

1. SecuTix Audience Management (SAM)

Mediante SAM podremos realizar campañas segmentadas de envío masivo de emails personalizados, así como campañas de seguimiento de enlaces. A continuación describiremos los distintos módulos que lo componen.

1.1. Creación de plantillas de correo electrónico

Desde SAM tenemos la posibilidad de crear plantillas de correo electrónico personalizadas. Las plantillas son creadas y/o editadas desde una herramienta de edición de tipo WYSIWYG (What you see is what you get) en la que disponemos de las herramientas clásicas de un editor de texto así como de la posibilidad de introducir código HTML.

Para crear una plantilla iremos a “Organismo → Audience Management → Plantillas de email”.



Figura 1. Menú principal del editor de plantillas de correo electrónico.

Seguidamente, pinchamos en “+ Nuevo” y vamos completando los datos que se solicitan:

- *¿Qué tipo de plantilla de mensaje deseas crear?* Tenemos tres opciones: i) correo electrónico básico, ii) E-mail de comercio electrónico y iii) Boletín de correo electrónico. La selección que hagamos no tiene ninguna trascendencia sobre el funcionamiento de la misma ni sobre las opciones que se mostrarán en los siguientes pasos. Este es un parámetro informativo para clasificar la plantilla que se va a crear.
- *¿Cuál es el idioma de tu plantilla de mensaje?* Tenemos 5 opciones: Catalán, Español, Francés, Inglés y Portugués. Esta elección sí tiene trascendencia ya que determinará el idioma en el que se mostrarán los enlaces para visualizar el correo en navegador web y para borrarse de la lista de suscripción que se adjuntan al principio y al final de la plantilla de correo, respectivamente.

En la siguiente ventana veremos el editor de plantillas junto con los siguientes campos a rellenar:

- Nombre interno: Nombre interno en el back-office de SecuTix para identificar a la plantilla. Por ejemplo: “Plantilla campaña navidad 2016”.

- Código: Código interno en el back-office de SecuTix para identificar a la plantilla. Por ejemplo “Navi2016”. Está limitado a 8 caracteres.
- Desde la dirección: Dirección de correo electrónico remitente. Es importante dar permisos en el DNS para que SecuTix pueda enviar correos electrónicos en el nombre de la dirección que se indique en este campo.
- Dirección de respuesta: Dirección a la que se envía una hipotética respuesta.
- Asunto: Asunto del correo electrónico que se enviará a los contactos.

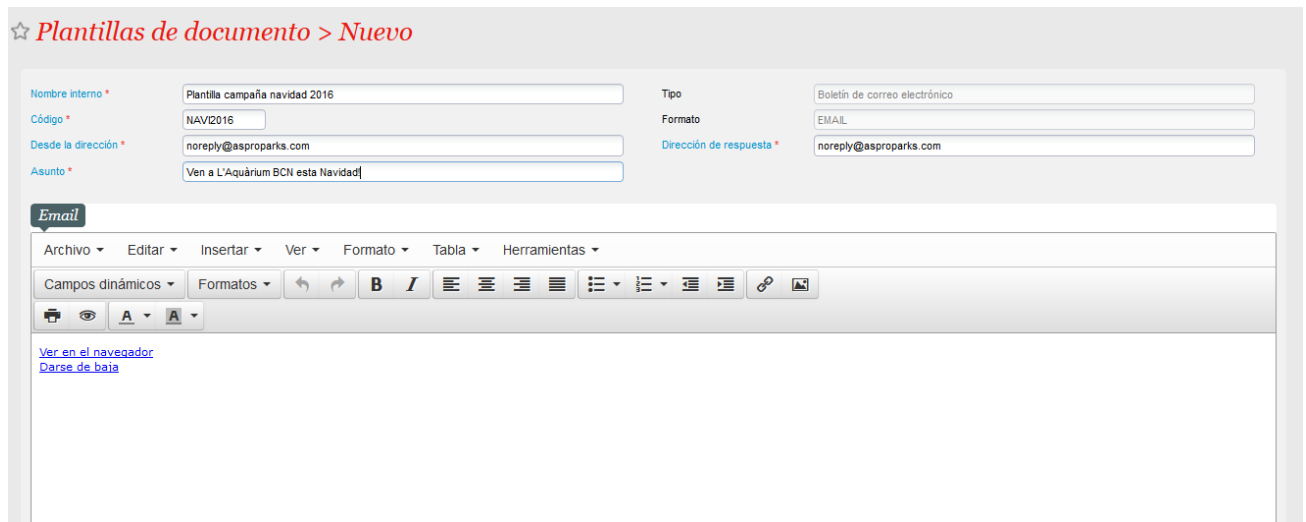



Figura 2. Edición de una nueva plantilla de correo electrónico.

Como hemos comentado anteriormente, el editor permite insertar texto, imágenes, enlaces, anclas, tablas y darles formato. Existe también la opción de incluir código HTML para plantillas más ricas en contenido y en apariencia. Por otro lado, podemos insertar campos dinámicos que se completarán automáticamente con los datos de contacto del cliente, tales como el nombre, apellido, email, número de contacto y razón social.

Asimismo podemos ver cómo se han añadido los enlaces para darse de baja y ver el correo en el navegador. Aunque borremos estos enlaces se incluirán siempre de manera automática. Se recomienda su inclusión en el contenido de la plantilla que se desarrolle de manera que queden integrados con la apariencia de la misma.

En cualquier momento podemos previsualizar la plantilla sin más que pinchar sobre el icono  en la barra de herramientas del editor.

Una vez finalizada la plantilla la guardamos y la cerramos y esta quedará añadida a la lista de plantillas del menú principal de forma que podremos volver a entrar siempre que lo deseemos para editarla. Si lo deseamos podemos enviar un correo de prueba para comprobar la plantilla creada. Para ello pinchamos en la plantilla y seguidamente en “Enviar prueba de Email”. En la ventana emergente seleccionamos el contacto al que queremos enviarle el mail de prueba y el punto de venta al que va asociada la promoción / mensaje. Para rastrear sus campañas, SAM necesita asociarlas a un punto de venta y también lo necesita para el enlace de baja de inscripción ya que el contacto será redirigido a una página de baja de inscripción de un punto de venta. Si

cuentan con varios puntos de venta, es práctico saber a cuál será dirigido el contacto en caso de baja.



Figura 3. Selección de contacto destinatario de correo de prueba y punto de venta asociado.

Una vez creada la plantilla del correo electrónico que deseamos enviar, pasamos al segundo paso: la selección de los contactos destinatarios.

1.2. Creación de Objetivos

SAM dispone de una potente herramienta de segmentación de contactos de la base de datos en función de una infinidad de criterios. Para crear un objetivo, que no es sino una lista de correos electrónicos que comparten uno o varios criterios de selección, vamos a “Organismo → Audience Management → Objetivos”. Aquí veremos el menú principal con la lista de los objetivos ya creados (si los hubiese).

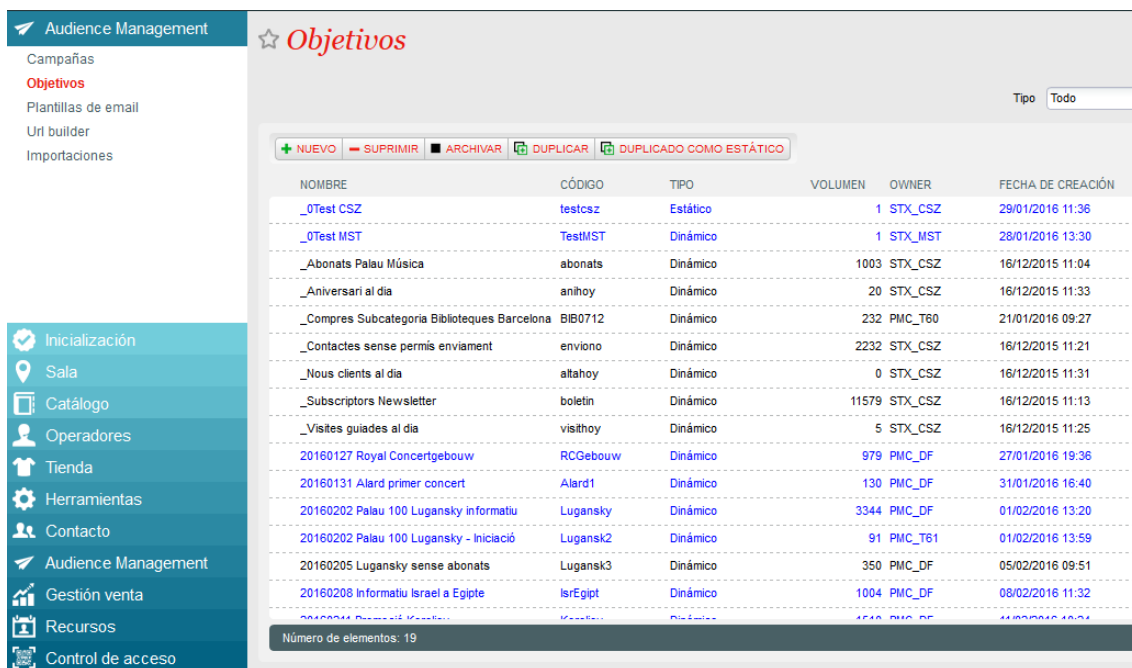


Figura 4. Menú principal de objetivos.

Una vez dentro pinchamos en “+ Nuevo” y vamos completando los campos que se solicitan.

En primer lugar deberemos indicar el tipo de objetivo de entre las dos posibilidades:

- *Dinámico*: se va actualizando con los nuevos contactos y con los nuevos datos de cada contacto. Por ejemplo, creamos un objetivo en el que se seleccionan los contactos cuyo cumpleaños es hoy. Dicho objetivo se irá actualizando automáticamente con los nuevos contactos que se den de alta en el sistema. Otro ejemplo es un objetivo que seleccione aquellos contactos que van a acudir a un espectáculo para el que faltan 24 horas y que todavía no han impreso su entrada.
- *Estático*: objetivo que toma una “instantánea” del estado actual de la base de datos y que no se actualizará con las posteriores modificaciones que haya en la misma. Por ejemplo: queremos enviar una información puntual a todos los contactos de la base de datos. Típicamente este tipo de objetivos se realizan para campañas de envío puntuales.

Seguidamente deberemos indicar el modo que utilizaremos para crear el objetivo. Igualmente poseemos dos opciones:

- *Utilizar SECUTIX QUERY ENGINE*: Seleccionaremos esta opción para utilizar el motor de selección de contactos de SecuTix. Este motor, como veremos más adelante permite la selección de contactos usando una interfaz gráfica en la que iremos construyendo las distintas condiciones lógicas en forma de frases. Si marcamos esta opción deberemos especificar si la búsqueda de contactos la realizaremos sobre personas o estructuras (empresas). Se recomienda el uso de esta opción si no se poseen conocimientos sobre lenguaje SQL de gestión de base de datos.
- *Utilizar consulta SQL SecuTix*: Permite ejecutar una consulta SQL en la base de datos de contactos. Su utilización se recomienda en caso de tener conocimientos técnicos y desear realizar una consulta más compleja de las que se ofrecen en el SecuTix Query Engine.

En este manual explicaremos únicamente la opción de creación de objetivos mediante el SecuTix Query Engine.

Tras la selección inicial llegamos a una pantalla en la que veremos el campo de creación de consulta precedido de los campos para determinar los parámetros de destino. En particular:

- **Nombre**: Nombre interno en el back-office de SecuTix para identificar el objetivo. Por ejemplo “Contactos cuyo cumpleaños es hoy”.
- **Código**: Código interno en el back-office de SecuTix para identificar el objetivo. Por ejemplo “CumpleHoy”.
- **Descripción**: En caso de realizar un objetivo más complejo podemos incluir una descripción para explicar el objetivo. Por ejemplo “Contactos cuyo cumpleaños es hoy, que viven en España y que han comprado un producto en el último mes”.

Una vez rellenos estos datos pasamos a la creación de las condiciones lógicas de selección de contactos. Para ello usaremos el Secutix Query Engine.



En primer lugar vemos que hay un cuadro en el que iremos añadiendo las condiciones. En este cuadro se incluye siempre por defecto la siguiente frase:

“Seleccionar los registros en los que **todas (+/y)** las siguientes condiciones se aplican

Persona tipo es igual a Individual”

Esta frase está indicando la selección que hicimos al principio de la creación del objetivo que no es sino la creación de un objetivo sobre los contactos de tipo “Individual (personas)” y no de tipo “Estructura (empresas)”. Por lo tanto, todas las condiciones que se incluyan a continuación se aplicarán únicamente sobre los contactos de tipo persona.

Partimos al principio, por tanto, de una selección global en la que están incluidos todos los contactos de la base de datos de tipo persona. Para ir refinando y concretando la selección deberemos añadir condiciones lógicas y para ello disponemos de dos botones:

-  Añadir grupo de condiciones. Las condiciones están agrupadas en distintos grupos. Al principio de cada grupo se incluye una condición global para el resto de condiciones que se vayan añadiendo al grupo. Esta condición global puede ser de 4 tipos diferentes:
 - Todas (+/y): Añade contactos que cumplan todas las condiciones que se listen.
 - Al menos una (+/o): Añade contactos que cumplan al menos una de las condiciones que se listen.
 - Al menos no una (-/o): Elimina contactos que no cumplan alguna de las condiciones que se listen.
 - Ninguna (-/y): Elimina contactos que no cumplan ninguna de las condiciones que se listen.
-  Añadir condiciones dentro del grupo actual de condiciones. Una vez especificada la condición general del grupo pasamos a indicar las condiciones específicas. Tenemos una gran variedad de opciones ordenadas por categorías que pasamos a describir a continuación:
 - *Predefinida*: Son condiciones ya construidas de forma predefinida que han sido identificadas por SecuTix como de uso común entre sus clientes. Algunos ejemplos son: “El contacto no ha impreso su entrada print@home para”, “El contacto es miembro de”, “El contacto es abonado de”, “El contacto utilizó una promoción”, “El contacto ha comprado más de”, etc.
 - *Persona*: Datos generales del contacto tales como sexo, nombre, apellido, email, edad, número de contacto, número de teléfono, rol, fecha de nacimiento, fecha de creación, función, tipo de minusvalía, idioma, etc.
 - *Estructura*: Datos generales del contacto de tipo estructura tales como razón social, colectividad, estatus legal, teléfono, sitio web, tipo de estructura, etc.

- *Dirección:* Datos sobre la dirección del contacto tales como país, código postal, ciudad, teléfono, fax, región, etc.
- *Autorización de contacto:* Autorizaciones de comunicación marcadas por el contacto. Este campo es muy importante ya que es recomendable incluirlo siempre al principio de cada objetivo de forma que sólo seleccionemos contactos que hayan dado su aprobación para recibir correos electrónicos. Para ello incluimos esta condición y marcamos: “Autorización de contacto Nombre es Aceptar comunicación de la institución y el valor es Verdadero para la organización (seleccionamos organismo)”.
- *Indicadores:* Datos calculados automáticamente por SecuTix en función del comportamiento y del consumo de los contactos.
- *Criterios de contacto:* Campos personalizados que pueden ser añadidos a la ficha de contacto.
- *Historial de venta:* Información sobre el historial de venta del contacto tales como tipo de venta, temporada, fecha de creación, canal de venta, tipo de promoción objetivo, código de acceso a promoción, campaña, etc.
- *Familia del producto:* Información sobre la familia de los productos adquiridos por el contacto tales como el tipo de familia o el subtipo de familia.
- *Tarificación:* Información sobre la tarificación de los productos adquiridos por el contacto tales como la subcategoría de público la categoría principal, la temporada, etc.
- *Eventos:* Información sobre eventos programados en el back-office de SecuTix o que estén en el historial de compra del contacto. Posibilidades: Nombre, sesión, hora de inicio de sesión y actividad.
- *Abonos:* Información sobre los abonos tales como nombre, tipo de precio, etc.
- *Servicio:* Información sobre los servicios configurados en el back-office de SecuTix.
- *Paquete:* Información sobre los paquetes configurados en el back-office de SecuTix.
- *Pase con fecha:* Información sobre los pases con fecha configurados en el back-office de SecuTix.
- *Pases sin fecha:* Información sobre los pases sin fecha configurados en el back-office de SecuTix.
- *Pases con fecha y hora:* Información sobre los pases con fecha y hora configurados en el back-office de SecuTix.
- *Cheque regalo:* Información sobre los cheques regalo configurados en el back-office de SecuTix.
- *Detalles del pago:* Información sobre el pago tal como el modo de pago, la fecha de validez, la fecha de referencia, el estado del pago, el tipo de tarjeta, el tipo de pago, la ID del pedido, el estado del pedido y el tipo de familia.
- *Envíos:* Información sobre los envíos tal como el modo de envío, el estado, la fecha, email, fecha de inicio de campaña, etc.

- *Entradas:* Información sobre las entradas tal como el tipo de ticket, estado del ticket, fecha de impresión, causa de cancelación, etc.

Combinando todos estos campos disponibles en forma de condiciones podremos ir construyendo filtros para segmentar la base de datos de contactos según nuestras necesidades. A continuación se incluyen una serie de ejemplos para ayudar a entender la sintaxis del SecuTix Query Engine.

Ejemplo 1: Selección de contactos que tienen su residencia en España o Portugal.

Crear tu consulta

Condiciones

Seleccionar los registros en los que todas (+y) las siguientes condiciones se aplican + (+)

Persona Tipo es igual a Individual

y al menos una de (+o) of the following apply + (+)

Dirección País es igual a España ○ ×

o Dirección País es igual a Portugal ○ ×

Ejemplo 2: Selección de contactos creados a través del Ticketshop B2C este mes.

Crear tu consulta

Condiciones

Seleccionar los registros en los que todas (+y) las siguientes condiciones se aplican + (+)

Persona Tipo es igual a Individual

y Persona E-Mail 1 no es nulo

y Persona Tiene login está en la lista True

y Persona Fecha de creación dentro de este mes

y todas (+y) of the following apply + (+)

y Persona Creado desde es igual a I_INTERNET_B2C ○ ×

Ejemplo 3: Selección de contactos de OCEANWORLD cuyo cumpleaños es hoy.

Crear tu consulta

Condiciones

Seleccionar los registros en los que todas (+y) las siguientes condiciones se aplican + (+)

Persona Tipo es igual a Individual

y Autorización de contacto Nombre es Aceptar comunicación de la institución y el valor es Verdadero para la organización OCEANWORLD

y Persona Fecha de nacimiento is BirthdayToday ○ ×

Ejemplo 4: Selección de contactos que han compartido con asiduidad en Facebook sus compras en OCEANWORLD.

Crear tu consulta

Condiciones

Seleccionar los registros en los que todas (+y) las siguientes condiciones se aplican

Persona Tipo es igual a Individual

y Indicadores Nivel Influencia redes sociales (clicks) valor es Implicación redes sociales (compartir) > Comprometidos para la organización OCEANWORLD ○ ×

Ejemplo 5. Selección de contactos que han comprado algún producto en el Ticketshop de L'Aquàrium de Barcelona.

Crear tu consulta

Condiciones



Seleccionar los registros en los que todas (+/y) las siguientes condiciones se aplican

Persona Tipo es igual a Individual

y Historial de venta Tipo de venta es igual a Venta

y al menos una de (+/o) las siguientes condiciones se aplican

Historial de venta Canal de venta is equal to LAQ TS B2C

Para eliminar alguna de las condiciones pinchamos en el icono . Igualmente podemos pinchar en el icono  para ocultar alguna de las condiciones y poder ejecutar la consulta y ver el resultado.

Una vez finalizada la redacción de las condiciones pinchamos en el botón “Buscar” para realizar la búsqueda en la base de datos aplicando las condiciones. En el apartado de resultado de la consulta aparecerán los contactos que cumplen las condiciones. Una vez hayamos terminado la búsqueda, guardamos y cerramos y el objetivo estará completo. Recordamos que si es de tipo dinámico se irá actualizando en tiempo real, mientras que si es estático el resultado de la búsqueda obtenido será el resultado definitivo sobre dicho objetivo.

Tras crear la plantilla de correo y seleccionar los contactos destinatarios pasamos a la creación de la campaña.

1.3. Creación de campañas

Para crear una campaña vamos a “Organismo → Audience Management → Campañas”. En el menú principal podremos ver una lista con las distintas campañas creadas (si las hubiera) junto con un icono que indica el estado (detenida, archivada o en funcionamiento). En esta pantalla podremos ver también las ventas derivadas de cada campaña así como su tasa de conversión, el presupuesto, el resultado esperado el volumen de ventas y el retorno de la inversión. Igualmente, si pinchamos sobre una campaña y seguidamente pinchamos en “Información de la ejecución” veremos un listado con las ejecuciones de la campaña (fecha y hora de envíos de correos). Asimismo, si pinchamos en “Análisis de campaña” podremos ver un informe detallado de cada campaña.



Figura 5. Informe de campaña (1 de 2).

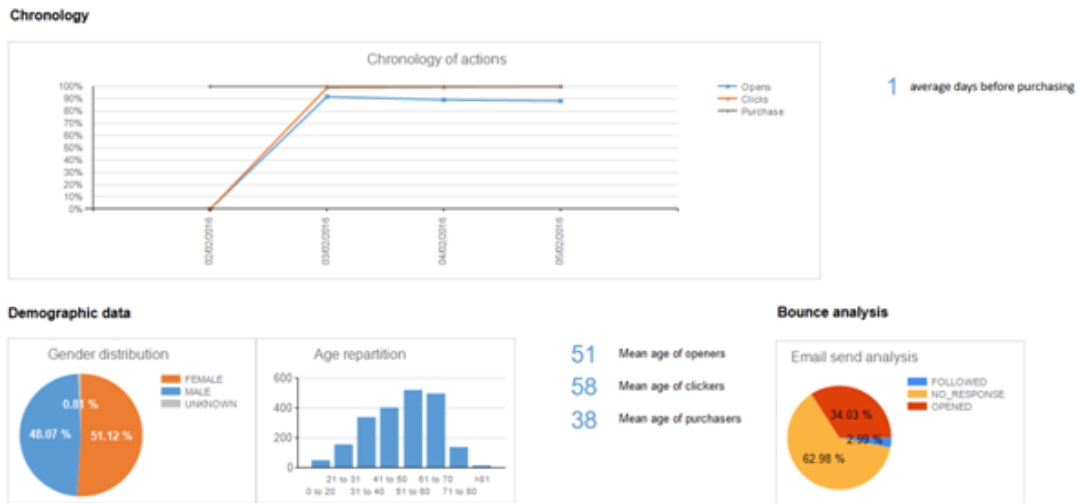


Figura 6. Informe de campaña (2 de 2).

El informe incluye información sobre el número de ventas, la fecha de las mismas, la tasa de rebote, el retorno de la inversión, perfil demográfico, etc.

Para crear una campaña nueva pinchamos en “+ Nuevo” y rellenamos los datos que se piden en la ventana emergente. En primer lugar deberemos responder a las siguientes preguntas:

- ¿Qué tipo de campañas quieres crear? Las opciones disponibles son información, promoción, fidelidad, prospección, alerta, asociación, encuesta, mejora del expediente de contacto, campo, otro. Al igual que con los tipos de plantilla la respuesta a esta pregunta no tiene implicación ninguna más allá que la clasificación de la misma.
- ¿En qué canal vas a comunicar? Email, Carta, Llamada de teléfono, SMS, Promoción o Enlace web. De entre estas opciones hay tres tipos básicos de campaña:
 - Email: Incluye información de campaña, objetivos y mensaje. Esta campaña realiza el envío masivo de una plantilla de email a un objetivo y monitoriza la tasa de rebote, las ventas, etc.
 - Carta, Llamada de teléfono, SMS o Promoción: Incluye sólo información de campaña y objetivos. Estas campañas necesitarán de medios externos a SecuTix para su ejecución (empresas de mailing físico, de envío de SMS, etc.).
 - Enlace web: Como veremos posteriormente, podemos generar enlaces únicos que son monitorizados y que instalan una cookie en el navegador del usuario. Creando una campaña de este tipo veremos cuántas personas hacen click en los enlaces y las compras que realicen en el ticketshop (si las realizaran).

☆ *Campaña > Nuevo*

Información de campaña | Objetivos | Mensaje

Parámetros de campaña

Nombre interno *	<input type="text" value="Campaña Navidad"/>	Temporada	<input type="text" value="Temporada OCEANWORLD 2015/2"/>
Código *	<input type="text" value="NAV16"/>	Tipo	<input type="text" value="Promoción"/>
Canal	<input type="text" value="Email"/>	Presupuesto	<input type="text"/>
Descripción	<input type="text"/>	Resultado esperado	<input type="text"/>
		Estado	<input type="text" value="Abrir"/>
		Punto de venta *	<input type="text" value="999999"/>

Seleccionar los productos asociados a esta campaña

+ AÑADIR PRODUCTO + AÑADIR PROMOCIÓN - SUPRIMIR

NOMBRE	TIPO	ASOCIADA A TODAS LAS SESIONES
Ningún elemento encontrado.		

Figura 7. Pantalla de configuración de la información de campaña.

Si seleccionamos una campaña en el canal email veremos que aparece una ventana emergente compuesta por tres pestañas:

- Información de campaña: Que incluye a su vez los siguientes campos:
 - Nombre interno: Nombre interno en el back-office de SecuTix para su identificación. Por ejemplo “Campaña de navidad 2016”.
 - Código: Código interno en el back-office de SecuTix para identificar la campaña. Por ejemplo “C_NAV16”.
 - Descripción: Descripción de la campaña. Por ejemplo, “Campaña de promoción de eventos de Navidad 2016”.
 - Punto de venta: Punto de venta al que está asociada la campaña. Es decir, ticketshop al que está asociado la campaña.

A título informativo también podremos asociar productos y promociones a dicha campaña usando los botones “+ Añadir producto” y “+ Añadir promoción”.

- Objetivos: en esta pestaña añadiremos los objetivos (segmentación de la base de datos) que hemos creado en los pasos anteriores. Para ello pinchamos en “+Nuevo” y seleccionamos el objetivo deseado de entre la lista de la ventana emergente.
- Mensaje: el último paso para configurar una campaña es añadir la plantilla de correo electrónico que hayamos creado. Adicionalmente añadiremos la dirección de remitente en el campo “De la dirección”.

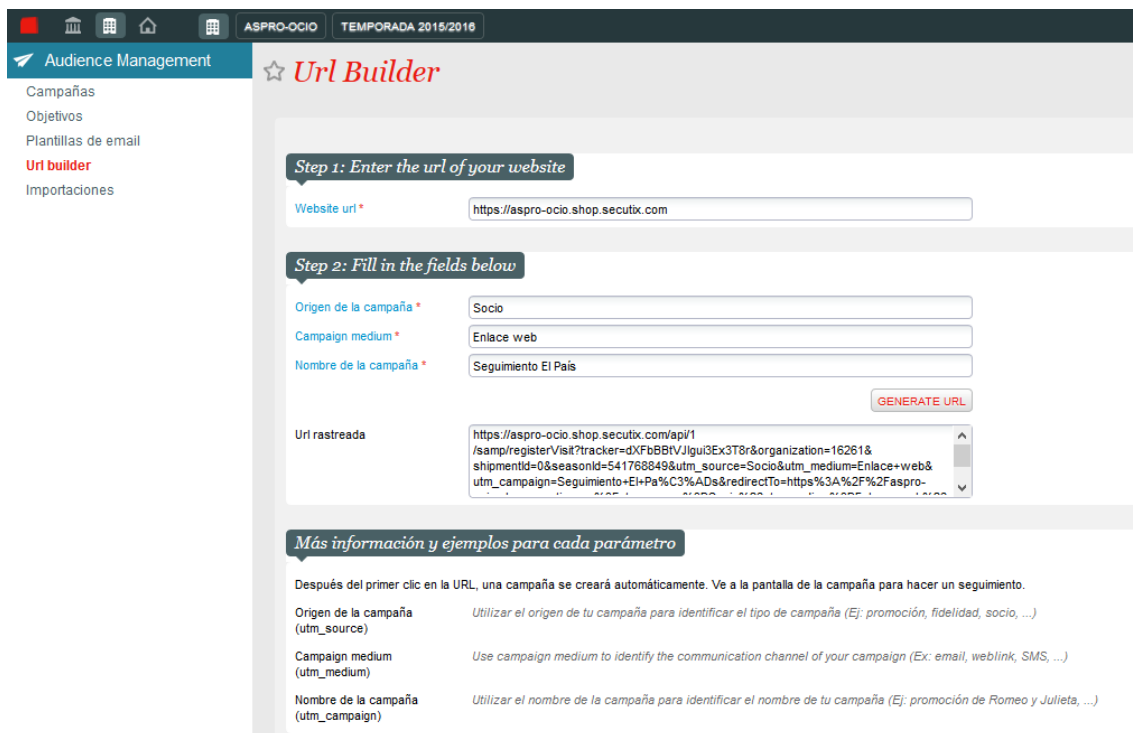
Una vez finalizada la configuración de la campaña podremos activarla desde la pantalla principal de Campañas. Para eso pinchamos en “Poner en funcionamiento/enviar”.

En el ejemplo anterior hemos visto como configurar una campaña de mailing. A continuación veremos cómo configurar una campaña de tracking sobre un enlace.

El primer paso consiste en generar el enlace que ha de ser rastreado. Para ello vamos al menú “Url builder”. Una vez dentro, hemos de rellenar los siguientes campos:

- Website url: La web a la que se irá cuando se haga clic en el enlace generado.
- Origen de la campaña: Utilizamos este campo para identificar el tipo de campaña (promoción, fidelidad, socio, etc.).
- Campaign medium: Utilizamos este campo para identificar el canal de comunicación de nuestra campaña. Podremos indicar email si el enlace irá en un email, SMS, enlace web, etc.
- Nombre de la campaña: El nombre deseado para la campaña de rastreo.

Finalmente pinchamos en el botón “Generate URL” para generar la URL que se pondrá en el correo electrónico, se dará a nuestro socio para que la ponga en un banner en su web o que se publicará en Facebook, por ejemplo.



Step 1: Enter the url of your website

Website uri *

Step 2: Fill in the fields below

Origen de la campaña *

Campaign medium *

Nombre de la campaña *

Uri rastreada

Más información y ejemplos para cada parámetro

Después del primer clic en la URL, una campaña se creará automáticamente. Ve a la pantalla de la campaña para hacer un seguimiento.

Origen de la campaña (utm_source) Utilizar el origen de tu campaña para identificar el tipo de campaña (Ej: promoción, fidelidad, socio, ...)

Campaign medium (utm_medium) Use campaign medium to identify the communication channel of your campaign (Ex: email, weblink, SMS, ...)

Nombre de la campaña (utm_campaign) Utilizar el nombre de la campaña para identificar el nombre de tu campaña (Ej: promoción de Romeo y Julieta, ...)

Copiamos la Url rastreada y volvemos al menú de “Campañas” para crear una campaña de tipo enlace web.

Para ello, hacemos click en “+Nuevo” en la pantalla principal de campañas. Seleccionamos el tipo de campaña que queremos realizar y en el campo “En qué canal vas a comunicar”, seleccionamos “Enlace a web”. En la ventana emergente completamos los distintos campos (nombre, código, enlace web, enlace a rastrear, etc.) y guardamos. En el momento en que pinchamos en “Poner en funcionamiento” se comenzarán a registrar los clics que se hagan en el enlace en cuestión.