

CONFIGURACIÓN DE PROMOCIONES EN SECUTIX

SecuTix dispone de una serie de opciones que permiten configurar diferentes promociones para poner en práctica las estrategias del equipo de marketing. En el presente documento explicaremos las posibilidades y el proceso a seguir para su configuración.

1) Promociones sobre productos abiertas al público general

SecuTix permite promocionar productos y asignarles un precio diferente durante un periodo determinado de tiempo. Imaginemos que disponemos de un producto A que se vende habitualmente al precio de 10 euros. Mediante esta opción podemos crear una promoción para, por ejemplo, el mes de mayo, en la que el producto A se venderá a 8 euros. En el ticketshop el producto aparecerá como promocionado, se mostrará el precio base tachado, seguido del precio promocionado.

Para configurar una promoción de este tipo debemos ir, dentro del contexto organismo a “Catálogo → Promociones”.

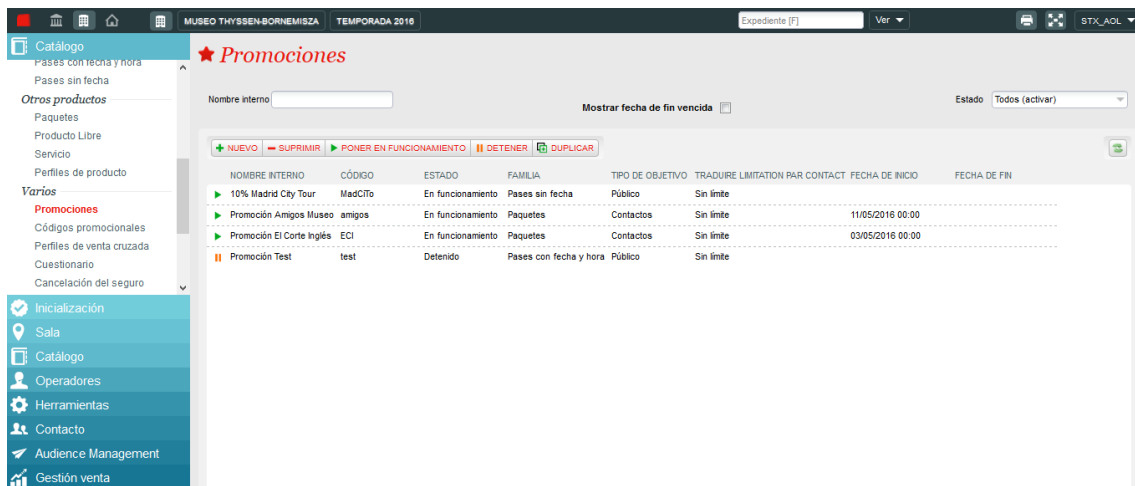


Figura 1. Menú general de promociones en SecuTix.

En esta ventana veremos todas las promociones y podremos ver, de un vistazo, si están activas y su periodo de inicio y fin.

Para crear una nueva promoción pinchamos en “+Nuevo” y en la ventana emergente seleccionamos la familia de productos sobre la que aplicaremos la promoción. En caso de desear promocionar productos de distintos tipos de familia (visitas, pases sin fecha, pases con fecha y hora), deberemos crear una promoción por familia. Tras aceptar, en la siguiente pantalla deberemos completar la siguiente información en el submenú “General”.

- Pestaña “General”:
 - Nombre interno: Nombre para identificar la promoción en el back-office. No se muestra al público.
 - Nombre público: Nombre de la promoción que aparecerá en el ticketshop o en taquilla, ej. “Promoción Navidad”. El nombre público ha de completarse en los

distintos idiomas que estén disponibles en los canales en los que se ponga el producto a la venta.

- Código: Código de identificación interna en SecuTix. La longitud máxima del código es de 8 caracteres.
 - Tipo de objetivo: Seleccionamos “Público”.
 - Fecha de inicio (opcional): Marcamos una fecha si deseamos programar el inicio de la promoción.
 - Fecha de fin (opcional): Marcamos una fecha si deseamos programar el fin de la promoción.
 - Fin de venta de sesiones: Inicio de sesión + flexibilidad de horario o sin límites (es posible comprar durante toda la duración de la sesión).
 - Para paquetes y pases con fecha y hora aparecen una serie de campos extra que permiten parar la venta de la promoción antes del inicio/fin del evento. En concreto:
 - Días antes de la fecha de inicio (se indican los días).
 - Días antes de la fecha de fin (indicar días).
 - Sin restricciones (si no se desea parar con antelación).
- Pestaña “Parámetros”:
 - Cuota: Número de entradas que se venderán como máximo en esta promoción.
 - Cantidad máxima pedida: Un pedido por contacto o sin límite.
 - Max total quantity: Máxima cantidad de entradas que puede comprar cada contacto.
 - Cupo: Seleccionamos el cupo al que se aplica la promoción.
 - Ofrecer gastos simples: Incluir gastos de comisión.
 - Promover la promoción en las otras sesiones (Internet): Cuando el cliente está escogiendo una sesión, se le avisa de que existe otra sesión para el mismo espectáculo promocionada.
 - Info billetería interna: Descripción de la promoción que se muestra al operador de taquilla.
 - Info billetería pública: Descripción de la promoción que se muestra al público general en el ticketshop.
 - Pestaña “Visual asociado”:
 - Logo: Cargar logo que sustituye al logo original del producto promocionado.

Dependiendo de la familia de productos que hayamos seleccionado en SecuTix tendremos unos submenús diferentes en la parte izquierda de la ventana emergente.

Submenú “Productos”: (disponible para paquetes, pases sin fecha, pases con fecha y hora y servicios). Permite seleccionar los productos que se van a asociar a la promoción. No es posible modificar el precio de los paquetes desde la promoción ya que el paquete ya es considerado como una promoción en sí. Si se desea promocionar un paquete y que éste aparezca como promocionado se deberá crear un nuevo paquete con los precios promocionados.

Submenú “Subcategorías de público”: (disponible para todas las familias de productos). Permite seleccionar las subcategorías de público que se van a asociar a la promoción. Esto nos permite limitar una promoción a un grupo determinado de subcategorías si lo deseamos.

Submenú “Categoría de asiento”: (disponible para paquetes y visitas). Permite seleccionar la categoría de asiento a la que se le quiere aplicar la promoción.

Submenú “Sesiones”: (disponible para visitas). Permite seleccionar las

Submenú “Vector de difusión”: obviar.

Submenú “Asignación de los canales de venta”: (disponible para todas las familias de productos). Permite seleccionar los canales de venta en los que se activará la promoción.

Submenú “Validación”: Tras guardar todos los cambios en los submenús anteriores es necesario validar la promoción en este submenú.

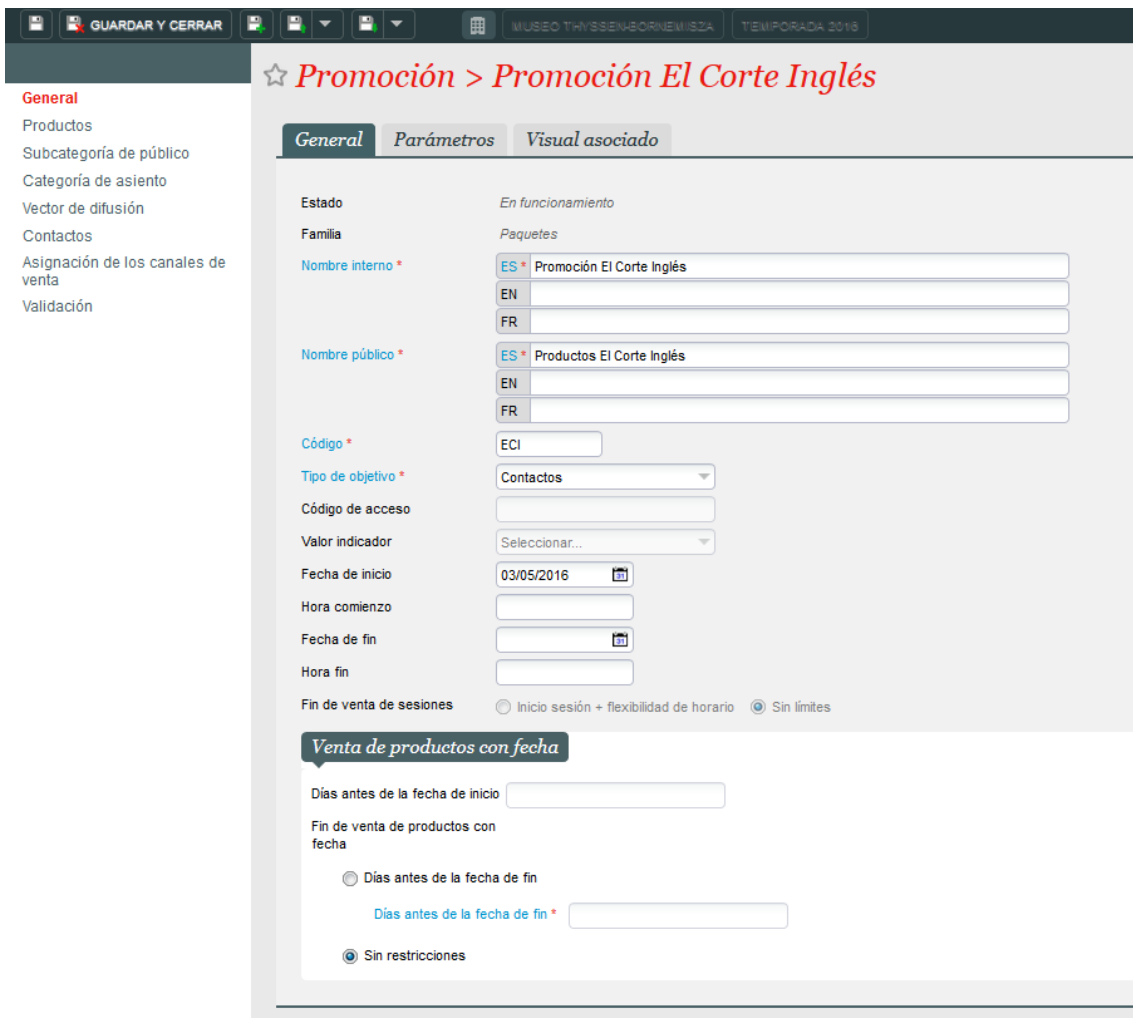


Figura 2. Configuración de una promoción. Submenú general.

Una vez finalizada la configuración deberemos activarla en el menú principal. La promoción puede ser detenida en cualquier momento pinchando en el botón detener.

2) Promociones sobre productos restringidas a grupo de contactos.

Las promociones para contactos tienen la misma estructura base que las explicadas en el punto anterior pero se han de asociar a los contactos deseados tras su creación. Para crear una promoción a contactos creamos una promoción nueva y en “tipo de objetivo” seleccionamos “Contactos”.

La asociación de las promociones a los contactos se ha de hacer desde “Contacto → Objetivo de la promoción”.

En este menú tenemos una serie de criterios para filtrar los contactos y asociarlos a la promoción.

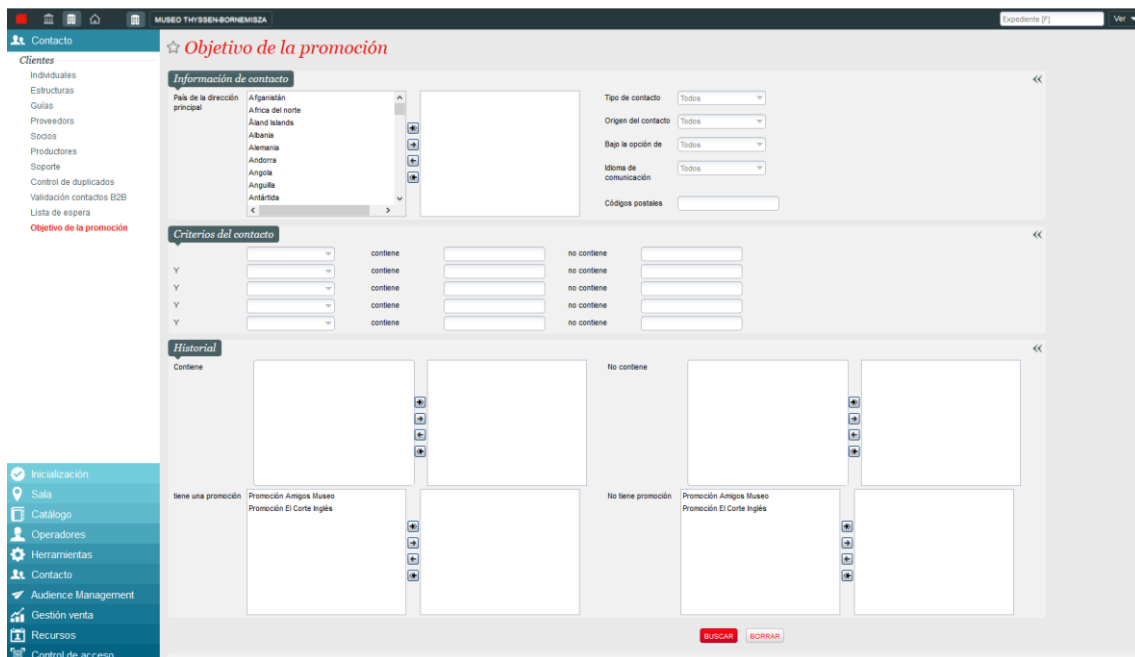


Figura 3. Menú de asociación de promociones a contactos.

Una vez asociada la promoción, ésta será visible al contacto en la sección “Mis ofertas” dentro de su espacio personal.

3) Promociones restringidas por indicadores.

Las promociones restringidas por indicadores son promociones destinadas a contactos que cumplen una serie de criterios (indicadores). Los indicadores son los siguientes:

- Asistencia: Asiduo, inactivo, ocasional, regular.
- PMG: Categoría del cliente según volumen de compras. Pequeño (Cuartiles 3 y 4), Mediano (cuartil 2) y Grande (cuartil 1).
- Novedad: Entre 1 y 3 años, Futuro, Hace más de 3 años, Menos de un año, Sin pedido.
- Miembro: Determina si el cliente posee un producto de membresía.
- Implicación redes sociales (compartir).
- Influencia redes sociales (clicks).

4) Códigos de uso múltiple.

Los códigos de uso múltiple pueden utilizarse para aplicar un porcentaje o cantidad fija de descuento sobre el total de la cesta de compra así como para dar acceso a productos ocultos.

4.1) Descuento sobre la cesta

Para configurar el primer caso vamos, dentro del contexto de organismo, a “Catálogo → Códigos promocionales”.




Figura 4. Menú de creación y gestión de códigos promocionales.

Para crear un código nuevo pinchamos en “+Nuevo” y completamos los siguientes datos en la ventana emergente:

Submenú “General”:

- Pestaña “General”:
 - Nombre interno: Nombre para identificar el código de acceso en el back-office. No se muestra al público.
 - Nombre público: Nombre de la promoción que aparecerá en el ticketshop o en taquilla, ej. “Promoción Navidad”. El nombre público ha de completarse en los distintos idiomas que estén disponibles en los canales en los que se ponga el producto a la venta.
 - Código: Código de identificación interna en SecuTix. La longitud máxima del código es de 8 caracteres.
 - Código de acceso: Código que deberá introducir el cliente para tener acceso a la promoción. El código de acceso puede ser introducido en la pantalla inicial

del ticketshop o en la pantalla previa al pago final según se muestra en las siguientes imágenes.



ENTRADA 1 DÍA INDIVIDUAL
Open Camp Europe

El primer parque dedicado al universo del deporte te permitirá disfrutar y vivir sensaciones hasta ahora reservadas a los deportistas profesionales, nunca una experiencia tan lejana había sido tan cercana, consigue tu entrada y sé el primero en explicarlo. Bienvenido a tu pasión, bienvenido a OPEN CAMP.

Entrada válida para ser utilizada un día de la vigente temporada.

Permite el acceso a todos los recintos del parque y a todas las experiencias, incluido el espectáculo de noche (Ceremony) según calendario.

Consulte aquí el calendario con la información de toda la temporada.

Tu cesta

Tu cesta está vacía.

Código promocional

Si tienes un código promocional, introdúcelo y validalo.

Validar

Figura 5. Campo para introducir código promocional para tener acceso a productos ocultos.

CONTENIDO DEL PEDIDO

LIGA DEMO

J1	sáb 10 sep - 20:45 Sujeto a cambios	Allianz Park	Córdoba CF vs Málaga CF	
-----------	---	-----------------	---------------------------------------	--

1 entrada Cat 2 (1 x Tarifa Normal) 👁 Ver | Modificar tus asientos ✕ Borrar

Tarifa Normal	Espacio Club - Bloque Espace Club - Fila I - Asiento 35	60.00 EUR
Subtotal = 60.00 EUR		
Cantidad del pedido = 60.00 EUR		

MODO DE ENTREGA

Modo de entrega Imprimir o descargar tus tickets

Plazo de entrega Inmediato

Cuenta cliente alberto.olivares@secutix.com

Gastos de entrega = 0.00 EUR

CÓDIGOS PROMOCIONALES

Si tienes un **código promocional**, introdúcelo aquí: Aplicar

PAGO

Cantidad = 60.00 EUR

He leído y acepto [términos y condiciones.](#)

✕ Cancelar el pedido
Realizar el pago

Figura 6. Campo para introducir un código promocional de uso múltiple para obtener un descuento sobre el total de la cesta.

- Fecha de inicio: Fecha en la que se desea que comience la promoción de forma automática.
- Hora comienzo: Hora en la que se desea que comience la promoción de forma automática.
- Fecha de fin: Fecha en la que se desea que finalice la promoción de forma automática.
- Hora fin: Hora en la que se desea que comience la promoción de forma automática.
- Fin de venta de sesiones: Inicio de sesión + flexibilidad de horario o sin límites (es posible comprar durante toda la duración de la sesión).

- Pestaña “Parámetros”:
 - Tipo de promoción: Descuento de pedido (para aplicar un porcentaje de descuento) y Vale descuento (para aplicar una cantidad fija de descuento).
 - Reembolso (%): Esta casilla se activa únicamente si se selecciona “Descuento de pedido” en el campo anterior. Se ha de completar el porcentaje de descuento que se desea aplicar.
 - Importe del descuento: Esta casilla se activa únicamente si se selecciona “Vale descuento” en el campo “Tipo de promoción”. Se ha de completar la cantidad fija de descuento que se desea aplicar.
 - Cantidad de pedido mínima: En este campo podemos especificar un pedido mínimo para poder aplicar el descuento en la cesta.
 - Cuota: Número máximo de veces que puede ser usado el código.
 - Modo de pago: Este campo se activa sólo si se selecciona “Vale descuento”. Si en la lista no aparece ningún modo de pago se ha de crear en “Institución → modos de pago” un modo de pago de tipo “Discount voucher”. Una vez creado, se podrá seleccionar en este menú. Asimismo, será necesario añadir este modo de pago a punto de venta para poder utilizar el código de descuento.
 - Disponible: Este campo informativo nos indica cuántas veces puede volver a utilizarse el código sobre el total que se definió en la creación del mismo.
 - Limitación por contacto: Un pedido por contacto (cada contacto puede utilizar el código una única vez), sin límite (el contacto puede utilizar el código tantas veces como desee hasta que se acabe la promoción o la cuota).
 - Info billetería interna: Descripción de la promoción que se muestra al operador de taquilla.
 - Info billetería pública: Descripción de la promoción que se muestra al público general en el ticketshop.

- Pestaña “Visual asociado”:
 - Logo: Cargar logo que sustituye al logo original del producto promocionado.

Submenú “Asignación de los canales de venta”: Permite la selección de los canales de venta en los que desea activar la promoción.

Submenú “Validación”: Tras guardar todos los cambios en los submenús anteriores es necesario validar la promoción en este submenú.

4.2) Acceso a productos ocultos

Para configurar un código de uso múltiple que de acceso a productos ocultos del público general debemos ir, dentro del contexto organismo, a “Catálogo → Promociones”. La configuración a seguir es la misma que en el punto 1 salvo que deberemos seleccionar “Socio” en el tipo de objetivo. Esto activará el campo “Código de acceso”, donde deberemos indicar el código que deberán introducir los clientes para tener acceso a los productos ocultos, por ejemplo “NAVIDAD2016”.

5) Códigos de un solo uso

El primer paso consiste en ir a promociones y crear una nueva. Seleccionamos la familia de productos sobre la que queremos crear la promoción (por ejemplo, pases sin fecha) y continuamos.



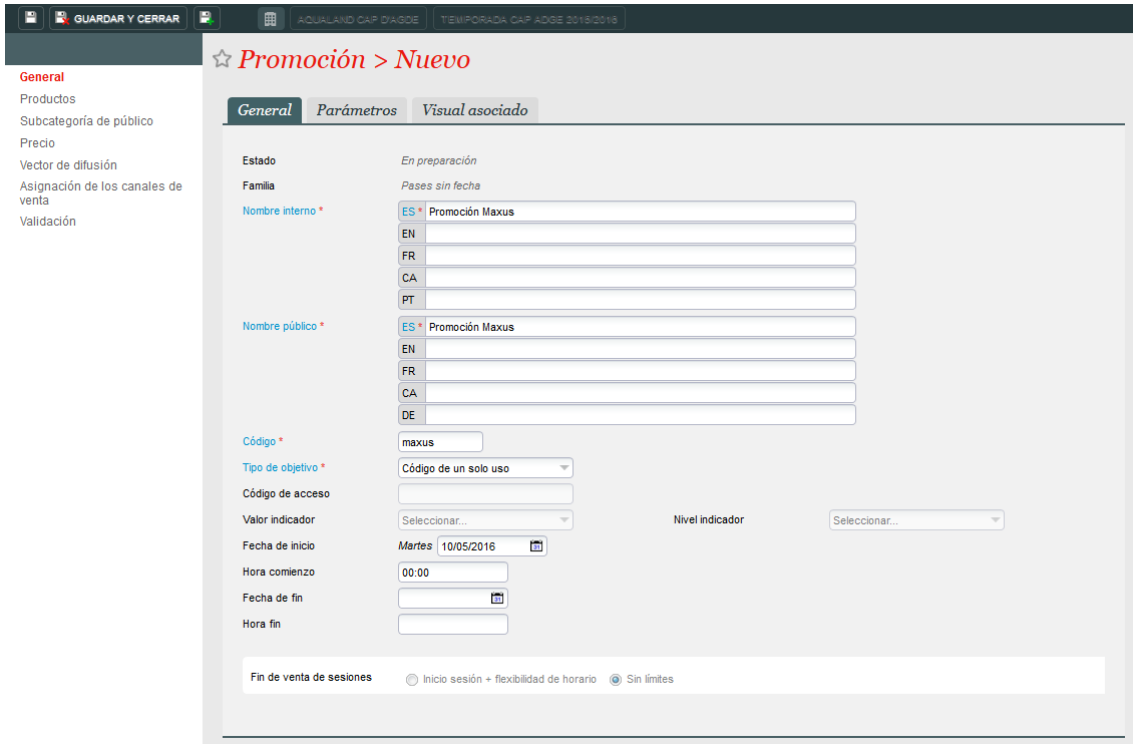
☆ *Elegir familia de productos > Nuevo*

Familia de productos de la ventaja *

SIGUIENTE **CANCELAR**

Figura 7. Selección de la familia de productos sobre los que se aplicará la promoción.

En la ventana emergente, dentro de la pestaña general, rellenamos la información requerida tal y como se muestra en la siguiente captura.



GUARDAR Y CERRAR AJUALAND CAP D'ADDE TEMPORADA CAP ADDE 2016/2016

☆ **Promoción > Nuevo**


General | Parámetros | Visual asociado

General
 Productos
 Subcategoría de público
 Precio
 Vector de difusión
 Asignación de los canales de venta
 Validación

Estado *En preparación*
Familia *Pases sin fecha*
Nombre interno *
 ES * Promoción Maxus
 EN
 FR
 CA
 PT
Nombre público *
 ES * Promoción Maxus
 EN
 FR
 CA
 DE
Código * maxus
Tipo de objetivo * Código de un solo uso
Código de acceso
Valor indicador Seleccionar... **Nivel indicador** Seleccionar...
Fecha de inicio Martes 10/05/2016
Hora comienzo 00:00
Fecha de fin
Hora fin
Fin de venta de sesiones Inicio sesión + flexibilidad de horario Sin límites

Figura 8. Configuración general de la promoción. Pestaña General.

En la pestaña Parámetros, indicamos la cuota. Guardamos y pasamos al menú de productos.



GUARDAR Y CERRAR AJUALAND CAP D'ADDE TEMPORADA CAP ADDE 2016/2016

☆ **Promoción > Nuevo**

General | **Parámetros** | Visual asociado

General
 Productos
 Subcategoría de público
 Precio
 Vector de difusión
 Asignación de los canales de venta
 Validación

Cuota * 10p **Disponible** 0
Trahere Limitation par contact * Un pedido por contacto Sin límite **Se recomienda el punto de venta internet para el uso de códigos** Seleccionar...
Cantidad máx. pedida
Cupo Seleccionar...
Ofrecer gastos simples
Promover la promoción en las otras sesiones (Internet)
Info billettería interna ES

Figura 9. Configuración general de la promoción. Pestaña parámetros.

En los productos elegimos los que deseamos que formen parte de la promoción.

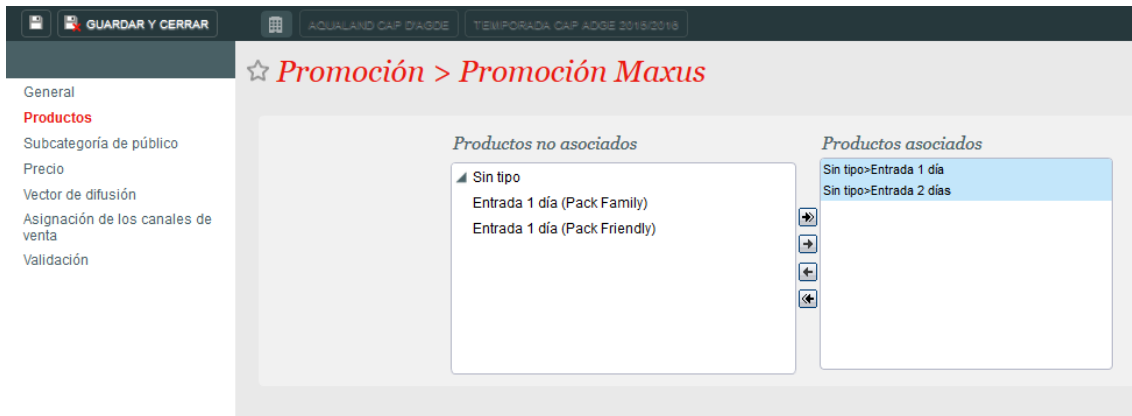


Figura 10. Configuración de productos que forman parte de la promoción.

Añadimos las subcategorías de público que deseamos que entren en la promoción.



Figura 11. Configuración de las subcategorías de público que forman parte de la promoción.

Seguidamente seleccionamos el precio que tendrá cada subcategoría para cada producto.

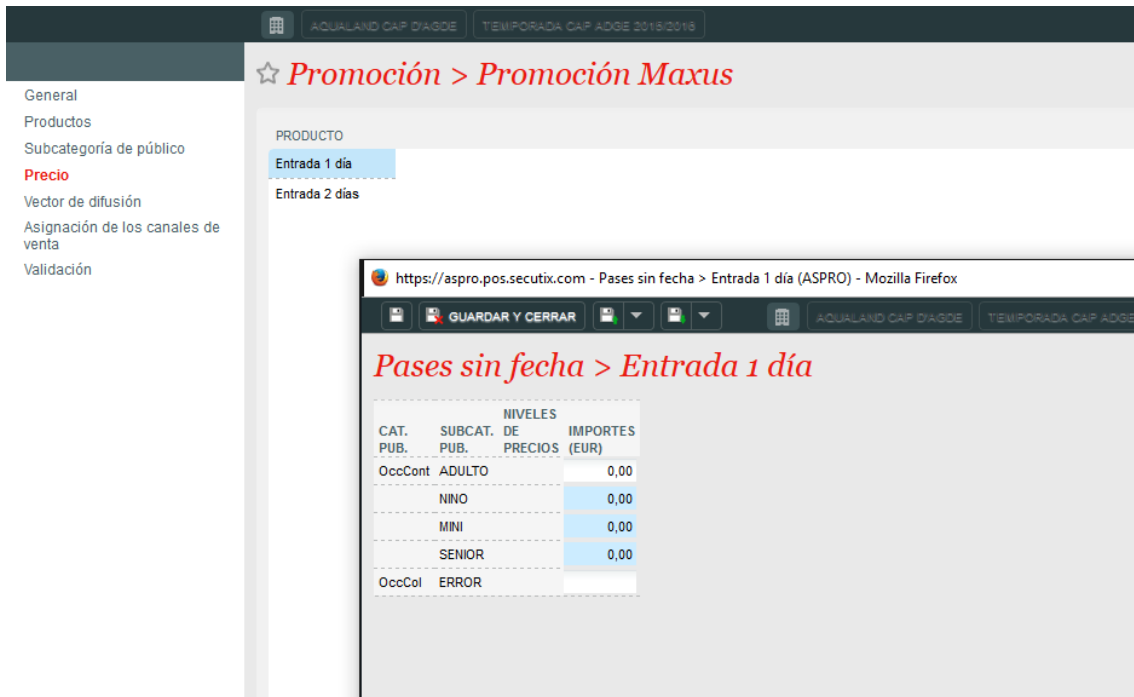


Figura 12. Configuración de los precios de los productos que forman parte de la promoción.

Una vez hecho esto seleccionamos el canal de venta en el que se usarán los códigos de un solo uso.

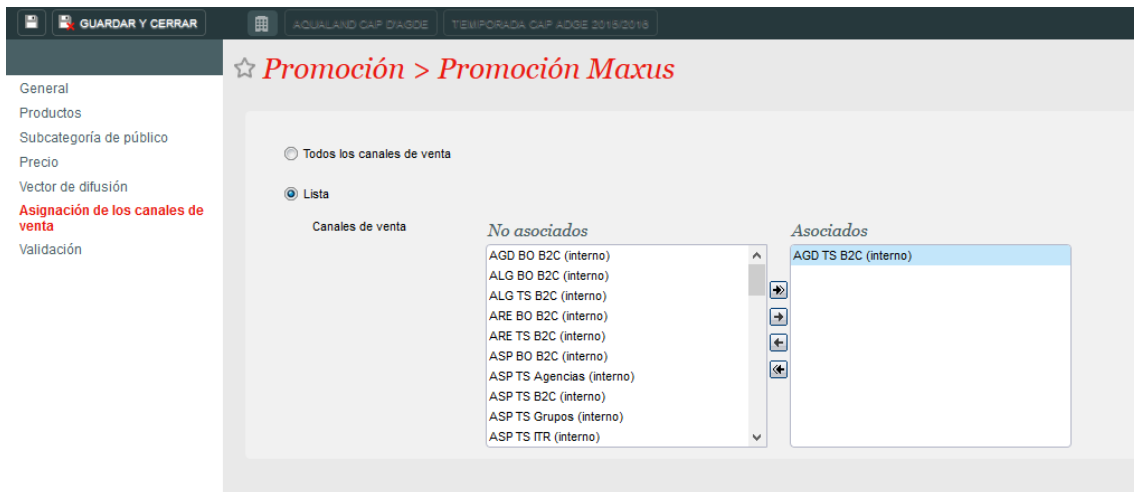


Figura 13. Configuración de los canales de venta en los que estará disponible la promoción.

Tras realizar esto, volvemos a la pestaña General y seleccionamos el cupo y el punto de venta tal y como se ve en la siguiente imagen.

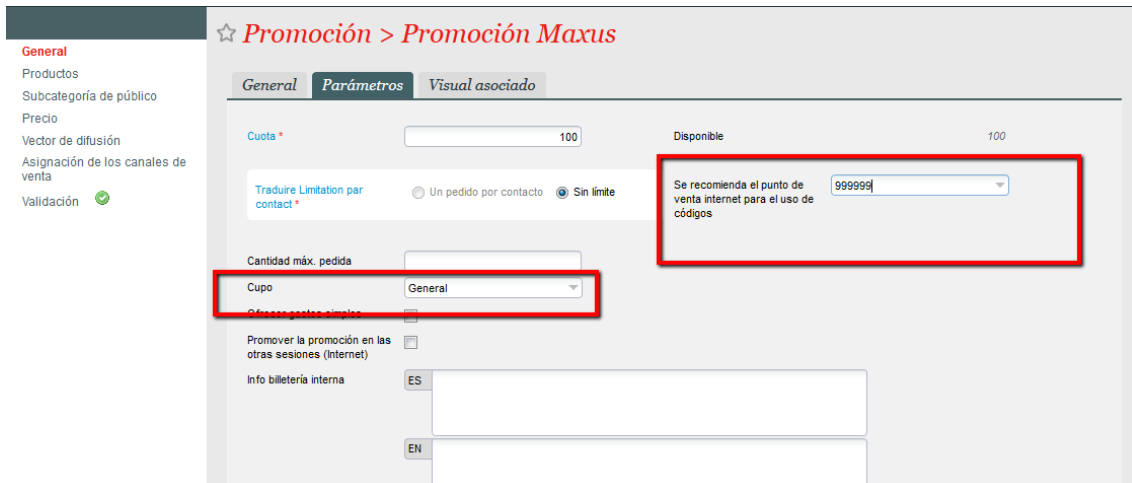


Figura 14. Selección del punto de venta y del cupo en la configuración de la promoción.

Finalmente, vamos al menú de validación, validamos y cerramos la ventana emergente. Una vez dentro del menú ponemos en funcionamiento la promoción.



Figura 15. Activación de la promoción en el menú general de promociones.

El último paso consiste en generar los códigos de un solo uso. Para ello es necesario tener acceso a la interfaz de taquilla. Si no tenemos acceso deberemos seguir el procedimiento que se explica a continuación. En primer lugar vamos a puestos físicos y pinchamos en “Nuevo”.



Figura 16. Menú principal de puestos físicos.

En la ventana emergente completamos la información. Lo habitual es usar como código y como nombre interno el nombre de usuario. Pinchamos en el botón detección de puesto para que se añada el código físico de nuestro puesto.

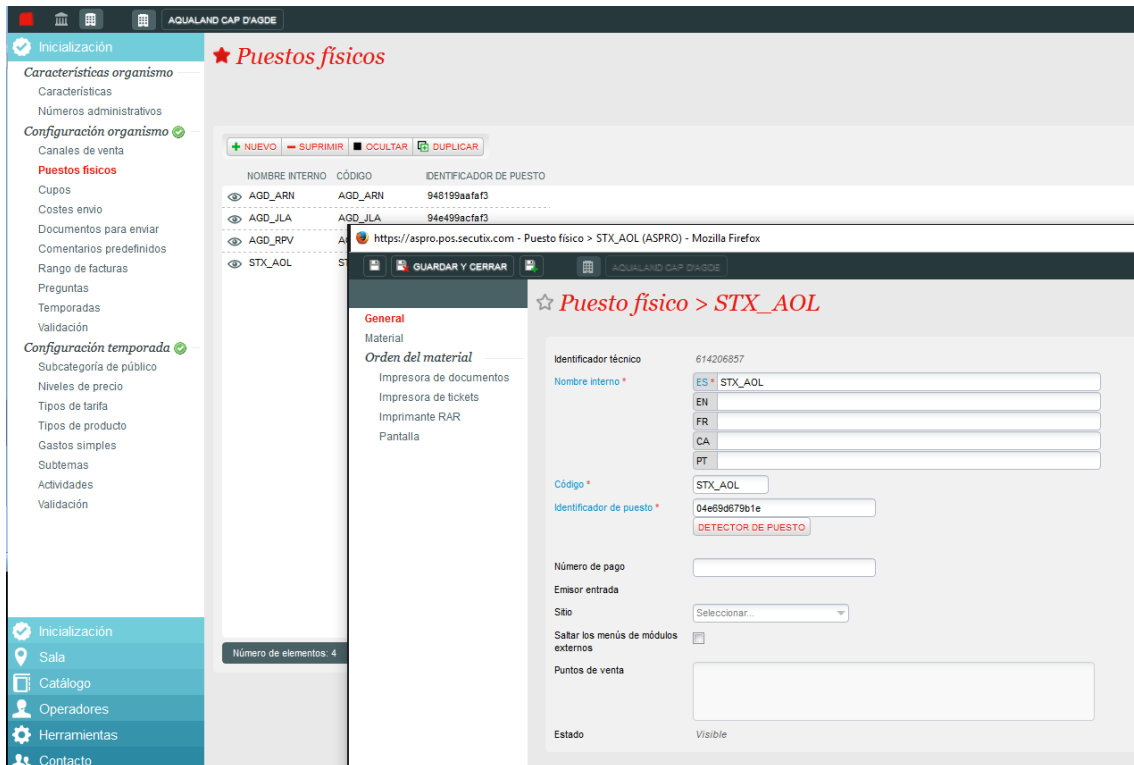


Figura 17. Detección de puesto físico.

Guardamos y cerramos. Seguidamente nos vamos a canales de venta y abrimos la configuración del canal de taquilla. Una vez dentro vamos al punto de venta y pinchamos en nuevo para crear un punto de venta para nuestro puesto físico.



Figura 18. Creación de punto de venta en el canal de taquilla.

En la ventana emergente completamos los datos (nombre interno, código y puesto físico). Si ya existe otro punto de venta en la institución para este punto físico el código deberá ser diferente. En la pestaña "Modo de pagos" añadimos todos los modos de pago disponibles. Guardamos y cerramos.



Figura 19. Configuración de características del punto de venta. Pestaña general.

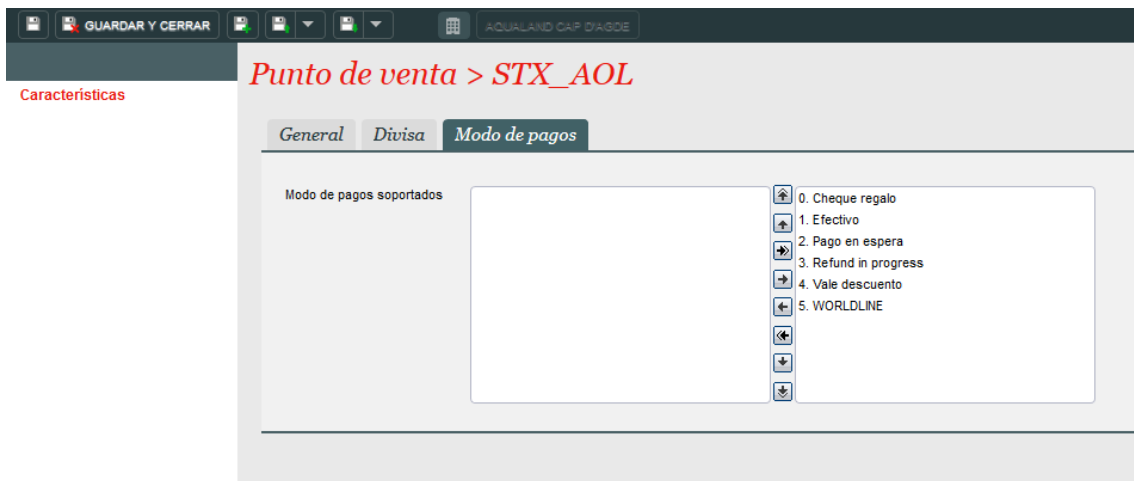


Figura 20. Configuración de características del punto de venta. Pestaña Modo de pagos.

En el menú de puntos de venta ponemos en funcionamiento (activar) el punto de venta creado.



Figura 21. Activación del punto de venta dentro del canal de venta taquilla.

El siguiente paso consiste en darle permisos de taquilla a nuestro operador en el organismo que estamos. Para ello debemos ir a operadores y crear un perfil de taquilla que tenga todas las opciones disponibles. Para ello vamos a Perfiles, “Nuevo”. En la ventana emergente seleccionamos “Contexto: Canal de venta”.

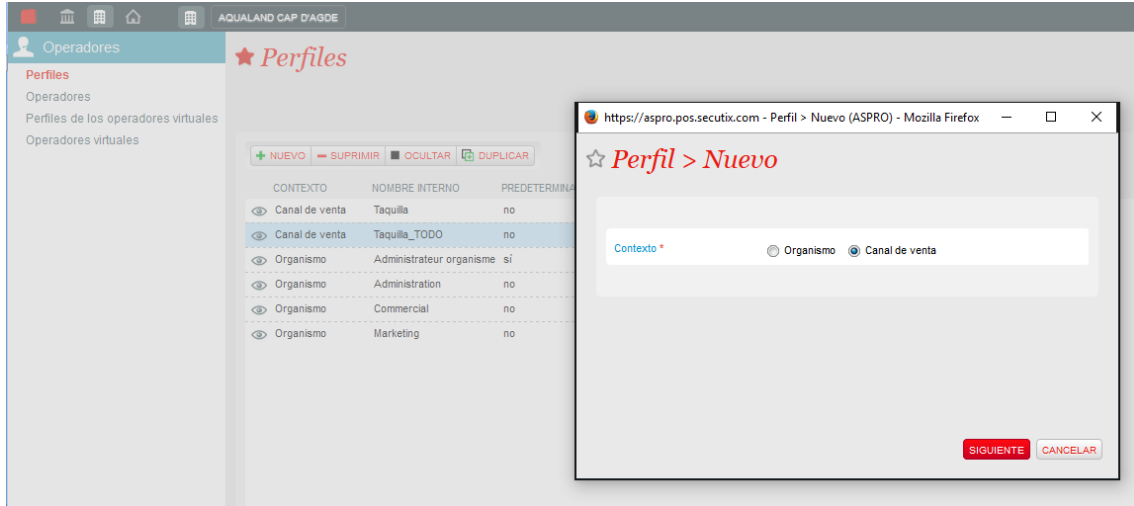


Figura 22. Creación de un nuevo perfil de usuario de tipo canal de venta.

Continuamos y rellenamos los datos tal y como se ve a continuación.



Figura 23. Configuración de un nuevo perfil de usuario. Pestaña General.

Después pasamos a privilegios y vamos añadiendo todos los permisos para todos los menús tal y como se ve en las siguientes imágenes.

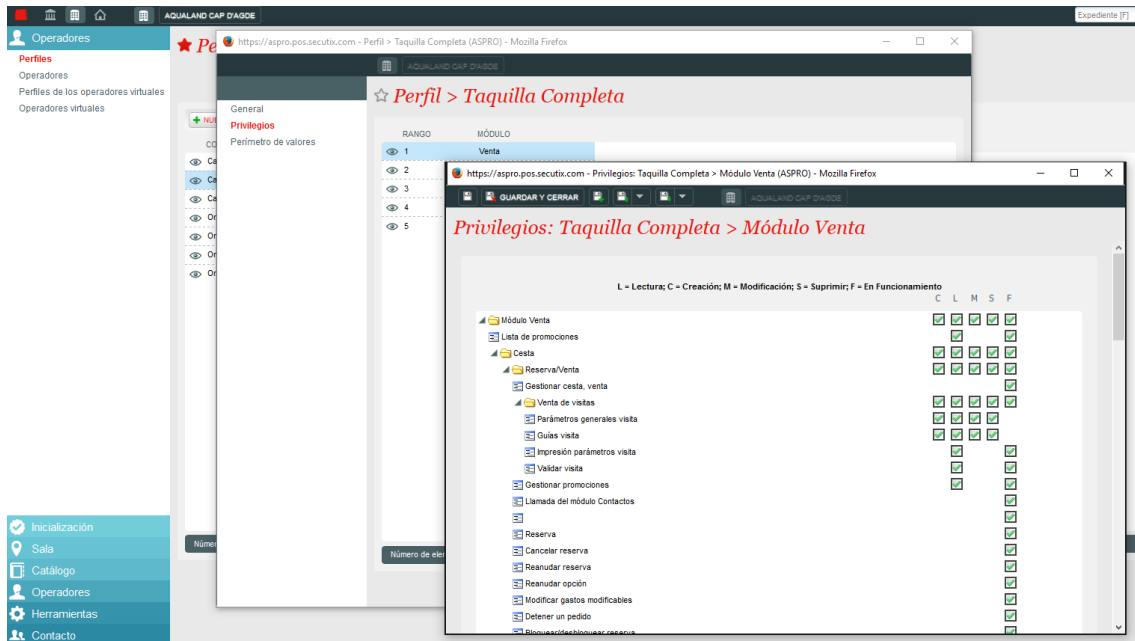


Figura 24. Configuración de privilegios. Módulo de venta.



Figura 25. Configuración de privilegios. Módulo de ventas rápidas.

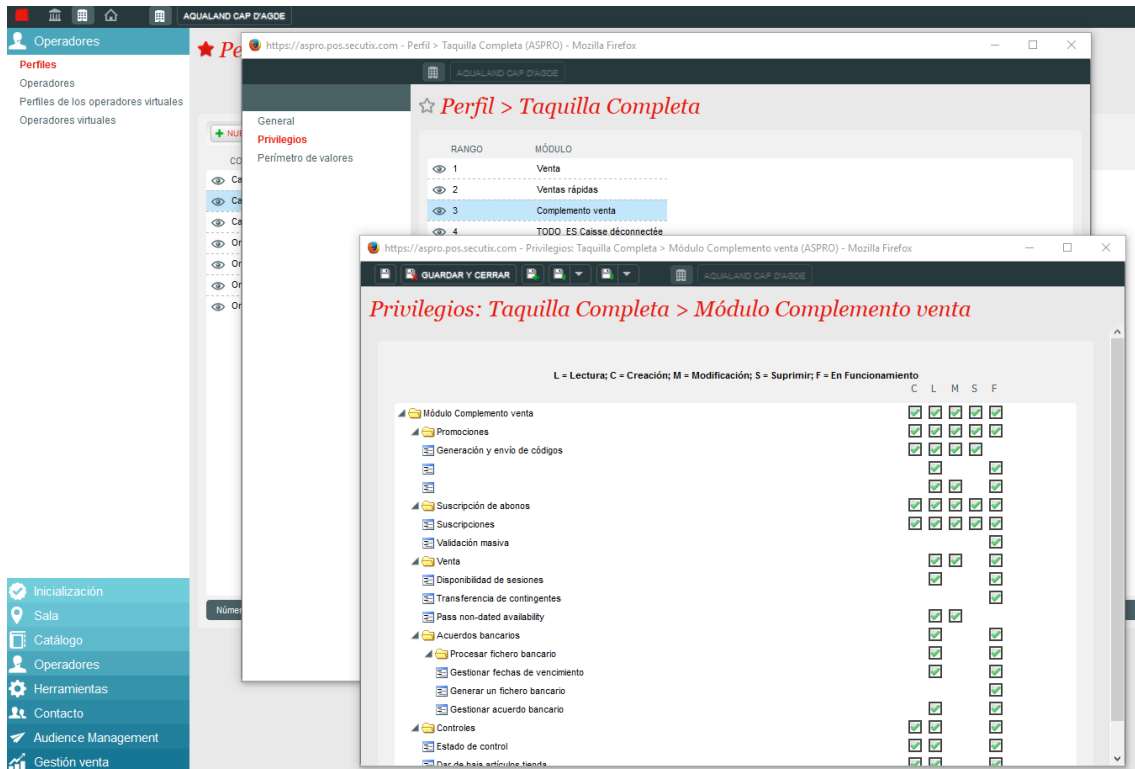


Figura 26. Configuración de privilegios. Módulo complemento de venta.

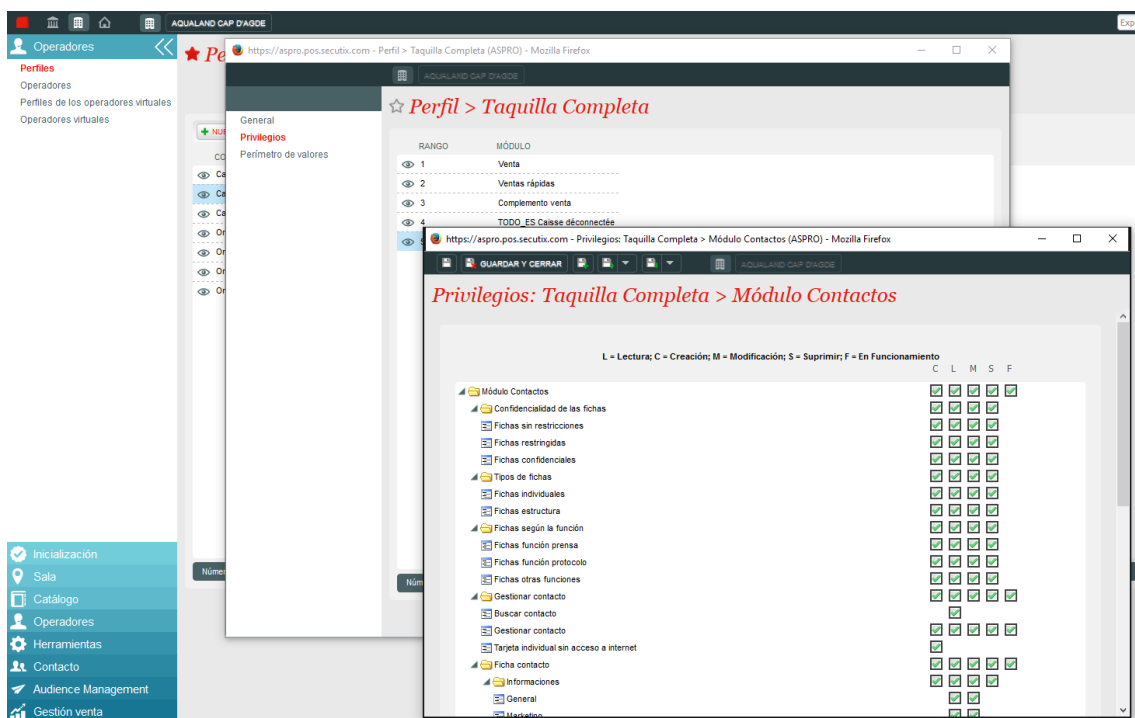


Figura 27. Configuración de privilegios. Módulo Contactos.

Una vez creado el perfil, debemos asignárselo a nuestro usuario. Para ello vamos a operadores, abrimos nuestro usuario y en funciones pinchamos en “Nuevo”.

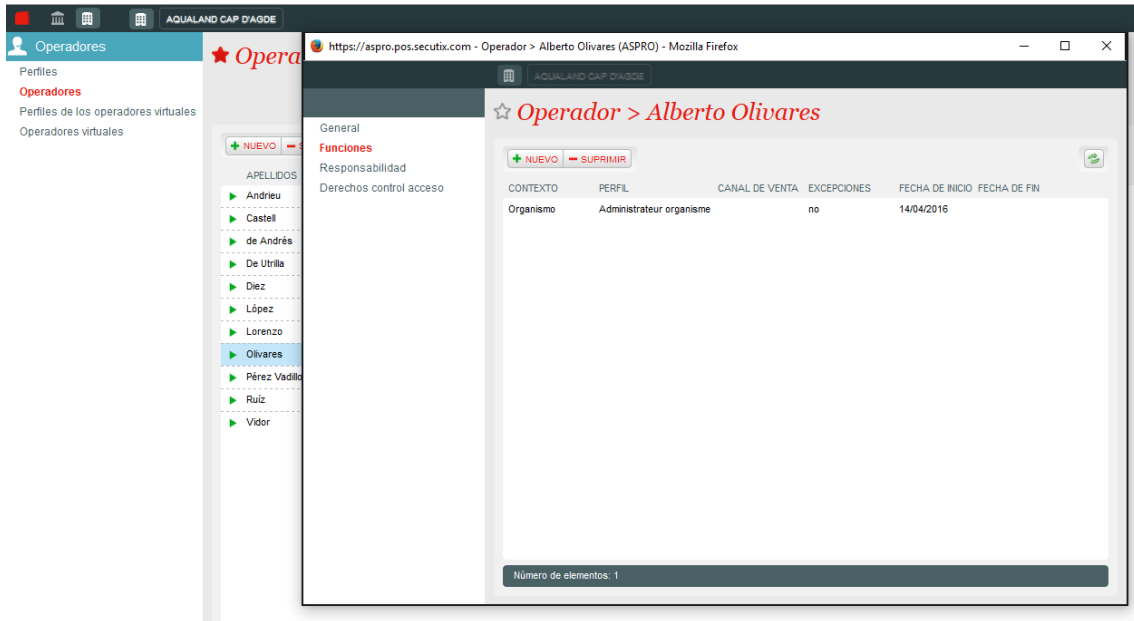


Figura 28. Configuración de permisos del operador.

Seleccionamos la configuración tal y como se ve a continuación.

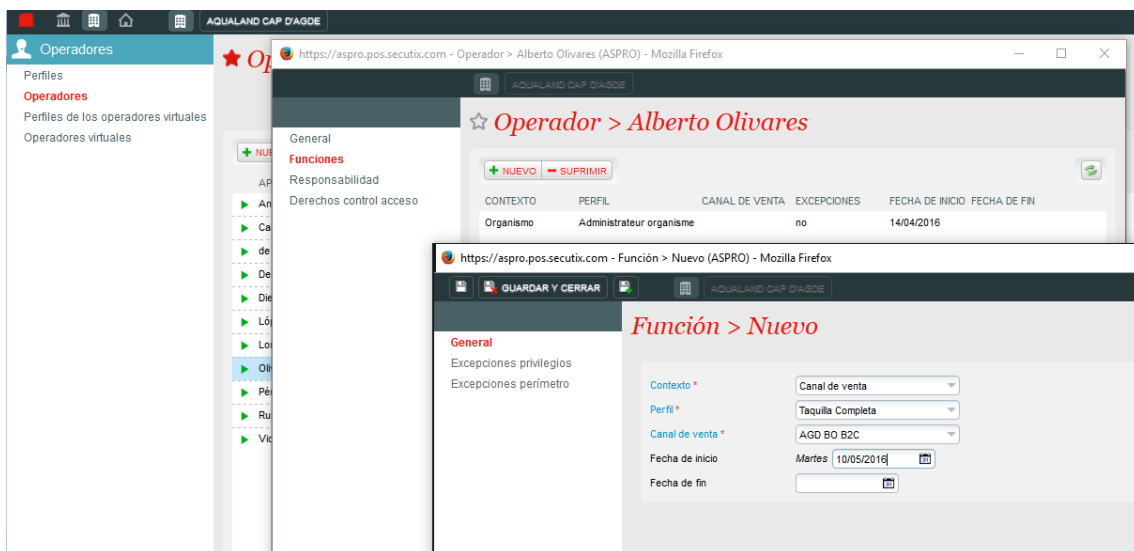


Figura 29. Añadir nueva función al operador.

Guardamos y cerramos y en este momento salimos de SecuTix y volvemos a conectar transcurridos unos 5 minutos. Al volver a entrar, si todo se ha hecho correctamente, deberemos tener un menú de “Complemento de venta” dentro de la interfaz de taquilla.

Dentro de “Complemento de venta” vamos a “Generación y envío de códigos”. Pinchamos en Contacto y en la ventana emergente escribimos el nombre de una estructura que hayamos credo en la cual haya un usuario asociado con nuestro correo electrónico. Seguidamente, le damos a buscar, pinchamos en el nombre de la estructura deseada y le damos a utilizar contacto.



Figura 30. Pantalla de generación y envío de códigos dentro de la interfaz de taquilla.

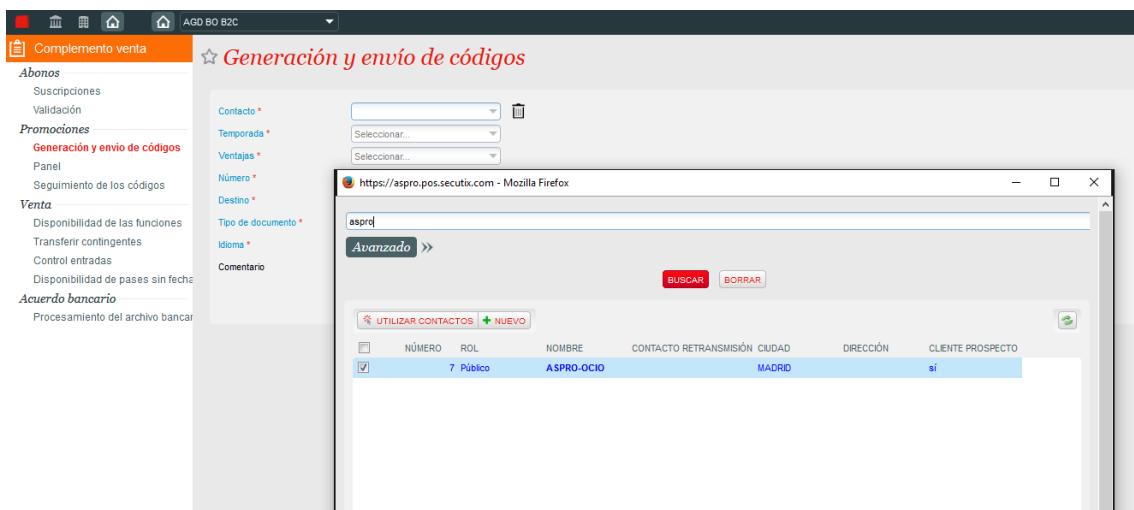


Figura 31. Selección de estructura a cuyo contacto se enviarán los códigos generados.

Seguidamente se completarán de manera automática algunos campos. El resto de campos a completar son, el número de códigos que se desea generar y el destino al que se enviarán los códigos.

En caso de que no se autocomplete el campo “Tipo de documento” deberemos de crear un documento de tipo “Lista de códigos dentro del email”. Para ello vamos, dentro del contexto institución, a “Inicialización → Tipos de documento”, pinchamos en “+Nuevo” y en la ventana emergente, dentro del submenú “Características” seleccionamos como Clase de documento “Lista de códigos dentro del email”. Completamos el resto de campos, guardamos y vamos a “Plantillas de documento”. Una vez ahí, pinchamos en “+Nuevo”, seleccionamos “Xdoc” como tipo de documento y en la siguiente plantilla elegimos “Correo electrónico” en el campo “Formato”. Escribimos el nombre público del archivo que deseemos y guardamos y cerramos.



Figura 32. Pantalla de generación y envío de códigos con datos completos.

Una vez listo pinchamos en generar y los códigos se enviarán al correo electrónico.