

# Graffiti : moduł akcji promocyjnych

---

podręcznik użytkownika

**peguard sa**

ul. Janickiego 20

60-542 Poznań

tel. +48/ 061 843 42 66, 843 42 70, 847 12 46

**graffiti@peguard.pl**

**www.peguard.pl**

## **Spis treści**

Akcje promocyjne — zasady funkcjonowania	2
Parametry akcji promocyjnych	3
Wprowadzanie dokumentów sprzedaży	4
Wydawanie nagród	4
Praca wielooddziałowa	4
Zestawienia	4

# Akcje promocyjne — zasady funkcjonowania :

**Akcje promocyjne** tworzone są dla konkretnych, wyznaczonych przez Ciebie kontrahentów i indeksów i obowiązują w ustalonym okresie.

**Produkty promocyjne i nagrody** Do każdego indeksu możesz przyporządkować pewną ilość punktów, które można otrzymać podczas jego zakupu. Nagrodami są wskazane przez Ciebie indeksy (przycisk Nagrody), dla których określasz odpowiednią wartość punktową.

**Wykorzystanie punktów promocyjnych** Punkty promocyjne przyznawane są w momencie wystawienia faktury dla kontrahenta, który umieszczony jest na liście osób objętych promocją i pod warunkiem oczywiście, że na fakturze znajdują się produkty (indeksy) powiązane z tą samą promocją. Jednak jeżeli wprowadzając akcję promocyjną oznaczysz pole **Warunek: wszystkie płatności uregulowane**, samo wykorzystanie punktów będzie możliwe dopiero po zapłaceniu faktury.

**Ilości przyznawanych punktów** Przyznawana ilość punktów zależna jest przede wszystkim od liczby punktów odpowiadającej określonej ilości artykułu. Obie te wartości określa się przyporządkowując indeksy do promocji.

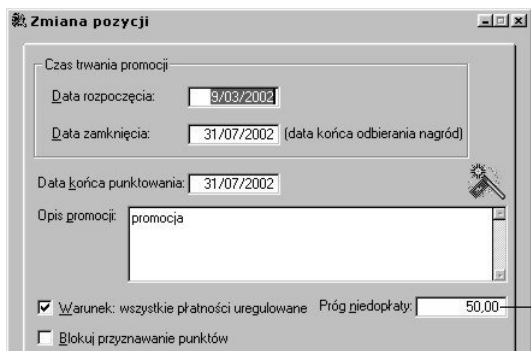
Ilości punktów mogą zmieniać się automatycznie w zależności od momentu trwania promocji. Pozwalają na to tabela **nagród i indeksów z wartością zmienną w czasie** (przycisk Indeksy w okresie) oraz funkcja **procentowej zmiany wartości** w danym okresie (przycisk Zmiana wartości — dotyczy wyłącznie indeksów). Ta ostatnia może być stosowana jednocześnie do większej ilości indeksów — możesz je zaznaczyć przez pojedyncze kliknięcia myszką z jednoczesnym przytrzymaniem klawisza CTRL.

Jednocześnie możliwe jest uzależnienie ilości przyznawanych punktów promocyjnych od **sposobu zapłaty** (przycisk Zwiększenia dla sp. płatności) oraz od **wielkości jej opóźnienia** (Tabela umniejszeń).

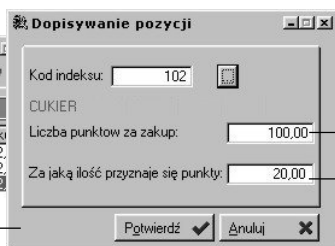
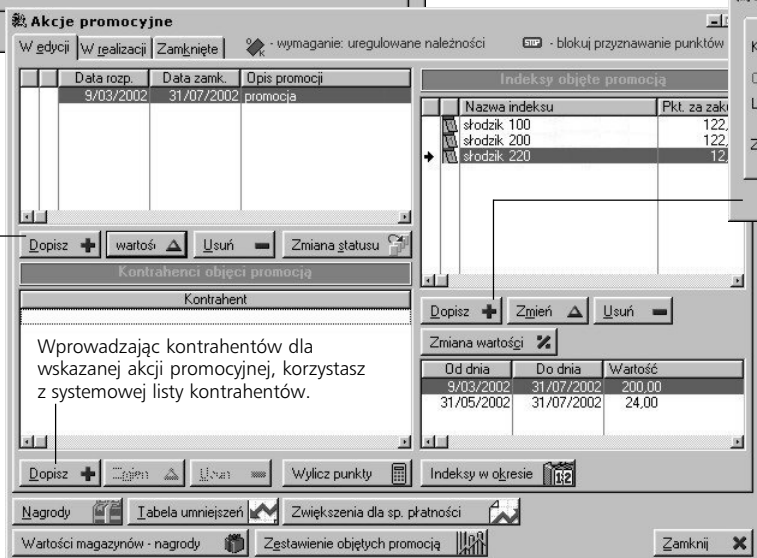
Aby uniknąć sytuacji, w których niewielkie niedopłaty blokują możliwość wykorzystania oferty promocyjnej, dostępna jest również funkcja ustalenia **progu niedopłaty**, poniżej którego faktura traktowana będzie jako zapłacona (okno dopisywania/zmiany akcji promocyjnej).



Żeby dotrzeć do opcji (okna) promocji wywołaj belkę przycisków Cennika (np. wciskając kombinację klawiszy CTRL+L) i wybierz przycisk Akcje promocyjne



Próg niedopłaty określa maksymalną wartość nie zapłaconej kwoty, która może zostać zignorowana przez System podczas sprawdzania, czy faktura została zapłacona (co jest realizowane w przypadku zaznaczenia pola: **Warunek: wszystkie płatności uregulowane**)



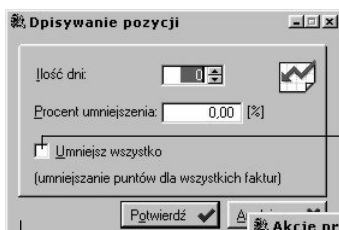
W tym przypadku, 100 punktów zostanie przyznanych za zakup 20 sztuk wskazanego artykułu. Jeżeli sprzedana zostanie inna ilość niż 20, System obliczy ile punktów należy się kontrahentowi.

Indeksy, które objęte zostaną promocją, wprowadzasz wybierając odpowiednie pozycje z wyświetlanej po użyciu przycisku Dopisz listy indeksów magazynowych, a następnie określając liczbę punktów za zakup i za jaką ilość będą one przyznawane. Jeżeli zaznaczysz więcej niż jeden indeks (pojedyncze kliknięcia myszki z jednoczesnym przytrzymaniem klawisza CTRL), okno, w którym określasz punktację indeksów będzie wyświetlało się automatycznie dla każdego towaru osobno (po zatwierdzeniu parametrów dla pierwszego produktu, natychmiast wywołane zostanie ponownie dla kolejnego itd.).

# Parametry akcji promocyjnych

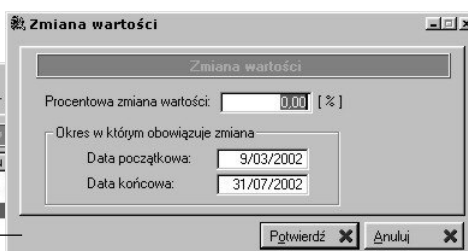
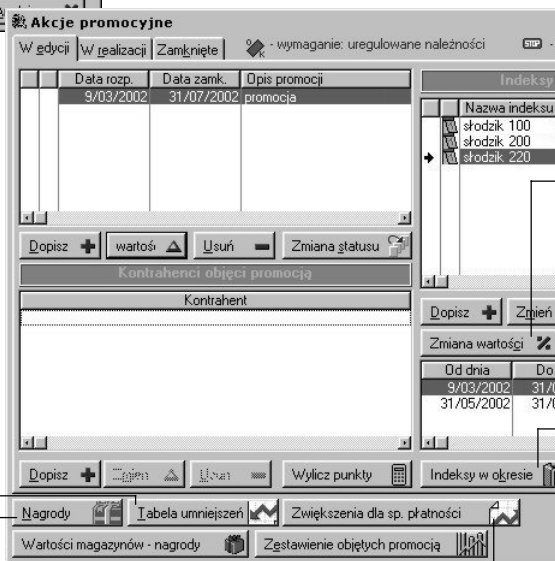
Na parametry związane z akcjami promocyjnymi, składają się w zasadzie dwie rzeczy:

- wyznaczanie objętych promocją kontrahentów i indeksów oraz funkcje określające ilości przyznawanych punktów — te ostatnie odnajdziesz na ilustracjach poniżej
- w Administracji Systemu: opcje definiowania magazynów (nagrody w zasadzie powinny znaleźć się w magazynach pozabilansowych) i dokumentów magazynowych (wydawanie nagród); informacji na ten temat musisz szukać w podręczniku Administracji Systemem



jeżeli zaznaczysz to pole, umniejszenie aktywne będzie dla wszystkich faktur kontrahenta (nawet gdy tylko jedna faktura przekroczy limit)

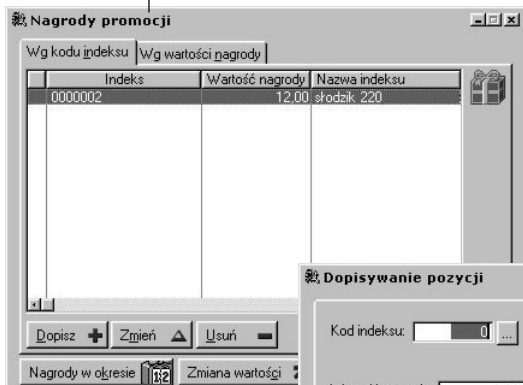
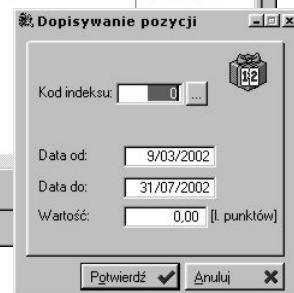
tabela umniejszeń pozwala określić o ile procent zmniejszy się ilość przyznanych punktów w przypadku przekroczenia ustalonej ilości dni zapłaty faktury



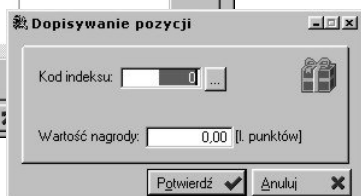
Procentowa zmiana wartości indeksów spowoduje także dopisanie nowych pozycji do tabeli indeksów z wartością zmienną w czasie (możliwa będzie wówczas ich modyfikacja).

ten przycisk pozwoli Ci zdefiniować tabelę nagród i indeksów z wartością zmienną w czasie

możesz określić o ile procent zmieniać się będą wartości punktowe przy zapłatach danym sposobem płatności



list nagród również tworzona jest na podstawie systemowego katalogu indeksów



## Wprowadzanie dokumentów sprzedaży

Podczas wystawiania faktury sprzedażowej System sprawdza, czy dla danego kontrahenta istnieje aktywna akcja promocyjna. Jeżeli zostanie ona odnaleziona, a w pozycjach dokumentu znajdzie się co najmniej jeden indeks, który objęty jest tą samą promocją, kontrahentowi przydzielona zostanie odpowiednia pula punktów, które będzie mógł wykorzystać po zapłaceniu faktury (o ile aktywna jest opcja warunku uregulowania wszystkich płatności). Jednocześnie z wydrukiem faktury, na drukarkę wysyłany jest kwit potwierdzający przyznanie punktów promocyjnych.

## Wydawanie nagród

Do rejestracji wydawania nagród trzeba wykorzystywać dokumenty o odpowiednim typie — służą do tego wszystkie te rodzaje dokumentów wydania magazynowego (Wz), które posiadają zaznaczone pole *Czy umożliwiać przyporządkowanie promocji do dokumentu?* (okno definiowania rodzaju dokumentu, karta Dane cd. 2). Pozwala to na korzystanie z procedur sprawdzających ilość punktów do wykorzystania dla konkretnych kontrahentów.

## Praca wielooddziałowa

W przypadku korzystania z Systemu w wielu oddziałach, informacje o promocjach i związanych z nimi parametrach dostarczane są z centrali do oddziałów razem z bazami statycznymi. Natomiast podczas importu danych z oddziałów, do centrali z kolei dostają się informacje dotyczące wystawianych w oddziałach faktur i dokumentów magazynowych. W konsekwencji w centrali znajdują się dane dotyczące promocji pochodzące tak z oddziałów jak i z samej centrali.

## Zestawienia

W oknie akcji promocyjnych znajdziesz dwa przyciski uruchamiające funkcje zbierania informacji o promocjach:

- Zestawienie objętych promocją — pozwala uzyskać informacje dotyczące kontrahentów objętych wybraną promocją, takie jak suma zdobytych przez kontrahentów punktów, punkty zapłacone, utracone, dokumenty związane z wydawanymi nagrodami oraz indeksy sprzedane w promocji. Mogą to być dane powiązane ze wszystkimi kontrahentami, określonym kontrahentem, grupą kontrahencką lub grupą rabatową
- Wartości magazynów – nagrody — pozwala uzyskać informację o tym jakie produkty promocyjne znajdują się w poszczególnych magazynach i jaka jest ich wartość punktowa