленных сообщений в Viber чат.   |
| Доставки                   | Сообщение доставлено получателю в Viber чат.  |
| % Доставок                 | Процент доставленных сообщений в Viber чат.   |
| Прочтения                  | Сообщение прочитано получателем.  |
| Уник.<br>Прочтения         | Количество уникальных прочтений в чате Viber.   |
| Клик по<br>контенту        | При неоднократном клике получателем по одной ссылке, фиксируется каждое событие клика. Например, если в сообщении 3 ссылки и по каждой из них получатель перешёл 2 раза, то будет зафиксировано 6 кликов.   |
| Уник. клики по<br>контенту | Событие регистрируется, если получатель кликнул по любой ссылке в сообщении. Например, если в сообщении 3 ссылки и по каждой из них получатель перешёл 2 раза, то будет зафиксирован 1 уникальный клик по контенту.   |
| Уник. клики по<br>ссылке   | Если получатель несколько раз кликнул по одной и той же ссылке, фиксируется только одно событие клика для каждой ссылки. Например, если в сообщении 3 ссылки и по каждой из них получатель перешёл 2 раза, то будет зафиксировано 3 уникальных клика по ссылке. |
| CTR контента               | Процент кликов в любой части сообщения от доставок.<br>(Уник. Клики по контенту / Доставки) * 100%.   |
| CTR ссылки                 | Процент переходов по ссылке от доставок.<br>(Уник. клики по ссылке / Доставки) * 100%.  |
| Ошибки<br>генерации        | Ошибки кампании.  |
| Ошибки<br>транспорта       | Ошибки отправки.  |

|                    |   |
|--------------------|---|
| Стоп список        | Количество сообщений, которые не были отправлены, т.к. номер телефона получателя ранее был внесен в <a href="#">СТОП-СПИСОК</a> . |
| Превышение политик | Количество сообщений, не отправленных по причине превышения лимита, установленного в <a href="#">политике отправки</a> .          |
| Подписки           | Количество подписок на ресурсы в этом канале.   |
| Отписки            | Количество отписок от ресурсов, т.е. переходов по ссылке отписки в сообщении.   |
| Undefined          | Не удалось определить причину недоставки (например, произошла неизвестная ошибка сети)  |

**ⓘ К СВЕДЕНИЮ**

**Уникальное событие**

Уникальность любого события ограничена временем, заданным в конфигурации платформы (параметр `UNIQUE_ACTIONS_TTL_MIN`), и по умолчанию составляет 1440 минут. Это значит, что повторное событие через сутки будет снова зачтено как уникальное. Уточните у администратора платформы, какое значение для уникальности установлено.

# Отчёт по трафику

Отчёт по трафику предоставляет данные о трафике профилей из таких источников как каналы, формы, пиксели и попапы. Вы можете сгруппировать данные по определённым признакам, детализировать отчёт или использовать фильтры, чтобы убрать лишнюю информацию. Также есть возможность сравнить данные, например, за разные периоды.

В основе отчёта лежит hit — единица измерения трафика. Hit засчитывается, когда в результате действия пользователя на сайте или в приложении отправляется запрос к серверу. Действием может быть регистрация цели или клик в сообщении.

## Настройка отчёта

Настройки включают:

- группировку данных;
- добавление фильтров;
- сохранение отчёта.

Справа находятся следующие кнопки:



— открыть список готовых отчетов (системных и сохраненных);



— экспортировать отчёт в csv или xlsx форматах;



— назначить [группы доступа](#).

## Группировка данных

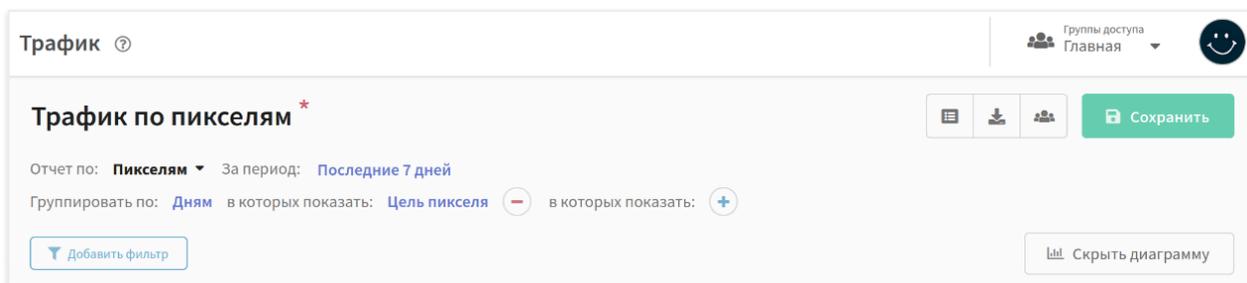
Отчёт предоставляет данные по следующим источникам трафика:

- **Каналы** — статистика по подпискам и отпискам, открытиям и кликам в сообщениях.
- **Пиксели** — статистика по целям, которые зарегистрированы [пикселями](#).

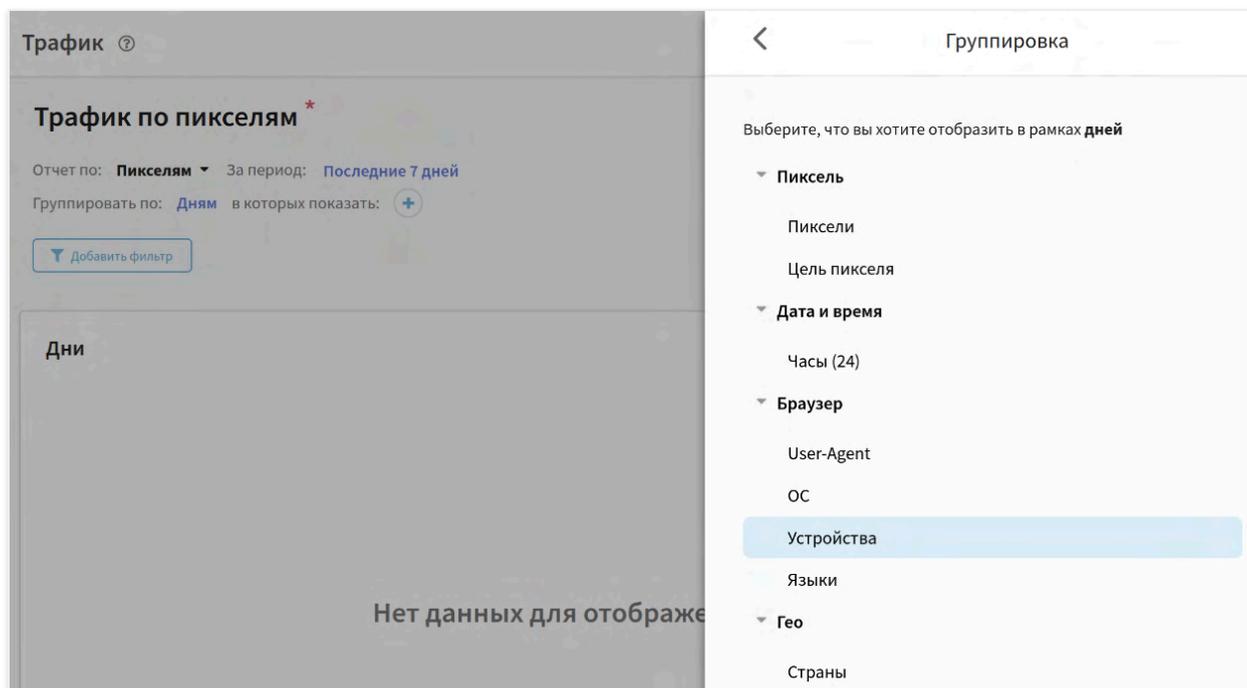
- **Формы** — статистика по загрузкам и отправкам [веб-форм](#).
- **Попапы** — статистика по показам и заполнениям [попапов](#).

Чтобы получить данные по конкретному источнику трафика, выберите его в поле "Отчет по".

Далее опеределите **период**. Вы можете вручную указать диапазон дат в календаре или выбрать один из готовых пресетов.



Выберите признак, по которому необходимо **сгруппировать** данные в отчёте. После этого можно детализировать группировку, последовательно заполняя поля "в которых показать". Группировка возможна до трёх уровней. Варианты группировки появятся в окне справа:



► [Подробнее о группировке](#)

| Категория                                  | Группирует по   |
|--|---|
| Канал<br>(только для отчёта по каналам)    | <ul style="list-style-type: none"> <li>Ресурсы</li> <li>Цепочки (сценарии)</li> <li>Кампании</li> <li>Базы данных</li> <li>Сегменты</li> <li>Отправщики (сендеры)</li> <li>Шаблоны</li> <li>Каналы</li> </ul>         |
| Пиксель<br>(только для отчёта по пикселям) | <ul style="list-style-type: none"> <li>Пиксель</li> <li>Цель пикселя</li> </ul>   |
| Форма<br>(только для отчёта по формам)     | <ul style="list-style-type: none"> <li>Формы</li> <li>Страницы формы</li> </ul>   |
| Попап<br>(только для отчёта по попапам)    | <ul style="list-style-type: none"> <li>Попапы</li> </ul>  |
| Дата и время                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>Часы</li> <li>Дни</li> <li>Дни недели</li> <li>Недели</li> <li>Месяцы</li> <li>Кварталы</li> <li>Год и кварталы</li> <li>Годы</li> </ul>                                       |
| Браузер                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>User-Agent — информация о браузере профиля.</li> <li>ОС — операционная система.</li> <li>Устройства — веб или мобильное устройство.</li> <li>Языки — язык браузера.</li> </ul> |
| Гео  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Страны</li> <li>Страны и города</li> </ul>   |

| Категория | Группирует по   |
|-----------|---|
|           | Временные зоны<br>Гео-точки   |
| UTM       | UTM Content — параметр ссылки <code>utm_content</code><br>UTM Medium — параметр ссылки <code>utm_medium</code><br>UTM Source — параметр ссылки <code>utm_source</code><br>UTM Campaign — параметр ссылки <code>utm_campaign</code><br>UTM Term — параметр ссылки <code>utm_term</code>  |
| Referer   | URL, с которого была отправлена форма или зарегистрирована цель.<br>Например, если форма отправлена с URL <code>https://px1.example.com/form?form=8fucSs16eZDhkYDKkKfq</code> , то: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Referer домен — это <code>px1.example.com</code></li> <li>• Referer путь — это <code>/form?form=8fucSs16eZDhkYDKkKfq</code></li> </ul> |
| Origin    | Источник показывает домен сайта, с которого произошёл запрос к серверу при отправке формы или активации пикселя. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Origin домены</li> <li>• Origin пути</li> </ul>   |
| Событие   | Домен — почтовые домены профилей ( <code>gmail.com</code> , <code>yandex.ru</code> , <code>mail.ru</code> и др.).<br>Доменная группа — например: Gmail, Hotmail, Yandex.<br>Поставщик — значение поля <code>Поставщик (vendor)</code> у профиля в БД.<br>Ссылки — группировка по атрибуту <code>name</code> в ссылках сообщения.                                    |

### 💡 ПОДСКАЗКА

Не все браузеры присылают ответы с уточнением устройства, браузера и операционной системы в заголовке. Группировки по "Устройствам", "ОС" и "User Agent" содержат в себе "Остальное" для таких случаев.

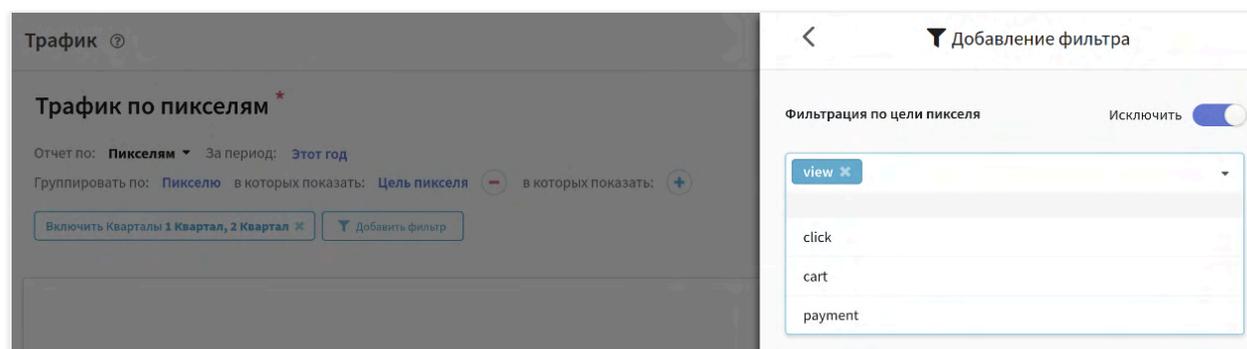
Если же заголовок был передан, но система не смогла считать его, то информация о событии будет записана в "Other".

## Добавление фильтров

С помощью фильтров вы можете оставлять в отчёте только необходимую информацию. Используйте фильтры, если хотите просмотреть данные по определённым формам, целям, ресурсам и т. д. Категории фильтров совпадают с категориями группировок.

Чтобы отфильтровать данные, нажмите кнопку **"Добавить фильтр"**. Справа появится окно, где вы можете выбрать, какие данные включить в отчёт.

Если необходимо убрать некоторые данные из отчёта, нажмите **"Исключить"** в правом верхнем углу.



После настройки фильтра нажмите кнопку **"Применить"** внизу страницы.

Добавленные фильтры отобразятся в отчёте. Количество используемых фильтров не ограничено. Для удаления фильтра нажмите **✕**.

## Трафик по пикселям <sup>\*</sup>

Отчет по: **Пикселям** ▾ За период: **Этот год**

Группировать по: **Пикселю** в которых показать: **Цель пикселя** ⊖ в которых показать: ⊕

Включить Кварталы **1 Квартал, 2 Квартал** ✕

Исключить **Цель пикселя view** ✕

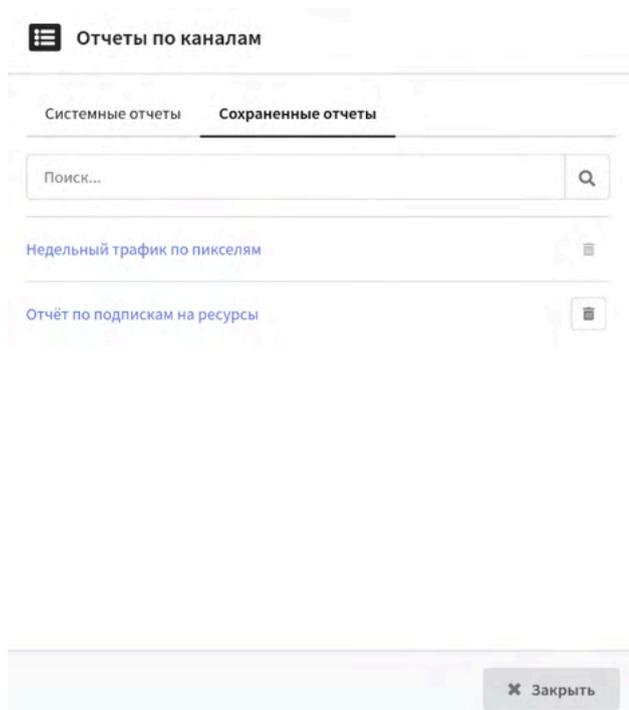
⌵ **Добавить фильтр**

## Сохранение отчета

Вы можете сохранить текущие настройки отчёта. Для этого отредактируйте название отчёта (по умолчанию – "Трафик каналов") и нажмите кнопку **"Сохранить"**. Это удобно, если вы часто запрашиваете данные, используя одни и те же группировки и фильтры.

Сохранённый отчёт будет доступен всем пользователям в рамках видимости групп.

Чтобы открыть список отчётов, кликните . В новом окне отобразятся системные и сохраненные отчёты. Нажмите на название отчёта, чтобы просмотреть его.



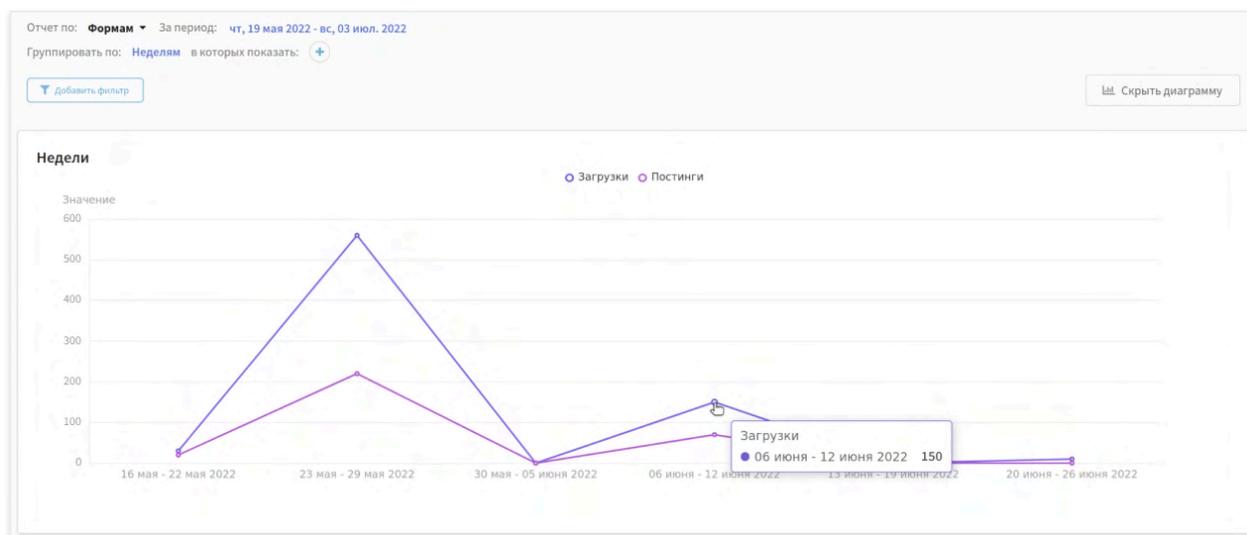
Для удаления готового отчета нажмите . При этом нельзя удалять отчёт, который вы просматриваете в данный момент.

# Просмотр отчёта

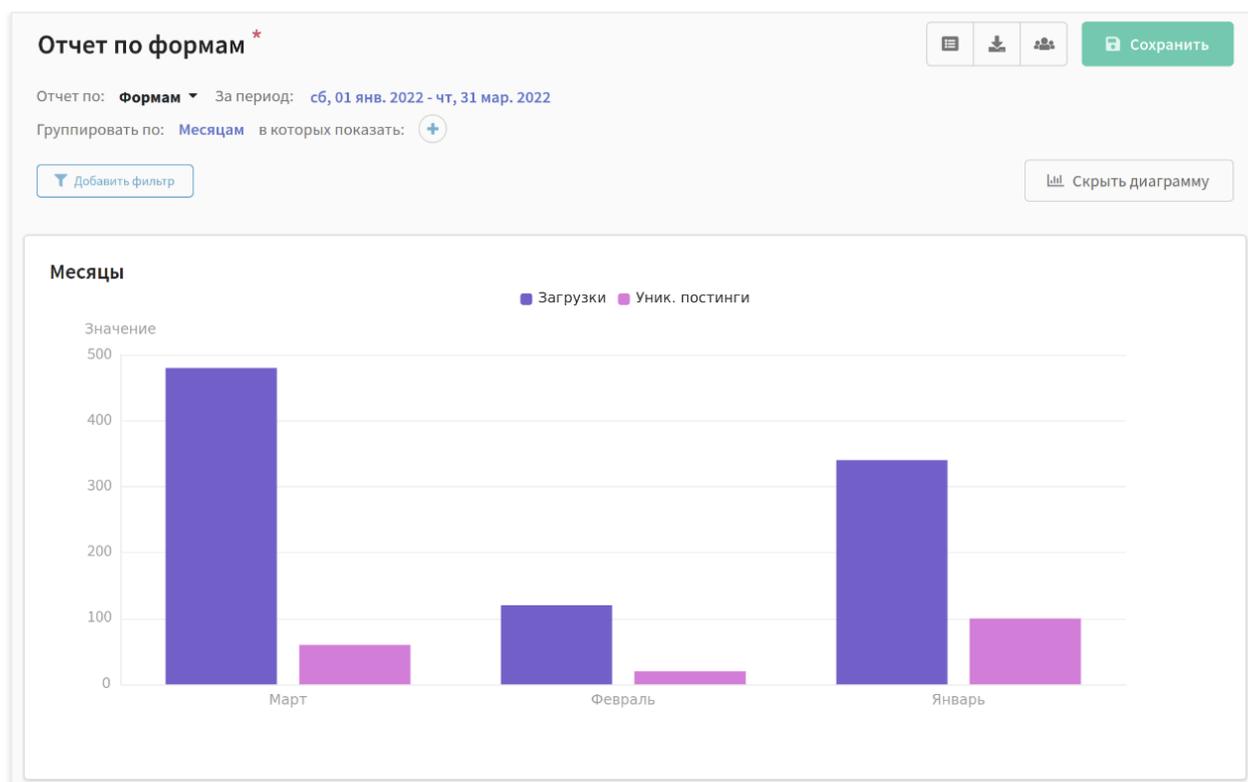
Отчет состоит из таблицы с данными и соответствующей им диаграммы. Диаграмму можно свернуть, нажав на кнопку "Скрыть диаграмму".

## Диаграмма

Диаграмма отображает данные на основе группировки. При группировке отчета **по дням, неделям и кварталам** диаграмма показывает динамику изменения показателей во времени:



В остальных случаях диаграмма показывает соотношение количественных или процентных показателей в выбранный период:



При наведении курсора на диаграмму вы увидите точные показатели.

В шапке перечислены показатели, отображаемые на диаграмме. На диаграмму может быть выведен любой столбец таблицы. Чтобы скрыть показатель, кликните по нему.

## Таблица данных

В таблице собраны количественные и процентные показатели по источникам трафика.

Показатели группируются на основе настроек отчёта. В зависимости от детализации группировки, структура таблицы может иметь вложенные элементы.

Например, при настройке "Группировать по **Дням**, в которых показать **Пиксели**, в которых показать **Цель пикселя**" таблица отобразит следующие данные:

| Наименование ▾                                  | <input type="checkbox"/> % <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> % <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> % <input checked="" type="checkbox"/> |
|---|--|--|--|
|   | Hit ↕  | Уник. hit ↕  | Значение цели ↕  |
| <input type="checkbox"/> Всего                  | 16   | 16   | 2 800  |
| <input type="checkbox"/> + 2022-10-12           | 1  | 1  | 50   |
| <input type="checkbox"/> - 2022-10-11           | 15   | 15   | 2 750  |
| <input type="checkbox"/> + #18 Тестовый пиксель | 2  | 2  | 150  |
| <input type="checkbox"/> - #17 Интернет-магазин | 6  | 6  | 2 200  |
| <input type="checkbox"/> view                   | 2  | 2  | 200  |
| <input type="checkbox"/> payment                | 3  | 3  | 1 500  |

Чтобы **добавить новую метрику** в таблицу, наведите курсор на название столбца и нажмите **+**. В открывшемся списке выберите метрику. Если необходимо **удалить столбец**, нажмите **-**.

Для **перемещения столбца** по таблице также наведите курсор на название столбца, зажмите левую кнопку мыши и перетащите столбец в удобное место.

| Наименование ▾                        | <input type="checkbox"/> % <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> % <input checked="" type="checkbox"/> + | <input type="checkbox"/> % <input checked="" type="checkbox"/> - | <input type="checkbox"/> % <input checked="" type="checkbox"/> |
|---------------------------------------|--|--|--|--|
|                                       | Hit ↕  | Уник. hit ↕  | Уник. hit ↕  | Значение цели ↕  |
| <input type="checkbox"/> Всего        | 16   | 16   | 16   | 2 800  |
| <input type="checkbox"/> + 2022-10-12 | 1  | 1  | 1  | 50   |
| <input type="checkbox"/> + 2022-10-11 | 15   | 15   | 15   | 2 750  |

Другие опции:

**%** — переключение количественных показателей в процентные;

— отображение столбца на диаграмме.

## Сравнение данных

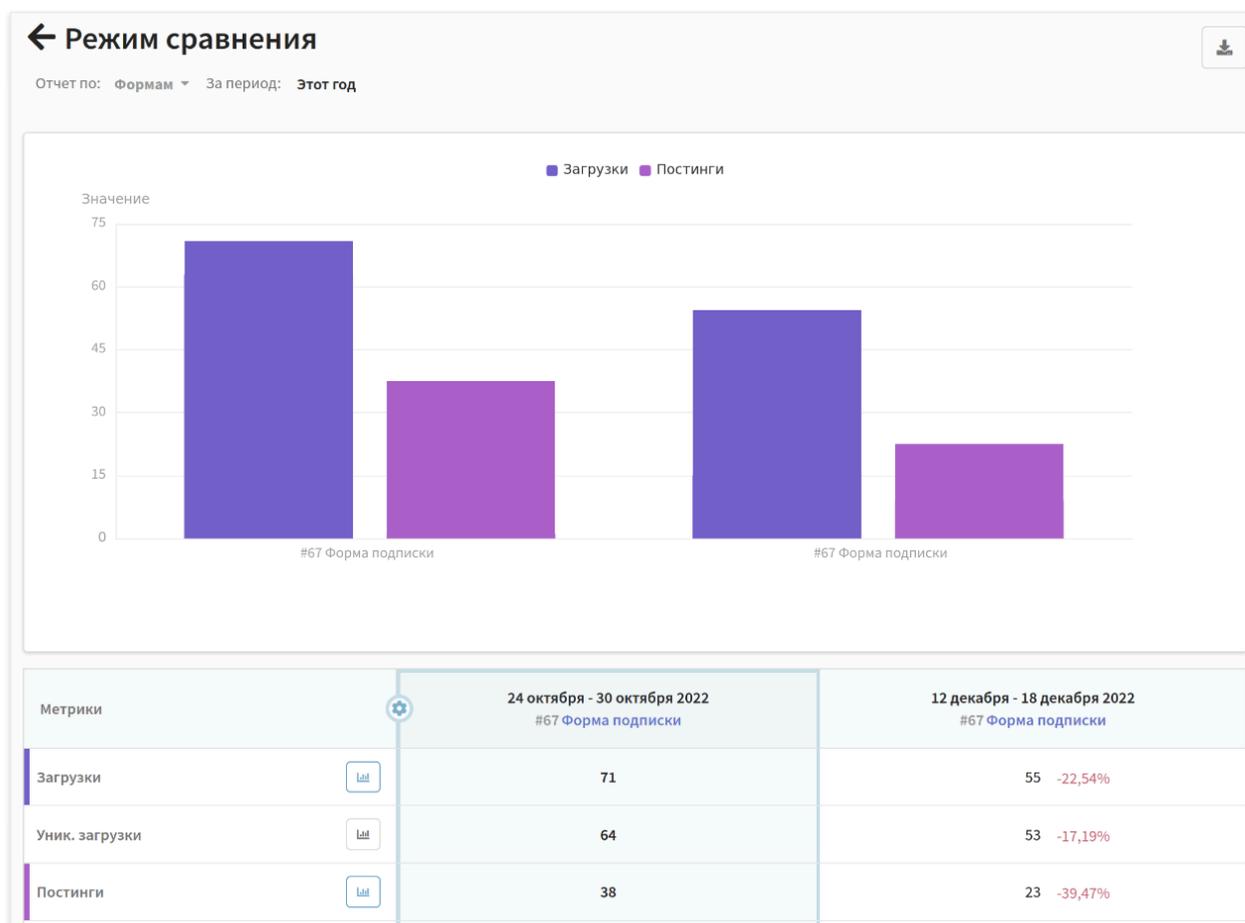
Режим сравнения позволяет просмотреть данные по нескольким объектам одновременно. Например, можно сравнить динамику заполнения формы в разные периоды.

Для перехода в режим сравнения отметьте в таблице объекты, которые хотите сравнить друг с другом. Нажмите **"Сравнить"**. Возможно сравнивать любое количество объектов на разных уровнях вложенности.

| Наименование   | Загрузки | Уник. загрузки | Постинги | Уник. постинги |
|--|----------|----------------|----------|----------------|
| <input type="checkbox"/> Всего                         | 179      | 45             | 75       | 25             |
| <input type="checkbox"/> 12 декабря - 18 декабря 2022  | 55       | 53             | 23       | 22             |
| <input checked="" type="checkbox"/> #67 Форма подписки | 55       | 53             | 23       | 22             |
| <input type="checkbox"/> 24 октября - 30 октября 2022  | 110      | 101            | 49       | 49             |
| <input checked="" type="checkbox"/> #67 Форма подписки | 71       | 64             | 38       | 38             |
| <input type="checkbox"/> #71 Фидбек от покупателей     | 39       | 37             | 11       | 11             |

Режим сравнения также содержит диаграмму и таблицу с метриками. На диаграмме показатели по каждому объекту сгруппированы вместе.

Первый объект в таблице — это столбец сравнения. С этим объектом сравниваются остальные объекты. Процент роста или снижения метрики высчитывается относительно этого объекта. Чтобы изменить столбец сравнения, нажмите  и выберите другой объект.



Чтобы вернуться в общий отчет, нажмите **← Режим сравнения**.

## Показатели отчёта по трафику

| Отчёт по | Показатель     | Описание  |
|----------|----------------|---|
| Каналы   | Открытия       | Количество сообщений, открытых профилями.   |
|          | Уник. открытия | Количество уникальных открытий.<br><br>Если один профиль открывает сообщение два раза, фиксируется только одно уникальное открытие.                           |
|          | Отписки        | Количество отписок от ресурсов в различных каналах.   |
|          | Подписки       | Количество подписок на ресурсы в различных каналах.   |
|          | Подтверждения  | Количество переходов по ссылке подтверждения (ссылка с атрибутом confirm-link).   |
|          | Hit            | Количество кликов по ссылке в сообщениях.   |
|          | Уник. hit      | Количество уникальных кликов по ссылке в сообщениях.<br><br>Если один профиль кликает по ссылке в сообщении два раза, фиксируется только один уникальный hit. |
| Пиксели  | Hit            | Количество целей, зарегистрированных <a href="#">пикселями</a> .  |
|          | Уник. hit      | Количество уникальных регистраций цели.<br><br>Если для одного профиля цель регистрируется несколько раз, фиксируется только один уникальный hit.             |

|               |                       |  |
|---------------|-----------------------|--|
|               | Значение цели         | Сумма значений всех целей, зарегистрированных пикселями.   |
|               | Значение за hit       | $(\text{Значение цели} / \text{Hit}) * 100\%$  |
| <b>Формы</b>  | Загрузки              | Количество загрузок страницы с <a href="#">формой</a> .  |
|               | Уник. загрузки        | Количество уникальных загрузок.<br>Если один профиль загружает форму несколько раз, фиксируется только одна уникальная загрузка.   |
|               | Постинги              | Количество успешно отправленных форм.  |
|               | Уник. постинги        | Количество уникальных отправок.<br>Если один профиль отправляет форму несколько раз, фиксируется один уникальный постинг.  |
|               | % Постингов           | $(\text{Уник. постинги} / \text{уник. загрузки}) * 100\%$  |
|               | Время заполнения      | Продолжительность взаимодействия с формами (в секундах). Суммируется время, затраченное каждым профилем на заполнение формы.   |
| <b>Попапы</b> | Попаданий в таргетинг | Количество раз, когда были выполнены условия для появления попапа, заданные в триггере. При этом попап мог быть не показан пользователю из-за лимитов тега, заданных в блоках "Настройки активации" и "Ограничения". |
|               | Показы                | Количество показов попапа пользователям.   |
|               | Уник. показы          | Если попап показан пользователю несколько раз в рамках одной сессии, фиксируется только один уникальный показ.   |

|  |                |   |
|--|----------------|---|
|  | Уник. СТА      | Количество кликов, пока нет заполнений, или количество заполнений, если они были.                         |
|  | Закрытия       | Количество кликов по кнопке "Закрыть" (closeButton).  |
|  | Уник. закрытия | Если пользователь несколько раз закрыл попап в рамках одной сессии, фиксируется одно уникальное закрытие. |

 **К СВЕДЕНИЮ**

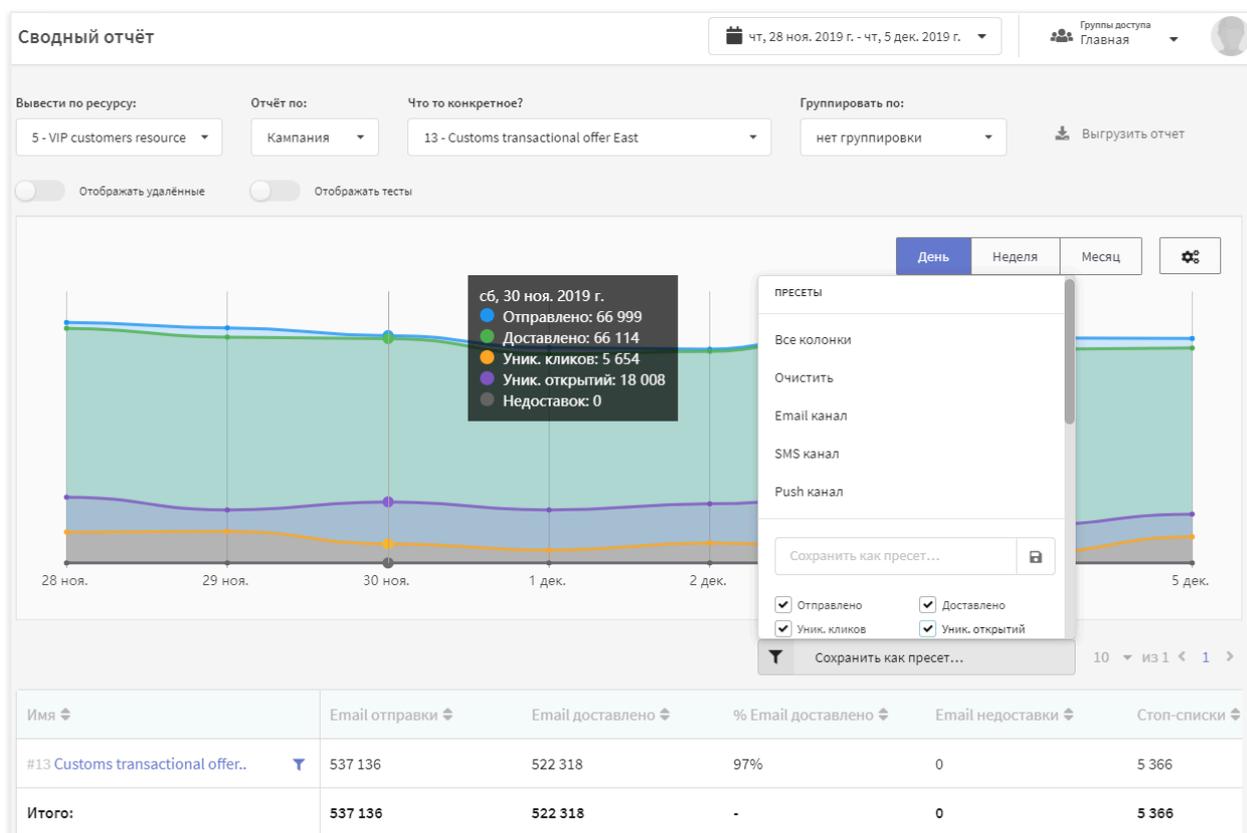
Платформа Altcraft допускает погрешность 0,02% при составлении отчетов

# Сводный отчёт

## ⚠️ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Поддержка сводного отчёта прекращена. Отчёт недоступен в версиях 65 и выше.

**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:

Сводный отчёт 5  пт, 22 ноя, 2019 г. - пт, 29 ноя, 2019 г. ▾

Вывести по ресурсу: **1** Отчёт по: **2** Что то конкретное? **3** Группировать по: **4** **6**

4 - Events notifications Сегмент 6 - Vip both coasts 9 724 ▾ доменная группа  Выгрузить отчет

Показать удалённые  Показать тесты

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 (1)   | Тип объекта (2)         | Объект (3)  | Группировка (4) |
|--|-------------------------|---|-----------------|
| Отчёт по конкретному ресурсу или по всем доступным | Кампания                | Выберите конкретный объект для формирования отчёта. Исключение здесь составляют <b>домен, поставщик, день, месяц, неделя, окружение</b> — такие отчёты аналогичны соответствующим типам группировки — в рамках всех рассылок. | домен           |
|  | Сценарий                |   |                 |
|  | База данных             |   | доменная группа |
|  | Сегмент                 |   | кампания        |
|  | Шаблон сообщения        |   | база данных     |
|  | Ресурс                  |   | сообщения       |
|  | Доменная группа (email) |   | ресурс          |
|  | Домен(email)            |   | push провайдер  |
|  | Поставщик               |   | поставщик       |
|  | День                    |   | по дням         |
|  | Неделя                  |   | по неделям      |
|  | Месяц                   |   | по месяцам      |

|  |           |  |           |
|--|-----------|--|-----------|
|  | Окружение |  | окружение |
|  | Сендер    |  | сендер    |

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

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:

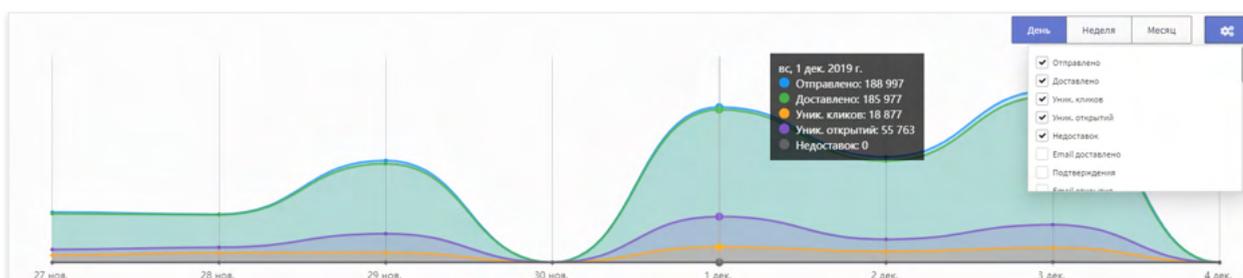
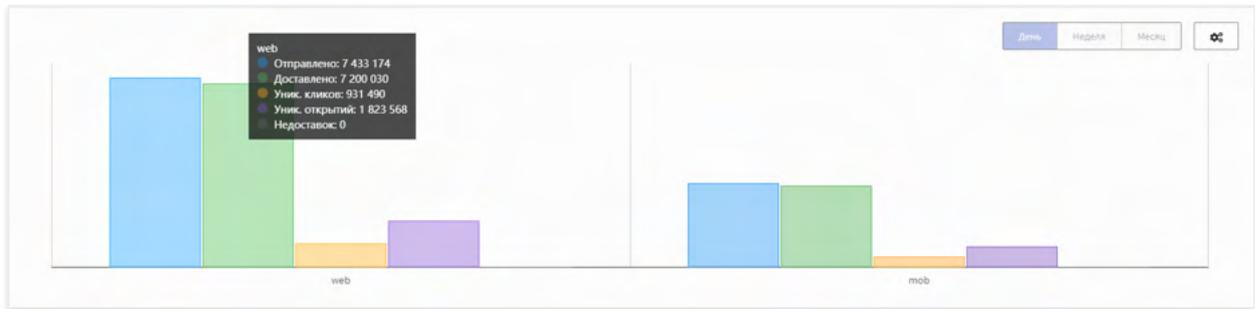


График для **доменных групп, доменов, поставщиков** и **окружения** представлен в виде столбцов:



## 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.

Подробнее о показателях сводной таблицы можно узнать в разделе ["Все показатели сводного отчета"](#).

### 💡 ПОДСКАЗКА

Вы можете воспользоваться поиском по тегам, чтобы дополнительно сгруппировать данные. Вы можете добавить произвольные теги к любой кампании, базе данных, шаблону и другим объектам.



# Все показатели сводного отчета

| Канал | Показатель        | Имя в API      | Описание   | Формула                                     |
|-------|-------------------|----------------|--|---|
| Все   | Отправлено        | sends_total    | Общее количество отправленных сообщений по всем каналам  | $sends + sends\_push + sends\_sms$          |
| Все   | Доставлено        | delivs_total   | Общее количество доставленных сообщений по всем каналам  | $delivs + delivs\_push + delivs\_sms$       |
| Все   | Уник. кликов      | uclicks_total  | Общее количество уникальных кликов в сообщениях, доставленных по всем каналам  | $uclicks + uclicks\_push + uclicks\_sms$    |
| Все   | Уник. открытий    | uopens_total   | Общее количество уникальных открытий сообщений по всем каналам   | $uopens + uopens\_push$                     |
| Все   | Недоставок        | undelivs_total | Общее количество недоставленных сообщений по всем каналам. Помимо Softbounced и Hardbounced сообщений, туда также входят недоставки с неопределенными причинами (например, проблемы с сетью) | $undelivs + undelivs\_sms + undelivs\_push$ |
| Все   | Нарушение политик | offence        | Количество нарушений коммуникационной политики   | —   |
| Email | Email отправки    | sends          | Количество отправленных email  | —   |
| Email | Email доставлено  | delivs         | Количество доставленных email  | —   |
| Email | Email открытия    | opens          | Количество зафиксированных открытий email. Если один и тот же пользователь открыл письмо несколько раз,  | —   |

| Канал | Показатель           | Имя в API | Описание   | Формула |
|-------|----------------------|-----------|--|---------|
|       |                      |           | будут зафиксированы все открытия.  |         |
| Email | Email клики          | clicks    | Количество зафиксированных кликов в email  | —       |
| Email | Уник. email открытия | uopens    | Количество уникальных открытий email. Значение равно количеству пользователей, открывших письмо. Если один и тот же пользователь открыл письмо несколько раз, будет зафиксировано только одно открытие.  | —       |
| Email | Уник. email клики    | uclicks   | Количество уникальных кликов по ссылкам в email-сообщении. Если пользователь кликнул по ссылке в письме, будет зафиксирован один уникальный клик. Даже если в письме несколько ссылок и пользователь кликнул по каждой из них, будет также засчитан только один уникальный клик. | —       |
| Email | Уник. email переходы | ulclicks  | Количество уникальных переходов по ссылкам в email-сообщении. Если в письме несколько ссылок, будет фиксироваться уникальный переход по каждой из них.   | —       |
| Email | Email прочтений      | reads     | Количество прочитанных email. Событие прочтения регистрируется, если получатель открыл сообщение и не закрывал его как минимум 12 секунд.  | —       |
| Email | Email ответы         | replies   | Количество полученных ответов  | —       |
| Email | Email жалобы         | complains | Количество email, на которые последовали   | —       |

| Канал | Показатель         | Имя в API     | Описание   | Формула                     |
|-------|--------------------|---------------|--|-----------------------------|
|       |                    |               | жалобы на спам (FBL)   |                             |
| Email | Email hard bounces | hbounces      | Количество email, которые возвращены из-за недействительных адресов или неожиданной ошибки во время отправки   | —                           |
| Email | Email soft bounces | sbounces      | Количество email, возвращенных из-за переполненности ящика или временной недоступности сервера получателя  | —                           |
| Email | Подтверждения      | confirms      | Количество подтвержденных email-сообщений  | —                           |
| Email | Email отписки      | unsubs        | Количество отписавшихся, т.е. пользователей, которые перешли по ссылке отписки в письме.   | —                           |
| Email | Стоп-списки        | suppresses    | Количество email, которые не были отправлены, т.к. адрес получателя ранее был внесен в стоп-список   | —                           |
| Email | Email доставки     | undelivs      | Количество недоставленных email. Помимо Softbounced и Hardbounced сообщений, туда также входят доставки с неопределенными причинами (например, проблемы с сетью) | —                           |
| Email | % Email доставлено | delivery_rate | Процент email, которые были успешно доставлены   | $(delivs / sends) * 100$    |
| Email | % Email открытий   | u_open_rate   | Процент получателей, открывших email   | $(uopens / delivs) * 100$   |
| Email | % Email CTR        | u_click_rate  | Процент уникальных кликов в email от email-доставок  | $(ulclicks / delivs) * 100$ |

| Канал | Показатель           | Имя в API         | Описание   | Формула                      |
|-------|----------------------|-------------------|--|------------------------------|
| Email | % Email CTOR         | u_open_click_rate | Процент уникальных кликов в email от уникальных открытий email   | $(ulclicks / uopens) * 100$  |
| Email | % Email прочтений    | email_read_rate   | Процент получателей, прочитавших email, т.е тех, кто открыл письмо и не закрывал его как минимум 12 секунд.  | $(reads / delivs) * 100$     |
| Email | % Email ответов      | email_reply_rate  | Процент получателей, ответивших на email   | $(replies / delivs) * 100$   |
| Email | % Email жалоб        | complain_rate     | Процент email, на которые последовали жалобы на спам   | $(complains / delivs) * 100$ |
| Email | % Email hard bounces | hb_rate           | Процент email, которые возвращены из-за недействительных адресов или неожиданной ошибки во время отправки  | $(hbounces / sends) * 100$   |
| Email | % Email soft bounces | sb_rate           | Процент email, возвращенных из-за переполненности ящика или временной недоступности сервера получателя   | $(sbounces / sends) * 100$   |
| Email | % Email отписок      | email_unsub_rate  | Процент получателей, отписавшихся от рассылки в email-канале   | $(unsubs / delivs) * 100$    |
| SMS   | SMS отправки         | sends_sms         | Количество отправленных SMS  | —                            |
| SMS   | SMS доставлено       | delivs_sms        | Количество доставленных SMS  | —                            |
| SMS   | SMS клики            | clicks_sms        | Общее количество кликов в SMS  | —                            |
| SMS   | Уник. SMS клики      | uclicks_sms       | Количество зафиксированных уникальных кликов в SMS. Если пользователь перешел по ссылке несколько раз, будет зафиксирован только один уникальный клик. | —                            |

| Канал | Показатель          | Имя в API      | Описание  | Формула   |
|-------|---------------------|----------------|---|---|
| SMS   | Стоп-списки SMS     | suppresses_sms | Количество SMS, которые не были отправлены, т.к. номер телефона получателя ранее был внесен в стоп-список |   |
| SMS   | % SMS доставлено    | sms_deliv_rate | Процент SMS, которые были успешно доставлены  | $( \text{delivs\_sms} / \text{sends\_sms} ) * 100$    |
| SMS   | Недоставки SMS      | undelivs_sms   | Количество недоставленных SMS   | —   |
| SMS   | % SMS CTR           | sms_ctr        | Процент уникальных кликов в SMS от общего числа доставленных SMS  | $( \text{uclicks\_sms} / \text{delivs\_sms} ) * 100$  |
| SMS   | SMS отписки         | unsubs_sms     | Количество профилей, которые перешли по ссылке отписке в SMS сообщении.                                   | —   |
| Push  | Push отправлено     | sends_push     | Количество отправленных push  | —   |
| Push  | Push открытия       | opens_push     | Количество зафиксированных открытий push  | —   |
| Push  | Уник. push открытия | uopens_push    | Количество зарегистрированных открытий push-уведомлений.  | —   |
| Push  | Push доставлено     | delivs_push    | Количество доставленных push  | —   |
| Push  | Недоставки Push     | undelivs_push  | Количество недоставленных push  | —   |
| Push  | Push клики          | clicks_push    | Количество кликов в push-уведомлениях. Событие регистрируется только для веб-пушей.                       | —   |
| Push  | Уник. push клики    | uclicks_push   | Количество кликов в push-уведомлениях. Событие регистрируется только для веб-пушей.                       | —   |
| Push  | % Push открытий     | push_open_rate | Процент открытых push-уведомлений   | $( \text{uopens\_push} / \text{delivs\_push} ) * 100$ |

| Канал    | Показатель          | Имя в API        | Описание  | Формула                                |
|----------|---------------------|------------------|---|--|
| Push     | % Push доставлено   | push_deliv_rate  | Процент успешно доставленных push-уведомлений   | $(delivs\_push / sends\_push) * 100$   |
| Push     | % Push CTR          | push_ctr         | Процент кликов в push от открытий push  | $(uclicks\_push / uopens\_push) * 100$ |
| Push     | Push soft bounces   | sbounce_push     | Ответ о временной невозможности доставки сообщения (сетевые проблемы, недоступность push-сервиса по любым причинам). Это событие означает, что платформа продолжит попытки доставить сообщение. | —                                      |
| Push     | % Push soft bounces | sb_push_rate     | Процентное соотношение количества push-уведомлений, которые являются soft bounces, к общему числу отправленных уведомлений.   | $(sbounce\_push / sends) * 100$        |
| Push     | Push hard bounces   | hbounce_push     | Ответ о невозможности доставки push сообщения (недействительный идентификатор подписки). После получения такого ответа платформа не будет пытаться доставить сообщение повторно.                | —                                      |
| Push     | % Push hard bounces | hb_push_rate     | Процентное соотношение количества push-уведомлений, которые являются hard bounces, к общему числу отправленных уведомлений.   | $(hbounce\_push / sends) * 100$        |
| WhatsApp | Отправлено          | whatsapp_send    | Количество сообщений, отправленных в WhatsApp   | —                                      |
| WhatsApp | Доставлено          | whatsapp_deliv   | Количество сообщений, доставленных в WhatsApp   | —                                      |
| WhatsApp | Не доставлено       | whatsapp_undeliv | Количество отправленных, но не доставленных сообщений в WhatsApp  | —                                      |

| Канал    | Показатель        | Имя в API          | Описание   | Формула |
|----------|-------------------|--------------------|--|---------|
| WhatsApp | WhatsApp подписка | whatsapp_subscribe | Количество новых подписок на WhatsApp-канал  | —       |
| WhatsApp | WhatsApp отписка  | whatsapp_unsub     | Количество отписок в WhatsApp-канале. Событие отписки фиксируется, если получатель перешёл по ссылке отписки в сообщении. Если он заблокировал бота, отписка не фиксируется. | —       |

### ❗ К СВЕДЕНИЮ

#### Уникальное событие

Уникальность любого события ограничена временем, заданным в конфигурации платформы (параметр `UNIQUE_ACTIONS_TTL_MIN`), и по умолчанию составляет 1440 минут. Это значит, что повторное событие через сутки будет снова зачтено как уникальное. Уточните у администратора платформы, какое значение для уникальности установлено.

# Когортный отчёт

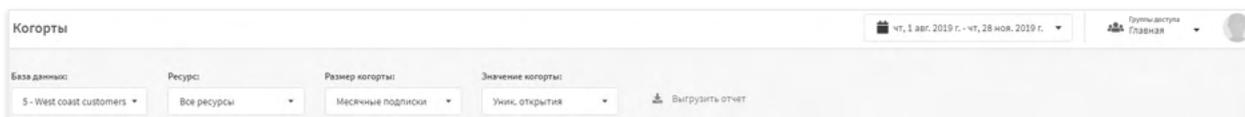
**Когорта** – это группа подписчиков, привлечённых в определённый временной промежуток. Панельный анализ помогает проследить изменения в активности каждой когорты с течением времени.

## 💡 ПОДСКАЗКА

Сравнивая когорты и даты акций по привлечению клиентов, можно спрогнозировать эффективность будущих предложений и проанализировать результаты 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:

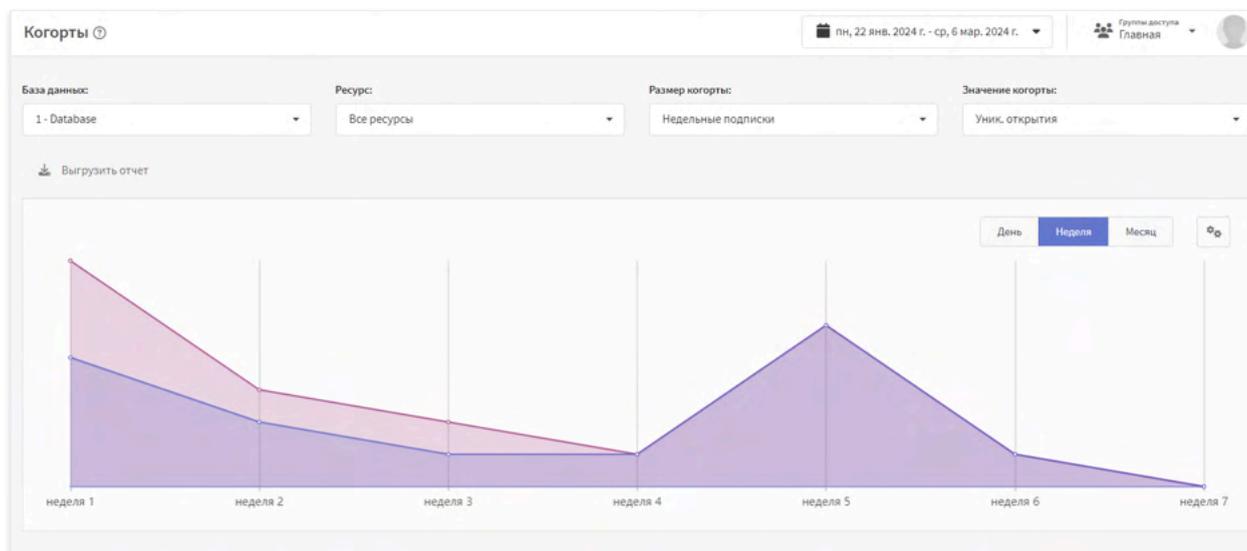
- количество уникальных кликов;
- количество уникальных открытий;
- отношение уникальных кликов к открытиям;
- отношение уникальных открытий к отправленным сообщениям;
- отношение уникальных кликов к отправленным сообщениям.

## 💡 ПОДСКАЗКА

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 |
|-----------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Усреднённый результат             | 4        | 2        | 1        | 1        | 5        | 1        |
| 22 янв. 2024 г. - 28 янв. 2024 г. | 7        | 3        | 2        | 1        | 5        | 1        |

## ⚠️ К СВЕДЕНИЮ

Платформа Altcraft допускает погрешность 0,02% при составлении отчетов

# Время жизни

**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.

База данных: 4 - Лояльные клиенты 9 729

Ресурс: Все ресурсы

Размер когорты: Недельные подписки

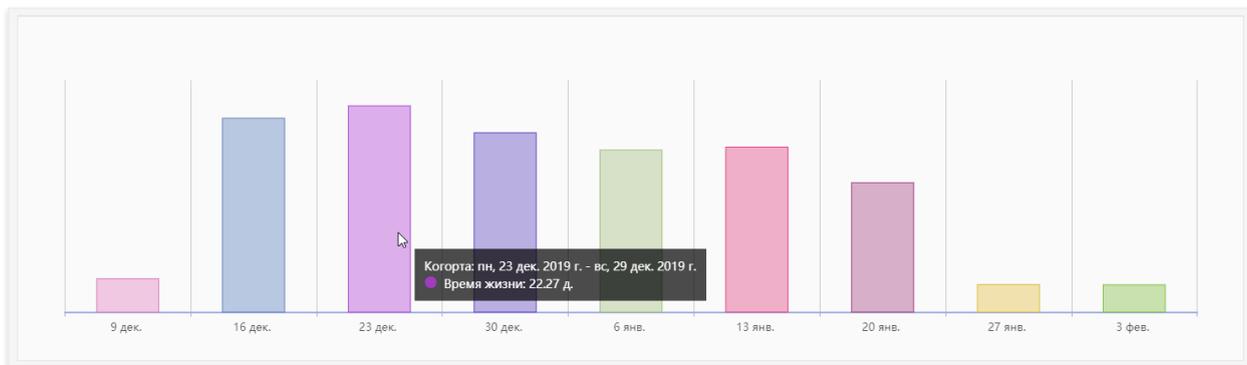
Выгрузить отчет

### ПОДСКАЗКА

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:

| Когорты / Интервалы               | Активность |        |        |         |         |        |
|-----------------------------------|------------|--------|--------|---------|---------|--------|
|                                   | 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%  | 6.84%   | 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% | 88.89%  | 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% |

## ⚠ К СВЕДЕНИЮ

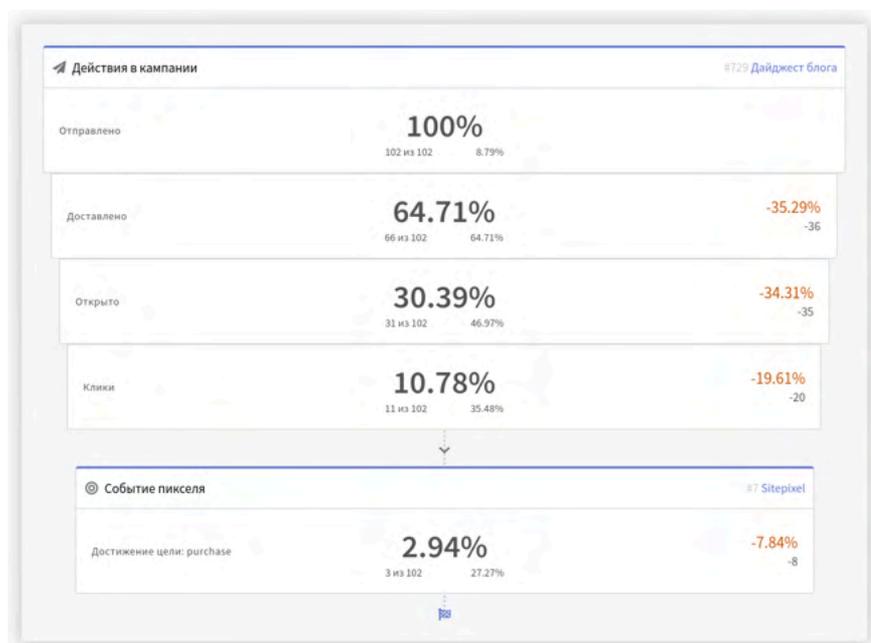
Платформа Altcraft допускает погрешность 0,02% при составлении отчетов

# Воронка конверсии

**Воронка** — наиболее полезный отчёт, если вы хотите отследить конверсию всей вашей маркетинговой 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 маркетинговой коммуникации.



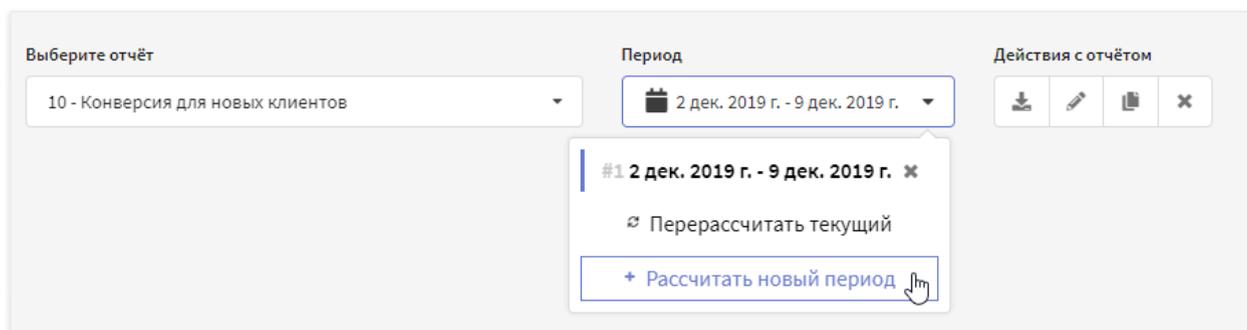
## Расчёт периода конверсии

Так как отчёт-воронка собирает данные из разных источников, расчёт может в некоторых случаях занять продолжительное время. Чтобы оптимизировать процесс работы с отчётом, периоды дат для него 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.



## Создание и настройка отчёта

Чтобы добавить новый отчёт по конверсии, в верхнем правом углу страницы нажмите кнопку **Создать**.

### Основные настройки

В основных настройках введите название и описание новой воронки, а также выберите **базу данных**, к которой относится интересующая вас аудитория клиентов.

Далее укажите **ширину скользящего окна** — это временный период между первым и последним условиями в воронке. Период указывается в секундах и по умолчанию составляет 604800 секунд (7 дней).

Например, вы оставляете ширину скользящего окна по умолчанию (604800 секунд) и добавляете в воронку следующие шаги: **Шаблон #1 доставлен → Шаблон #1 открыт → Достижение цели "purchase"**. В таком случае первое условие выполнится, когда сообщение будет доставлено профилю, а последнее — когда профиль своими действиями активирует пиксель. Профиль попадет в последний шаг воронки, только если с момента доставки сообщения до момента активации пикселя пройдет не больше 7 дней. При этом должен быть сохранен порядок действий, заданный в воронке.

### 💡 ПОДСКАЗКА

30 дней — 2592000 секунд

14 дней — 1209600 секунд

1 день — 86400 секунд

1 час — 3600 секунд

Основные настройки

Имя воронки:

База данных:  Ширина скользящего окна (сек)

Расширенные настройки воронки:  строгий порядок [?](#)

 Начните строить свой отчет с добавления шагов



Дополнительно можно включить **строгий порядок** в воронке. Такая настройка запретит посторонние события в искомой последовательности.

Например, вы строите воронку: **Кампания #1 доставлена** → **Кампания #1 открыта** → **Достижение цели "purchase"**. Если между вторым и третьим шагом платформа зафиксировала ещё одно событие в истории профиля, профиль не перейдет на третий шаг.

Используйте строгий порядок, если вам важно, чтобы профиль выполнил четкую последовательность действий за короткий временной промежуток.

## Построение воронки

Добавьте блоки воронки в последовательности, необходимой для решения поставленных задач:

- **Сегмент** — вхождение клиента в определённую выборку;
- **Действия в шаблоне**;
- **Действия в кампании**;
- **Событие пикселя** — событие трекинга: посещение или достижение цели;

- **Подписки** — подписка на определённый ресурс.

**⚠ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ**

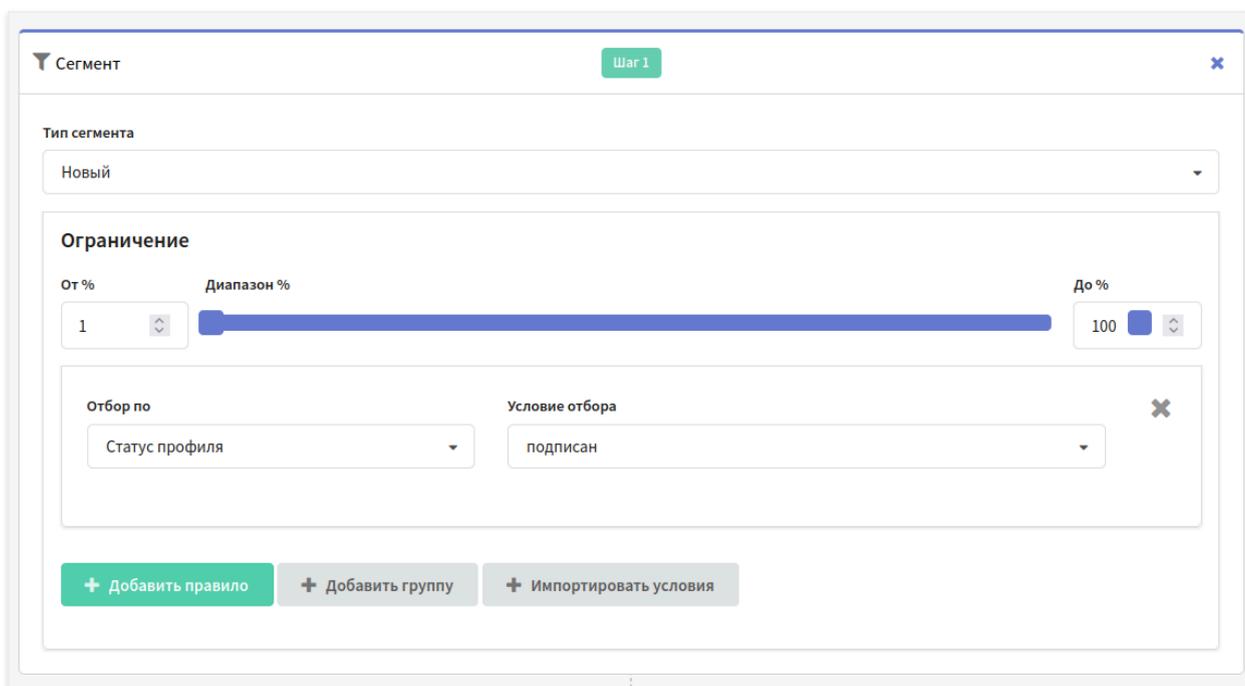
Воронка считает количество профилей, а не количество событий. Например, если платформа зафиксировала два клика профиля в шаблоне, воронка покажет только один профиль на данном шаге.

## Сегмент

Сегмент как условие воронки можно добавлять только на первом шаге. Это позволяет сузить наблюдаемую в воронке выборку профилей. Вы можете настроить новый сегмент или использовать [уже существующий](#).

**💡 ПОДСКАЗКА**

Если вы используете существующий сегмент, привязанный к нескольким базам, в отчёт попадут профили только из базы, которая указана в основных настройках воронки.



**⚠ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ**

Шаг воронки "сегмент" не учитывает выбранный период, он работает в реальном времени, как фильтр.

## Действия в шаблоне

Действия в шаблоне позволяют зафиксировать профили, совершившие заданные действия в выбранном шаблоне. Выберите канал и действия (отправлено, доставлено, открыто, клики), которые должен совершить профиль, чтобы перейти на данный этап воронки.

### ПОДСКАЗКА

Каждый тип действия добавляет новый шаг воронки.

### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

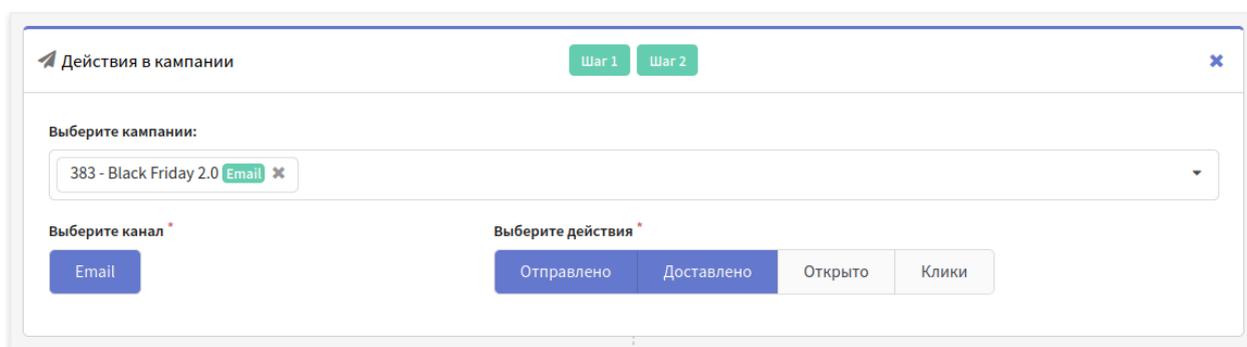
Если в SMS-канале было зарегистрировано событие клика, но при этом отсутствует событие доставки, то событие доставки сгенерируется автоматически — на 100 миллисекунд раньше, чем событие клика.

## Действия в кампании

Данный шаг позволяет осуществить подсчет профилей, совершивших определенные действия в кампании по выбранному каналу связи.

### ПОДСКАЗКА

Каждый тип действия добавляет новый шаг воронки.



Действия в кампании

Шаг 1 Шаг 2

Выберите кампании:

383 - Black Friday 2.0 Email x

Выберите канал \*

Выберите действия \*

Email Отправлено Доставлено Открыто Клики

### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Если в SMS-канале было зарегистрировано событие клика, но при этом отсутствует событие доставки, то событие доставки сгенерируется автоматически — на 100 миллисекунд раньше, чем событие клика.

## 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 одной или нескольких **целей**.

Дополнительно для цели можно указать значение пикселя, которое должно быть зафиксировано у профиля для попадания на этот шаг воронки. Доступны операторы сравнения:

- больше или равно
- меньше или равно
- больше
- меньше
- равно

Событие пикселя Шаг 1

Выберите пиксель

6 - Online store

Событие

Достижение цели

cart

>=

1000

+ Добавить

## Подписки

Этот шаг фиксирует профили тех, кто подписался на любой канал в выбранном ресурсе. Информация по подпискам даёт сведения о количестве подписавшихся.

Подписки Шаг 1

Выберите ресурс

31 - Website Email Push SMS

### ⓘ К СВЕДЕНИЮ

Платформа Altcraft допускает погрешность 0,02% при составлении отчетов

# Цели

**Цели** — это 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](#)

## ПОДСКАЗКА

Отчёт автоматически складывает **ценность действий** с положительными и отрицательными значениями и выводит в виде показателя "**Доход**".

## Настройка отчета

В верхней части страницы выберите **период** для формирования отчёта.

В отчёте доступно две основных метрики:

- **Посещения** — количество совершения целевых действий;
- **Доход** — 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, зарегистрированным на разные пиксели.

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: Посещения | Отчёт по: Целям | Что то конкретное?: Покупка товара | База данных: 4 - Лояльные клиенты | Выгрузить отчет

**ПОДСКАЗКА**

Выгрузить получившийся отчёт в формате MS Excel и CSV можно, нажав вверху **"Выгрузить отчёт"**.

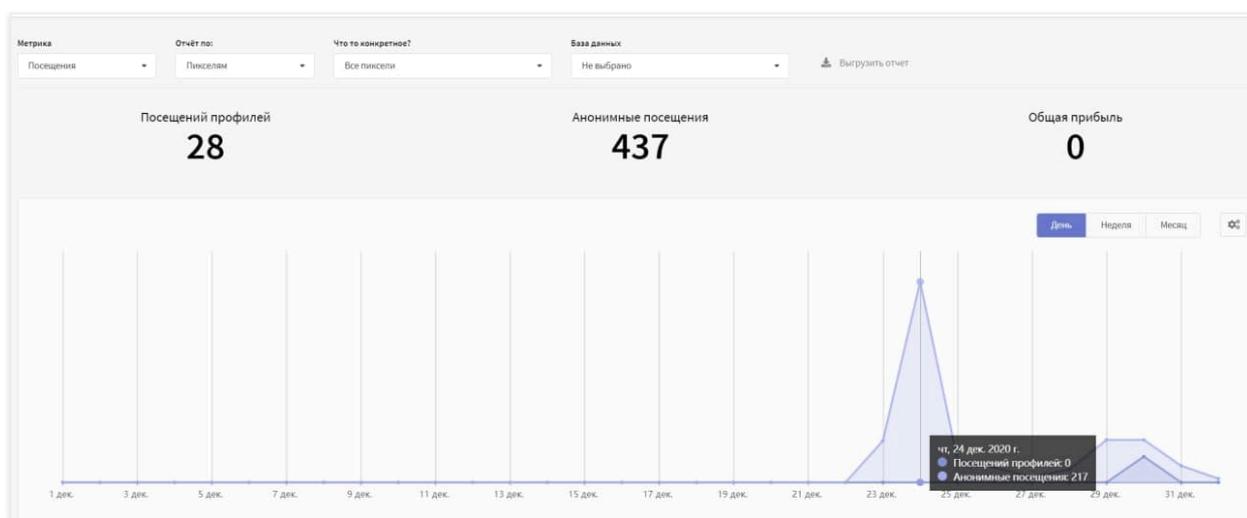
## Динамика прибыли и достижения целей

График отчёта о целях показывает количество **посещений** известных **профилей** и количество **анонимных посещений**, а также общую прибыль от выполненных действий.

**ПОДСКАЗКА**

Цели могут регистрироваться для клиентов, чьих контактных и личных данных 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.

Если вы выберете метрику **"Посещения"**, то вы получите информацию о количестве посещений тех профилей, что есть в ваших базах данных, и об анонимных посещениях.



Если вы выберете такую метрику как **"Доход"**, то вы получите информацию об **общем доходе, общих затратах** на привлечение клиентов и **\*\*общей прибыли**.  
**\*\*Общая прибыль** — это разность между общим доходом и затратами.

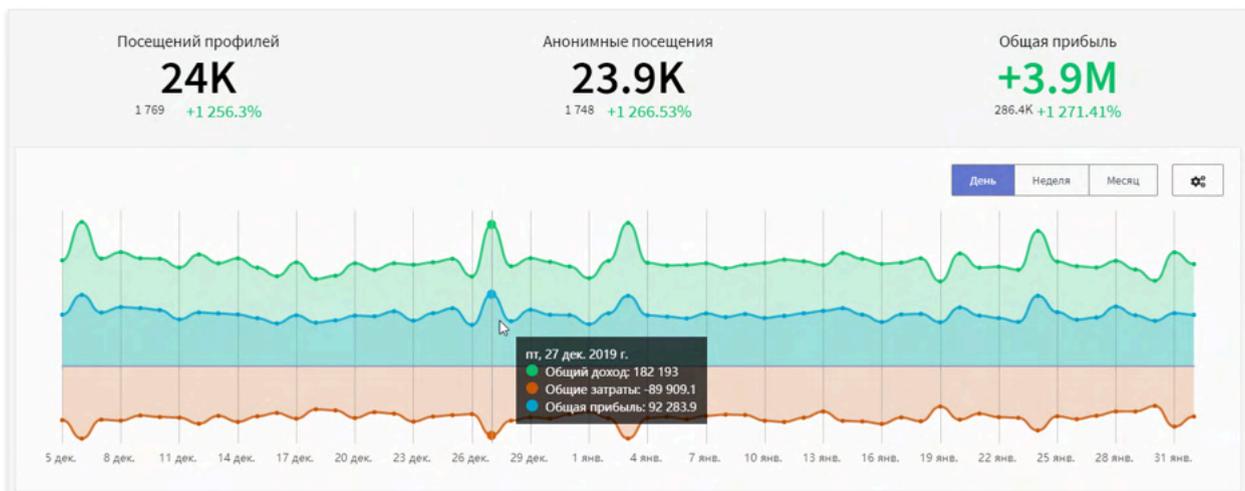


График строится по **дням, неделям** или **месяцам периода** отчёта. С помощью кнопки  вы можете убрать ненужные показатели с графика или, наоборот, добавить.

## 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                    | Посещения 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         | -171 316.1         | 25.191%              |
| датский                 | 2 293              | 2 344               | 332 424.6          | 337 844.8          | -168 567.1         | -163 459           | 25.256%              |
| русский (Россия)        | 2 173              | 2 264               | 307 206            | 319 020.9          | -157 990           | -166 820.3         | 24.167%              |
| швейцарский французский | 2 318              | 2 343               | 337 037.4          | 326 646.2          | -156 744.6         | -166 663           | 25.387%              |
| <b>Итого:</b>           | <b>9 084</b>       | <b>9 276</b>        | <b>1 305 292.2</b> | <b>1 310 732.4</b> | <b>-648 026.8</b>  | <b>-668 258.4</b>  | <b>-</b>             |

## ⓘ К СВЕДЕНИЮ

Платформа Altcraft допускает погрешность 0,02% при составлении отчетов

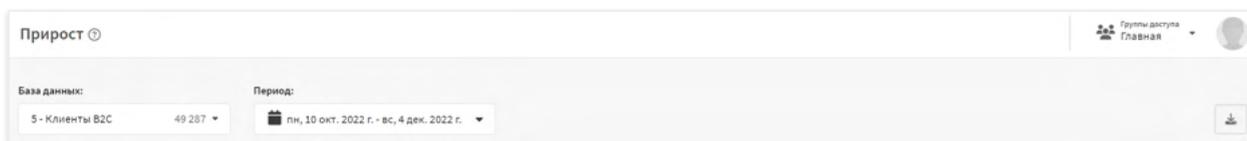
# Прирост аудитории

Отчёт по приросту позволяет отслеживать динамику роста аудитории профилей в вашей базе данных. Этот отчёт фиксирует только события добавления новых профилей подписчиков, не учитывая отписки или удаления.

## Настройка отчёта

В верхней части страницы выберите **период** для формирования отчёта.

По умолчанию отчёт формируется для всех доступных **баз профилей**. Вы можете использовать выпадающее меню, чтобы выбрать конкретную базу клиентов:

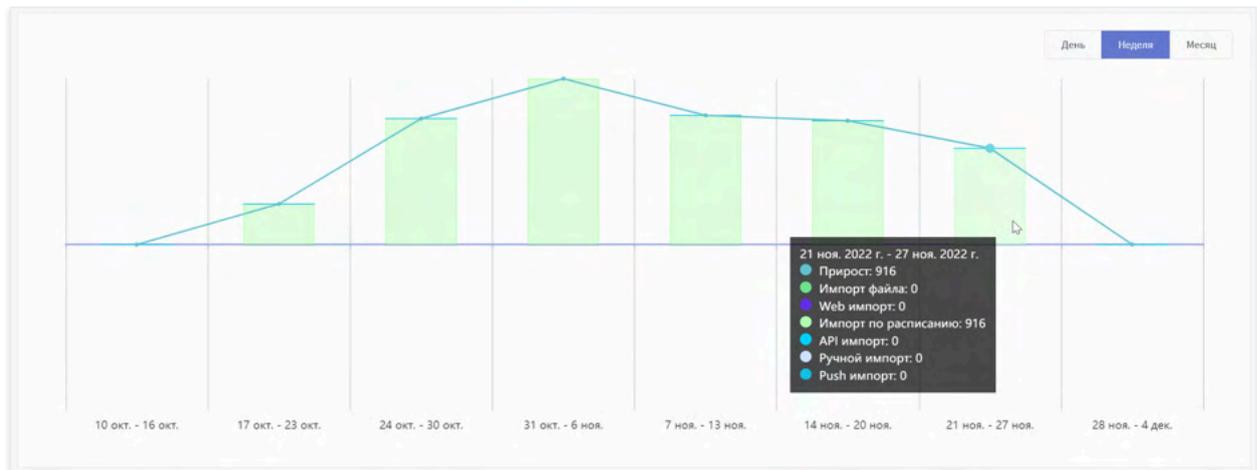


### 💡 ПОДСКАЗКА

С помощью кнопки **"Выгрузить отчёт"** вы можете экспортировать данные по приросту в формате CSV или XLS.

## График прироста

Визуальная часть отчёта отображает динамику роста аудитории. Данные могут быть представлены в виде диаграмм, сгруппированных по дням, неделям или месяцам выбранного периода.



## Показатели динамики аудитории

Прирост аудитории представлен следующими метриками **импорта**:

- **Прирост** — чистое увеличение количества профилей в базе (без вычета отписок или других факторов, уменьшающих количество профилей).
- **Импорт файла** — массовое добавление профилей из табличного файла.
- **Web импорт** — создание новых профилей при подписке через форму на веб-сайте.
- **Импорт по расписанию** — создание профилей на основе данных из внешнего SQL хранилища по расписанию.
- **API импорт** — создание новых профилей через API.
- **Ручной импорт** — создание профилей через интерфейс платформы.
- **Push импорт** — создание анонимных и персональных профилей при подписке на **push-канал** (например, при подписке на получение уведомлений в браузере).

| Дата                              | Прирост      | Импорт файла | Web импорт | Импорт по расписанию | API импорт | Ручной импорт |
|-----------------------------------|--------------|--------------|------------|----------------------|------------|---------------|
| 28 ноя. 2022 г. - 4 дек. 2022 г.  | +1           | 0            | 1          | 0                    | 0          | 0             |
| 21 ноя. 2022 г. - 27 ноя. 2022 г. | +916         | 0            | 0          | 916                  | 0          | 0             |
| 14 ноя. 2022 г. - 20 ноя. 2022 г. | +1 178       | 0            | 0          | 1 178                | 0          | 0             |
| 7 ноя. 2022 г. - 13 ноя. 2022 г.  | +1 229       | 0            | 0          | 1 229                | 0          | 0             |
| 31 окт. 2022 г. - 6 ноя. 2022 г.  | +1 578       | 0            | 0          | 1 578                | 0          | 0             |
| 24 окт. 2022 г. - 30 окт. 2022 г. | +1 199       | 0            | 0          | 1 199                | 0          | 0             |
| 17 окт. 2022 г. - 23 окт. 2022 г. | +387         | 0            | 0          | 387                  | 0          | 0             |
| 10 окт. 2022 г. - 16 окт. 2022 г. | 0            | 0            | 0          | 0                    | 0          | 0             |
| <b>Итого:</b>                     | <b>6 488</b> | <b>0</b>     | <b>1</b>   | <b>6 487</b>         | <b>0</b>   | <b>0</b>      |

### ⚠ К СВЕДЕНИЮ

Платформа Altcraft допускает погрешность 0,02% при составлении отчётов

### 💡 ПОДСКАЗКА

**Отчёт по приросту** отображает увеличение количества профилей в базе данных. Если вам нужно отслеживать изменения в количестве подписок на ресурс, используйте **Отчётом по трафику** и применяйте фильтр по ресурсу.

# Карта кликов (Email)

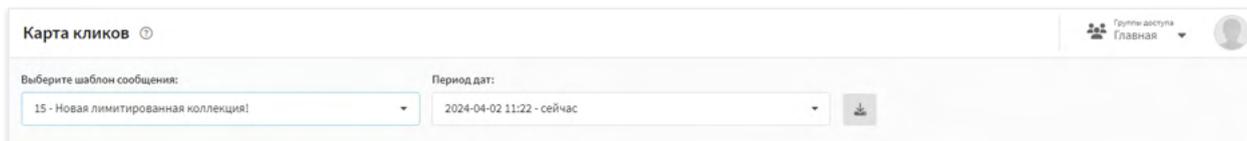
**Карта кликов** представляет из себя отчет по переходам ваших клиентов по ссылкам в отправленном Email сообщении. Карта кликов отображает только уникальные клики по всем ссылкам Email сообщения включая ссылки отписки. Карта кликов помогает определить качество контента шаблона и выявить наиболее удачное месторасположение и оформление ссылок.

## 💡 ПОДСКАЗКА

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**:



Карта кликов ⓘ

Группы доступа  
Главная

Выберите шаблон сообщения:

15 - Новая лимитированная коллекция!

Период дат:

2024-04-02 11:22 - сейчас

## 💡 ПОДСКАЗКА

**Выгрузить отчет** о переходах можно в формате MS Excel и CSV.

## Тепловая карта и диаграмма переходов

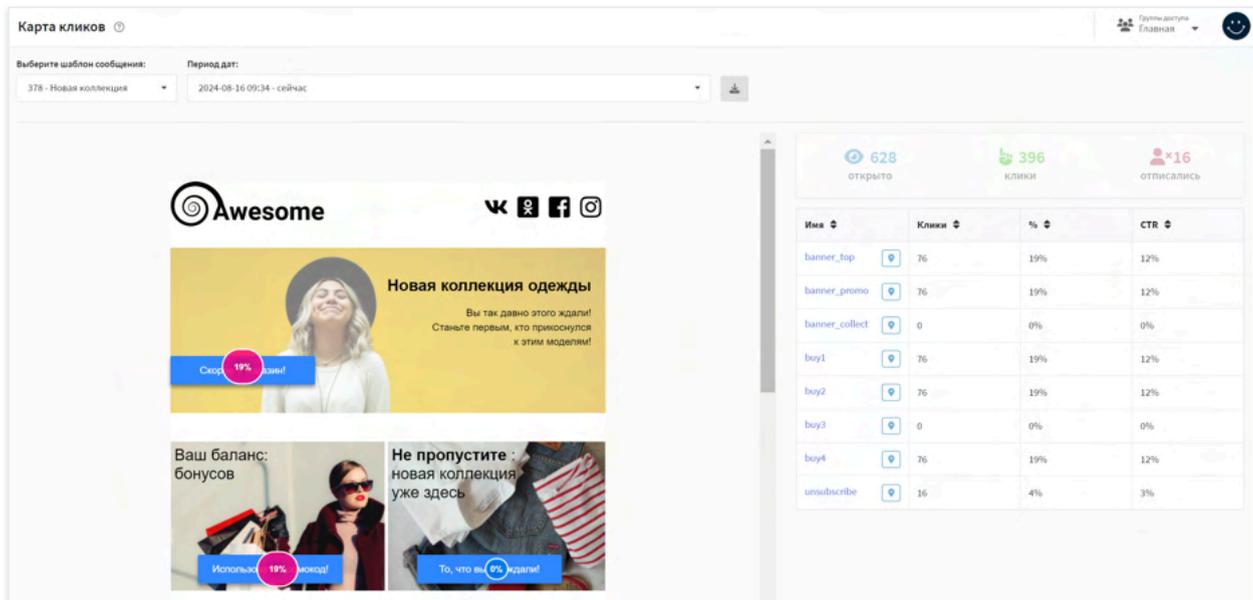
При выборе шаблона и версии будет составлена тепловая карта, отмечающая процентные соотношения кликов по ссылкам в письме.

**Справа** отображается дополнительная информация:

- Количество уникальных открытий шаблона

- Общее количество уникальных кликов
- Количество отписавшихся клиентов

Ниже представлена таблица с количеством кликов, переходов по определённой ссылке, процентом от общего количества кликов и **CTR** для каждой отдельной ссылки сообщения.

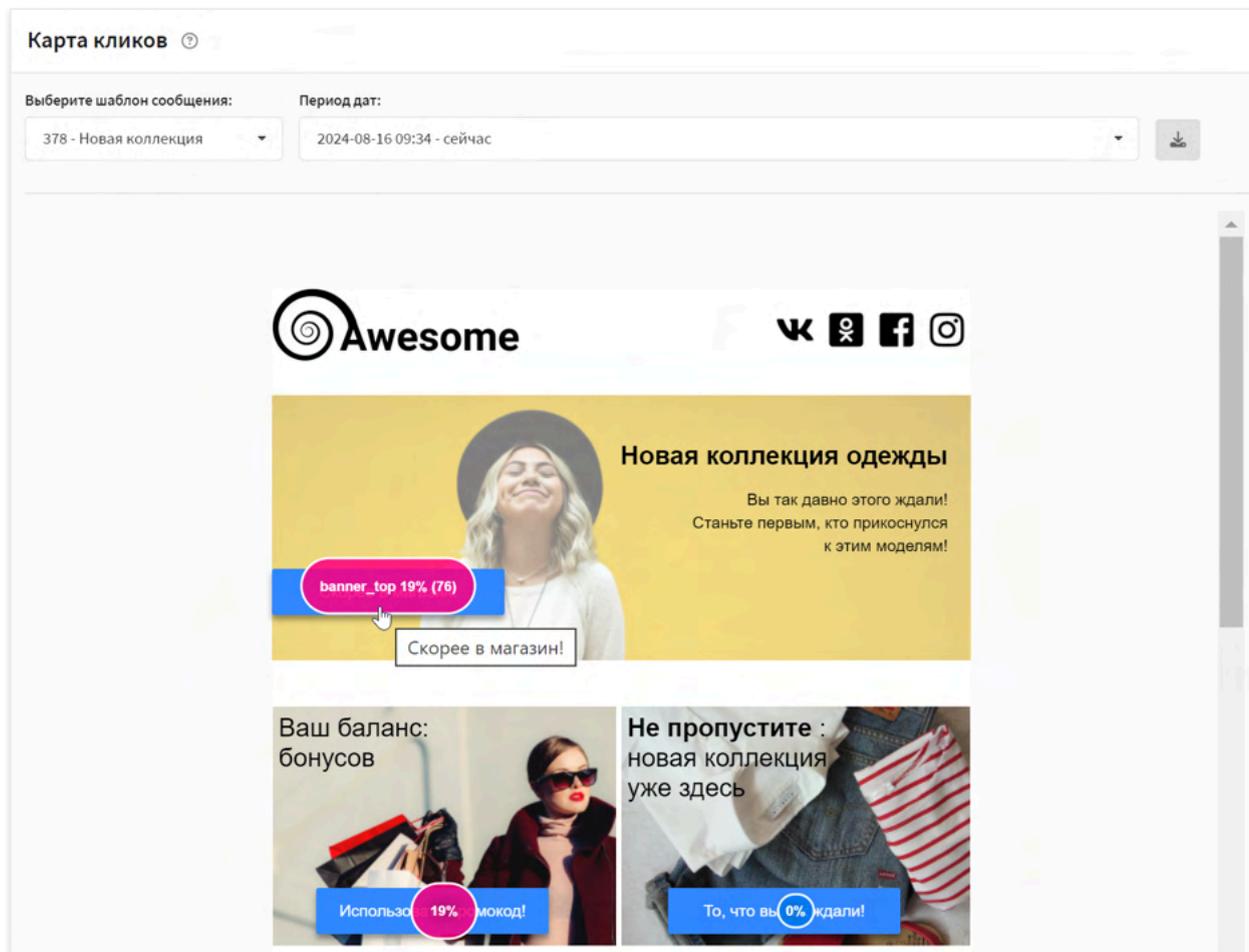


Рядом с каждой ссылкой находится кнопка с геопозицией. При нажатии на нее вы переноситесь в ту область письма, где находится ссылка.

This is a detailed view of the table from the previous figure. It includes summary statistics at the top: 628 открыто, 396 клики, and 16 отписались. The table below shows the same data as the previous figure, but with a tooltip 'Показать на карте' (Show on map) appearing over the location icon for the 'buy3' link.

| Имя            | Клики | %   | CTR |
|----------------|-------|-----|-----|
| banner_top     | 76    | 19% | 12% |
| banner_promo   | 76    | 19% | 12% |
| banner_collect | 0     | 0%  | 0%  |
| buy1           | 76    | 19% | 12% |
| buy2           | 76    | 19% | 12% |
| buy3           | 0     | 0%  | 0%  |
| buy4           | 76    | 19% | 12% |
| unsubscribe    | 16    | 4%  | 3%  |

Это делает поиск ссылок более удобным, особенно если в шаблоне их много или вы анализируете большое письмо, по которому "разбросаны" ссылки.



**ⓘ К СВЕДЕНИЮ**

Платформа Altcraft допускает погрешность 0,02% при составлении отчетов

# Отчёт о возвратах (Email)

## Hard и soft bounce

В тех случаях, когда email-письмо не может быть доставлено получателю, почтовый сервер отправляет обратно сообщение об ошибке. Существует два вида подобных ошибок: **Hard bounce** и **Soft bounce**.

**Hard bounce** — ошибки серверного класса (5xx). Такие ошибки возникают в тех случаях, когда отправка на почтовый сервер невозможна, например, указанного email-адреса не существует. Когда сервер возвращает Hard bounce ошибку, платформа меняет статус профиля на "**Hard bounced**" и добавляет email в глобальный стоп-список. Пока адрес находится в этом списке, отправить на него письмо не получится. Убрать адрес из глобального стоп-списка можно только в панели администрирования в разделе "[Supression list](#)".

### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Почтовые адреса с Hard bounce ошибками попадают в стоп-список, находящийся **в панели администрирования**. Не следует путать его со стоп-списком в панели пользователя, который по умолчанию называется "Global suppress list".

**Soft bounce** — ошибки клиента отправки (4xx). В отличие от Hard bounce, Soft bounce не влияет на статусы подписок клиентов. В случае получения Soft bounce платформа пробует повторно отправить сообщение по [правилам повторной отправки](#). Если доставить сообщение не получится, платформа зафиксирует событие недоставки.

Причинами Soft bounce могут быть:

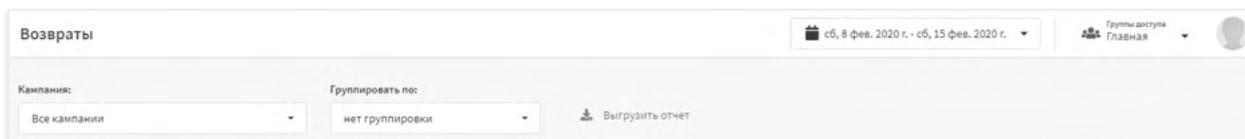
- Переполненный ящик получателя не может принять письмо
- Вложения слишком тяжелые для сервера получателя
- Временная недоступность сервиса
- Карантин сообщения в связи с жалобами на другие сообщения рассылки

**Отчёт о возвратах** позволит вам отследить количество Email сообщений, которые не доставились получателям с первого раза (сообщения с ошибками Soft bounce).

# 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:



## ПОДСКАЗКА

Выгрузить отчёт о возврате можно в формате MS Excel и CSV.

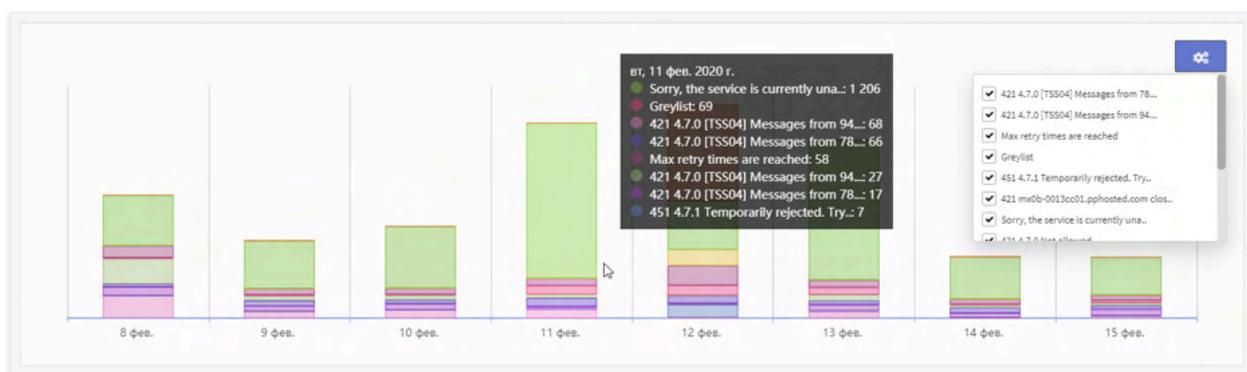
# График и статистика

Отчёт сортирует данные по количеству ошибок с одинаковым ответом от провайдеров Email. На основе текста ошибок также работают правила повторной отправки.

## ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Одно сообщение для одного получателя может быть возвращено несколько раз: каждый раз будет регистрироваться новый возврат. Даже если в итоге письмо доставлено, каждый возврат будет отображён в отчёте. 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 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 | 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 ..   | yahoo.com    | 301           |
| Все кампании  | 421 4.7.0 [TSS04] Messages from ..   | yahoo.com    | 265           |
| Все кампании  | 421 4.7.0 [TSS04] Messages from 94231.116.100 temporarily deferred due to user complaints - 4.16.55.1; see https://help.yahoo.com/.../SLN3434.html |              |               |
| Все кампании  | 421 4.7.0 [TSS04] Messages from ..   | yahoo.com    | 179           |
| Все кампании  | 421 4.7.0 Not allowed.   | iprospect.ru | 171           |
| Все кампании  | Max retry times are reached  | yahoo.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           |
| <b>Итого:</b> |  |              | <b>10 177</b> |

**К СВЕДЕНИЮ**

Платформа Altcraft допускает погрешность 0,02% при составлении отчетов

# Отчёт о недоставках

Отчёт по недоставкам предоставляет подробную информацию по **Email, SMS, Push, Telegram Bot, Viber, WhatsApp** 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:

| Канал        | Причины недоставки   |
|--------------|--|
| Email        | <p>Достигнуто максимальное количество <b>попыток переотправки</b> сообщения.</p> <p>Сообщение не успело отправиться и было удалено на сендере (время жизни настраиваемое).</p> <p>Сообщение было удалено из очереди пользователем.</p> <p>Сообщение было отправлено на несуществующий ящик (<b>hard bounce</b>).</p> |
| SMS          | Изучите документацию вашего провайдера (причины могут отличаться)  |
| Push         | Невалидный push-токен в подписке на ресурс (токен устарел)   |
| Telegram Bot | Невалидный chat_id   |
| Viber        | Изучите документацию вашего провайдера (причины могут отличаться)  |
| WhatsApp     | Изучите документацию вашего провайдера (причины могут отличаться)  |
| Notify       | Изучите документацию вашего провайдера (причины могут отличаться)  |

В некоторых случаях, причину недоставки определить невозможно. Такие недоставки могут происходить по неизвестным ошибкам сети. Во всех отчетах подобные ошибки маркируются **"undefined"**.

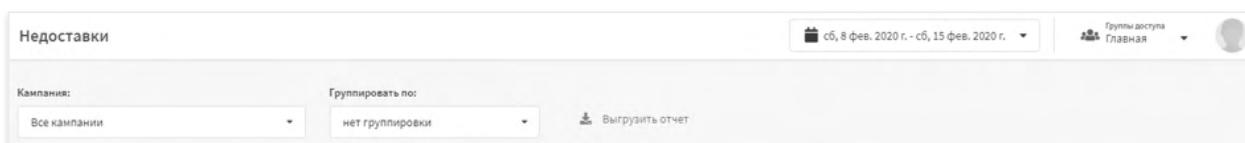
## ⚠ К СВЕДЕНИЮ

Платформа Altcraft допускает погрешность 0,02% при составлении отчетов

# 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:

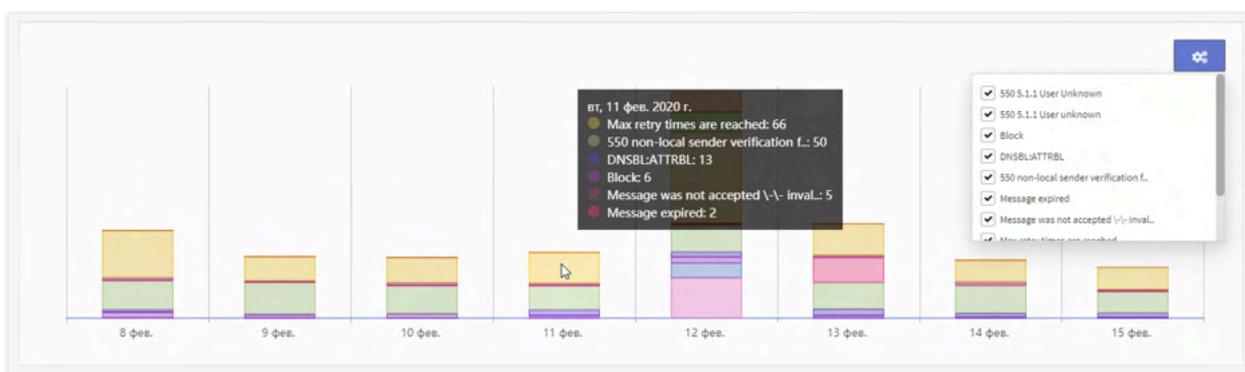


## 💡 ПОДСКАЗКА

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:

| Группировано ▾ | To domain ▾   | Bounce 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.<br>Max retry times are reached | 27           |
| Все компании   | inbox.ru      | 550 non-local sender verificatio..  | 24           |
| Все компании   | att.net       | DNSBL:ATTRBL  | 24           |
| <b>Итого:</b>  |               |   | <b>2 607</b> |

# Интеграции



Синхронизаци  
я статических  
сегментов



Яндекс.Аудито  
рии™



Аудитории  
Google Ads



Facebook Ads  
Manager™



Область  
видимости  
интеграции



WhatsApp



Viber



Tilda™



**Yandex  
AppMetrica™**



**Lpgenerator™**



**VK Реклама™**



**Интеграция  
сторонних  
сервисов с  
Altcraft через  
Albato**



**Захват  
СОБЫТИЙ**

# Синхронизация статических сегментов

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**.

## подсказка

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:

Основные Активная

Имя: \*  
Новая интеграция

Интеграция с:  
Синхронизация статических сегментов

Описание:  
Интеграция использует информацию статических сегментов для обновления данных о группах клиентов во внешней SQL таблице.

Теперь задайте [область видимости интеграции](#). 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.

### ПОДСКАЗКА

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();
```

Использовать батч    Размер батча:     Таймаут:

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

## Добавление и удаление профилей, очистка сегмента

### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Запросы на добавление и удаление профилей являются **обязательными** для интеграции.

События добавления или удаления профилей клиентов в статический сегмент можно экспортировать по одному или батчем. В случае использования батча устанавливается количество добавленных профилей (**Размер батча**) и время (**Таймаут**), по прошествии которого синхронизация будет запущена, даже если необходимое количество профилей не накопилось.

### ▶ Пример структуры таблицы данных

#### К СВЕДЕНИЮ

**segId** — идентификатор статического сегмента

**clientId** — уникальный идентификатор клиента в датацентре компании

**updated** — время добавления или удаления профиля

mysegment

| Field    | Type         | Null | Key | Default | Extra |
|----------|--------------|------|-----|---------|-------|
| segId    | int(11)      | YES  |     | NULL    |       |
| clientId | varchar(255) | YES  |     | NULL    |       |
| updated  | datetime     | YES  |     | NULL    |       |

► Пример запроса на добавление профилей батчем

! К СВЕДЕНИЮ

{segment\_id} — идентификатор сегмента в платформе

{\$lead.CustomID} — кастомное (дополнительное) поле профиля.

Батч настраивается следующим циклом:

```
{for $index, $lead = $batch}
  ({segment_id}, "{$lead.CustomID}", NOW()){autocomma} //
  Здесь определяются поля для экспорта
{end}
```

[Полный список переменных Altcraft.](#)

```
INSERT INTO mysegment (segId, clientId, updated)
VALUES
{for $index, $lead = $batch}
  ({segment_id}, "{$lead.CustomID}", NOW()){autocomma}
{end}
ON DUPLICATE KEY UPDATE
  updated = NOW();
```

▶ Пример запроса на удаление профилей батчем

---

⚠ К СВЕДЕНИЮ

{segment\_id} — идентификатор сегмента в платформе.

{lead.CustomID} — кастомное (дополнительное) поле профиля.

[Полный список переменных Altcraft.](#)

```
DELETE FROM mysegment
WHERE segment_id = {segment_id}
AND clientId IN ({batch_in "CustomID"})
```

▶ Пример запроса на удаление всех профилей из сегмента

---

⚠ К СВЕДЕНИЮ

{segment\_id} — идентификатор сегмента в платформе.

[Полный список переменных Altcraft.](#)

```
DELETE FROM mysegment
WHERE segment_id = {segment_id}
```

## Добавление/обновление и удаление сегмента

Дополнительно вы можете настроить экспорт событий о добавлении нового сегмента, обновлении данных существующего и удалении сегмента. Данные о сегментах экспортируются в отдельную SQL таблицу:

### ► Пример структуры таблицы данных

#### ! К СВЕДЕНИЮ

`name` — название (Имя) статического сегмента

`segment_id` — уникальный ID сегмента в Altcraft

`updated` — дата события

segments

| Field                   | Type                      | Null | Key | Default | Extra |
|-------------------------|---------------------------|------|-----|---------|-------|
| <code>name</code>       | <code>varchar(255)</code> | YES  |     | NULL    |       |
| <code>segment_id</code> | <code>int(11)</code>      | YES  |     | NULL    |       |
| <code>updated</code>    | <code>datetime</code>     | YES  |     | NULL    |       |

### ► Пример запроса на добавление/обновление сегмента

```
INSERT INTO segments (segment_id,name,updated)
VALUES
    ({segment_id}, "{segment_name}", NOW())
ON DUPLICATE KEY UPDATE
    name = "{segment_name}",
    updated = NOW();
```

► Пример запроса на удаление сегмента

ⓘ К СВЕДЕНИЮ

{segment\_id} — идентификатор сегмента в платформе

[Полный список переменных Altcraft.](#)

```
DELETE FROM segments
WHERE segment_id = {segment_id}
LIMIT 1
```

ⓘ К СВЕДЕНИЮ

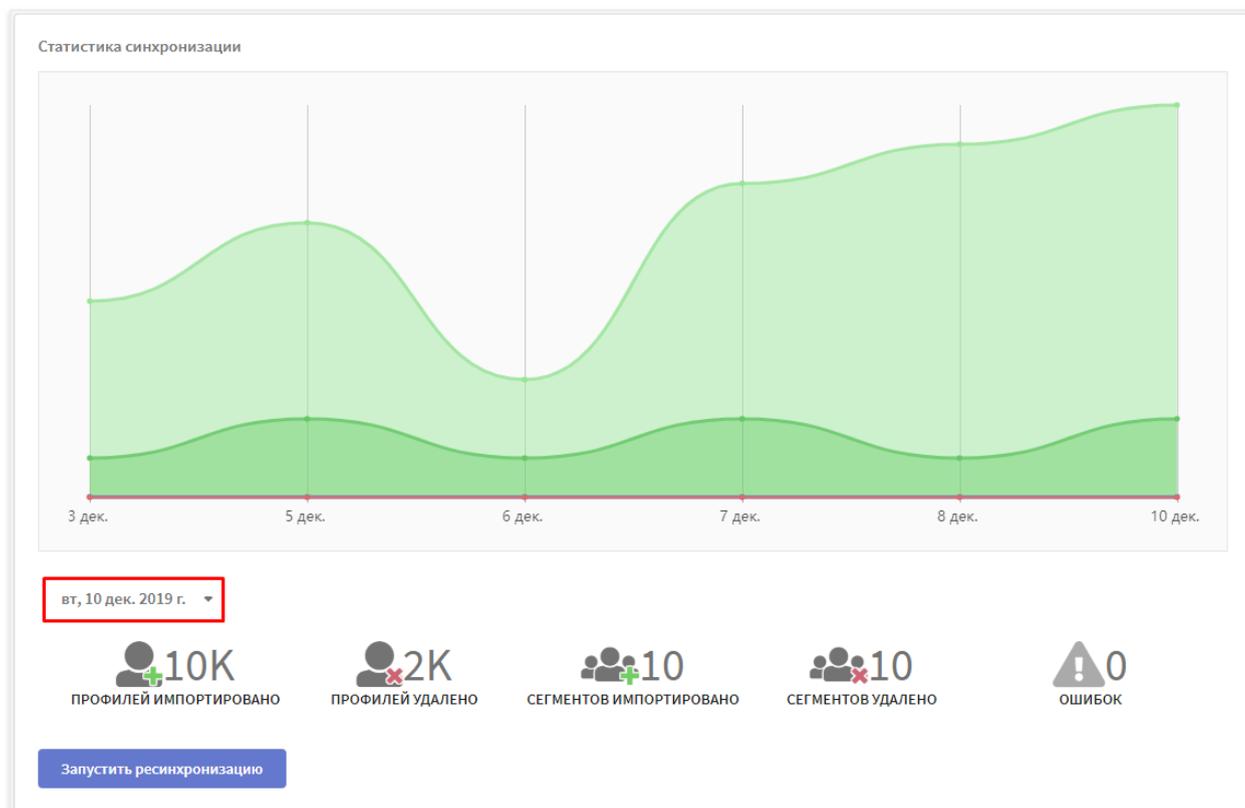
Если вы передаете данные профиля во внешнюю базу через переменные, то одинарные кавычки ' будут экранироваться. В зависимости от типа базы для экранирования используются разные символы:

| БД                               | Символ экранирования  | Пример   |
|----------------------------------|-----------------------|----------|
| MySQL, MSSQL, PostgreSQL, Oracle | ' (одинарная кавычка) | value's  |
| ClickHouse                       | \ (обратный слеш)     | value\'s |

## 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 перерассчитать данные сегментов для выгрузки.



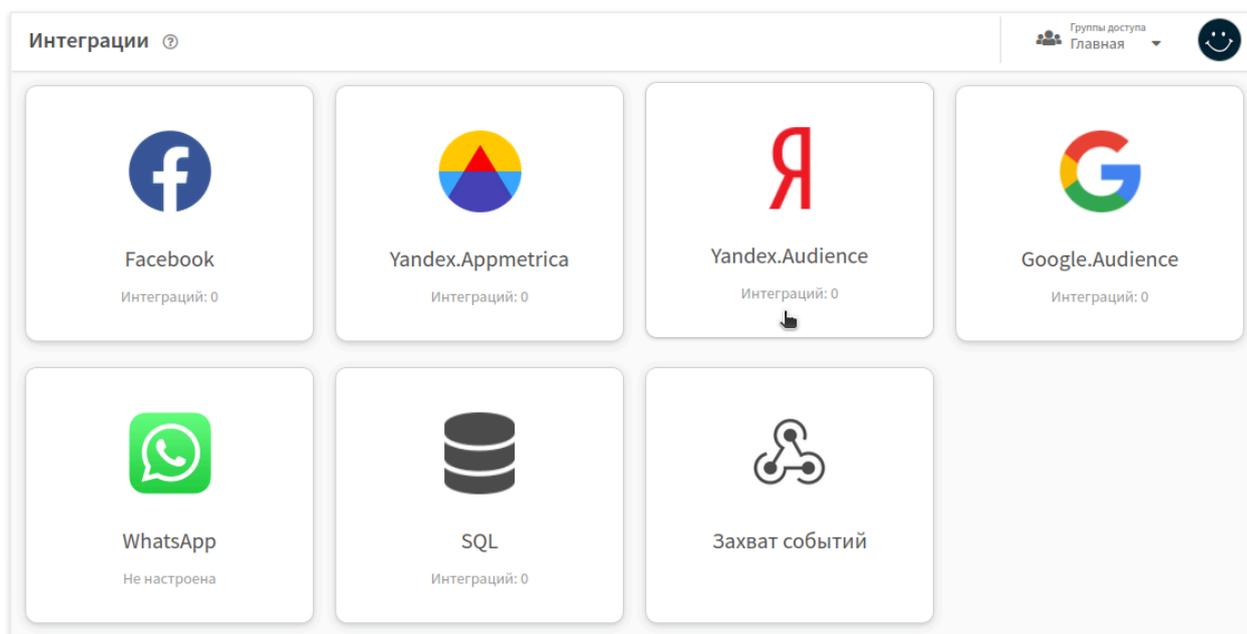
# Яндекс.Аудитории™

Интеграция с Яндекс.Аудитории™ позволяет синхронизировать данные [статических сегментов](#) Altcraft Platform с сегментами в [Яндекс.Аудитории™](#). Другими словами, вы переносите сегменты из платформы в Яндекс.Аудитории™, чтобы затем этот сервис, используя полученные данные о профилях, нашел нужных людей и запустил для них таргетированную рекламу.

Чтобы добавить синхронизацию, в главном меню кликните "**Интеграции**". Выберите тип интеграции — Yandex.Audience, а затем в верхней части страницы нажмите кнопку **+ Создать**.

## 💡 ПОДСКАЗКА

Для интеграции с Яндекс.Аудитории™ необходимо настроить **подключение** в платформе Altcraft. Подробную инструкции вы найдете [здесь](#).



## Настройка

### Основные

На вкладке "Основные" введите **Имя** и **Описание**. Здесь же находится переключатель, с помощью которого вы можете активировать или остановить

интеграцию:

Основные Активная

Имя интеграции: \*

Описание интеграции:

## Настройки интеграции

Ниже выберите **тип выгружаемых из платформы данных**:

- **CRM-данные:** email и номер телефона.
- **Идентификаторы мобильных устройств:** данные берутся из подписок профилей. Яндекс.Аудитории принимает такие типы идентификаторов, как **AppMetrica with Google AID** и **AppMetrica with iOS IFA**.
- **MAC-адреса:** в базе данных должно быть дополнительное поле, в котором хранится mac-адрес профиля.

Задайте **область видимости интеграции**. Выберите **подключение** к Яндекс.Аудитории™, которое вы настроили ранее:

Настройки интеграции

Тип выгружаемых из платформы данных: \*

Выберите базу данных: \*

Синхронизировать: \*

Выберите подключение: \*

### ПОДСКАЗКА

Обратите внимание, что в Яндекс.Аудитории™ нельзя построить сегмент, который будет содержать менее 100 профилей.

## Расписание интеграции

Установите, с какой периодичностью вы хотите обновлять данные сегментов. Подробнее о том, как настроить расписание в платформе, читайте в [этом разделе](#).

Расписание интеграции

Каждый день в выбранное время

---

**Время:** 09:00 

**Часовой пояс:** Часовой пояс аккаунта (Europe/Moscow)

Деактивировать расписание после указанной даты

---

Расписание

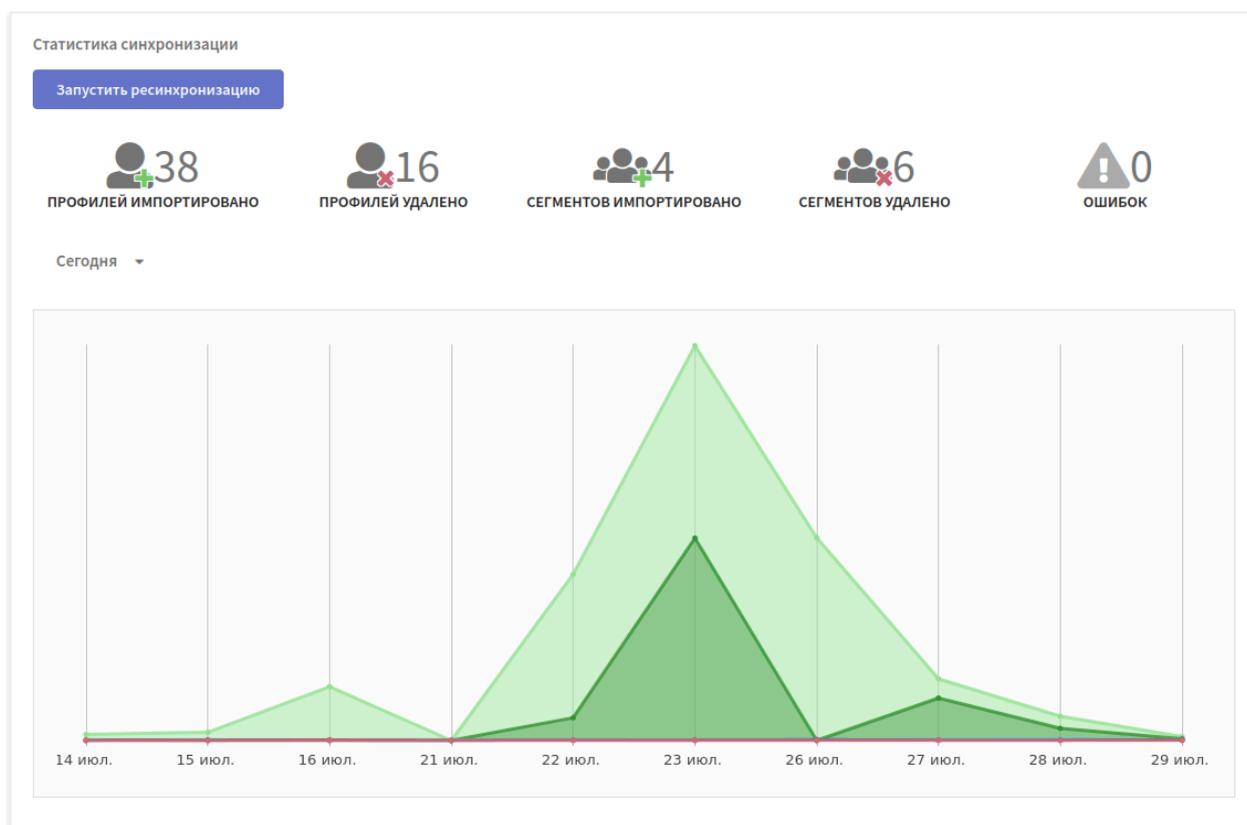
|                       |                        |                        |                        |
|-----------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| 1 2021-07-29 09:00:00 | 2 2021-07-30 09:00:00  | 3 2021-07-31 09:00:00  | 4 2021-08-01 09:00:00  |
| 5 2021-08-02 09:00:00 | 6 2021-08-03 09:00:00  | 7 2021-08-04 09:00:00  | 8 2021-08-05 09:00:00  |
| 9 2021-08-06 09:00:00 | 10 2021-08-07 09:00:00 | 11 2021-08-08 09:00:00 | 12 2021-08-09 09:00:00 |

## Статистика синхронизации

В этом блоке отображается информация о количестве успешных операций за указанное время, а именно, сколько:

- **профилей импортировано** (количество профилей в платформе, которые вошли в сегмент);
- **профилей удалено** (количество профилей в платформе, которые вышли из сегмента);
- **сегментов импортировано** (количество сегментов платформы, которые включили в синхронизацию с Яндекс.Аудиторией);
- **сегментов удалено** (количество сегментов платформы, которые исключили из синхронизации).

С помощью кнопки "**Запустить ресинхронизацию**" вы можете заново отправить данные по сегментам в Яндекс.Аудитории™.



Кроме того, здесь отображаются ошибки, возникшие при синхронизации. Кликните на соответствующую иконку, чтобы посмотреть детали ошибок:

3  
 ОШИБОК

**Детали ошибок запросов:**

- in#not enough profiles in a segment 1: 1 times
- in#not enough profiles in a segment 2: 1 times
- in#not enough profiles in a segment 6: 1 times
- in#not enough profiles in a segment 7: 1 times
- in#segment 20095620 is not in final state: is\_processed: 1 times

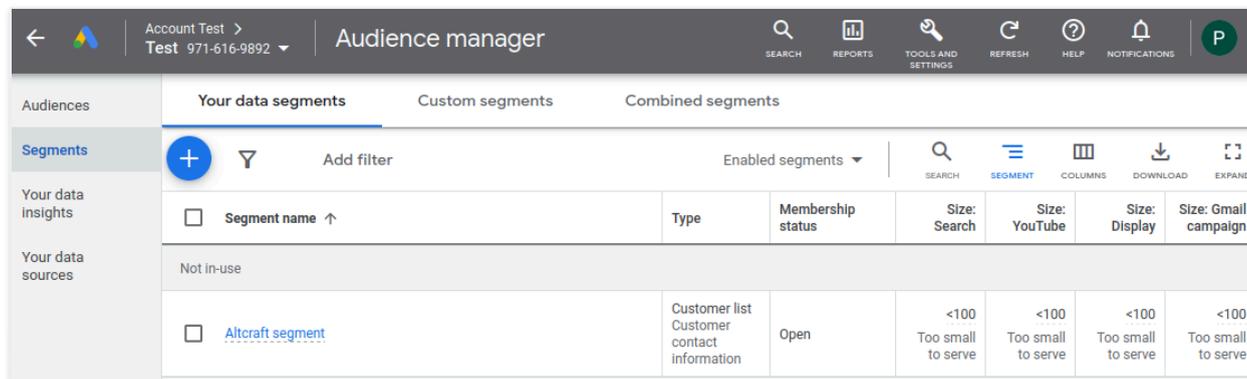
В таблице показаны текущие статусы сегментов, в которых они пребывают в Яндекс.Аудитории™ на данный момент:

**Информация об аудиториях**

| Сегмент                         | Аудитория              | Количество | Статус | Последняя синхронизация |
|---------------------------------|------------------------|------------|--------|-------------------------|
| <a href="#">#91 seg 1 ya.Au</a> | seg 1 ya.Au (20054702) | 772        | Готов  | 2021-07-21 08:59:21     |
| <a href="#">#92 seg 2 ya.Au</a> | seg 2 ya.Au (20054703) | 806        | Готов  | 2021-07-21 08:59:22     |
| <a href="#">#93 seg 3 ya.Au</a> | seg 3 ya.Au (20054704) | 877        | Готов  | 2021-07-21 08:59:23     |

# Аудитории Google Ads

Интеграция с Google Ads позволяет синхронизировать данные клиентов из [статических сегментов](#) Altcraft Platform с аудиториями в Google Ads. После экспорта сегментов в рекламный кабинет вы сможете использовать полученные данные для рекламы в поиске Google, Gmail, YouTube и контекстно-медийной сети Google.



The screenshot shows the Google Ads Audience Manager interface. The top navigation bar includes 'Account Test > Test 971-616-9892' and 'Audience manager'. Below the navigation bar, there are tabs for 'Your data segments', 'Custom segments', and 'Combined segments'. The 'Your data segments' tab is active, showing a table with columns: 'Segment name', 'Type', 'Membership status', 'Size: Search', 'Size: YouTube', 'Size: Display', and 'Size: Gmail campaign'. The table contains one row for 'Altcraft segment' with a membership status of 'Open' and sizes of '<100 Too small to serve' for all categories.

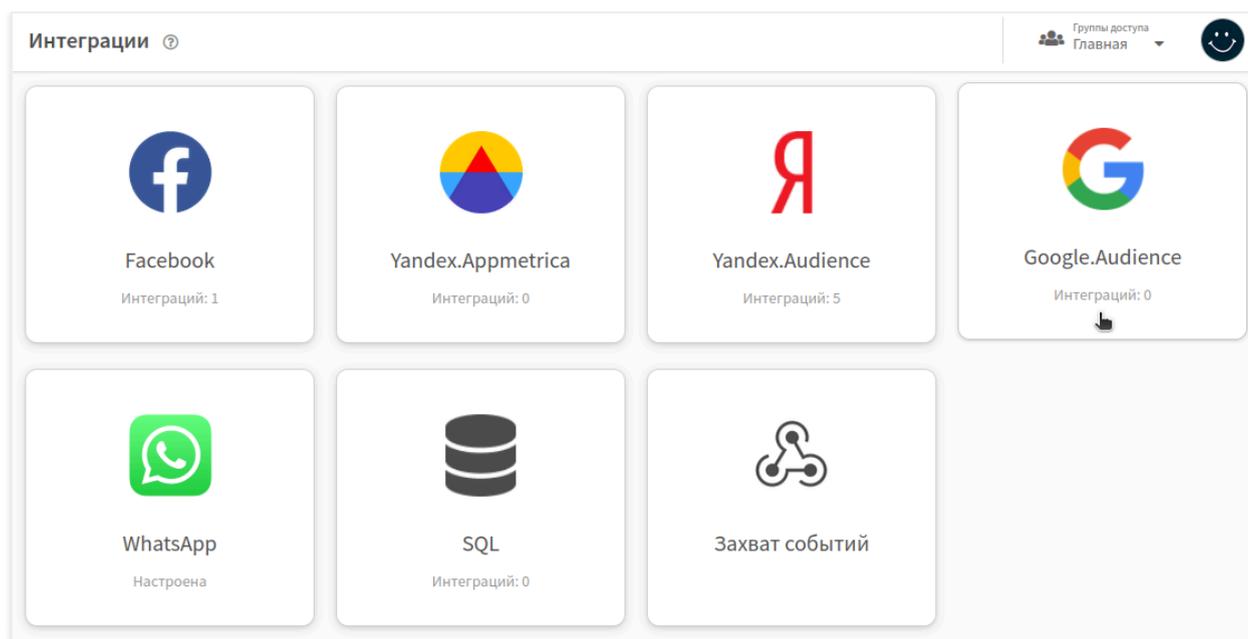
| Segment name     | Type  | Membership status | Size: Search               | Size: YouTube              | Size: Display              | Size: Gmail campaign       |
|------------------|---|-------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Altcraft segment | Customer list<br>Customer contact information | Open              | <100<br>Too small to serve |

Для создания интеграции необходима учетная запись [Google Ads](#) и соответствующие учетные данные администратора.

Чтобы начать работу, перейдите в раздел "[Интеграции](#)". Выберите тип интеграции — Google.Audience. Откроется список готовых интеграций. Чтобы настроить новую, нажмите кнопку **+ Создать** на верхней панели .

## 💡 ПОДСКАЗКА

Для интеграции с аудиториями Google Ads необходимо настроить подключение в платформе Altcraft. Подробную инструкции вы найдете в [этой статье](#).



# Настройка

## Основные настройки

На вкладке "Основные" введите **имя** и **описание**. Здесь же находится переключатель, с помощью которого вы можете активировать или остановить интеграцию:

Основные  Активная

Имя интеграции: \*

Описание интеграции:

## Настройки интеграции

Ниже выберите **тип выгружаемых из платформы данных**:

- Email адреса
- Рекламные идентификаторы (в базе данных должно быть дополнительное поле, в котором хранится рекламный идентификатор профиля)
- Номера телефонов

Задайте [область видимости интеграции](#). Выберите [подключение](#) к Google Ads, которое вы настроили ранее.

Настройки интеграции

Тип выгружаемых из платформы данных: \*

Email адреса ▾

Выберите базу данных: \*

51 - B2C customers ▾

Синхронизировать: \*      Выберите из списка: \*

Некоторые сегменты ▾      24 - Static meteoric segment Статический ✕ ▾

Выберите подключение: \*

68 - Google connection ▾

### 💡 ПОДСКАЗКА

Обратите внимание, что в Google Ads нельзя показывать рекламу для сегмента, который содержит менее 100 профилей.

## Расписание интеграции

Установите, с какой периодичностью вы хотите обновлять данные сегментов. Подробнее о том, как настроить расписание в платформе, читайте в [этом разделе](#).

Расписание интеграции

Каждый день в выбранное время ▾

Время: 09:00 ⌚

Часовой пояс: Часовой пояс аккаунта (Europe/Moscow) ▾

Деактивировать расписание после указанной даты

Расписание

|                       |                        |                        |                        |
|-----------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| 1 2021-07-29 09:00:00 | 2 2021-07-30 09:00:00  | 3 2021-07-31 09:00:00  | 4 2021-08-01 09:00:00  |
| 5 2021-08-02 09:00:00 | 6 2021-08-03 09:00:00  | 7 2021-08-04 09:00:00  | 8 2021-08-05 09:00:00  |
| 9 2021-08-06 09:00:00 | 10 2021-08-07 09:00:00 | 11 2021-08-08 09:00:00 | 12 2021-08-09 09:00:00 |

# Статистика синхронизации

В этом блоке отображается информация о количестве аудиторий, которые были успешно добавлены или обновлены. Если в ходе синхронизации возникли ошибки, вы можете изучить детали, кликнув на соответствующую иконку.

С помощью кнопки **"Запустить ресинхронизацию"** можно заново отправить данные по сегментам в аудиторию Google.

В таблице ниже собрана информация по каждому сегменту: название сегмента в Altcraft и сегмент в Google Ads, с которым он синхронизируется, а также размер аудитории и статус последней синхронизации. Вы можете посмотреть детальную историю всех синхронизаций, нажав на иконку .

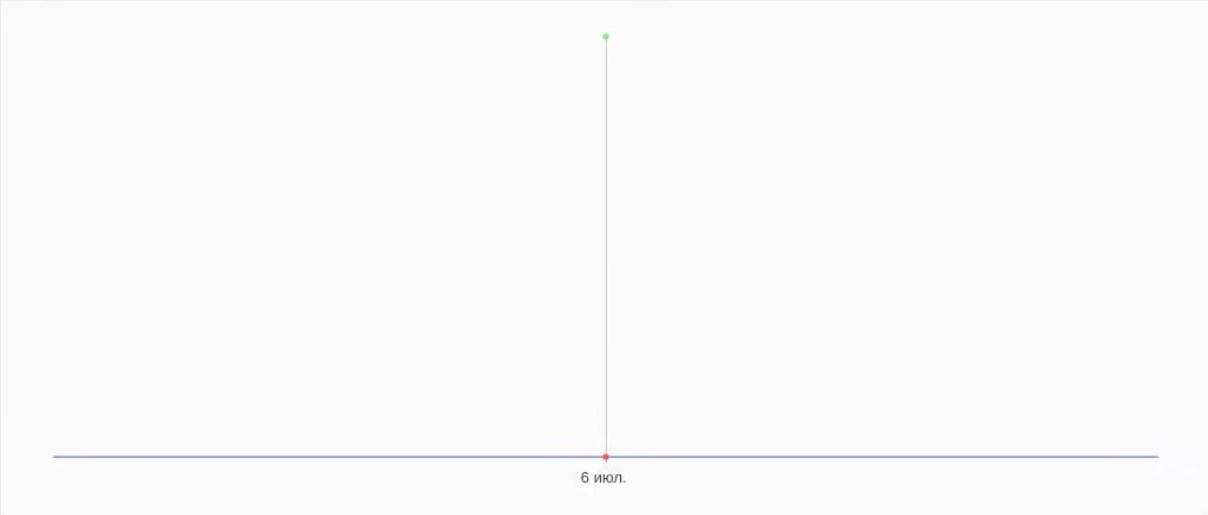
Статистика синхронизации

[Запустить ресинхронизацию](#)

 **2**  
АУДИТОРИЙ ДОБАВЛЕНО/  
ОБНОВЛЕНО

 **0**  
ОШИБОК

Сегодня ▾



6 июл.

Информация об аудиториях

| Сегмент                            | Аудитория  | Количество | Статус  | Задания   |
|------------------------------------|--|------------|---|---|
| <a href="#">#92 For Google Ads</a> | (92) For Google Ads (emails) (customers/9547395462/userLists/7275945698) | 0          |  |  |

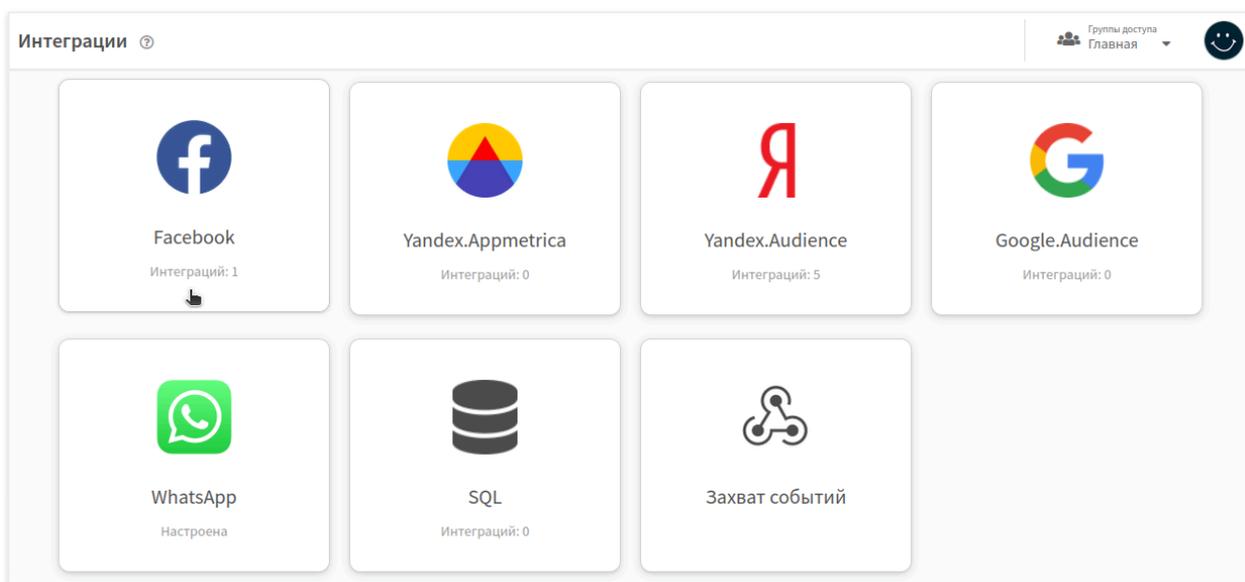
# Facebook Ads Manager™

Интеграция с Facebook™ Ads Manager позволяет синхронизировать данные **статических сегментов** Altcraft Platform с **пользовательскими аудиториями** в Facebook™. Для этого вам необходимо создать отдельный статический сегмент в платформе Altcraft для каждой пользовательской аудитории Facebook™.

Чтобы добавить синхронизацию, перейдите в раздел "**Интеграции**". Выберите тип интеграции — Facebook™. Откроется список готовых интеграций. Чтобы добавить новую, нажмите кнопку **+ Создать** в верхней части страницы.

## 💡 ПОДСКАЗКА

Для интеграции с Facebook Ads Manager™ необходимо настроить подключение в платформе Altcraft. Подробную инструкцию вы найдете [здесь](#)



## Настройки интеграции

На вкладке "Основные" введите **Имя** и **Описание**. Здесь же находится переключатель, с помощью которого вы можете активировать или остановить интеграцию:

Основные Активная

Имя интеграции: \*

Описание интеграции:

Ниже задайте [область видимости интеграции](#). Выберите [подключение](#) к Facebook, которое вы настроили ранее:

Настройки интеграции

Выберите базу данных: \*

Синхронизировать: \*

Выберите подключение: \*

## Тип данных для поиска профилей

Теперь необходимо выбрать **тип данных для поиска профилей**:

Тип данных для поиска профилей

Контактные данные ⓘ
  Гео данные ⓘ
  Личные данные ⓘ
  Внешний идентификатор ⓘ

Тип данных для поиска профилей — это информация, которую платформа Altcraft предоставляет для Facebook™. Facebook™ будет искать совпадение переданных данных с данными своих пользователей. Как только совпадение будет найдено, данный пользователь попадет в вашу пользовательскую аудиторию.

| Тип данных для поиска | Описание                                   |
|-----------------------|--|
| Контактные данные     | Email и телефоны (в том числе из подписок) |
| Гео-данные            | Страна, город                              |
| Личные данные         | Имя, фамилия, дата рождения, пол           |
| Внешний идентификатор | Матчинг по выбранному полю профиля         |

По умолчанию поиск профилей настроен по **контактным данным**.

Для поиска профиля необходим идентификатор. Идентификатором могут выступать либо **контактные данные**, либо **внешний идентификатор**. По этой причине вы не можете в качестве типа данных для поиска профилей выбрать только **гео данные** или **личные данные** — вместе с ними обязательно должно быть отмечено одно из двух полей: контактные данные или внешний идентификатор.

#### ПОДСКАЗКА

Иногда в пользовательской аудитории Facebook™ для одного подписчика, который был импортирован из статического сегмента Altcraft, создается несколько профилей. Такое поведение вызвано тем, что в платформе Altcraft этот профиль был подписан на несколько ресурсов и каждая подписка была перенесена в Facebook по отдельности.

## Внешний идентификатор

Если вы укажете поиск профилей по внешнему идентификатору, то ниже у вас появится новое поле, в котором вам необходимо **выбрать источник внешнего идентификатора**.



Выберите источник внешнего идентификатора: \*

external\_id

Внешний идентификатор необходимо завести не только в платформе Altcraft, но и в Facebook™.

Внешний идентификатор в Altcraft — это **кастомное поле** в базе профилей. Добавьте это поле в базу, а затем выберите его как источник внешнего идентификатора.

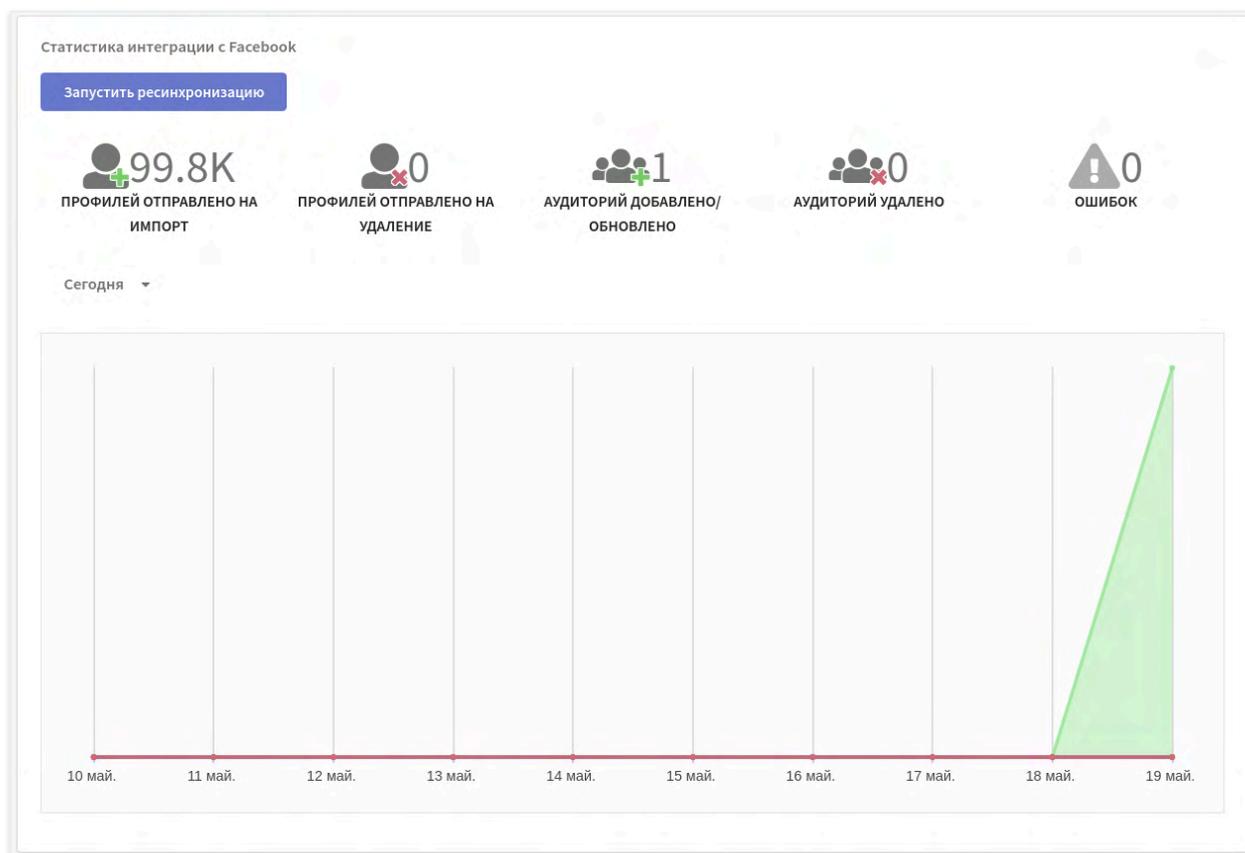
Внешний идентификатор в Facebook™ (External ID) — это уникальный строковой идентификатор, который вы передаете в Facebook™ вместе с другими данными о пользователе. После этого Facebook™ находит пользователя и привязывает этот id к нему. Подробнее об External ID в Facebook читайте [здесь](#).

## Статистика интеграции с Facebook™

В этом блоке отображается информация о количестве успешных операций за указанное время, а именно, сколько:

- профилей отправлено на импорт
- профилей отправлено на удаление
- аудиторий добавлено/обновлено
- аудиторий удалено

С помощью кнопки "**Запустить ресинхронизацию**" вы можете заново отправить данные по сегментам в Facebook™.



Кроме того, здесь отображаются ошибки, возникшие при синхронизации. Кликните на соответствующую иконку, чтобы посмотреть детали ошибок:

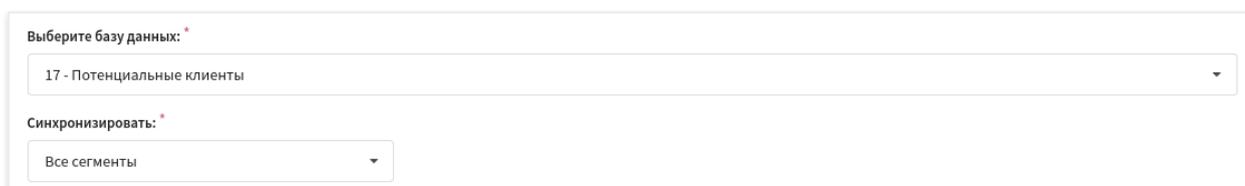
**Детали ошибок запросов:**  
200: 1870050 Permissions error: 2 times  
connection id '3' is not ready: 1 times



# Область видимости интеграции

Область видимости интеграции — это область, в пределах которой находятся профили, данные которых вы хотите экспортировать во внешние системы. Она ограничивается [базой профилей](#) и [статическими сегментами](#).

Настройка области видимости необходима при всех интеграциях, где происходит синхронизация со статическими сегментами платформы Altcraft Marketing.



Выберите базу данных: \*

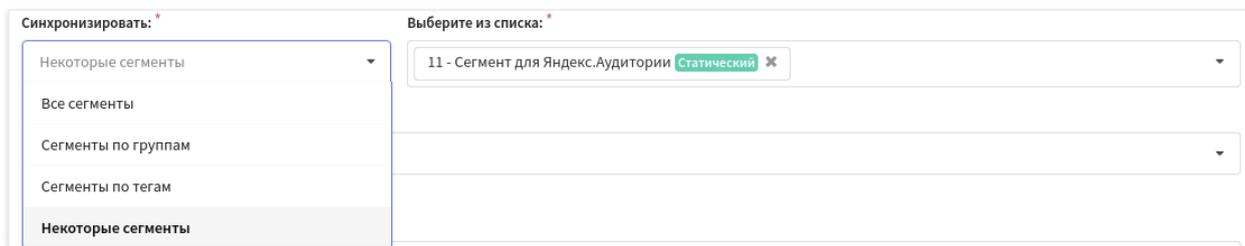
17 - Потенциальные клиенты

Синхронизировать: \*

Все сегменты

**Сегменты** можно сгруппировать следующим образом:

- **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 вручную выберите необходимые сегменты.



Синхронизировать: \*

Некоторые сегменты

Все сегменты

Сегменты по группам

Сегменты по тегам

Некоторые сегменты

Выберите из списка: \*

11 - Сегмент для Яндекс.Аудитории **Статический** ✕

# WhatsApp

Интеграция с WhatsApp позволит автоматизировать коммуникацию с подписчиками в мессенджере. Настроив этот канал, вы сможете:

- отправлять подписчикам персонализированные сообщения в приложении;
- сегментировать аудиторию на основе поведения пользователей;
- использовать WhatsApp канал для настройки сценария;
- собирать статистику и анализировать полученные данные.

## ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Для отправки сообщения пользователю в WhatsApp необходимо его согласие на получение сообщений от вашей компании. [Подробнее.](#)

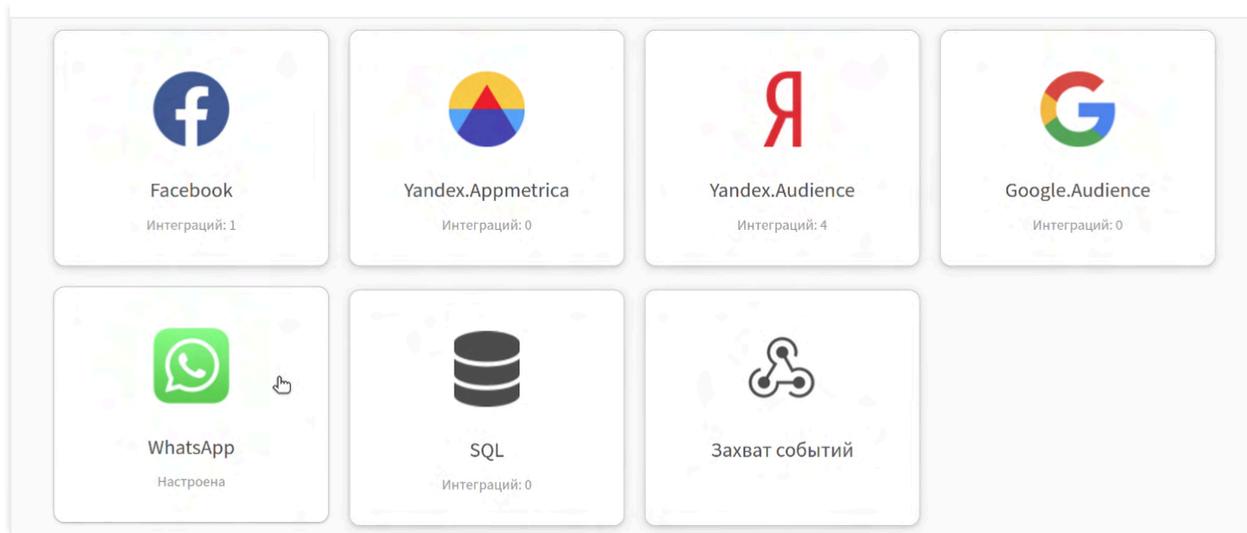
Интеграция реализована через официальных провайдеров: [Edna](#) или [360dialog](#). Зарегистрируйте аккаунт у одного из провайдеров, а затем свяжите аккаунт с Altcraft Platform через подключение. Инструкция по подключению к [Edna](#) и [360dialog](#) доступна на портале документации.

## ПОДСКАЗКА

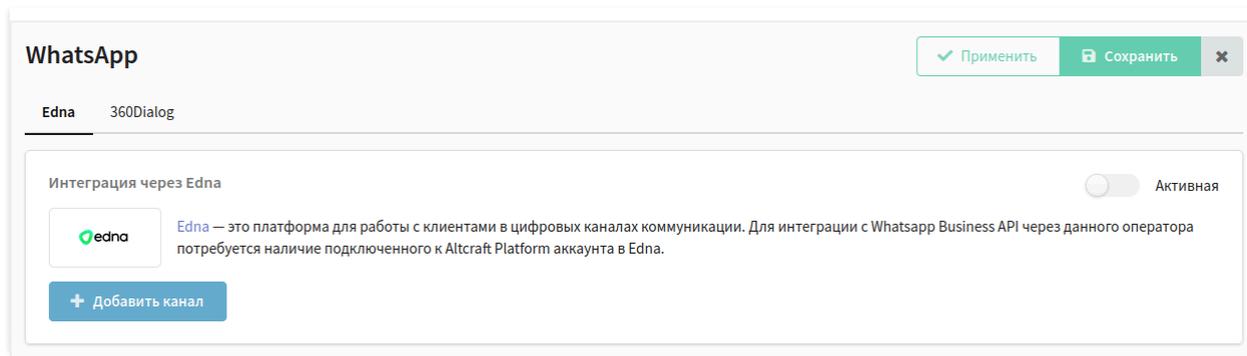
Помимо услуг провайдера, вам также придётся отдельно оплачивать сообщения, отправленные пользователям. Подробнее о стоимости сообщений в WhatsApp вы можете узнать [здесь](#).

# Настройка интеграции

Откройте раздел "**Интеграции**" и выберите тип интеграции — **WhatsApp**:



Перейдите на вкладку вашего провайдера:



## Edna

**Активируйте** интеграцию с помощью переключателя в правом верхнем углу. Нажмите "**Добавить канал**".

Справа появится окно, где сначала необходимо выбрать доступное подключение:



## Выбор подключения Edna

🔍 Введите имя подключения

+ Создать

| ID | Имя                              | Статус     |
|----|----------------------------------|------------|
| 28 | Edna подключение 1<br>Каналов: 2 | ✓ активное |
| 29 | Edna подключение 2<br>Каналов: 5 | ✓ активное |

### ▶ Нет доступных подключений

Если у вас ещё не настроено подключение к Edna, вы можете создать его непосредственно в этом окне.

Нажмите "**Создать**". Введите имя и описание подключения. Далее укажите API-токен, сгенерированный в личном кабинете Edna, и запустите проверку его валидности. Если токен прошёл проверку, нажмите кнопку "**Создать**" в правом нижнем углу.

#### 💡 ПОДСКАЗКА

Подробнее о создании подключения к Edna можно прочитать [здесь](#).

## Создание подключения

**Имя подключения \***

**Описание**

**Настройки подключения**



**Edna** — это платформа, через которую вы можете синхронизироваться с WhatsApp Business API. Для создания подключения необходимо наличие у вас зарегистрированного Edna-аккаунта(ов).

Чтобы настроить подключение, введите API-токен и запустите проверку его валидности.

**API-токен:** 

**Введенный токен действителен ✓**

По данному токenu были найдены следующие каналы:

- #1 WhatsApp channel 1
- #2 WhatsApp channel 2

Далее выберите активный **канал**. Канал должен находиться в статусе "Работает исправно".

После этого укажите **каскад**. **Edna каскад** – это сценарий, который задаёт последовательность отправки сообщений в несколько каналов, если в предыдущий канал сообщение не было доставлено.

**⚠ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ**

Некоторые каскады в списке могут быть недоступны. Такие каскады настроены на несколько каналов, и платформа считает их невалидными. Вы можете выбрать только каскады, в которых используется один канал.

Настроив канал и каскад, нажмите **"Добавить"** в правом нижнем углу.

Выбор канала

Подключение: Edna подключение 1

Канал: \*

WhatsApp channel 2

Каскад: ? \*

test\_cascade2

Данные по добавленному каналу отобразятся в интеграции. При необходимости вы можете добавить несколько каналов. Чтобы убрать канал из интеграции, нажмите **—**.

Интеграция через Edna Активная

Edna — это платформа для работы с клиентами в цифровых каналах коммуникации. Для интеграции с Whatsapp Business API через данного оператора потребуется наличие подключенного к Altcraft Platform аккаунта в Edna.

| Канал                 | Подключение            | Каскад              | Статус     |
|-----------------------|------------------------|---------------------|------------|
| #2 WhatsApp channel 2 | #28 Edna подключение 1 | #1089 test_cascade2 | ✓ активный |

+ Добавить канал

Не забудьте **сохранить интеграцию**, воспользовавшись кнопками в правом верхнем углу.

## 360dialog

**Активируйте** интеграцию с помощью переключателя в правом верхнем углу. Нажмите **"Добавить аккаунт"**.

Edna **360Dialog**

Интеграция через 360Dialog Активная

 360Dialog – это официальный WhatsApp Business API провайдер. Для интеграции с WhatsApp через данного оператора потребуется наличие подключенного к Altcraft Platform аккаунта в 360Dialog.

[+ Добавить аккаунт](#)

Выберите доступное **подключение** к 360dialog:

### Выбор подключения 360Dialog

[+ Создать](#)

| ID | Имя                                   | Статус       |
|----|---------------------------------------|--------------|
| 25 | WhatsApp connection<br>+790000000000  | ⚠ неактивное |
| 30 | 36dialog подключение<br>+790000000000 | ✅ активное   |

#### ▶ Нет доступных подключений

---

Если вы ещё не настраивали подключение к 360dialog, вы можете создать его непосредственно в этом окне.

Нажмите **"Создать"**. Введите имя и описание подключения. Далее укажите API-токен, сгенерированный в личном кабинете 360dialog, и запустите проверку его валидности. Если токен прошёл проверку, нажмите кнопку **"Создать"** в правом нижнем углу.



## Создание подключения

### Имя подключения \*

360dialog подключение

### Описание

Используется для интеграции с WhatsApp

### Настройки подключения



**360Dialog** — это провайдер WhatsApp Business API. Для создания подключения необходимо наличие у вас зарегистрированного в 360Dialog аккаунта(ов).

Чтобы настроить подключение, введите API-токен и запустите проверку его валидности.

API-токен: ?

Kzc5MDAwMDAwMDAw

Проверить

**Введенный токен действителен ✓**

По данному токenu был найден аккаунт, привязанный к номеру +79000000000

 ПОДСКАЗКА

Подробнее о создании подключения можно прочитать [здесь](#).

Данные по добавленному аккаунту отобразятся в интеграции. При необходимости вы можете добавить несколько аккаунтов.

Чтобы убрать аккаунт из интеграции, нажмите .

Интеграция через 360Dialog  Активная

 360Dialog — это официальный WhatsApp Business API провайдер. Для интеграции с WhatsApp через данного оператора потребуется наличие подключенного к Altcraft Platform аккаунта в 360Dialog.

| Аккаунт      | Подключение              | Статус     |   |
|--------------|--------------------------|------------|---|
| +79000000000 | #30 36dialog подключение | ✓ активный |  |

[+ Добавить аккаунт](#)

Нажмите кнопку **"Сохранить"** в правом верхнем углу, чтобы сохранить настроенную интеграцию.

После настройки интеграции вы можете использовать её для добавления Viber-канала в [ресурс](#).

# Viber

Интеграция с Viber позволит автоматизировать коммуникацию с подписчиками в мессенджере. Настроив этот канал, вы сможете:

- отправлять подписчикам персонализированные сообщения в мессенджер;
- сегментировать аудиторию на основе поведения пользователей;
- использовать Viber канал для настройки сценария;
- собирать статистику и анализировать полученные данные.

Интеграция может быть настроена несколькими способами: при помощи [Devino Telecom](#), [SMS Traffic](#) или [MTC OmniChannel](#). Прежде чем настраивать интеграцию, вам необходимо:

1. Зарегистрировать аккаунт в выбранном вами сервисе.
2. Создать подключение, чтобы связать аккаунт с Altcraft Platform.

## ПОДСКАЗКА

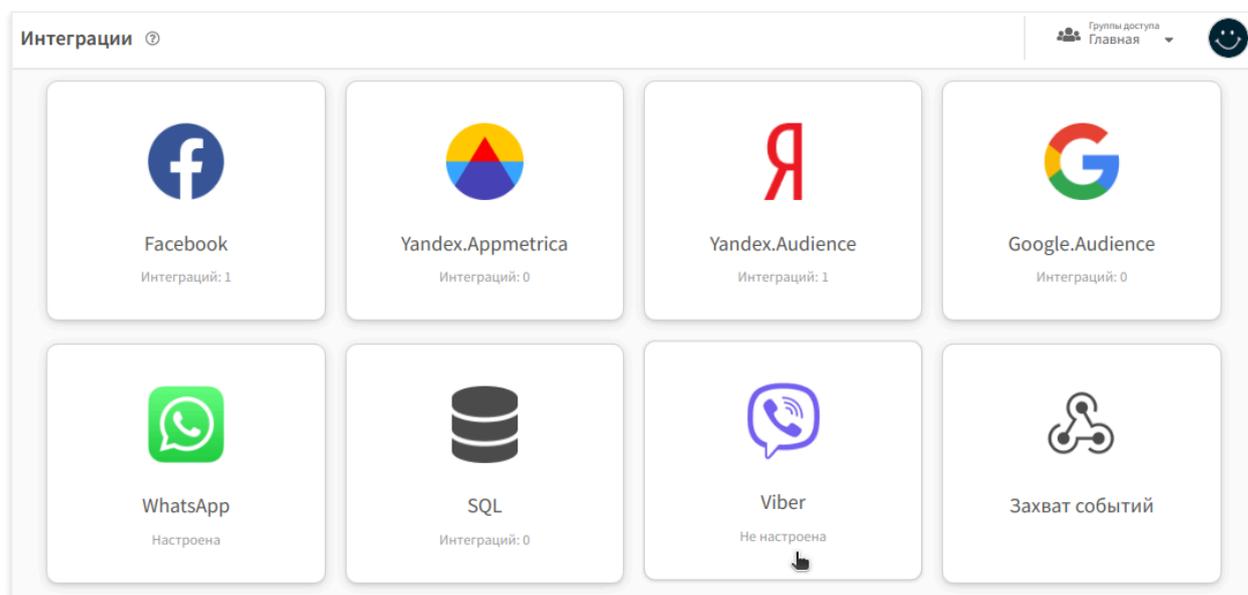
- Создание подключения через **Devino** описано в [этой статье](#).
- Создание подключения через **SMSTraffic** описано в [этой статье](#).
- Создание подключения через **MTC OmniChannel** описано в [этой статье](#).

## К СВЕДЕНИЮ

Стоимость сообщений определяется на стороне провайдера. Altcraft Platform не взимает дополнительной платы за отправку сообщений в Viber.

# Настройка интеграции

Откройте раздел **"Интеграции"** и выберите тип интеграции — **Viber**:



Перейдите на вкладку вашего провайдера:

**Viber** ✓ Применить Сохранить ×

Devino telecom **SMS Traffic** MTC OmniChannel

Интеграция через Devino telecom  Активная

 Devino Telecom — разработчик облачных платформ для общения бизнеса со своей аудиторией в цифровых каналах коммуникации. Для интеграции с Viber через данного оператора потребуется наличие подключенного к Altcraft Platform аккаунта в Devino Telecom.

[+ Добавить подключение](#)

---

**Viber** ✓ Применить Сохранить ×

Devino telecom **SMS Traffic** MTC OmniChannel

Интеграция через SMS Traffic  Активная

 SMS TRAFFIC — разработчик облачных платформ для взаимодействия бизнеса со своей аудиторией в цифровых каналах коммуникации. Для интеграции с Viber через этого провайдера требуется наличие аккаунта в SMS Traffic, подключенного к Altcraft Platform.

[+ Добавить подключение](#)

---

**Viber** ✓ Применить Сохранить ×

Devino telecom SMS Traffic **MTC OmniChannel**

Интеграция через MTC OmniChannel  Активная

 MTC OmniChannel платформа для рассылки сообщений через различные цифровые каналы. Для интеграции с Viber через данного оператора потребуется наличие подключенного к Altcraft Platform аккаунта в MTC OmniChannel.

[+ Добавить подключение](#)

## Devino

**Активируйте интеграцию** с помощью переключателя в правом верхнем углу. Нажмите **"Добавить подключение"**:

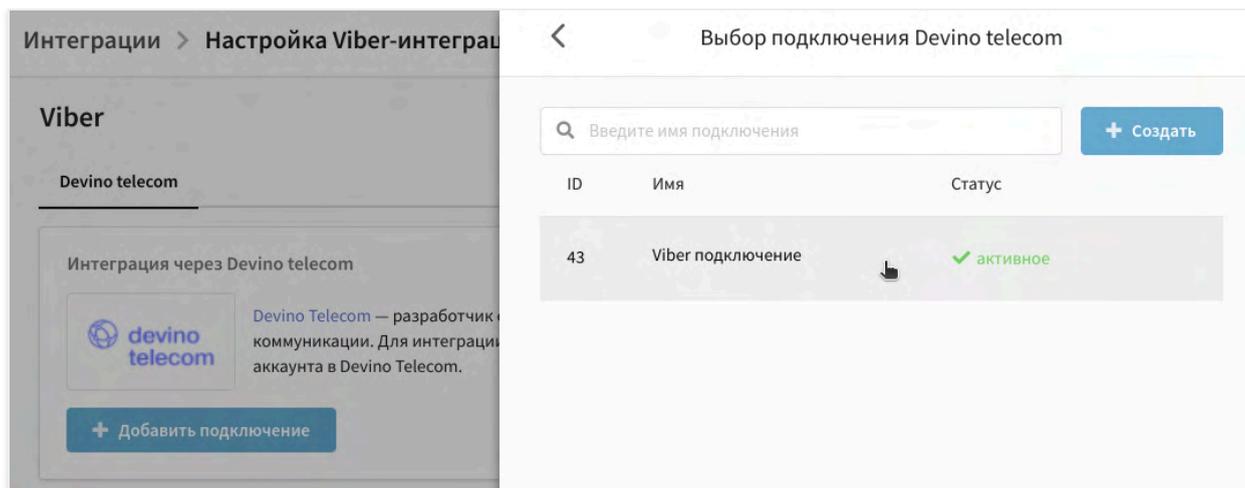
Devino telecom **SMS Traffic** MTC OmniChannel

Интеграция через Devino telecom  Активная

 Devino Telecom — разработчик облачных платформ для общения бизнеса со своей аудиторией в цифровых каналах коммуникации. Для интеграции с Viber через данного оператора потребуется наличие подключенного к Altcraft Platform аккаунта в Devino Telecom.

[+ Добавить подключение](#)

Справа появится окно, где необходимо выбрать доступное подключение:



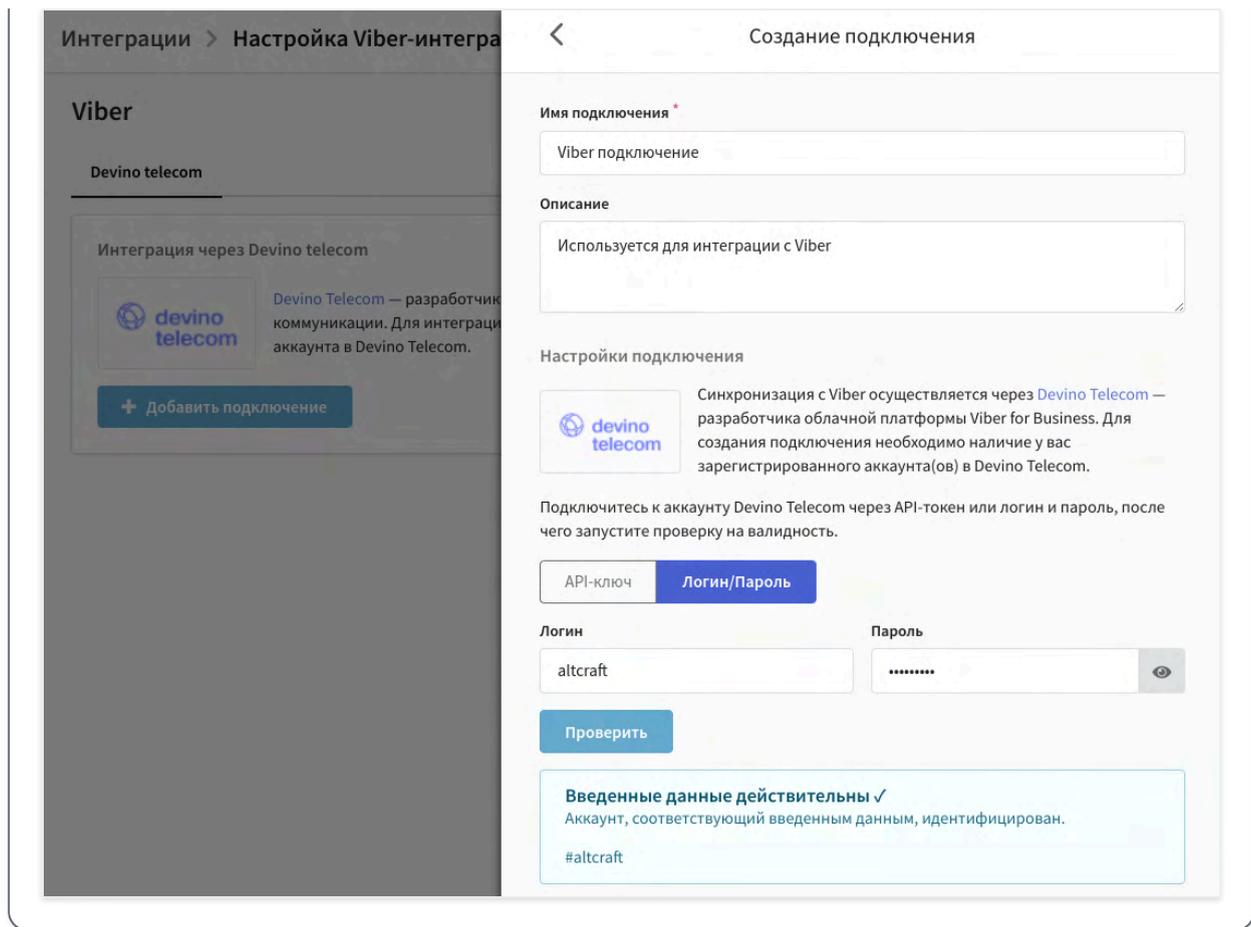
### ▶ Нет доступных подключений

Если у вас ещё не настроено подключение к провайдеру, вы можете создать его непосредственно в этом окне.

1. Нажмите **"Создать"**.
2. Введите **имя** и описание подключения.
3. Введите данные для авторизации (для Devino доступно два варианта авторизации).
4. Нажмите **"Проверить"**, чтобы запустить проверку валидности введенных данных.
5. Если введенные данные прошли проверку, нажмите кнопку **"Создать"** в правом нижнем углу.

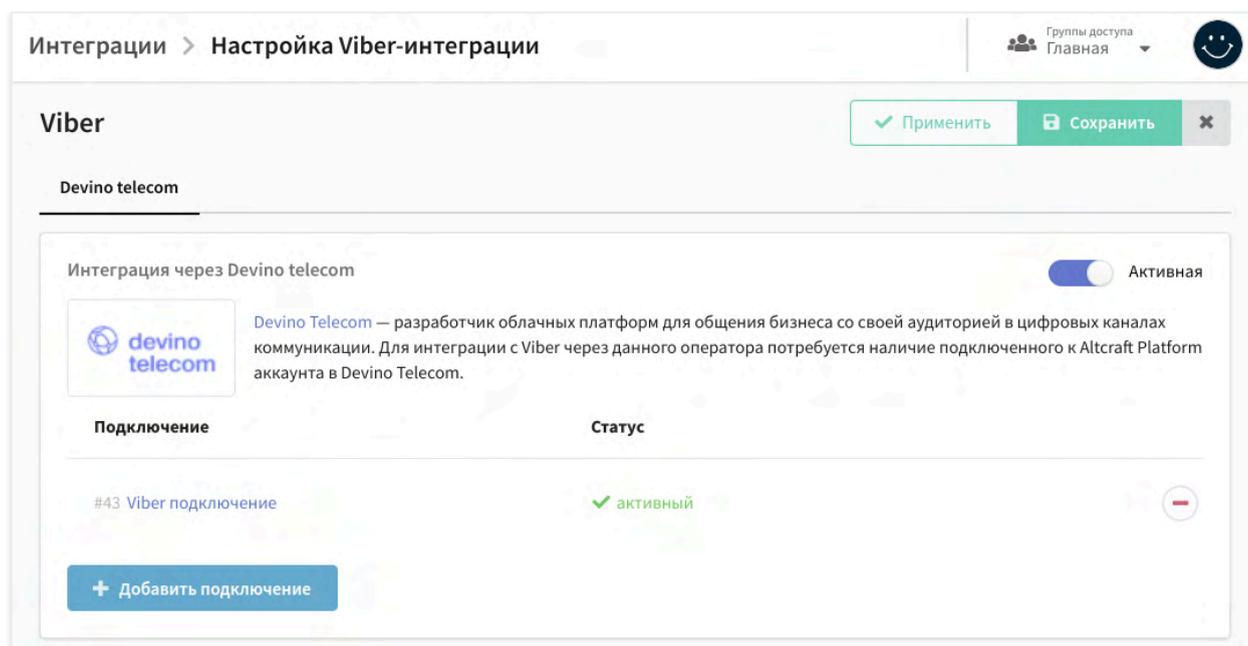
#### 💡 ПОДСКАЗКА

На портале документации опубликована подробная инструкция по созданию подключения через [Devino Telecom](#).



Информация о добавленном подключении отобразится в интеграции. Убедитесь, что статус подключения — "активный". В противном случае проверьте статус вашего аккаунта в личном кабинете провайдера. Имейте в виду, что аккаунт может быть заблокирован, если не внесена абонентская плата.

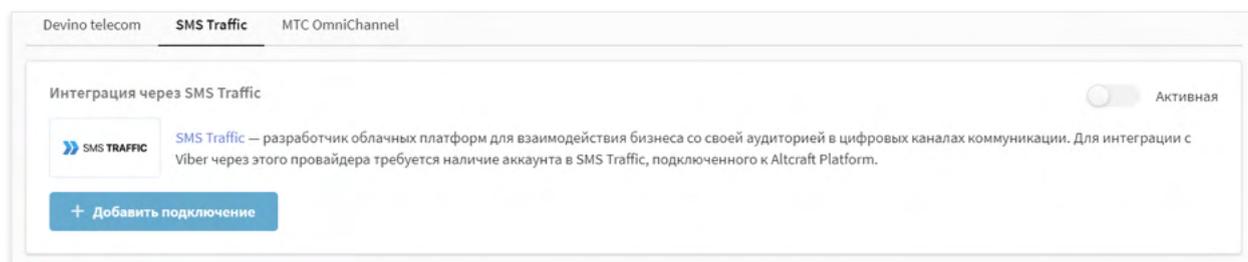
При необходимости вы можете добавить несколько аккаунтов. Чтобы убрать аккаунт из интеграции, нажмите .



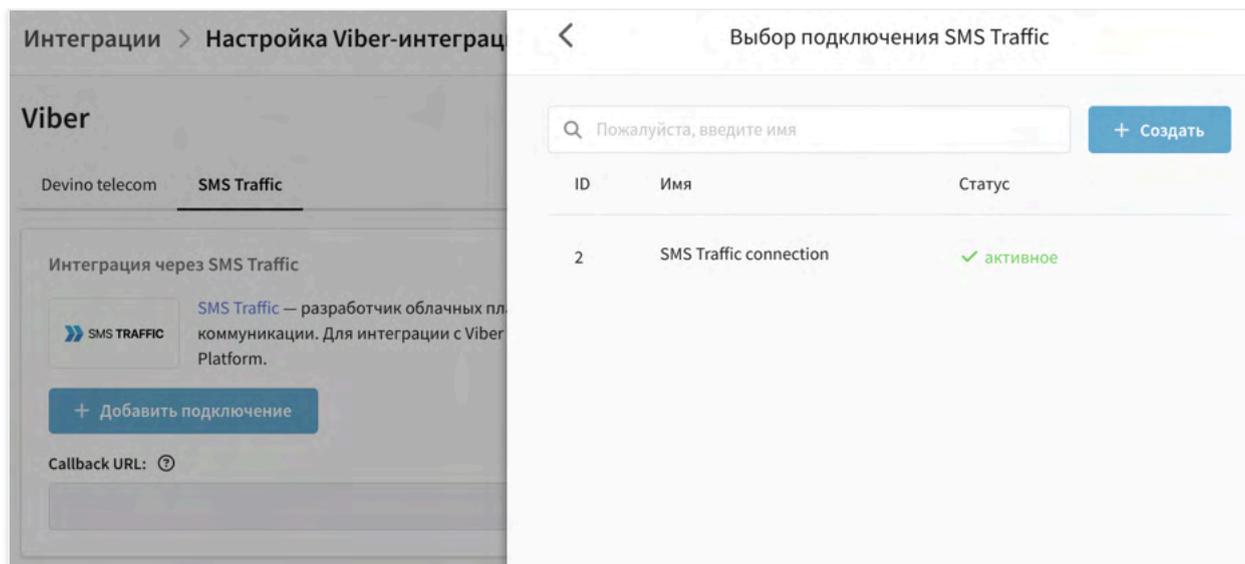
**Сохраните интеграцию** с помощью кнопок в правом верхнем углу.

## SMSTraffic

**Активируйте интеграцию** с помощью переключателя в правом верхнем углу.  
Нажмите **"Добавить подключение"**:



Справа появится окно, где необходимо выбрать доступное подключение:



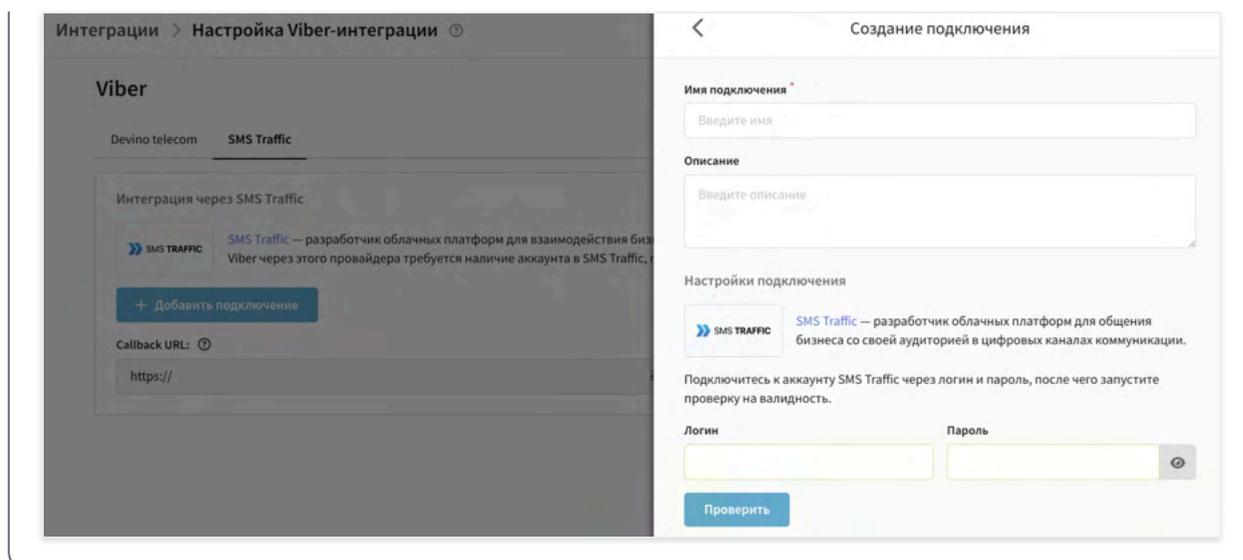
### ▶ Нет доступных подключений

Если у вас ещё не настроено подключение к провайдеру, вы можете создать его непосредственно в этом окне.

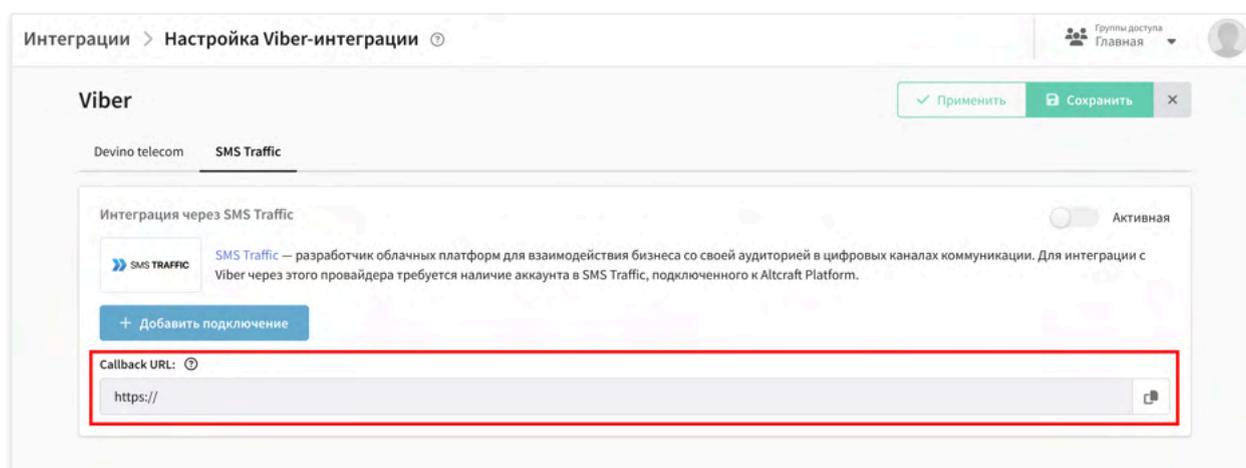
1. Нажмите **"Создать"**.
2. Введите **имя** и описание подключения.
3. Введите данные для авторизации.
4. Нажмите **"Проверить"**, чтобы запустить проверку валидности введенных данных.
5. Если введенные данные прошли проверку, нажмите кнопку **"Создать"** в правом нижнем углу.

#### 💡 ПОДСКАЗКА

На портале документации опубликованы подробные инструкции по созданию подключения через [SMSTraffic](#).

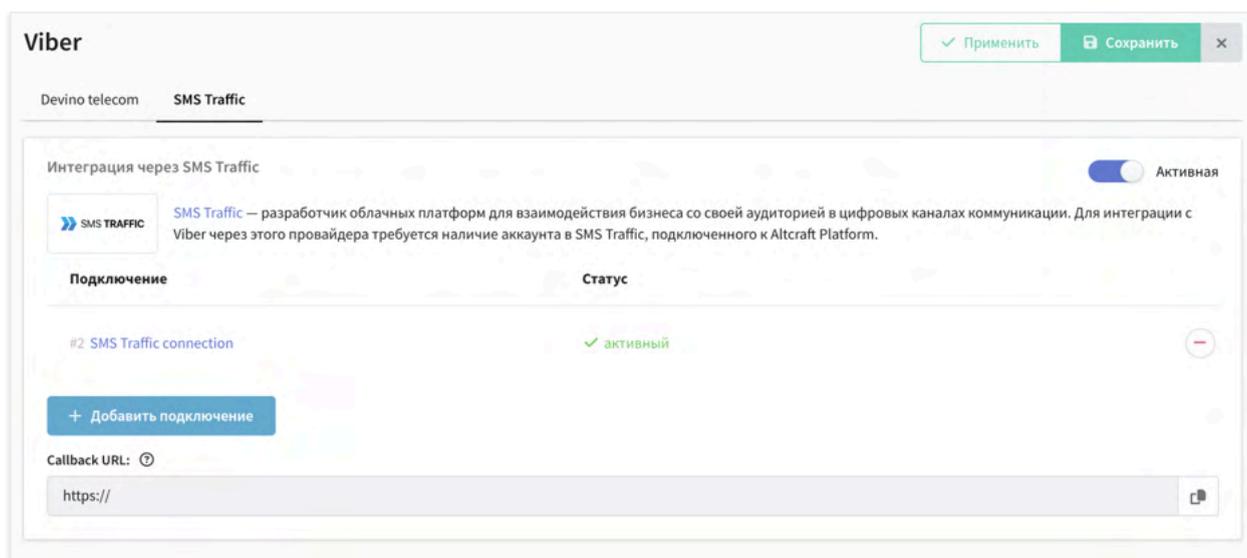


Для корректной работы интеграции вам также необходимо отправить в [техническую поддержку](#) ваш **Callback URL**, указанный в интеграции.



Информация о добавленном подключении отобразится в интеграции. Убедитесь, что статус подключения — "активный". В противном случае проверьте статус вашего аккаунта в личном кабинете провайдера. Имейте в виду, что аккаунт может быть заблокирован, если не внесена абонентская плата.

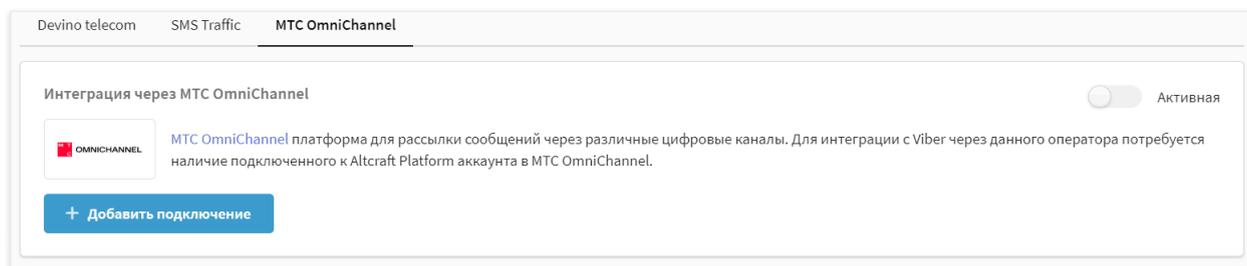
При необходимости вы можете добавить несколько аккаунтов. Чтобы убрать аккаунт из интеграции, нажмите  .



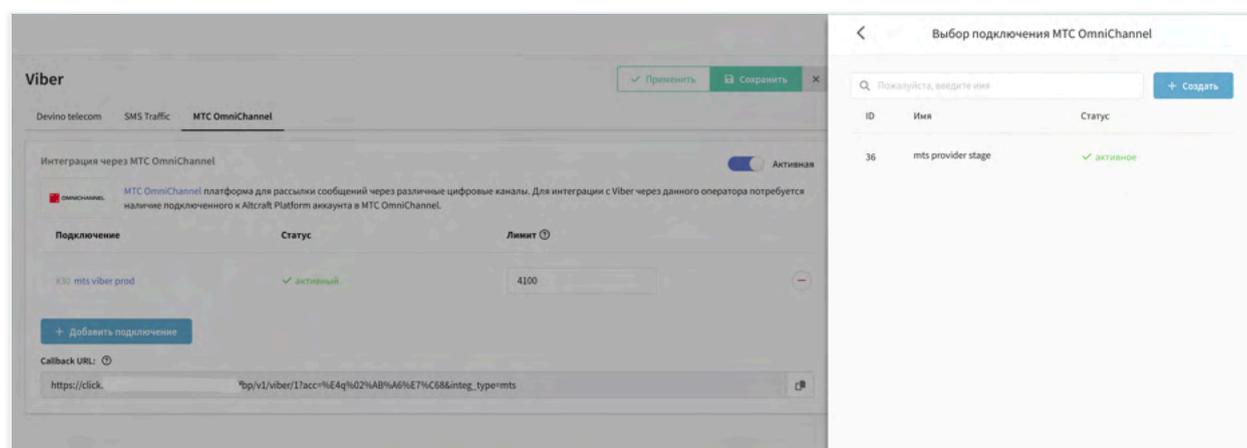
Сохраните интеграцию с помощью кнопок в правом верхнем углу.

## MTC OmniChannel

Активируйте интеграцию с помощью переключателя в правом верхнем углу. Нажмите "Добавить подключение":



Справа появится окно, где необходимо выбрать доступное подключение:



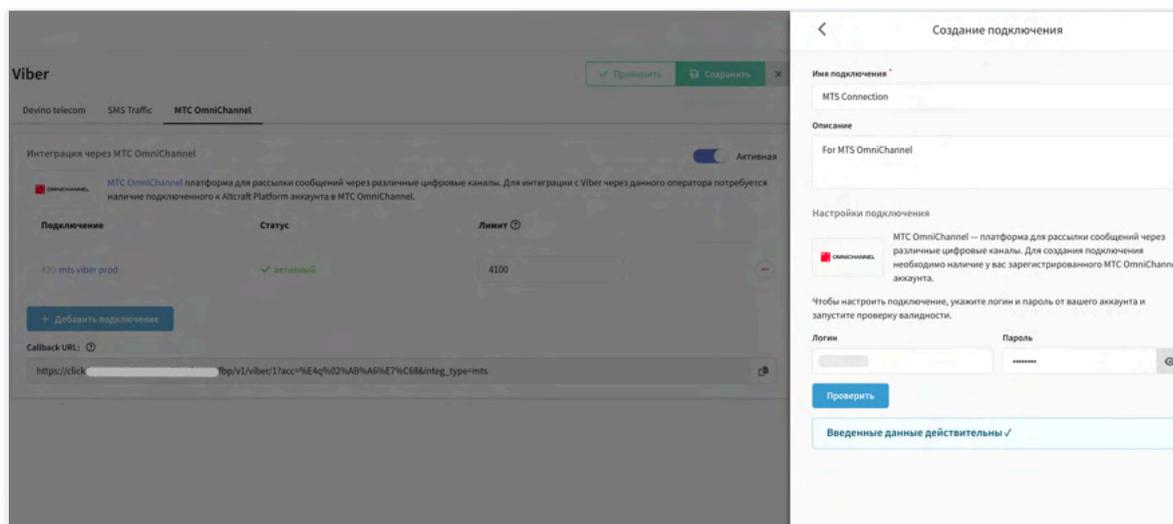
▶ Нет доступных подключений

Если у вас ещё не настроено подключение к провайдеру, вы можете создать его непосредственно в этом окне.

1. Нажмите "**Создать**".
2. Введите **имя** и описание подключения.
3. Введите данные для авторизации.
4. Нажмите "**Проверить**", чтобы запустить проверку валидности введенных данных.
5. Если введенные данные прошли проверку, нажмите кнопку "**Создать**" в правом нижнем углу.

#### ПОДСКАЗКА

На портале документации опубликованы подробные инструкции по созданию подключения через [MTC OmniChannel](#).



Для корректной работы интеграции вам также необходимо сообщить в [техническую поддержку](#) ваш **Callback URL**, указанный в интеграции.

Информация о добавленном подключении отобразится в интеграции. Убедитесь, что статус подключения — "активный". В противном случае проверьте статус вашего аккаунта в личном кабинете провайдера. Имейте в виду, что аккаунт может быть заблокирован, если не внесена абонентская плата.

При необходимости вы можете добавить несколько аккаунтов. Чтобы убрать аккаунт из интеграции, нажмите .

Viber

✓ Применить
💾 Сохранить
✕

Devino telecom   SMS Traffic   MTC OmniChannel

Интеграция через MTC OmniChannel 🔴 Активная

MTC OmniChannel платформа для рассылки сообщений через различные цифровые каналы. Для интеграции с Viber через данного оператора потребуются наличие подключенного к Altcraft Platform аккаунта в MTC OmniChannel.

**i** Параметр **class** — это опциональный параметр для управления кастомизированной маршрутизацией сообщений.  
 Этот параметр задается в сервисе MTC OmniChannel и принимает числовое значение. Введите число, соответствующее классу отправки сообщений в Viber.

| Подключение  | Статус     | Лимит <sup>?</sup> | Class |
|--------------|------------|--------------------|-------|
| #2 Dellin.ru | ✓ активный | 100                | 1     |

+ Добавить подключение

Callback URL: <sup>?</sup>

https://...viber/1?acc=%E4q%02%AB%A6%E7%C68&integ\_type=mts

Укажите **лимит сообщений**, отправляемых в секунду (по умолчанию 0 — лимит отсутствует). Уточнить лимит можно у менеджера MTC OmniChannel.

В поле "**class**" укажите параметр маршрутизации сообщений. Этот параметр задается в сервисе MTC OmniChannel и принимает числовое значение. Введите число, соответствующее классу отправки сообщений в Viber.

**Сохраните интеграцию** с помощью кнопок в правом верхнем углу.

После настройки интеграции вы можете использовать её для добавления Viber-канала в [ресурс](#).

## Интеграция с Tilda для импорта профиля клиента

В Altcraft Platform можно передавать данные клиента, который заполнил форму на сайте, сконструированном в сервисе Tilda. Для этого необходимо воспользоваться инструментом Webhooks. Подробнее о Webhooks в Tilda вы можете прочитать в этой [статье](#).

### **i** ПРИМЕЧАНИЕ

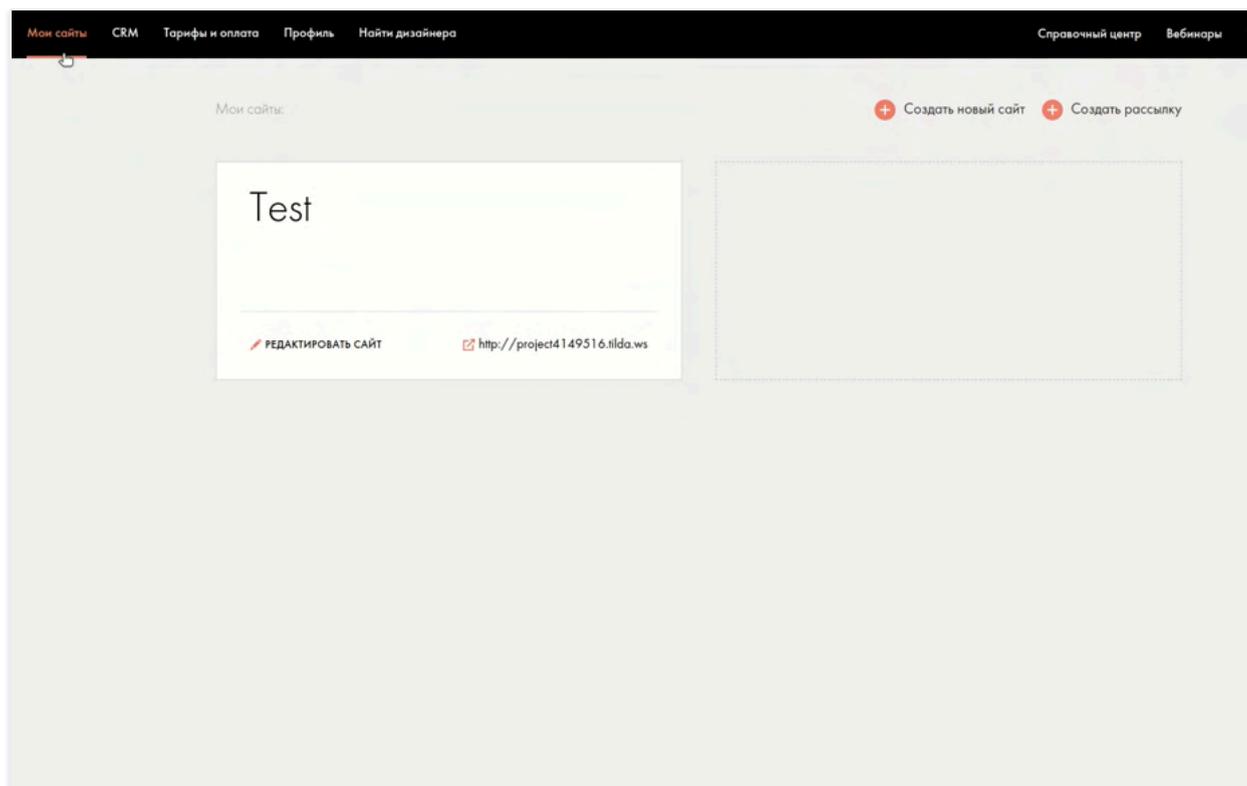
Обратите внимание, что интеграция с Tilda позволяет интегрировать только подписки пользователей на email и SMS ресурсы.

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 **WEBHOOK URL** следующим образом:

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

Здесь вам надо заменить `<your.domain>` на URL панели Altcraft, а `<api_token>` на предоставленный вам токен:

## Подключение сервиса приёма данных: Webhook

[Подробная справка по настройке приемщика и формы >>>](#)

Сервис приема данных с указанными параметрами уже существует.

WEBHOOK URL

[https://ru.altkraft.com/api/integrations/tilda/profile\\_import/](https://ru.altkraft.com/api/integrations/tilda/profile_import/)

Укажите адрес скрипта, на который будут отправляться данные из форм

Закреть

Добавить

Нажмите **"Добавить"**. После этого вам предложат добавить приемщик данных ко всем формам на сайте. Пропустите этот шаг, кликнув кнопку **"Закреть"**. Итак, Webhook создан.

## Шаг 2. Настройте форму в Tilda

Откройте окно редактирования страницы сайта и найдите форму, данные из которой хотите передать в Altcraft. Затем откройте вкладку **"Контент"**:



BF204N ▾ ⚙️ Настройки ✎ Контент

Вертикальная форма с множеством полей

E-mail

Your E-mail

Найдите раздел **"ПРИЕМ ДАННЫХ ИЗ ФОРМЫ"** и выберите 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

В Tilda существует два типа формы:

- простая форма с кнопкой,
- форма с несколькими полями.

Настройки для каждой из них несколько отличаются.

## Простая форма

Если у вас форма с одним полем, то перейдите в **Настройки** вашей простой формы — кнопка слева от **Контента**.

Затем проскрольте настройки, пока не найдете раздел с полями. Здесь нужно обратить внимание на имя переменной в каждом из полей.

| Поле                                   | Описание   |
|--|--|
| Имя переменной                         | Если вы хотите, чтобы это поле попало в Altcraft, то его имя должно соответствовать такому же полю в базе данных. Имя переменной должно быть email или phone. Имя не чувствительно к регистру, например, если в БД Altcraft есть поле "email", а в Tilda поле называется "EMAIL", то данные из формы все равно будут переданы успешно. |
| Имя переменной скрытого поля для ввода | Назовите его <code>to_ids</code>   |
| Значение переменной                    | Введите через двоеточие идентификатор базы данных и идентификатор ресурса. Если на ресурс подписывать не нужно, то только идентификатор базы данных. На скриншоте ниже, в  |

| Поле                    | Описание   |
|-------------------------|--|
| скрытого поля для ввода | примере указан <b>9</b> — идентификатор БД, <b>10</b> — идентификатор ресурса. |

Пример заполнения полей:

ИМЯ ПЕРЕМЕННОЙ

EMAIL

---

Используйте пожалуйста латинские буквы

Обязательное поле

ПРАВИЛО ВАЛИДАЦИИ

Email ▼

---

ИМЯ ПЕРЕМЕННОЙ СКРЫТОГО ПОЛЯ ДЛЯ ВВОДА:

to\_ids

---

ЗНАЧЕНИЕ ПЕРЕМЕННОЙ СКРЫТОГО ПОЛЯ ДЛЯ ВВОДА:

9:10

### Форма с несколькими полями

Если вы работаете с формой, которая содержит несколько полей, то вам необходимо открыть вкладку "**Контент**". Там разверните вкладку "**ПОЛЯ ДЛЯ ВВОДА**".

Обратите внимание на имена всех переменных, которые содержит форма. Если вы хотите, чтобы поле попало в Altcraft, его имя должно соответствовать такому же полю в базе данных. Имя переменной должно быть email или phone. Имя переменной не чувствительно к регистру, например, **EMAIL** тоже будет работать.

После настройки видимых полей формы, добавьте еще одно поле. Тип — **скрытое**. Назовите его `to_ids`. Введите через двоеточие идентификатор базы

данных и идентификатор ресурса. Если на ресурс подписывать не нужно, введите только идентификатор базы данных.

В примере на скриншоте ниже указан **9** — идентификатор БД, **10** — идентификатор ресурса.

The screenshot shows a configuration window for a field named 'ПОЛЕ 3'. At the top right, there are action buttons: 'Дублировать', 'Выключить', 'Удалить', 'Вверх', and 'Вниз'. The main configuration area is divided into three sections: 'ТИП' (Type) with a dropdown menu currently set to 'Скрытое поле'; 'ИМЯ ПЕРЕМЕННОЙ' (Variable Name) with the text 'to\_ids' and a descriptive note: 'Системное название для идентификации данных из разных полей (не отображается). Рекомендуется использовать латиницу. Не обязательно для заполнения.'; and 'ЗНАЧЕНИЕ' (Value) with the text '9:10'. At the bottom of the window is a large black button with white text that says 'ДОБАВИТЬ ПОЛЕ ДЛЯ ВВОДА'.

Интеграция с Tilda позволяет не только импортировать новые профили в базы данных Altcraft, но и сразу запустить триггерное событие. Так, вы можете запустить триггерную кампанию сразу после импорта нового профиля, чтобы отправить ему приветственный email, или добавить профиль в сценарий приветственной цепочки.

Для этого вам надо добавить дополнительные скрытые поля в форме:

| Действие после импорта        | Имя переменной | Значение                          |
|-------------------------------|----------------|-----------------------------------|
| Запустить триггерную кампанию | trigger_id     | Идентификатор триггерной кампании |

| Действие после импорта      | Имя переменной | Значение               |
|-----------------------------|----------------|------------------------|
| Добавить профиль в сценарий | workflow_id    | Идентификатор сценария |

The screenshot shows a configuration window for a field named "ПОЛЕ 5". At the top right, there are action buttons: "Дублировать", "Выключить", "Удалить", "Вверх", and "Вниз". The field is currently set to "Скрытое поле" (Hidden field) in the "тип" (type) dropdown. The "ИМЯ ПЕРЕМЕННОЙ" (variable name) is "workflow\_id", with a note below it: "Системное название для идентификации данных из разных полей (не отображается). Рекомендуется использовать латиницу. Не обязательно для заполнения." The "ЗНАЧЕНИЕ" (value) is set to "6".

## Передача статуса подписки

Когда вы импортируете профиль из формы с несколькими полями, вы можете передать определенный статус подписки на ресурс. Именно этот статус отобразится в цифровом профиле подписчика в платформе Altcraft.

Для передачи статуса профиля вам необходимо добавить еще одно скрытое поле в настройках вашей формы. В качестве **имени переменной** необходимо указать `status_sub`, а в качестве **значения** выбрать один из статусов, зарезервированных платформой Altcraft.

Доступные статусы:

| Статус         | Значение поля "status_sub" |
|----------------|----------------------------|
| Подписан       | 0                          |
| Отписан        | 1                          |
| Жалобщик       | 2                          |
| Hardbounced    | 3                          |
| Не подтвержден | 4                          |
| Приостановлен  | 5                          |
| Не валиден     | 6                          |

### Шаг 3. Протестируйте форму

После того как вы настроите поля для формы, нажмите **"Сохранить и закрыть"**. Опубликуйте страницу. После публикации протестируйте лендинг, отправив в форму тестовые данные.

#### ПОДСКАЗКА

Tilda не сразу обновит форму, поэтому лучше тестировать ее через пару минут после публикации.

Затем откройте **Ваш проект** → **Заявки из форм**.

| Date             | Email                   | Data         |
|------------------|-------------------------|--------------|
| 15/08/2018 11:35 | qeeqawewq@sdfsdfasfd.cc | to_ids: 27:4 |

На скриншоте пример успешно отправленной заявки. Если вы видите ошибку, 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 подписываться 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** ( `supplier` ). Если вы хотите изменить это поведение, то добавьте скрытое поле `supplier` с необходимым значением, тогда идентификатор формы будет проигнорирован. В системе также доступны отчеты по полю **Поставщик**.

При обновлении в БД поля профиля с типом "теги" поле полностью перезаписывается. Чтобы добавить новые значения к уже существующим, добавьте инструкцию `-add` к имени переменной при настройке поля в Tilda. Например, для обновления поля `tag_field`, используйте имя переменной `tag_field-add`.

ПОЛЕ 10

Дублировать

Выключить

Удалить

Вверх

Вниз

ТИП

Скрытое поле

ИМЯ ПЕРЕМЕННОЙ

tag\_field-add

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

ЗНАЧЕНИЕ

tag1, tag2

# Yandex AppMetrica™

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 a configuration form for a new integration. At the top left, it says 'Основные'. On the top right, there is a toggle switch labeled 'Активная'. Below this, there is a field for 'Имя:' with the value 'New lunar integration'. Underneath, there is a dropdown menu for 'Интеграция с:' 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™.

Настройки интеграции

AppMetrica Application ID

AppMetrica API токен

Добавить захват событий

Добавить захват установок

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 значении 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.

Настройки захвата событий

Условия захвата событий

Имя поля i

event\_name

Значение поля (wildcard)

\*

Добавить условие

## 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>

### ❗ К СВЕДЕНИЮ

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 predetermined 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).

### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

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 custom-полю

Поле для поиска профиля

New\_field\_1

Соответствует полю события **i**

event\_json.custom\_id

---

### Настройки автоподписки

**i** 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 Push                    | Поле события         |
|-----------------------------------|----------------------|
| Yandex AppMetrica with device id  | appmetrica_device_id |
| Yandex AppMetrica with iOS IFA    | ios_ifa              |
| Yandex AppMetrica with Google AID | 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™

Если форма размещена на страницах сайта, созданного в сервисе LPgenerator, то данные клиента, заполнившего форму, можно передать в Altcraft Platform. Так, вы можете создать профиль для нового клиента или обновить данные уже существующего.

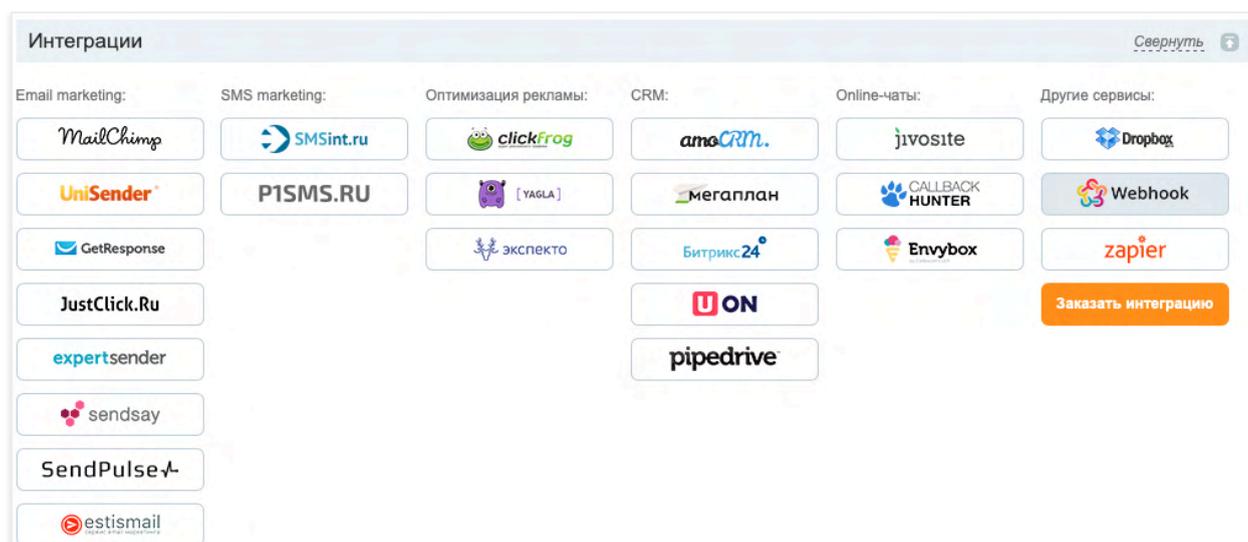
Чтобы подключить формы LPGenerator к аккаунту Altcraft, перейдите в [личный кабинет](#) LPGenerator. Кликните "**Действия**" для выбранной страницы, а затем выберите "**Центр оптимизации конверсии**".

The screenshot shows the 'Личный кабинет' (Personal Cabinet) interface. At the top, it says 'У вас есть 3 целевые страницы' (You have 3 target pages). There are buttons for 'Публиковать' (Publish), 'Неопубликованные' (Unpublished), and 'Архив' (Archive). A search bar and filters for 'Дата' (Date) and 'Имя' (Name) are also present. The main content area lists two landing pages: 'Страница 041042 (1)' and 'Страница 041064 (1)'. Each page entry includes a progress bar for 'Лендинг готов на 25%' (Landing page ready 25%) and buttons for 'Привязать домен' (Link domain), 'Опубликовать страницу' (Publish page), and 'Оптимизировать результаты' (Optimize results). A 'Действия' (Actions) dropdown menu is open for the second page, showing options: 'Центр оптимизации конверсии' (Conversion optimization center), 'Просмотр' (View), 'Копировать' (Copy), 'Редактировать' (Edit), 'Добавить/удалить группы' (Add/delete groups), 'Архивировать страницу' (Archive page), and 'Удалить' (Delete). On the right side, there are buttons for 'ДОБАВИТЬ НОВУЮ СТРАНИЦУ' (Add new page) and 'СОЗДАТЬ ГРУППУ СТРАНИЦ' (Create page group). Below these are statistics for 'Веб' (Web) and 'Моб' (Mobile) with counts of 3 and 0 respectively, and a 'Стр благодарности' (Thank you page) count of 0. A 'Все страницы' (All pages) summary shows a total of 3 pages. At the bottom right, there is a section for 'Дополнительные сервисы' (Additional services) with icons for 'Услуги вёрстки' (Design services) and 'Магазин лендингов' (Landing page store).

После этого в блоке "**Интеграции**" в разделе "**Другие сервисы**" выберите **Webhook**.

Описание работы Webhook на стороне сервиса:

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



## 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    | Пример                     | Обязательный | Описание  |
|----------|--------|----------------------------|--------------|---|
| token    | string | abcdefghijklmnopqrstuvwxyz | Да           | <a href="#">API токен для доступа к Altcraft</a>  |
| db_id    | string | 1                          | Да           | Идентификатор базы данных для импорта   |
| matching | string | email<br>phone<br>custom   | Нет          | Тип поиска профиля в Altcraft для обновления: по email или телефону из полей данных или подписок профиля, - или по значению дополнительного |

| Параметр    | Тип    | Пример    | Обязательный | Описание   |
|-------------|--------|-----------|--------------|--|
|             |        |           |              | поля профиля Altcraft.   |
| field_name  | string | custom_ID | Нет          | Имя кастомного поля БД Altcraft при <b>matching: custom</b> . В форме сбора данных для поиска нужно поле с таким же именем.<br>Например - <code>custom_ID</code> |
| resource_id | string | 3         | Нет          | При передаче контактных данных (email или phone) профилям будет добавляться подписка на указанный ресурс.  |

✕

## Редактирование webhook

**Url:**

https://ru.altcraft.com/api/v1.1/integrations/lpgenerator/prof

**Дополнительные поля:**

| Название                              | Значение  |  |
|---------------------------------------|---|--|
| <input type="text" value="token"/>    | <input type="text" value="750101001004b24a94"/> |  |
| <input type="text" value="db_id"/>    | <input type="text" value="19"/>                 |  |
| <input type="text" value="matching"/> | <input type="text" value="email"/>              |  |

➕ Добавить дополнительное поле

✔ Сохранить

✕ Закрыть

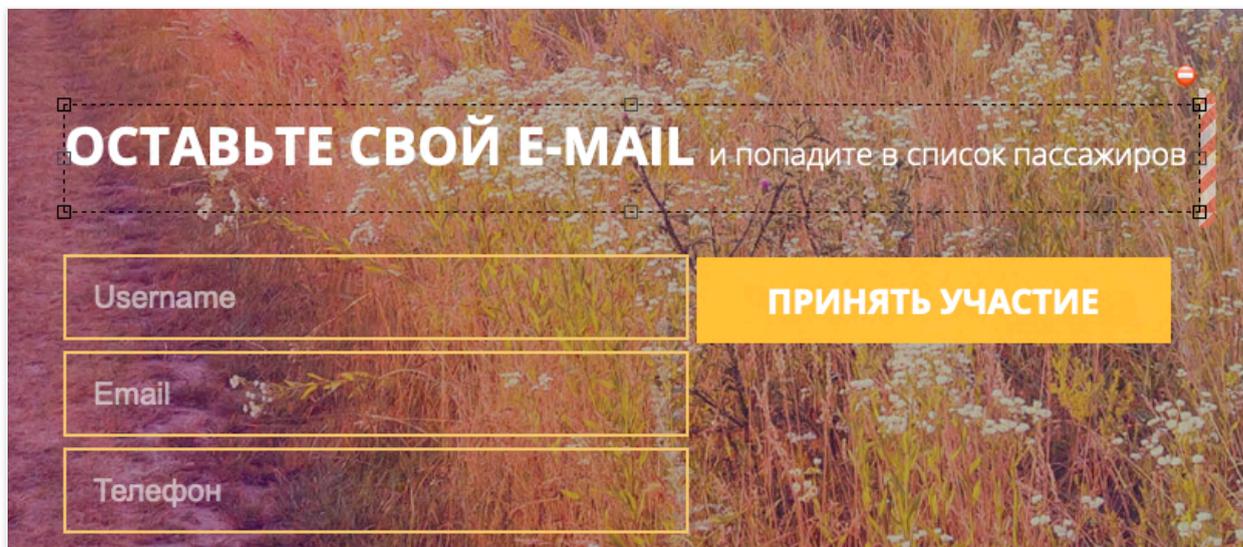
### Поля LPGenerator по умолчанию

Ниже приведены неизменяемые системные поля запроса, передаваемого в Altcraft.

| Параметр  | Тип         | Пример                 | Описание  |
|-----------|-------------|------------------------|---|
| id        | string      | "777777"               | ID формы сбора данных   |
| meta_data | JSON object | "meta_data" :<br>{...} | Метаданные. Используются для автоопределения IP, геолокации подписчиков, браузера и операционной системы. |
| utm_data  | JSON object | "utm_data" :<br>{...}  | Предопределенные данные utm (часто пусто).  |
| lead_data | JSON object | "lead_data" :<br>{...} | Данные подписчика из формы сбора.   |

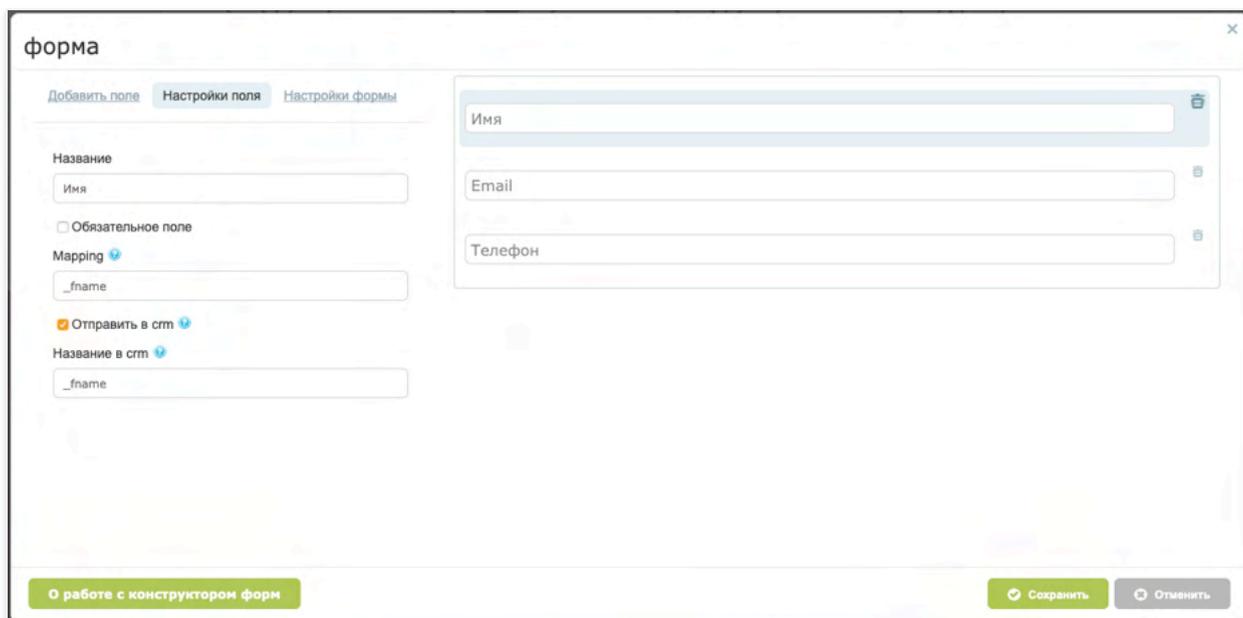
# Добавление формы сбора данных

В конструкторе страниц добавьте форму:



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

Отметьте опцию "**Отправить в crm**", а в поле "**Название в crm**" укажите название соответствующего поля в базе данных Altcraft. Для кастомных полей укажите те же названия полей, которые использовали в платформе, учитывая регистр. Список системных полей профиля Altcraft, таких как Имя или Email, доступен [по этой ссылке](#).



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": "форма 1",
    "from": "Страница 107570 (Первый вариант)",
    "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": "форма 1",
        "from": "Страница 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": "abcdefghijklmnpqrstuvwxyz"
}
```

Импорт подписчика с передачей статуса подписки:

```
{
  "db_id": "75",
  "id": 64368040,
  "workflow_id": 4,
  "trigger_id": 1,
  "field_for_APIContent": "any data",
  "lead_data": {
    "_status": 0,
    "_fname": "By phone (explicitly) After",
    "phone": "+234257929700231073",
    "New_field_5": 6.2,
    "subscriptions": [
      {
        "resource_id": 5,
        "channel": 2,
        "channel_sid": "sms",
        "phone_data": {
          "phone": "+234257929700231073",
          "md5": "33890b49c501f101965c6ac4fb01e409"
        }
      },
      {
        "priority": 0,
        "status": 2,
        "hash_id": "ceffaf99",
        "is_delete": false
      }
    ]
  }
}
```

```

},
"matching": "phone",
"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": "\\u0444\\u043e\\u0440\\u043c\\u0430 1",
  "from": "\\u0421\\u0442\\u0440\\u0430\\u043d\\u0438\\u0446\\u0430
518658 (\\u041f\\u0435\\u0440\\u0432\\u0442\\u0439
\\u0432\\u0430\\u0440\\u0438\\u0430\\u043d\\u0442)",
  "page_id": 1623331,
  "user_ip": "94.231.119.122",
  "variant_id": 1937033
},
"resource_id": "5",
"token": "a3c31d8a15714531afebfd1541eeba41",
"utm_data": {}
}

```

| Поле        | Значение   | Обязательное | Описание  |
|-------------|--|--------------|---|
| workflow_id | идентификатор сценария   | Нет          | Добавить профиль в сценарий сразу после импорта профиля   |
| trigger_id  | идентификатор триггерной кампании                              | Нет          | Запустить триггерную кампанию сразу после импорта профиля |
| _status     | 0 – Подписан<br>1 – Отписан<br>2 – Жалобщик<br>3 – Hardbounced | Нет          | Глобальная подписка профиля                               |
| status      | 4 – Не подтвержден<br>5 – Приостановлен<br>6 – Не валиден      | Нет          | Статус подписки на определенный ресурс                    |

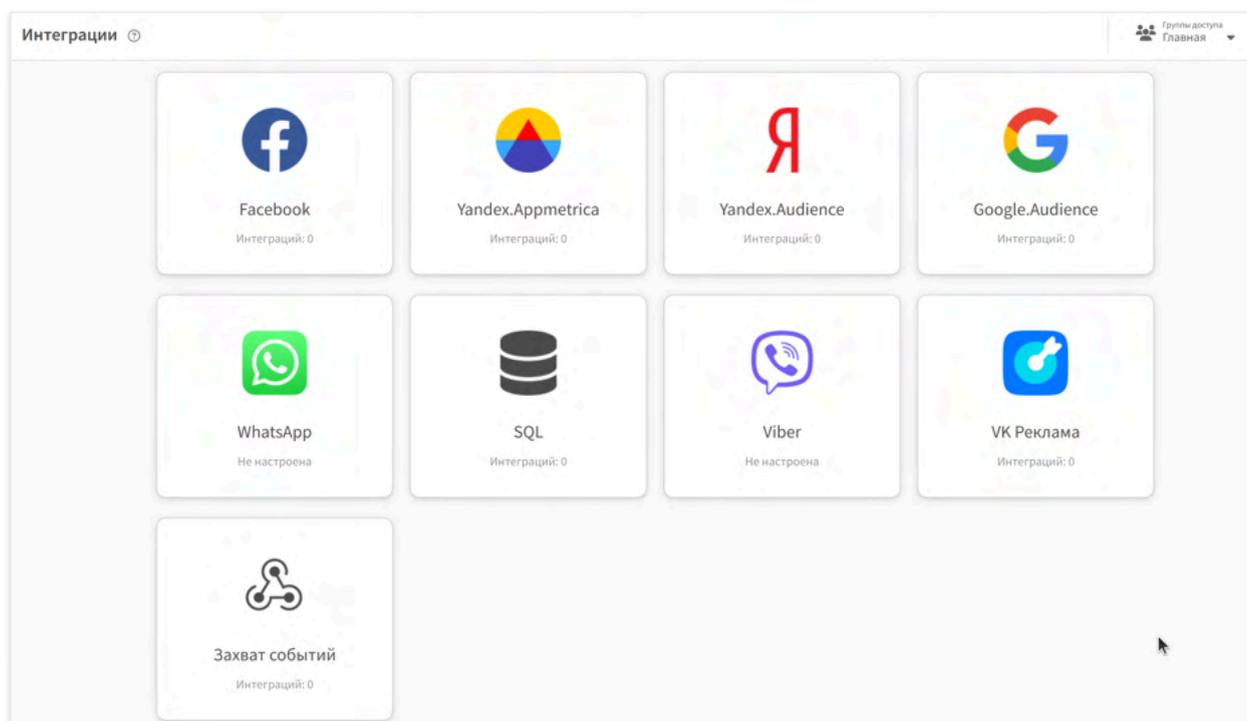
# VK Реклама™

Интеграция с [VK Рекламой™](#) позволяет синхронизировать данные [статических сегментов](#) Altcraft Platform с аудиториями в рекламном кабинете Вконтакте. Другими словами, вы переносите сегменты из платформы в **VK Рекламу™**, чтобы затем этот сервис, используя полученные данные о профилях, нашел нужных людей и запустил для них таргетированную рекламу.

## 💡 ПОДСКАЗКА

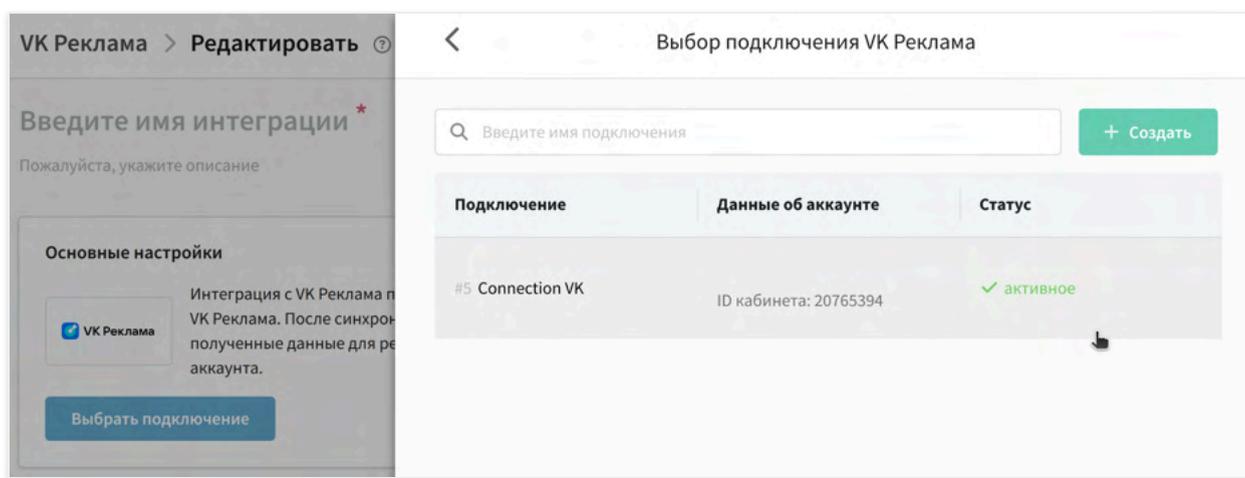
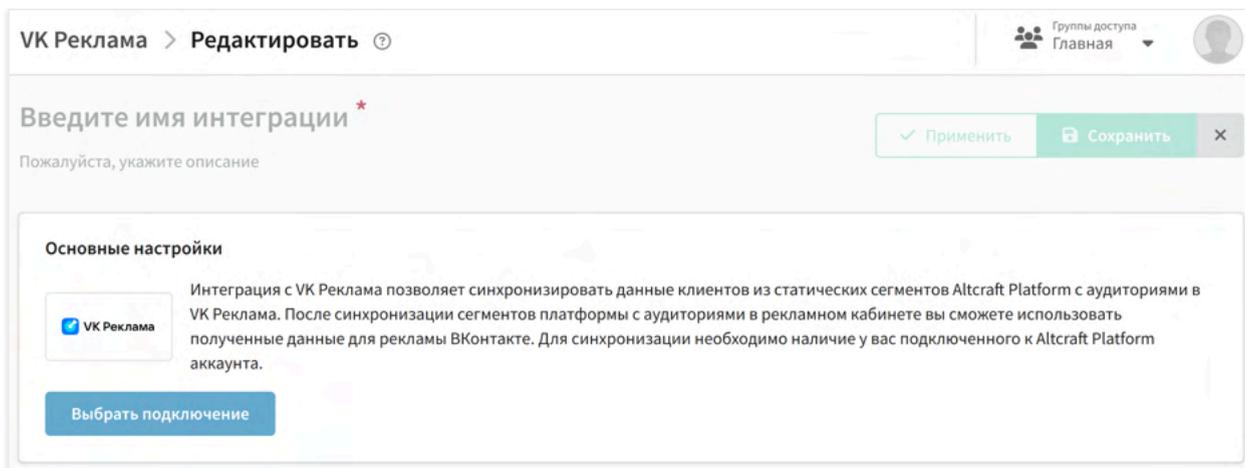
Для интеграции с VK Рекламой™ необходимо настроить **подключение** в платформе Altcraft. Подробную инструкции вы найдете [здесь](#).

Чтобы добавить синхронизацию, в главном меню кликните "**Интеграции**". Выберите тип интеграции — **VK Реклама**, а затем в верхней части страницы нажмите кнопку "**Создать**".



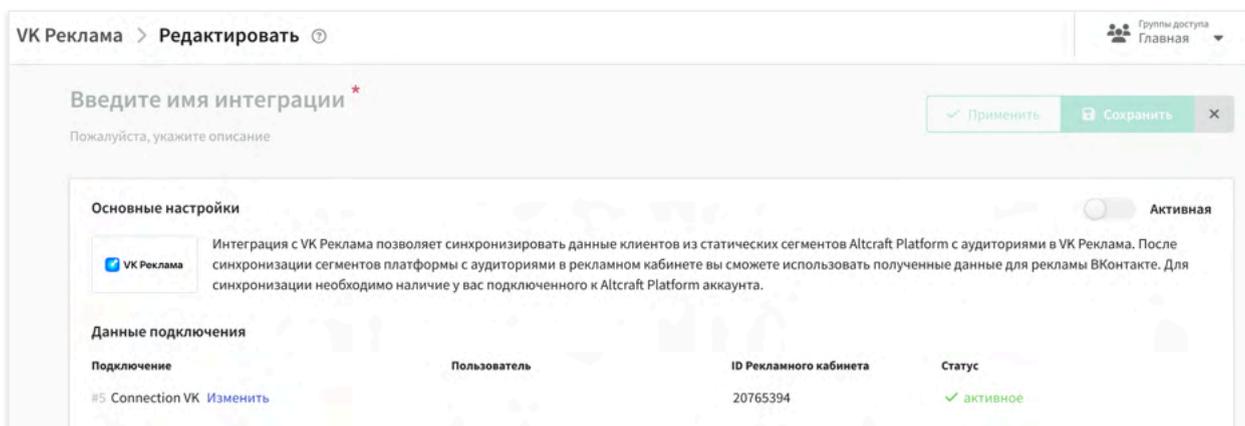
## Настройка

Перед вами откроется окно создания интеграции. Нажмите на кнопку "**Выбрать подключение**" для просмотра существующих подключений:



Из этого меню вы можете создать новое подключение. С подробной инструкцией по созданию подключения вы можете ознакомиться [в этой статье](#).

## Основные настройки



На вкладке "Основные" введите **Имя** и **Описание**. Здесь же находится переключатель, с помощью которого вы можете активировать или остановить интеграцию.

## Настройки интеграции

### Настройки интеграции

**Ограничения синхронизации**

Обратите внимание, что вы можете синхронизировать **20 сегментов/час** в рамках выбранного подключения. Для успешной синхронизации сегменты должны содержать **от 100 до 5 000 000 контактов** профилей. Пожалуйста, учитывайте это при настройке интеграции.

База данных: \*

#2 Неавторизованные клиенты 1924 ▾

Тип передаваемых данных:

Email ▾

Передавать сегменты: Выберите из списка: \*

Конкретные ▾ #73 Сегмент для VK × ▾

В данном разделе вы можете выбрать **одну** базу и до 20 сегментов выгрузки, выбрать **тип передаваемых данных**. Обратите внимание, что нельзя перенести сегмент, который будет содержать **менее 100 профилей**. VK Реклама™ поддерживает интеграцию следующих типов данных:

- ID Вконтакте
- Email
- ID Одноклассники
- Телефонные номера
- Google Advertising ID
- IDFA устройства

Для каждого типа, кроме email и номера телефона, вам понадобится дополнительное поле в базе данных. После выбора типа передаваемых данных появится окно с выбором поля, из которого будет выгружаться информация с платформы.

База данных: \*

#2 Неавторизованные клиенты 1924 ▾

Тип передаваемых данных: Данные из поля: \*

ID Вконтакте ▾ vk\_id ▾

Передавать сегменты:

Все ▾

### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Интеграция будет выгружать данные **только из выбранной базы данных** .  
Если ваш сегмент затрагивает несколько баз данных, то импортированы будут только те профили, которые входят в изначально указанную вами базу.

## Расписание интеграции

Здесь вы можете настроить то, с какой периодичностью будет происходить интеграция. Подробнее о том, как настроить расписание в платформе, читайте в [этом разделе](#).

### Расписание интеграции

 **Время**

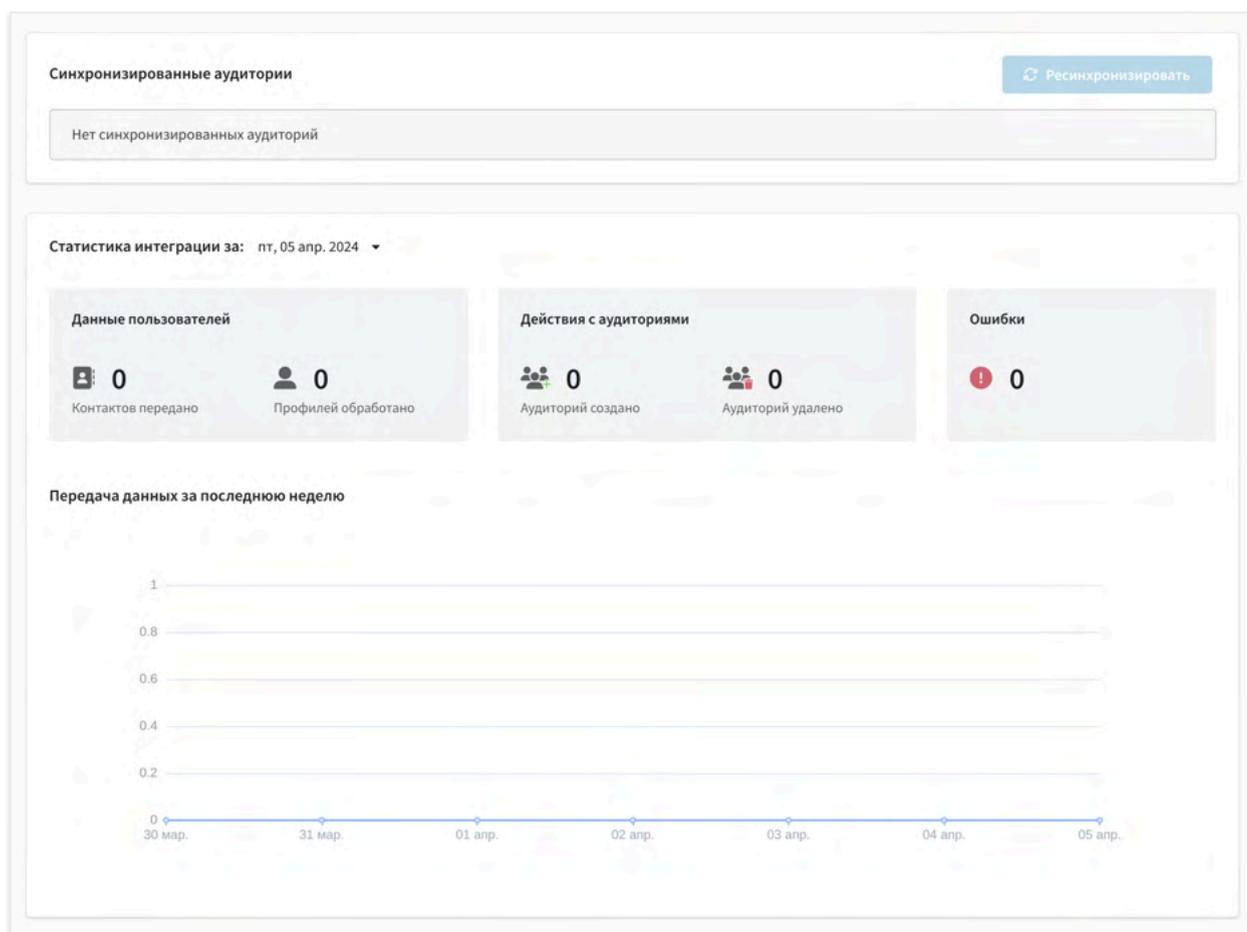
Запускать **1 раз в день** ▼ в   использовать **Часовой пояс аккаунта(Europe/Moscow)** ▼

 **Дни и месяцы**

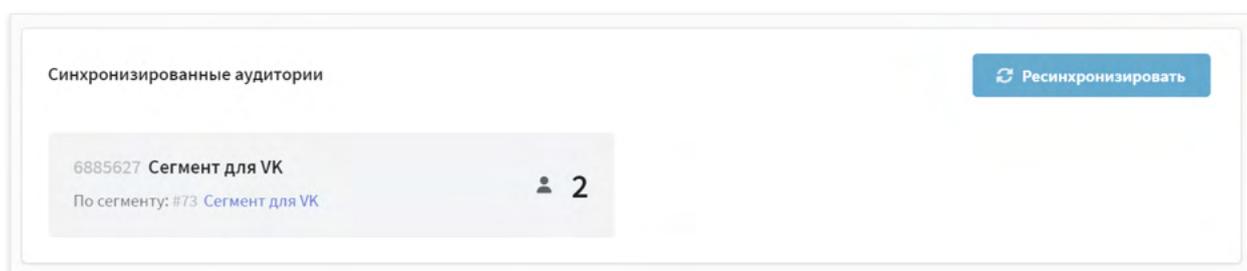
Запускать **ежедневно** ▼ **каждый месяц** ▼

## Синхронизация и статистика

После того, как вы сохраните интеграцию, на странице настроек появятся разделы **Синхронизированные аудитории** и **Статистика интеграции**:



В разделе **Синхронизированные аудитории** появится список перенесённых в VK Рекламу™ аудиторий. Также вы сможете синхронизировать аудитории нажатием кнопки **"Ресинхронизировать"**. После нажатия будут удалены все когда-либо синхронизированные аудитории и заново загружены все сегменты, которые попали в область видимости интеграции.

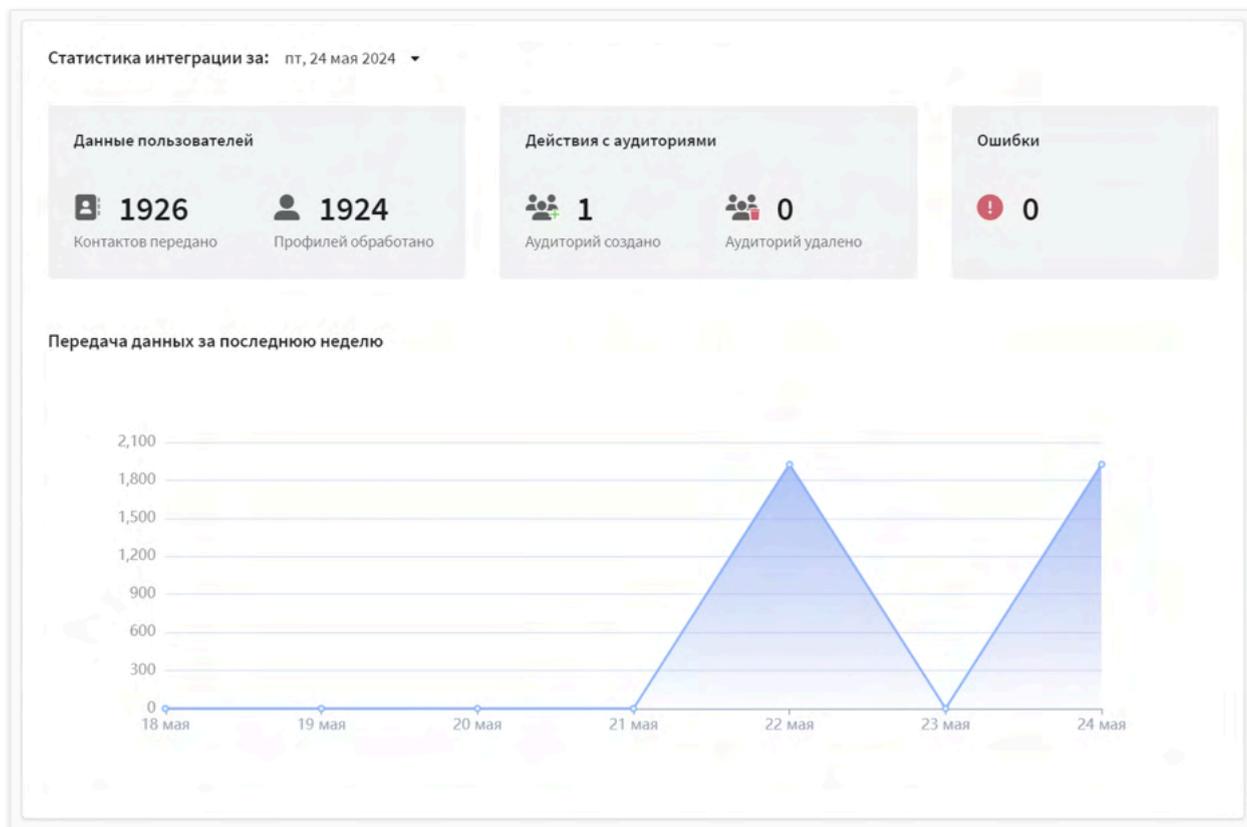


**💡 ПОДСКАЗКА**

Интеграция переносит только те профили, которые появились с момента её запуска. Для наиболее полного переноса аудиторий, рекомендуем запустить **Ресинхронизацию** перед запуском интеграции

В разделе **Статистика интеграции** вы сможете увидеть подробную информацию о синхронизациях за последнюю неделю, какие действия совершались с ними и

ошибки, возникшие во время синхронизации.



ПОДСКАЗКА

Пункт "Контактов передано" засчитывает каждый переданный **канал связи** от профиля. Например, если у профиля указаны телефон, email и ID Вконтакте, то в статистику попадёт 3 контакта, а не 1.

# Интеграция сторонних сервисов с Altcraft через Albato



## Подключение Altcraft к Albato

Перед настройкой интеграции стороннего сервиса с Altcraft вам необходимо подключить платформу к Albato.



## Запуск приветственного сценария через Albato

Переносим данные о клиенте в платформу Altcraft и запускаем приветственный сценарий с помощью Albato.



## Передача данных о событии

Объясняем, как на платформе Altcraft регистрируются события для передачи данных во внешние сервисы.



## Отправка триггерной кампании

Описываем, как в платформе запустить триггерную кампанию с помощью Albato.

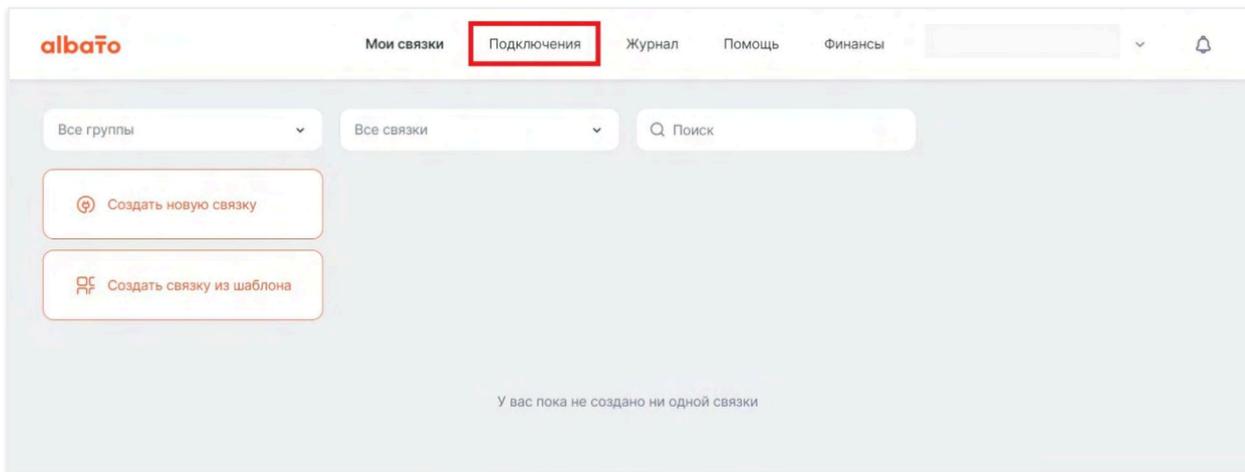


## Регистрация событий

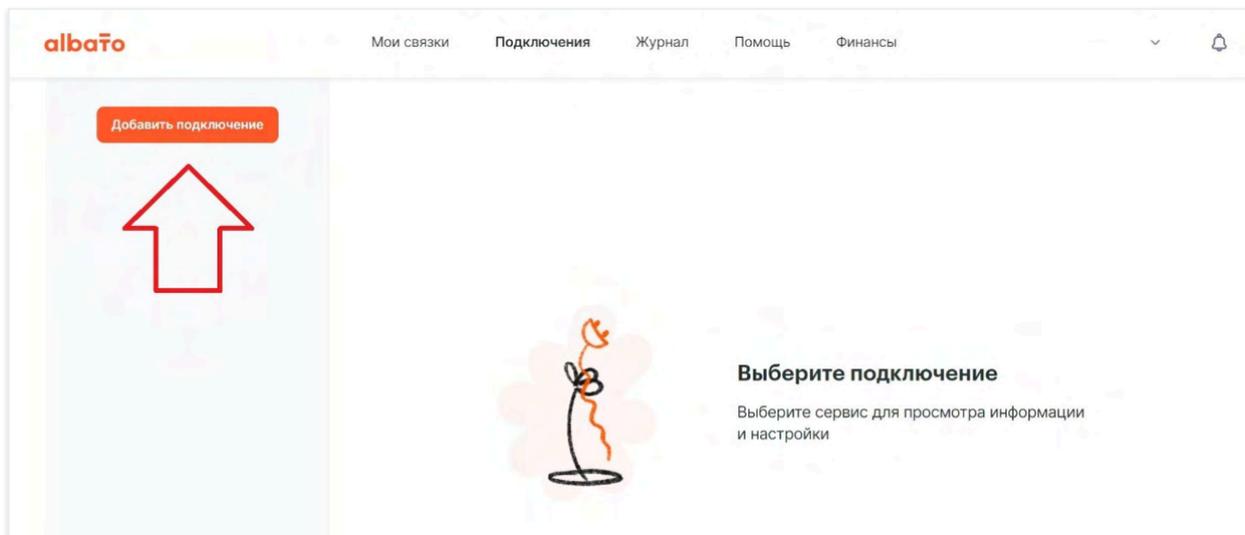
Показываем, как с помощью Albato регистрировать события.

# Подключение Altcraft к Albato

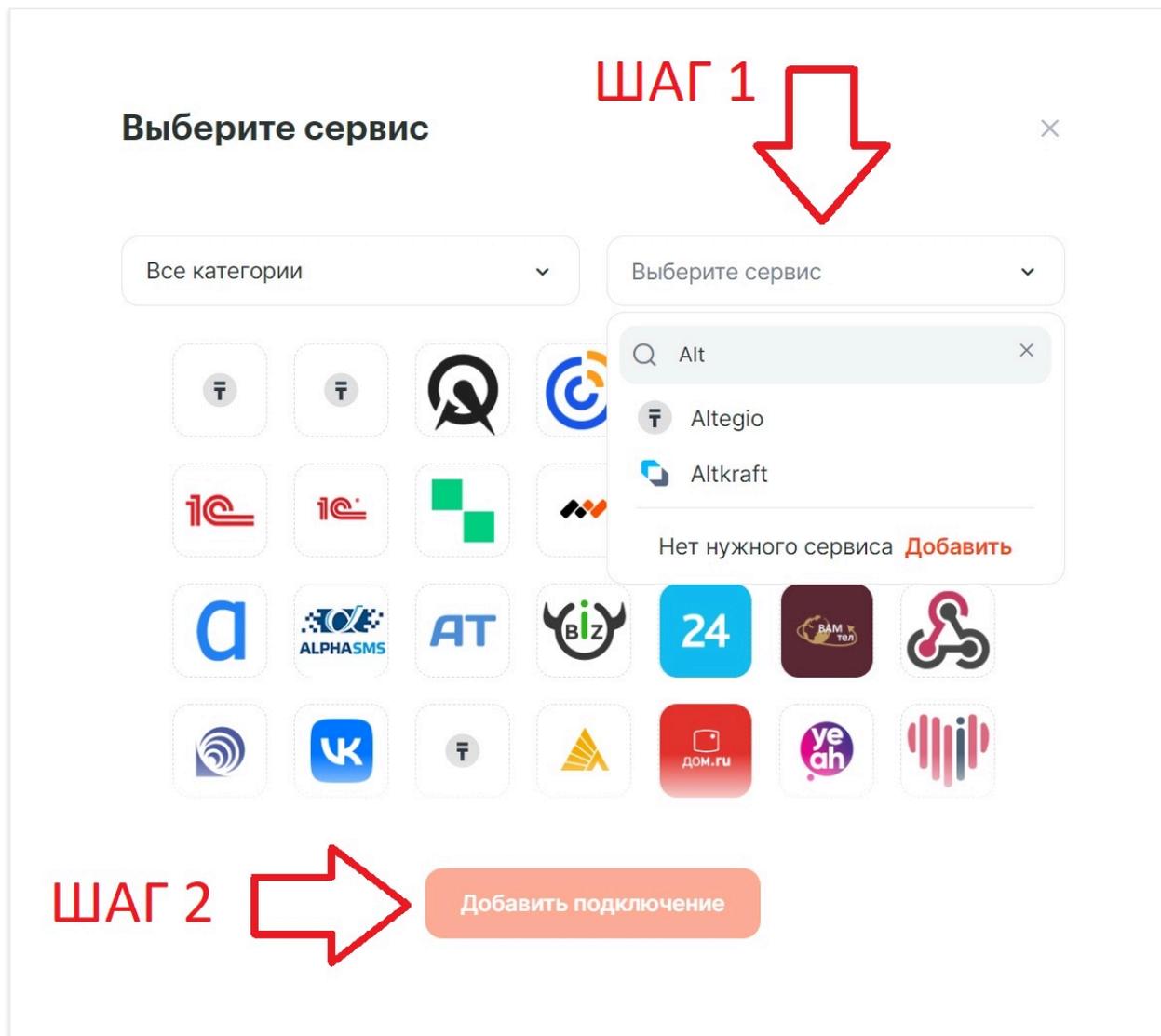
Перед тем, как настроить интеграцию с нужным сервисом, необходимо подключить Altcraft к Albato. Для этого необходимо войти в аккаунт Albato. Далее в верхнем меню выбрать раздел **"Подключения"**.



В окне "Подключения" в меню слева нажимаем на кнопку **"Добавить подключение"**.



В открывшемся окне выбираем сервис: в поле "Выберите сервис", в поисковой строке указываем наименование платформы — **Altcraft**. После выбора необходимо подтвердить выбранный сервис нажатием на кнопку "Добавить подключение".



После добавления подключения в следующем окне можно указать **название** подключения (или оставить название по умолчанию) и **Access Token** (обязательное поле).

 ПОДСКАЗКА

Получение Access Token в платформе Altcraft описано в документации по [ссылке](#).

Создаем подключение к: Altcraft Инструкция

Название \*

Мой аккаунт Altcraft

Придумайте любое название для вашего подключения

Access token

.....|

Далее

После добавления Access Token нажимаем кнопку "Далее". Откроется следующее окно, где будет выведена информация о новом созданном подключении.

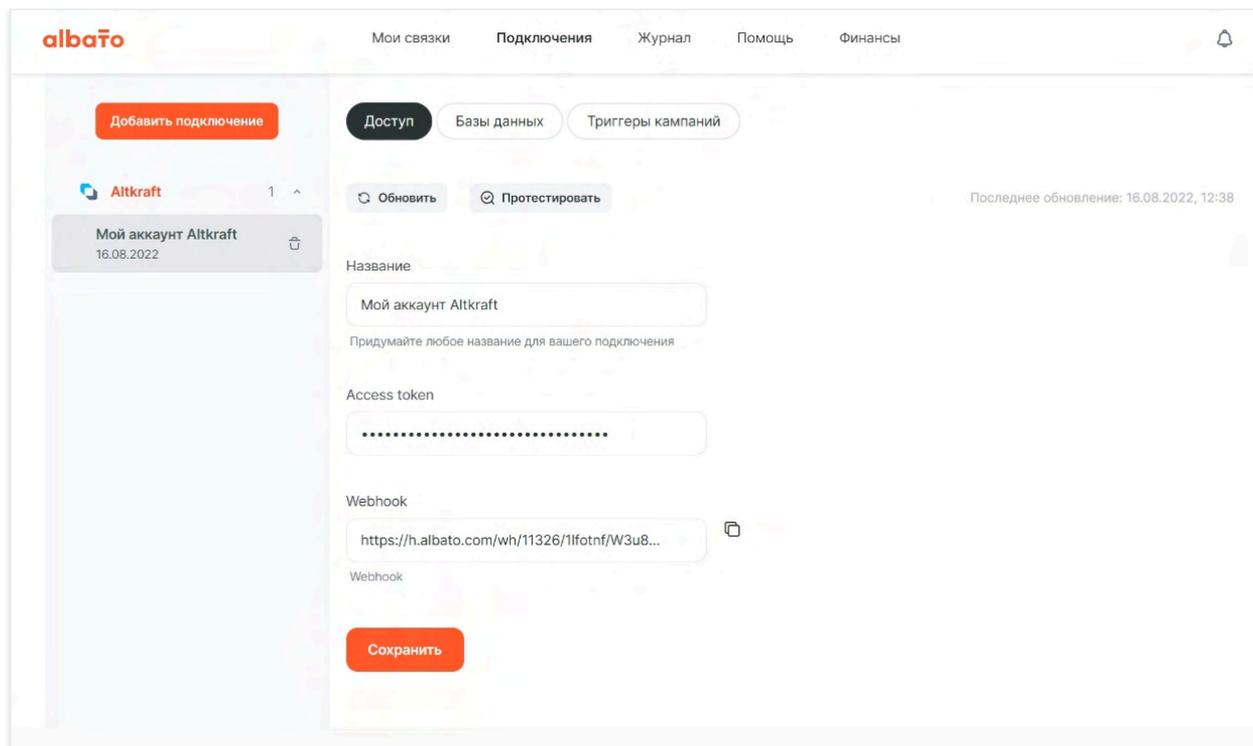
При успешном подключении в окне "Подключения", в левом меню, в списке всех подключений отобразится Altcraft.

**⚠ ВАЖНО!**

В Albato можно подключить несколько пользователей Altcraft с ограниченным доступом. Для этого необходимо сгенерировать новый Access Token, присвоить необходимые права и создать новое подключение по описанию выше.

Также необходимо указать наименования для каждого подключения, чтобы впоследствии было удобно просматривать и тестировать подключения.

Для того чтобы протестировать корректность подключения, необходимо выбрать подключение из списка (если их несколько). Далее откроется окно с информацией по подключению.



В данном окне можно посмотреть список доступных баз данных (могут быть ограничения в зависимости от указанной роли Access Token), а также список доступных триггерных кампаний. Также можно протестировать подключение.

# Запуск приветственного сценария через Albato

**Albato** позволяет настроить передачу данных из внешнего сервиса в платформу Altcraft. С помощью специального API запроса (подробнее о них можно прочитать в разделе [для разработчика](#)), который поступает от Albato, платформа решает, что делать с данными клиента.

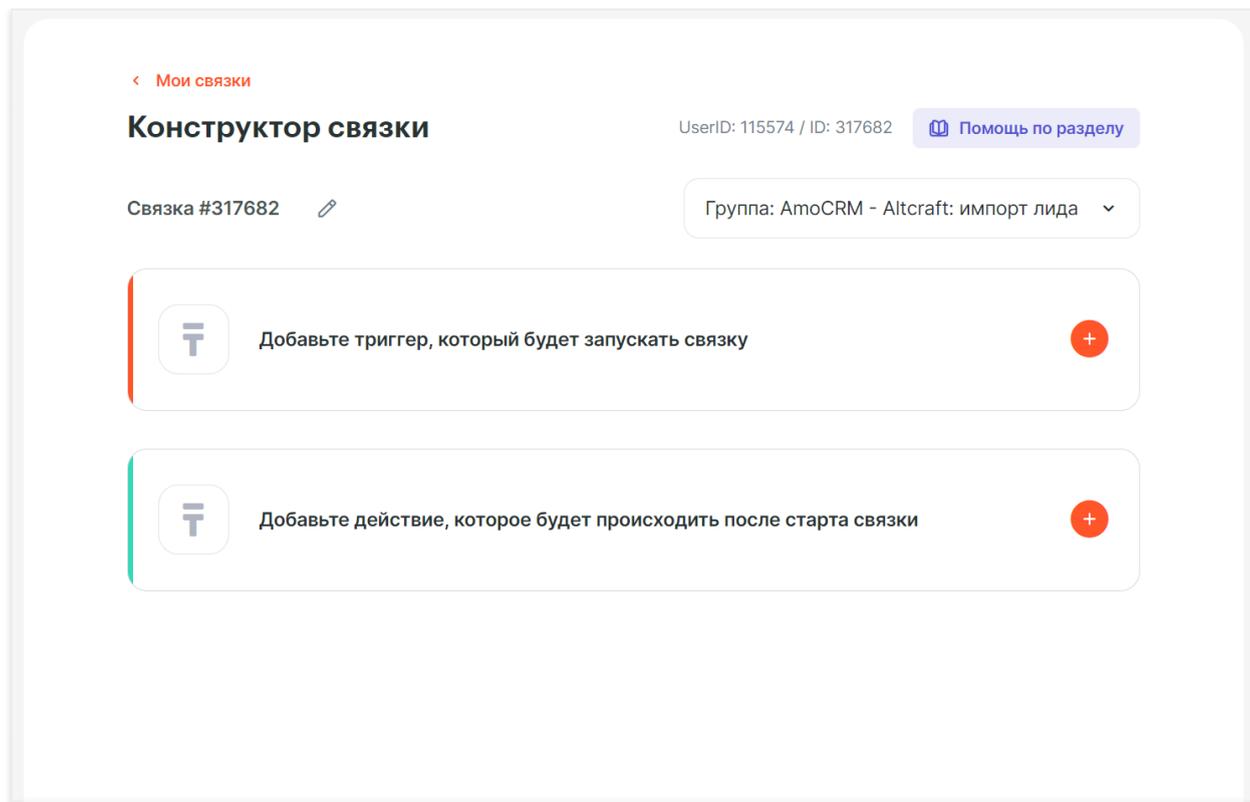
Платформа может:

- посредством импорта обновить данные в профиле клиента
- добавить профиль в сегмент
- отправить клиента в сценарий

В данной статье разберем, как с помощью Albato добавить профиль клиента в приветственный сценарий.

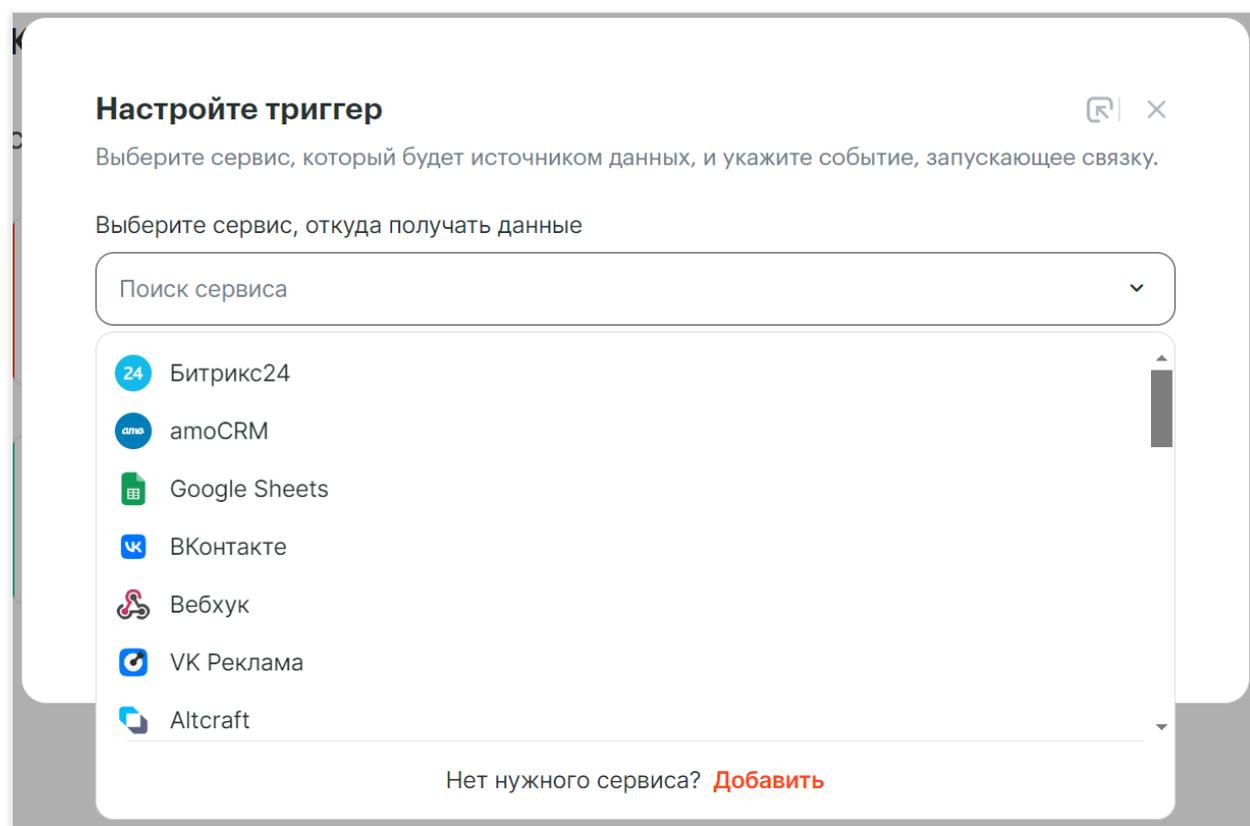
## Шаг 1. Создание новой связки в Albato

Связка в Albato состоит из двух компонентов: из триггера, который запускает передачу данных из внешнего сервиса на Albato, и действия, происходящего после запуска триггера.



## 1.1 Добавление триггера

1. Выберите сервис, откуда Albato будет получать данные



2. Выберите событие, которое запустит передачу данных. В нашем случае, действием будет создание нового контакта в amoCRM.

### Настройте триггер

Выберите сервис, который будет источником данных, и укажите событие, запускающее связку.

Выберите сервис, откуда получать данные

amoCRM

Выберите событие, которое запустит передачу данных

Создан новый контакт

Поиск

- Изменение сделки API  
При изменении сделки обновятся данные о сделке и отправятся.
- Обновление статуса сделки API  
О приходе данных об изменении статуса сделки будет уведомлено.
- Создан новый контакт** API  
При создании нового контакта, будут переданы данные о контакте.
- Контакт обновлен API  
При обновлении контакта будет передана новая информация о контакте.

Нет нужного метода? [Добавить](#)

Выберите режим работы связки: данные можно отправлять в **Altcraft** в реальном времени или указать, за какой период их собрать.

### Режим работы связки

[Инструкция](#)

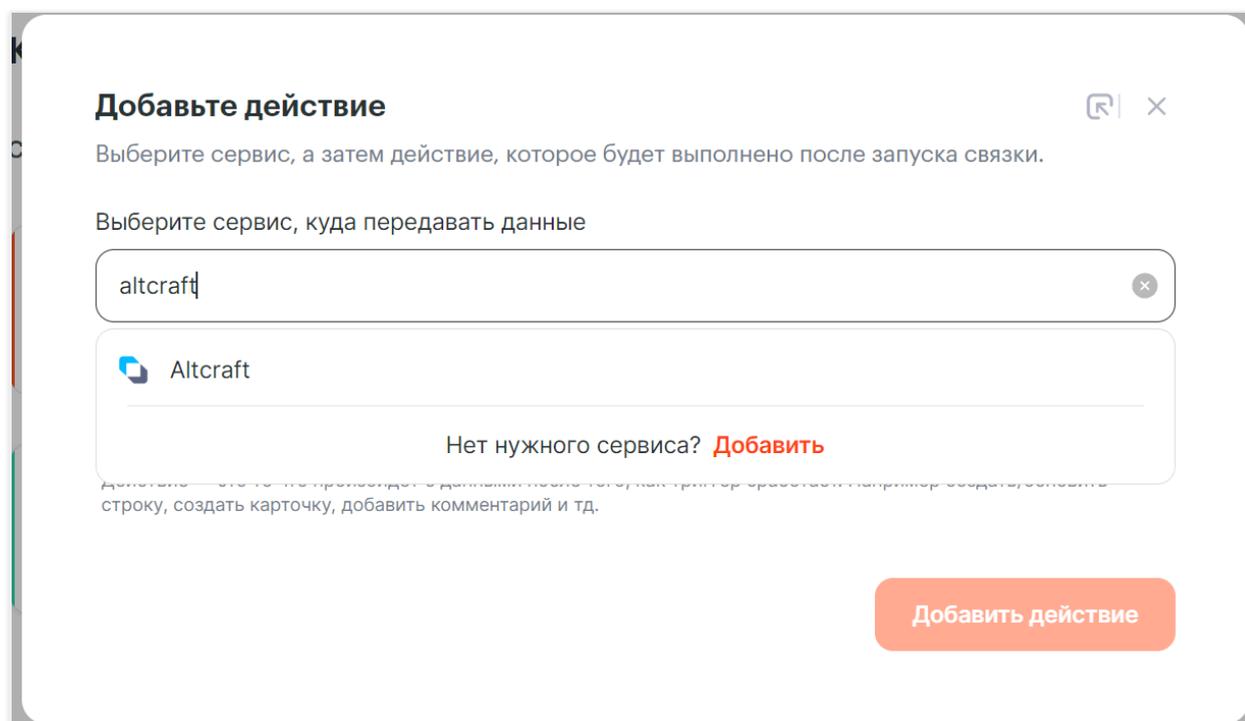
Данные за какой период необходимо отправить?

- В реальном времени (сбор данных текущего периода) ⓘ
- Миграция данных (сбор данных за указанный период в прошлом) ⓘ

[Сохранить](#)

## 1.2. Добавление действия

1. Выберите платформу **Altcraft** как сервер, который будет получать данные из amoCRM



2. Для того, чтобы импортировать или обновить данные о клиенте и перенести профиль в сценарий, выберите "**Одновременный импорт и запуск профиля в сценарий**".

### Добавьте действие

Выберите сервис, а затем действие, которое будет выполнено после запуска связки.

Выберите сервис, куда передавать данные

Altcraft

Выберите действие, которое нужно совершить

Одновременный импорт и запуск профиля в сценарий

Поиск

Импортировать/Обновить профиль

Одновременный импорт и запуск профиля в сценарий

Импорт профиля + Отправка триггера

Регистрация события достижения цели  
Это действие регистрирует достижение цели в сервисе Altcraft.

Нет нужного метода? [Добавить](#)

3. [Подключите аккаунт Altcraft](#) и укажите базу данных для взаимодействия. Нажмите "**Добавить действие**".

Подключите свой аккаунт Altcraft к Albato

Мой аккаунт Altcraft

Подключение необходимо, чтобы связка могла получать и передавать данные в ваш аккаунт в системе Altcraft. Это ключ доступа, по которому ваша система Altcraft дает доступ Albato к данным, которые попадут в связку.

**Дополнительные параметры подключения**

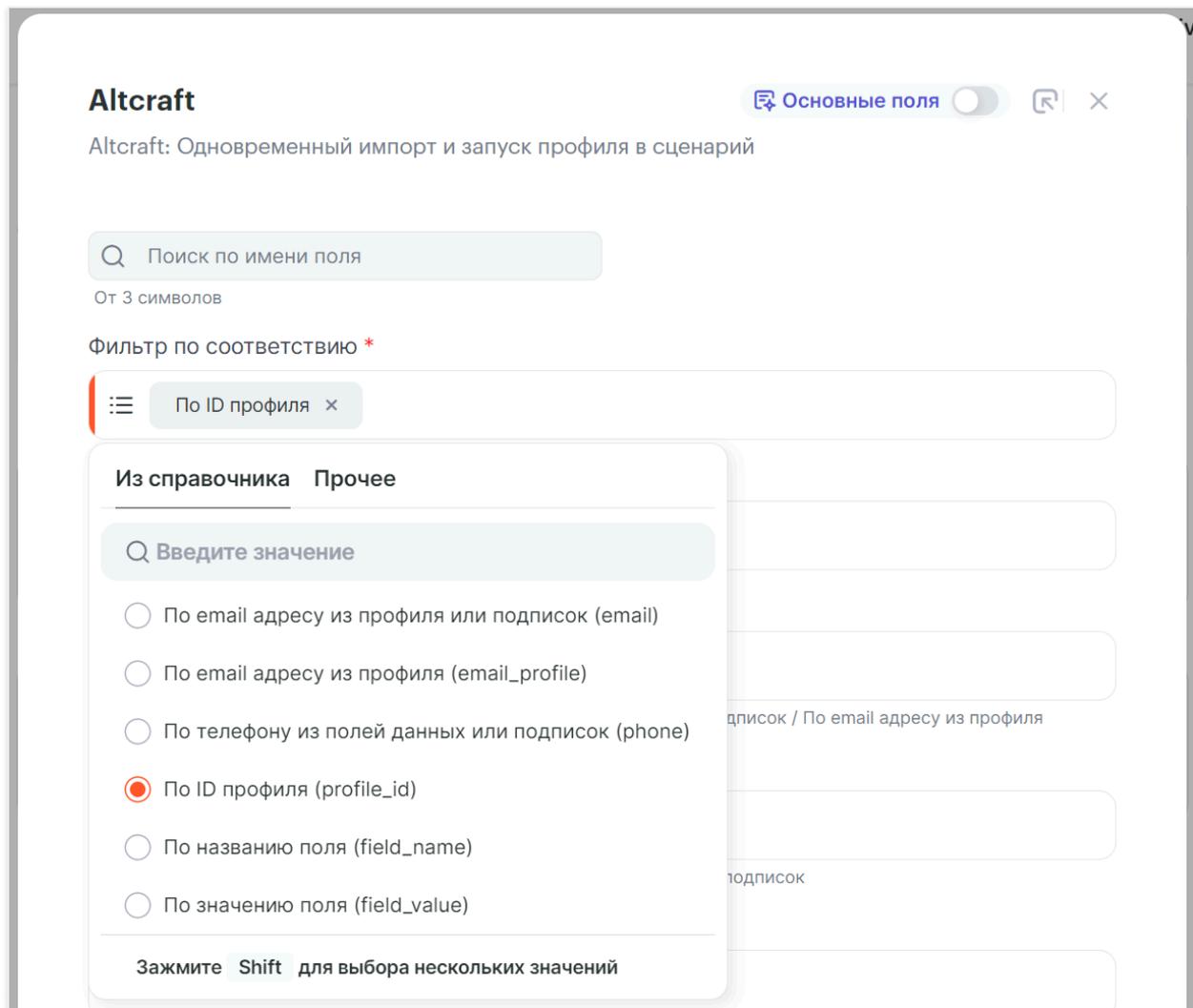
Базы профилей\*

Выберите

[Добавить действие](#)

## 1.3. Настройка полей

1. Укажите фильтр, по которому будет осуществляться поиск профиля в базе данных.



2. Укажите ID сценария, в который будет отправлен профиль.

Идентификатор цепочки \*

В зависимости от выбранного фильтра для **матчинга** укажите поле, по которому будет осуществляться поиск.

ID профиля

1. Создан новый контакт: ID контакта ×

Указать, если Фильтр соответствия = По ID профиля

Опционально, укажите дополнительные поля для соответствия.

После настройки вы можете протестировать или запустить связку.

## Шаг 2. Работа со сценарием на платформе

После создания связки данные о клиенте будут переноситься через Albato на платформу, когда будет наступать триггерное событие. Профиль клиента попадет в заранее подготовленный [приветственный сценарий](#).

Подробнее о том, как на платформе регистрируются события для возврата данных на Albato, вы можете прочитать в [следующей статье](#).

# Передача данных о событии

Событие — это действие, связанные с доставкой сообщений или импортом профилей подписчиков, так и действия клиентов, отслеженные пикселями платформы Altcraft на Вашем сайте или в приложении.

Данные о событиях можно передать в различные сервисы с помощью [захвата событий](#), в том числе в Albato.

## Шаг 1. Настройте захват событий на платформе

Основные этапы настройки захвата событий описаны [в этой статье](#).. В поле URL укажите адрес, который находится в **Albato** → **Подключения** → **Altcraft** → **Мой аккаунт Altcraft**

The screenshot shows the Albato web interface. At the top, there is a navigation bar with the following items: 'Мои связи', 'Подключения', 'Журнал', 'Помощь', 'Финансы', and a user profile 'andrey.ivanov@altcraft.com'. Below the navigation bar, there is a 'Добавить подключение' button. The main content area is divided into sections. On the left, there is a list of connections, with one entry 'Мой аккаунт Altcraft' dated '16.08.2022'. On the right, there is a configuration form for a connection. The form has tabs for 'Доступ', 'Базы данных', and 'Триггеры кампаний'. Below the tabs, there are buttons for 'Обновить' and 'Протестировать'. The form fields are: 'Название' (My Altcraft account), 'Access token' (masked with dots), and 'Webhook' (https://h.albato.com/wh/11326/1lfotnf/W3u8...). A 'Сохранить' button is at the bottom of the form.

### Список доступных событий:

- Открыт АК-Pixel на сайте
- Отправщик не смог доставить Email-сообщение подписчику
- Запущена кампания

- SMS сообщение отправлено для доставки подписчику
- Неуникальный клик по ссылке в Email сообщении
- SMS сообщение доставлено
- Клик по ссылке подтверждения подписки в double opt-in сообщении
- SMS сообщение не доставлено
- Подписчик перешел по ссылке отписки в письме и был отписан
- Push сообщение отправлено для доставки подписчику
- Не уникальное открытие Push сообщения
- Push сообщение доставлено
- Не уникальный клик по ссылке в SMS сообщении
- Не уникальный клик по ссылке в Push сообщении
- Промокод активирован
- Неуникальное открытие Email сообщения
- Email сообщение отправлено для доставки подписчику
- Подписчику назначен промокод
- Отправщик доставил Email сообщение подписчику

Активировать захват событий можно с помощью переключателя вверху экрана:

Основные настройки Активный

Имя захвата событий: \*

Захват событий для передачи через Albedo

Описание захвата событий:

## Шаг 2. Настройте связку в Albedo

Для того, чтобы настроить связку для передачи данных из Altcraft во внешний сервис, нажмите "**Создать связку**"

### 2.1. Настройте триггер

Выберите **Altcraft** в качестве сервиса, который будет передавать данные в Albedo

### Добавьте действие

Выберите сервис, а затем действие, которое будет выполнено после запуска связи.

Выберите сервис, куда передавать данные

Altcraft

Нет нужного сервиса? [Добавить](#)

Действие — это то, что происходит с данными после того, как триггер сработал. Например, создать запись в строку, создать карточку, добавить комментарий и тд.

[Добавить действие](#)

Выберите событие, наступление которого запустит передачу данных в Albato:

### Настройте триггер

Выберите сервис, который будет источником данных, и укажите событие, запускающее связь.

Выберите сервис, откуда получать данные

Выберите событие, которое запустит передачу данных

Подписчику назначен промокод

Поиск

- Не уникальный клик по ссылке в Push сообщении
- Промокод активирован
- Неуникальное открытие Email сообщения
- Email сообщение отправлено для доставки подписчику
- Подписчику назначен промокод**
- Отправщик доставил Email сообщение подписчику

Нет нужного метода? [Добавить](#)

Подключите свой аккаунт:

Подключите свой аккаунт Altcraft к Albato

 Мой аккаунт Altcraft ▼

Подключение необходимо, чтобы связка могла получать и передавать данные в ваш аккаунт в системе Altcraft. Это ключ доступа, по которому ваша система Altcraft дает доступ Albato к данным, которые попадут в связку.

[Добавить триггер](#)

## 2.2 Добавьте действие, которое будет происходить после запуска триггера

Выберите сервис, куда будут поступать данные:

**Добавьте действие** 🔍 ✕

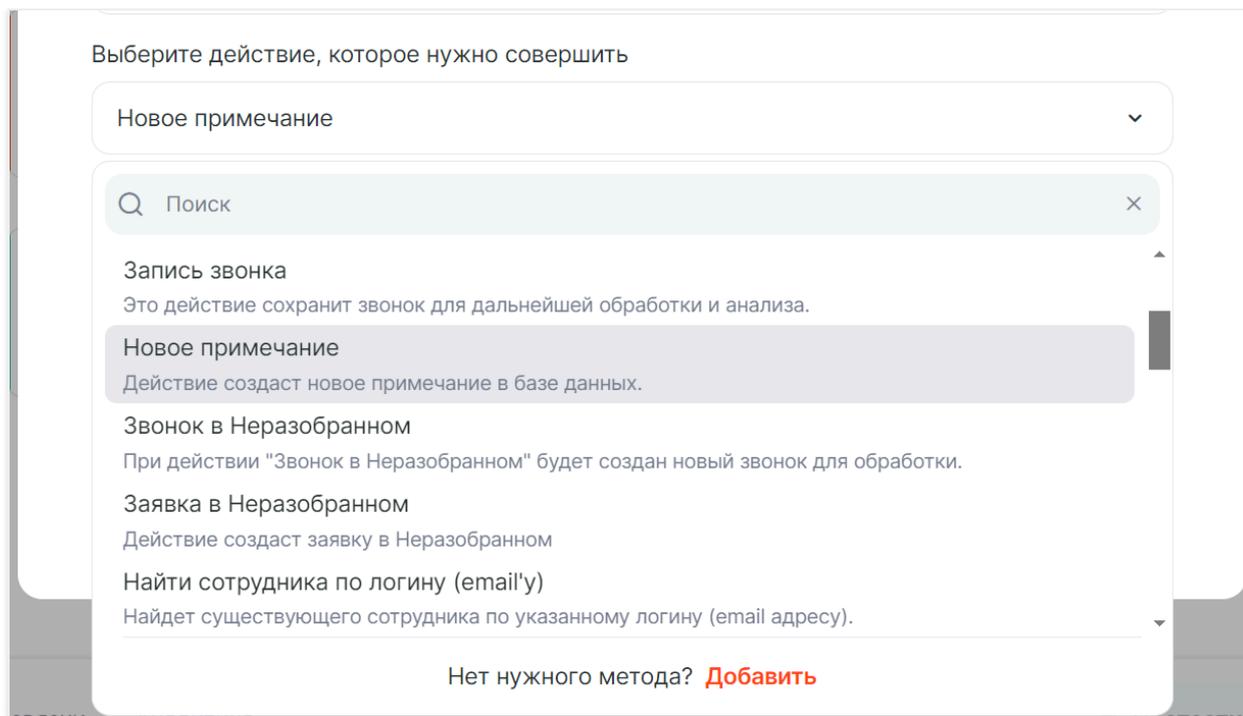
Выберите сервис, а затем действие, которое будет выполнено после запуска связки.

Выберите сервис, куда передавать данные

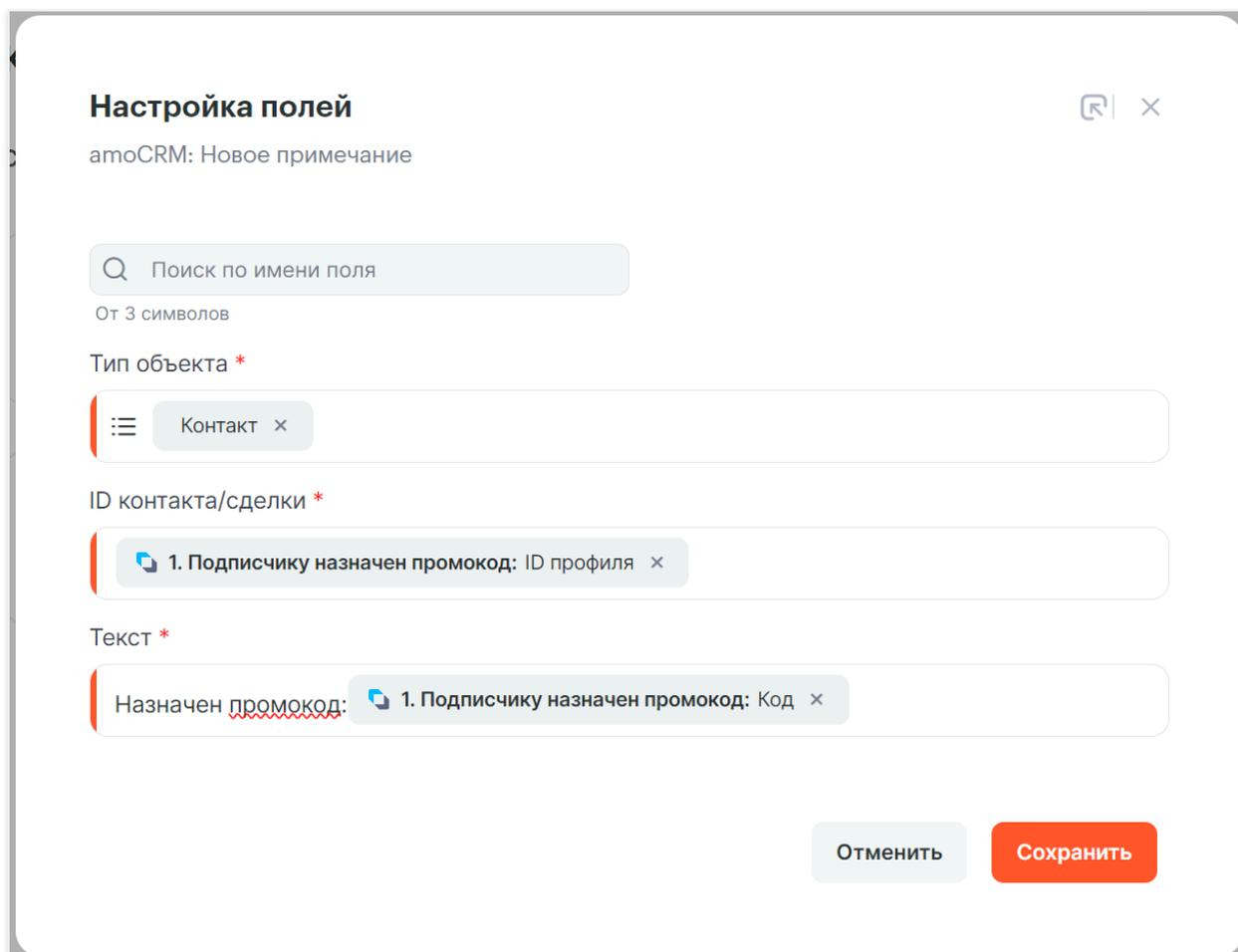
-  1С:Битрикс
-  1С:Бухгалтерия
-  2meetup
-  5crm
-  A&A/FITPASS Calltracking
-  Acadle
-  Acebot.ru для WhatsApp

Нет нужного сервиса? [Добавить](#)

Назначьте событие, которое будет совершено:



Подключите свой аккаунт к Albedo. Нажмите сохранить и после настройте поля:



Активировать связку можно нажав "Запустить". После этого данные, привязанные к событию на платформе, будут отображаться в карточке клиента на внешнем сервисе.

# Отправка триггерной кампании

С помощью Albato вы можете создать связку, которая будет запускать триггерную кампанию на платформе.

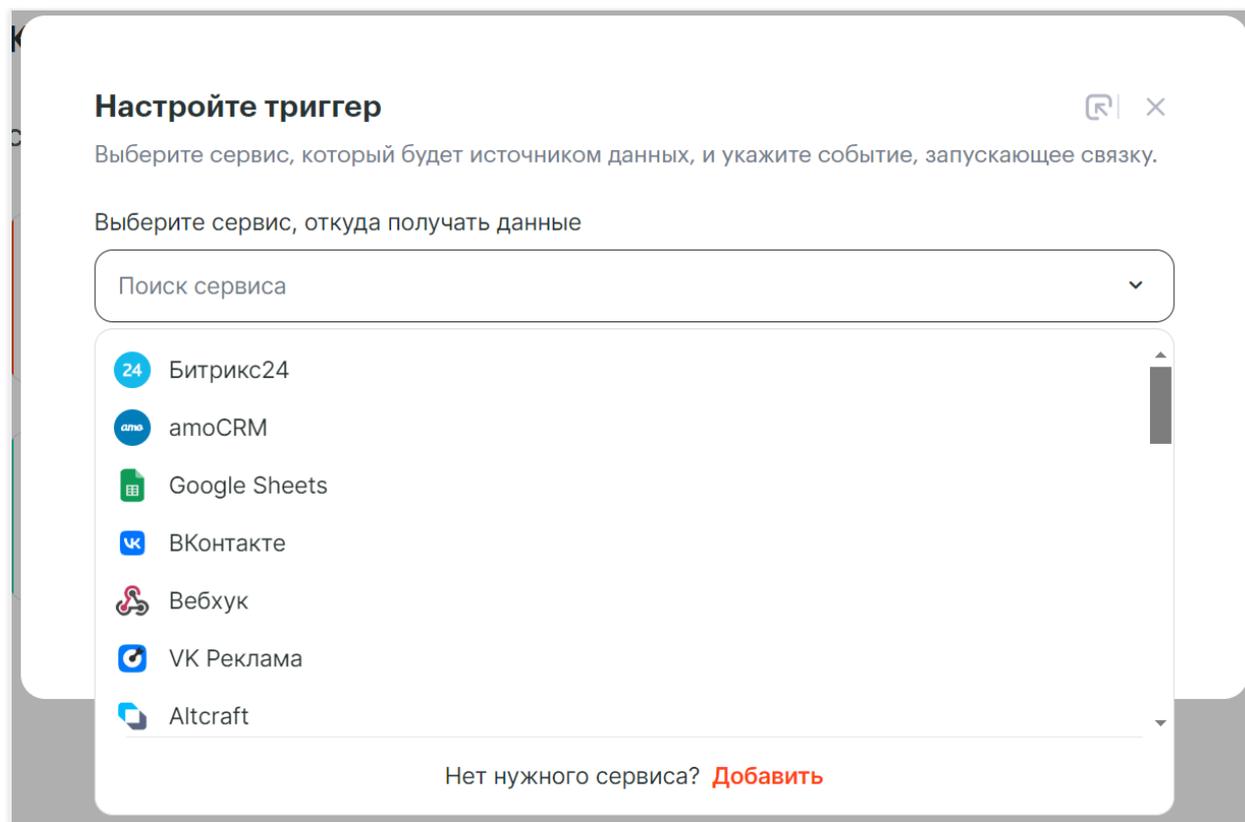
Рассмотрим запуск данного типа кампании на примере отправки счета клиенту.

## Шаг 1. Настройте связку в Albato

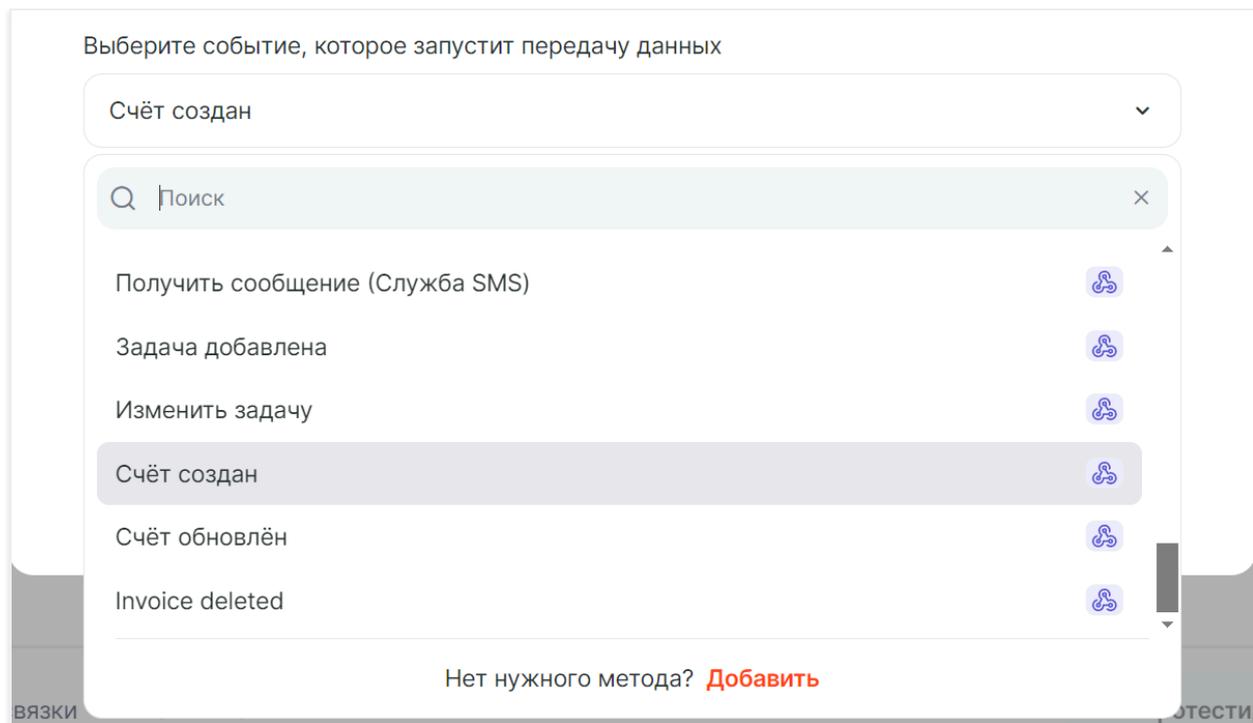
Настройте связку **Внешний сервис** -> **Albato** -> **Altcraft**

### 1.1. Добавьте триггер

Выберите внешний сервис, с которого будут поступать данные:

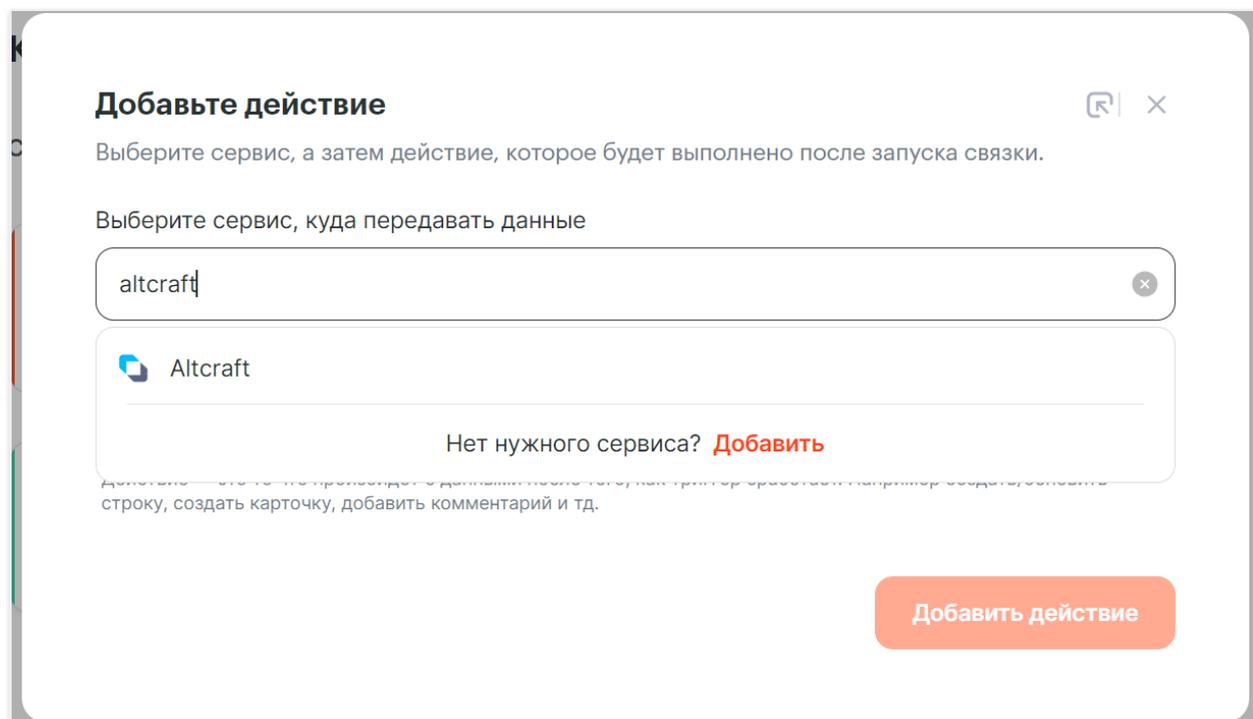


Выберите событие, которое запустит передачу данных:



## 1.2. Добавьте действие

Укажите **Altcraft** как сервис для получения данных:



Назначьте действие, которое будет происходить после наступления события:

Выберите действие, которое нужно совершить

Импорт профиля + Отправка триггера

Поиск

Импортировать/Обновить профиль

Одновременный импорт и запуск профиля в сценарий

**Импорт профиля + Отправка триггера**

Регистрация события достижения цели  
Это действие регистрирует достижение цели в сервисе Altkraft.

Нет нужного метода? [Добавить](#)

Подключите свой аккаунт и выберите базу профилей.

Далее укажите ID триггерной кампании, которую вы хотели бы запускать:

ID триггерной кампании для запуска \*

2

Выберите параметр, по которому подписчик будет находиться в базе данных:

Режим поиска подписчика

☰ |

По умолчанию - Email

**Из справочника** Прочее

Введите значение

По профилю и подпискам (email)

Только по профилю (email\_profile)

По номеру телефона (phone)

По ID профиля (profile\_id)

По кастомным полям (custom)

Зажмите **Shift** для выбора нескольких значений

В зависимости от выбранного параметра укажите поле для поиска:

Email-адрес

Указать, если режим поиска = По профилю и подпискам / Только по профилю

Номер телефона

Указать, если режим поиска = По номеру телефона

ID профиля

Указать, если режим поиска = По ID профиля

Название кастомного поля профиля для поиска

Указать, если режим поиска = По кастомным полям

Значение кастомного поля для поиска

Указать, если режим поиска = По кастомным полям

Опционально, укажите поля для матчинга.

## Шаг 2. Настройте триггерную кампанию на платформе

Для начала необходимо настроить [триггерную кампанию](#).

В разделе **Триггер** указываем **тип события**: **При использовании особого вызова API** (принимает вызовы API из внешних сервисов). Указываем базу данных, опционально время ожидания.

|                                      |                |                |                |
|--------------------------------------|----------------|----------------|----------------|
| Тип события                          | Подождать дней | Подождать час. | Подождать мин. |
| При использовании особого вызова API | 0              | 0              | 0              |
| Для базы данных:                     |                |                |                |
| 6 - В2С-клиенты                      |                |                | 1 288          |
| <a href="#">примеры вызова API</a>   |                |                |                |
| Назад                                |                |                | Готово         |

Сохраняем и запускаем кампанию.

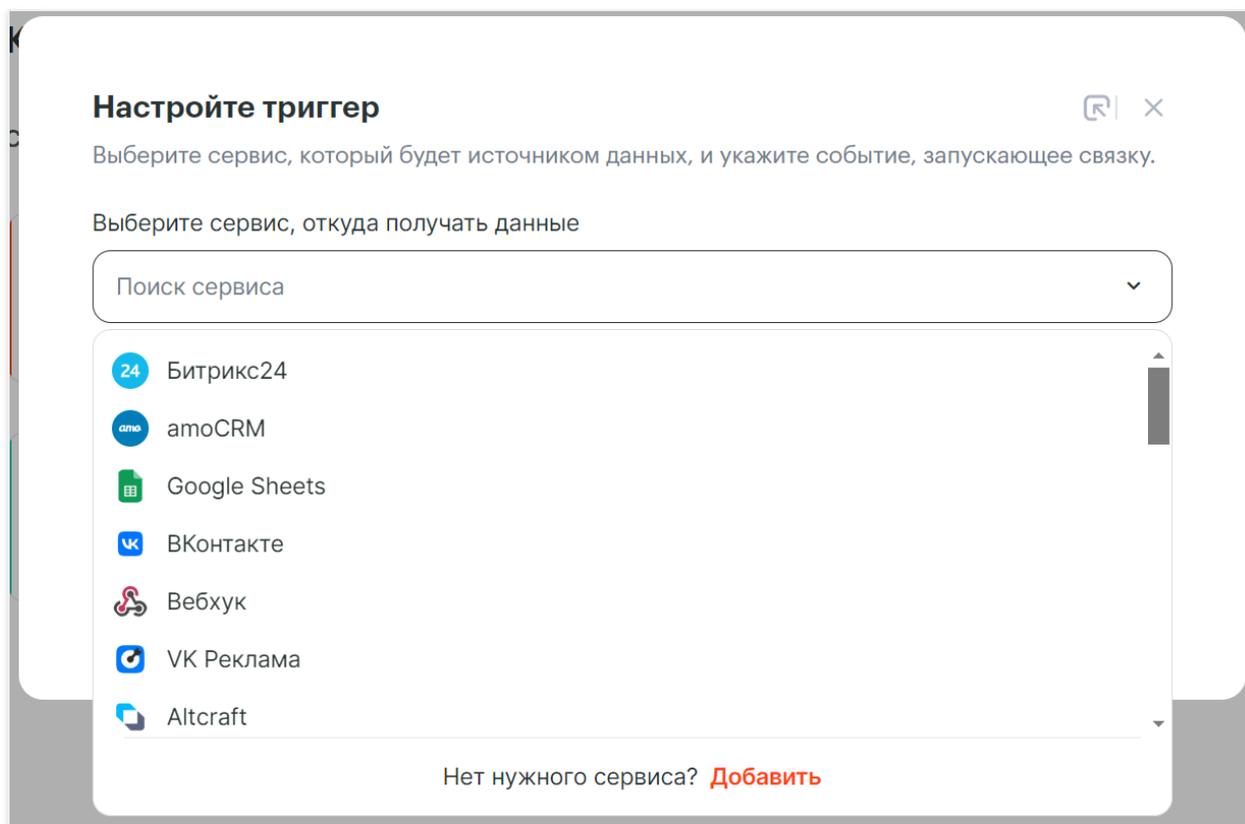
# Регистрация событий

Albato позволяет вам переносить данные о клиенте в [профиль подписчика](#) на платформе.

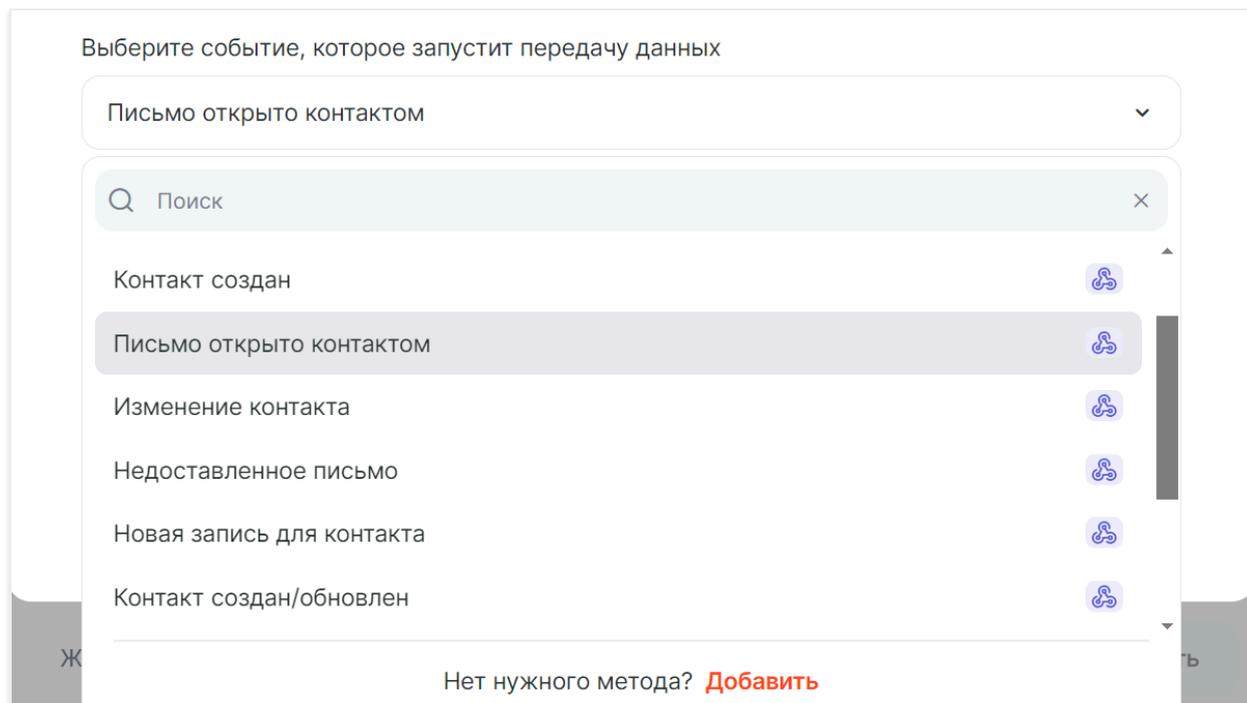
Для этого необходимо настроить связку **Внешний сервис** → **Albato** → **Altcraft**

## Шаг 1. Настройте триггер

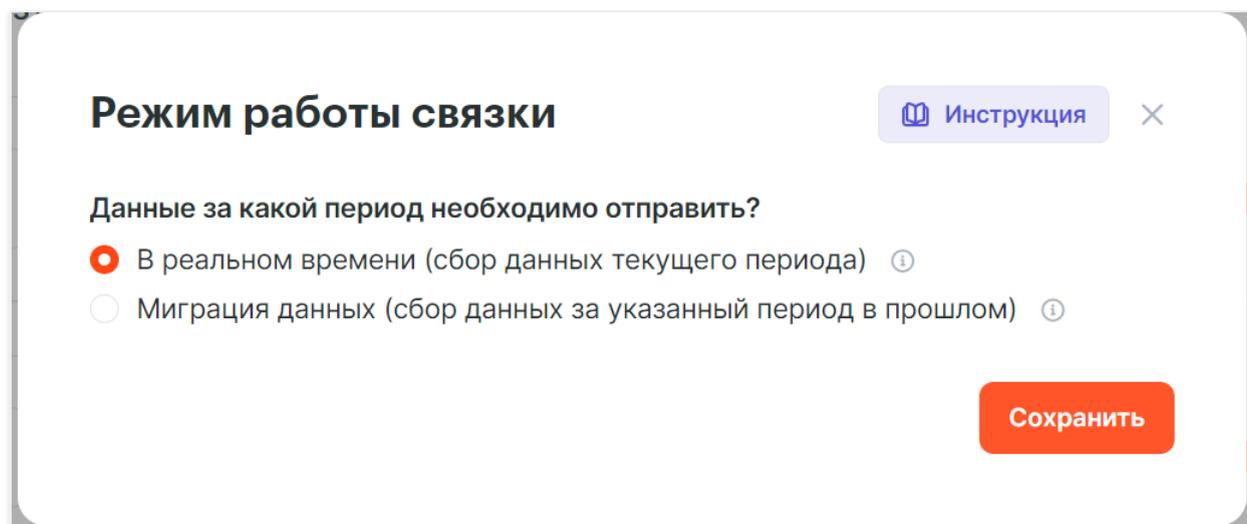
1. Укажите внешний сервис, который будет передавать данные на платформу:



2. Выберите событие, которое запустит передачу данных:



3. Выберите режим работы связки: данные можно отправлять в **Altcraft** в реальном времени или указать, за какой период их собрать.



## Шаг 2. Настройте действие

1. Укажите **Altcraft** как сервис для получения данных:

**Добавьте действие** 🔗 ✕

Выберите сервис, а затем действие, которое будет выполнено после запуска связи.

Выберите сервис, куда передавать данные

altcraft ✕

 Altcraft

Нет нужного сервиса? [Добавить](#)

Действие может принимать данные любого типа, например, текст, например, создать событие строку, создать карточку, добавить комментарий и тд.

[Добавить действие](#)

Назначьте действие, которое будет происходить после наступления события. Для того, чтобы данные импортировались в профиль подписчика, выберите **Импортировать/Обновить профиль**:

Выберите действие, которое нужно совершить

Импортировать/Обновить профиль ▼

Импортировать/Обновить профиль

🔍 Поиск ✕

**Импортировать/Обновить профиль**

Одновременный импорт и запуск профиля в сценарий

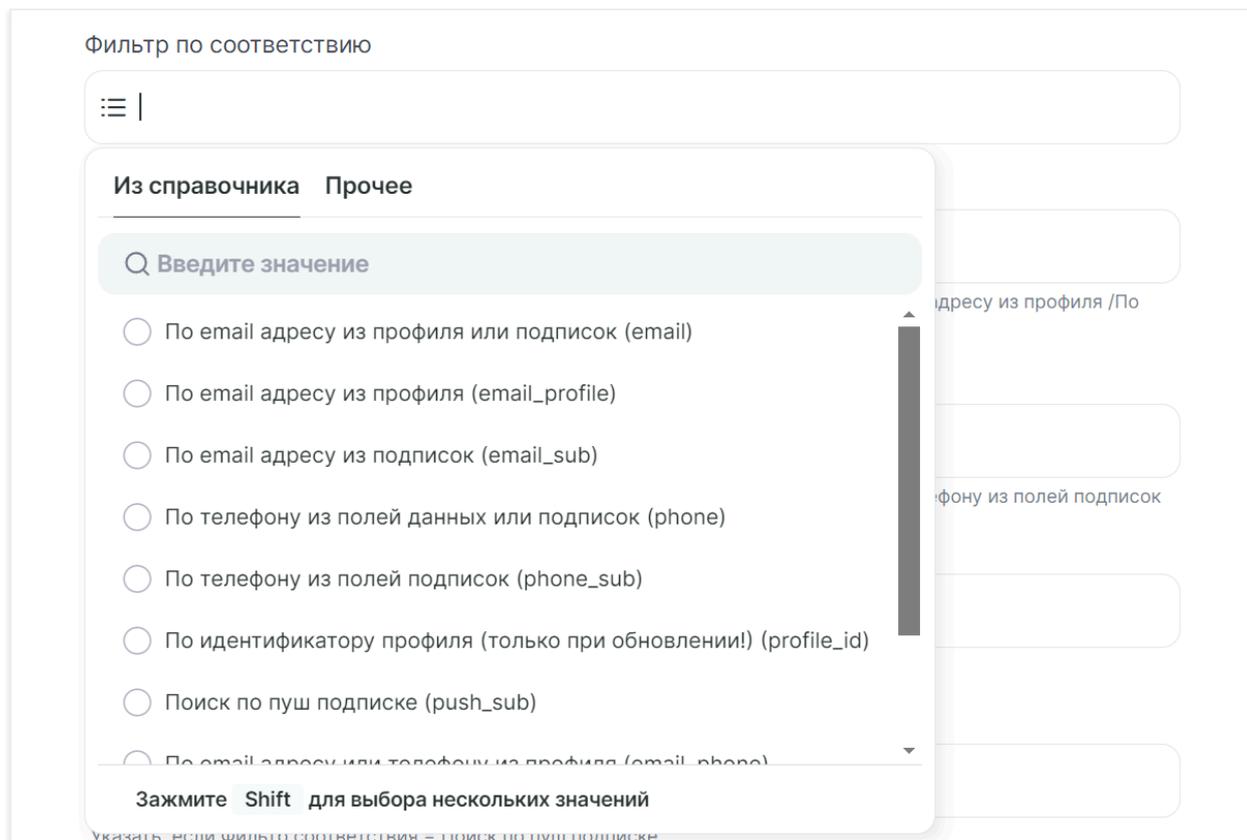
Импорт профиля + Отправка триггера

Регистрация события достижения цели

Это действие регистрирует достижение цели в сервисе Altcraft.

Нет нужного метода? [Добавить](#)

Настройте фильтр соответствия:



Опционально, настройте дополнительные поля.

После сохранения связки, при срабатывании триггера данные будут передаваться в карточку профиля клиента.

# Захват событий



Захват  
событий  
Altcraft



Типы событий  
для захвата



Структуры  
сообщений  
захвата  
событий



Отправить  
JSON запрос  
батчем



Отправить  
сообщение в  
очередь  
RabbitMQ



Отправить  
сообщение в  
exchange  
RabbitMQ



Отправить  
сообщение в  
Kafka broker



Предваритель  
ное  
тестирование  
события

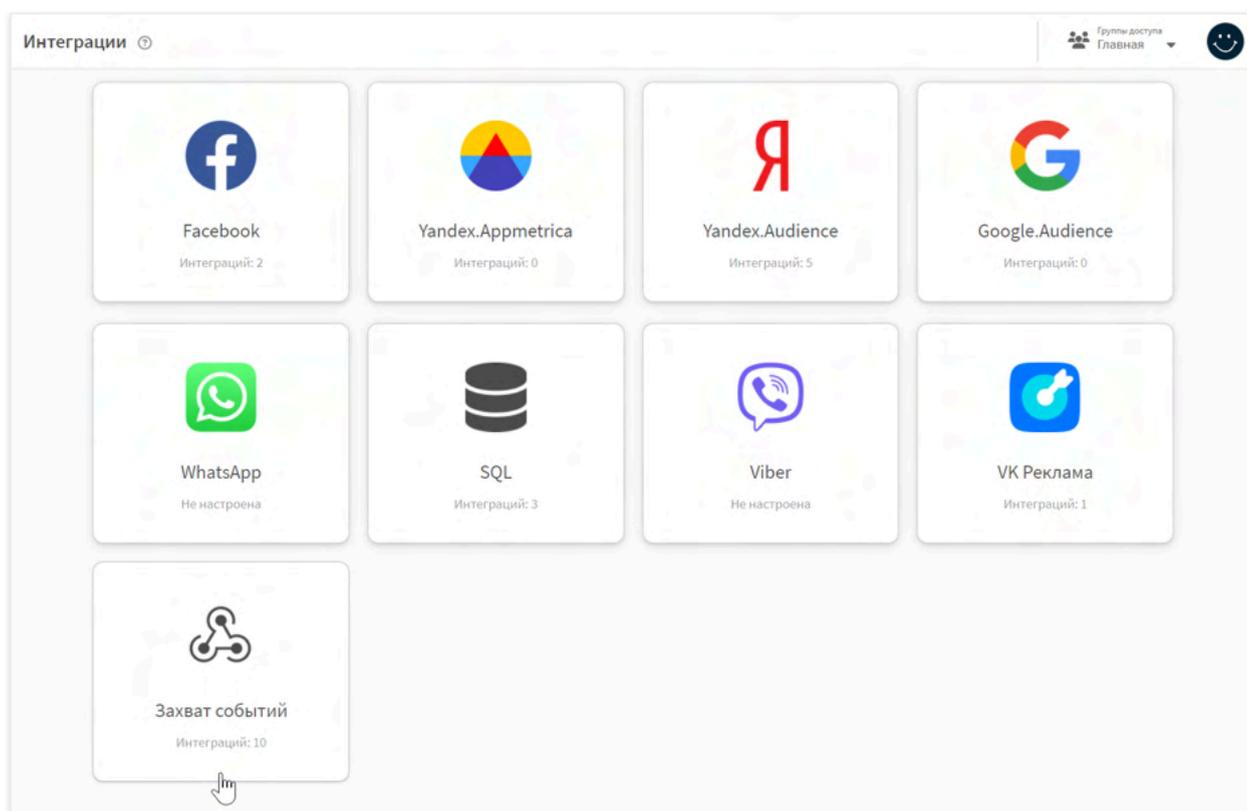
# Захват событий Altcraft

**Захват событий (Action Hooks)** — это механизм уведомления внешних систем о событиях платформы. Это могут быть как системные действия, связанные с доставкой сообщений или импортом профилей подписчиков, так и действия клиентов, отслеженные пикселями платформы Altcraft на Вашем сайте или в приложении.

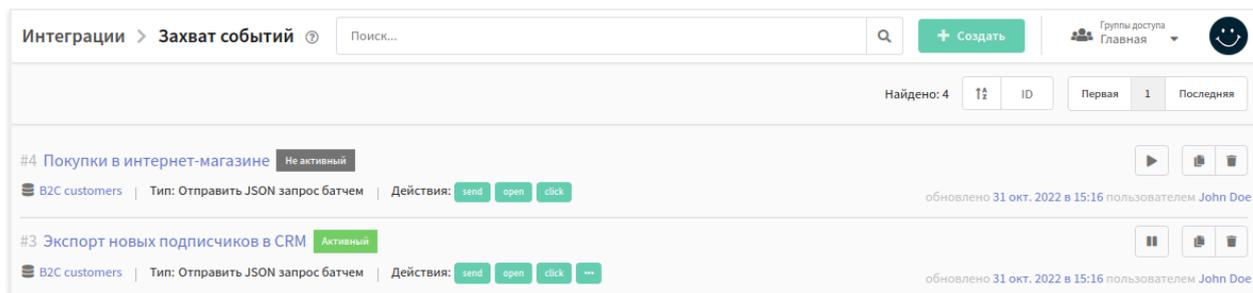
Захват событий может работать со всеми **базами данных** или с какой-либо конкретной. Захваченные события могут передаваться **батчем** в формате JSON по HTTP или отправляться в очередь брокера **асинхронно**.

Конфигурируется мастер-пользователем аккаунта для определенной базы данных или для всех сразу.

Чтобы начать работу, в главном меню выберите **Интеграции** → **Захват событий**:



Существующие захваты событий вы можете активировать или остановить, клонировать или удалить с помощью контекстного меню. Если вы хотите отредактировать захват, нажмите на его заголовок. Чтобы добавить новый, нажмите **+ Создать** в верхней части страницы:



## Основные настройки захвата событий

В **Основных настройках** введите имя нового захвата. Здесь же находится переключатель для активации процесса отправки событий:

## Выбор действий для захвата

Захваты событий могут работать со всеми [Базами профилей](#) сразу или с одной конкретной. В блоке **Настройки захвата** выберите необходимый вариант в выпадающем меню **База данных**:

В поле **Действия** выберите из выпадающего меню события, которые будут передаваться во внешние системы. Типы событий, их обозначения в меню и в запросе захвата, а также описания вы найдёте в [этой статье](#).

По умолчанию Захват регистрирует все события выбранных вами типов. Ограничить события так, чтобы получать более узкую выборку, можно в блоке

## Дополнительные фильтры:

- **Ресурсы** — будут захвачены события, связанные с коммуникациями в рамках определённых [ресурсов](#).
- **Кампания** — будут захвачены события определённых маркетинговых [кампаний](#).
- **Сообщения** — будут захвачены события кампаний, использующих определённые [шаблоны сообщений](#).
- **Сегменты** — будут захвачены события, связанные с подписчиками, входящими в определённые [сегменты](#).
- **Пиксели** — будут захвачены действия подписчиков на внешних ресурсах, зарегистрированные определёнными [пикселями](#).

Дополнительные фильтры

- Ресурсы: 31 - Website ✕, 27 - Blog ✕
- Кампании: 384 - Black Friday 2.0 ✕, 196 - Подборка товаров ✕
- Сообщения: 40 - Black Friday ✕, 68 - Промо шаблон ✕
- Сегменты: 4 - New awesome segment ✕, 9 - New planetary segment ✕
- Пиксели: 8 - Online store ✕

## Настройки обратного запроса

Доступны следующие **типы запроса**:

1. Отправить JSON запрос батчем. [Подробнее](#).
2. Отправить сообщение в очередь RabbitMQ. [Подробнее](#).
3. Отправить сообщение в exchange RabbitMQ. [Подробнее](#).
4. Отправить сообщение в Kafka broker. [Подробнее](#).

Настройки обратного запроса

Тип запроса:

- Отправить JSON запрос батчем
- Отправить сообщение в очередь RabbitMQ
- Отправить сообщение в exchange RabbitMQ
- Отправить сообщение в Kafka broker

К примеру, слово ОК

## ⚠ К СВЕДЕНИЮ

### Функция повторной отправки

Если во время отправки сообщения по каким-то причинам произошла ошибка (например, сбой сети), через определенное время сообщение будет отправлено снова. Количество повторных отправок и их периодичность устанавливаются в конфигурационном файле системы "main.json":

"HOOK\_RETRY\_TIMES": устанавливает максимальное количество попыток отправки (по умолчанию - 4)

"HOOK\_RETRY\_PERIOD\_SEC": Периоды между попытками отправки, в секундах (по умолчанию - 15)

## Передача дополнительных данных о событии в захвате

### Данные профиля клиента в захвате

Вместе с информацией о захваченном событии можно передавать значения стандартных и дополнительных полей профиля. Набор доступных дополнительных полей зависит от выбранной базы данных. Выберите в выпадающем списке поля профиля, которые хотите **добавить в custom\_data**:

Добавить поля в custom\_data:

email x    \_city x    \_country x    sub\_expire\_date x

\_createtime

\_updatetime

\_is\_test

subscriptions

Дополнительные поля

CRM\_ID

Ниже можно задать **шаблон custom\_data**. Платформа будет использовать в захват значение из этого шаблона, если в [API-запросе](#) на запуск триггера не переданы данные в поле `custom_data`.

Добавить поля в custom\_data:

email ×

Добавить содержимое сообщений

Шаблон custom\_data, если не передано:

```
{
  "name": "value"
}
```

**О шаблоне custom\_data**  
 Сформированный шаблон будет применяться в событиях связанных с подписчиком, когда custom\_data не передана в API вызов триггера, или в случае другого типа кампании. Данный шаблон общий для всех Захватов Событий в аккаунте.

## Дополнительные данные в захвате

Помимо данных профиля, в объект `custom_data` можно передавать любые данные в формате `mykey:myvalue`. Для этого вручную введите ключ и значение, а затем нажмите Enter ↵.

Доступны шаблонные параметры:

| Параметр                             | Описание   |
|--------------------------------------|--|
| <code>{{uuid}}</code>                | Генерирует новый UUIDv4  |
| <code>{{event_date}}</code>          | Дата события в формате "2006-01-25T15:04:05.999999Z"                   |
| <code>{{event_date_ymd}}</code>      | Дата события в формате "2006-01-25"                                    |
| <code>{{event_date_rfc3339}}</code>  | Дата события в формате RFC 3339  |
| <code>{{event_date_unix}}</code>     | Дата события во времени unix, в строке                                 |
| <code>{{event_date_unixnano}}</code> | Дата события во времени unix (наносекунды), в строке                   |
| <code>{{campaign_name}}</code>       | Извлекает имя кампании, если оно актуально для события, иначе пустое   |
| <code>{{campaign_subid}}</code>      | Извлекает SubID кампании, если оно актуально для события, иначе пустое |

| Параметр            | Описание   |
|---------------------|--|
| {{database_name}}   | Извлекает имя базы данных, если оно актуально для события, иначе пустое          |
| {{segment_name}}    | Извлекает имя сегмента, если оно актуально для события, иначе пустое             |
| {{message_name}}    | Извлекает имя шаблона, если оно актуально для события, иначе пустое              |
| {{message_subject}} | Извлекает тему сообщения в шаблоне, если оно актуально для события, иначе пустое |
| {{resource_name}}   | Извлекает имя ресурса, если оно актуально для события, иначе пустое              |

Например, вы добавляете в `custom_data` поля:

Добавить поля в custom\_data:

email ✕ id:{{uuid}} ✕ cname:{{campaign\_name}} ✕ eventTime:{{event\_date\_ymd}} ✕ eventTimeUnix:{{event\_date\_unix}} ✕

В этом случае данные будут переданы следующим образом:

```
"custom_data": {
  "cname": "Black Friday",
  "email": "test@example.com",
  "eventTime": "2023-03-17",
  "eventTimeUnix": "1615988820",
  "id": "dc876134-87a4-4437-aabb-d2fc8a3d4213",
}
```

## Контент сообщения в захвате

Для того чтобы вместе с событиями передавать контент всех сообщений, активируйте опцию **"Добавить содержимое сообщений"**:

Добавить поля в custom\_data:

email x

Добавить содержимое сообщений

 **Внимание**  
При добавлении содержимого в запрос, объем передаваемых данных может быть сильно увеличен.

Содержимое будет передаваться в поле "content". Структура поля для каждого канала описана в [этой статье](#).

 **ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ**

Обратите внимание, что при этом все отправленные сообщения будут помещаться в хранилище на фиксированное время, что потребует дополнительного дискового пространства. По умолчанию время хранения — 72 часа и устанавливается глобальной настройкой `HOOK_CONTENT_CLEANUP_HOURS` в файле `main.json`. По истечению этого времени события будут передаваться уже без связанного с ними контента.

# Типы событий для захвата

| В интерфейсе                | В запросе         | Описание  |
|-----------------------------|-------------------|---|
| <b>События Email канала</b> |                   |   |
| Send                        | <b>send</b>       | Email сообщение отправлено для доставки подписчику.   |
| Reply                       | <b>reply</b>      | Ответ подписчика на полученное Email сообщение.   |
| Unique Open                 | <b>uopen</b>      | Уникальное открытие email сообщения.  |
| Open                        | <b>open</b>       | Неуникальное открытие email сообщения.  |
| Unique Click                | <b>uclick</b>     | Уникальный клик по ссылке в email сообщении.<br><br>Создаёт также события <b>open</b> и <i>*uopen</i> , если событие <b>open</b> не было получено.                            |
| Click                       | <b>click</b>      | Неуникальный клик по ссылке в email сообщении.  |
| Confirm                     | <b>confirm</b>    | Клик по ссылке подтверждения в обычном сообщении.<br><br>Клик по <b>confirm</b> ссылке создаёт также событие <b>click</b> и <b>uclick</b> , если это первый клик в сообщении. |
| Confirm Subscription        | <b>confirmsub</b> | Клик по ссылке подтверждения подписки в <a href="#">double opt-in</a> сообщении.  |
| Unsubscribe                 | <b>unsub</b>      | Подписчик перешел по ссылке отписки в письме и был отписан.   |

| В интерфейсе                                | В запросе            | Описание  |
|---|----------------------|---|
|   |                      | {unsubscribe} или {globalunsubscribe}                                       |
| Complain                                    | <b>complain</b>      | Подписчик пожаловался на сообщение.   |
| SoftBounce                                  | <b>sbounce</b>       | Событие ответа о временной невозможности доставки сообщения.                |
| HardBounce                                  | <b>hbounce</b>       | Ответ о невозможности доставки сообщения.                                   |
| Suppression                                 | <b>suppress</b>      | Сообщение не было отправлено подписчику по причине нахождения в стоп-листе. |
| Delivered                                   | <b>deliv</b>         | Отправщик доставил email сообщение подписчику.                              |
| Undelivered                                 | <b>undeliv</b>       | Отправщик не смог доставить сообщение подписчику.                           |
| Read Message                                | <b>read</b>          | Сообщение открыто пользователем в течении <b>8 и более секунд</b> .         |
| Glanced Message                             | <b>glanced</b>       | Сообщение открыто <b>до 4 секунд</b> .                                      |
| Skimmed Message                             | <b>skimmed</b>       | Сообщение открыто <b>до 8 секунд</b> .                                      |
| <b>События импорта профилей подписчиков</b> |                      |   |
| Manual Import                               | <b>import_manual</b> | Подписчик был добавлен через интерфейс системы.                             |
| File Import                                 | <b>import_file</b>   | Подписчик был добавлен через интерфейс системы, из файла.                   |

| В интерфейсе                   | В запросе          | Описание  |
|--------------------------------|--------------------|---|
| API Import                     | <b>import_api</b>  | Подписчик был <a href="#">добавлен через API</a> .  |
| <b>События для SMS канала</b>  |                    |   |
| Send SMS                       | <b>send_sms</b>    | SMS сообщение отправлено для доставки подписчику.   |
| Click SMS                      | <b>click_sms</b>   | Не уникальный клик по ссылке в SMS сообщении.   |
| Unique Click SMS               | <b>uclick_sms</b>  | Уникальный клик по ссылке в SMS сообщении.  |
| Delivered SMS                  | <b>deliv_sms</b>   | SMS сообщение доставлено.   |
| Undelivered SMS                | <b>undeliv_sms</b> | SMS сообщение не доставлено.  |
| Unsubscribe SMS                | <b>unsub_sms</b>   | Подписчик перешел по ссылке отписки в сообщении и был отписан.<br>{unsubscribe} или {globalunsubscribe} |
| <b>События для Push канала</b> |                    |   |
| Unique Open Push               | <b>uopen_push</b>  | Уникальное открытие push сообщения.   |
| Open Push                      | <b>open_push</b>   | Не уникальное открытие push сообщения.  |
| Send Push                      | <b>send_push</b>   | Push сообщение отправлено для доставки подписчику.  |
| Click Push                     | <b>click_push</b>  | Не уникальный клик по ссылке в push сообщении.  |
| Unique Click Push              | <b>uclick_push</b> | Уникальный клик по ссылке в push сообщении.   |

| <b>В интерфейсе</b>                        | <b>В запросе</b>       | <b>Описание</b>   |
|--|------------------------|---|
| Delivered Push                             | <b>deliv_push</b>      | Push сообщение доставлено.  |
| Undelivered Push                           | <b>undeliv_push</b>    | Push сообщение не доставлено.   |
| Softbounce Push                            | <b>sbounce_push</b>    | Ответ о временной невозможности доставки сообщения (сетевые проблемы, недоступность push-сервиса по любым причинам). Это событие означает, что платформа продолжит попытки доставить сообщение. |
| Hardbounce Push                            | <b>hbounce_push</b>    | Ответ о невозможности доставки push сообщения (недействительный идентификатор подписки). После получения такого ответа платформа не будет пытаться доставить сообщение повторно.                |
| <b>Кастомная (API) отписка от рассылок</b> |                        |   |
| API unsubscribe                            | <b>unsub_api</b>       | Подписчик отписан от рассылок через API.  |
| <b>Запуск кампании</b>                     |                        |   |
| Campaign launch                            | <b>campaign_launch</b> | Запущена кампания (имеет особую структуру hook-сообщения).  |
| <b>Ошибки кампании</b>                     |                        |   |
| General: Error                             | <b>camp_error</b>      | Ошибки, возникшие в процессе работы кампании.   |

| В интерфейсе   | В запросе                 | Описание  |
|--|---------------------------|---|
| <b>События, захваченные <a href="#">Пикселями</a> на внешних ресурсах</b>                                    |                           |   |
| Pixel Open   | <b>pixel_open</b>         | Открыт АК-Pixel на сайте. Узнать подробнее о параметрах данного запроса можно <a href="#">здесь</a> . |
| <b>События, связанные с <a href="#">промокодами</a></b>  |                           |   |
| Promocode Attach   | <b>promocode_attach</b>   | Подписчику назначен промокод.   |
| Promocode Detach   | <b>promocode_detach</b>   | Промокод отвязан от профиля подписчика.   |
| Promocode Activate   | <b>promocode_activate</b> | Промокод <a href="#">активирован</a> .  |
| <b>События, связанные с <a href="#">автоматическим созданием статического сегмента на импорте</a></b>        |                           |   |
| Static Segment Added   | <b>segs_add</b>           | Профиль вошел в статический сегмент.  |
| Static Segment Removed   | <b>segs_remove</b>        | Профиль вышел из статического сегмента.   |
| <b>События <a href="#">объединения</a> нескольких профилей или <a href="#">разделения</a> одного профиля</b> |                           |   |
| Profile merge  | <b>profile_merge</b>      | Несколько профилей объединены в новый или уже существующий профиль через запрос к API.                |
| Profile split  | <b>profile_split</b>      | Профиль разделен на несколько новых или уже существующих профилей через запрос к API.                 |

| В интерфейсе                         | В запросе                     | Описание   |
|--------------------------------------|-------------------------------|--|
| <b>События Telegram Bot канала</b>   |                               |  |
| Telegram bot отправки                | <b>telegram_bot_send</b>      | Сообщение отправлено для доставки подписчику в чат с Telegram ботом. |
| Telegram bot доставки                | <b>telegram_bot_deliv</b>     | Сообщение доставлено в чат с Telegram ботом.                         |
| Telegram bot клики                   | <b>telegram_bot_click</b>     | Неуникальный клик по ссылке в сообщении в чате с Telegram ботом.     |
| Telegram bot уник. клики             | <b>telegram_bot_uclick</b>    | Уникальный клик по ссылке в сообщении.                               |
| Telegram bot недоставки              | <b>telegram_bot_undeliv</b>   | Сообщение не доставлено в чат с Telegram ботом.                      |
| Telegram bot подписка                | <b>telegram_bot_subscribe</b> | Профиль подписан на Telegram бота.                                   |
| <b>События Telegram Group канала</b> |                               |  |
| Telegram group отправки              | <b>telegram_group_send</b>    | Сообщение отправлено для доставки подписчику в Telegram группу.      |
| Telegram group доставки              | <b>telegram_group_deliv</b>   | Сообщение доставлено в Telegram группу.                              |
| Telegram group клики                 | <b>telegram_group_click</b>   | Клик по ссылке в сообщении в Telegram группе.                        |
| Telegram group недоставки            | <b>telegram_group_undeliv</b> | Сообщение не доставлено в Telegram группу.                           |
| <b>События Whatsapp канала</b>       |                               |  |

| <b>В интерфейсе</b>         | <b>В запросе</b>          | <b>Описание</b>  |
|-----------------------------|---------------------------|--|
| WhatsApp отправки           | <b>whatsapp_send</b>      | Сообщение отправлено для доставки подписчику в whatsapp чат. |
| WhatsApp доставки           | <b>whatsapp_deliv</b>     | Сообщение доставлено в whatsapp чат.                         |
| WhatsApp клики              | <b>whatsapp_click</b>     | Неуникальный клик по ссылке в сообщении в whatsapp чате.     |
| WhatsApp уник. клики        | <b>whatsapp_uclick</b>    | Уникальный клик по ссылке в сообщении.                       |
| WhatsApp недоставки         | <b>whatsapp_undeliv</b>   | Сообщение не доставлено в whatsapp чат.                      |
| WhatsApp прочтения          | <b>whatsapp_read</b>      | Сообщение прочитано пользователем.                           |
| WhatsApp subscription       | <b>whatsapp_subscribe</b> | Профиль подписался на WhatsApp-канал.                        |
| WhatsApp unsubscribe        | <b>whatsapp_unsub</b>     | Профиль отписался от WhatsApp-канала.                        |
| <b>События Viber канала</b> |                           |  |
| Viber отправки              | <b>viber_send</b>         | Сообщение отправлено для доставки подписчику в Viber чат.    |
| Viber доставки              | <b>viber_deliv</b>        | Сообщение доставлено получателю.                             |

| В интерфейсе          | В запросе              | Описание  |
|-----------------------|------------------------|---|
| Viber клики           | <b>viber_click</b>     | Переход по ссылке в сообщении. Если получатель несколько раз кликнул по одной и той же ссылке, фиксируется каждое событие клика.                |
| Viber уник. клики     | <b>viber_uclick</b>    | Уникальный переход по ссылке в сообщении. Если получатель хотя бы один раз перешел по любой ссылке, фиксируется одно событие уникального клика. |
| Viber доставки        | <b>viber_undeliv</b>   | Сообщение было отклонено Viber или Devino.Online.   |
| Viber прочтения       | <b>viber_read</b>      | Сообщение прочитано пользователем.  |
| Viber subscription    | <b>viber_subscribe</b> | Профиль подписался на Viber-канал, т.е. согласился на получение сообщений от бизнес аккаунта.   |
| Viber unsubscribe     | <b>viber_unsub</b>     | Профиль отписался от Viber-канала, т.е. заблокировал получение сообщений от бизнес аккаунта.  |
| <b>События Попапа</b> |                        |   |
| Popup: Post           | <b>popup_post</b>      | Форма в попапе заполнена и отправлена.  |
| Popup: Click          | <b>popup_click</b>     | Выполнен клик по любому элементу попапа, кроме кнопки "Закреть".  |
| Popup: Error          | <b>popup_error</b>     | Любая ошибка в попапе.  |

| <b>В интерфейсе</b> | <b>В запросе</b>    | <b>Описание</b>   |
|---------------------|---------------------|---|
| Popup:<br>Bounce    | <b>popup_bounce</b> | В процессе отправки формы попапа возникли технические проблемы (например, сбой на сервере). |
| Popup: Close        | <b>popup_close</b>  | Выполнен клик по кнопке "Закрыть" в попапе.   |
| Popup: Open         | <b>popup_open</b>   | Попап показан пользователю.   |
| Popup:<br>Custom    | <b>popup_custom</b> | Зарегистрировано событие, настроенное на стороне клиента.                                   |

# Структуры сообщений захвата событий

Для всех типов событий:

## ► Общая структура hook-сообщения

| Параметр    | Тип         | Пример                             | Описание  |
|-------------|-------------|------------------------------------|---|
| event_type  | string      | "click"                            | Название события как в таблице типы событий.                                      |
| event_date  | string      | "2018-03-04T13:13:19.034315796Z"   | Дата возникновения события в формате RFC 3339.                                    |
| _xxh        | string      | "ad1850e0d1d9481e"                 | Хеш от email подписчика, используемый для идентификации в ALTCRAFT.               |
| _md5        | string      | "145bb30f7ddf1184cb560bc4b7705646" | MD5 хеш от email подписчика.  |
| list_id     | int         | 111                                | ID Базы данных (листа), в рамках которого возникло событие.                       |
| account_id  | int         | 23                                 | ID Аккаунта, в рамках которого возникло событие.                                  |
| is_test     | bool        | false                              | Было ли событие вызвано тестовой отправкой сообщения.                             |
| custom_data | JSON object | <pre>{ "alice@example.org" }</pre> | Набор данных о подписчике, настраиваемый в интерфейсе редактирования Action Hook. |

| Параметр   | Тип         | Пример                              | Описание  |
|------------|-------------|-------------------------------------|---|
| event_data | JSON object | <code>{"browser": "Firefox"}</code> | Набор данных, зависящий от типа события (есть два типа — событие в трекинге и возникающее в процессе доставки). |

## Структура event\_data

Для событий следующих типов:

- **uopen, open, uclick, click, confirm, confirmsub, unsub, read, glanced, skimmed,**
- **uclick\_sms, click\_sms, uclick\_sms, unsub\_sms,**
- **uopen\_push, open\_push, click\_push, uclick\_push.**

► Структура event\_data для событий, возникающих в системе трекинга

| Параметр    | Тип    | Пример         | Описание                        |
|-------------|--------|----------------|---------------------------------|
| message_id  | int    | 17             | ID сообщения в системе ALTcraft |
| campaign_id | int    | 973            | ID кампании в системе ALTcraft  |
| segment_id  | int    | 0              | ID сегмента, если доступно      |
| resource_id | int    | 3              | ID ресурса                      |
| ip          | string | "10.9.0.14"    | IPv4 адрес подписчика           |
| country     | string | ".us"<br>".ru" | Страна в TLD виде               |

| Параметр        | Тип    | Пример  | Описание   |
|-----------------|--------|---|--|
| city            | string | "New York"<br>"Moscow"  | Город подписчика   |
| postal_code     | string | "101000"  | Почтовый код подписчика                                    |
| region          | string | "Ohio"<br>"Moskovskaya oblast"  | Регион подписчика  |
| tz              | string | "Europe/Vaduz"  | Временная зона подписчика                                  |
| lat             | float  | 55.244075   | Географическая широта                                      |
| lon             | float  | 55.244075   | Географическая долгота                                     |
| user_agent      | string | "Mozilla/5.0 (X11; Linux x86_64; rv:59.0) Gecko/20100101 Firefox/59.0"  | Строка в заголовке User-Agent                              |
| os              | string | "Linux x86_64"  | Операционная система                                       |
| browser         | string | "Firefox"   | Браузер, версия  |
| device          | string | "web"   | Устройство   |
| link_url        | string | " <a href="http://www.example.com">http://www.example.com</a> "         | HTTP ссылка, на которую был осуществлен редирект           |
| launch_id       | string | "00000017000003cd5a9bf01a"  | ID запуска.  |
| send_message_id | string | "5a9bf01a17_3cd_11_6f_0_2.5a8c045fc1dde44cbf718f78 "                    | ID отправленного сообщения                                 |
| extra_uid       | string | "ew4Sgf41Qwjq8_2_2E_w_k__t.2SDvJv8bvBYQFtSDx_7bTV2f.2_2E_4Sgf41DXc7Z_D" | Extra UID.<br>Передаётся только для событий в push-канале. |

Для событий следующих типов:

- **send, deliv, undeliv, suppress, sbounce, hbounce, complain,**
- **send\_sms, deliv\_sms, undeliv\_sms,**
- **send\_push, deliv\_push.**

► Структура event\_data для событий, возникающих в процессе отправки сообщений

| Параметр        | Тип    | Пример  | Описание  |
|-----------------|--------|---|---|
| message_id      | int    | 17  | ID сообщения в системе ALTcraft                         |
| campaign_id     | int    | 973   | ID кампании в системе ALTcraft                          |
| segment_id      | int    | 0   | ID сегмента, если доступно                              |
| resource_id     | int    | 3   | ID ресурса в системе ALTcraft                           |
| bounce_code     | int    | 500   | Код ответа от мейл сервера для событий sbounce, hbounce |
| bounce_message  | string | "No such email"                                     | Ответ от мейл сервера, для событий sbounce, hbounce     |
| launch_id       | string | "00000017000003cd5a9bf01a"                          | ID запуска.   |
| send_message_id | string | "5a9bf01a17_3cd_11_6f_0_2.5a8c045fc1dde44cbf718f78" | ID отправленного сообщения                              |

| Параметр  | Тип    | Пример   | Описание   |
|-----------|--------|--|--|
| extra_uid | string | "ew4Sgf41Qwjg8_2_2E_w_k____t.2SDvJv8bvBYQfSDx_7bTV2f.2_2E_4Sgf41DXc7Z_D" | Extra UID.<br>Передаётся только для событий в push-канале. |

Для событий типа **pixel\_open**:

► Структура event\_data для событий пикселей

Полный список возможных параметров указан в этой [статье](#).

| Параметр    | Тип    | Пример               | Описание                  |
|-------------|--------|----------------------|---------------------------|
| ip          | string | "10.9.0.14"          | IPv4 адрес подписчика     |
| country     | string | ".ru "               | Страна в TLD виде         |
| city        | string | "Moscow"             | Город подписчика          |
| pixel_id    | int    | 41                   | ID пикселя                |
| postal_code | string | "390000"             | Почтовый код подписчика   |
| region      | string | "Ryazanskaya obl"ast | Регион подписчика         |
| tz          | string | "Europe/Vaduz"       | Временная зона подписчика |
| lat         | float  | 55.244075            | Географическая широта     |
| lon         | float  | 55.244075            | Географическая долгота    |

| Параметр   | Тип    | Пример   | Описание                      |
|------------|--------|--|-------------------------------|
| user_agent | string | "Mozilla/5.0 (X11; Linux x86_64; rv:59.0) Gecko/20100101 Firefox/59.0" | Строка в заголовке User-Agent |
| os         | string | "Linux x86_64"   | Операционная система          |
| browser    | string | "Firefox"  | Браузер, версия               |
| device     | string | "web"  | Устройство                    |

Для событий типа **promocode\_attach**, **promocode\_detach**, **promocode\_activate**:

► Структура event\_data для событий, связанных с промокодами

Все даты указываются в формате **RFC 3339**

| Параметр   | Тип    | Пример                     | Описание                                      |
|------------|--------|----------------------------|---|
| attached   | string | "2020-10-25T13:28:52Z"     | Дата и время прикрепления промокода к профилю |
| detached   | string | "2020-10-25T13:28:52Z"     | Дата и время отсоединения промокода           |
| activated  | string | "2020-10-25T13:28:52Z"     | Дата активации промокода                      |
| code       | string | "TEST-XOУH-KBJM-J5K9-2411" | Промокод                                      |
| db_id      | int    | 123456                     | Идентификатор базы профиля                    |
| loyalty_id | int    | 9                          | Идентификатор программы лояльности            |

| Параметр   | Тип    | Пример                                     | Описание              |
|------------|--------|--|-----------------------|
| profile_id | string | "00" | Идентификатор профиля |

Для событий типа **segs\_add, segs\_remove**:

► Структура event\_data для событий, связанных с автоматическим созданием статического сегмента при импорте

---

| Параметр        | Тип    | Пример | Описание                        |
|-----------------|--------|--------|---------------------------------|
| campaign_id     | int    | 9      | ID кампании в системе ALTcraft  |
| launch_id       | string | ""     | ID запуска кампании.            |
| message_id      | int    | 0      | ID сообщения в системе ALTcraft |
| segment_id      | int    | 80     | ID сегмента, если доступно      |
| send_message_id | string | ""     | ID отправленного сообщения      |

Для событий типа **profile\_merge, profile\_split**:

► Структура event\_data для событий объединения нескольких профилей или разделения одного профиля

---

| Параметр    | Тип   | Пример  | Описание   |
|-------------|-------|---|--|
| destination | array | <pre>[   {     "custom_data":     {       "age": 25     }   } ]</pre> | Если происходит <a href="#">объединение профилей</a> , то содержит данные матчинга профиля, который получится в результате объединения |

| Параметр | Тип   | Пример   | Описание  |
|----------|-------|--|---|
|          |       | <pre> }, "db_id": 94, "profile_id": "608a8960e3224a6be26a71df" } ] </pre>                                | <p>Если происходит <a href="#">разделение профиля</a>, то содержит данные матчинга профилей, которые получатся в результате разделения</p>  |
| source   | array | <pre> [ { "custom_data": { "age": 25 }, "db_id": 94, "profile_id": "608a8960e3224a6be26a71df" } ] </pre> | <p>При объединении профилей содержит данные матчинга о профилях, которые нужно объединить</p> <p>При разделении профиля содержит данные матчинга о профиле, который нужно разделить</p> |

Для событий типа **telegram\_bot\_send**, **telegram\_bot\_deliv**, **telegram\_bot\_click**, **telegram\_bot\_uclick**, **telegram\_bot\_undeliv**, **telegram\_group\_send**, **telegram\_group\_deliv**, **telegram\_group\_click**, **telegram\_group\_undeliv**:

► Структура event\_data для событий Telegram Bot и Telegram Group каналов

| Параметр    | Тип    | Пример | Описание                        |
|-------------|--------|--------|---------------------------------|
| campaign_id | int    | 9      | ID кампании в системе ALTcraft  |
| launch_id   | string | ""     | ID запуска кампании.            |
| message_id  | int    | 0      | ID сообщения в системе ALTcraft |

| Параметр        | Тип    | Пример | Описание                      |
|-----------------|--------|--------|-------------------------------|
| resource_id     | int    | 3      | ID ресурса в системе ALTcraft |
| segment_id      | int    | 80     | ID сегмента, если доступно    |
| send_message_id | string | ""     | ID отправленного сообщения    |

Для событий типа **camp\_error**:

► Структура event\_data для события ошибки кампании

| Параметр        | Тип    | Пример               | Описание                        |
|-----------------|--------|----------------------|---------------------------------|
| campaign_id     | int    | 9                    | ID кампании в системе ALTcraft  |
| error_code      | int    | 500                  | Код ошибки                      |
| error_text      | string | "LOG_INTERNAL_ERROR" | Текст ошибки                    |
| launch_id       | string | ""                   | ID запуска.                     |
| message_id      | int    | 0                    | ID сообщения в системе ALTcraft |
| resource_id     | int    | 3                    | ID ресурса в системе ALTcraft   |
| segment_id      | int    | 80                   | ID сегмента, если доступно      |
| send_message_id | string | ""                   | ID отправленного сообщения      |

## Событие campaign\_launch

► Общая структура события campaign\_launch

| Параметр   | Тип         | Пример                           | Описание                          |
|------------|-------------|----------------------------------|-----------------------------------|
| event_type | string      | "campaign_launch"                | Тип события                       |
| event_date | string      | "2018-03-25T13:13:19.034315796Z" | Дата события в формате RFC 3339   |
| account_id | int         | 23                               | ID аккаунта платформы             |
| is_test    | bool        | false                            | Признак тестовой отправки события |
| event_data | JSON object | {}                               | Объект с данными о кампании       |

► Структура event\_data для campaign\_launch

| Параметр        | Тип    | Пример      | Описание                       |
|-----------------|--------|-------------|--------------------------------|
| campaign_id     | int    | 42          | Идентификатор кампании         |
| campaign_type   | string | "broadcast" | Тип кампании                   |
| campaign_name   | string | "name"      | Название кампании              |
| campaign_sub_id | string | "x11"       | Идентификатор статистики       |
| data_type       | string | "segment"   | Тип источника данных           |
| data_id         | int    | 3           | Идентификатор источника данных |

| Параметр  | Тип         | Пример                     | Описание                                 |
|-----------|-------------|----------------------------|--|
| launch_id | string      | "00000017000003cd5a9bf01a" | ID запуска.                              |
| content   | JSON object | {}                         | Информация о шаблонах сообщений кампании |

► Пример события запуска кампании

```
{
  "event_type": "campaign_launch",
  "event_date": "2016-12-09T10:11:24.934079204Z",
  "is_test": false,
  "account_id": 161,
  "event_data": {
    "campaign_id": 1472,
    "campaign_type": "broadcast",
    "campaign_name": "Campaign Launch Hook",
    "campaign_sub_id": "x11",
    "data_type": "segment",
    "data_id": 1221,
    "launch_id": "000000a1000005c0584a834c",
    "content": [
      {
        "message_name": "Hello",
        "message_id": 1412,
        "suppress_id": 271,
        "replyto_email": "",
        "replyto_name": "",
        "text": "текстовая версия письма",
        "html": "<html> html версия письма </html>",
        "from_name": "",
        "from_email": "",
        "attach_links": [],
        "subject": "Hello, {your_name}!"
      },
      {
        "message_name": "Hi",
        "message_id": 1413,
```

```
"suppress_id": 272,  
"replyto_email": "monty@altcraft.com",  
"replyto_name": "Monty",  
"text": "текстовая версия письма",  
"html": "<html> html версия письма </html>",  
"from_name": "",  
"from_email": "",  
"attach_links": [  
  {  
    "name": "text_file.txt",  
    "url":  
"http://test.altcraft.com/api/attach/link/text_file.txt?  
token=eyJh..."  
  },  
  {  
    "name": "picture_file.png",  
    "url":  
"http://test.altcraft.com/api/attach/link/picture_file.png?  
token=eyJh..."  
  }  
],  
"subject": "Hi, {your_name}!"  
}  
]  
}  
}
```

## C

Ec

co

co

## Em

```
{  
  "content": {  
    "amp": "<html amp4email></html>",  
    "from_email": "no-reply@altcraft.com",
```

```

    "from_name": "Altcraft",
    "html": "<html></html>",
    "replyto_email": "example@example.com",
    "replyto_name": "Altcraft",
    "subject": "Weather alert",
    "text": "Text version",
    "to_email": "profile@example.com",
    "to_name": "Fname Lname",
    "webversion_email_html":
"http://click.altkraft.com/0000/path.html",
    "webversion_email_text":
"http://click.altkraft.com/0000/path.txt"
  },
}

```

| Параметр      | Тип    | Пример                         | Описание                       |
|---------------|--------|--------------------------------|--------------------------------|
| amp           | string | <html amp4email><br></html>    | AMP-версия письма              |
| from_email    | string | "no-reply@altcraft.com"        | Email отправителя              |
| from_name     | string | "Altcraft"                     | Имя отправителя                |
| html          | string | <html></html>                  | HTML-версия письма             |
| replyto_email | string | "example@example.com"          | Email для обратной связи       |
| replyto_name  | string | "Altcraft"                     | Имя обратного получателя       |
| subject       | string | "Weather alert"                | Тема письма                    |
| text          | string | "Text version is important..." | Текстовая версия письма        |
| to_email      | string | "profile@example.com"          | Email адрес профиля получателя |

| Параметр              | Тип    | Пример  | Описание                              |
|-----------------------|--------|---|---------------------------------------|
| to_name               | string | "Fname Lname "  | Имя профиля получателя                |
| webversion_email_html | string | <a href="http://click.altkraft.com">http://click.altkraft.com</a> | Ссылка на web версию письма           |
| webversion_email_text | string | <a href="http://click.altkraft.com">http://click.altkraft.com</a> | Ссылка на текстовую веб-версию письма |

## SMS

```
{
  "content": {
    "fromnamesms": "abcdefghijklmnopqrstuvwxy",
    "sms": "Hello, Aaron! See the new items for you:
http://click.altkraft.com/s/path",
    "webversion_sms_text":
"http://click.altkraft.com/000000/path.txt"
  }
}
```

| Параметр            | Тип    | Пример  | Описание                       |
|---------------------|--------|---|--------------------------------|
| fromnamesms         | string | "abcdefghijklmnopqrstuvwxy"                                       | Caller ID                      |
| sms                 | string | "Переходи по ссылке и заведи приветственные бонусы!"              | Текст сообщения                |
| webversion_sms_text | string | <a href="http://click.altkraft.com">http://click.altkraft.com</a> | Ссылка на веб-версию сообщения |

## Push

```
{
  "content": {
    "app_push_settings": {
```

```
    "background_color": "#00CED1",
    "badges": 0,
    "banner": "",
    "critical_push": false,
    "deliver_prior": 0,
    "expir_time": 604800,
    "led": "",
    "media": "",
    "silent_push": false,
    "sound": "",
    "subtitle": "",
    "vibro": false
  },
  "body": "See if our new items are fit to make you
even more awesome!",
  "click_url": "https://click.altkraft.com/0000000",
  "custom_push_json": {},
  "icon": "",
  "result_content": {
    "content_available": true,
    "data": {
      "hub_link": {
        "ack":
"https://pxl.altkraft.com/crypto_post_events?/bFOoNcxW7lpDA",
        "open":
"https://pxl.altkraft.com/crypto_post_events?/LbFOoNcxW7lpDA"
      },
      "image": "",
      "launch_id": "2_3J_4Z2ZTRaQr7p",
      "mediaUrl": "",
      "message": "See if our new items are fit to
make you even more awesome!",
      "uid":
"fATFSGbgLjinkRE59ZXDOSd0BcAABARnhIxDBBAAAEbaQowRH"
    },
    "mutable_content": true,
    "notification": {
      "body": "See if our new items are fit to make
you even more awesome!",
      "click_action":
"https://click.altkraft.com/0000000/abcdefghijklmnopqrstuvwxy",
      "color": "",
      "icon": "",
      "sound": "default"
```

```

    },
    "title": "Just look, Alex! These are awesome!",
    "priority": "normal",
    "time_to_live": 604800,
    "to": "5dbDUxVXHv"
  },
  "title": "Just look, Alex! These are awesome!",
  "webversion_push_body":
  "http://click.altkraft.com/000000/path.txt"
}
}

```

| Параметр             | Тип         | Описание  |
|----------------------|-------------|---|
| body                 | string      | Тело push сообщения                                 |
| click_url            | string      | Ссылка для перехода по клику                        |
| custom_push_json     | JSON object | Кастомный JSON сообщения                            |
| icon                 | string      | Путь до иконки push-сообщения                       |
| title                | string      | Заголовок сообщения                                 |
| result_content       | JSON object | Хранит структуру данных, отправленных в push-сервис |
| webversion_push_body | string      | Ссылка на веб-версию push-сообщения                 |
| app_push_settings    | JSON object | Расширенные настройки для мобильных пушей           |
| web_push_settings    | JSON object | Расширенные настройки для браузерных пушей          |

► Структура **app\_push\_settings**

| Параметр         | Тип    | Пример  | Описание   |
|------------------|--------|---|--|
| background_color | string | #00CED1   | Цвет фона push-уведомления                       |
| badges           | int    | 0   | Индикатор событий                                |
| banner           | string | <a href="http://example.com/path.png">http://example.com/path.png</a> | Путь к изображению-баннеру                       |
| critical_push    | bool   | false   | Активация критического режима в push-уведомлении |
| deliver_prior    | int    | 0,1   | Приоритет доставки                               |
| expir_time       | int    | 604800  | TTL push-уведомления (задается в секундах)       |
| led              | string | #00CED2   | Цвет светодиодного индикатора                    |
| media            | string | <a href="http://example.com/path">http://example.com/path</a>         | Путь к локальному файлу в приложении             |
| silent_push      | bool   | false   | Включение/отключение тихого режима               |
| sound            | string | /sound/sound.mp3  | Путь к локальному файлу в приложении             |
| subtitle         | string | "Только для вас!"   | Подзаголовок сообщения (для iOS)                 |
| vibro            | bool   | true  | Вибрация при поступлении push-уведомления        |

► Структура **web\_push\_settings**

| Параметр     | Тип         | Пример  | Описание   |
|--------------|-------------|---|--|
| actions      | JSON object | [ ]   | Массив содержит кнопки пуша: ссылка для перехода (action) + текст кнопки (label) |
| button_label | string      | "Конечно"   | Текст кнопки действия (значение передается только для провайдера Safari)         |
| large_image  | string      | " <a href="https://altkraft.com/284834790/1/664c6da207767c769a/image.png">https://altkraft.com/284834790/1/664c6da207767c769a/image.png</a> " | Путь к изображению-баннеру   |
| expir_time   | string      | 604800  | TTL push-уведомления (задается в секундах)                                       |
| large_image  | string      | " <a href="https://click.example.com">https://click.example.com</a> "   | Путь к локальному изображению баннера  |

Ссылка на веб-версию сообщения передается в объекте `content` только для события **send** в email, sms и push каналах. Для остальных событий, а также для события **send** в кастомном канале объект `content` содержит поле `webversion_link` с пустой строкой:

```
"content": {
  "webversion_link": ""
}
```

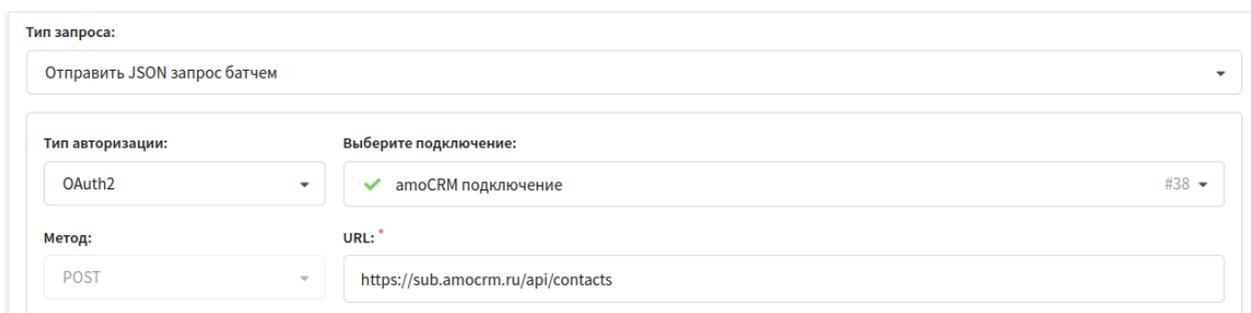
# Отправить JSON запрос батчем

Batch-запросы позволяют объединить множество HTTP-запросов в один, указав в теле каждый запрос как отдельный объект. Сервер возвращает один HTTP-ответ, внутри которого находятся ответы на каждый переданный запрос.

Когда мы выбираем этот тип запроса, мы отправляем полученные события в формате JSON в теле POST запроса к внешнему API. При отправке будет сгенерирован JSON массив с событиями.

## Настройка запроса

Стандартный запрос отправляется без авторизации. Однако если вы хотите передавать информацию во внешней сервис, который в качестве метода авторизации использует протокол OAuth 2.0, измените **тип авторизации** на OAuth2. В таком случае потребуется [выбрать подключение](#), связывающее платформу Altcraft и сервис.



Тип запроса:  
Отправить JSON запрос батчем

Тип авторизации: OAuth2

Выберите подключение: amoCRM подключение #38

Метод: POST

URL: \*  
https://sub.amocrm.ru/api/contacts

В настройках запроса необходимо указать:

- **URL** сервиса, принимающего данные.
- **Максимальный размер батча** — ограничение количества событий в JSON массиве. POST запрос будет отправлен, как только наберётся достаточно событий.

```
[{"event": "send", ... }, { }, ... ]
```

- **Таймаут секунд** — период времени, в течение которого накапливать события в батче для отправки на сервер. Если за это время максимальный размер батча так и не будет достигнут, POST запрос всё равно будет

отправлен. В таком случае JSON массив будет содержать количество событий, которое накопилось к моменту истечения таймаута.

- **Успех если найдена строка** — ответ от сервера должен попасть в этот Regex, только тогда запрос на сервер будет признан успешным. Например:

```
.*OK.*
```

### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Если оставить поле "Успех если найдена строка" пустым, то любой ответ со статусом (status code) 200 будет считаться правильным.

Настройки обратного запроса

Тип запроса:  
Отправить JSON запрос батчем

Тип авторизации:  
Без авторизации

Метод: POST URL: \*  
http://user:password@example.com:8080/api

Успех если найдена строка:  
К примеру, слово ОК

Максимальный размер батча: \* 100 Таймаут секунд: \* 60

Отключить батчевую отправку

### ► Пример запроса для двух событий доставки

```
[
  {
    "event_type": "deliv",
    "list_id": 50,
    "account_id": 161,
    "_xxh": "5ada5e6ea3c6da5f",
    "_md5": "a5656dc1e3f603063a1918d582a10f58",
    "event_data": {
      "message_id": 5,
      "segment_id": 0,
      "campaign_id": 130
    }
  }
]
```

```
    },
    "event_date": "2016-11-15T09:12:28.514388956Z",
    "custom_data": {
      "email": "eddie@test-ukr.net",
      "_fname": "Eddie"
    },
    "is_test": false
  },
  {
    "event_type": "deliv",
    "list_id": 50,
    "account_id": 161,
    "_xxh": "bb42e541c7267fa6",
    "_md5": "593b250db256a764da8d2da4be694b31",
    "event_data": {
      "message_id": 5,
      "segment_id": 0,
      "campaign_id": 130
    },
    "event_date": "2016-11-15T09:12:28.569124547Z",
    "custom_data": {
      "email": "simon@test-gmail.com",
      "_fname": "Simon"
    },
    "is_test": false
  }
]
```

# Отправить сообщение в очередь RabbitMQ

Каждое единичное событие будет отправлено немедленно в очередь брокера сообщений. Может использоваться как локальный RabbitMQ, входящий в состав платформы, так и расположенный на внешнем хосте брокер. В настройках укажите **хост** и **порт** брокера, **имя** и **пароль** пользователя для авторизации, имя **виртуального хоста** и **название очереди**, в которую будут попадать сообщения о событиях.

## ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

RabbitMQ пользователь должен иметь доступ к выбранному виртуальному хосту. Создать *Виртуальный хост (virtual host)* и дать пользователю RabbitMQ право его использовать нужно в самой RabbitMQ.

|  |   |
|--|---|
| Тип запроса:                                     |   |
| Отправить сообщение в брокер RabbitMQ            |   |
| RabbitMQ хост: *                                 | RabbitMQ порт: *                            |
| <input type="text" value="localhost"/>           | <input type="text" value="5672"/>           |
| RabbitMQ имя пользователя: *                     | RabbitMQ пароль: *                          |
| <input type="text" value="admin"/>               | <input type="password" value="*****"/>      |
| Имя виртуального хоста: *                        | Название очереди:                           |
| <input type="text" value="Например ak_actions"/> | <input type="text" value="Например click"/> |

## ПОДСКАЗКА

При отправке в RMQ можно указывать или не указывать имя очереди. Если имя очереди не будет передано, то оно будет установлено в соответствии с именем события (см. таблицу **Типы событий для захвата**).

### ► Пример сообщения о клике на ссылку в Email

```
{
  "event_type": "click",
  "event_date": "2018-03-04T13:13:19.034315796Z",
```

```
"list_id": 111,
"_xxh": "ad1850e0d1d9481e",
"_md5": "145bb30f7ddf1184cb560bc4b7705646",
"is_test": false,
"event_data": {
  "browser": "Firefox",
  "campaign_id": 973,
  "city": "",
  "country": "",
  "device": "web",
  "ip": "10.9.0.14",
  "lat": 0,
  "launch_id": "00000017000003cd5a9bf01a",
  "link_url": "http://www.ford.com",
  "lon": 0,
  "message_id": 17,
  "os": "Linux x86_64",
  "postal_code": "",
  "region": "",
  "segment_id": 0,
  "send_message_id":
"5a9bf01a17_3cd_11_6f_0_2.5a8c045fc1dde44cbf718f78",
  "tz": "",
  "user_agent": "Mozilla/5.0 (X11; Linux x86_64; rv:59.0)
Gecko/20100101 Firefox/59.0"
},
"custom_data": {
  "email": "alice@example.org"
},
"account_id": 23
}
```

# Отправить сообщение в exchange RabbitMQ

Exchange — это точка обмена, другими словами, еще один игрок между отправителем сообщения и очередью. Эта точка обмена распределяет сообщения в одну или несколько очередей.

Для настройки отправки сообщения в exchange RabbitMQ укажите хост, порт, имя пользователя, пароль и имя виртуально хоста.

## ПОДСКАЗКА

При отправке в RMQ можно указывать или не указывать имя exchange. Если имя exchange не будет передано, то оно будет установлено в соответствии с именем события (см. таблицу **Типы событий для захвата**).

Далее нас просят выбрать **тип exchange**:

1. **Тип direct** позволяет отправлять сообщения только одной очереди. Причем в ту очередь, имя которой совпадает с ключом маршрутизации (routing key).
2. **Тип topic** отправляет сообщения в несколько очередей, у которых совпадает ключ маршрутизации.

По умолчанию активирована опция **durable**. Это означает, что точка обмена будет постоянно храниться на диске и сможет пережить перезапуск сервера. Если убрать галочку с этого поля, то exchange станет временным и в случае перезапуска сервера удалится.

Также стоит обратить внимание на поле **Auto delete** (автоудаление). Если активировать это поле, то exchange будет удален, как только будут удалены все связанные с ним очереди.

Тип запроса:  
Отправить сообщение в exchange RabbitMQ

RabbitMQ хост: localhost RabbitMQ порт: 5672

RabbitMQ имя пользователя: admin RabbitMQ пароль: \*\*\*\*\*

Имя виртуального хоста: Например ak\_actions Имя exchange: events Тип exchange: direct

Durable  Auto delete

► Пример сообщения об уникальном клике в Email

```
{
  "event_type": "uclick",
  "event_date": "2021-03-05T14:08:47.18953529+03:00",
  "list_id": 123456,
  "profile_id": "000000000000000000000000",
  "_xxh": "61be4d0b871502d4",
  "_md5": "a42c44fc77533b43ffd569ed4c83e377",
  "is_test": true,
  "event_data": {
    "browser": "Firefox",
    "campaign_id": 286,
    "city": "",
    "country": "",
    "device": "web",
    "ip": "192.168.0.58",
    "lat": 0,
    "launch_id": "2_5W_4HECAgq2o6H",
    "link_url": "https://emailtemplate.ga/?
utm_source=email&utm_medium=&utm_campaign=286&utm_term=kirk.mckinney{
    "lon": 0,
    "message_id": 9,
    "os": "Ubuntu",
    "postal_code": "",
    "region": "",
    "segment_id": 0,
    "send_message_id": "w4HECAgxdpsf_2_5W_a_6__3_.2MpNdKgZFnxJbCiJ",
    "tz": "",
    "user_agent": "Mozilla/5.0 (X11; Ubuntu; Linux x86_64; rv:81.0) (
  },
```

```
"custom_data": {  
  "email": "kirk.mckinney83@example.com"  
},  
"account_id": 1,  
"sends_trying_num": 1,  
"is_static": false  
}
```

# Отправить сообщение в Kafka broker

Для настройки отправки событий в Apache Kafka, укажите:

- хост
- порт,
- название темы
- идентификатор раздела (partition).

Активируйте **TLS** или **SASL**, если это необходимо.

Для **SASL-аутентификации** поддерживаются следующие типы:

- **SASL Plaintext**
- **SCRAM-SHA-256**
- **SCRAM-SHA-512**

При применении самоподписанного сертификата, если он не внесен в доверенные, укажите цепочку CA сертификатов в PEM формате. При этом также учитывается глобальная опция `ALLOW_INSECURE_REQUESTS` в файле конфигурации `main.json`. Если она установлена, валидность сертификатов не проверяется. Если применяется авторизация с клиентским сертификатом, то необходимо указать приватный ключ клиента и сертификат в PEM формате.

► Скрипт для создания сертификатов Expand source

```
#!/usr/bin/env bash

set -e

KEYSTORE_FILENAME="kafka.keystore.jks"
VALIDITY_IN_DAYS=3650
DEFAULT_TRUSTSTORE_FILENAME="kafka.truststore.jks"
TRUSTSTORE_WORKING_DIRECTORY="truststore"
```

```
KEYSTORE_WORKING_DIRECTORY="keystore"
CA_CERT_FILE="ca-cert"
KEYSTORE_SIGN_REQUEST="cert-file"
KEYSTORE_SIGN_REQUEST_SRL="ca-cert.srl"
KEYSTORE_SIGNED_CERT="cert-signed"

function file_exists_and_exit() {
echo "'$1' cannot exist. Move or delete it before"
echo "re-running this script."
exit 1
}

if [ -e "$KEYSTORE_WORKING_DIRECTORY" ]; then
file_exists_and_exit $KEYSTORE_WORKING_DIRECTORY
fi

if [ -e "$CA_CERT_FILE" ]; then
file_exists_and_exit $CA_CERT_FILE
fi

if [ -e "$KEYSTORE_SIGN_REQUEST" ]; then
file_exists_and_exit $KEYSTORE_SIGN_REQUEST
fi

if [ -e "$KEYSTORE_SIGN_REQUEST_SRL" ]; then
file_exists_and_exit $KEYSTORE_SIGN_REQUEST_SRL
fi

if [ -e "$KEYSTORE_SIGNED_CERT" ]; then
file_exists_and_exit $KEYSTORE_SIGNED_CERT
fi

echo
echo "Welcome to the Kafka SSL keystore and truststore
generator script."

echo
echo "First, do you need to generate a trust store and
associated private key,"
echo "or do you already have a trust store file and
private key?"
echo
echo -n "Do you need to generate a trust store and
associated private key? [yn] "
```

```
read generate_trust_store

trust_store_file=""
trust_store_private_key_file=""

if [ "$generate_trust_store" == "y" ]; then
if [ -e "$TRUSTSTORE_WORKING_DIRECTORY" ]; then
file_exists_and_exit $TRUSTSTORE_WORKING_DIRECTORY
fi

mkdir $TRUSTSTORE_WORKING_DIRECTORY
echo
echo "OK, we'll generate a trust store and associated
private key."
echo
echo "First, the private key."
echo
echo "You will be prompted for:"
echo " - A password for the private key. Remember this."
echo " - Information about you and your company."
echo " - NOTE that the Common Name (CN) is currently not
important."

openssl req -new -x509 -keyout
$TRUSTSTORE_WORKING_DIRECTORY/ca-key \
-out $TRUSTSTORE_WORKING_DIRECTORY/ca-cert -days
$VALIDITY_IN_DAYS

trust_store_private_key_file="$TRUSTSTORE_WORKING_DIRECTO
RY/ca-key"

echo
echo "Two files were created:"
echo " - $TRUSTSTORE_WORKING_DIRECTORY/ca-key -- the
private key used later to"
echo " sign certificates"
echo " - $TRUSTSTORE_WORKING_DIRECTORY/ca-cert -- the
certificate that will be"
echo " stored in the trust store in a moment and serve as
the certificate"
echo " authority (CA). Once this certificate has been
stored in the trust"
echo " store, it will be deleted. It can be retrieved
from the trust store via:"
```

```
echo " $ keytool -keystore <trust-store-file> -export -
alias CARoot -rfc"

echo
echo "Now the trust store will be generated from the
certificate."
echo
echo "You will be prompted for:"
echo " - the trust store's password (labeled 'keystore').
Remember this"
echo " - a confirmation that you want to import the
certificate"

keytool -keystore
$TRUSTSTORE_WORKING_DIRECTORY/$DEFAULT_TRUSTSTORE_FILENAM
E \
-alias CARoot -import -file
$TRUSTSTORE_WORKING_DIRECTORY/ca-cert

trust_store_file="$TRUSTSTORE_WORKING_DIRECTORY/$DEFAULT_
TRUSTSTORE_FILENAME"

echo
echo
"$TRUSTSTORE_WORKING_DIRECTORY/$DEFAULT_TRUSTSTORE_FILENA
ME was created."

# don't need the cert because it's in the trust store.
# rm $TRUSTSTORE_WORKING_DIRECTORY/$CA_CERT_FILE
else
echo
echo -n "Enter the path of the trust store file. "
read -e trust_store_file

if ! [ -f $trust_store_file ]; then
echo "$trust_store_file isn't a file. Exiting."
exit 1
fi

echo -n "Enter the path of the trust store's private key.
"
read -e trust_store_private_key_file

if ! [ -f $trust_store_private_key_file ]; then
```

```
echo "$trust_store_private_key_file isn't a file.
Exiting."
exit 1
fi
fi

echo
echo "Continuing with:"
echo " - trust store file: $trust_store_file"
echo " - trust store private key:
$trust_store_private_key_file"

mkdir $KEYSTORE_WORKING_DIRECTORY

echo
echo "Now, a keystore will be generated. Each broker and
logical client needs its own"
echo "keystore. This script will create only one
keystore. Run this script multiple"
echo "times for multiple keystores."
echo
echo "You will be prompted for the following:"
echo " - A keystore password. Remember it."
echo " - Personal information, such as your name."
echo " NOTE: currently in Kafka, the Common Name (CN)
does not need to be the FQDN of"
echo " this host. However, at some point, this may
change. As such, make the CN"
echo " the FQDN. Some operating systems call the CN
prompt 'first / last name'"
echo " - A key password, for the key being generated
within the keystore. Remember this."

# To Learn more about CNs and FQDNs, read:
#
https://docs.oracle.com/javase/7/docs/api/javax/net/ssl/X
509ExtendedTrustManager.html

keytool -keystore
$KEYSTORE_WORKING_DIRECTORY/$KEYSTORE_FILENAME \
-alias localhost -validity $VALIDITY_IN_DAYS -genkey -
keyalg RSA

echo
```

```
echo "'$KEYSTORE_WORKING_DIRECTORY/$KEYSTORE_FILENAME '  
now contains a key pair and a"  
echo "self-signed certificate. Again, this keystore can  
only be used for one broker or"  
echo "one logical client. Other brokers or clients need  
to generate their own keystores."  
  
echo  
echo "Fetching the certificate from the trust store and  
storing in $CA_CERT_FILE."  
echo  
echo "You will be prompted for the trust store's password  
(labeled 'keystore')"  
  
keytool -keystore $trust_store_file -export -alias CARoot  
-rfc -file $CA_CERT_FILE  
  
echo  
echo "Now a certificate signing request will be made to  
the keystore."  
echo  
echo "You will be prompted for the keystore's password."  
keytool -keystore  
$KEYSTORE_WORKING_DIRECTORY/$KEYSTORE_FILENAME -alias  
localhost \  
-certreq -file $KEYSTORE_SIGN_REQUEST  
  
echo  
echo "Now the trust store's private key (CA) will sign  
the keystore's certificate."  
echo  
echo "You will be prompted for the trust store's private  
key password."  
openssl x509 -req -CA $CA_CERT_FILE -CAkey  
$trust_store_private_key_file \  
-in $KEYSTORE_SIGN_REQUEST -out $KEYSTORE_SIGNED_CERT \  
-days $VALIDITY_IN_DAYS -CAcreateserial  
# creates $KEYSTORE_SIGN_REQUEST_SRL which is never used  
or needed.  
  
echo  
echo "Now the CA will be imported into the keystore."  
echo  
echo "You will be prompted for the keystore's password
```

```
and a confirmation that you want to"
echo "import the certificate."
keytool -keystore
$KEYSTORE_WORKING_DIRECTORY/$KEYSTORE_FILENAME -alias
CARoot \
-import -file $CA_CERT_FILE
rm $CA_CERT_FILE # delete the trust store cert because
it's stored in the trust store.

echo
echo "Now the keystore's signed certificate will be
imported back into the keystore."
echo
echo "You will be prompted for the keystore's password."
keytool -keystore
$KEYSTORE_WORKING_DIRECTORY/$KEYSTORE_FILENAME -alias
localhost -import \
-file $KEYSTORE_SIGNED_CERT

echo

echo "Creating keys directory and copy needed files to
them"
echo
mkdir platform_keys
mv truststore/ca-cert platform_keys/
mv cert-signed platform_keys/

echo "Create keys for platform"
echo
echo
echo "Convert kafka.keystore.jks to kafka.keystore.p12"
echo
keytool -importkeystore -srckeystore
keystore/kafka.keystore.jks \
-destkeystore kafka.keystore.p12 -srcalias localhost \
-srcstoretype jks -deststoretype pkcs12
echo
echo "Convert kafka.keystore.p12 to kafka.keystore.pem"
echo
openssl pkcs12 -in kafka.keystore.p12 -out
kafka.keystore.pem

echo
```

```
echo "Clear password on .pem file"
```

```
echo
```

```
openssl rsa -in kafka.keystore.pem -out  
platform_keys/key.pem
```

```
echo
```

```
echo "All Done!"
```

```
echo
```

### Настройки обратного запроса

#### Тип запроса:

Отправить сообщение в Kafka брокер

#### Kafka хост: \*

kafka.example.com

#### Kafka порт: \*

9092

#### Kafka название темы: \*

test

#### Kafka идентификатор раздела: \*

0

Включить TLS

Клиентский сертификат

CA сертификат

#### PEM данные:

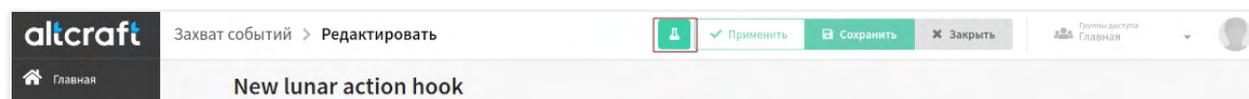
```
-----BEGIN CERTIFICATE-----  
MIIDODCCAIAACFCKMYJlQHcB/6oTyRsOL4GdqD0V9MA0GCSqGSIb3DQEBCwUAMEUx  
CzAJBgNVBAYTAkFVMRMwEQYDVoQIDApTb21lLVN0YXRIMSEwHwYDVQQKDBhJbnRl  
cm5ldCBXaWRnaXRzIFB0eSBMdGQwHhcNMjAwOTI0MTEyNDUzWhcNMzAwOTIyMTEy  
NDUzWjBzMRAwDgYDVQQGEwdVbmtub3duMRAwDgYDVQQIEwdVbmtub3duMRAwDgYD  
VQQLFVbmtub3duMRAwDgYDVQQKEwdVbmtub3duMRAwDgYDVQLEwdVbmtub3du  
MRAwDgYDVQQDEwdVbmtub3duMIIIBjANBgkqhkiG9w0BAQEFAAOCAQ8AMIIBCgKC  
AQEAu8czHOvP5sqSoNq3PjG1ykzGFfeEHwIFBCTPUdcgUfgOg8xu9wRadiJOXvu+  
uTGurWtXl4hdhna+eiiRlP4iHAvO63IXkRV3QKkuOlu5KMQFRIF1AK6Wt/11nizn
```

#### Приватный ключ:

```
-----BEGIN RSA PRIVATE KEY-----  
MIIEpgIBAAKCAQEAAu8czHOvP5sqSoNq3PjG1ykzGFfeEHwIFBCTPUdcgUfgOg8xu  
9wRadiJOXvu+uTGurWtXl4hdhna+eiiRlP4iHAvO63IXkRV3QKkuOlu5KMQFRIFJ  
AK6Wt/11njzqM7PNsJ/51J65DairMUjIpihm6Ny8F1ng6rCB3DwuzFBm1OPgXc/4  
PuSb6Z14POQzM8+Yp/d+Ev5BH+GjCk4+9Y8XqNswrdA6Mt5mhcfVmrZskdKXzs  
2QZD/+ul9eBHi+Ng7S04UOpuecM+iauZdAO0CBMmh0lcHnhM1WmTeqCC+KOn7bTN  
ZMhcMBq3gCJRjXvkXs3pFmsnRDQxZg6bj9cuKwIDAQABAOlBAQC6DaJoSolBM7A  
3zrmxcQuicgZtGjCsU2X09FULj2XqjLEDj2SXR0SAOM+zS7PC4RhoPTIC/IXXW  
dH1Fmhr8FlndkV6MXv5f1xRCt3wrV+H72RF57n2nOkMM2D+P24TTI7025uRnAih
```

# Предварительное тестирование события

При работе с захватом событий есть возможность тестирования любого события непосредственно из интерфейса платформы. Для этого необходимо нажать на иконку в виде колбы в верхней панели.



В новом окне укажите тип события, которое вы хотите протестировать:

## Отправить тестовое событие

Выберите тип события

Send

**Send**

Reply

Unique Open

Open

Unique Click

Click

✕ Закрыть

Автоматически будет сгенерирован пример структуры выбранного события. В данную структуру можно вносить изменения.

### 🔔 Отправить тестовое событие

Выберите тип события

Unique Click

Структура события

```
{
  "event_type": "uclick",
  "event_date": "2021-03-05T14:34:10.556830381+03:00",
  "list_id": 123456,
  "profile_id": "000000000000000000000000",
  "xxh": "61be4d0b871502d4"
```

Отправить

✕ Закрыть

Нажмите кнопку **Отправить**, чтобы протестировать событие.

Если сообщение было **успешно** отправлено посредством HTTP запросом, то вы увидите **код результата: 200**, а также данные ответа.

Если же сообщение было успешно отправлено в очередь или exchange RabbitMQ или в Kafka broker, то вы увидите текст: **"Тест был успешно отправлен"**.

В противном случае, внизу появится красное поле, где вы сможете узнать код ошибки (в случае HTTP запроса) и ее причину.

| Тип запроса        | Сообщение отправлено успешно   | Ошибка при отправке сообщения   |
|--------------------|--|---|
| JSON запрос батчем | <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p>Выберите тип события</p> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 2px; margin-bottom: 5px;"> <span>Unique Open</span> </div> <p>Структура события</p> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 2px; margin-bottom: 5px;"> <pre>{   "event_type": "uopen",   "event_date": "2021-03-11T17:21:55.696205352+03:00",   "list_id": 123456,   "profile_id": "000000000000000000000000",   "xxh": "61be4d0b871502d4"</pre> </div> <div style="text-align: center; margin-bottom: 5px;"> <span style="background-color: #4CAF50; color: white; padding: 2px 10px; border-radius: 3px; cursor: pointer;">Отправить</span> </div> <p><b>Код результата: 200</b></p> <p>Данные ответа:</p> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 2px; margin-bottom: 5px;"> <pre>&lt;doctype html&gt; &lt;html&gt; &lt;head&gt; &lt;title&gt;Example Domain&lt;/title&gt; &lt;meta charset="utf-8" /&gt;</pre> </div> </div> | <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p>🔔 Отправить тестовое событие</p> <p>Выберите тип события</p> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 2px; margin-bottom: 5px;"> <span>Unique Open</span> </div> <p>Структура события</p> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 2px; margin-bottom: 5px;"> <pre>{   "event_type": "uopen",   "event_date": "2021-03-11T17:22:54.559950928+03:00",   "list_id": 123456,   "profile_id": "000000000000000000000000",   "xxh": "61be4d0b871502d4"</pre> </div> <div style="text-align: center; margin-bottom: 5px;"> <span style="background-color: #4CAF50; color: white; padding: 2px 10px; border-radius: 3px; cursor: pointer;">Отправить</span> </div> <div style="border: 1px solid #f44336; padding: 5px; margin-bottom: 5px; color: #f44336; font-size: 0.9em;">       • Post http://example.ru: dial tcp: lookup example.ru: no such host     </div> <div style="text-align: right; margin-top: 10px;"> <span style="border: 1px solid #ccc; padding: 2px 10px; cursor: pointer;">✕ Закрыть</span> </div> </div> |

| Тип запроса                              | Сообщение отправлено успешно  | Ошибка при отправке сообщения   |
|--|---|---|
| <p>В очередь / exchange<br/>RabbitMQ</p> | <p><b>Отправить тестовое событие</b></p> <p>Выберите тип события<br/>Send</p> <p>Структура события</p> <pre>{   "event_type": "send",   "event_date": "2021-03-11T13:29:02.401747979+03:00",   "list_id": 123456,   "profile_id": "000000000000000000000000",   "xsh": "613be408a871507944" }</pre> <p>Отправить</p> <p>Тест был успешно отправлен</p> <p>Закрыть</p> | <p><b>Отправить тестовое событие</b></p> <p>Выберите тип события<br/>Send</p> <p>Структура события</p> <pre>{   "event_type": "send",   "event_date": "2021-03-11T17:20:59.988577077+03:00",   "list_id": 123456,   "profile_id": "000000000000000000000000",   "xsh": "613be408a871507944" }</pre> <p>Отправить</p> <p>Exception (40): Reason: "username or password not allowed"</p> <p>Закрыть</p>         |
| <p>В Kafka broker</p>                    | <p><b>Отправить тестовое событие</b></p> <p>Выберите тип события<br/>Open</p> <p>Структура события</p> <pre>{   "event_type": "open",   "event_date": "2021-03-11T14:27:36.151817164+03:00",   "list_id": 123456,   "profile_id": "000000000000000000000000",   "xsh": "613be408a871507944" }</pre> <p>Отправить</p> <p>Тест был успешно отправлен</p> <p>Закрыть</p> | <p><b>Отправить тестовое событие</b></p> <p>Выберите тип события<br/>Send</p> <p>Структура события</p> <pre>{   "event_type": "send",   "event_date": "2021-03-11T14:50:19.460582537+03:00",   "list_id": 123456,   "profile_id": "000000000000000000000000",   "xsh": "613be408a871507944" }</pre> <p>Отправить</p> <p>dial tcp: lookup f0fd03c1c66: Temporary failure in name resolution</p> <p>Закрыть</p> |

# Настройки



## Настройки аккаунта

Общие настройки аккаунта: веб-версии, недельные отчёты, глобальная политика отправки и другое.



## Поисковые теги: создание и применение

Работа с тегами для быстрого поиска объектов в платформе.



## Пользовательские ссылки

Настройка собственных ссылок отписки и замена ссылок в шаблонах.



## Виртуальные сендеры

Группировка реальных сендеров по группе доступа, доменам отправки и доменам получателей.



## Политики отправки

Ограничение количества отправляемых сообщений одному получателю за определённый период времени.



## Журнал аудита

Отслеживание действий пользователей в аккаунте.



## Пользователи и разграничение доступа

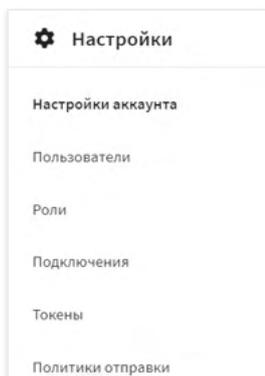
Создание новых пользователей в аккаунте, ограничение доступа к объектам платформы с помощью групп и ролей, API токены.



## Подключения

Подключение внешних сервисов для расширения возможностей платформы функционалом этих систем.

# Настройки аккаунта



В меню **Настройки аккаунта** собраны параметры конфигурации, которые применяются глобально — ко всем процессам и объектам в аккаунте. Настройки влияют на различный функционал.

## Администрирование

Здесь собраны настройки, связанные с отправкой email и подписками:

Настройки аккаунта

Пользовательский пиксель и пуш домен:

  
 Собирать, подсчитывать и пересылать ответы на email сообщения  
 Все лиды приостанавливают подписку на всех БД сразу  
 Все лиды отписываются от всего аккаунта  

Максимальное количество soft bounce, прежде чем превратить его в hard bounce.:

Исключать следующие домены из рассылок:

## Настройка отчётов

В этой части вы можете установить день недели и час для отправки отчётов на электронную почту пользователей платформы. Содержание отчётов настраивается для каждого пользователя отдельно. Подробнее [в этой статье](#).

День отправки недельных отчетов:

Час отправки отчетов:

# Глобальная политика отправки

В следующем блоке вы можете установить глобальную [политику отправки](#). Она будет применяться ко всем ресурсам и рассылкам, для которых не установлена собственная политика:

Задать политику отправки для аккаунта:

2 - 3 messages per day

**Ко всему аккаунту будут применяться следующие правила:**

|   |                                       |                                |
|---|---------------------------------------|--------------------------------|
|  | Коммуникация с одним профилем:        | Максимум 3 сообщения за 1 день |
|   | Коммуникация в рамках одного ресурса: | Не ограничено                  |
|   | Коммуникация по одному каналу:        | Не ограничено                  |
|   | Коммуникация по одному адресу:        | Не ограничено                  |

## Дополнительные опции

В нижней части формы находятся опции **проксирования** запросов трекинга и автопроставления **utm меток** при сохранении [шаблона](#) сообщения:

Использовать SOCKS5 прокси для HTTP запросов

Проставлять utm автоматически, при сохранении сообщения

# Поисковые теги: создание и применение

**Тег** — это метка, которую можно назначать некоторым объектам платформы, чтобы в дальнейшем быстро находить эти объекты. Тегами обычно связывают объекты с общей тематикой. Например, кампании, которые запускаются в рамках одной акции, или шаблоны, нацеленные на одну аудиторию.

## Каким объектам можно назначать теги:

- базы данных
- ресурсы
- сегменты
- шаблоны
- импорты по расписанию
- стоп-списки
- кампании
- сценарии
- формы
- продукты и заказы

## Как создать тег

Тег создается непосредственно в объекте, которому вы этот тег хотите назначить. Перейдите в окно редактирования объекта, установите курсор в поле **"Теги"** и введите текст, затем нажмите **Add** или **↵ Enter**.

Основные настройки Черновик

Имя шаблона: \*

New lunar template

Описание шаблона:

Установить группу: marketing department ✕

Теги:

Чтобы открепить тег от объекта, нажмите крестик.

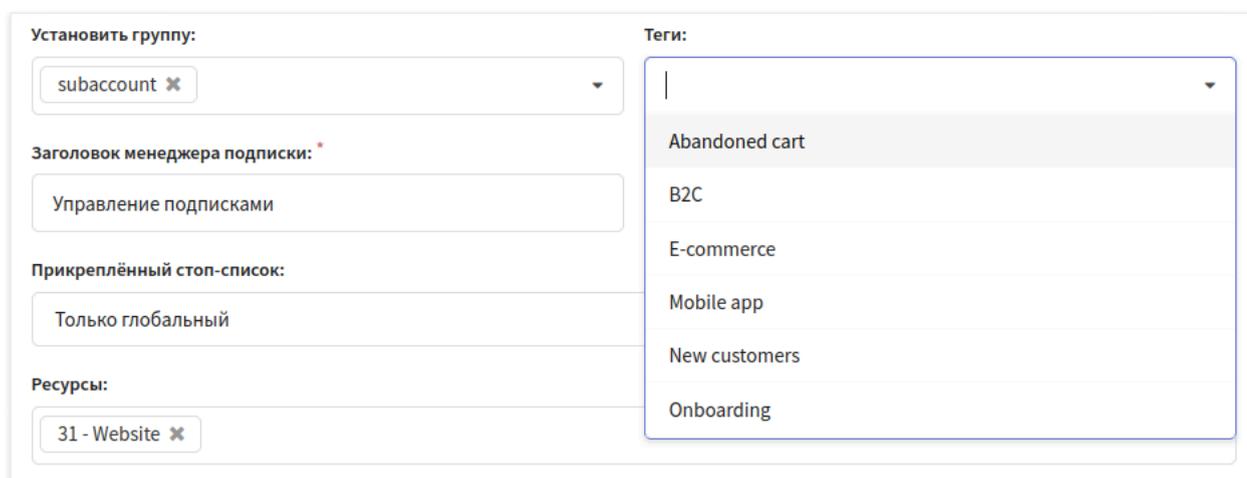
Объекту можно назначить любое количество тегов. Названия тегов никак не ограничены:

- любое количество символов
- кириллица и латиница
- пробелы
- специальные символы

Примеры тегов: `new2023`, брошенная корзина, `abandoned_cart`.

## Где можно посмотреть созданные теги

Когда вы сохраняете объект с назначенным тегом, сам тег также сохраняется. Отдельного окна, где можно посмотреть все теги, нет. Однако при редактировании другого объекта все ранее созданные теги будут доступны в выпадающем списке:



The screenshot shows a form with several sections. On the left, there are four sections: 'Установить группу:' with a dropdown menu showing 'subaccount'; 'Заголовок менеджера подписки: \*' with a text input field containing 'Управление подписками'; 'Прикреплённый стоп-список:' with a dropdown menu showing 'Только глобальный'; and 'Ресурсы:' with a dropdown menu showing '31 - Website'. On the right, there is a section titled 'Теги:' with a dropdown menu. The dropdown menu is open, showing a list of tags: 'Abandoned cart', 'B2C', 'E-commerce', 'Mobile app', 'New customers', and 'Onboarding'. The 'Abandoned cart' tag is highlighted.

Хотя сохраненный тег можно открепить от объекта, полностью удалить его из платформы нельзя. Все пользователи аккаунта видят все существующие теги.

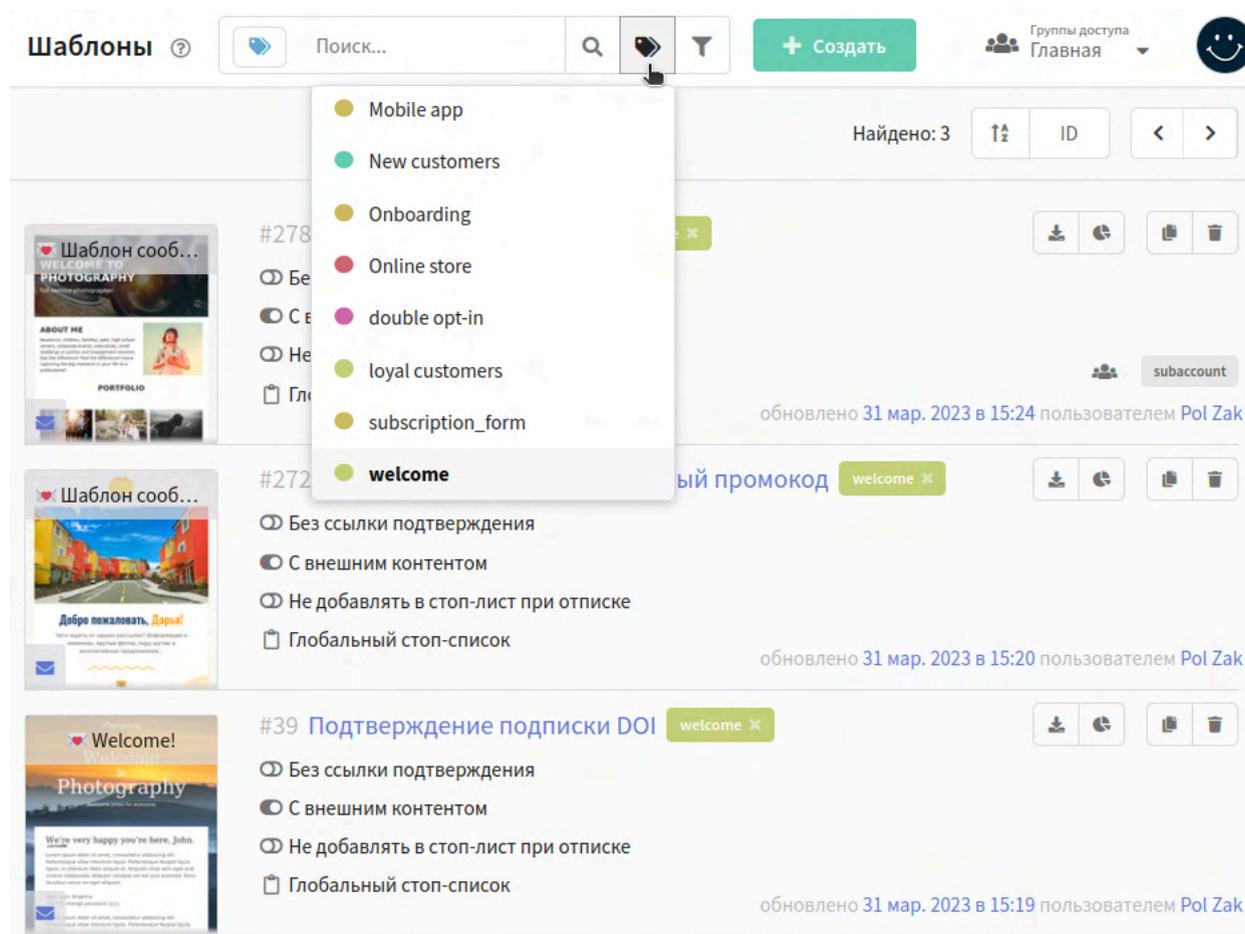
Все пользователи аккаунта видят все существующие теги.

Если тег не будет прикреплен ни к одному объекту платформы, он автоматически удалится.

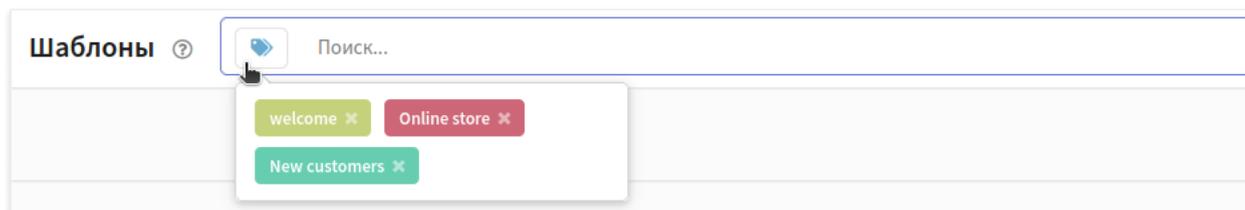
# Где использовать теги

## 1. Поиск объектов в общем списке

Перейдите в нужный раздел (например, в Шаблоны) и нажмите на иконку  справа от строки поиска. Выберите один или несколько тегов.



Чтобы посмотреть, какие теги добавлены в поиск, наведите курсор на :



## 2. Сегментация профилей по событиям в кампаниях или в шаблонах (отправки, доставки, открытия, клики)

При таком [условии отбора](#) вы можете выбрать все кампании или все шаблоны с определённым тегом или тегами:

### Условие

Отбор по:

Условие отбора:

Значение (n):

Ресурс:

Шаблон сообщения:

- Все с тегом: welcome
- 30 - День Рождения 2.0 email
- 27 - Black Friday email
- Все с тегом: Abandoned cart
- Все с тегом: B2C
- Все с тегом: E-commerce
- Все с тегом: New customers

### 3. Аналитические отчёты

В [отчете по каналам](#) и в [отчёте по трафику](#) теги можно использовать в фильтрах. Например, для быстрого поиска нужного объекта:

#### Каналы

Все каналы

Отчет по: Все каналы За период: П

Группировать по: Ресурсам в которых п

Добавить фильтр

#### Ресурсы

#### Добавление фильтра

Единый отбор

Исключить

Поиск...

Найдено: 3

поиск тегов

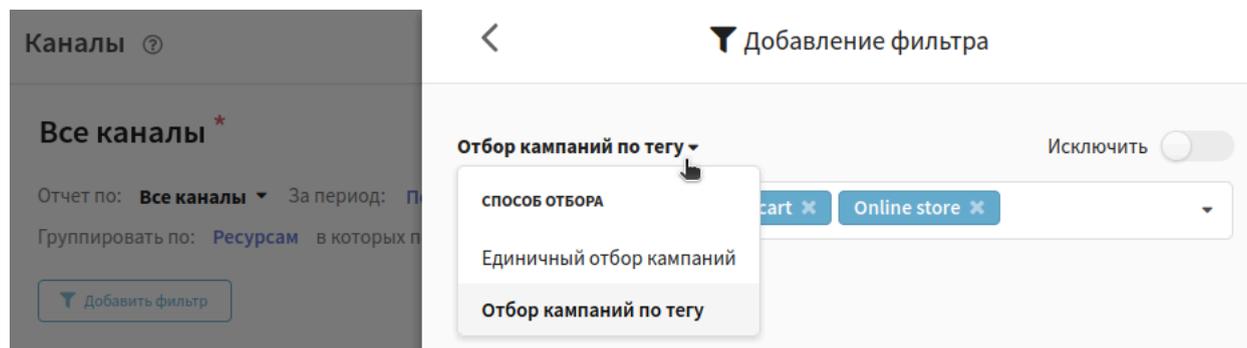
Введите тег

Сбросить

- Abandoned cart
- B2C
- black\_friday\_23
- welcome

- #278 Презентация компании
- #272 Рекомендации + приветственный пр
- #39 Подтверждение подписки DOI

Кроме того, можно сразу выбрать все объекты одного типа, которым назначен один или несколько тегов. Для этого переключите режим отбора: Единичный отбор кампаний → **Отбор кампаний по тегу**, а затем выберите теги в выпадающем списке и примените фильтр:

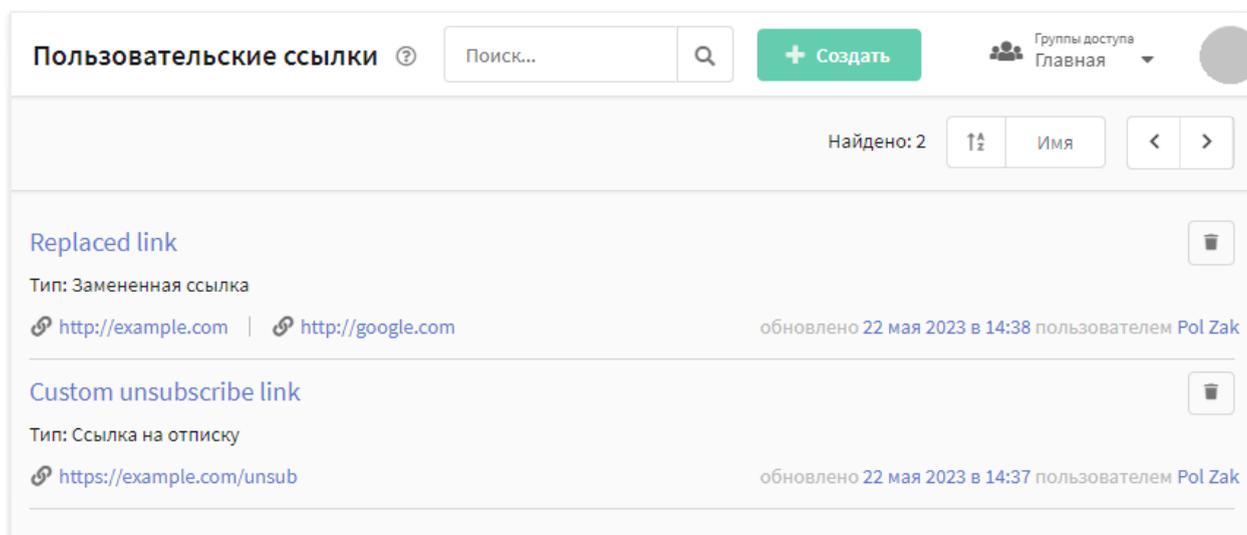


# Пользовательские ссылки

Доступно два типа пользовательских ссылок: ссылка отписки и замененная ссылка. Пользовательская **ссылка отписки** нужна для того, чтобы получатели email сообщений при нажатии на кнопку "Отписаться" перенаправлялись в личный кабинет сайта или на любую веб-страницу. **Замененная ссылка** позволяет заменить адреса ссылок в уже отправленных сообщениях.

## Создание ссылок отписки

В главном меню выберите **Настройки** → **Пользовательские ссылки**. Для добавления новой ссылки нажмите **+ Создать**:



В открывшейся форме введите имя ссылки и выберите тип (ссылка отписки или замененная ссылка).

Для **ссылки отписки** укажите URL для перенаправления:



### Создание пользовательской ссылки

Имя: \*

Тип: \*

Ссылка: \*

Для **замененной ссылки** в поле "Заменяемая ссылка" укажите ссылку в шаблоне, которую хотите заменить. В поле "**Новая ссылка**" введите новый URL. Ссылка в отправленных сообщениях не изменится, но при клике по ней подписчик будет перенаправлен по новому URL адресу:



### Редактирование пользовательской ссылки

Имя: \*

Тип: \*

Новая ссылка: \*

Заменяемая ссылка: ? \*

Также можно заменить сразу несколько ссылок. Для этого в поле "Заменяемая ссылка" задайте условие поиска, используя символ wildcard (\*). Так вы сможете найти все ссылки, адрес которых содержит определенную строку. Например, если указать  , то платформа заменит все ссылки в шаблонах, которые начинаются с .



## Редактирование пользовательской ссылки

Имя: \*

Замененная ссылка

Тип: \*

Замененная ссылка ▼

Новая ссылка: \*

<https://example.com>\*

Заменяемая ссылка: ? \*

[https://example.com/page\\_1](https://example.com/page_1)

Отмена

Окей

# Виртуальные сендеры

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.

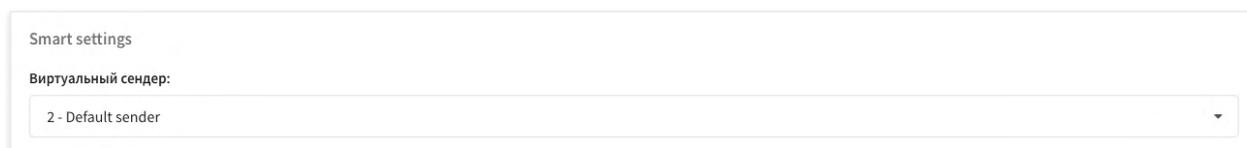


Чтобы перейти к управлению виртуальными сендерами аккаунта, в главном меню выберите **Настройки** → **Виртуальные сендеры**. Нажмите **+ Создать**, чтобы добавить новую запись.

## ПРИМЕЧАНИЕ

Виртуальные сендеры в Пользовательском интерфейсе могут создавать только [мастер-пользователи](#).

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 отправителя:

Новый виртуальный отправитель

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 отправителей 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 отправителе

Выберите подходящее условие в выпадающем меню **Когда правило применяется**:

- **По умолчанию (в любом случае)** — правило применяется при любых отправлениях.
- **Group соответствует значению** — правило применяется к email-кампаниям, входящим в определённую Группу объектов аккаунта.
- **From domain соответствует значению** — правило применяется при отправлениях с определённого домена.
- **To domain соответствует значению** — правило применяется при отправлениях на определённые домены email.
- **From email соответствует значению** — правило применяется при отправлениях с определённого email-адреса.

Когда выполняется правило:

По умолчанию (в любом случае)

Выборить sender:

12 - Основной sender akmta

Процент: 100

Перезаписать From Email:

Перезаписать Reply-To Email:

✖ Удалить sender

+ Добавить sender ✖ 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**.

**⚠ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ**

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 sender** и **Удалить sender** вы можете добавлять и удалять senders в рамках правила отправки. Для каждого сенера настраиваются следующие поля:

- **Выборить sender** — выберите реальный sender для отправки.
- **Процент** — установите для сенера 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.

**ℹ ПРИМЕЧАНИЕ**

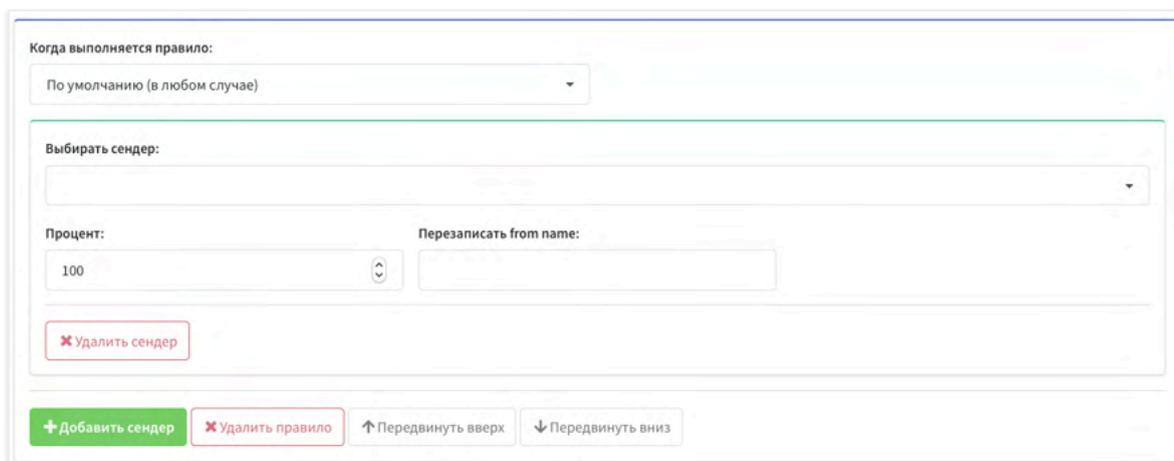
Сумма процентов для сендеров в рамках правила должна быть 100.

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**.



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 отправлениях.



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**.

#### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

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 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.
- **Перезаписать from name** — переопределить значение `Caller_ID` для отправляемых сообщений.

**i** ПРИМЕЧАНИЕ

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 Push-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 отправителя:

3 - default push sender

def

Процент:

100

Перезаписать from name:

✖ Удалить отправителя

+ Добавить отправителя

✖ 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**.

#### ⚠ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

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 отправителя** и **Удалить отправителя** вы можете добавлять и удалять отправителей в рамках правила отправки. Для каждого отправителя настраиваются следующие поля:

- **Выбирать отправителя** — выберите реальный отправитель для отправки.
- **Процент** — установите для отправителя процент отправляемых сообщений в рамках правила.

#### ℹ ПРИМЕЧАНИЕ

Сумма процентов для отправителей в рамках правила должна быть 100.

# Политики отправки

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.

## ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

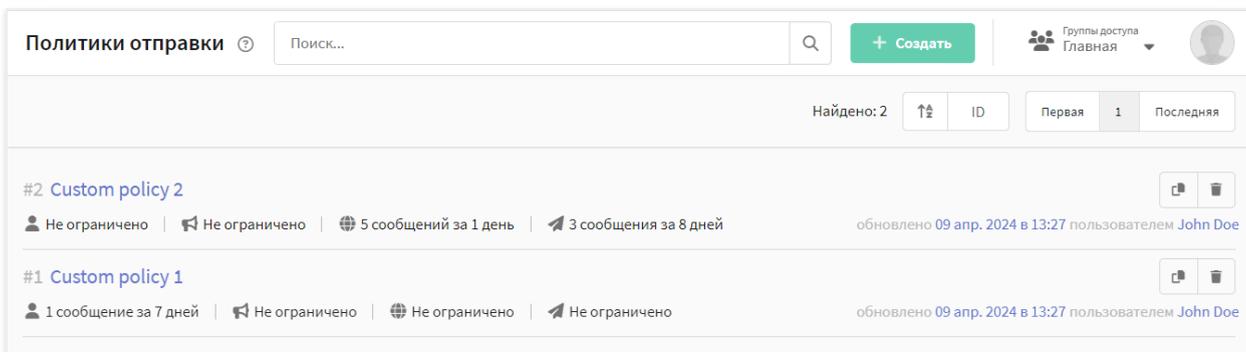
Политику отправки нельзя установить для конкретного профиля. Политика настраивается и действует для всех профилей в рамках аккаунта/ресурса/кампании.

# Управление политиками отправки

## ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

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**. В открывшемся списке отображаются существующие политики отправки:



| Политики отправки   | Поиск...  | + Создать   | Группы доступа<br>Главная   |
|---|---|---|---|
| Найдено: 2  |   |   |   |
| ↑ ID  |   |   |   |
| Первая 1 Последняя  |   |   |   |
| #2 Custom policy 2  |   |   |   |
|  Не ограничено         |  Не ограничено |  5 сообщений за 1 день |  3 сообщения за 8 дней   |
| обновлено 09 апр. 2024 в 13:27 пользователем John Doe   |   |   |   |
| #1 Custom policy 1  |   |   |   |
|  1 сообщение за 7 дней |  Не ограничено |  Не ограничено         |  Не ограничено   |
| обновлено 09 апр. 2024 в 13:27 пользователем John Doe   |   |   |   |

Политику можно клонировать или удалить из контекстного меню в правой части плитки. Перейти к редактированию 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: \*

Custom policy 2

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: |
|  | Не ограничено | 1 день       |
| <input checked="" type="checkbox"/> Ограничить отправки одному профилю в рамках ресурса        | Максимум:     | За период в: |
|  | 5 сообщений   | 1 день       |
| <input checked="" type="checkbox"/> Ограничить отправки одному профилю в рамках одного канала  | Максимум:     | За период в: |
|  | Не ограничено | 1 день       |
| <input checked="" type="checkbox"/> Ограничить отправки одному контакту (email адрес, телефон) | Максимум:     | За период в: |
|  | Не ограничено | 4 дня        |

### ПОДСКАЗКА

Политика, где не выбрано ни одно ограничение, является **безлимитной**. Если вам нужно установить глобальное ограничение в рамках аккаунта и разрешить ресурсу или кампании неограниченную отправку — 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:

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:

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                  |

**⚠ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ**

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:

Установить группу: Дизайнеры ×

Теги: Customers × B2C ×

Задать политику отправки для ресурса:

2 - Custom policy 2

**К этому ресурсу будут применяться следующие правила:**

|   |                                       |                                |
|---|---------------------------------------|--------------------------------|
|  | Коммуникация с одним профилем:        | Не ограничено                  |
|   | Коммуникация в рамках одного ресурса: | Максимум 5 сообщений за 1 день |
|   | Коммуникация по одному каналу:        | Не ограничено                  |
|   | Коммуникация по одному адресу:        | Максимум 3 сообщения за 8 дней |

## В рамках одной кампании

Политика отправки, которую вы используете в кампании, переопределит как глобальные настройки, так и политику ресурса. Откройте нужную кампанию и в блоке **Ограничения рассылки** выберите созданную ранее политику отправки.

Обратите внимание, ограничения политики распространяются на профиль и его контакты, т.е. выбранная кампания не сможет отправить одному профилю больше сообщений, чем указано в политике.

Ограничения рассылки

Лимит на каждый старт кампании: \*

Автоматически наращивать лимит:

 Лимит кампании устанавливается на каждый запуск и предназначен для порционного ограничения траффика  
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                  |

 **К СВЕДЕНИЮ**

Сообщения, попавшие под ограничения, будут формировать в журнале кампании записи типа **Отправка запрещена политикой**.

# Журнал аудита

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  
Любой тип действия

Тип объекта  
Кампания

Пользователь  
любой

Объект  
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.

The screenshot shows a user interface for viewing audit events. At the top, there is a sorting dropdown menu set to 'Дата' (Date) and a pagination indicator '1 - 4 из 4'. Below this, three event tiles are displayed. Each tile contains a title, a date, a user name, an IP address, and an object name, followed by a button labeled 'Дополнительная информация' (Additional information).

| Заголовок       | Дата                | Пользователь | IP           | Объект                             |
|-----------------|---------------------|--------------|--------------|------------------------------------|
| Отправлен тест  | 2019-05-21 11:52:36 | astero       | 192.168.97.2 | 45 - Кампания New stellar campaign |
| Отправлен тест  | 2019-05-20 18:43:38 | astero       | 192.168.97.2 | 45 - Кампания New stellar campaign |
| Объект сохранен | 2019-05-20 18:43:26 | astero       | 192.168.97.2 | 45 - Кампания New stellar campaign |

# Пользователи и разграничение доступа

В Altcraft можно ограничить функционал учётных записей **пользователей**, а также **токенов**, используемых 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 др.
- **Роли** определяют набор доступных действий с видимыми объектами.

## ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Управление пользователями аккаунта и разграничением доступа доступно только для пользователей с правами **мастера**.

## Группы доступа

С помощью **Групп** в аккаунте Altcraft 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.

### ⚠ К СВЕДЕНИЮ

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.

### ⚠ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

**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

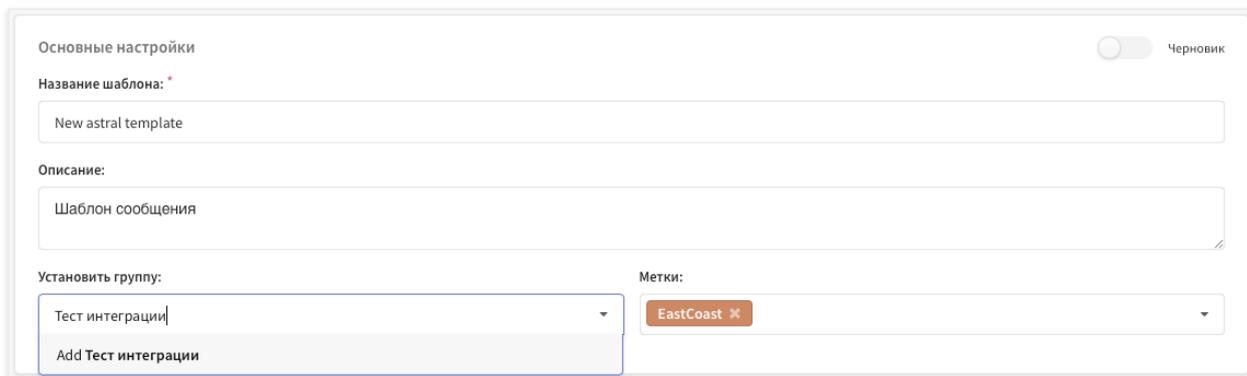
Установить группу:  
East coast branch ✕ |  
West coast branch  
Corporate clients project  
HR recruiting project  
Retro department

Метки:  
EastCoast ✕

### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Создавать и устанавливать группы может только Мастер-пользователь.

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 ✕

### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

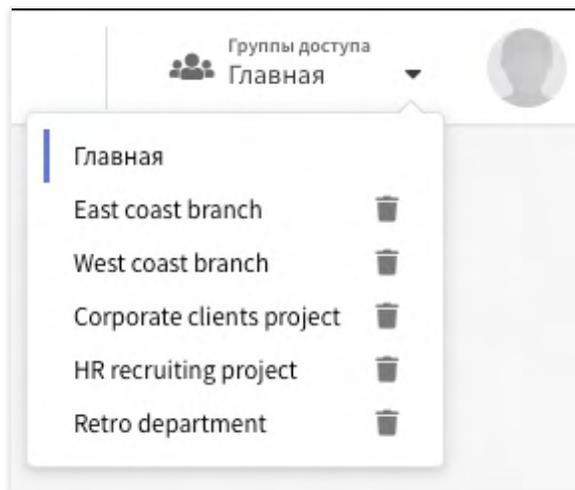
Каждому объекту, который создаёт пользователь, присваивается группа, в которой он находился в этот момент.

## 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.

### ПРИМЕЧАНИЕ

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**.

В открывшемся списке отображаются существующие роли. Роль можно клонировать или удалить из контекстного меню в правой части плитки. Если вы хотите отредактировать роль, нажмите на её название.

Роли ? Поиск... Q + Создать Группы доступа Главная

Найдено: 8 ↑↓ ID Первая 1 Последняя

**#11 Старший маркетолог** 🗑️

|                        |               |
|------------------------|---------------|
| Базы данных:           | Фрагменты:    |
| Импорты по расписанию: | Вирт.сендеры: |
| Запросы:               | Сценарии:     |
| Шаблоны сообщений:     | Пиксели:      |
| Сегменты:              | Формы:        |
| Кампании:              | Ресурсы:      |
| Стоп-списки:           | Лояльности:   |

👤 Главная | обновлено 08 апр. 2022 в 18:21 пользователем John Doe

**#10 Маркетолог-стажёр** 🗑️

|                        |               |
|------------------------|---------------|
| Базы данных:           | Фрагменты:    |
| Импорты по расписанию: | Вирт.сендеры: |
| Запросы:               | Сценарии:     |
| Шаблоны сообщений:     | Пиксели:      |
| Сегменты:              | Формы:        |
| Кампании:              | Ресурсы:      |
| Стоп-списки:           | Лояльности:   |

👤 Главная

**#9 Аутсорсинг - Верстка шаблонов** 🗑️

|                        |               |
|------------------------|---------------|
| Базы данных:           | Фрагменты:    |
| Импорты по расписанию: | Вирт.сендеры: |
| Запросы:               | Сценарии:     |
| Шаблоны сообщений:     | Пиксели:      |
| Сегменты:              | Формы:        |
| Кампании:              | Ресурсы:      |
| Стоп-списки:           | Лояльности:   |

👤 Главная | обновлено 04 апр. 2022 в 11:32 пользователем John Doe

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.

#### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

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** ПРИМЕЧАНИЕ

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.

| Правила доступа                           |  |   |   |  |
|---|--|---|---|--|
| Группы, для которых доступна данная роль: |  |   |   |  |
| Главная ✕ Marketing department ✕          |  |   |   |  |
|   | Просмотр объекта   | Создание и редактирование                                     | Действия  | Особое                                     |
| Ресурсы                                   | <input checked="" type="checkbox"/> Просмотр объекта         | <input type="checkbox"/> Создание и редактирование            | <input checked="" type="checkbox"/> Чтение и выгрузка |  |
| Базы данных                               | <input checked="" type="checkbox"/> Просмотр объекта         | <input type="checkbox"/> Создание и редактирование            | <input checked="" type="checkbox"/> Чтение и выгрузка | <input type="checkbox"/> Удаление профилей |
| Импорты по расписанию                     | <input type="checkbox"/> Просмотр объекта                    | <input type="checkbox"/> Создание и редактирование            | <input checked="" type="checkbox"/> Запуск            |  |
| Связи                                     | <input checked="" type="checkbox"/> Просмотр объекта         | <input checked="" type="checkbox"/> Создание и редактирование | <input checked="" type="checkbox"/> Чтение и выгрузка |  |
| Запросы                                   | <input checked="" type="checkbox"/> Просмотр объекта         | <input checked="" type="checkbox"/> Создание и редактирование |   |  |
| Шаблоны сообщений                         | <input checked="" type="checkbox"/> Просмотр объекта         | <input checked="" type="checkbox"/> Создание и редактирование | <input type="checkbox"/> Модерация                    | <input type="checkbox"/> Части             |
| Фрагменты                                 | <input checked="" type="checkbox"/> Просмотр объекта         | <input checked="" type="checkbox"/> Создание и редактирование |   |  |
| Сегменты                                  | <input checked="" type="checkbox"/> Просмотр объекта         | <input checked="" type="checkbox"/> Создание и редактирование | <input checked="" type="checkbox"/> Чтение и выгрузка |  |
| Стоп-списки                               | <input checked="" type="checkbox"/> Просмотр объекта         | <input type="checkbox"/> Создание и редактирование            | <input checked="" type="checkbox"/> Чтение и выгрузка |  |
| Кампании                                  | <input checked="" type="checkbox"/> Просмотр объекта         | <input checked="" type="checkbox"/> Создание и редактирование | <input type="checkbox"/> Запуск                       |  |
| Сценарии                                  | <input checked="" type="checkbox"/> Просмотр объекта         | <input type="checkbox"/> Создание и редактирование            | <input checked="" type="checkbox"/> Запуск            |  |
| Пиксели                                   | <input checked="" type="checkbox"/> Просмотр объекта         | <input checked="" type="checkbox"/> Создание и редактирование |   |  |
| Формы                                     | <input checked="" type="checkbox"/> Просмотр объекта         | <input checked="" type="checkbox"/> Создание и редактирование | <input checked="" type="checkbox"/> Чтение и выгрузка |  |
| Лояльность                                | <input checked="" type="checkbox"/> Просмотр объекта         | <input checked="" type="checkbox"/> Создание и редактирование | <input checked="" type="checkbox"/> Чтение и выгрузка |  |
| Виртуальные сендеры                       | <input checked="" type="checkbox"/> Просмотр объекта         | <input checked="" type="checkbox"/> Создание и редактирование |   |  |
| Маркет                                    | <input type="checkbox"/> Просмотр продуктов                  | <input type="checkbox"/> Просмотр заказов                     | <input type="checkbox"/> Конфигурация                 |  |
|   | <input type="checkbox"/> Создание и редактирование продуктов | <input type="checkbox"/> Создание и редактирование заказов    |   |  |

Роли могут ограничить действия пользователя со следующими **объектами платформы**:

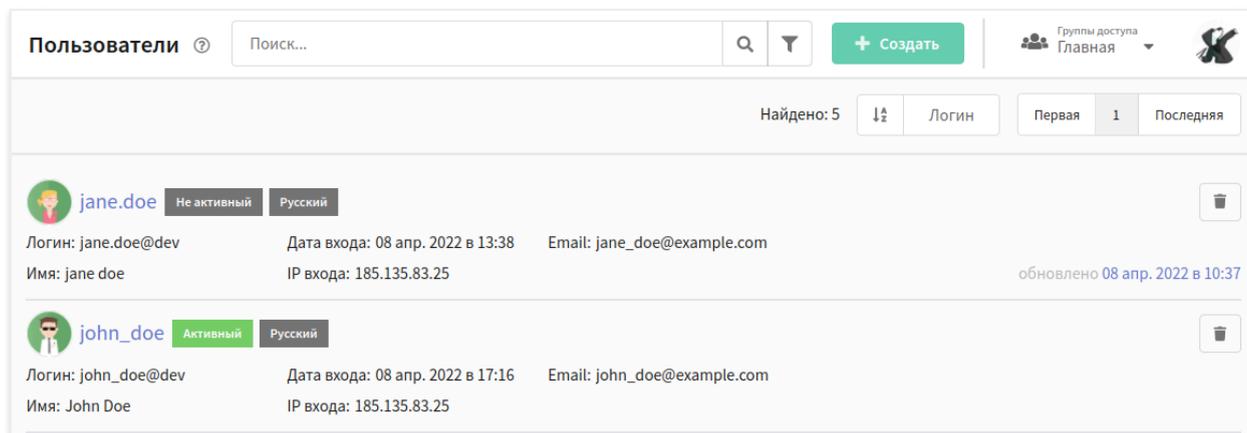
- **Ресурсы** — инструмент для управления подписками клиентов на различный контент по определённым каналам связи.

- [Базы данных](#) — база для хранения данных о клиентах.
- [Импорты в базу данных по расписанию](#) — автоматическая синхронизация базы профилей Altcraft с внешней базой (например, корпоративная CRM или SQL база).
- [Связи](#) — используются для регистрации взаимодействий между вашими клиентами, или клиентами и менеджерами компании.
- Запросы — SQL-запросы к внешним базам. Роль регулирует работу пользователя с [запросами для шаблонов](#) и с [запросами сегментации](#).
- [Шаблоны сообщений](#) — контент, который вы отправляете подписчикам в рамках кампании.
- [Фрагменты сообщений](#) — часть шаблона, которую можно использовать в других шаблонах.
- Сегменты — часть базы данных, которая включает профили, подходящие под определённые условия. Роль регулирует действия со [статическими](#) и [динамическими](#) сегментами.
- [Стоп-списки](#) — список email-адресов, доменов и телефонных номеров, исключённых из рассылки.
- [Кампании](#) — бродкасты, регулярные и триггерные кампании, мультивариантные тесты, кампании размещения.
- [Сценарии](#) — автоматизированная цепочка из условий и действий, которые последуют при их выполнении.
- [Пиксели отслеживания](#) — HTML или JavaScript-код, размещённый на веб-сайте или в приложении, который предназначен для отслеживания действий пользователей.
- [Формы](#) — элемент на странице сайта, с помощью которого пользователь вводит и отправляет вам свои данные.
- [Лояльность](#) — модуль для генерации и назначения промокодов профилям.
- [Виртуальные сендеры](#) — набор правил отправки сообщений для реальных модулей отправки email и SMS сообщений.
- [Маркет](#) — модуль для работы с данными о товарах и заказах интернет-магазина.

## Учётные записи пользователей

Управление учётными записями пользователей аккаунта Altcraft 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 **Настройки** → **Пользователи**. В открывшемся списке отображаются существующие учётные записи.



Перейти к изменению настроек пользователя можно, нажав на название записи. Если вы хотите удалить пользователя, нажмите на иконку корзины справа .

## Как создать новую учётную запись

Чтобы добавить нового пользователя в аккаунт, 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 и фамилия** пользователя.
- **Контактный email адрес** — адрес, на который будут отправлены данные доступа.
- **Контактный телефон** — телефон пользователя.
- **Язык интерфейса** — выберите между английским и русским языком.

john doe ✓ Деактивировать ✓ Применить Сохранить ✕

Логин: \*

Имя: \*       Фамилия: \*

Контактный email адрес: \*       Контактный телефон

Язык интерфейса:

### 💡 ПОДСКАЗКА

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.

## Настройка оповещений

Введите email-адрес, на который пользователю будут приходить оповещения. Также выберите системные уведомления, о которых следует оповещать:

- **Исчерпание лимитов** — оповещение придет, если в тарифе аккаунта настроены ограничения, и количество профилей или количество отправленных сообщений достигло максимума;
- **Жалобы подписчиков** — процент жалоб на сообщения превысил допустимое значение.
- **Hard bounces** — процент hard bounce превысил допустимое значение.
- **Soft bounces** — процент soft bounce превысил допустимое значение.
- **Присылать отчёты за день/за неделю** — на почту пользователя с определённой периодичностью будет приходить отчёт, содержащий основные показатели рассылок, а также данные о приросте аудитории и достижении целей.

Настройка оповещений

Email для оповещений: \*

john\_doe@example.com

Исчерпание лимитов

Жалобы подписчиков

Hard bounces

Soft bounces

Присылать отчёты за день

Присылать отчёты за неделю

## Настройка безопасности

Установите пароль для входа пользователя в учётную запись. Пароль должен содержать от 8 до 32 символов, включая цифры и спецсимволы.

После создания нового пользователя пароль можно передать владельцу автоматически, отметив опцию **Отправить письмо с доступом пользователю**. Чтобы сделать возможным редактирование этого поля, внесите какие-либо изменения в пароль. Например, можно добавить точку и тут же удалить её.

Если вы активируете поле **"Пользователь должен сменить пароль при первом входе"**, пользователю при входе придется нажать кнопку **"Forget password"**, ввести предоставленный логин и создать новый пароль.

Настройки безопасности

Установить пароль: ⓘ

==[hSA&j` hWМаЗаF14EE

Отправить письмо с доступом пользователю

Пользователь должен сменить пароль при первом входе

### ⓘ ПРИМЕЧАНИЕ

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 с такой настройкой будут доступны любые действия в **Главной группе** аккаунта. Соответственно, у него будет доступ ко всем объектам всех групп. При этом ограничения ролей никак не будут

действовать. Мастер-пользователи имеют доступ к блоку **"Настройки"** в главном меню, где могут управлять аккаунтами других пользователей: удалять пользователей, редактировать их доступ, скачивать персональные данные, а также изменять настройки оповещений и безопасности.

- **Роли** — созданные ранее роли доступа.
- **Группы доступа** — группы объектов аккаунта, с которыми сможет взаимодействовать пользователь.

Доступ

Права пользователя: Мастер

Группы доступа: Дизайнеры

Роли: Дизайнеры и копирайтеры

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:

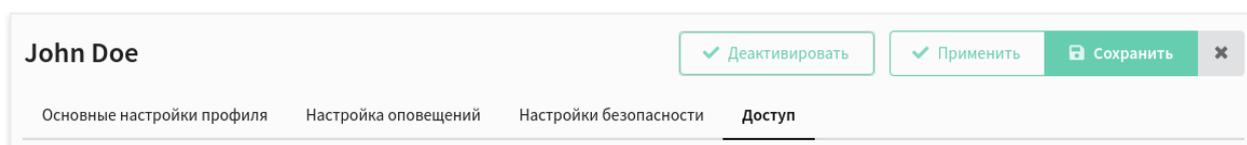


### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

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.

После завершения настройки нажмите кнопку **"Сохранить"** или **"Применить"** в верхней части страницы:



Кнопка **Деактивировать** сделает учетную запись неактивной. Пользователи с такой настройкой не смогут авторизоваться в платформе.

## API токены

API токены используются для авторизации в аккаунте [при использовании API](#). Чтобы перейти к управлению токенами, в главном меню выберите **Настройки** → **Токены**.

В открывшемся списке отображаются существующие токены. Перейти к редактированию токена можно, нажав на его название. Если вы хотите удалить токен, воспользуйтесь кнопкой  справа. Чтобы создать новый токен, нажмите + Создать в верхней части страницы.

| Токены                                     |  | Поиск...                                | +  | Создать | Группы доступа<br>Главная                             |   |           |
|--|--|---|----|---------|---|---|-----------|
|  |  | Найдено: 4                              | ↑↓ | Имя     | Первая  | 1 | Последняя |
| <a href="#">New solar API token</a>        |  | Токен: c18838229cac43818c91201625c79952 |    |         |   |   |           |
| Роли: <span>Супервайзер</span>             |  | Corporate clients pr..                  |    |         | обновлено 08 апр. 2022 в 15:23 пользователем John Doe |   |           |
| <a href="#">New astronomical API token</a> |  | Токен: 257551сбесаа46а6а84f570e52938a33 |    |         |   |   |           |
| Роли: <span>Старший маркетолог</span>      |  | Главная                                 |    |         | обновлено 08 апр. 2022 в 15:22 пользователем John Doe |   |           |

Для нового токена подберите 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.

### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Если токену открыть доступ в **Главную группу**, для него будут доступны все объекты аккаунта, в том числе входящие в другие группы.

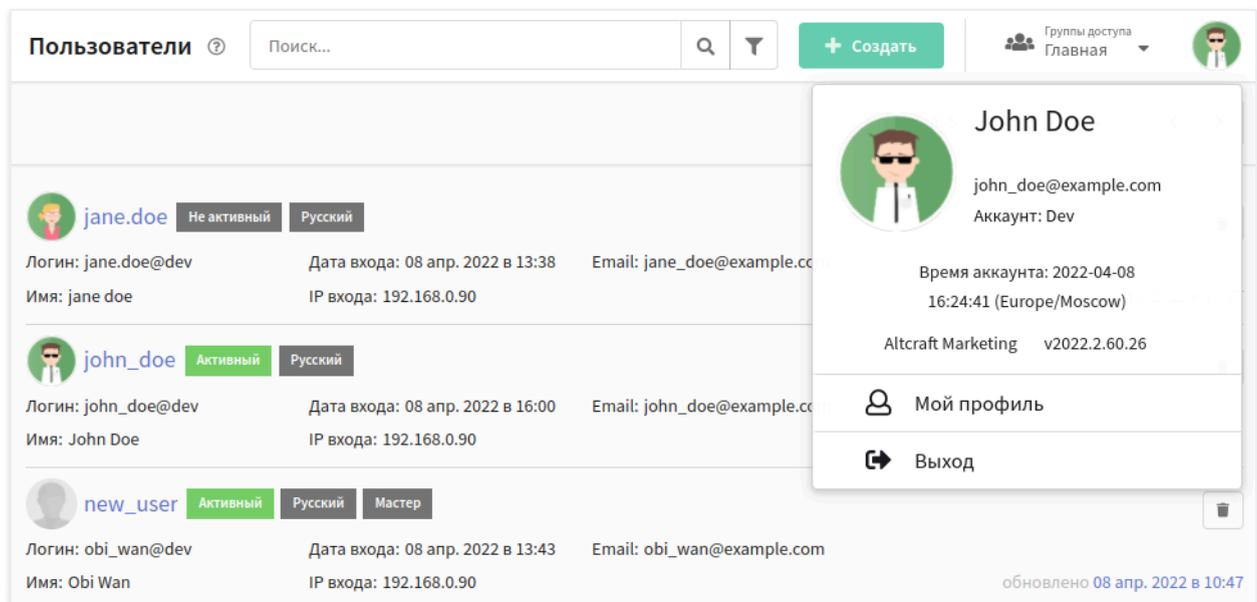
| Токены > Редактировать  | ✓ Применить | Сохранить | ✕ | Группы доступа<br>Главная |  |
|---|-------------|-----------|---|---------------------------|--|
| <b>New astronomical API token</b>                             |             |           |   |                           |  |
| Обновлено 2022-04-08 15:22:23 пользователем john              |             |           |   |                           |  |
| <b>Основные настройки</b>                                     |             |           |   |                           |  |
| Имя токена: *   |             |           |   |                           |  |
| <input type="text" value="New astronomical API token"/>       |             |           |   |                           |  |
| <b>Токен</b>  |             |           |   |                           |  |
| <input type="text" value="257551сбесаа46а6а84f570e52938a33"/> |             |           |   |                           |  |
| <b>Права доступа</b>  |             |           |   |                           |  |
| Роли:   |             |           |   |                           |  |
| <input type="text" value="Старший маркетолог"/>               |             |           |   |                           |  |
| Группа:   |             |           |   |                           |  |
| <input type="text" value="Главная"/>                          |             |           |   |                           |  |

# Двухфакторная аутентификация (2FA)

Двухфакторная аутентификация, или 2FA — это средство защиты вашей учетной записи не только посредством ввода логина и пароля, но и при помощи кода, известного только вам. Для прохождения аутентификации потребуется приложение-генератор одноразового кода, например, Google Authenticator. После включения 2FA ввод шестизначного кода станет обязательным шагом при каждом входе в платформу.

## Как включить 2FA для отдельного пользователя

1. Зайдите в настройки своего профиля. Для этого кликните на аватарку в правом верхнем углу. Далее → **Мой профиль**.



The screenshot shows a user management interface. At the top, there is a header with 'Пользователи' (Users), a search bar, a '+ Создать' (Create) button, and a user profile icon. Below the header is a table of users:

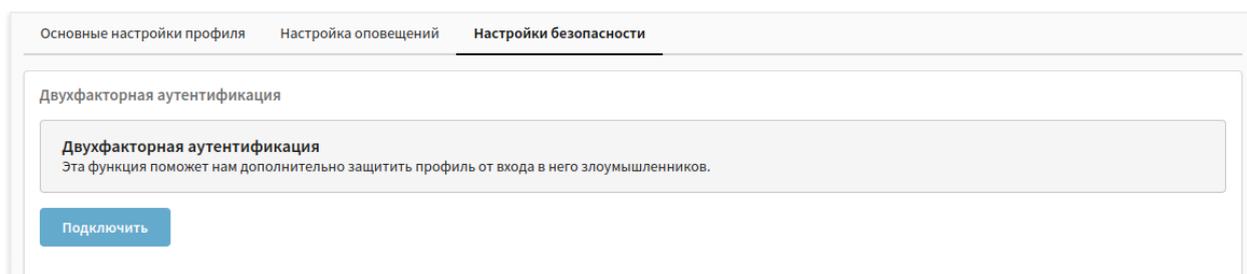
| Avatar | Username | Status      | Language | Other Info  |
|--------|----------|-------------|----------|---|
|        | jane.doe | Не активный | Русский  | Логин: jane.doe@dev, Дата входа: 08 апр. 2022 в 13:38, Email: jane_doe@example.com, Имя: jane doe, IP входа: 192.168.0.90 |
|        | john_doe | Активный    | Русский  | Логин: john_doe@dev, Дата входа: 08 апр. 2022 в 16:00, Email: john_doe@example.com, Имя: John Doe, IP входа: 192.168.0.90 |
|        | new_user | Активный    | Русский  | Мастер, Логин: obi_wan@dev, Дата входа: 08 апр. 2022 в 13:43, Email: obi_wan@example.com, Имя: Obi Wan                    |

On the right side, a profile dropdown menu is open for 'John Doe', showing:

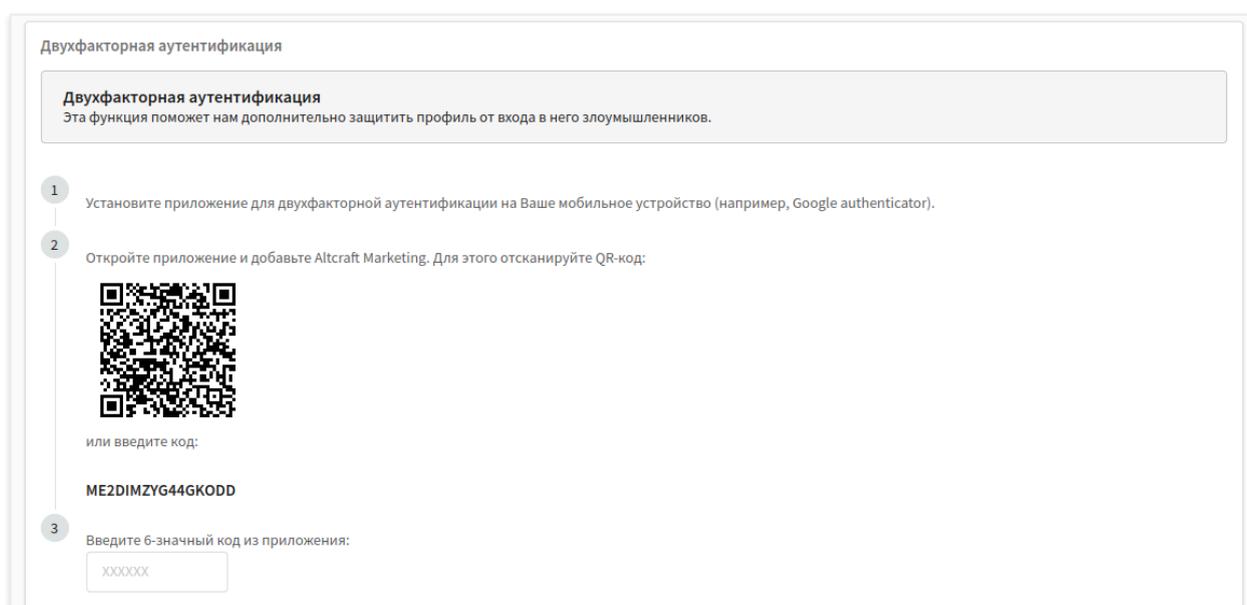
- Avatar and name: John Doe
- Email: john\_doe@example.com
- Account type: Аккаунт: Dev
- Account creation: Время аккаунта: 2022-04-08 16:24:41 (Europe/Moscow)
- Version: Altcraft Marketing v2022.2.60.26
- Options: Мой профиль, Выход

At the bottom right of the interface, it says 'обновлено 08 апр. 2022 в 10:47'.

2. Перейдите на вкладку **Настройки безопасности**. В блоке **Двухфакторная аутентификация** нажмите **“Подключить”**:



3. Откроется инструкция для подключения. Следуйте указанным в ней шагам: скачайте приложение, добавьте в него Altcraft Marketing и введите полученный 6-значный код. Затем нажмите **“Подключить”**.



4. На странице появится список **резервных кодов**. С помощью них вы сможете восстановить доступ к своей учётной записи в случае потери устройства, на котором установлено 2FA приложение. Каждый резервный код можно использовать только один раз. В дальнейшем вы не сможете увидеть этот список в платформе, поэтому скопируйте его и храните в доступном месте.

Настройка 2FA завершена. Теперь каждый раз при входе в платформу пользователь должен будет ввести не только логин и пароль, но также 6-значный код, полученный в приложении для аутентификации.

Информация об успешных и неуспешных попытках входа будет отображаться в блоке **История входов**:

Двухфакторная аутентификация

**Двухфакторная аутентификация подключена**  
Эта функция поможет нам дополнительно защитить профиль от входа в него злоумышленников.

[Отключить](#)

Изменение пароля профиля

Введите старый пароль:

Введите новый пароль: ⓘ

История входов

| Дата входа                       | Устройство | Браузер | Местоположение | IP          |
|----------------------------------|------------|---------|----------------|-------------|
| 2022-04-08 16:58:01 (успешно)    | web        | Chrome  | -              | 192.168.0.1 |
| 2022-04-08 16:01:36 (не успешно) | web        | Chrome  | -              | 192.168.0.1 |
| 2022-04-08 16:00:42 (успешно)    | web        | Chrome  | -              | 192.168.0.1 |
| 2022-04-08 15:58:59 (успешно)    | web        | Chrome  | -              | 192.168.0.1 |

Если вы решите, что двухфакторная аутентификация вам больше не нужна, нажмите на кнопку **“Отключить”**.

## Как включить 2FA для всех пользователей аккаунта

Чтобы включить принудительную двухфакторную аутентификацию для всех учётных записей аккаунта, администратор платформы должен активировать поле **Force 2fa for users** в настройках аккаунта в [Панели администрирования](#):

External data configuration

Assigned external data configurations:

1 - new connector ✕

Use LDAP   Force 2fa for users

Send weekly reports on: Monday

Send daily reports at: 7

После активации принудительной 2FA любому пользователю для входа в платформу потребуется настроить двухфакторную аутентификацию. Окно для настройки откроется при вводе корректных логина и пароля:

## Two-factor authentication

This function will help us protect your profile from non-authorized access.

1

Install a two-factor authentication app on your mobile device (for example, Google Authenticator).

2

Open the app and add Altcraft Marketing. To do this, scan the QR code:



or enter this code:

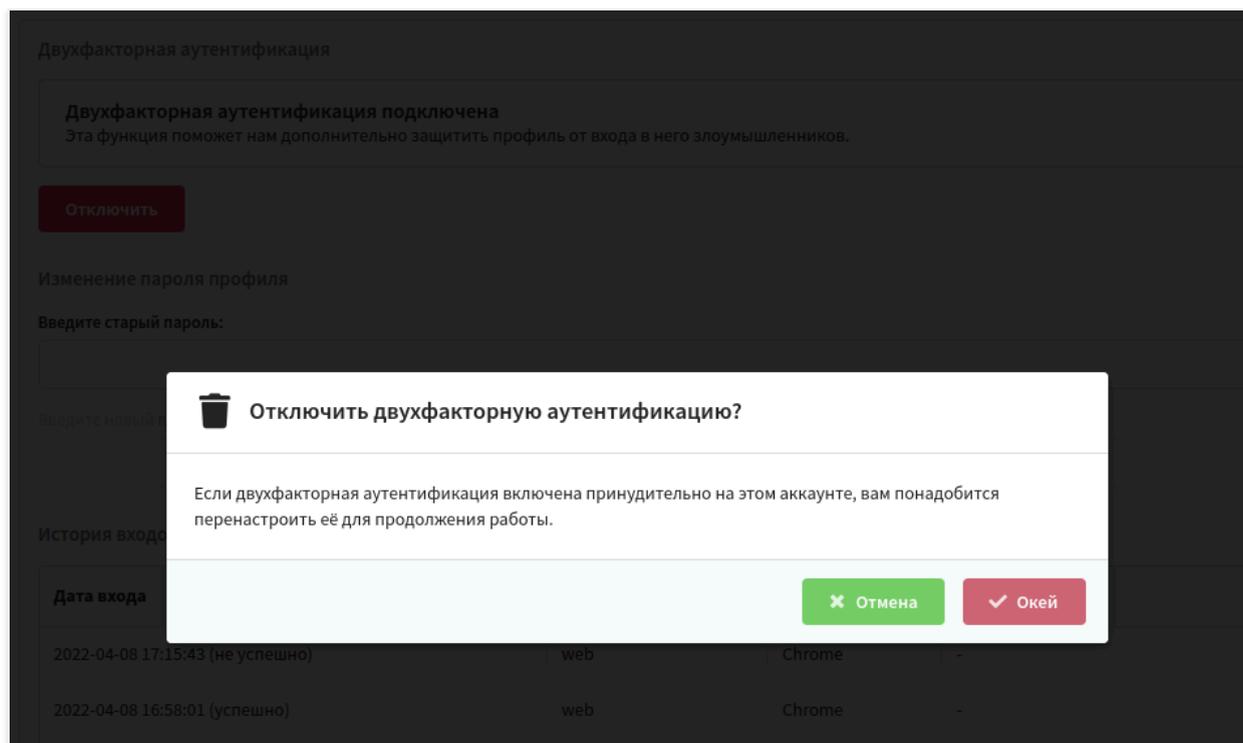
ME2DIMZYG44GKODD

3

Enter 6-digit code from app:

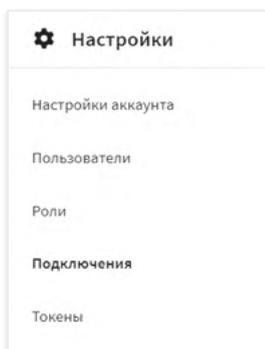
Connect

Если двухфакторная аутентификация является обязательной для всех учетных записей, пользователь не сможет отключить её. При клике на кнопку **“Отключить”** всплывёт предупреждающее окно:



Если пользователь всё-таки отключит 2FA, он принудительно покинет платформу. Для входа ему потребуется заново настроить 2FA.

# Подключения



Подключения позволяют авторизоваться во внешних системах для расширения возможностей Altcraft Marketing функционалом этих систем. Обычно для создания такого подключения требуется аккаунт во внешней системе с правами доступа через API.

Подключения настраиваются в разделе **Настройки** → **Подключения**.

## Доступные подключения



Подключение к Facebook Ads



Подключение к Google Ads



Подключение к Яндекс.Аудитории™



**Подключение к 360dialog**



**Подключение к Edna**



**Подключение к Devino Telecom**



**Подключение к SMS Traffic**



**Подключение к VK Рекламе™**



**Подключение к MTS OmniChannel**



**Подключение через OAuth2**



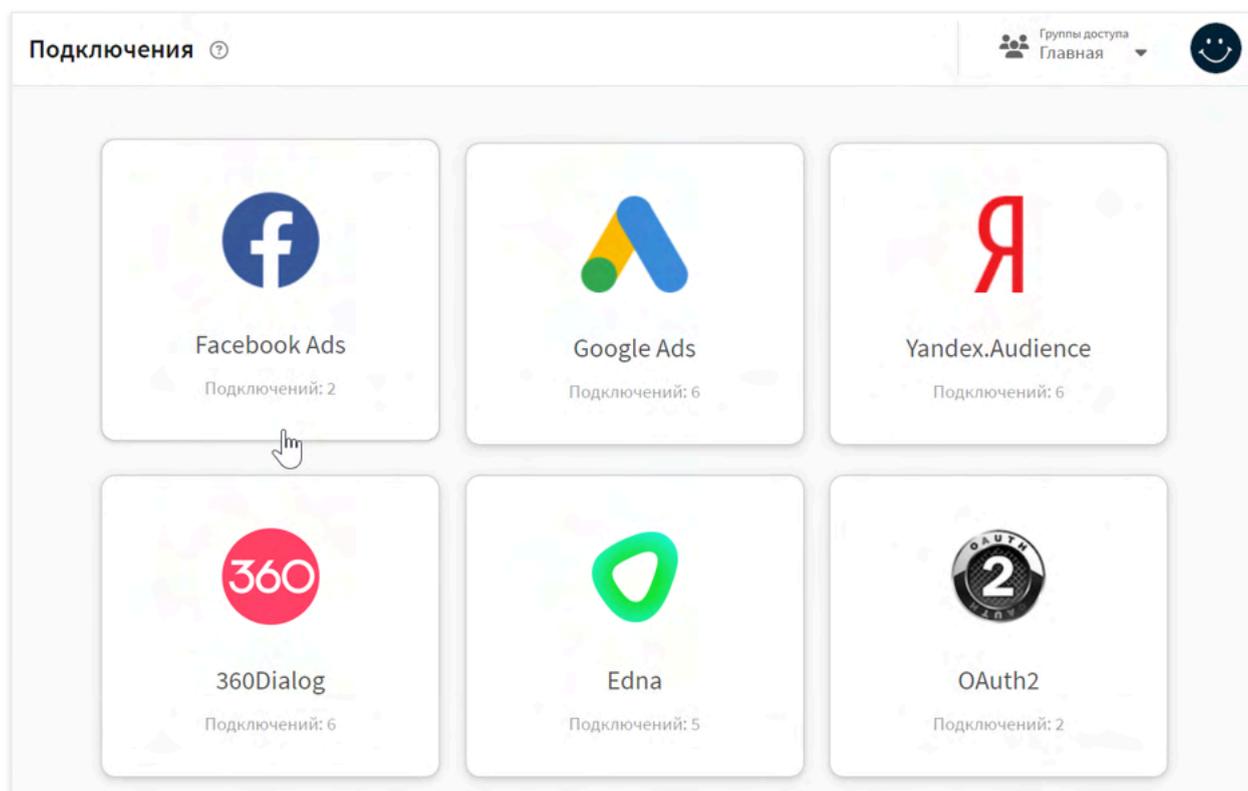
**Подключение через Basic Authentication**



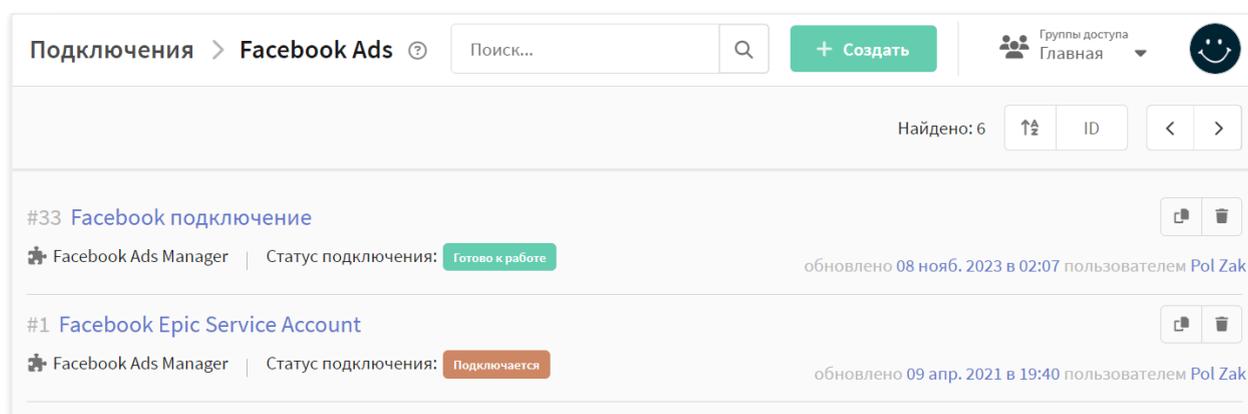
**Подключение через Token Authentication**

# Подключение к Facebook Ads

Для добавления нового подключения откройте раздел **Настройки** → **Подключения**. Выберите тип подключения **Facebook Ads**.



Откроется список всех настроенных Facebook-подключений. Чтобы добавить новое, нажмите **+ Создать**.



В основных настройках укажите название и описание нового подключения:

Основные настройки

Имя подключения: \*

Подключение к Facebook

Описание подключения:

 Тип подключения  
Facebook Ads Manager

Для подключения к Facebook требуется данные Facebook приложения, через которое платформа будет взаимодействовать с Facebook Marketing API.

Создать приложение можно на странице <https://developers.facebook.com/apps/>.

Необходимо приложение с типом **Business**. Документацию можно найти [здесь](#).

Прежде всего, на панели приложения в разделе **Products** нужно добавить:

- API Marketing
- Вход через Facebook

В настройках последнего продукта нужно добавить URI, указанные в новом подключении, в список **действительных URI перенаправления для OAuth**:

 Добавьте URI в список доверенных URI перенаправления для OAuth подключаемого приложения

**URI** необходимо добавить в это поле:

Панель

Настройки

Роли

Предупреждения

Проверка приложения

ТОВАРЫ

Вход через Facebook

Настройки

Начало работы

API Marketing

Журнал действий

Клиентские настройки OAuth

Клиентская авторизация OAuth  
Позволяет использовать стандартную форму OAuth с кодом клиента. Обеспечьте безопасность своего приложения и предопределите его вложения – ограничьте URL-адреса перенаправления в настройках ниже. Отключите эту функцию полностью, если они не используются. [?]

Веб-авторизация OAuth  
Активирует клиентскую веб-авторизацию OAuth. [?]

Требовать HTTPS  
Требовать применения HTTPS в URI перенаправления и JavaScript SDK. Настоятельно рекомендуется. [?]

Запустить принудительную повторную веб-аутентификацию OAuth  
При включенной настройке люди будут перенаправляться на страницу ввода пароля Facebook для выполнения входа. [?]

Авторизация OAuth, встроенная в браузер  
Активировать URI перенаправления в веб-просмотре для клиентской авторизации OAuth. [?]

Использовать строгий режим для URI перенаправления  
Разрешать только перенаправления с использованием Facebook SDK или с точным совпадением с действительными URI перенаправления OAuth. Настоятельно рекомендуется. [?]

Действительные URI перенаправления для OAuth

### ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

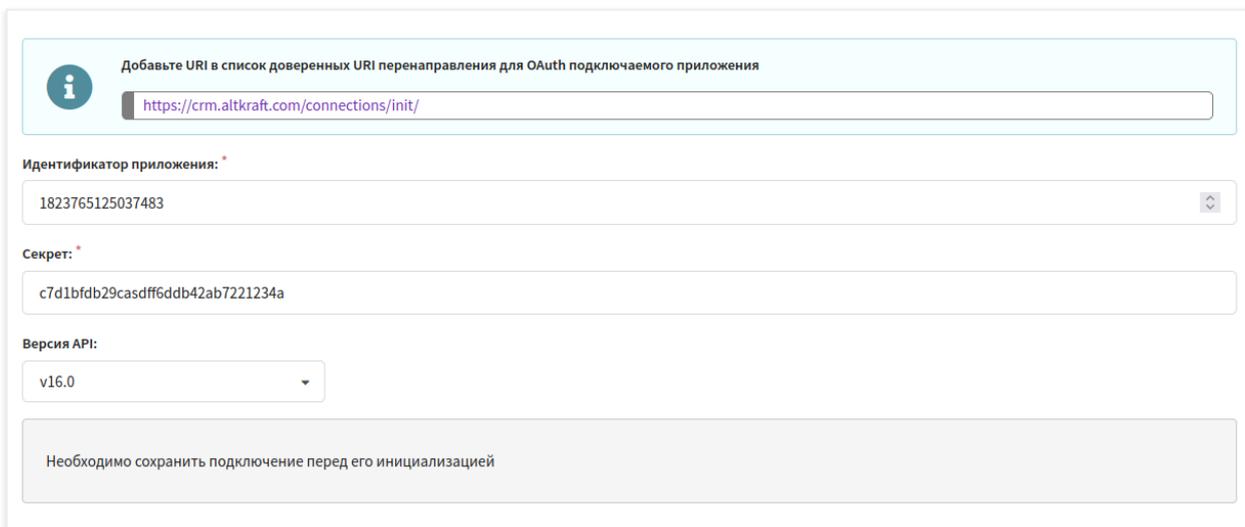
Приложение должно иметь права ads\_management. В большинстве ситуаций стандартного доступа будет достаточно (см. [получение разрешений](#)).

Конфигурация на стороне Altcraft Platform состоит из следующих шагов:

- Предварительная настройка Facebook подключения
- Инициализация подключения
- Выбор рекламного аккаунта

## Предварительная настройка Facebook подключения

Перед инициализацией подключения нужно заполнить поля следующей формы:



Добавьте URI в список доверенных URI перенаправления для OAuth подключаемого приложения

<https://crm.altkraft.com/connections/init/>

Идентификатор приложения: \*

1823765125037483

Секрет: \*

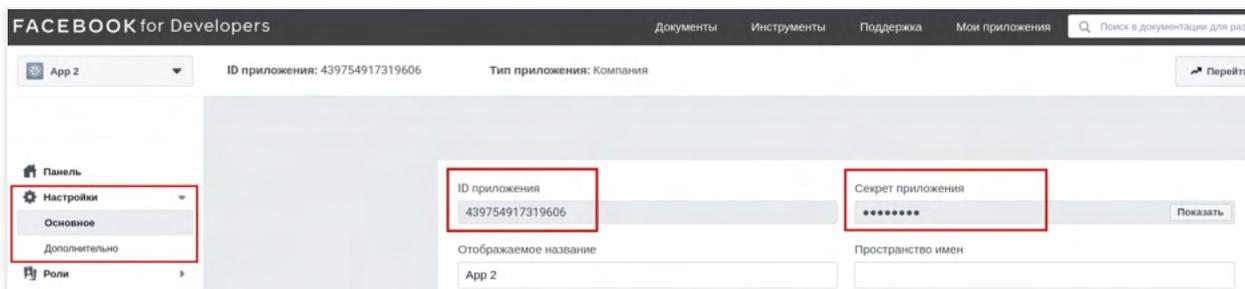
c7d1bfd29casdff6ddb42ab7221234a

Версия API:

v16.0

Необходимо сохранить подключение перед его инициализацией

Идентификатор приложения и Секрет можно найти на [панели приложения](#) в настройках.



FACEBOOK for Developers

Документы | Инструменты | Поддержка | Мои приложения | Поиск в документации для разв

App 2 | ID приложения: 439754917319606 | Тип приложения: Компания | Перейти

Панель

Настройки

Основное

Дополнительно

Роли

ID приложения: 439754917319606

Секрет приложения: .....

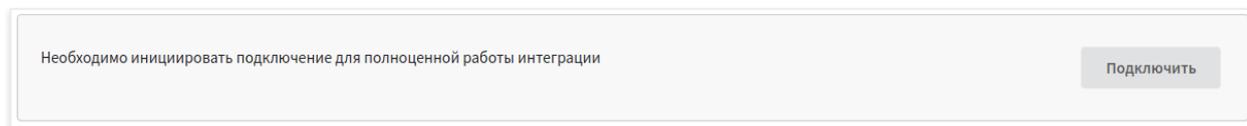
Отображаемое название: App 2

Пространство имен

Показать

Версию API можно посмотреть в разделе **Настройки** → **Дополнительно**.

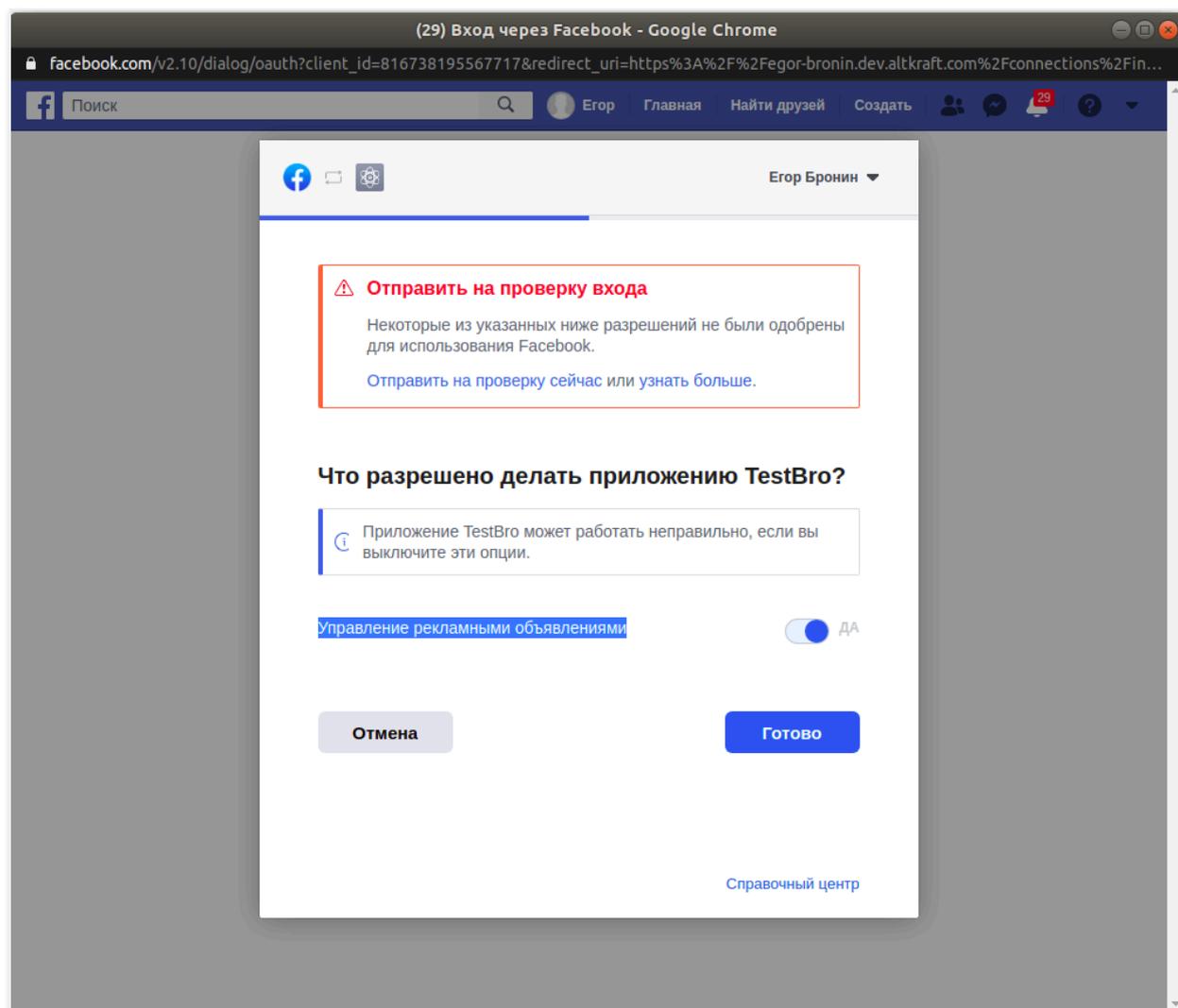
Чтобы продолжить, необходимо сохранить подключение. Только после этого появится кнопка "Подключить":



## Инициализация Facebook подключения

При нажатии на кнопку "Подключить" произойдет редирект в Facebook с предложением авторизоваться. Авторизовываться нужно под профилем, у которого есть права на управление кампаниями в целевом рекламном аккаунте.

После этого будут запрошены права на управление рекламными объявлениями для вашего приложения от лица и с правами профиля.



## Выбор рекламного аккаунта Facebook

Если предыдущие шаги завершились без ошибок, то останется просто выбрать рекламный аккаунт, с которым можно взаимодействовать с этим подключением.

Подключение работает! Выберите аккаунт для работы и его можно использовать. Обновить аккаунты

Выберите Facebook аккаунт: \*

Не выбрано

При выборе аккаунта может возникнуть следующая ошибка:

Подключение работает! Выберите аккаунт для работы и его можно использовать. Обновить аккаунты

Выберите Facebook аккаунт: \*

Егор Бронин

 Не принято [Соглашение о пользовательских аудиториях](#) на выбранном Facebook аккаунте

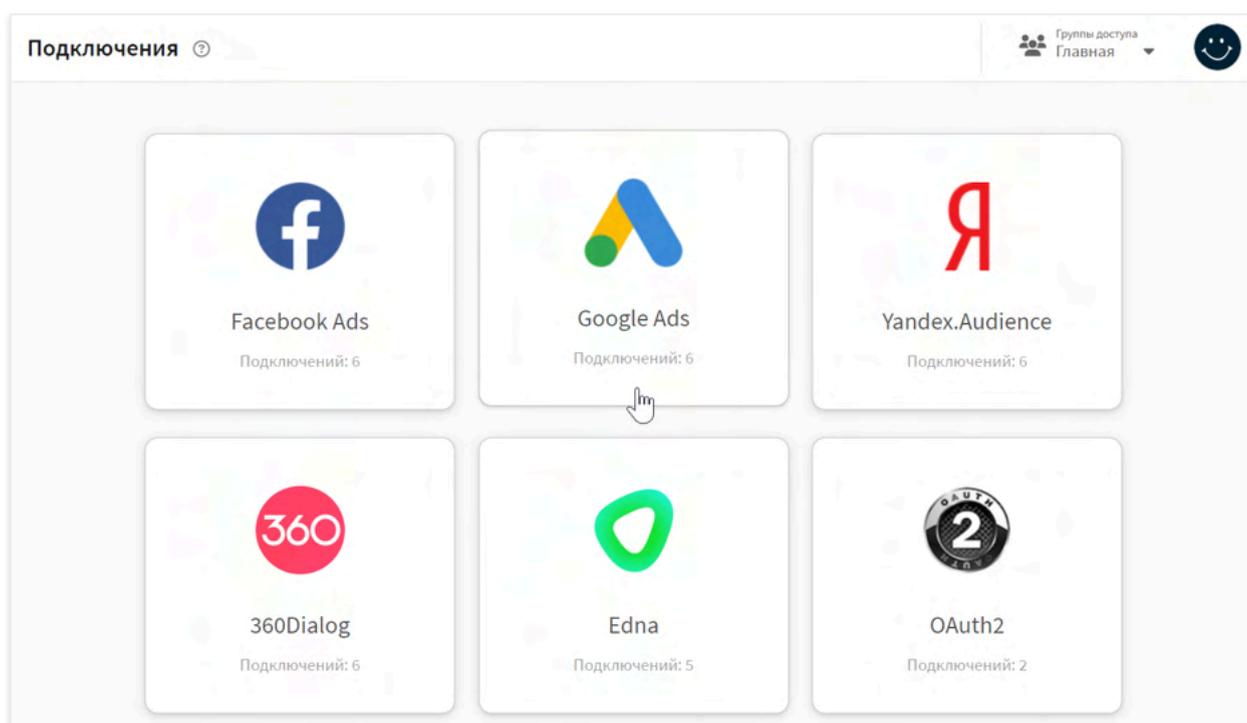
Необходимо принять указанные соглашения и **обновить аккаунты**.

# Подключение к Google Ads

Google Ads — это сервис для размещения контекстной рекламы на страницах поисковой системы Google и на партнерских сайтах контекстно-медийной сети (Gmail, YouTube и др.). Подключение свяжет ваш аккаунт [Google Ads](#) с Altcraft Platform. Далее вы сможете использовать это подключение, чтобы настроить [интеграцию с Google Ads](#) и синхронизировать статические сегменты Altcraft с аудиториями рекламного кабинета Google.

## Как создать подключение

В главном меню перейдите в раздел **Настройки** → **Подключения**. Выберите тип подключения — **Google Ads**. Откроется список всех настроенных к данному сервису подключений. Чтобы добавить новое, нажмите кнопку **"Создать"** на верхней панели.



В основных настройках укажите имя подключения и при необходимости его описание:

Основные настройки

Имя подключения: \*

Google Ads подключение

Описание подключения:

 Тип подключения  
Google Ads

## Шаг 1. Предварительная настройка Google подключения

Для подключения к Google требуется данные Google приложения, через которое платформа будет взаимодействовать с Google Ads. Если у вас еще нет приложения, то создайте его, перейдя по ссылке:

<https://console.cloud.google.com/>.

Внесите данные приложения в платформу:

 Добавьте URI в список доверенных URI перенаправления для OAuth подключаемого приложения

<https://altkraft.com/connections/init/>

Идентификатор приложения: \*

801516366169-rs7eug5992vlnppn9sgdd1klks4bf7s1.apps.googleusercontent.com

Секрет: \*

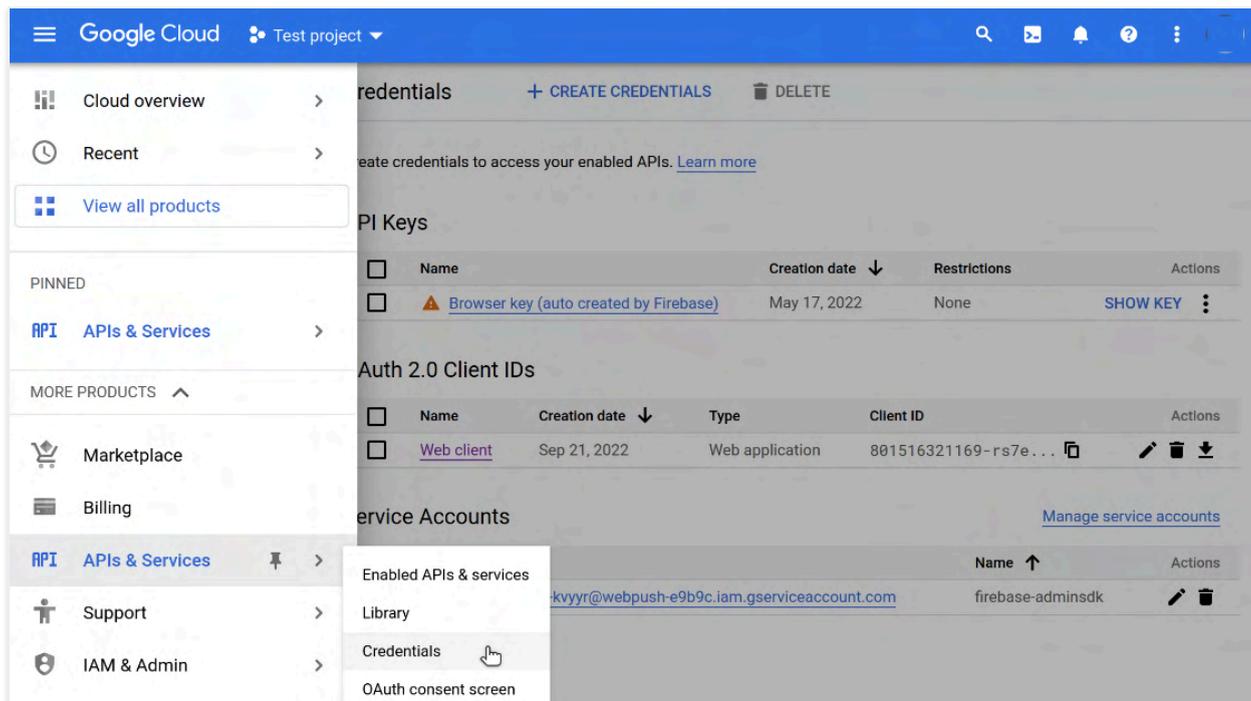
MOAWPX-yX\_P6KWAgz0A5GMcfeD4gK2XrCyl

Токен: \*

Q1jYXwibkq6quftm2Nmng

Необходимо сохранить подключение перед его инициализацией

**Идентификатор приложения** и **Секрет** вы можете найти в Google Cloud. Для этого перейдите в раздел **APIs & Services** → **Credentials** и кликните на нужный **OAuth 2.0 Client ID**, чтобы просмотреть данные:



### 💡 ПОДСКАЗКА

Чтобы создать новый OAuth 2.0 Client IDs, нажмите кнопку **"Create credentials"** в верхней части страницы. Выберите **OAuth 2.0 Client ID** и укажите **Web application** как тип приложения.

При просмотре созданного OAuth 2.0 Client ID в блоке справа вы найдете:

- **Client ID** — идентификатор приложения,
- **Client secret** — секрет.

В блоке **"Authorized redirect URIs"** добавьте **URI**, полученный в платформе Altcraft при настройке подключения. Не забудьте сохранить изменения.

Client ID for Web application

DOWNLOAD JSON RESET SECRET DELETE

Name \*  
Web client

The name of your OAuth 2.0 client. This name is only used to identify the client in the console and will not be shown to end users.

The domains of the URIs you add below will be automatically added to your [OAuth consent screen](#) as [authorized domains](#).

Authorized redirect URIs

For use with requests from a web server

URIs 1 \*  
https://altkraft.com/connections/init/

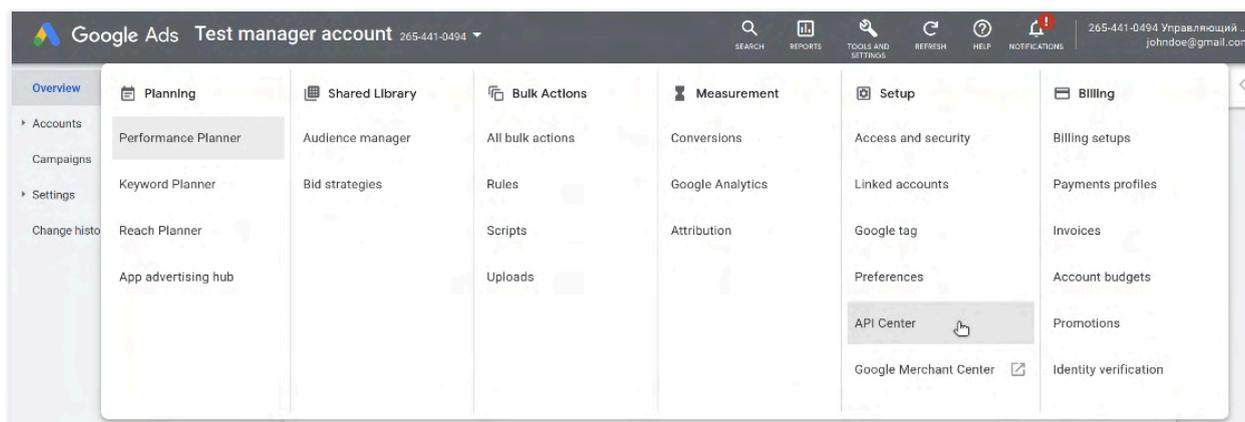
+ ADD URI

Note: It may take 5 minutes to a few hours for settings to take effect

SAVE CANCEL

|               |  |
|---------------|--|
| Client ID     | 801516321169-intoonq6u5bsn9t1r4vtm98snfng8c40.apps.googleusercontent.com |
| Client secret | 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                                      |
| Creation date | September 22, 2022 at 11:22:24 AM GMT+3                                  |

Чтобы получить **токен**, войдите в управляющий аккаунт Google Ads ([manager account](#)). Далее откройте раздел **Tools and Settings** → **API Center** и скопируйте значение из поля **Developer token**.



### 💡 ПОДСКАЗКА

Инструкцию по созданию управляющего аккаунта можно найти по [ЭТОЙ ССЫЛКЕ](#).

Подробнее о получении токена читайте в [документации](#).

## Шаг 2. Инициализация Google Ads подключения

Когда вы внесете данные Google приложения в платформу, сохраните подключение, нажав "**Применить**". Только после этого появится кнопка "**Подключить**". При нажатии на неё произойдет редирект в Google с предложением авторизоваться. Авторизуйтесь, чтобы подтвердить права доступа для платформы Altcraft.

Необходимо инициировать подключение для полноценной работы интеграции

Подключить

### Шаг 3. Выбор рекламного аккаунта Google

Если предыдущие шаги завершились без ошибок, выберите рекламный аккаунт, с которым нужно будет взаимодействовать через созданное подключение:

Выберите Google аккаунт: \*

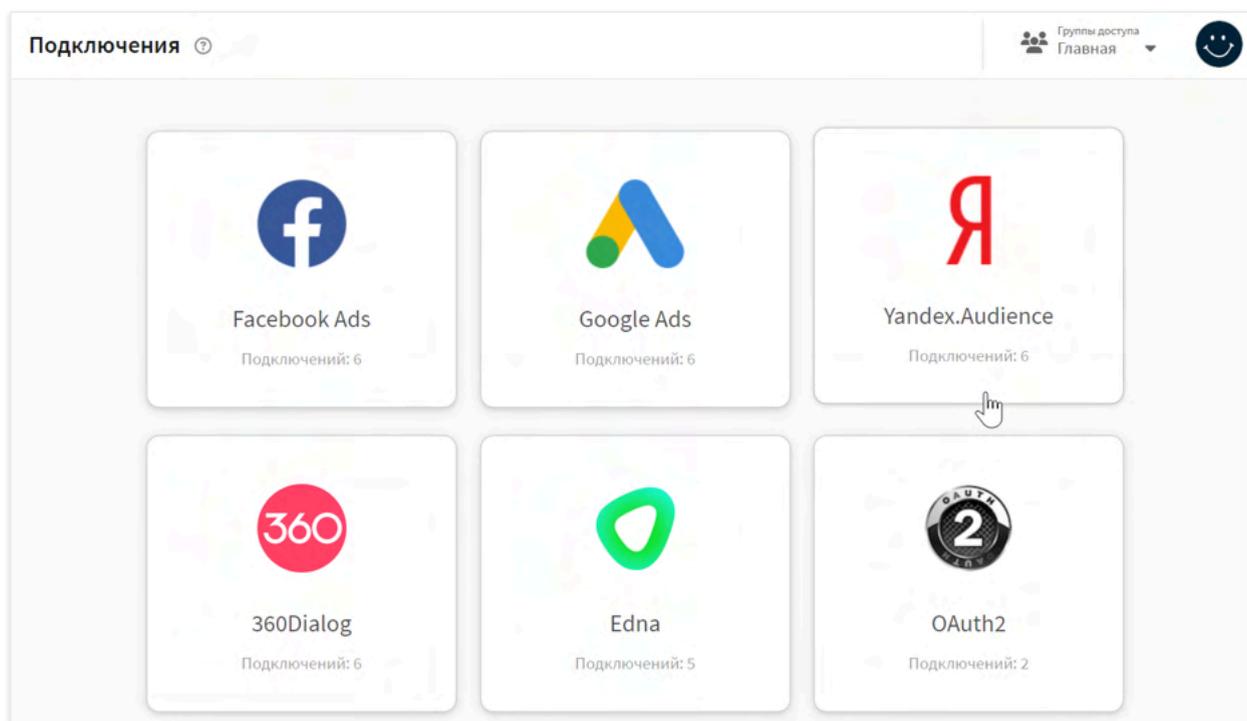
Test account

## Статусы подключения

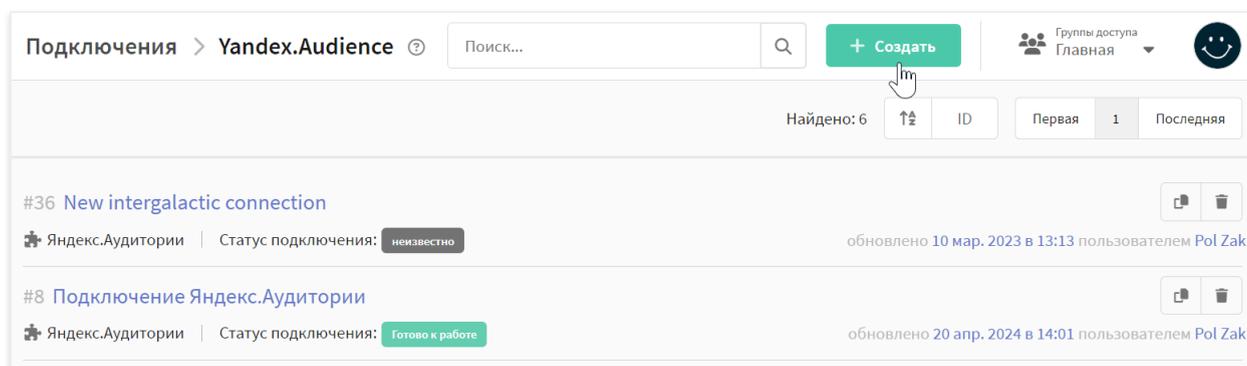
| Статус                 | Описание  |
|------------------------|---|
| Готово к работе        | Подключение настроено и может быть использовано для выгрузки статических сегментов в Google Аудитории.  |
| Подключается           | Происходит подключение. Возможно, вы не авторизовались в Google и не предоставили права, когда при подключении появилось дополнительное окно авторизации. |
| Подключено             | Подключение настроено не полностью, требуются дополнительные шаги. Например, необходимо выбрать Google аккаунт.   |
| Ошибка                 | В процессе работы с API возникла ошибка, которая требует переподключения. В этом случае необходимо убедиться в наличии прав доступа у пользователя.       |
| Ошибка при подключении | Попытка настройки подключения завершилась ошибкой.  |

# Подключение к Яндекс.Аудитории™

В главном меню выберите **Настройки** → **Подключения**. Выберите тип подключения — **Яндекс.Аудитории™**.



Откроется список всех настроенных Яндекс подключений. Чтобы добавить новое, нажмите **+ Создать**.



В основных настройках укажите **название** и **описание** подключения:

Основные настройки

Имя подключения: \*

Подключение к Яндекс

Описание подключения:

**Y** Тип подключения  
Яндекс.Аудитории

Для подключения к Яндекс.Аудитории™ требуется данные приложения, зарегистрированного на OAuth-сервере. Если у вас еще нет приложения, то создайте его, перейдя по ссылке: <https://oauth.yandex.ru/client/new>.

← → ↻ <https://oauth.yandex.ru/client/new/>

**ID**

Мои приложения

**+** Создать приложение

Документация

Про Яндекс ID

### Общие данные

Название вашего сервиса

Например, Яндекс

Иконка сервиса (не более 1Мб)

Прикрепить иконку

### Платформы приложения

Выберите хотя бы одну платформу

Веб-сервисы

iOS-приложение

Android-приложение

### Доступ к данным

Чтобы добавить доступ, укажите его название

Название доступа

## ⓘ К СВЕДЕНИЮ

Приложение должно иметь доступ к:

- созданию сегментов, изменению параметров настройки своих и доверенных сегментов;
- чтению параметров настройки своих и доверенных сегментов.

Разрешить доступ можно как при создании, так и при редактировании приложения. Для этого найдите и выберите соответствующие права в строке поиска на вкладке "**Доступ к данным**":

### Доступ к данным

Чтобы добавить доступ, укажите его название

Создание сегментов, изменение параметров настройки своих и доверенных сегментов  
audience:write 

---

Чтение параметров настройки своих и доверенных сегментов  
audience:read 

Если у вас не отображается выпадающий список с доступами, то в URL-адресе страницы уберите `/id`. Например:

`https://oauth.yandex.ru/client/edit/50c3a857b28f4cc123730/id` =>  
`https://oauth.yandex.ru/client/edit/50c3a857b28f4cc123730`

При настройке подключения в Altcraft Platform вы получите URI, который необходимо добавить в список **действительных URI перенаправления для OAuth** :

 Добавьте URI в список доверенных URI перенаправления для OAuth подключаемого приложения

Чтобы добавить указанный URI в список, при создании или редактировании приложения перейдите на вкладку "**Платформы приложения**". Выберите "**Веб-сервисы**" → "**Redirect URI**". Добавьте URI в соответствующее поле и сохраните изменения.

## Платформы приложения

Выберите хотя бы одну платформу

Веб-сервисы

Redirect URI

URL, куда направим пользователя после того, как он разрешил или отказал приложению в доступе



iOS-приложение

Android-приложение

Перед инициализацией подключения нужно заполнить поля следующей формы:

Добавьте URI в список доверенных URI перенаправления для OAuth подключаемого приложения

Идентификатор приложения: \*

Секрет: \*

Необходимо сохранить подключение перед его инициализацией

**Идентификатор приложения (ClientID)** и **Секрет (Client secret)** можно найти на странице приложения:

### Тест подключения к Яндекс.Аудитории

Дата создания: 10 марта 2023  
Время жизни токена: 1 год

#### Запрашиваемые доступы

API Яндекс ID

- Доступ к портрету пользователя
- Доступ к дате рождения
- Доступ к адресу электронной почты
- Доступ к логину, имени и фамилии, полу
- Доступ к номеру телефона для уведомлений

**ClientID** >

Это идентификатор вашего приложения. Используйте его в запросах для получения OAuth-токена

**Client secret** >

Секретный ключ, которым будет подписан jwt-токен с информацией о пользователе

**Callback URI** >

На этот адрес направим пользователя после авторизации

**Web**

Необходимо инициализировать подключение для полноценной работы интеграции

При нажатии на кнопку **"Подключить"** произойдет редирект в Яндекс с предложением авторизоваться. Как только вы авторизуетесь, подключение будет

готово к работе:



Подключение успешно настроено.

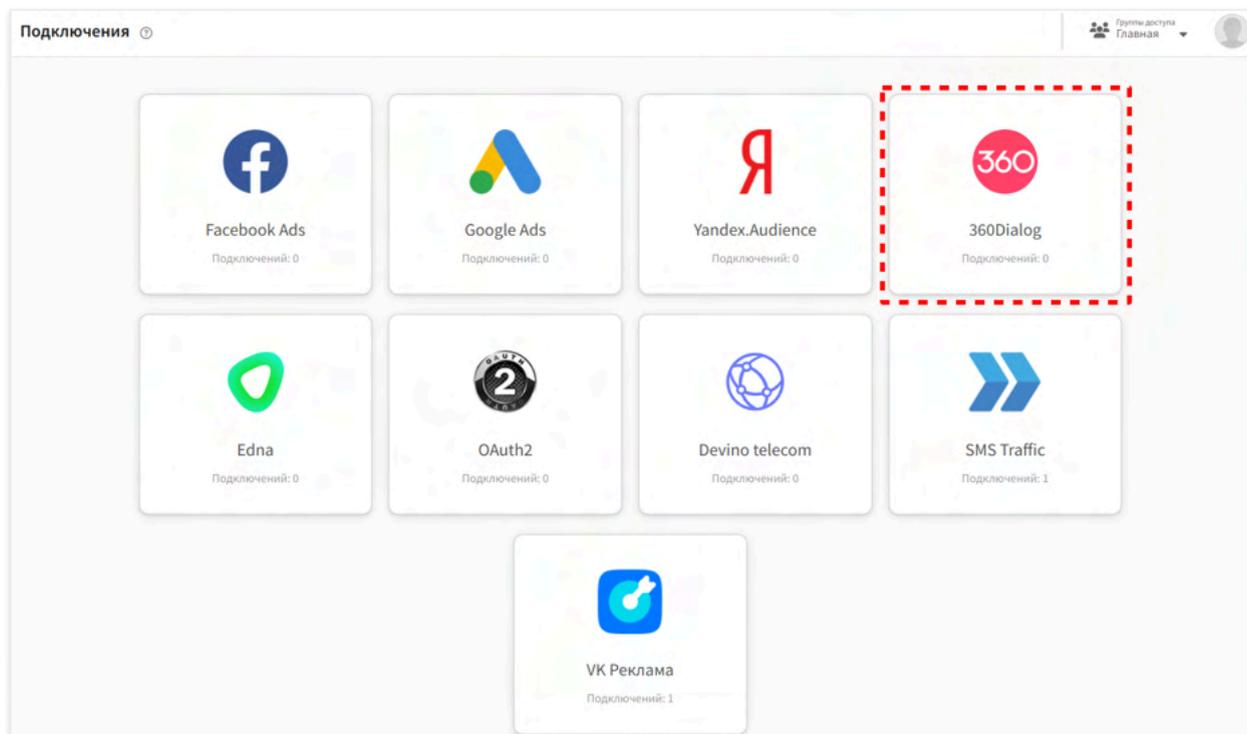
# Подключение к 360dialog

Для интеграции платформы с мессенджером WhatsApp необходимо настроить подключение к одному из провайдеров WhatsApp Business API. В этой статье описывается, как настроить подключение к провайдеру **360dialog**.

## 💡 ПОДСКАЗКА

Предварительно вам необходимо подать заявку на регистрацию аккаунта в 360dialog через [эту форму](#).

В главном меню перейдите в раздел **Настройки** → **Подключения**. Выберите тип подключения — **360dialog**. Нажмите кнопку "**Создать**" на верхней панели.



Задайте имя и описание подключения в верхней части страницы.

360Dialog > Редактировать

Группы доступа  
Главная

## Подключение к 360dialog\*

Используется для интеграции с WhatsApp

✓ Применить   Сохранить   ✕

**Настройки подключения**

 360Dialog — это провайдер WhatsApp Business API. Для создания подключения необходимо наличие у вас зарегистрированного в 360Dialog аккаунта(ов).

Чтобы настроить подключение, введите API-токен и запустите проверку его валидности.

API-токен: ?

Введите токен Проверить

Для создания подключения вам понадобится **API-токен** от провайдера. Его можно найти в личном кабинете 360 Client Hub. Ключ можно сгенерировать сразу после завершения регистрации в 360dialog. Однако если вы не сохранили ключ, вы можете сгенерировать новый. Для этого перейдите в раздел **"WhatsApp Accounts"** и нажмите на кнопку **"Generate API key"**.

**WhatsApp Accounts**

Sort by: Date   Filter by status: all statuses   Search here...   + Add number

30/11/2020

Done

| ACCOUNT   | WHATSAPP  | Show detailed status         |
|---|---|------------------------------|
| CLIENT: John Doe Client Company                   | <b>Business account</b>                         | <b>Phone number</b>          |
| API: John Doe Client Company - FB 734443296905665 | NAMESPACE: c8ae5f90_307a_ca4c_b8f6_d1e2a2       | PHONE NUMBER: 49123478393839 |
|   | ACCOUNT NAME: John Doe Client Company - FB 7344 | DISPLAY NAME: 360Dialog      |

Manage templates   Show details   **Generate API Key**

В настройках подключения введите **API-токен** и нажмите на кнопку **"Проверить"**, чтобы подтвердить его валидность. Если токен прошёл проверку, ниже появится информация о том, к какому номеру телефона привязан подключенный аккаунт:

**Настройки подключения**

 360Dialog — это провайдер WhatsApp Business API. Для создания подключения необходимо наличие у вас зарегистрированного в 360Dialog аккаунта(ов).

Чтобы настроить подключение, введите API-токен и запустите проверку его валидности.

API-токен: ?

Kzc5MDAwMDAwMDAw Проверить

**Введенный токен действителен ✓**  
По данному токenu был найден аккаунт, привязанный к номеру +79000000000

Сохраните подключение, нажав на кнопку "**Сохранить**". После этого можно переходить к [настройке интеграции с WhatsApp](#).

# Подключение к Edna

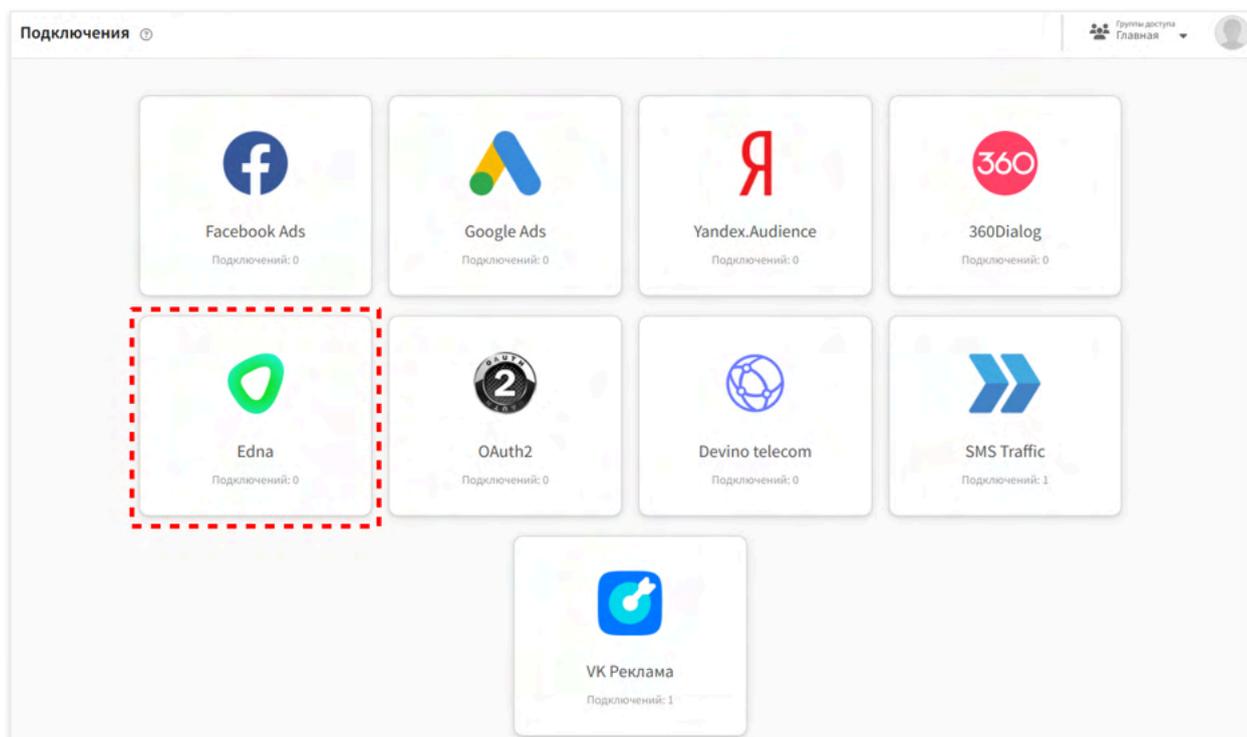
Для интеграции платформы с мессенджером WhatsApp необходимо настроить подключение к одному из провайдеров WhatsApp Business API. В этой статье описывается, как настроить подключение к провайдеру [Edna](#).

## 💡 ПОДСКАЗКА

Предварительно вам необходимо подать заявку на регистрацию аккаунта в Edna через [эту форму](#).

После регистрации WhatsApp Business API, перейдите в панель управления на платформе Altcraft.

В главном меню перейдите в раздел **Настройки** → **Подключения**. Выберите тип подключения — **Edna**. Нажмите кнопку **"Создать"** на верхней панели.



Для создания подключения вам понадобится ввести **API-токен**, сгенерированный провайдером. В личном кабинете Edna откройте раздел **"Интеграции"** и перейдите на вкладку **"Настройки"**. Скопируйте API-токен.

**Integration**

Documentation Testing Settings Available modules

**Your API key**

bcb0a75a 6ad7

You can integrate edna Platform with any app by accessing broadcasts via APIs. For more information about API methods, refer to [the developer's manual](#).

Generate a new API key

**Callback URL for broadcast statuses**

You receive statuses of the broadcasts via the specified URL. The URL address you specify must exist and be available for a request from the public Internet. To verify its availability, we will send a HEAD request, to which a response with the status 200 is expected. Otherwise, we won't be able to register this callback URL.

Add a callback URL

**Callback URL for incoming messages**

You receive incoming messages from your clients via the specified URL. The URL address you specify must exist and be available for a request from the public Internet. To verify its availability, we will send a HEAD request, to which a response with the status 200 is expected. Otherwise, we won't be able to register this callback URL.

Add a callback URL

Введите токен и нажмите на кнопку **"Проверить"**, чтобы подтвердить его валидность.

**WhatsApp**

Применить Сохранить

Введите описание

**Настройки подключения**

Edna — это платформа, через которую вы можете синхронизироваться с WhatsApp Business API. Для создания подключения необходимо наличие у вас зарегистрированного Edna-аккаунта(ов).

Чтобы настроить подключение, введите API-токен и запустите проверку его валидности.

API-токен: ?

1234 Проверить

Если токен прошёл проверку, ниже появится информация о WhatsApp-каналах в аккаунте Edna:

API-токен: ?

1234 Проверить

**Введенный токен действителен ✓**

По данному токenu были найдены следующие каналы:

- #1 Channel1
- #2 Channel2

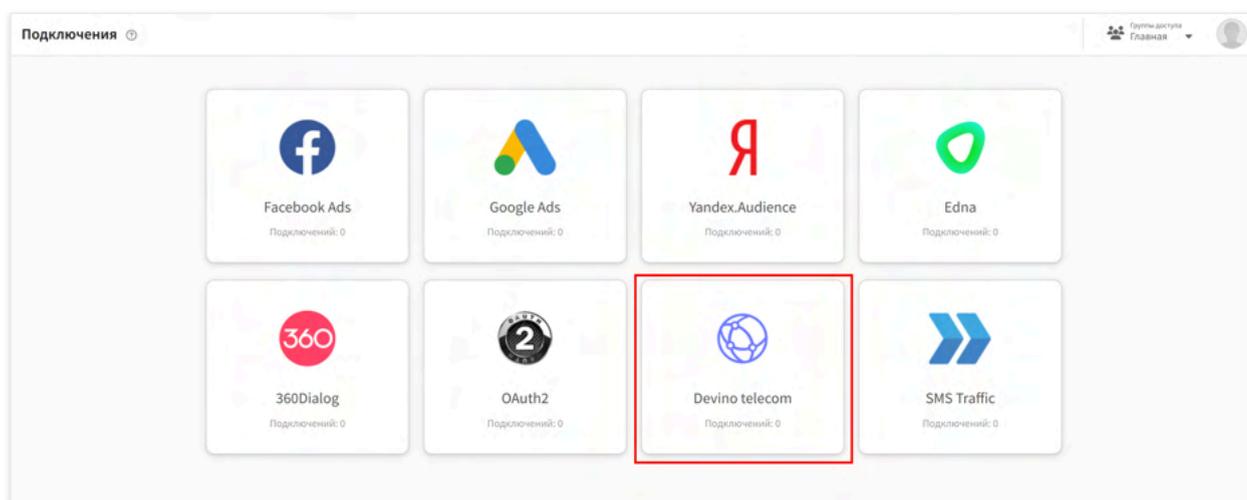
Задайте имя и описание подключения в верхней части страницы. Сохраните подключение, нажав на кнопку **"Сохранить"**.

# Подключение к Devino Telecom

Для интеграции платформы с мессенджером Viber необходимо настроить подключение к одному из провайдеров. В этой статье описывается, как настроить подключение к провайдеру [Devino Telecom](#).

Зарегистрируйтесь в сервисе, а затем перейдите в панель управления на платформе Altcraft.

В главном меню перейдите в раздел **Настройки** → **Подключения**. Выберите тип подключения — **Devino telecom**. Нажмите кнопку **"Создать"** на верхней панели.



Задайте системное имя подключения и при необходимости укажите описание.

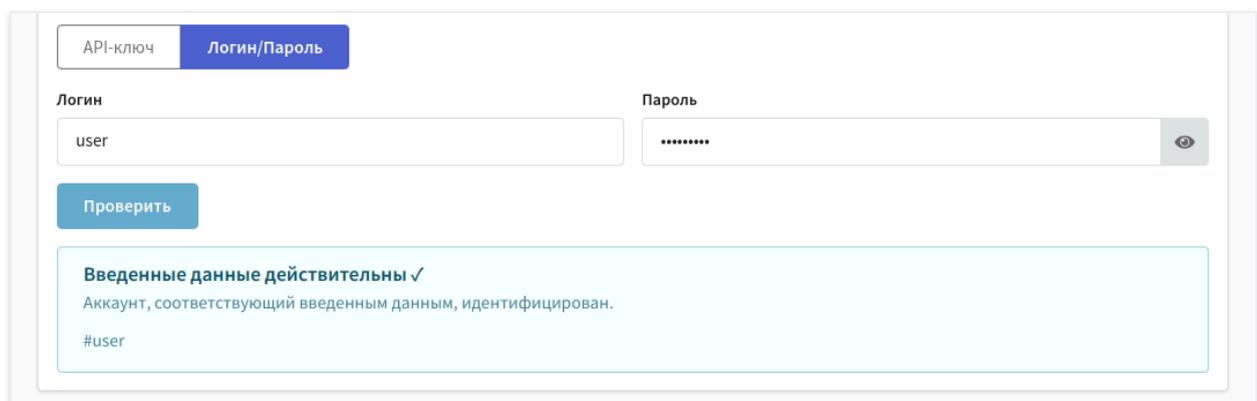
Далее выберите удобный для вас способ авторизации в аккаунте Devino:

- **API-ключ** — с помощью сгенерированного API ключа.
- **Логин и пароль** — комбинация логина и пароля учётной записи Devino.Online в кодировке Base64.

 **ПОДСКАЗКА**

Больше информации об этих способах авторизации вы найдёте в [документации Devino Telecom](#).

Введите данные для авторизации. Затем необходимо **проверить валидность** введенных данных. Чтобы запустить проверку, нажмите кнопку **"Проверить"**. Если данные действительны, ниже появится информация об успешно идентифицированном аккаунте.



API-ключ    **Логин/Пароль**

Логин    Пароль

user    .....

Проверить

**Введенные данные действительны ✓**  
Аккаунт, соответствующий введенным данным, идентифицирован.  
#user

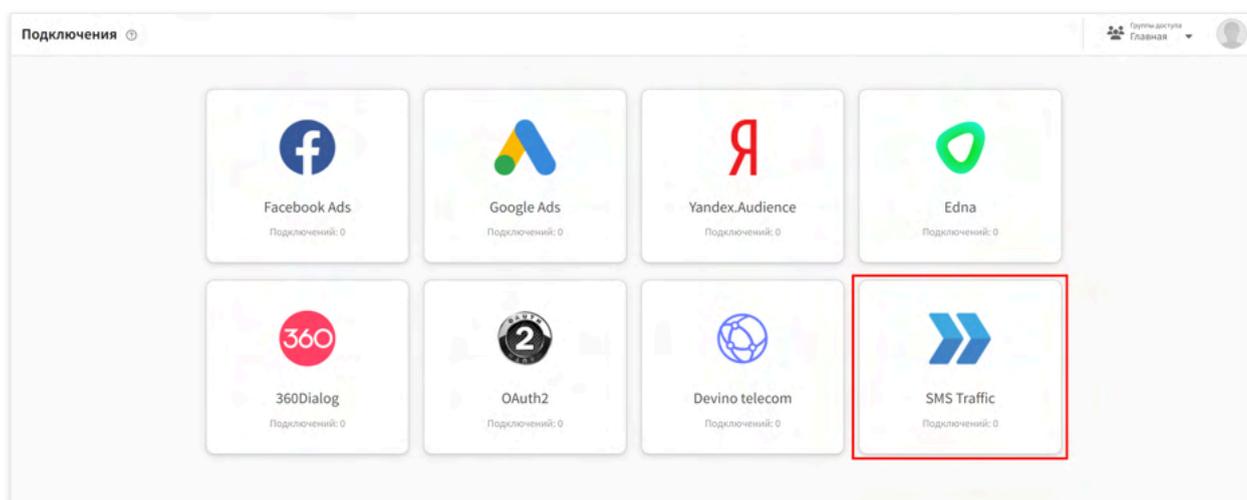
**Сохраните подключение**, используя кнопки в правом верхнем углу.

# Подключение к SMS Traffic

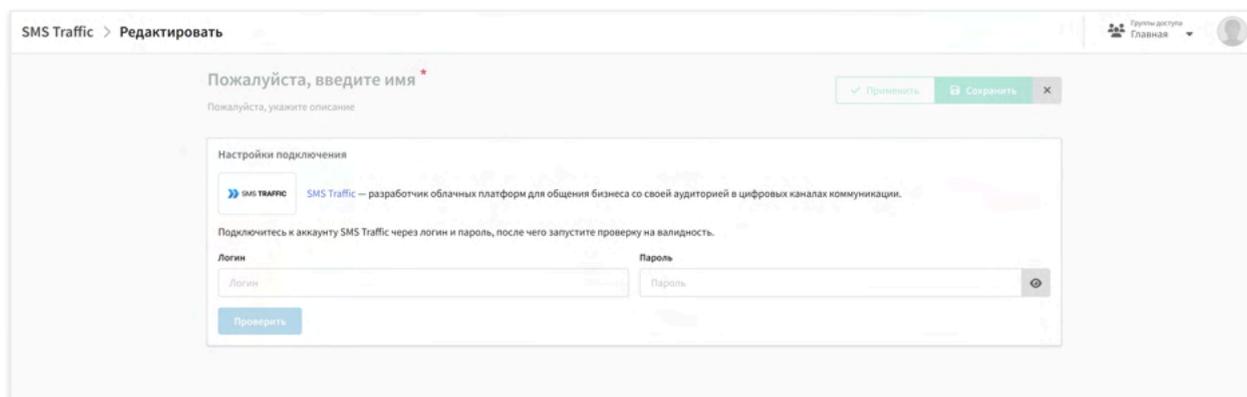
Для интеграции платформы с мессенджером Viber необходимо настроить подключение к одному из провайдеров. В этой статье описывается, как настроить подключение к провайдеру [SMS Traffic](#).

Зарегистрируйтесь в сервисе, а затем перейдите в панель управления на платформе Altcraft.

В главном меню перейдите в раздел **Настройки** → **Подключения**. Выберите тип подключения — **SMS Traffic**. Нажмите кнопку **"Создать"** на верхней панели.



Задайте системное имя подключения и при необходимости укажите описание. Далее авторизуйтесь при помощи логина и пароля учетной записи SMS Traffic.



Затем необходимо **проверить валидность** введенных данных. Чтобы запустить проверку, нажмите кнопку **"Проверить"**. Если данные действительны, ниже появится информация об успешно идентифицированном аккаунте.

Пожалуйста, введите имя \*

Пожалуйста, укажите описание

✓ Применить Сохранить ✕

Настройки подключения



SMS Traffic — разработчик облачных платформ для общения бизнеса со своей аудиторией в цифровых каналах коммуникации.

Подключитесь к аккаунту SMS Traffic через логин и пароль, после чего запустите проверку на валидность.

Логин

user

Пароль

\*\*\*\*\*

Проверить

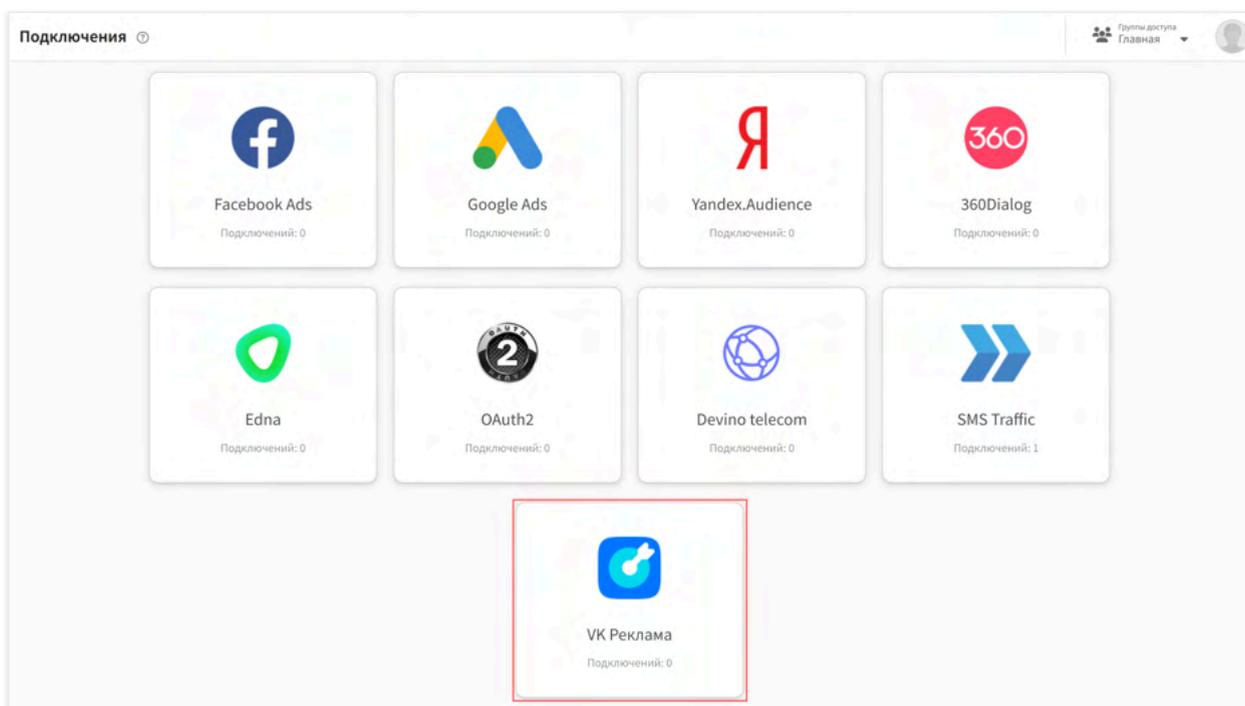
Введенные данные действительны ✓

# Подключение к VK Рекламе™

## ❗ К СВЕДЕНИЮ

Для настройки подключения вам понадобится аккаунт в VK Рекламе™ со статусом "Рекламодатель". Аккаунт также должен пройти модерацию в сервисе. Если вы у вас ещё нет аккаунта, зарегистрируйтесь [по ссылке](#). Полная документация по VK Рекламе™ доступна [здесь](#).

В главном меню выберите "**Настройки**" → "**Подключения**". Выберите тип подключения — **VK Реклама™**.



Откроется список всех настроенных подключений к VK. Чтобы добавить новое, нажмите "**Создать**". Перед вами появится окно создания нового подключения. В полях в верхней части экрана укажите **название** и **описание** подключения.

VK Реклама > Редактировать

Группы доступа  
Главная

Введите имя подключения\*

Пожалуйста, укажите описание

✓ Применить Сохранить X

Настройки подключения

VK Реклама Подключение к VK Реклама позволит вам интегрировать передачу данных из Altcraft Platform в ваш рекламный кабинет VK. Чтобы подключиться к рекламному кабинету, вам необходимо указать в Altcraft Platform идентификатор клиента и секретный код аккаунта VK Реклама.

Идентификатор клиента:\*

Введите идентификатор клиента

Секретный код:\*

Введите секретный код

Отозвать ранее выданные токены доступа ⓘ

Подключить

Если вы пользуетесь **облачной версией** платформы Altcraft, при попытке подключить сервис в браузере откроется страница настроек VK Рекламы™. Сервис запросит у вас разрешение для приложения Altcraft Platform. Нажмите **"Разрешить доступ"**. В списке подключений на платформе появится ваше подключение.

Общие Уведомления **Права доступа** История изменений

Запрос на разрешение доступа

Приложение «Altcraft Platform» запрашивает разрешение на работу с аккаунтом

Разрешение будет выдано на следующие операции: чтение статистики и РК, чтение денежных транзакций и баланса, создание и редактирование настроек РК, баннеров, аудиторий (ставки, статус, таргетинги и т.п.)

Выберите аккаунт:

Предоставить доступ к аккаунту «Рекламодатель Физ»

Разрешить доступ Не разрешать

Если вы пользуетесь **on-premise версией** платформы, для подключения вам необходимо указать **Идентификатор клиента** и **Секретный код**.

Их значения можно найти в настройках рекламного кабинета VK на вкладке **"Общие"** в разделе **"Доступ к API"**. Для того, чтобы их получить, необходимо нажать на кнопку **"Запросить доступ к API"**:

## Доступ к API

Для получения доступа к управлению площадками запросите создание ключей client\_id и client\_secret. [Подробнее о доступе](#)

[Запросить доступ к API](#)



После того, как вы подтвердите контактную информацию о себе, вы получите доступ к своему **client\_id**, он используется на платформе Altcraft для поля "Идентификатор клиента". Чтобы скопировать значение **client\_secret** для поля "Секретный ключ", нажмите на соответствующую кнопку. **Сохраните его**, через 10 минут эта кнопка исчезнет и вы больше не сможете его узнать:

## Доступ к API

### [Подробнее о доступе](#)

Ответственное лицо

Иванов Иван Иванович

example@example.com

+79000000000

client\_id

bj2uFuefLUEb6PtD

Скопировать ключ client\_secret



Скопируйте client\_secret в надёжное место. Он будет скрыт с экрана через **05:15**

Когда все поля будут заполнены, нажмите кнопку "**Подключить**". В случае успеха, на экране появится подтверждение. Если вместо этого появляется сообщение об ошибке, проверьте правильность введенных данных и попробуйте снова.

### ⓘ К СВЕДЕНИЮ

Каждый раз, когда вы производите успешную попытку подключения к VK Рекламе™, платформа создает **токен доступа**. Даже если вы не сохраняете это подключение, токен остается в системе. Количество токенов **не может быть больше 5**. Если система не позволяет вам создать ещё одно подключение, активируйте параметр "**Отозвать ранее выданные токены доступа**" при создании подключения.

Настройки подключения

**VK Реклама** Подключение к VK Реклама позволит вам интегрировать передачу данных из Altcraft Platform в ваш рекламный кабинет VK. Чтобы подключиться к рекламному кабинету, вам необходимо указать в Altcraft Platform идентификатор клиента и секретный код аккаунта VK Реклама.

 **Подключение состоялось успешно и может быть сохранено**  
Если вы хотите изменить данные подключения, нажмите на кнопку "Изменить кабинет".

**Пользователь** Иван Иванов  
**ID Рекламного кабинета** 20765394

[Изменить кабинет](#)

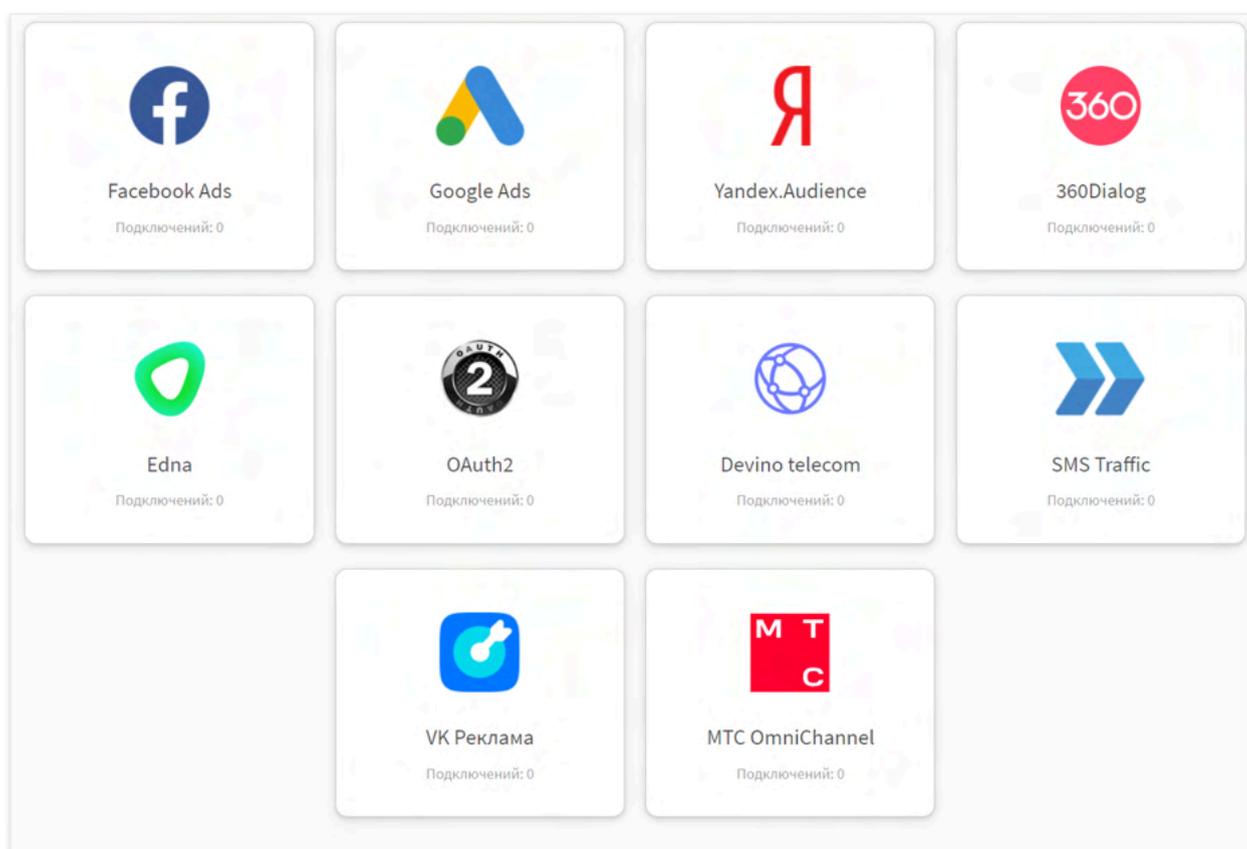
Если соединение было установлено, нажмите кнопку "**Сохранить**". После сохранения подключения вы можете переходить к [настройке интеграции](#).

# Подключение к MTS OmniChannel

Для интеграции платформы с мессенджером Viber необходимо настроить подключение к одному из провайдеров. В этой статье описывается, как настроить подключение к провайдеру [MTS OmniChannel](#).

Зарегистрируйте аккаунт на платформе MTS OmniChannel, а затем перейдите в панель управления платформы Altcraft.

В главном меню перейдите в раздел **Настройки** → **Подключения**. Выберите тип подключения — **MTS OmniChannel**. Нажмите кнопку "**Создать**" на верхней панели.



Задайте системное имя подключения и при необходимости укажите описание. Далее авторизуйтесь при помощи логина и пароля учетной записи MTS OmniChannel.

MTC OmniChannel > Редактировать

MTS Connection <sup>\*</sup>

Пожалуйста, укажите описание

Настройки подключения

 MTC OmniChannel — платформа для рассылки сообщений через различные цифровые каналы. Для создания подключения необходимо наличие у вас зарегистрированного MTC OmniChannel аккаунта.

Чтобы настроить подключение, укажите логин и пароль от вашего аккаунта и запустите проверку валидности.

Логин

Пароль

Группы доступа Главная

Применить Сохранить

Затем необходимо **проверить валидность** введенных данных. Чтобы запустить проверку, нажмите кнопку "**Проверить**". Если данные действительны, ниже появится информация об успешно идентифицированном аккаунте.

MTC OmniChannel > Редактировать

MTS Connection <sup>\*</sup>

Пожалуйста, укажите описание

Настройки подключения

 MTC OmniChannel — платформа для рассылки сообщений через различные цифровые каналы. Для создания подключения необходимо наличие у вас зарегистрированного MTC OmniChannel аккаунта.

Чтобы настроить подключение, укажите логин и пароль от вашего аккаунта и запустите проверку валидности.

Логин

Пароль

**Введенные данные действительны ✓**

Группы доступа Главная

Применить Сохранить

Сохраните подключение, нажав на кнопку "**Сохранить**". После этого можно переходить к [настройке интеграции с Viber](#).

# Подключение через OAuth2

## Описание

**OAuth 2.0** — это протокол авторизации, позволяющий выдать одному сервису (приложению) права на доступ к ресурсам пользователя на другом сервисе. При этом пользователю не надо доверять приложению логин и пароль.

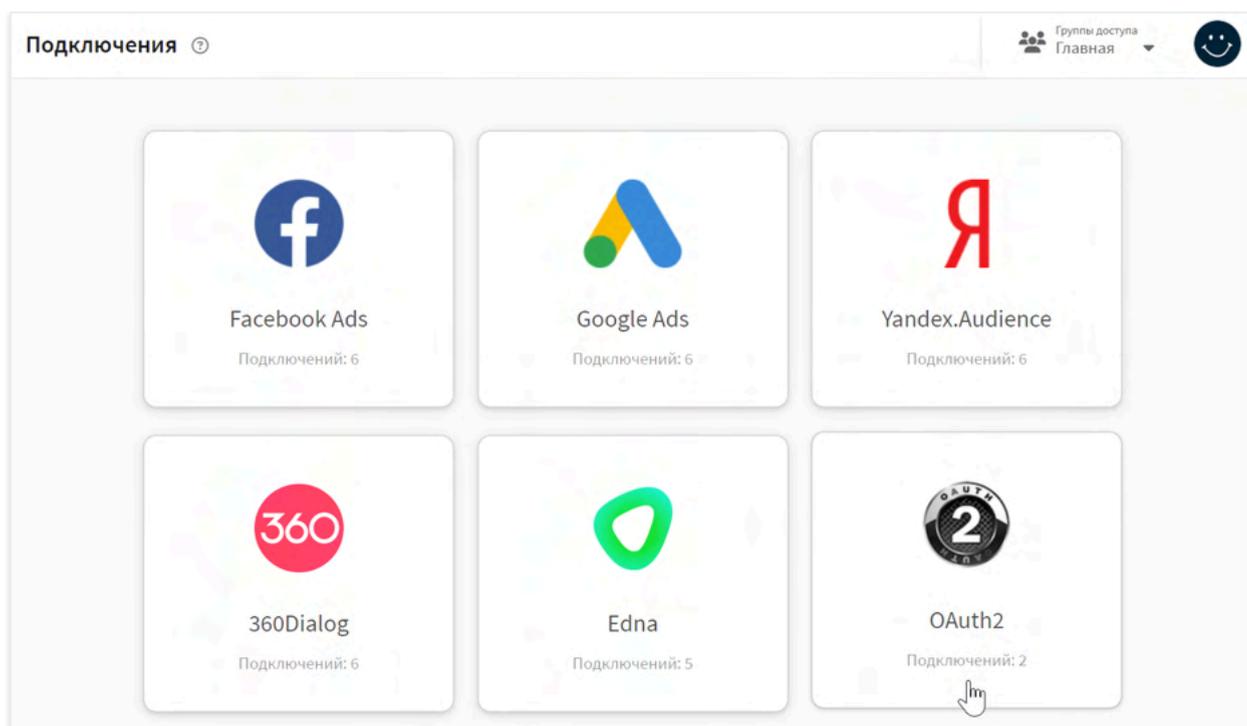
С помощью этого типа подключения вы можете связать платформу Altcraft с любым внешним сервисом, который в качестве метода авторизации использует OAuth2. Например, с Facebook, Яндекс приложением или CRM-системой.

Где используется подключение:

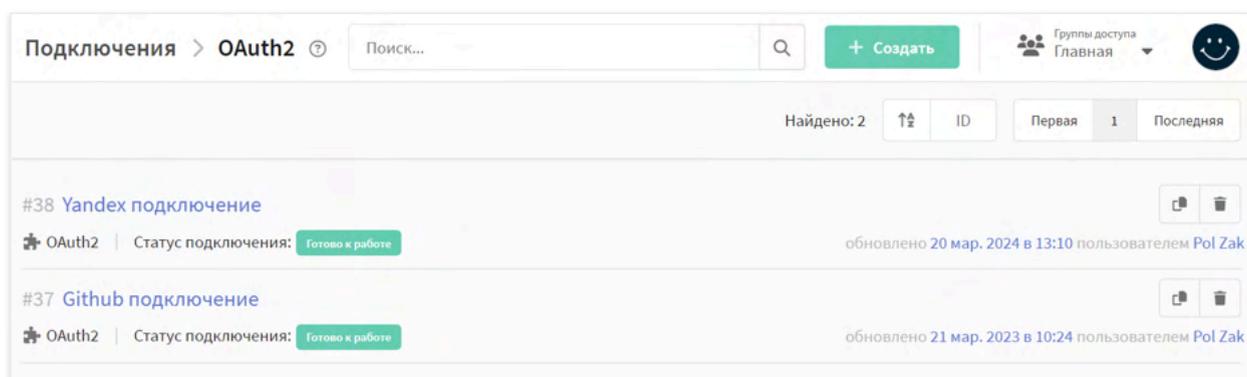
- **Нода "Вызов API"**. С её помощью можно передавать в подключенный сервис информацию из сценария или, наоборот, запрашивать из сервиса необходимый для подстановки API контент. Удобно, если надо передать в CRM-систему данные профиля, захваченного в сценарий.
- **Action Hooks**. Механизм захвата событий позволит передать во внешний сервис информацию о событии, а также данные профиля.
- **Импорт данных по расписанию в Маркете**. Для доступа к защищенному товарному фиду доступна авторизация через OAuth2.

## Создание подключения

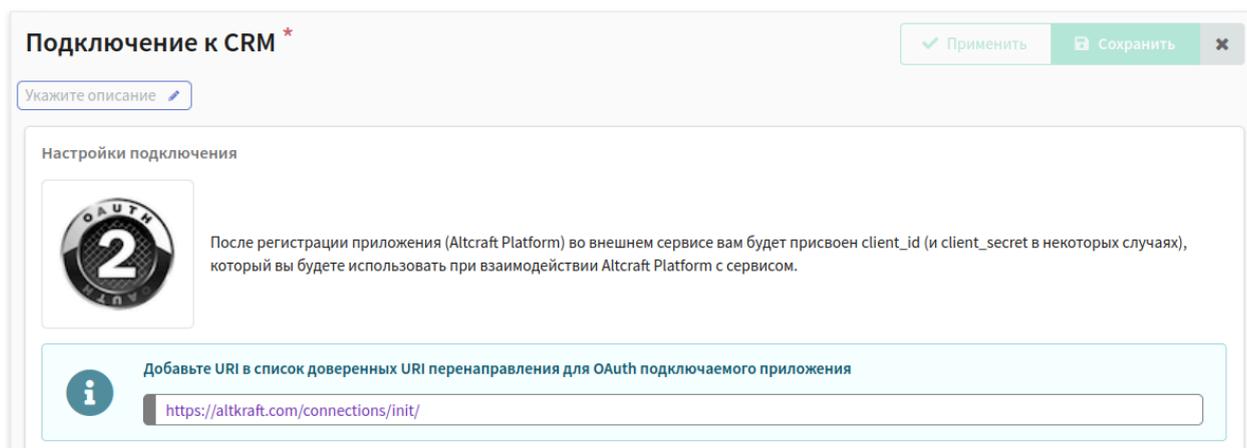
Перейдите в раздел **"Настройки"** → **"Подключения"** и выберите тип подключения **OAuth 2**:



Откроется список всех настроенных OAuth2-подключений. Чтобы добавить новое, нажмите **" + Создать "**.



Задайте **ИМЯ** нового подключения и при необходимости добавьте **описание**:



Платформа предоставит **URI перенаправления** — URL адрес, на который будет перенаправлен пользователь, когда предоставит Altcraft разрешение на доступ к своим данным в подключаемом приложении. Скопируйте URI и добавьте его в список доверенных URI перенаправления для приложения.

Далее укажите данные вашего приложения, необходимые, чтобы платформа могла получить доступ к его ресурсам. Эти данные вы получаете при регистрации приложения и можете найти в его настройках:

- **Идентификатор клиента** (client\_id) — это общедоступный идентификатор приложений. Данное поле является обязательным для заполнения.
- **Секретный код** (client\_secret) — пароль приложения, известный только приложению и серверу авторизации. Некоторые сервисы не выдают секретный код для проведения OAuth авторизации — в таком случае оставьте это поле пустым.

Также для OAuth операций требуется указать **ссылку для авторизации** и **ссылку для получения токена**. Чтобы определить, какие ссылки отвечают за эти операции, изучите документацию подключаемого сервиса.

При необходимости вы можете ограничить доступ платформы к данным, выбрав **запрашиваемые права**:



Идентификатор клиента: ⓘ

Секретный код: ⓘ

Ссылка для авторизации: ⓘ

Ссылка для получения токена: ⓘ

Запрашиваемые права:

Подключить

Нажмите **"Подключить"**. Вас перенаправят в подключаемый сервис, где необходимо авторизоваться и подтвердить выдачу прав платформе.

Если подключение к сервису завершилось успешно, **сохраните подключение** с помощью кнопок в правом верхнем углу.

## Yandex подключение \*

✓ Применить

Сохранить



Укажите описание

### Настройки подключения



После регистрации приложения (Altcraft Platform) во внешнем сервисе вам будет присвоен client\_id (и client\_secret в некоторых случаях), который вы будете использовать при взаимодействии Altcraft Platform с сервисом.

Редактировать

✓ Подключение настроено и готово к использованию

Идентификатор клиента:

12343064563940b5qwb06ac4661cb57k (oauth.yandex.ru)

Настройки подключения можно изменить в любой момент. Для этого нажмите **"Редактировать"**.

# Подключение через Basic Authentication

## Описание

**Basic Authentication** — это протокол HTTP-аутентификации, использующий логин и пароль для получения доступа к защищенной информации. Это один из самых простых и распространенных методов авторизации на сайтах и серверах.

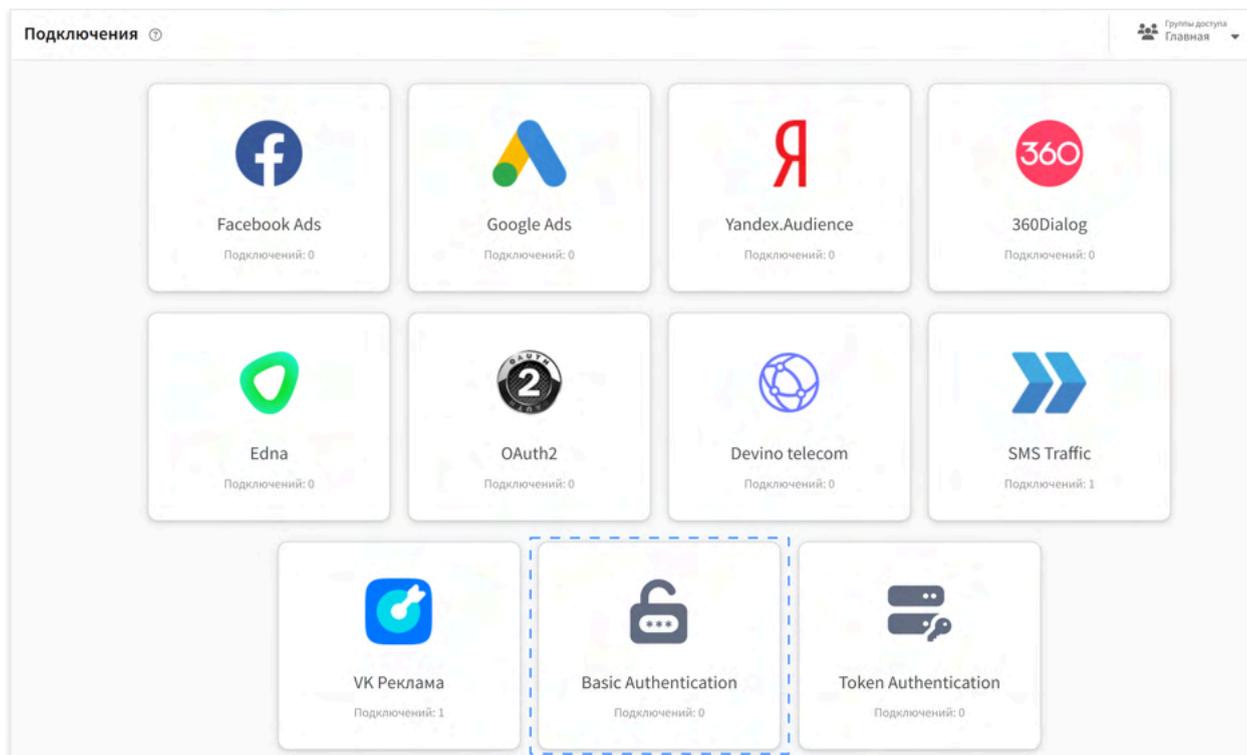
С помощью этого типа подключения вы можете связать платформу Altcraft с любым внешним сервисом, который в качестве метода авторизации использует Basic Authentication.

Где используется подключение:

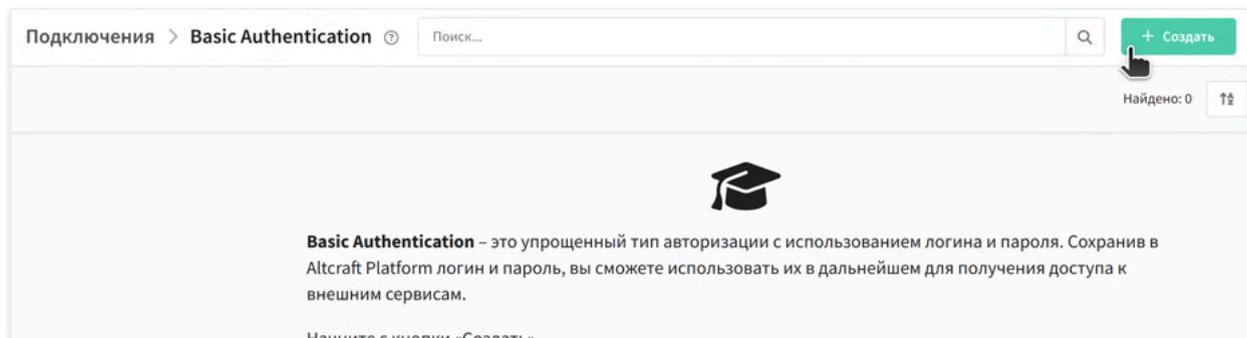
- **Нода "Вызов API"**. С её помощью можно передавать в подключенный сервис информацию из сценария или, наоборот, запрашивать из сервиса необходимый для подстановки API контент. Удобно, если надо передать в CRM-систему данные профиля, захваченного в сценарий.
- **Action Hooks**. Механизм захвата событий позволит передать во внешний сервис информацию о событии, а также данные профиля.
- **Импорт данных по расписанию в Маркете**. Для доступа к защищенному товарному фиду доступна авторизация через логин и пароль.

## Создание подключения

Перейдите в раздел "Настройки" → "Подключения" и выберите тип подключения **Basic Authentication**:



Откроется список всех настроенных Basic-подключений. Чтобы добавить новое, нажмите **" + Создать "**.



Задайте **имя** нового подключения и при необходимости добавьте **описание**. Введите **логин** и **пароль**, которые будет использовать подключение. Если вы хотите предоставить доступ только для определенного сервиса, укажите его URL в поле **"Разрешенный URL"**:

**Соединение №1** ✓ Применить Сохранить ✕

Пожалуйста, укажите описание

**Настройки подключения**

 Basic Authentication — это упрощенный тип авторизации с использованием логина и пароля. Сохранив в Altcraft Platform логин и пароль, вы сможете использовать их в дальнейшем для получения доступа к внешним сервисам.

Чтобы настроить подключение, введите логин, пароль и разрешенный url.

**Логин** **Пароль**

login \*\*\*\* 

**Разрешенный URL:** ⓘ

Введите URL

**Сохраните подключение** с помощью кнопок в правом верхнем углу. Настройки подключения можно изменить в любой момент. Для этого нажмите **"Редактировать"**.

# Подключение через Token Authentication

## Описание

**Token Authentication** — это протокол аутентификации, использующий специальный Bearer-токен — тип авторизационного токена, который предоставляется пользователю после успешной аутентификации для доступа к защищенным ресурсам. Данный способ надежнее, чем авторизация с помощью логина и пароля.

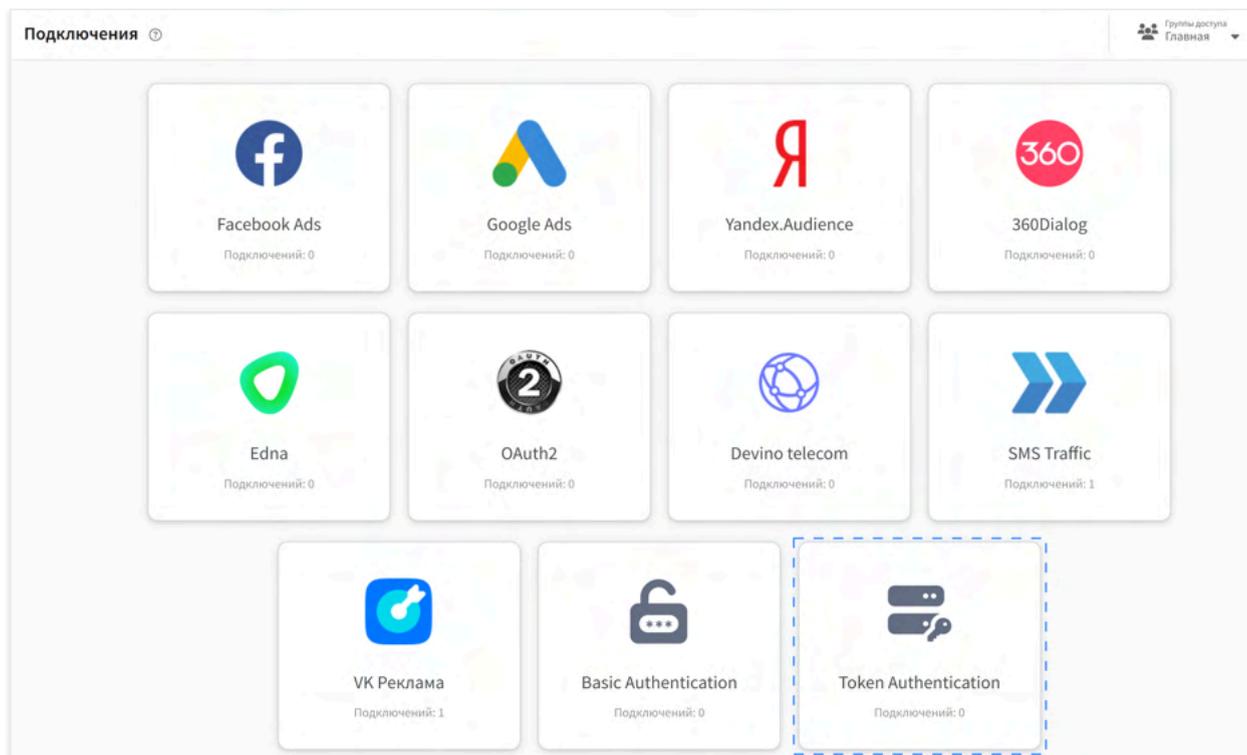
С помощью этого типа подключения вы можете связать платформу Altcraft с любым внешним сервисом, который в качестве метода авторизации использует Token Authentication.

Где используется подключение:

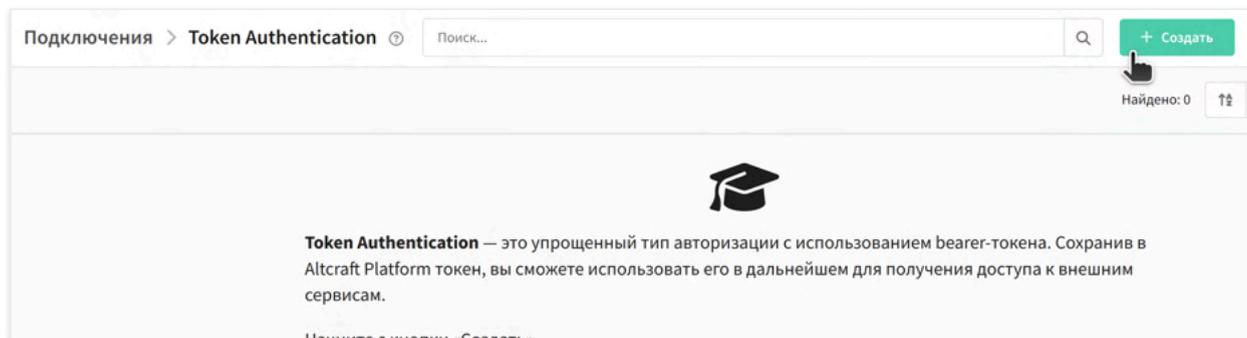
- **Нода "Вызов API"**. С её помощью можно передавать в подключенный сервис информацию из сценария или, наоборот, запрашивать из сервиса необходимый для подстановки API контент. Удобно, если надо передать в CRM-систему данные профиля, захваченного в сценарий.
- **Action Hooks**. Механизм захвата событий позволит передать во внешний сервис информацию о событии, а также данные профиля.
- **Импорт данных по расписанию в Маркете**. Для доступа к защищенному товарному фиду доступна авторизация с помощью токена.

## Создание подключения

Перейдите в раздел "Настройки" → "Подключения" и выберите тип подключения **Token Authentication**:



Откроется список всех настроенных Token-подключений. Чтобы добавить новое, нажмите **" + Создать "**.



Задайте **имя** нового подключения и при необходимости добавьте **описание**. Укажите **Bearer-токен**. Как правило, он указан в личном кабинете или настройках аккаунта того или иного сервиса. Если вы хотите предоставить доступ только для определенного сервиса, укажите его URL в поле **"Разрешенный URL"**:

**Connection 1** \*

Пожалуйста, укажите описание

✓ Применить   Сохранить   ✕

**Настройки подключения**

 Token Authentication — это упрощенный тип авторизации с использованием bearer-токена. Сохранив в Altcraft Platform токен, вы сможете использовать его в дальнейшем для получения доступа к внешним сервисам.

Чтобы настроить подключение, введите bearer-токен и разрешенный url.

**Bearer-токен:**

Введите токен

**Разрешенный URL:** ⓘ

Введите URL

**Сохраните подключение** с помощью кнопок в правом верхнем углу. Настройки подключения можно изменить в любой момент. Для этого нажмите **"Редактировать"**.

# Библиотека email-маркетолога

Опросили коллег, проанализировали 100+ инструментов для email-маркетинга и выбрали только лучшие. Разбили по разделам, чтобы вам было удобнее ориентироваться в нашем гайде. Здесь вы найдете всё, что может пригодиться в создании эффективной email-рассылки: от верстки мастер-шаблона до анализа результатов.

## Сбор базы

Быстро и качественно собрать контактную базу можно при помощи формы подписки на сайте. Вот несколько хороших инструментов.

| Инструмент                  | Описание   |
|-----------------------------|--|
| <a href="#">Hello Bar</a>   | Сервис для создания всплывающих окон на сайте. С помощью таких форм подписок можно собрать собственную базу email-адресов. Есть бесплатный тариф. Язык интерфейса - английский.                        |
| <a href="#">JumpOut</a>     | Российский сервис с продвинутым таргетированием поп-апов для сбора базы. Имеет множество интеграций с разными сервисами. Есть бесплатный тариф.  |
| <a href="#">LPgenerator</a> | Удобный инструмент для создания целевых страниц. Платформа имеет полный функционал по управлению лендингами в интернете.   |
| <a href="#">Mailmunch</a>   | Англоязычный сервис создания поп-апов для сбора контактной базы. Гибкие настройки, хорошая аналитика и широкий функционал. Есть бесплатный тариф.  |
| <a href="#">Sumo</a>        | Сервис для сборки email-адресов, установки форм и виджетов на сайте. В бесплатной версии доступно неограниченное количество адресов, кастомизация, таргетинг, аналитика и другие классные инструменты. |
| <a href="#">Tilda</a>       | Инструмент для создания целевых страниц: готовые дизайны, библиотека блоков, адаптивность и многое другое.   |

# Проверка базы

Контактную базу необходимо постоянно чистить от дублирующихся, несуществующих, неправильно записанных адресов и спам ловушек. Существует множество сервисов, которые справятся с этим. Почти все из них платные, но у каждого есть пробный период или фиксированное количество бесплатных проверок. Мы собрали только самые лучшие 😊

| Инструмент                             | Описание   |
|--|--|
| <a href="#">BrightVerify</a>           | Надежный англоязычный сервис для проверки email-адресов на валидность.   |
| <a href="#">Mailvalidator</a>          | Мощный инструмент для валидации email-адресов, который интегрируется с множеством маркетинговых платформ.            |
| <a href="#">Mailfloss</a>              | Этот сервис автоматически удалит невалидные email-адреса в вашей базе. Достаточно просто подключить его к платформе. |
| <a href="#">QuickEmailVerification</a> | Онлайн-платформа для валидации email-адресов. В день можно проверять до 100 контактов.                               |
| <a href="#">Zerobounce</a>             | Доступна бесплатная проверка 100 адресов.  |

## Инструменты для работы с изображениями

Разбили на подразделы. Здесь вы найдете бесплатные фотостоки с классными изображениями, удобные программы для скриншотов и графические редакторы, которые сделают вашу работу чуточку проще.

### Фотостоки:

- [Unsplash](#)
- [Pixabay](#)
- [Pexels](#)

- [Depositphotos](#)
- [ByPeople](#)
- [IRA Design](#)
- [Illustrations](#)
- [365PSD](#)

## **Работа со скриншотами:**

- [Licecap](#)
- [LightShot](#)
- [Monosnap.com](#)

## **Графические редакторы/иллюстраторы**

### **Векторные**

- [Figma](#)
- [Sketch](#)
- [Adobe Illustrator](#)

### **Растровые**

- [Adobe Photoshop](#)

## **Как графические редакторы, но проще. Плюс сервисы по работе с анимациями**

- [VistaCreate](#)
- [Canva](#)
- [Animaker](#)
- [Giphy](#)

- [Gifovina](#)

## Инструменты для работы с шаблонами писем

В этом разделе сделали подборку из нескольких сервисов для создания профессиональных и адаптивных шаблонов email-писем. Знания HTML-не требуются.

| Инструмент                        | Описание   |
|-----------------------------------|--|
| <a href="#">Altcraft Platform</a> | В нашу платформу уже встроен онлайн-редактор сообщений. В нем можно готовить шаблоны для всех каналов коммуникаций: email, sms, mobile/web push. |
| <a href="#">Beefree</a>           | Тоже онлайн-редактор шаблонов писем. Язык интерфейса - английский.   |
| <a href="#">Stripo.email</a>      | Онлайн-сервис, с помощью которого можно создавать профессиональные и адаптивные шаблоны писем. Есть интеграция со всеми популярными ESP.         |

## Тестирование email-рассылок

Чтобы ваши подписчики увидели такое же красивое письмо, как и вы, его необходимо проверить перед отправкой. Вот несколько сервисов для этого.

| Инструмент                    | Описание   |
|-------------------------------|--|
| <a href="#">Email on Acid</a> | Здесь вы сможете посмотреть, как ваше письмо будет отображаться на 70-ти почтовых сервисах и устройствах. Бонус: можете пройдет ли ваша рассылка спам-фильтры. |
| <a href="#">FreeFormatter</a> | Сервис для проверки кода HTML, Json на наличие ошибок.   |
| <a href="#">Litmus</a>        | Показывает, как на разных устройствах и почтовых сервисах будет выглядеть ваше письмо. Единственный его минус - сервис платный.                                |

| Инструмент               | Описание                    |
|--------------------------|-----------------------------|
| <a href="#">PutsMail</a> | Валидация HTML-кода письма. |

## Проверка эффективности темы

Тестируйте темы писем и выясните их гипотетическую привлекательность для клиента при помощи сервисов [Email Subject Line Tester](#) и [Subjectline](#).

## Проверяем синтаксис записей DNS и SPF

Перед запуском рассылки проверяем синтаксис DNS и SPF записей.

| Инструмент                        | Описание   |
|-----------------------------------|--|
| <a href="#">Dnsquery.org</a>      | Проверит, доступны ли записи DNS почтовым провайдерам. |
| <a href="#">Spf-policy-tester</a> | Здесь вы можете проверить синтаксис SPF-записи домена. |

## Инструменты для тестирования доставляемости

| Инструмент                    | Описание   |
|-------------------------------|--|
| <a href="#">Mail-tester</a>   | Сервис прогоняет ваше письмо через алгоритм SpamAssasin, который проверяет на "спамность". Проверяет синтаксис записей SPF, DKIM, ADSP, DMARC.   |
| <a href="#">SendForensics</a> | Сервис с подробным отчетом: оценивает доставляемость на разные почтовики, проверяет контент и верстку на наличие ошибок, репутацию домена в динамике, соответствие GDPR и многое другое. Правда, такой глубокий анализ доступен только в платной версии. |

| Инструмент                | Описание  |
|---------------------------|---|
| <a href="#">GlockApps</a> | Сервис проверяет содержимое письма на спам, а также показывает доставляемость письма на разные почтовые сервисы. Сервис полностью бесплатный. |

## Постмастеры

Постмастеры отслеживают результаты email-рассылок: сколько было доставлено, сколько попало в спам, на какое количество писем пожаловались и т.д. Регистрация постмастера обязательна, если вы планируете доставлять большие объемы писем: больше 10 тысяч в сутки.

| ISP         | Ссылка  |
|-------------|---|
| AOL + Yahoo | <a href="https://postmaster.yahoo.com">https://postmaster.yahoo.com</a>   |
| Comcast     | <a href="https://postmaster.comcast.net">https://postmaster.comcast.net</a>   |
| Facebook    | <a href="https://www.facebook.com/postmaster/index/">https://www.facebook.com/postmaster/index/</a>   |
| Google      | <a href="https://gmail.com/postmaster">https://gmail.com/postmaster</a>   |
| Mail.ru     | <a href="https://postmaster.mail.ru">https://postmaster.mail.ru</a>   |
| Outlook     | <a href="https://sendersupport.olc.protection.outlook.com/pm/postmaster.aspx">https://sendersupport.olc.protection.outlook.com/pm/postmaster.aspx</a> |

## Отслеживание действий на сайте

Для персонализации своих email-рассылок вам важно знать онлайн-поведение пользователя и его предпочтения. Эти данные также нужны для правильной автоматизации маркетинга.

| Инструмент                     | Описание   |
|--------------------------------|--|
| <a href="#">Altcraft Pixel</a> | HTML или JavaScript-код, который отслеживает действия пользователя на сайте. С его помощью можно получить <a href="#">отчет</a> по целевым действиям |

| Инструмент                     | Описание  |
|--------------------------------|---|
|                                | ваших клиентов.   |
| <a href="#">Leadfeeder</a>     | С бесплатным тарифом вы можете отслеживать представителей разных компаний, которые заходят на ваш сайт. |
| <a href="#">Page Analytics</a> | Простое расширение для Chrome, которое помогает увидеть взаимодействия пользователей с вашим сайтом.    |
| <a href="#">SimilarWeb</a>     | Онлайн-сервис, который позволяет получать наиболее важные сведения о пользователях на сайте.            |

## Опросы для рассылок

Узнавайте напрямую у подписчиков их отношение к бренду через опросы в теле письма. Собрали несколько подходящих для этого сервисов.

| Инструмент                     | Описание  |
|--------------------------------|---|
| <a href="#">Altcraft Forms</a> | В нашей платформе есть удобный инструмент для создания форм и опросов. Создайте форму в конструкторе, а затем разместите её на странице сайта или поделитесь ссылкой на форму с подписчиками. |
| Anketolog                      | <a href="https://anketolog.ru/">https://anketolog.ru/</a>   |
| Google Forms                   | <a href="https://www.google.com/forms/about/">https://www.google.com/forms/about/</a>   |
| Microsoft Forms                | <a href="https://forms.office.com/">https://forms.office.com/</a>   |
| SurveyMonkey                   | <a href="https://ru.surveymonkey.com/">https://ru.surveymonkey.com/</a>   |
| Survio                         | <a href="https://www.survio.com/ru/">https://www.survio.com/ru/</a>   |
| Typeform                       | <a href="https://www.typeform.com/">https://www.typeform.com/</a>   |

## Для вдохновения

Выгорание может настичь каждого. Сохраняйте к себе в закладки эти сервисы, чтобы быть готовыми к нему.

| Инструмент                             | Описание   |
|--|--|
| <a href="#">Коллекция Stripo.email</a> | Дизайны email-рассылок на любую тему.  |
| <a href="#">Email-competitors</a>      | Коллекция рассылок. Будьте в тренде!   |
| <a href="#">Pinterest</a>              | Здесь вы можете найти доски с email-рассылками на различные тематики или просто поискать вдохновение в красивых картинках. |
| <a href="#">Really Good Emails</a>     | Еще одна библиотека с красивыми и продающими email-письмами.   |

## Полезные ресурсы для обучения

| Ресурс                                       | Описание   |
|--|--|
| <a href="#">Altcraft блог</a>                | Уверены, что у нас в блоге вы найдете много полезных и интересных материалов по автоматизации маркетинга и не только.  |
| <a href="#">Блог агентства EmailSoldiers</a> | Интересно и без воды рассказывают об email и контент-маркетинге.   |
| <a href="#">Блог агентства EMAILMATRIX</a>   | Нескучные и полезные статьи об email-маркетинге, дизайне и вёрстке писем, контент-маркетинге, аналитике и многом другом. А еще ребята в формате заметок делятся полезными сервисами, лайфхаками в маркетинге и подборками интересных книг. |
| <a href="#">Блог Texterra о маркетинге</a>   | Тут вы не только прокачаете свои знания в области email-маркетинга, но и расширите границы в других направлениях интернет-маркетинга. Удобная система фильтрации на сайте.   |

| Ресурс  | Описание   |
|---|--|
| Дэн Кеннеди<br>«Продающее письмо»                         | О том, как создавать продающее письмо, можно узнать в этой книге. Здесь упор идет на написание понятного и работающего текста. От идеи до шедевра рекламы вы вместе с автором пройдете 28 шагов. |
| Дмитрий Кот «E-mail-маркетинг. Исчерпывающее руководство» | Полезная книга для новичков в email-маркетинге.  |
| Леонид Николаев<br>«Доставка в Inbox - уровень "Бог"»     | Если вы уже разбираетесь в том, какой путь проходит рассылка, то советуем прочитать эту книгу.   |