Программная система «М-АПТЕКА плюс»  
Модуль «Маркетинговые инициативы»

Руководство пользователя

Содержание

[Общая информация 2](#_Toc3201782)

[Назначение модуля 2](#_Toc3201783)

[Союз «Созвездие» 2](#_Toc3201784)

[Маркетинговые инициативы и варианты работы модуля 2](#_Toc3201785)

[Союз «Созвездие» 2](#_Toc3201786)

[Особенности реализации в программе «М-АПТЕКА плюс» 3](#_Toc3201787)

[Дополнительный функционал для работы с модулем 3](#_Toc3201788)

[Настройка работы модуля 4](#_Toc3201789)

[Союз «Созвездие» 4](#_Toc3201790)

[Код клиента в ФармЭталоне 4](#_Toc3201791)

[Закупка товара для перепродажи 4](#_Toc3201792)

[Ручная выгрузка данных 5](#_Toc3201793)

[Протокол выгрузки данных 8](#_Toc3201794)

[Настройка автозадач для модуля 9](#_Toc3201795)

[Союз «Созвездие» 9](#_Toc3201796)

[Рассылка таблиц привязки кодов по аптечной сети 11](#_Toc3201797)

[Союз «Созвездие» 11](#_Toc3201798)

[Работа с модулем 12](#_Toc3201799)

[Привязка к справочникам 12](#_Toc3201800)

[Союз «Созвездие» 12](#_Toc3201801)

[Описание видов маркетинговых инициатив 17](#_Toc3201802)

[Союз «Созвездие» 17](#_Toc3201803)

[Инициативы для управления закупками 17](#_Toc3201804)

[Обязательная матрица 17](#_Toc3201805)

[Рекомендованный товар 22](#_Toc3201806)

[Закупка 26](#_Toc3201807)

[Инициативы, отвечающие за мотивацию первостольников 30](#_Toc3201808)

[Товар дня 30](#_Toc3201809)

[УСТМ 34](#_Toc3201810)

[Дополнительная мотивация первостольника 38](#_Toc3201811)

[Инициативы, относящиеся к «дополнительным активностям» 42](#_Toc3201812)

[Бездефектурное наличие 42](#_Toc3201813)

[План по закупке 48](#_Toc3201814)

[План по закупке в суммах 54](#_Toc3201815)

[План по продаже 59](#_Toc3201816)

[План по продаже в суммах 63](#_Toc3201817)

# Общая информация

## Назначение модуля

### Союз «Созвездие»

Модуль **Маркетинговые инициативы** предназначен для обеспечения возможности использования в системе «М-АПТЕКА плюс» маркетинговых инициатив, при выполнении условий которых аптека будет получать от партнёра вознаграждение – «бонусы».

В настоящий момент в модуле реализована **маркетинговая инициатива** союза «**Созвездие**», поэтому возможности модуля будут рассматриваться именно на примере **маркетинговой инициативы** союза «**Созвездие**».

Смысл **маркетинговой инициативы** в том, что союз «Созвездие» заключает договор с аптекой и создаёт для неё управляющие **маркетинговые инициативы**. Аптека выполняет условия этих инициатив: обязуется закупать и продавать определённое количество промотируемых товаров (далее **промотоваров**), а также держать указанное их количество на остатках. За выполнение условий инициативы аптека получает от союза «Созвездие» денежное или иное вознаграждение (далее **бонусы**).

Модуль **Маркетинговые инициативы** не входит в стандартную поставку программы «М-АПТЕКА плюс» и приобретается дополнительно.

Модуль **Маркетинговые инициативы** может работать только в составе программы «М-АПТЕКА плюс» версии 2.28.2 и выше. Отдельно от программы «М-АПТЕКА плюс» модуль **Маркетинговые инициативы** не поставляется.

## Маркетинговые инициативы и варианты работы модуля

### Союз «Созвездие»

**Структура маркетинговых инициатив:**

Маркетинговая инициатива содержит в себе следующие данные:

* **Дата начала** и **Дата окончания** работы маркетинговой инициативы.
* **Статус** инициативы – инициатива может быть либо **активна**, либо **закрыта**.
* **Список подразделений** – список из одного или нескольких подразделений, в которых инициатива будет работать.
* **Список** **промотоваров**, каждый из которых содержит одну или более **номенклатур**. Для корректной работы модуля к этим номенклатурам должны быть привязаны товары аптеки.

**Примечание:** Если аптека состоит на поддержке ФармЭталона, то номенклатуры промотоваров будут автоматически привязаны к поддерживаемым ФармЭталоном товарам аптеки. Неподдерживаемые товары следует привязать вручную.

Автоматическая привязка товаров выполняется по коду ФЭ, если привязать не получилось, то производится попытка привязать по коду из учётной системы, если снова не получилось, то выполняется привязка по ЗШК.

**Внимание:** При повторном импорте инициативы могут быть изменены **Дата окончания**, **Статус**, **Список подразделений** и **Список номенклатур**.

**Виды маркетинговых инициатив:**

* [**Обязательная матрица**](#_Обязательная_матрица)
* [**Рекомендованный товар**](#_Рекомендованный_товар)
* [**Инициативы, отвечающие за мотивацию первостольников**](#_Инициативы,_отвечающие_за)
* [**Инициативы, относящиеся к «дополнительным активностям»**](#_Инициативы,_относящиеся_к)

Существуют два варианта работы модуля:

* 1. Можно использовать модуль в **отдельной аптеке**.
  + Аптека получает собственный **код клиента** ФармЭталона, используемый для обмена информацией с союзом «Созвездие».
  1. Можно использовать модуль в **сети аптек**.
  + В этом случае **код клиента** ФармЭталона выдаётся только офису и используется для всей аптечной сети. Модуль **Маркетинговые инициативы** необходимо установить во всех аптеках сети, а настройки будут производиться только в центральном офисе.

**Примечание:** Необходимо проверить, чтобы между офисом и подчинёнными подразделениями был настроен обмен данными.

## Особенности реализации в программе «М-АПТЕКА плюс»

### Дополнительный функционал для работы с модулем

После установки модуля **Маркетинговые инициативы** к штатному функционалу программы «М-АПТЕКА плюс» добавляются следующие возможности:

* В главном меню «М-АПТЕКА плюс», в разделе **Учёт товарных запасов** появляется новый подраздел **Маркетинговые инициативы**. Внутри данного подраздела расположен функционал **Список партнёрских программ**:



* В функционале [**Расписание автозадач**](Созвездие#_Союз_)появляются две новые автозадачи, обеспечивающие автоматическую загрузку и выгрузку данных, необходимых для работы модуля **Маркетинговые инициативы**:

1. **Импорт данных из ФармЭталона** – в автоматическом режиме по заданному правилу (каждые полчаса) импортирует данные по маркетинговым инициативам.
2. **Отправка данных в партнёрскую программу Созвездие** – в автоматическом режиме по заданному правилу (раз в день) отсылает данные о движении товаров в союз «Созвездие».

* В конфигураторе автозадачи **Экспорт изменений дополнительных справочников** появляется дополнительная строка **Список товаров партнерских программ**, позволяющая экспортировать из офиса в аптеки данные модуля **ПП**.
* В функционале **Торговый терминал**, **Наличие в подразделении** будет подсвечиваться жёлтым цветом **наименование** и **номер партии** у привязанных товарных позиций, участвующих в маркетинговой инициативе **План по продаже** и **План по продаже в суммах**, при условии, что инициатива имеет статус Активная. Подробнее см. в отдельных описаниях маркетинговых инициатив **План по продаже** и **План по продаже в суммах**.

# Настройка работы модуля

## Союз «Созвездие»

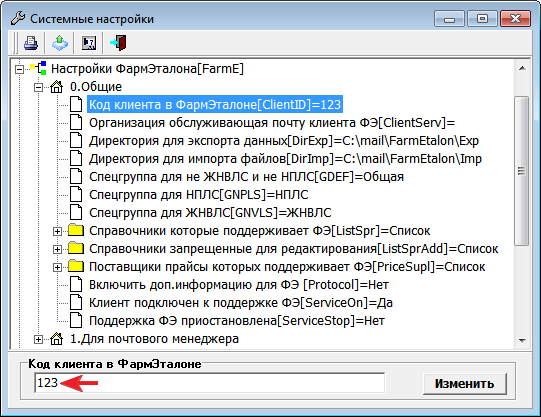
### Код клиента в ФармЭталоне

После заключения договора с союзом «Созвездие», аптеке предоставляется уникальный код клиента в ФармЭталоне. По этому коду производится обмен информацией с союзом «Созвездие»: принимаются маркетинговые инициативы и выгружаются данные по движению товара аптеки.

**Примечание:** Код предоставляется даже в том случае, если аптека не находится на поддержке ФармЭталона.

Этот код необходимо ввести в системной настройке **Код клиента в ФармЭталоне [ClientID]**, расположенной по адресу:

**Администратор системы 🡪 Настройки системы 🡪 Системные настройки 🡪 Настройки ФармЭталона [FarmE] 🡪 Общие 🡪 Код клиента в ФармЭталоне**



Нажать на кнопку **Изменить**, чтобы сохранить внесённые изменения.

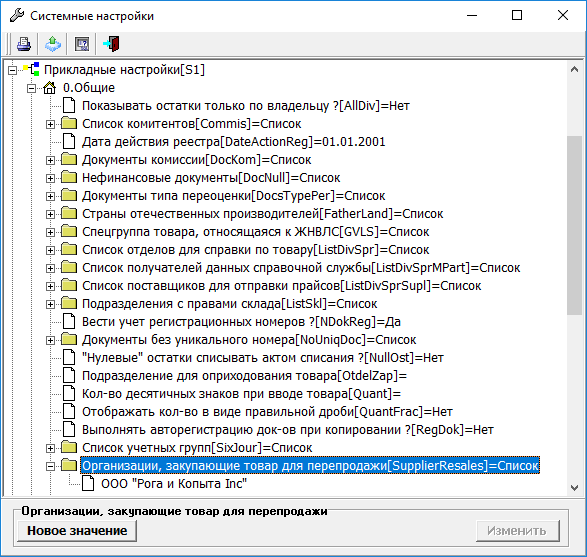
## Закупка товара для перепродажи

Имеется системная настройка **Организации, закупающие товар для перепродажи**, позволяющая указать список организаций из справочника **Внешние контрагенты**, которые закупают товар для дальнейшей перепродажи.

Если наша организация закупает или продаёт товар организациям, указанным в этой настройке, то при выгрузке данных о движении товара в модулях "АСНА" и "Маркетинговые инициативы" такие партии товара будут иметь признак "Перепродажа". Закупка товара оформляется документом **Приход от поставщика**, а продажа товара – **Продажа по безн.расчету**, **Оптовая продажа**, **Продажа со склада**, **Продажа юр.лицам**.

Настройка расположена по адресу:

**Администратор системы 🡪 Настройки системы 🡪 Системные настройки 🡪 Прикладные настройки 🡪 Общие 🡪 Организации, закупающие товар для перепродажи [SupplierResales]** = <список>



Нажмите на кнопку **Новое значение**, чтобы добавить в список одну или несколько организаций из справочника **Внешние контрагенты**.

**Примечание:** В документах по товарам, проданным или купленным у организаций, указанных в настройке **Организации, закупающие товар для перепродажи**, будет иметься специальный признак «Перепродажа».

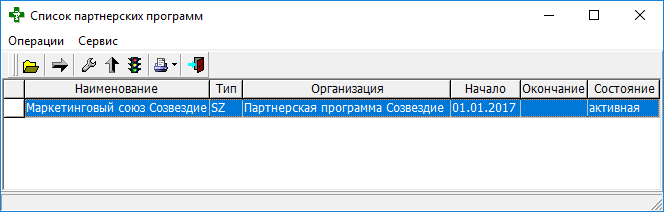
## Ручная выгрузка данных

Для начала работы с **Маркетинговыми инициативами** необходимо выполнить первичную выгрузку остатков аптеки (выполняется только один раз). Обычно это делается отделом сопровождения с помощью специального .upd-файла.

Однако при необходимости можно также выполнить первичную выгрузку и вручную. Делается это через функционал **Экспорт данных для партнёра**, расположенный по адресу:

**Учет товарных запасов 🡪 Маркетинговые инициативы 🡪 Список партнёрских программ**

1. Откроется окно **Список партнёрских программ**:



Вверху расположена **кнопочная панель**:

* Кнопка (Редактировать) – позволяет настроить текущую партнёрскую программу;



* Кнопка (Открыть список инициатив) или клавиша **[Enter]** – открывает окно **Справочника маркетинговых инициатив**;



* Кнопка (Настройка программы) – позволяет настроить подразделения для ручной отправки данных в союз «Созвездие»;



* Кнопка (Выгрузка данных) – позволяет отправить данные вручную и просмотреть протоколы отправки данных;



* Кнопка (Настройка задачи в расписании автозадач) – позволяет настроить автозадачу **Отправка данных в партнерскую программу Созвездие**;



* Кнопка (Отчеты) – позволяет вызывать отчёты (в настоящий момент доступен только отчёт **Бездефектурное наличие** для одноимённой инициативы [**Бездефектурное наличие**](#_Бездефектурное_наличие).



* Кнопка (Выход) или клавиша **[Esc]** – закрывает **Список партнёрских программ**.

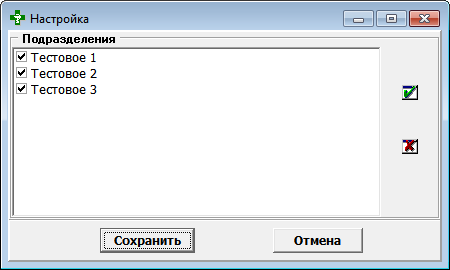


Внизу находится таблица с активными партнёрскими программами (в нашем случае **Союз Созвездие**).

1. Перед отправкой данных настоятельно рекомендуется проверить подразделения сети, по которым будет выполняться выгрузка. Список подразделений открывается по кнопке (Настроить):



**Примечание:** Если модуль **Маркетинговые инициативы** установлен в центральном офисе, то для выбора будут доступны все подразделения сети.

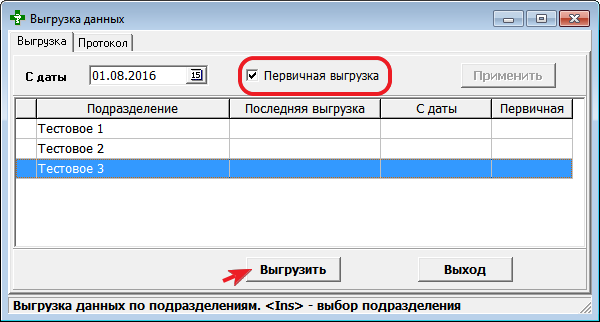


1. Нажать на кнопку (Выгрузка данных) Вся работа производится в нижней части окна, на панели **Экспорт данных партнеру**.



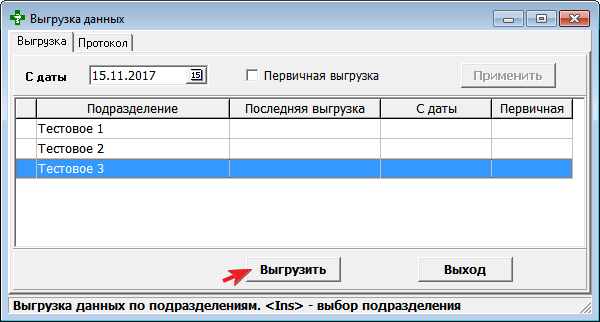
1. Откроется окно **Выгрузка данных**, в котором следует поставить «галочку» **Первичная выгрузка**, после чего нажать на кнопку **Выгрузить**:

**Примечание:** Первичная выгрузка всегда выполняется с даты 01.08.2016, когда все имеющиеся на остатках аптеки товары записываются в условный приходный документ и высылаются в Союз «Созвездие».



Регулярная выгрузка данных из модуля выполняется с помощью автозадачи **Отправка данных в партнёрскую программу Созвездие**, подробнее см. [**Настройка автозадач для модуля**](#_Настройка_автозадач_для). Однако при необходимости она может выполняться и вручную. Для выгрузки используется этот же функционал **Выгрузка данных**, только со снятой «галочкой» **Первичная выгрузка**:

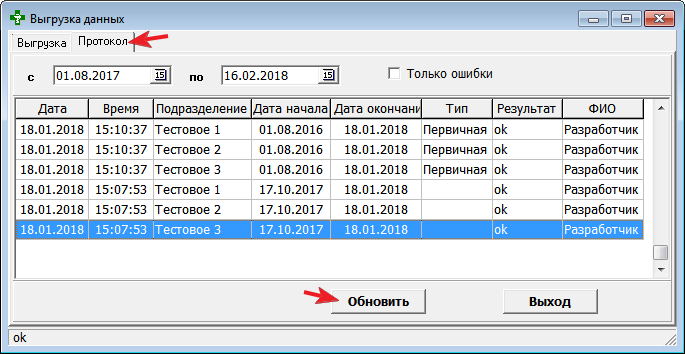
**Примечание:** Обычная выгрузка данных всегда выполняется за период в три месяца от текущей даты.



### Протокол выгрузки данных

В системе ведётся протокол выгрузки данных из аптек в союз «Созвездие». Для того чтобы просмотреть протокол, следует в функционале **Выгрузка данных** выбрать вкладку **Протокол**:

**Примечание:** В данном протоколе отображаются все попытки экспорта по данной программе: удачные и неудачные.



С помощью календарей можно выбрать период дат.

Выключатель **Только ошибки** позволяет фильтровать записи протокола:

* если «галочка» **Только ошибки** установлена, то в протоколе отображаются только сообщения об ошибках;
* если «галочки» **Только ошибки** нет, то отображаются все сообщения протокола.

## Настройка автозадач для модуля

### Союз «Созвездие»

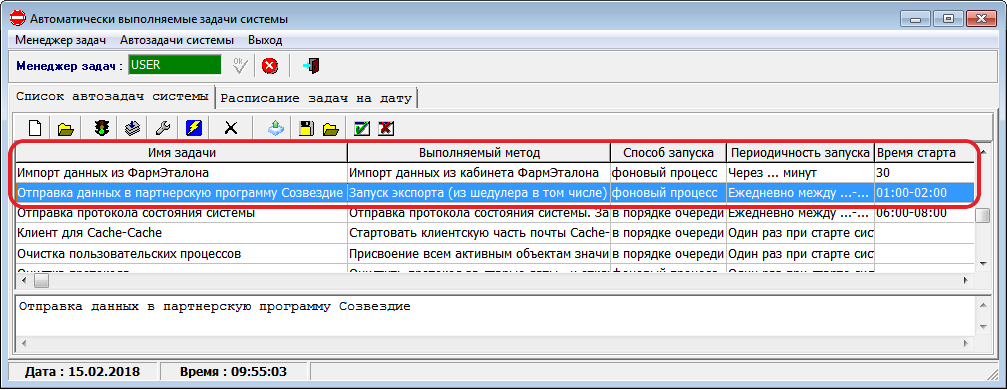
Теперь необходимо настроить автоматически выполняемые задачи системы (**автозадачи**), обеспечивающие обмен файлами между модулем **Маркетинговые инициативы** и союзом «Созвездие». Настройка автозадач выполняется через функционал **Расписание автозадач**, расположенный по адресу:

**Администратор системы 🡪 Настройки системы 🡪 Расписание автозадач**

**Примечание:** Кроме того настроить автозадчу **Отправка данных в партнёрскую программу Созвездие** можно прямо из функционала **Список партнёрских программ** по кнопке (Настройка задачи в расписании автозадач). Подробнее см. [**Ручная выгрузка данных**](#_Ручная_выгрузка_данных).



1. Откроется окно **Автоматически выполняемые задачи системы**:



1. После установки модуля появляются две новые автозадачи, обеспечивающие автоматическую загрузку и выгрузку данных, необходимых для работы модуля:

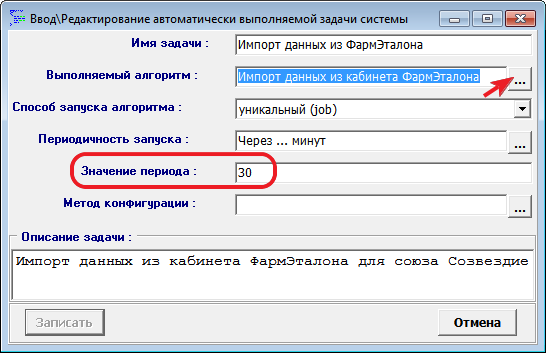
* **Импорт данных из ФармЭталона** – в автоматическом режиме по заданному правилу (каждые полчаса) импортирует данные по маркетинговым инициативам.
* **Отправка данных в партнёрскую программу Созвездие** – в автоматическом режиме по заданному правилу (раз в день) отсылает данные о движении товаров в союз «Созвездие».

1. Настройка автозадачи **Автоимпорт Импорт данных из ФармЭталона** осуществляется следующим образом:

* В функционале **Расписание автозадач** необходимо установить курсор на автозадачу **Импорт данных из ФармЭталона** и нажать на кнопку (Редактировать отмеченную автозадачу).



* Откроется окно редактирования автоматически выполняемой задачи:



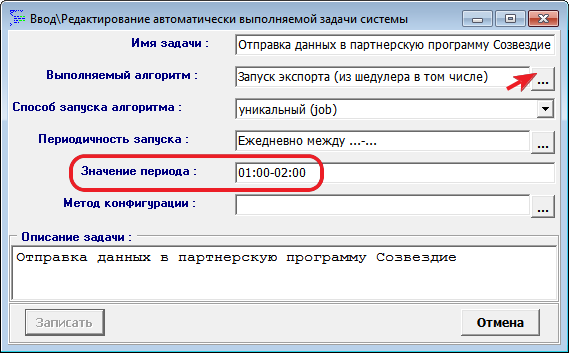
* Выполняемый алгоритм **Импорт данных из кабинета ФармЭталона AutoImport[FarmE.LibFunc]**.
* В поле **Значение периода** можно указать подходящий период времени между запусками. Рекомендуется устанавливать значение в **30** минут.
* По окончанию настройки следует нажать кнопку **Записать**. Внесённые изменения будут сохранены и окно редактирования закроется.

1. Настройка автозадачи **Отправка данных в партнёрскую программу Созвездие** осуществляется аналогично вышеописанной задаче автоимпорта:

* В функционале **Расписание автозадач** необходимо установить курсор на автозадачу **Отправка данных в партнёрскую программу Созвездие** и нажать на кнопку (Редактировать отмеченную автозадачу).



* Откроется окно редактирования автоматически выполняемой задачи:



* Выполняемый алгоритм **Запуск экспорта (из шедулера в том числе) RunExport [PP.SZ.PProgram]**.
* В поле **Значение периода** можно указать подходящий временной промежуток для запуска, например **01:00-02:00**.

**Внимание:** Поскольку выгружается информация по движению товаров за день, рекомендуется настроить автозадачу выгрузки на время **после завершения работы** аптеки и передачи данных в центральный офис.

* По окончанию настройки следует нажать кнопку **Записать**. Внесённые изменения будут сохранены и окно редактирования закроется.

## Рассылка таблиц привязки кодов по аптечной сети

### Союз «Созвездие»

Для Офиса необходимо настроить дополнительную автозадачу **Экспорт изменений дополнительных справочников**, с помощью которой по аптечной сети будут рассылаться таблицы привязки, через функционал **Расписание автозадач**, расположенный по адресу:

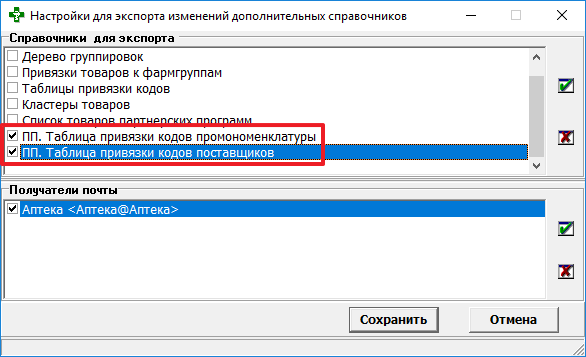
**Администратор системы 🡪 Настройки системы 🡪 Расписание автозадач**

1. Необходимо настроить автозадачу **Экспорт изменений дополнительных справочников** с помощью кнопки (Конфигурация отмеченной автозадачи).



1. Откроется окно настройки, в котором необходимо настроить отправку следующих справочников:

* ПП. Таблица привязки кодов промономенклатуры.
* ПП. Таблица привязки кодов поставщиков.



1. Сохраняем внесённые изменения с помощью кнопки **Сохранить**.

# Работа с модулем

## Привязка к справочникам

### Союз «Созвездие»

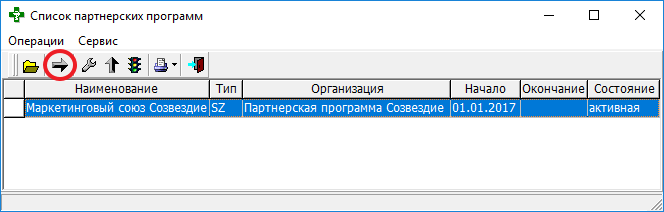
После установки и настройки модуля, и получения **Маркетинговой инициативы** из Союза «Созвездие» можно приступать к, собственно, работе с модулем. Она включает в себя проверку привязки товаров, а также контроль наличия достаточного их количества на остатках подразделения.

**Примечание:** Если аптека состоит на поддержке ФармЭталона, то номенклатуры промотоваров будут привязаны к поддерживаемым ФармЭталоном товарам аптеки автоматически. Неподдерживаемые товары следует привязать вручную.

1. Ручная привязка номенклатур промотоваров выполняется в окне редактирования маркетинговой инициативы, в функционале **Справочник маркетинговых инициатив**, расположенном по адресу:

**Учет товарных запасов** 🡪 **Маркетинговые инициативы** 🡪 **Список партнёрских программ**

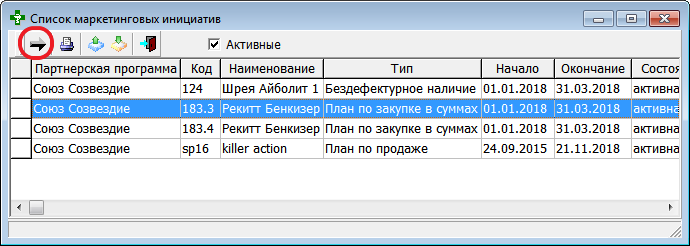
* + В открывшемся окне требуется нажать на кнопку (Открыть список инициатив):



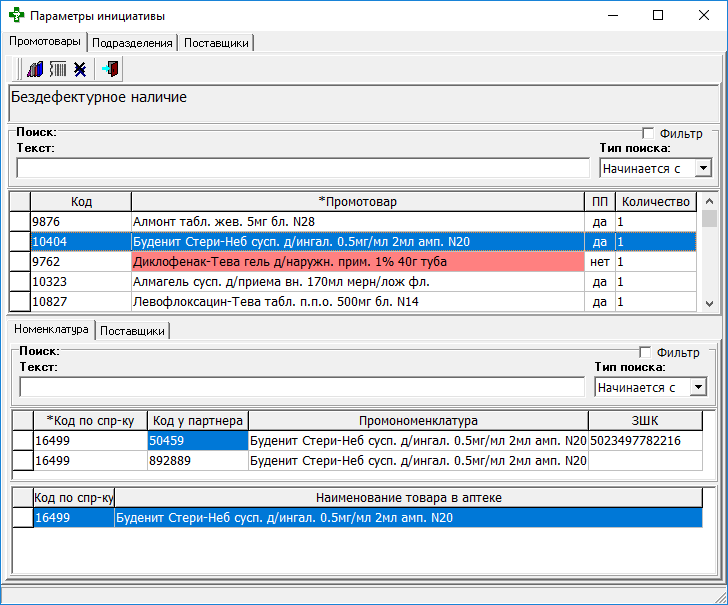
* + Откроется окно **Справочник маркетинговых инициатив**.

**Примечание:** После импорта маркетинговых инициатив Офис аптечной сети автоматически рассылает их по аптекам.

* + Чтобы начать работу с отдельной инициативой, необходимо «встать» на нужную инициативу и нажать на кнопку (Параметры инициативы):



* + Откроется окно **Параметры инициативы**:



1. На вкладке **Промотовары** необходимо выбрать **Промотовар** с непривязанной номенклатурой (вверху), после чего установить курсор на строку с непривязанной номенклатурой (внизу).
   * Кнопка или клавиша **[Enter]** позволяет привязать товар по справочнику товаров – откроется **Справочник товаров**.



* + Кнопка или сочетание «горячих клавиш» **[Ctrl+Enter]** позволяет привязать товар по справочнику ЗШК – откроется справочник **Заводские штрихкоды товара**.



* + Кнопка или сочетание клавиш **[Ctrl+Delete]** позволяет удалить привязку у выбранных строк. Предварительно строки необходимо отметить клавишей **[Insert]**.



* + Кнопка или клавиша **[Esc]** закрывает окно **Параметры инициативы**.

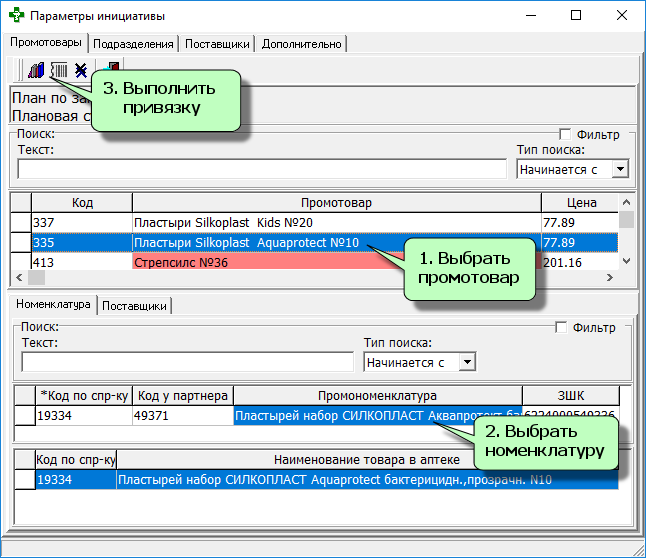


**Внимание:** Непривязанная номенклатура подсвечивается красным. Если хотя бы одна номенклатура промотовара не имеет привязки, то строка с самим промотоваром также подсвечивается красным.

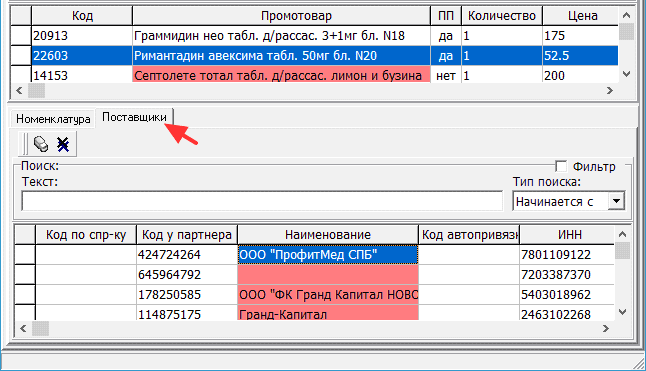
Колонка **ПП** – признак привязки номенклатуры. Позволяет сортировать промотовары по наличию привязок (знак **Нет**).

**Примечание:** Выполнять привязку и разрыв привязок разрешено только в Офисе (если это сеть аптек) и только пользователям с правами **Администратора**.

1. Выполнение привязки номенклатур осуществляется в следующем порядке:



* + Вкладка **Поставщики** позволяет привязывать и разрывать привязки поставщиков отдельно для каждого промотовара:

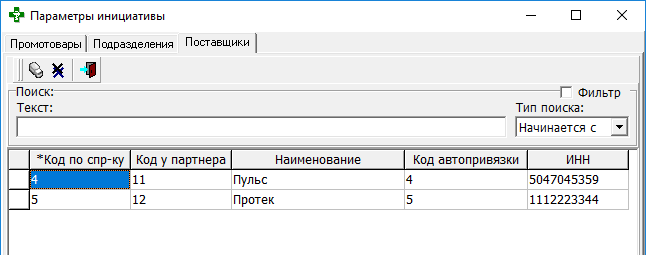


Работа по привязке и разрыву привязок поставщиков подробно описана в подразделе Вкладка **Поставщики** ниже.

1. Вкладка **Подразделения** содержит список подразделений, участвующих в инициативе:

* **Код** – код подразделения в справочнике **Внутренних контрагентов**.
* **Наименование** – название подразделения из справочника **Внутренних контрагентов**.

1. Вкладка **Поставщики** содержит список поставщиков, участвующих в инициативе:



* (Привязать поставщика) или клавиша **[Enter]** – позволяет связать поставщика с позицией из справочника **Внешние контрагенты**.



* (Удалить привязки для выбранных строк) или сочетание «горячих клавиш» **[Ctrl+Del]** **–** разрывает привязку между одной или несколькими поставщиками, выбранными клавишей **[Insert]**, и записями справочника **Внешние контрагенты**.



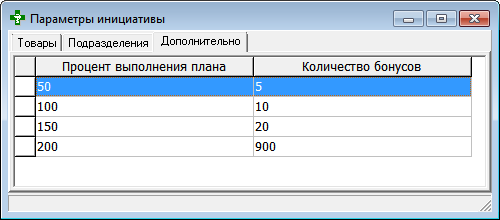
**Внимание:** Непривязанный поставщик подсвечивается красным.

**Примечание:** Выполнять привязку и разрыв привязок разрешается только в Офисе (в случае, если это сеть аптек) и только пользователям с правами **Администратора**.

* **Панель поставщиков.** Позволяет отмечать поставщиков клавишей **[Insert].** Содержит следующие колонки:
  + **Код по спр-ку** – код поставщика в справочнике **Внешние контрагенты**.
  + **Код у партнёра** – код из партнёрской программы.
  + **Наименование** – название поставщика из **Внешние контрагенты**.
  + **Код автопривязки** – если в Портале уже известен код поставщика из справочника **Внешние контрагенты**, то он приходит как код автопривязки.
  + **ИНН** – ИНН поставщика.

1. Вкладка **Дополнительно** содержит матрицу данных для расчёта бонусов:

* **Процент выполнения плана** – проценты выполнения «плана по закупке».
* **Количество бонусов** – количество бонусов, которые будут начислены аптеке по окончанию действия маркетинговой инициативы.



# Описание видов маркетинговых инициатив

# Союз «Созвездие»

## Инициативы для управления закупками

### Обязательная матрица

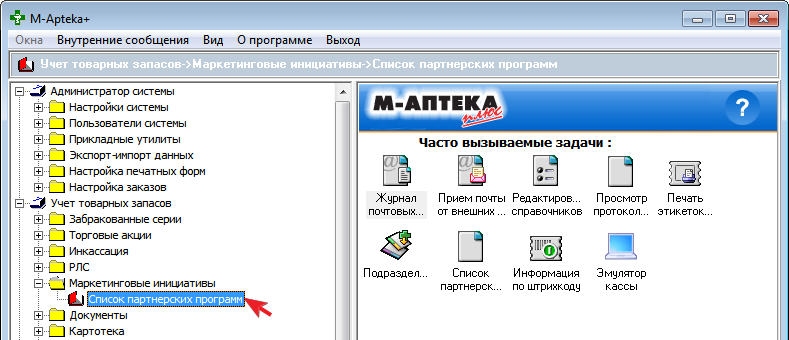
Маркетинговая инициатива «Обязательная матрица» предназначена для поддержания норматива товарных запасов (далее **НТЗ**) промотируемых товаров по ассортименту «Обязательной матрицы». Назначается минимальное бездефектурное количество для каждого промотируемого товара «Обязательной матрицы», а за их закупку и продажу выплачиваются дополнительные бонусы, размер которых зависит от уровня поддержания обязательной матрицы в течение отчетного периода.

Промотируемый товар (далее **промотовар**) – это группа номенклатур, имеющая свой уникальный код и наименование.

**Внимание:** Список промотоваров инициативы «Обязательная матрица» может пересекаться со списком промотоваров из всех инициатив, кроме инициативы «Рекомендованный товар». Все иные инициативы могут сосуществовать с инициативой «Обязательная матрица». При пересечении списка промотоваров из иной инициативы с инициативой «Обязательная матрица» бонусы, предусмотренные инициативой «Обязательная матрица» для данного списка промотоваров, продолжают действовать параллельно с бонусами и условиями иной инициативы для данного списка промотоваров.

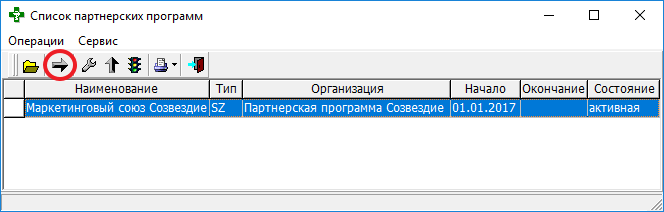
1. Аптека должна удостовериться, что маркетинговая инициатива «Обязательная матрица» получена. Для этого необходимо открыть функционал **Список партнёрских программ**, расположенный по адресу:

**Учет товарных запасов 🡪 Маркетинговые инициативы 🡪 Список партнёрских программ**

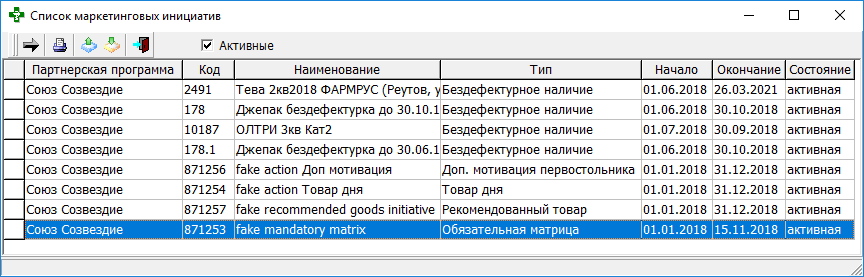


**Примечание:** После импорта инициатив из Портала Офис аптечной сети автоматически рассылает их по аптекам.

1. Откроется окно **Список партнёрских программ,** где отображается действующая партнёрская программа, и нажать на кнопку (Открыть список инициатив):



1. Далее необходимо просмотреть маркетинговую инициативу «Обязательная матрица». Для этого, находясь в окне **Список маркетинговых инициатив,** следует нажать на кнопку (Параметры инициативы) или нажать клавишу **[Enter]**:



**Внимание:** По умолчанию всегда установлена «галочка» **Активные**, из-за чего в списке отображаются только **действующие** инициативы. Если нужно просмотреть **все** инициативы, то следует снять «галочку» **Активные**.

**Примечание:** В Офисе видны все инициативы для этой аптечной сети, а в каждой аптеке отображаются только предназначенные для неё инициативы.

1. Открывшееся окно **Параметры инициативы** разделено на три вкладки:
   1. Вкладка **Промотовары**.
   2. Вкладка **Подразделения**.
   3. Вкладка **Поставщики**.

Вкладка **Промотовары** разделена на четыре панели:

* **Кнопочная панель.** Содержит следующие кнопки:
  + (Привязать товар по справочнику товаров) или клавиша **[Enter]** – позволяет связать номенклатуру промотовара с позицией из **Справочника товаров**.



* + (Привязать товар по справочнику ЗШК) или сочетание «горячих клавиш» **[Ctrl+Enter]** – позволяет связать номенклатуру промотовара с позицией из справочника **Заводские штрихкоды товара**.

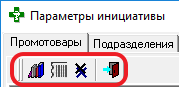


* + (Удалить привязки для выбранных строк) или сочетание «горячих клавиш» **[Ctrl+Del]** **–** разрывает привязку между одной или несколькими номенклатурами, выбранными клавишей **[Insert]**, и записями справочника.

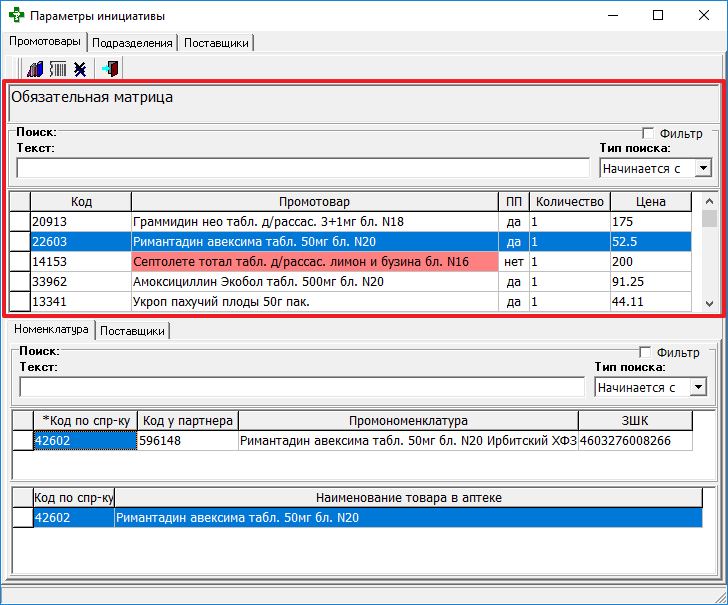


**Примечание:** Выполнять привязку и разрыв привязок могут только пользователи с правами **Администратора**.

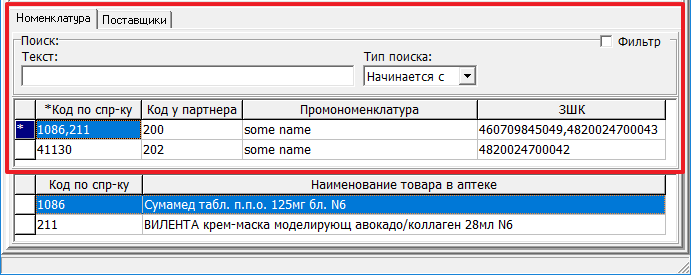
* + (Выход) или клавиша **[Esc]** – закрывает окно **Параметры инициативы**.



* **Верхняя** панель. Содержит пять колонок: **Код**, **Промотовар**, **ПП**, **Количество** и **Цена**.
  + **Код** – внутренний код промотовара.
  + **Промотовар** – название товара из партнёрской программы.
  + **ПП** – признак привязки номенклатуры. Позволяет сортировать промотовары по наличию привязок.
  + **Количество** – плановое количество промотовара.
  + **Цена** – цена за единицу промотовара.

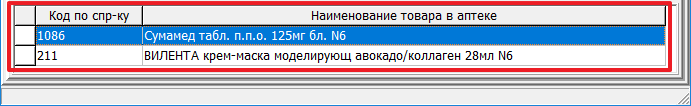


* **Средняя** панель. Позволяет отмечать клавишей **[Insert]** партии номенклатур промотоваров, выбранных в верхней панели, после чего с помощью кнопок **кнопочной панели** можно создавать или разрывать привязки.



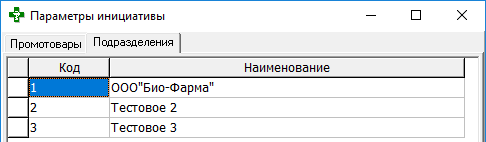
Средняя панель содержит следующие колонки:

* + **Код по справочнику** – код из **Справочника товаров**.
  + **Код у партнёра** – код из партнёрской программы.
  + **Промономенклатура** – номенклатуры участвующих в инициативе промотоваров.
  + **ЗШК** – заводской штрихкод товара.
* **Нижняя** панель. Отображает наименование текущего товара в аптеке:

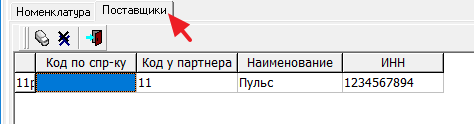


Вкладка **Подразделения** содержит список подразделений, участвующих в инициативе:

* **Код** – код подразделения в справочнике **Внутренние контрагенты**.
* **Наименование** – название подразделения из справочника **Внутренние контрагенты**.



Вкладка **Поставщики** содержит список поставщиков, участвующих в инициативе:



* **Кнопочная панель.** Позволяет создавать или разрывать привязки отмеченных клавишей **[Insert]** поставщиков. Содержит следующие кнопки:
  + (Привязать поставщика) или клавиша **[Enter]** – позволяет связать поставщика с позицией из справочника **Внешние контрагенты**.



* + (Удалить привязки для выбранных строк) или сочетание «горячих клавиш» **[Ctrl+Del]** –разрывает привязку между одним или несколькими поставщиками, выбранными клавишей **[Insert]**, и записями справочника.



**Примечание:** Выполнять привязку и разрыв привязок могут только пользователи с правами **Администратора**.

* + (Выход) или клавиша **[Esc]** – закрывает окно **Параметры инициативы**.



* **Панель поставщиков.** Позволяет отмечать поставщиков клавишей **[Insert].** Содержит следующие кнопки:
  + **Код по спр-ку** – код поставщика в справочнике **Внешние контрагенты**.
  + **Код у партнёра** – код из партнёрской программы.
  + **Наименование** – название поставщика из **Внешние контрагенты**.
  + **ИНН** – ИНН поставщика.

**Расчёт уровня поддержания «Обязательной матрицы»**

Для каждого промотовара из матрицы подсчитывается количество дней, когда остатки на начало дня больше или равны минимальному бездефектурному количеству, заданному инициативой.

Для каждого товара определяется процент выполнения матрицы = 100 \* (количество дней, когда промотовар, отвечал условиям обязательной матрицы) / (общее кол-во дней в периоде). Количество упаковок товаров, относящихся к одному промотовару, суммируются для сравнения с заданным инициативой минимальным бездефектурным количеством. Вычисляется среднее арифметическое для всех промотоваров. Это и есть средний процент наличия в аптеке товара из «Обязательной матрицы» за рассматриваемый период.

В будущем может потребоваться усложненный расчет: при вычислении уровня поддержания товаром за период, остатки за все дни сортируются в порядке убывания и в расчёт берутся первые 90% всех значений (вычисляется среднее арифметическое за 90% времени отчётного периода). Может потребоваться для смягчения условий поддержания «Обязательной матрицы» аптекам.

### Рекомендованный товар

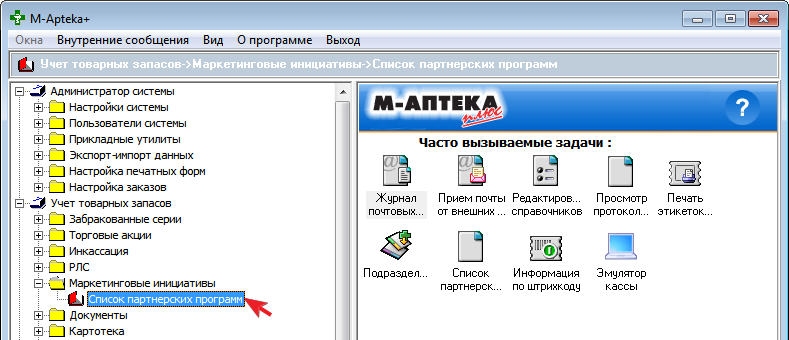
Маркетинговая инициатива «Рекомендованный товар» предназначена для мотивации аптек к закупке и продаже промотируемых товаров, входящих в инициативу «Рекомендованный товар». Выбираются «цены контракта» по промотируемым товарам, метод подсчёта результатов акции – по продажам или по закупке промотируемых товаров, а также процент вознаграждения каждой аптеке от объёма закупки или продаж в «ценах контракта» за каждый промотируемый товар.

Промотируемый товар (далее **промотовар**) – это группа номенклатур, имеющая свой уникальный код и наименование.

**Внимание:** Список промотоваров может пересекаться со списком промотоваров из всех инициатив, кроме инициативы «Обязательная матрица». Все иные инициативы могут сосуществовать с инициативой «Рекомендованный товар». При пересечении списка промотоваров из иной инициативы с инициативой «Рекомендованный товар» бонусы, предусмотренные инициативой «Рекомендованный товар» для данного списка промотоваров, продолжают действовать параллельно с бонусами и условиями иной инициативы для данного списка промотоваров.

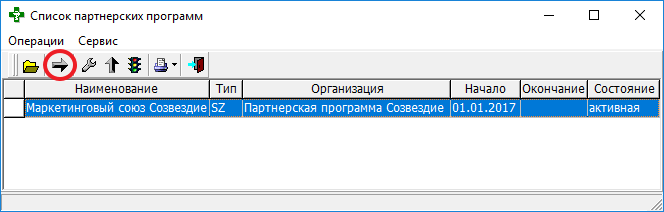
1. Аптека должна удостовериться, что маркетинговая инициатива «Рекомендованный товар» получена. Для этого необходимо открыть функционал **Список партнёрских программ**, расположенный по адресу:

**Учет товарных запасов 🡪 Маркетинговые инициативы 🡪 Список партнёрских программ**

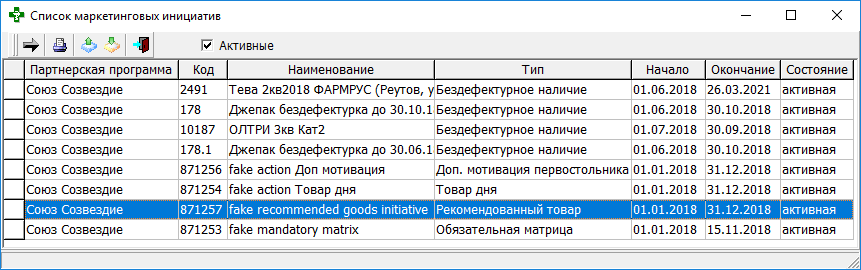


**Примечание:** После импорта инициатив из Портала Офис аптечной сети автоматически рассылает их по аптекам.

1. Откроется окно **Список партнёрских программ,** где отображается действующая партнёрская программа, и нажать на кнопку (Открыть список инициатив):



1. Далее необходимо просмотреть маркетинговую инициативу «Рекомендованный товар». Для этого, находясь в окне **Список маркетинговых инициатив,** следует нажать на кнопку (Параметры инициативы) или нажать клавишу **[Enter]**:



**Внимание:** По умолчанию всегда установлена «галочка» **Активные**, из-за чего в списке отображаются только **действующие** инициативы. Если нужно просмотреть **все** инициативы, то следует снять «галочку» **Активные**.

**Примечание:** В Офисе видны все инициативы для этой аптечной сети, а в каждой аптеке отображаются только предназначенные для неё инициативы.

1. Открывшееся окно **Параметры инициативы** разделено на три вкладки:
   1. Вкладка **Промотовары**.
   2. Вкладка **Подразделения**.
   3. Вкладка **Поставщики**.

Вкладка **Промотовары** разделена на четыре панели:

* **Кнопочная панель.** Содержит следующие кнопки:
  + (Привязать товар по справочнику товаров) или клавиша **[Enter]** – позволяет связать номенклатуру промотовара с позицией из **Справочника товаров**.



* + (Привязать товар по справочнику ЗШК) или сочетание «горячих клавиш» **[Ctrl+Enter]** – позволяет связать номенклатуру промотовара с позицией из справочника **Заводские штрихкоды товара**.

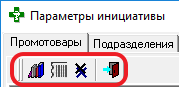


* + (Удалить привязки для выбранных строк) или сочетание «горячих клавиш» **[Ctrl+Del]** **–** разрывает привязку между одной или несколькими номенклатурами, выбранными клавишей **[Insert]**, и записями справочника.

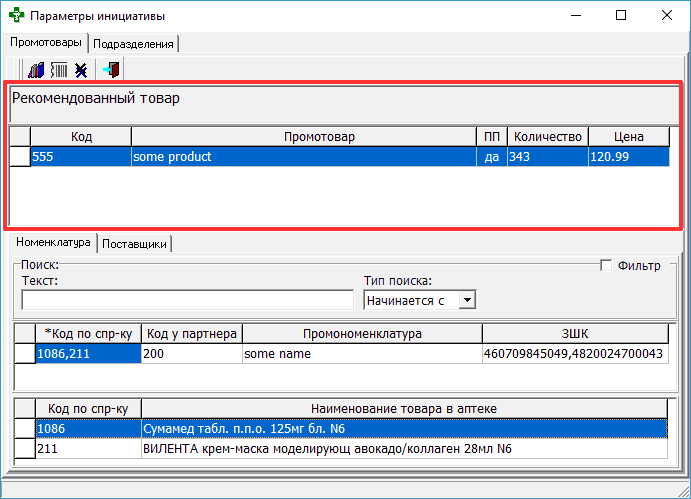


**Примечание:** Выполнять привязку и разрыв привязок могут только пользователи с правами **Администратора**.

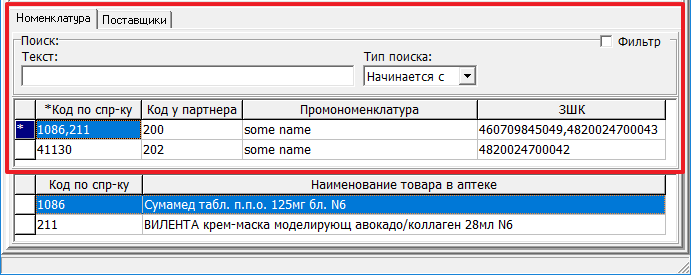
* + (Выход) или клавиша **[Esc]** – закрывает окно **Параметры инициативы**.



* **Верхняя** панель. Содержит пять колонок: **Код**, **Промотовар**, **ПП**, **Количество** и **Цена**.
  + **Код** – внутренний код промотовара.
  + **Промотовар** – название товара из партнёрской программы.
  + **ПП** – признак привязки номенклатуры. Позволяет сортировать промотовары по наличию привязок.
  + **Количество** – плановое количество промотовара.
  + **Цена** – цена за единицу промотовара.

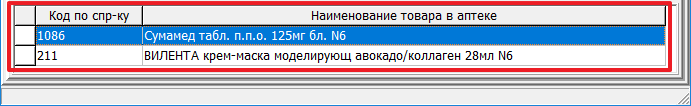


* **Средняя** панель. Позволяет отмечать клавишей **[Insert]** партии номенклатур промотоваров, выбранных в верхней панели, после чего с помощью кнопок **кнопочной панели** можно создавать или разрывать привязки.



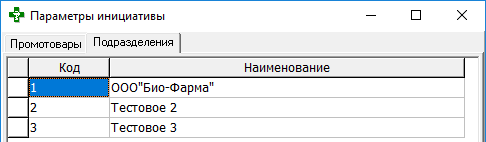
Средняя панель содержит следующие колонки:

* + **Код по справочнику** – код из **Справочника товаров**.
  + **Код у партнёра** – код из партнёрской программы.
  + **Промономенклатура** – номенклатуры участвующих в инициативе промотоваров.
  + **ЗШК** – заводской штрихкод товара.
* **Нижняя** панель. Отображает наименование текущего товара в аптеке:

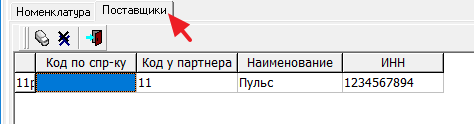


Вкладка **Подразделения** содержит список подразделений, участвующих в инициативе:

* **Код** – код подразделения в справочнике **Внутренние контрагенты**.
* **Наименование** – название подразделения из справочника **Внутренние контрагенты**.



Вкладка **Поставщики** содержит список поставщиков, участвующих в инициативе:



* **Кнопочная панель.** Позволяет создавать или разрывать привязки отмеченных клавишей **[Insert]** поставщиков. Содержит следующие кнопки:
  + (Привязать поставщика) или клавиша **[Enter]** – позволяет связать поставщика с позицией из справочника **Внешние контрагенты**.



* + (Удалить привязки для выбранных строк) или сочетание «горячих клавиш» **[Ctrl+Del]** –разрывает привязку между одним или несколькими поставщиками, выбранными клавишей **[Insert]**, и записями справочника.



**Примечание:** Выполнять привязку и разрыв привязок могут только пользователи с правами **Администратора**.

* + (Выход) или клавиша **[Esc]** – закрывает окно **Параметры инициативы**.



* **Панель поставщиков.** Позволяет отмечать поставщиков клавишей **[Insert].** Содержит следующие кнопки:
  + **Код по спр-ку** – код поставщика в справочнике **Внешние контрагенты**.
  + **Код у партнёра** – код из партнёрской программы.
  + **Наименование** – название поставщика из **Внешние контрагенты**.
  + **ИНН** – ИНН поставщика.

### Закупка

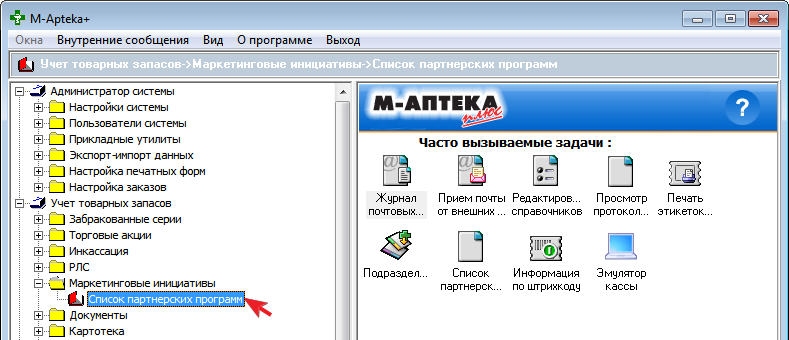
Маркетинговая инициатива «Закупка» предназначена для мотивации аптек к закупке промотируемых товаров, входящих в инициативу «Закупка». Размер бонуса за закупку зависит от объёма закупок. Ограничений по промотируемым товарам нет.

Промотируемый товар (далее **промотовар**) – это группа номенклатур, имеющая свой уникальный код и наименование.

**Внимание:** Список промотоваров может пересекаться со списком промотоваров из всех инициатив. Все инициативы могут сосуществовать с инициативой «Закупка». При пересечении списка промотоваров из иной инициативы с инициативой «Закупка» бонусы, предусмотренные инициативой «Закупка» для данного списка промотоваров, продолжают действовать параллельно с бонусами и условиями иной инициативы для данного списка промотоваров.

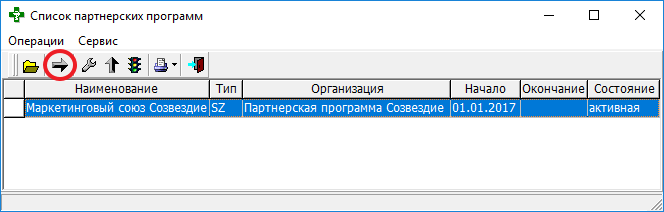
1. Аптека должна удостовериться, что маркетинговая инициатива «Закупка» получена. Для этого необходимо открыть функционал **Список партнёрских программ**, расположенный по адресу:

**Учет товарных запасов 🡪 Маркетинговые инициативы 🡪 Список партнёрских программ**

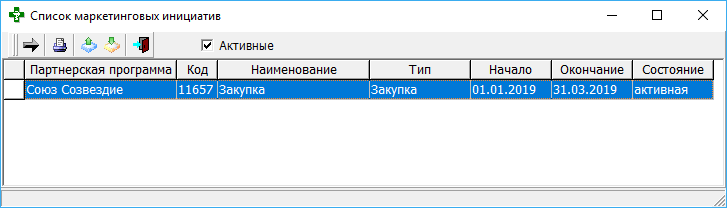


**Примечание:** После импорта инициатив из Портала Офис аптечной сети автоматически рассылает их по аптекам.

1. Откроется окно **Список партнёрских программ,** где отображается действующая партнёрская программа, и нажать на кнопку (Открыть список инициатив):



1. Далее необходимо просмотреть маркетинговую инициативу «Рекомендованный товар». Для этого, находясь в окне **Список маркетинговых инициатив,** следует нажать на кнопку (Параметры инициативы) или нажать клавишу **[Enter]**:



**Внимание:** По умолчанию всегда установлена «галочка» **Активные**, из-за чего в списке отображаются только **действующие** инициативы. Если нужно просмотреть **все** инициативы, то следует снять «галочку» **Активные**.

**Примечание:** В Офисе видны все инициативы для этой аптечной сети, а в каждой аптеке отображаются только предназначенные для неё инициативы.

1. Открывшееся окно **Параметры инициативы** разделено на три вкладки:
   1. Вкладка **Промотовары**.
   2. Вкладка **Подразделения**.
   3. Вкладка **Поставщики**.

Вкладка **Промотовары** разделена на четыре панели:

* **Кнопочная панель.** Содержит следующие кнопки:
  + (Привязать товар по справочнику товаров) или клавиша **[Enter]** – позволяет связать номенклатуру промотовара с позицией из **Справочника товаров**.



* + (Привязать товар по справочнику ЗШК) или сочетание «горячих клавиш» **[Ctrl+Enter]** – позволяет связать номенклатуру промотовара с позицией из справочника **Заводские штрихкоды товара**.

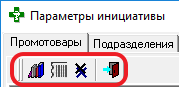


* + (Удалить привязки для выбранных строк) или сочетание «горячих клавиш» **[Ctrl+Del]** **–** разрывает привязку между одной или несколькими номенклатурами, выбранными клавишей **[Insert]**, и записями справочника.

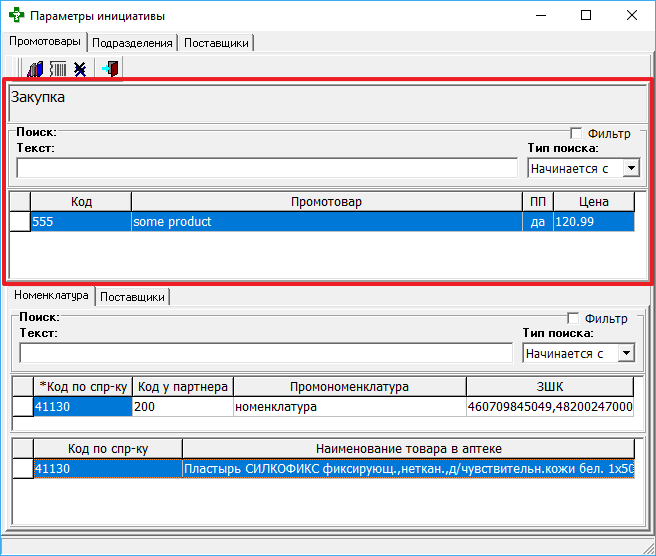


**Примечание:** Выполнять привязку и разрыв привязок могут только пользователи с правами **Администратора**.

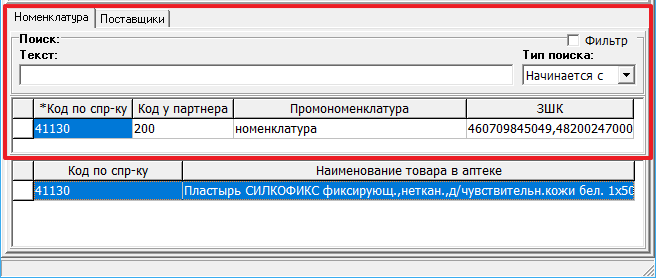
* + (Выход) или клавиша **[Esc]** – закрывает окно **Параметры инициативы**.



* **Верхняя** панель. Содержит пять колонок: **Код**, **Промотовар**, **ПП**, **Количество** и **Цена**.
  + **Код** – внутренний код промотовара.
  + **Промотовар** – название товара из партнёрской программы.
  + **ПП** – признак привязки номенклатуры. Позволяет сортировать промотовары по наличию привязок.
  + **Количество** – плановое количество промотовара.
  + **Цена** – цена за единицу промотовара.

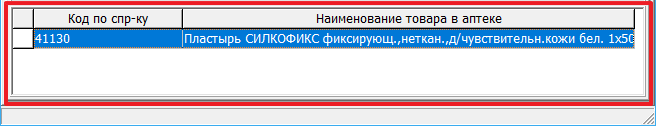


* **Средняя** панель. Позволяет отмечать клавишей **[Insert]** партии номенклатур промотоваров, выбранных в верхней панели, после чего с помощью кнопок **кнопочной панели** можно создавать или разрывать привязки.



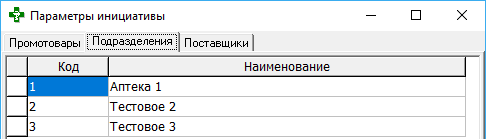
Средняя панель содержит следующие колонки:

* + **Код по справочнику** – код из **Справочника товаров**.
  + **Код у партнёра** – код из партнёрской программы.
  + **Промономенклатура** – номенклатуры участвующих в инициативе промотоваров.
  + **ЗШК** – заводской штрихкод товара.
* **Нижняя** панель. Отображает наименование текущего товара в аптеке:

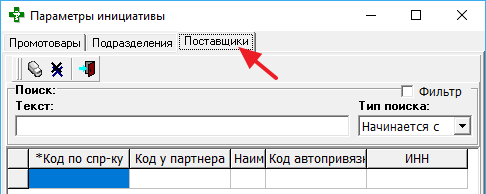


Вкладка **Подразделения** содержит список подразделений, участвующих в инициативе:

* **Код** – код подразделения в справочнике **Внутренние контрагенты**.
* **Наименование** – название подразделения из справочника **Внутренние контрагенты**.



Вкладка **Поставщики** содержит список поставщиков, участвующих в инициативе:



* **Кнопочная панель.** Позволяет создавать или разрывать привязки отмеченных клавишей **[Insert]** поставщиков. Содержит следующие кнопки:
  + (Привязать поставщика) или клавиша **[Enter]** – позволяет связать поставщика с позицией из справочника **Внешние контрагенты**.



* + (Удалить привязки для выбранных строк) или сочетание «горячих клавиш» **[Ctrl+Del]** –разрывает привязку между одним или несколькими поставщиками, выбранными клавишей **[Insert]**, и записями справочника.



**Примечание:** Выполнять привязку и разрыв привязок могут только пользователи с правами **Администратора**.

* + (Выход) или клавиша **[Esc]** – закрывает окно **Параметры инициативы**.



* **Панель поставщиков.** Позволяет отмечать поставщиков клавишей **[Insert].** Содержит следующие кнопки:
  + **Код по спр-ку** – код поставщика в справочнике **Внешние контрагенты**.
  + **Код у партнёра** – код из партнёрской программы.
  + **Наименование** – название поставщика из **Внешние контрагенты**.
  + **ИНН** – ИНН поставщика.

## Инициативы, отвечающие за мотивацию первостольников

В этом разделе перечислены маркетинговые инициативы, предназначенные для стимуляции исключительно **продаж** аптеки, а не закупок.

### Товар дня

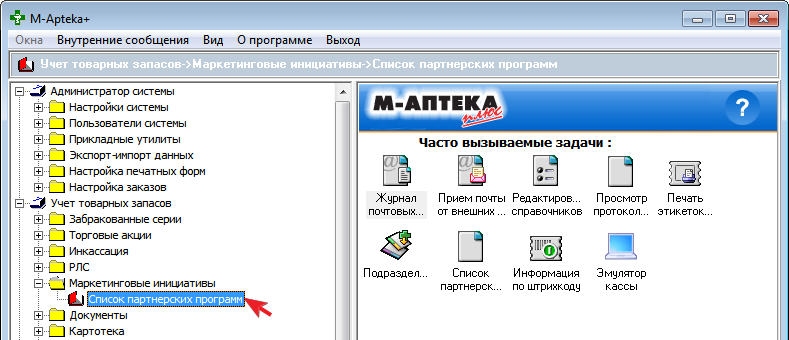
Маркетинговая инициатива «Товар дня» предназначена для стимуляции работников аптеки с целью продажи определённого количества промотируемых товаров, входящих в инициативу «Товар дня». Для каждого промотируемого товара назначается плановое количество (во вторичных упаковках), а также количество баллов (для первостольника) за продажу одной упаковки. Товар данной инициативы является частью «Обязательной матрицы». Товар данной инициативы выделяется в программе «М-АПТЕКА плюс» зелёным цветом, а в таблицах замен и допродаж является приоритетным (находится вверху списка). Бонусы за продажу товара выплачиваются при условии выполнения плана продаж по промотируемому товару.

Промотируемый товар (далее **промотовар**) – это группа номенклатур, имеющая свой уникальный код и наименование.

**Внимание:** Список промотоваров «Товар дня» может пересекаться со списком промотоваров из всех инициатив, кроме инициатив «УСТМ» и «Дополнительная мотивация первостольника». Все иные инициативы могут сосуществовать с инициативой «Товар дня». При пересечении списка промотоваров из иной инициативы с инициативой «Товар дня» бонусы, предусмотренные инициативой «Товар дня» для данного списка промотоваров, продолжают действовать параллельно с бонусами и условиями иной инициативы для данного списка промотоваров.

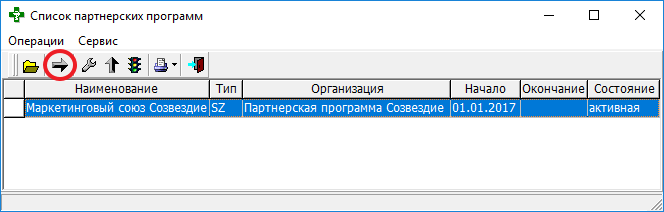
1. Аптека должна удостовериться, что маркетинговая инициатива «Товар дня» получена. Для этого необходимо открыть функционал **Список партнёрских программ**, расположенный по адресу:

**Учет товарных запасов 🡪 Маркетинговые инициативы 🡪 Список партнёрских программ**

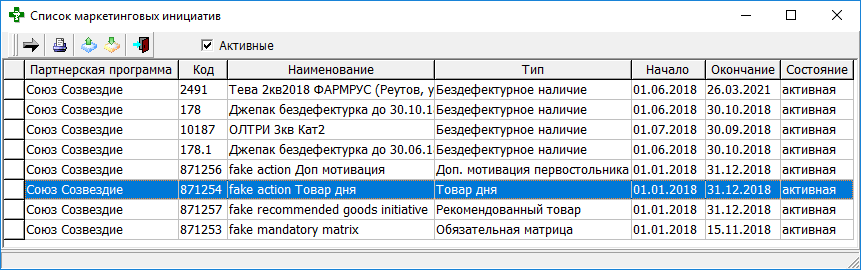


**Примечание:** После импорта инициатив из Портала Офис аптечной сети автоматически рассылает их по аптекам.

1. Откроется окно **Список партнёрских программ,** где отображается действующая партнёрская программа, и нажать на кнопку (Открыть список инициатив):



1. Далее необходимо просмотреть маркетинговую инициативу «Товар дня». Для этого, находясь в окне **Список маркетинговых инициатив,** следует нажать на кнопку (Параметры инициативы) или нажать клавишу **[Enter]**:



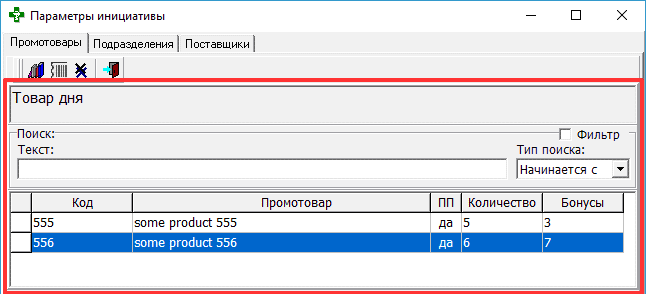
**Внимание:** По умолчанию всегда установлена «галочка» **Активные**, из-за чего в списке отображаются только **действующие** инициативы. Если нужно просмотреть **все** инициативы, то следует снять «галочку» **Активные**.

**Примечание:** В Офисе видны все инициативы для этой аптечной сети, а в каждой аптеке отображаются только предназначенные для неё инициативы.

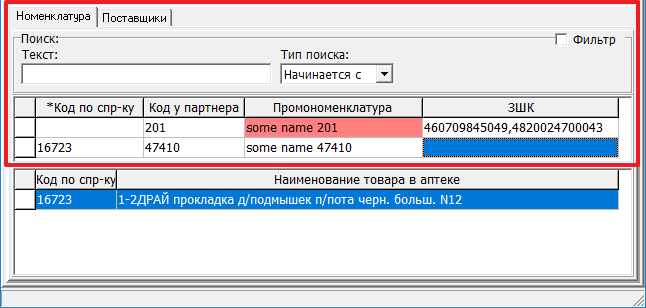
1. Открывшееся окно **Параметры инициативы** разделено на три вкладки:
   1. Вкладка **Промотовары**.
   2. Вкладка **Подразделения**.
   3. Вкладка **Поставщики**.

Вкладка **Промотовары** разделена на четыре панели:

* **Кнопочная панель.** Подробно описана в разделе [Привязка к справочникам](#_Привязка_к_справочникам_).
* **Верхняя** панель. Содержит пять колонок: **Код**, **Промотовар**, **ПП**, **Количество** и **Бонусы**.
  + **Код** – внутренний код промотовара.
  + **Промотовар** – название товара из партнёрской программы.
  + **ПП** – признак привязки номенклатуры. Позволяет сортировать промотовары по наличию привязок.
  + **Количество** – плановое количество промотовара.
  + **Бонусы** – количество бонусов, начисляемое за продажу единицы промотовара.

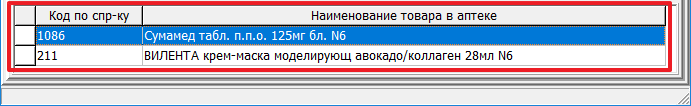


* **Средняя** панель. Позволяет отмечать клавишей **[Insert]** партии номенклатур промотоваров, выбранных в верхней панели, после чего с помощью кнопок **кнопочной панели** можно создавать или разрывать привязки. Подробно описана в разделе [Привязка к справочникам](#_Привязка_к_справочникам_).



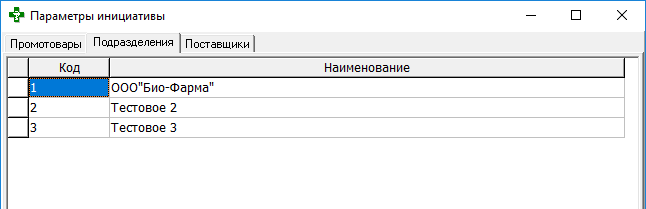
Средняя панель содержит следующие колонки:

* + **Код по справочнику** – код из **Справочника товаров**.
  + **Код у партнёра** – код из партнёрской программы.
  + **Промономенклатура** – номенклатуры участвующих в инициативе промотоваров.
  + **ЗШК** – заводской штрихкод товара.
* **Нижняя** панель. Отображает наименование текущего товара в аптеке:

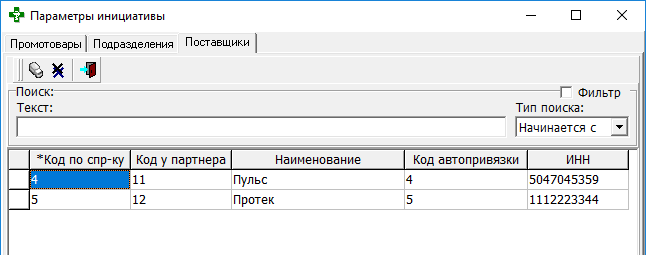


Вкладка **Подразделения** содержит список подразделений, участвующих в инициативе:

* **Код** – код подразделения в справочнике **Внутренние контрагенты**.
* **Наименование** – название подразделения из справочника **Внутренние контрагенты**.



Вкладка **Поставщики** содержит список поставщиков, участвующих в инициативе. Подробно описана в разделе [Привязка к справочникам](#_Привязка_к_справочникам_).



### УСТМ

Маркетинговая инициатива Условная Собственная Товарная Марка (далее «**УСТМ**») предназначена для стимуляции работников аптеки с целью продажи определённого количества промотируемых товаров, входящих в инициативу «УСТМ». Для каждого промотируемого товара назначается плановое количество (во вторичных упаковках), а также количество баллов (для первостольника) за продажу одной упаковки. Товар данной инициативы выделяется в программе «М-АПТЕКА плюс» зелёным цветом, а в таблицах замен и допродаж является приоритетным (находится вверху списка). Бонусы за продажу товара выплачиваются при условии выполнения плана продаж по промотируемому товару.

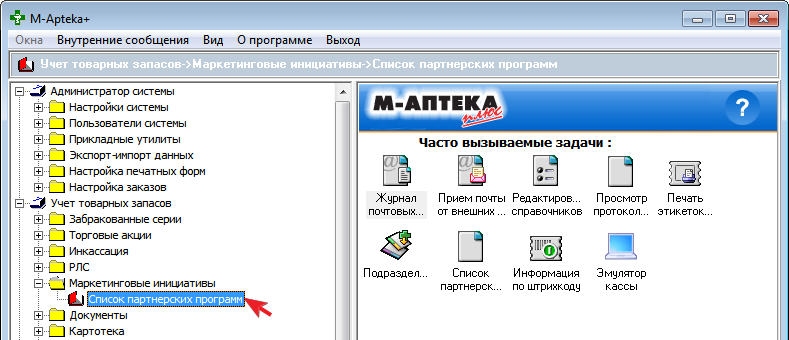
Промотируемый товар (далее **промотовар**) – это группа номенклатур, имеющая свой уникальный код и наименование.

**Примечание:** В программе «М-АПТЕКА плюс» промотируемые товары инициативы «УСТМ» выделяются тем же зелёным цветом, что и инициатива «Товар дня».

**Внимание:** Список промотоваров инициативы «УСТМ» может пересекаться со списком промотоваров из всех инициатив, кроме инициатив «Товар дня» и «Дополнительная мотивация первостольника». Все иные инициативы могут сосуществовать с инициативой «УСТМ». При пересечении списка промотоваров из иной инициативы с инициативой «УСТМ» бонусы, предусмотренные инициативой «УСТМ» для данного списка промотоваров, продолжают действовать параллельно с бонусами и условиями иной инициативы для данного списка промотоваров.

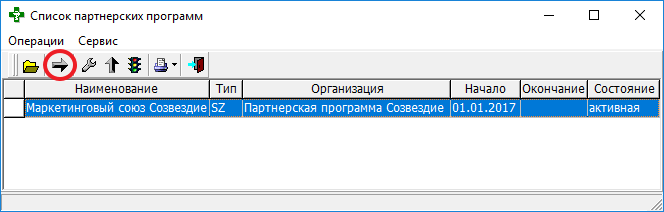
1. Аптека должна удостовериться, что маркетинговая инициатива «УСТМ» получена. Для этого необходимо открыть функционал **Список партнёрских программ**, расположенный по адресу:

**Учет товарных запасов 🡪 Маркетинговые инициативы 🡪 Список партнёрских программ**

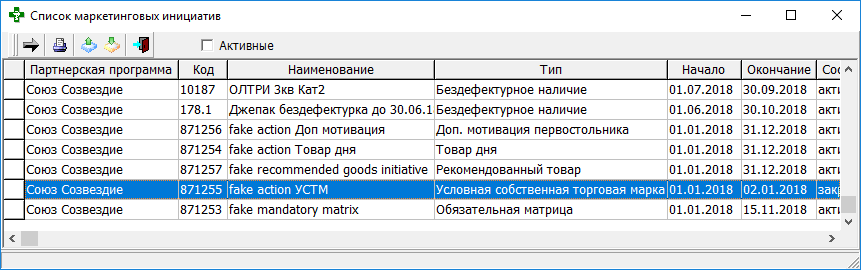


**Примечание:** После импорта инициатив из Портала Офис аптечной сети автоматически рассылает их по аптекам.

1. Откроется окно **Список партнёрских программ,** где отображается действующая партнёрская программа, и нажать на кнопку (Открыть список инициатив):



1. Далее необходимо просмотреть маркетинговую инициативу «УСТМ». Для этого, находясь в окне **Список маркетинговых инициатив,** следует нажать на кнопку (Параметры инициативы) или нажать клавишу **[Enter]**:



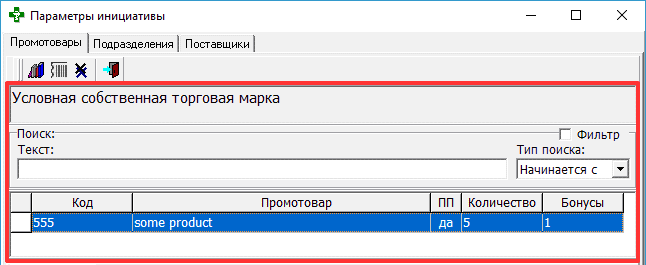
**Внимание:** По умолчанию всегда установлена «галочка» **Активные**, из-за чего в списке отображаются только **действующие** инициативы. Если нужно просмотреть **все** инициативы, то следует снять «галочку» **Активные**.

**Примечание:** В Офисе видны все инициативы для этой аптечной сети, а в каждой аптеке отображаются только предназначенные для неё инициативы.

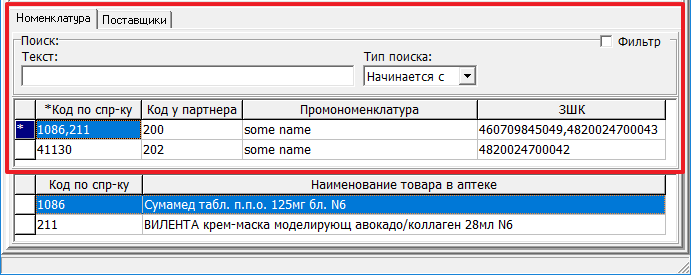
1. Открывшееся окно **Параметры инициативы** разделено на три вкладки:
   1. Вкладка **Промотовары**.
   2. Вкладка **Подразделения**.
   3. Вкладка **Поставщики**.

Вкладка **Промотовары** разделена на четыре панели:

* **Кнопочная панель.** Подробно описана в разделе [Привязка к справочникам](#_Привязка_к_справочникам_).
* **Верхняя** панель. Содержит пять колонок: **Код**, **Промотовар**, **ПП**, **Количество** и **Бонусы**.
  + **Код** – внутренний код промотовара.
  + **Промотовар** – название товара из партнёрской программы.
  + **ПП** – признак привязки номенклатуры. Позволяет сортировать промотовары по наличию привязок.
  + **Количество** – плановое количество промотовара.
  + **Бонусы** – количество бонусов, начисляемое за продажу единицы промотовара.

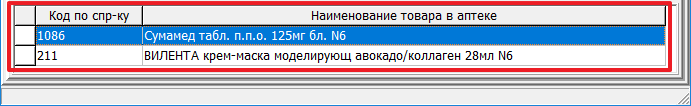


* **Средняя** панель. Позволяет отмечать клавишей **[Insert]** партии номенклатур промотоваров, выбранных в верхней панели, после чего с помощью кнопок **кнопочной панели** можно создавать или разрывать привязки.



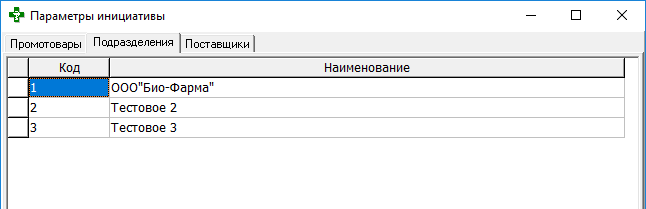
Средняя панель содержит следующие колонки:

* + **Код по справочнику** – код из **Справочника товаров**.
  + **Код у партнёра** – код из партнёрской программы.
  + **Промономенклатура** – номенклатуры участвующих в инициативе промотоваров.
  + **ЗШК** – заводской штрихкод товара.
* **Нижняя** панель. Отображает наименование текущего товара в аптеке:

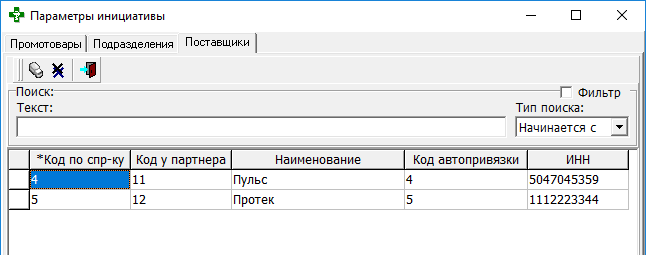


Вкладка **Подразделения** содержит список подразделений, участвующих в инициативе:

* **Код** – код подразделения в справочнике **Внутренние контрагенты**.
* **Наименование** – название подразделения из справочника **Внутренние контрагенты**.



Вкладка **Поставщики** содержит список поставщиков, участвующих в инициативе. Подробно описана в разделе [Привязка к справочникам](#_Привязка_к_справочникам_).



### Дополнительная мотивация первостольника

Маркетинговая инициатива «Дополнительная мотивация первостольника» (далее «Доп.мотивация первостольника») предназначена для дополнительной стимуляции работников аптеки с целью повышения продаж промотируемых товаров, входящих в инициативу «Доп.мотивация первостольника». Для каждого промотовара назначается количество баллов (для первостольника) за продажу одной упаковки.

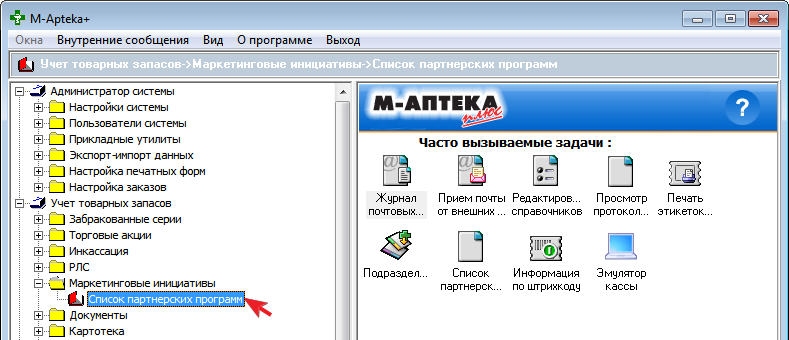
Промотируемый товар (далее **промотовар**) – это группа номенклатур, имеющая свой уникальный код и наименование.

**Примечание:** Отличие от инициатив «Товар дня» и «УСТМ» в отсутствии плана продаж. Выплата бонуса аптеке Союзом «Созвездие» производится за любое количество проданного товара.

**Внимание:** Список промотоваров инициативы «Дополнительная мотивация первостольника» может пересекаться со списком промотоваров из всех инициатив, кроме инициатив «Товар дня» и «УСТМ». Все иные инициативы могут сосуществовать с инициативой «Дополнительная мотивация первостольника». При пересечении списка промотоваров из иной инициативы с инициативой «Дополнительная мотивация первостольника» бонусы, предусмотренные инициативой «Дополнительная мотивация первостольника» для данного списка промотоваров, продолжают действовать параллельно с бонусами и условиями иной инициативы для данного списка промотоваров.

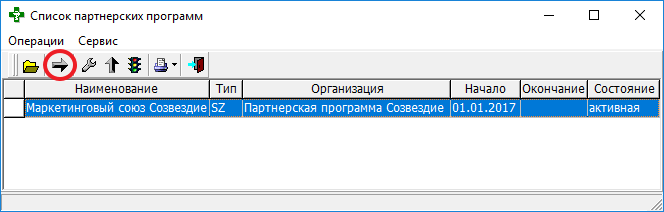
1. Аптека должна удостовериться, что маркетинговая инициатива «Доп.мотивация первостольника» получена. Для этого необходимо открыть функционал **Список партнёрских программ**, расположенный по адресу:

**Учет товарных запасов 🡪 Маркетинговые инициативы 🡪 Список партнёрских программ**

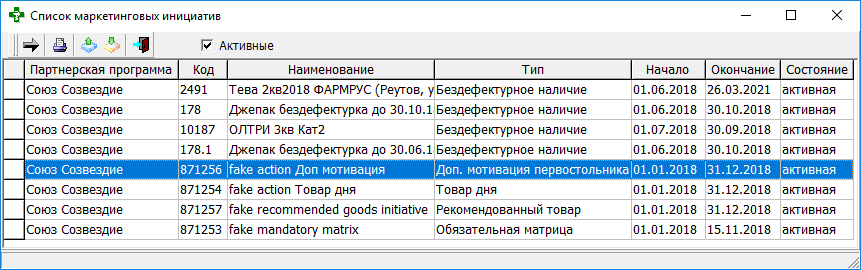


**Примечание:** После импорта инициатив из Портала Офис аптечной сети автоматически рассылает их по аптекам.

1. Откроется окно **Список партнёрских программ,** где отображается действующая партнёрская программа, и нажать на кнопку (Открыть список инициатив):



1. Далее необходимо просмотреть маркетинговую инициативу «Доп.мотивация первостольника». Для этого, находясь в окне **Список маркетинговых инициатив,** следует нажать на кнопку (Параметры инициативы) или нажать клавишу **[Enter]**:



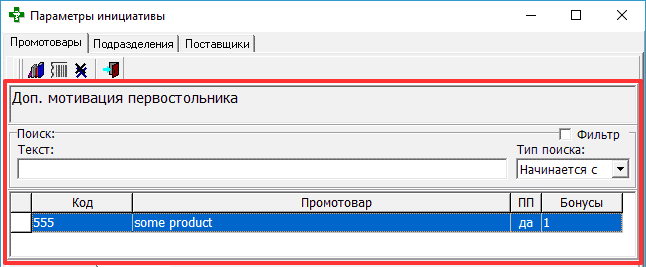
**Внимание:** По умолчанию всегда установлена «галочка» **Активные**, из-за чего в списке отображаются только **действующие** инициативы. Если нужно просмотреть **все** инициативы, то следует снять «галочку» **Активные**.

**Примечание:** В Офисе видны все инициативы для этой аптечной сети, а в каждой аптеке отображаются только предназначенные для неё инициативы.

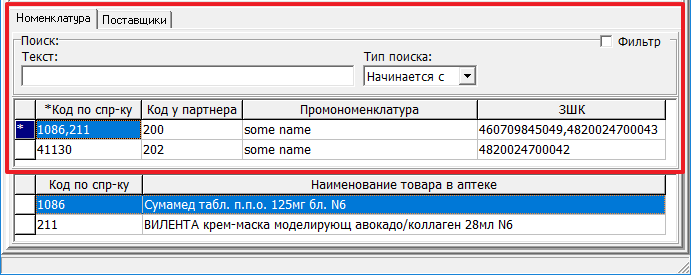
1. Открывшееся окно **Параметры инициативы** разделено на три вкладки:
   1. Вкладка **Промотовары**.
   2. Вкладка **Подразделения**.
   3. Вкладка **Поставщики**.

Вкладка **Промотовары** разделена на четыре панели:

* **Кнопочная панель.** Подробно описана в разделе [Привязка к справочникам](#_Привязка_к_справочникам_).
* **Верхняя** панель. Содержит четыре колонки: **Код**, **Промотовар**, **ПП** и **Бонусы**.
  + **Код** – внутренний код промотовара.
  + **Промотовар** – название товара из партнёрской программы.
  + **ПП** – признак привязки номенклатуры. Позволяет сортировать промотовары по наличию привязок.
  + **Бонусы** – количество бонусов, начисляемое за продажу единицы промотовара.

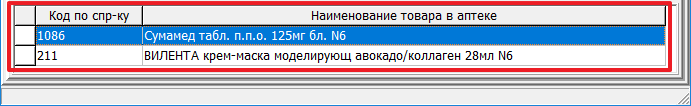


* **Средняя** панель. Позволяет отмечать клавишей **[Insert]** партии номенклатур промотоваров, выбранных в верхней панели, после чего с помощью кнопок **кнопочной панели** можно создавать или разрывать привязки.



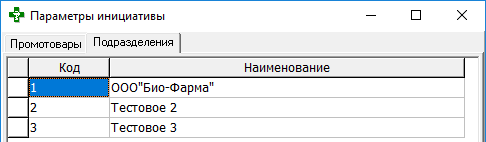
Средняя панель содержит следующие колонки:

* + **Код по справочнику** – код из **Справочника товаров**.
  + **Код у партнёра** – код из партнёрской программы.
  + **Промономенклатура** – номенклатуры участвующих в инициативе промотоваров.
  + **ЗШК** – заводской штрихкод товара.
* **Нижняя** панель. Отображает наименование текущего товара в аптеке:

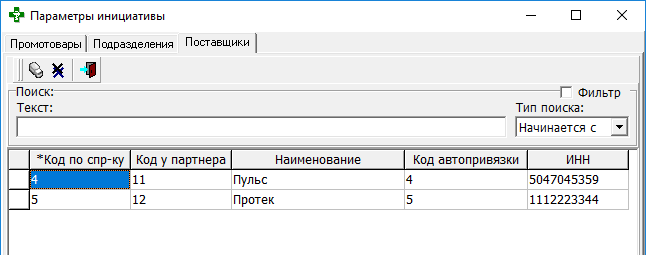


Вкладка **Подразделения** содержит список подразделений, участвующих в инициативе:

* **Код** – код подразделения в справочнике **Внутренние контрагенты**.
* **Наименование** – название подразделения из справочника **Внутренние контрагенты**.



Вкладка **Поставщики** содержит список поставщиков, участвующих в инициативе. Подробно описана в разделе [Привязка к справочникам](#_Привязка_к_справочникам_).



## Инициативы, относящиеся к «дополнительным активностям»

В этом разделе перечислены маркетинговые инициативы, относящиеся к «дополнительным активностям». По ассортименту такие инициативы могут пересекаться с любыми другими инициативами. При пересечении ассортимента инициативы, относящейся к «дополнительным активностям», с ассортиментом инициатив «Обязательная матрица», «Рекомендованный товар», «Дополнительная мотивация», «Товар дня», бонусы, предусмотренные инициативой для данного ассортимента, продолжают действовать параллельно с бонусами и условиями других инициатив для данного ассортимента.

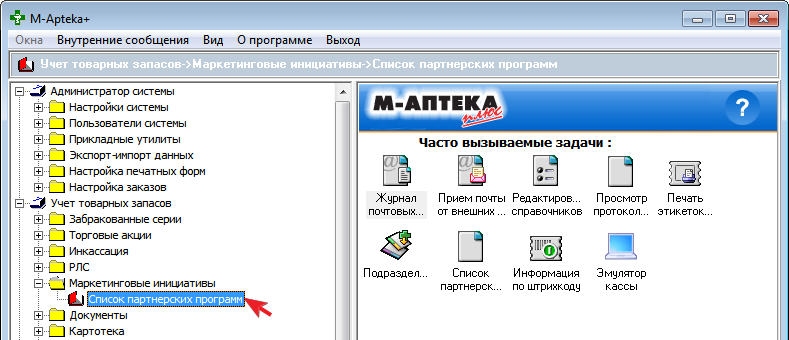
### Бездефектурное наличие

Маркетинговая инициатива «Бездефектурное наличие» предназначена для обеспечения наличия на остатках определённого количества промотируемых товаров в соответствии с параметрами инициативы (количество на конец дня). Инициатива создаётся в офисе управления аптечной сетью, либо в офисе управления маркетинговым союзом (на основе договора с аптекой) и отправляется в аптеку.

Промотируемый товар (далее **промотовар**) – это группа номенклатур, имеющая свой уникальный код и наименование.

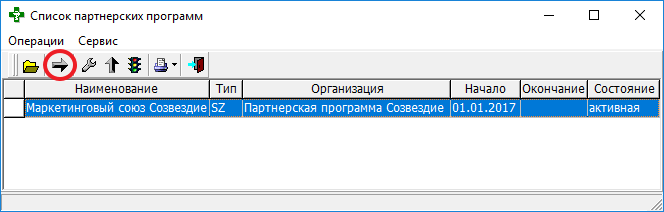
1. Аптека должна удостовериться, что маркетинговая инициатива «Бездефектурное наличие» получена. Для этого необходимо открыть функционал **Список партнёрских программ**, расположенный по адресу:

**Учет товарных запасов 🡪 Маркетинговые инициативы 🡪 Список партнёрских программ**

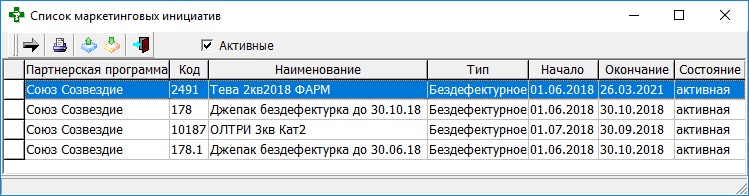


**Примечание:** После импорта инициатив из Портала Офис аптечной сети автоматически рассылает их по аптекам.

1. Откроется окно **Список партнёрских программ,** где отображается действующая партнёрская программа, и нажать на кнопку (Открыть список инициатив):



1. Далее необходимо просмотреть маркетинговую инициативу «Бездефектурное наличие». Для этого, находясь в окне **Список маркетинговых инициатив,** следует нажать на кнопку (Параметры инициативы) или нажать клавишу **[Enter]**:



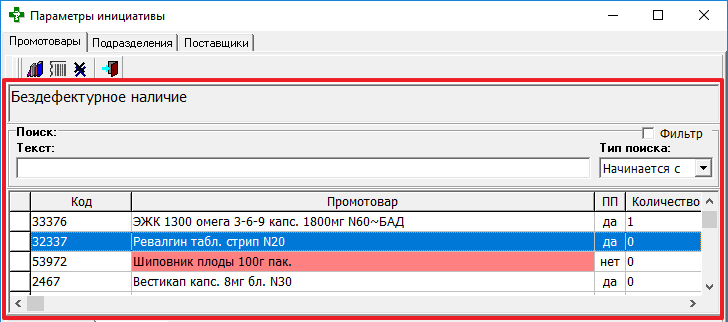
**Внимание:** По умолчанию всегда установлена «галочка» **Активные**, из-за чего в списке отображаются только **действующие** инициативы. Если нужно просмотреть **все** инициативы, то следует снять «галочку» **Активные**.

**Примечание:** В Офисе видны все инициативы для этой аптечной сети, а в каждой аптеке отображаются только предназначенные для неё инициативы.

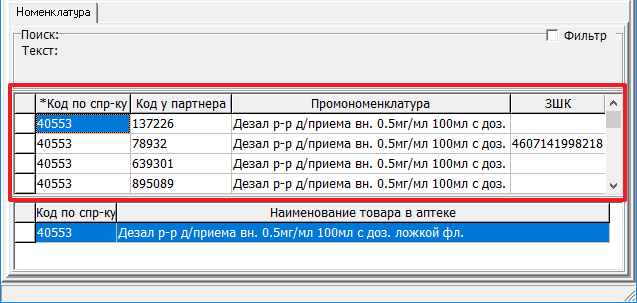
1. Открывшееся окно **Параметры инициативы** разделено на три вкладки:
   1. Вкладка **Товары**.
   2. Вкладка **Подразделения**.
   3. Вкладка **Поставщики**.

Вкладка **Товары** разделена на четыре панели:

* **Кнопочная панель**. Подробно описана в разделе [Привязка к справочникам](#_Привязка_к_справочникам_).
* **Верхняя** панель. Содержит четыре колонки: **Код**, **Промотовар**, **ПП** и **Количество**.
  + **Код** – внутренний код промотовара.
  + **Промотовар** – название товара из партнёрской программы.
  + **ПП** – признак привязки номенклатуры. Позволяет сортировать промотовары по наличию привязок.
  + **Количество** – количество промотовара, которое обязательно должно находиться на остатках.

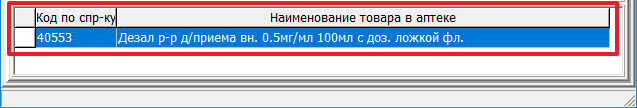


* **Средняя** панель. Позволяет отмечать клавишей **[Insert]** партии номенклатур промотоваров, выбранных в верхней панели, после чего с помощью кнопок **кнопочной панели** можно создавать или разрывать привязки.



Средняя панель содержит следующие колонки:

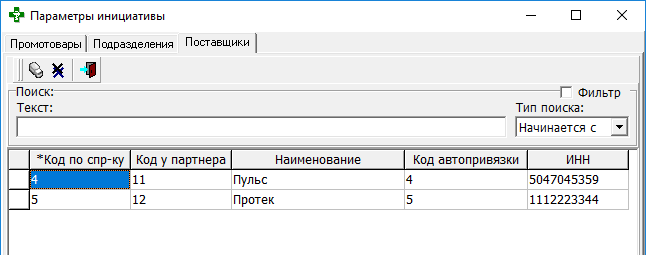
* + **Код по справочнику** – код из **Справочника товаров**.
  + **Код у партнёра** – код из партнёрской программы.
  + **Промономенклатура** – номенклатуры участвующих в инициативе промотоваров.
  + **ЗШК** – заводской штрихкод товара.
* **Нижняя** панель. Отображает наименование текущего товара в аптеке:



Вкладка **Подразделения** содержит список подразделений, участвующих в инициативе:

* **Код** – код подразделения в справочнике **Внутренние контрагенты**.
* **Наименование** – название подразделения из справочника **Внутренние контрагенты**.

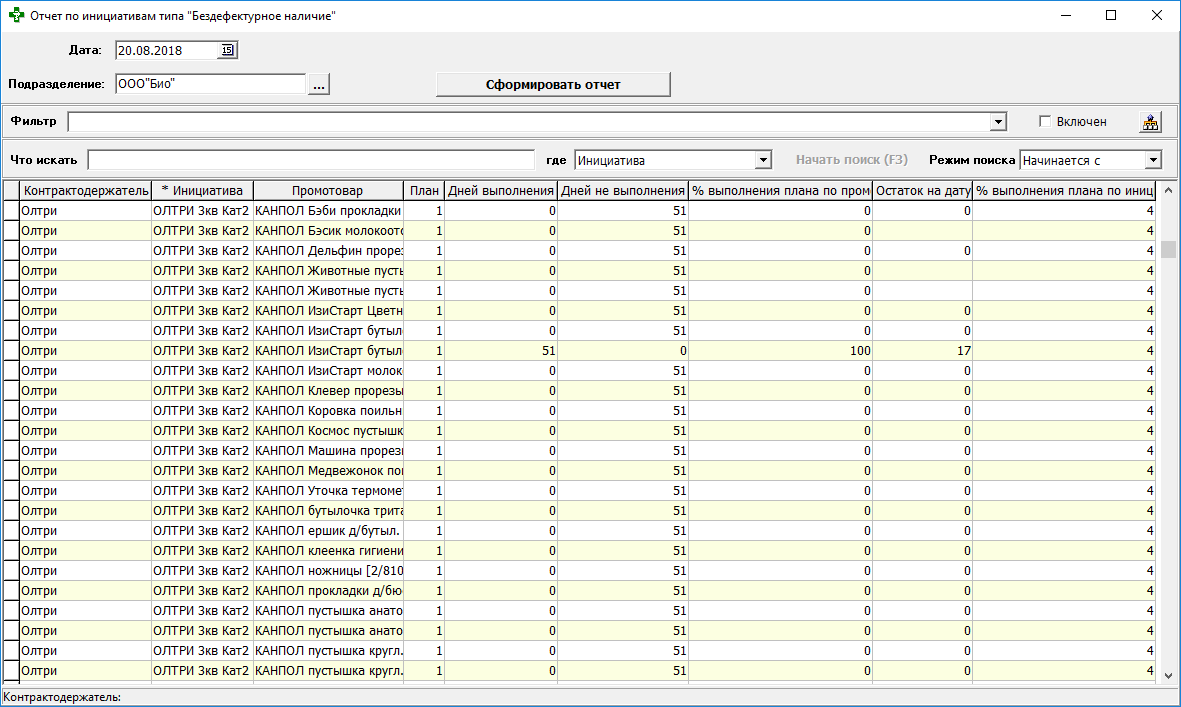
Вкладка **Поставщики** содержит список поставщиков, участвующих в инициативе. Подробно описана в разделе [Привязка к справочникам](#_Привязка_к_справочникам_).



1. Также имеется возможность построить отчёт по данной маркетинговой инициативе. Для этого в окне **Список маркетинговых инициатив** (см. [выше пункт №3](#пункт_3)) следует нажать на кнопку (Отчёт). Откроется отдельное окно с предпросмотром отчёта.

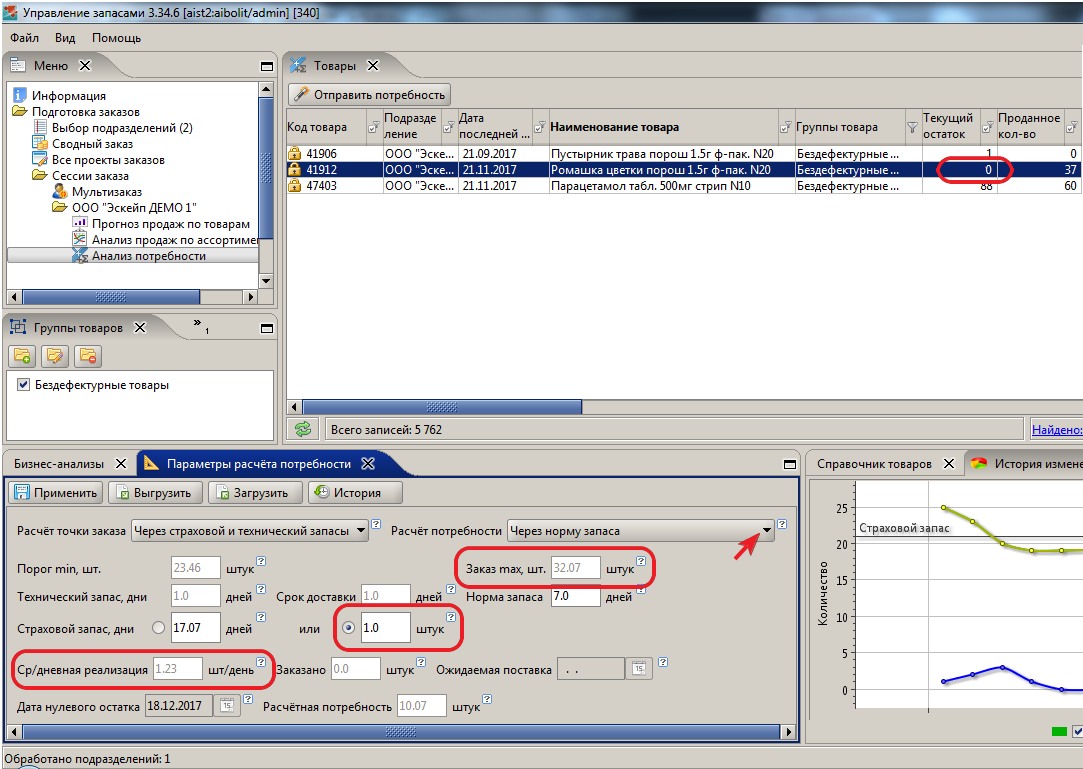


1. Ещё один вариант получения отчёта по инициативе доступен по кнопке (Отчёты) в окне **Список партнёрских программ** (см. [выше пункт №2](#пункт_3)). Откроется отдельное окно, в котором можно выбрать дату отчёта, подразделение и фильтр, имеется возможность поиска. Для построения отчёта следует нажать на кнопку **Сформировать отчет**:

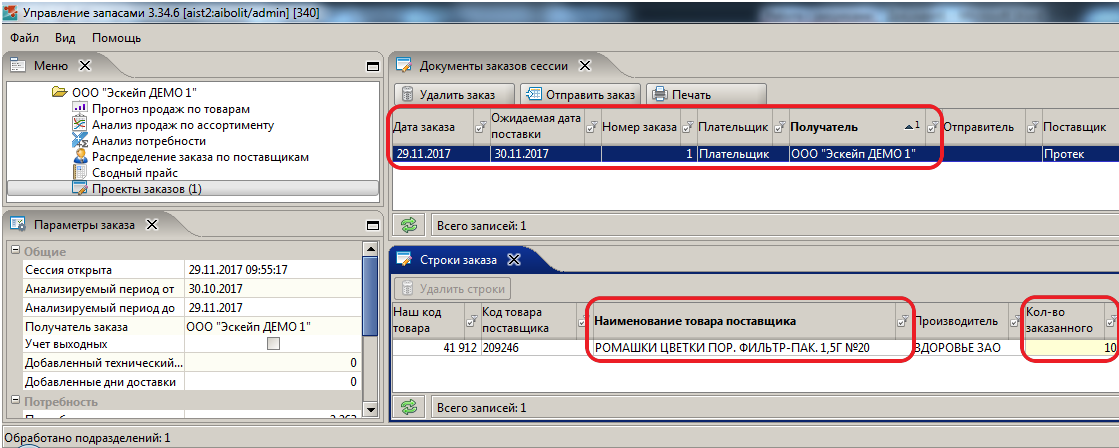


**Вы можете использовать отчёт для заказа товаров из списка, если у вас нет системы автозаказа.**

1. Если у вас установлена программа автозаказа **ОПТИМА,** принятая инициатива автоматически выгрузится в программу, промотовары попадут в группу **Бездефектурный остаток**.
2. Программа автозаказа **ОПТИМА**, в соответствии с полученными параметрами, обеспечит расчёт потребности для выполнения аптекой условий инициативы. В общем случае расчёт потребности будет произведён с учётом наличия промотоваров на складе аптеки и их уходимости.

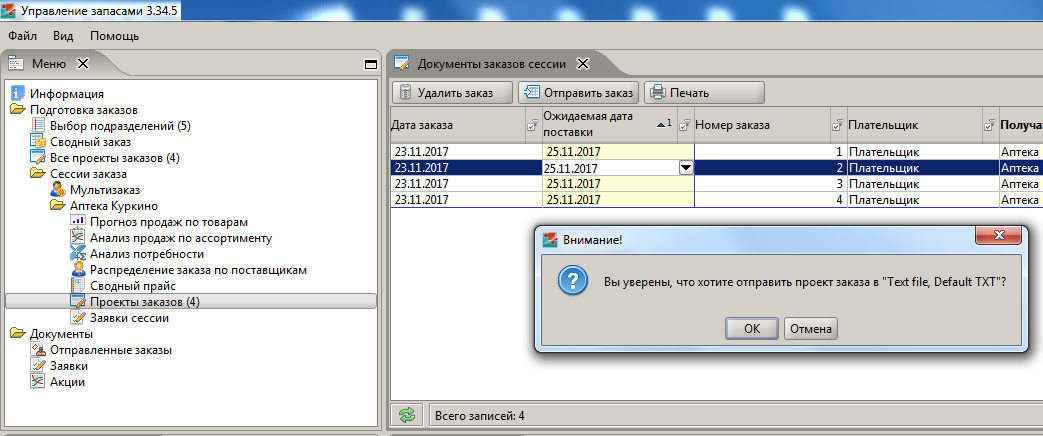


1. После расчёта потребности следует произвести расторговку по поставщикам. Это производится либо в программе **ОПТИМА**,



либо с помощью установленной в аптеке и настроенной для получения потребности из **ОПТИМА** программы-торговой площадки (**АналитФармация**, **Фарм-СМ** и т.д.).

1. После того как произведена расторговка, следует отправить сформированные заказы поставщикам – либо с помощью программы **ОПТИМА**,

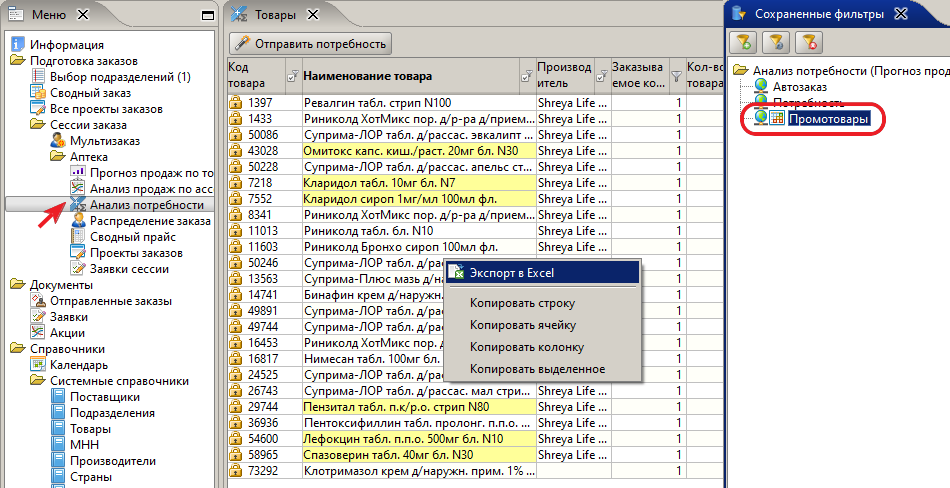


либо с помощью программы-торговой площадки.

1. В случае если вы не заказываете товары через ОПТИМА, имеется возможность получить подготовленный список товаров для заказа одним из следующих способов:

* Можно просмотреть список товаров для заказа в окне программы ОПТИМА.
* Можно выгрузить список товаров для заказа в Excel.

Для этого необходимо открыть программу ОПТИМА через ярлык на рабочем столе, открыть раздел **Анализ потребности** и выбрать фильтр **Промотовары**:



Список товаров для заказа отображается на экране. Экспорт в Excel выполняется через одноимённый пункт меню, вызываемого по правой клавише мыши.

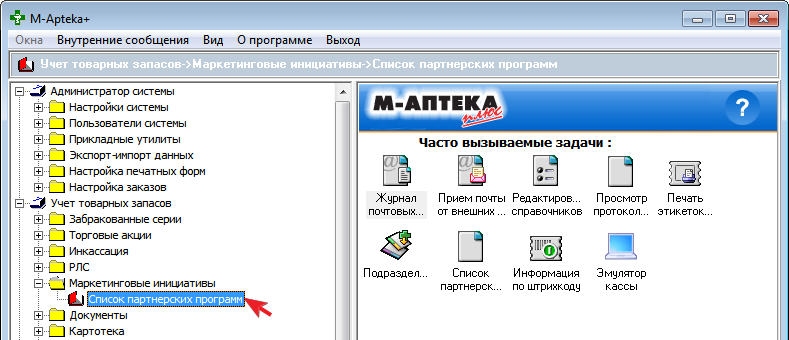
### План по закупке

Маркетинговая инициатива «План по закупке» предназначена для повышения количества закупок промотируемого товара аптекой за период действия инициативы, и должна работать совместно с инициативой «План по продаже». Инициатива создаётся в офисе управления аптечной сетью, либо в офисе управления маркетинговым союзом (на основе договора с аптекой) и отправляется в аптеку.

Промотируемый товар (далее **промотовар**) – это группа номенклатур, имеющая свой уникальный код и наименование.

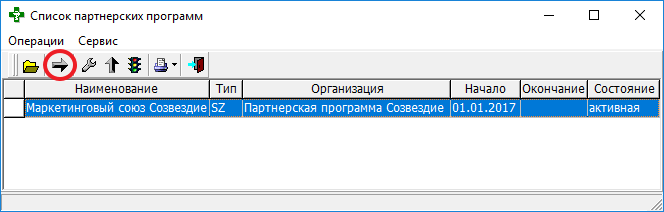
1. Аптека должна удостовериться, что маркетинговая инициатива «План по закупке» получена. Для этого необходимо открыть функционал **Список партнёрских программ**, расположенный по адресу:

**Учет товарных запасов 🡪 Маркетинговые инициативы 🡪 Список партнёрских программ**.

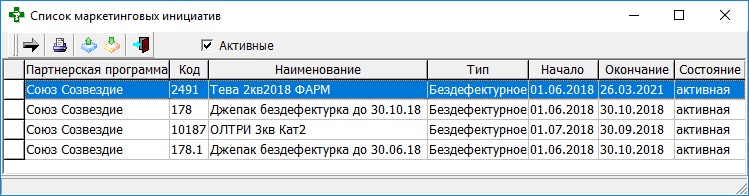


**Примечание:** После импорта инициатив из Портала Офис аптечной сети автоматически рассылает их по аптекам.

1. Откроется окно **Список партнёрских программ,** где отображается действующая партнёрская программа, и нажать на кнопку (Открыть список инициатив):



1. Далее необходимо просмотреть маркетинговую инициативу «План по закупке». Для этого, находясь в окне **Список маркетинговых инициатив,** следует нажать на кнопку (Параметры инициативы) или нажать клавишу **[Enter]**:



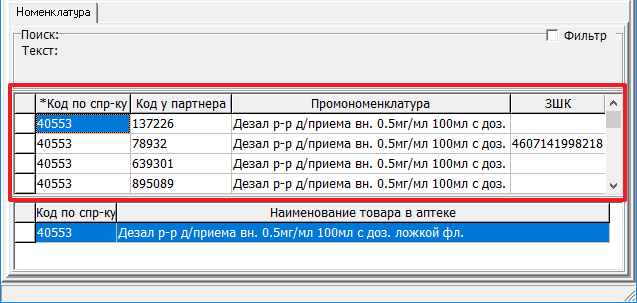
**Внимание:** По умолчанию всегда установлена «галочка» **Активные**, из-за чего в списке отображаются только **действующие** инициативы. Если нужно просмотреть **все** инициативы, то следует снять «галочку» **Активные**.

**Примечание:** В Офисе видны все инициативы для этой аптечной сети, а в каждой аптеке отображаются только предназначенные для неё инициативы.

1. Открывшееся окно **Параметры инициативы** разделено на четыре вкладки:
   1. Вкладка **Товары**.
   2. Вкладка **Подразделения**.
   3. Вкладка **Поставщики**.
   4. Вкладка **Дополнительно**.

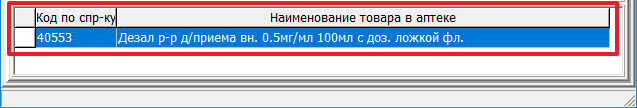
Вкладка **Товары** разделена на четыре панели:

* **Кнопочная панель**. Подробно описана в разделе [Привязка к справочникам](#_Привязка_к_справочникам_).
* **Верхняя** панель. Содержит пять колонок **Код**, **Промотовар**, **ПП,** **Цена** и **Бонусы**.
  + **Код** – внутренний код промотовара.
  + **Промотовар** – название товара из партнёрской программы.
  + **ПП** – признак привязки номенклатуры. Позволяет сортировать промотовары по наличию привязок.
  + **Цена** – цена за единицу промотовара.
  + **Бонусы** (по товару) – количество условных единиц, получаемых аптекой при продаже единицы промотовара.
* **Средняя** панель. Позволяет отмечать клавишей **[Insert]** партии номенклатур промотоваров, выбранных в верхней панели, после чего с помощью кнопок **кнопочной панели** можно создавать или разрывать привязки:



Средняя панель содержит следующие колонки:

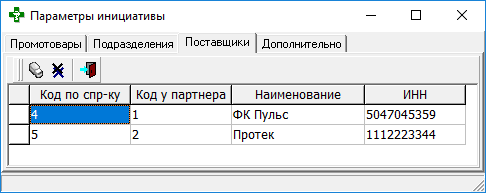
* + **Код по справочнику** – код из **Справочника товаров**.
  + **Код у партнёра** – код из партнёрской программы.
  + **Промономенклатура** – номенклатуры участвующих в инициативе промотоваров.
  + **ЗШК** – заводской штрихкод товара.
* **Нижняя** панель. Отображает наименование текущего товара в аптеке:



Вкладка **Подразделения** содержит список подразделений, участвующих в инициативе:

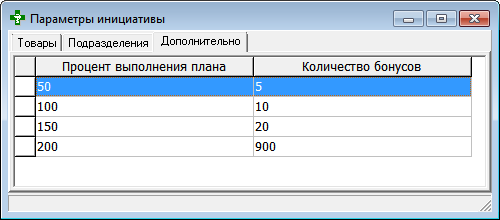
* **Код** – код подразделения в справочнике **Внутренних контрагентов**.
* **Наименование** – название подразделения из справочника **Внутренних контрагентов**.

Вкладка **Поставщики** содержит список поставщиков, участвующих в инициативе. Подробно описана в разделе [Привязка к справочникам](#_Привязка_к_справочникам_).



Вкладка **Дополнительно** содержит матрицу данных для расчёта бонусов:

* **Процент выполнения плана** – проценты выполнения «плана по закупке».
* **Количество бонусов** – количество бонусов, которые будут начислены аптеке по окончанию действия маркетинговой инициативы.

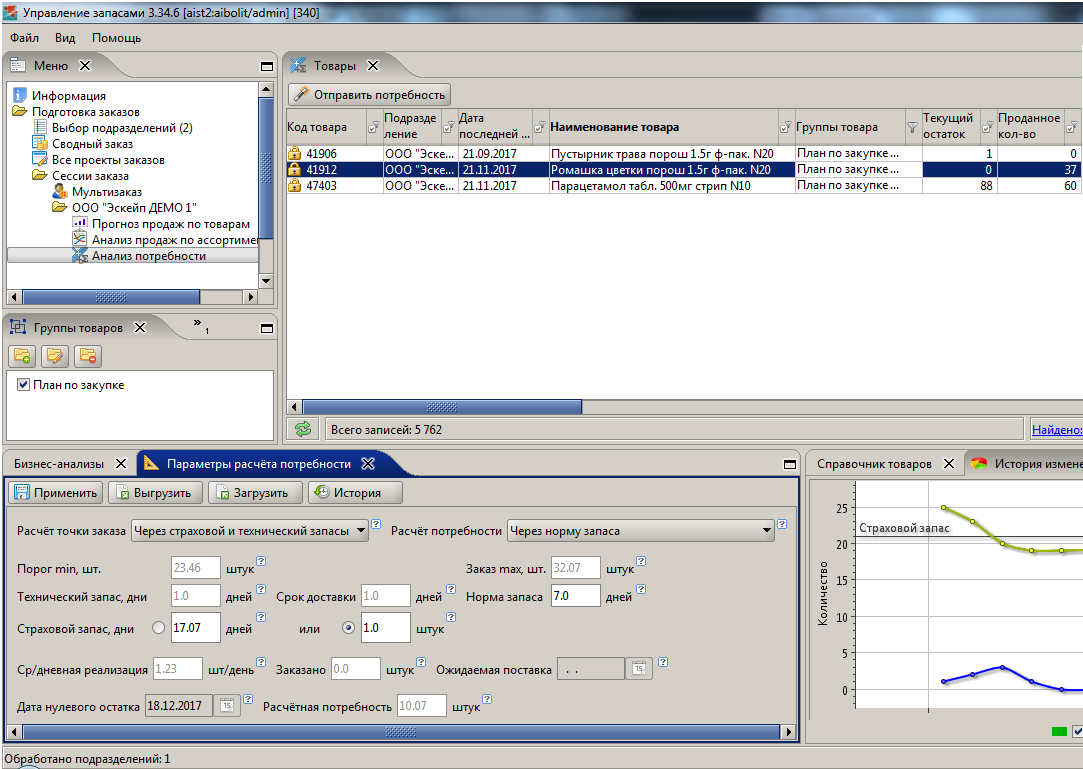


1. В Торговом терминале можно настроить отображение бонусов, получаемых фармацевтом за чек и за смену. Делается это в настройках панели показателей Торгового терминала.
2. Также имеется возможность построить отчёт по данной маркетинговой инициативе. Для этого в окне **Список маркетинговых инициатив** (см. [выше пункт №3](#пункт_3)) следует нажать на кнопку (Отчёт). Откроется отдельное окно с предпросмотром отчёта.

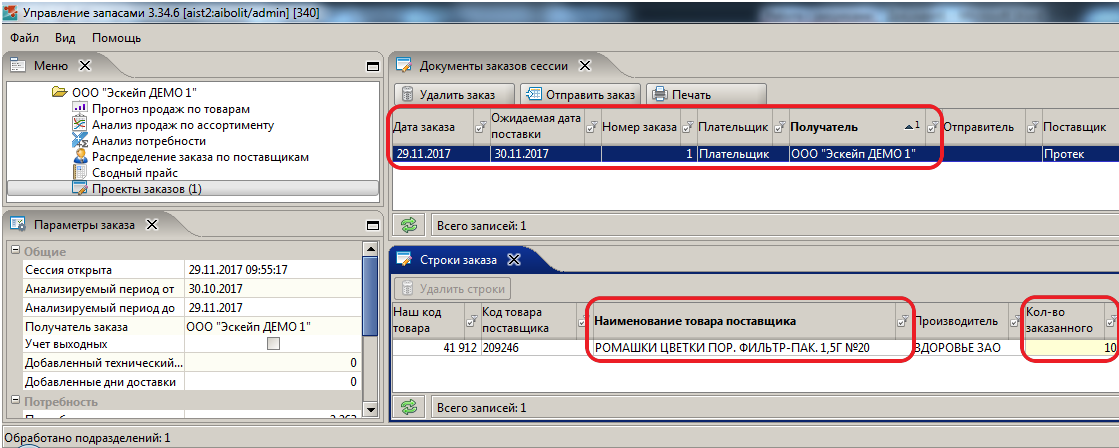


**Отчёт показывает плановые и фактические показатели закупки по каждому товару, а также, если указана дата окончания действия акции, – прогноз на эту дату, в количестве товара, процентах и бонусах. Вы можете использовать отчёт для создания заказа, если у вас нет системы автозаказа.**

1. Если вы используете программу автозаказа **ОПТИМА**, принятая инициатива автоматически выгрузится в программу, промотовары попадут в группу **План по закупке**.
2. Программа автозаказа **ОПТИМА**, в соответствии с полученными параметрами, обеспечит расчёт потребности для выполнения аптекой условий инициативы. В общем случае расчёт потребности будет произведён с учётом наличия промотоваров на складе аптеки и их уходимости.

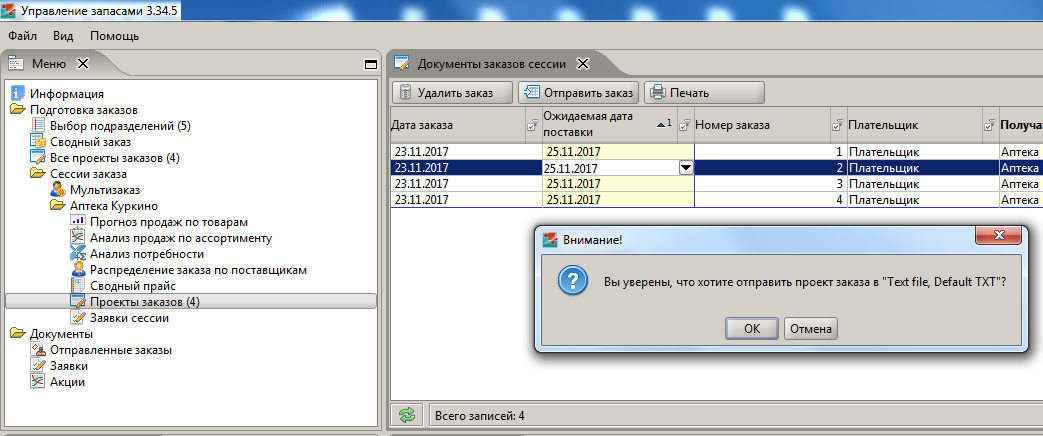


1. После расчёта потребности следует произвести расторговку по поставщикам. Это производится либо в программе **ОПТИМА**,



либо с помощью установленной в аптеке и настроенной для получения потребности из **ОПТИМА** программы-торговой площадки (**АналитФармация**, **Фарм-СМ** и т.д.).

1. После того как произведена расторговка, следует отправить сформированные заказы поставщикам – либо с помощью программы **ОПТИМА**,



либо с помощью программы-торговой площадки.

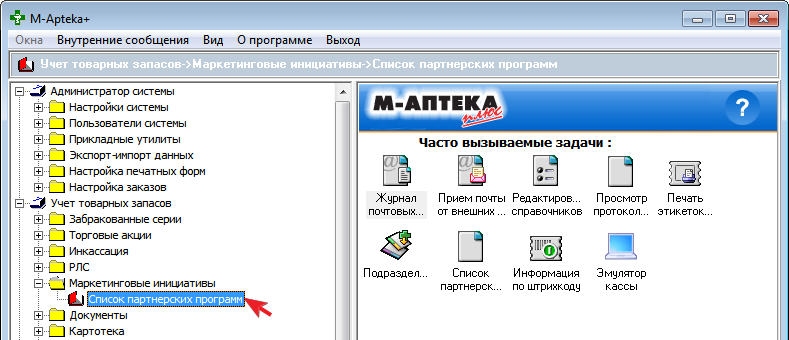
### План по закупке в суммах

Маркетинговая инициатива «План по закупке в суммах» предназначена для повышения на определённую сумму закупок промотируемого товара аптекой за период действия инициативы, и должна работать совместно с инициативой «План по продаже». Инициатива создаётся в офисе управления аптечной сетью, либо в офисе управления маркетинговым союзом (на основе договора с аптекой) и отправляется в аптеку.

Промотируемый товар (далее **промотовар**) – это группа номенклатур, имеющая свой уникальный код и наименование.

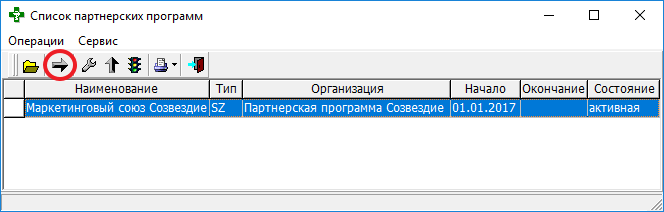
1. Аптека должна удостовериться, что маркетинговая инициатива «План по закупке в суммах» получена. Для этого необходимо открыть функционал **Список партнёрских программ**, расположенный по адресу:

**Учет товарных запасов 🡪 Маркетинговые инициативы 🡪 Список партнёрских программ**.

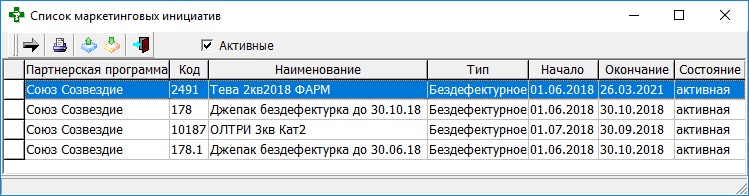


**Примечание:** После импорта инициатив из Портала Офис аптечной сети автоматически рассылает их по аптекам.

1. Откроется окно **Список партнёрских программ,** где отображается действующая партнёрская программа, и нажать на кнопку (Открыть список инициатив):



1. Далее необходимо просмотреть маркетинговую инициативу «План по закупке в суммах». Для этого, находясь в окне **Список маркетинговых инициатив,** следует нажать на кнопку (Параметры инициативы) или нажать клавишу **[Enter]**:



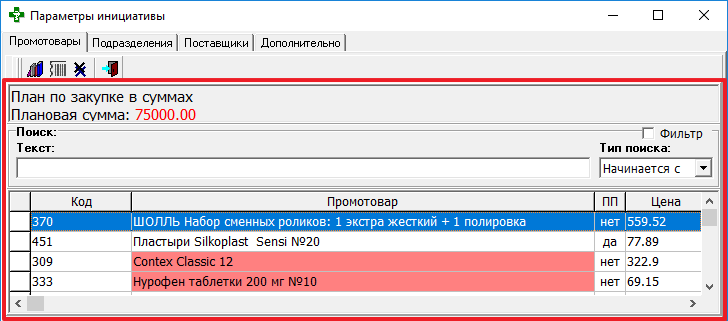
**Внимание:** По умолчанию всегда установлена «галочка» **Активные**, из-за чего в списке отображаются только **действующие** инициативы. Если нужно просмотреть **все** инициативы, то следует снять «галочку» **Активные**.

**Примечание:** В Офисе видны все инициативы для этой аптечной сети, а в каждой аптеке отображаются только предназначенные для неё инициативы.

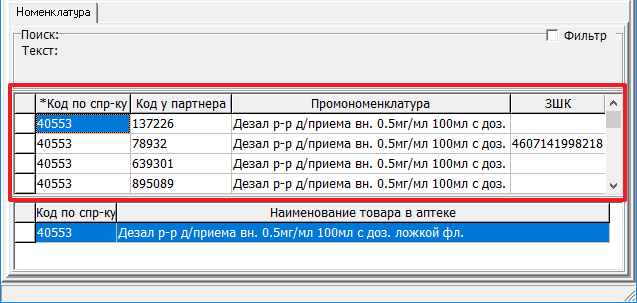
1. Открывшееся окно **Параметры инициативы** разделено на четыре вкладки:
   1. Вкладка **Товары**.
   2. Вкладка **Подразделения**.
   3. Вкладка **Поставщики**.
   4. Вкладка **Дополнительно**.

Вкладка **Товары** разделена на четыре панели:

* **Кнопочная панель.** Подробно описана в разделе [Привязка к справочникам](#_Привязка_к_справочникам_).
* **Верхняя** панель. Содержит четыре колонки: **Код**, **Промотовар**, **ПП** и **Цена**.
  + **Код** – внутренний код промотовара.
  + **Промотовар** – название товара из партнёрской программы.
  + **ПП** – признак привязки номенклатуры. Позволяет сортировать промотовары по наличию привязок.
  + **Цена** – цена за единицу промотовара.

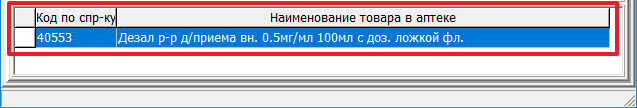


* **Средняя** панель. Позволяет отмечать клавишей **[Insert]** партии номенклатур промотоваров, выбранных в верхней панели, после чего с помощью кнопок **кнопочной панели** можно создавать или разрывать привязки.



Средняя панель содержит следующие колонки:

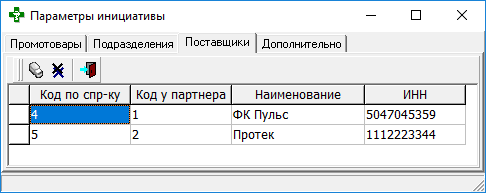
* + **Код по справочнику** – код из **Справочника товаров**.
  + **Код у партнёра** – код из партнёрской программы.
  + **Промономенклатура** – номенклатуры участвующих в инициативе промотоваров.
  + **ЗШК** – заводской штрихкод товара.
* **Нижняя** панель. Отображает наименование текущего товара в аптеке:



Вкладка **Подразделения** содержит список подразделений, участвующих в инициативе:

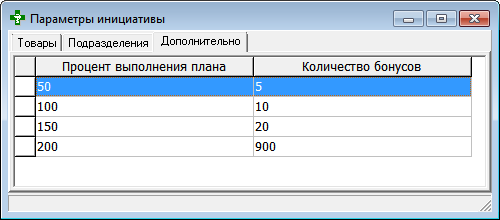
* **Код** – код подразделения в справочнике **Внутренних контрагентов**.
* **Наименование** – название подразделения из справочника **Внутренних контрагентов**.

Вкладка **Поставщики** содержит список поставщиков, участвующих в инициативе. Подробно описана в разделе [Привязка к справочникам](#_Привязка_к_справочникам_).



Вкладка **Дополнительно** содержит матрицу данных для расчёта бонусов:

* **Процент выполнения плана** – проценты выполнения «плана по закупке».
* **Количество бонусов** – количество бонусов, которые будут начислены аптеке по окончанию действия маркетинговой инициативы.

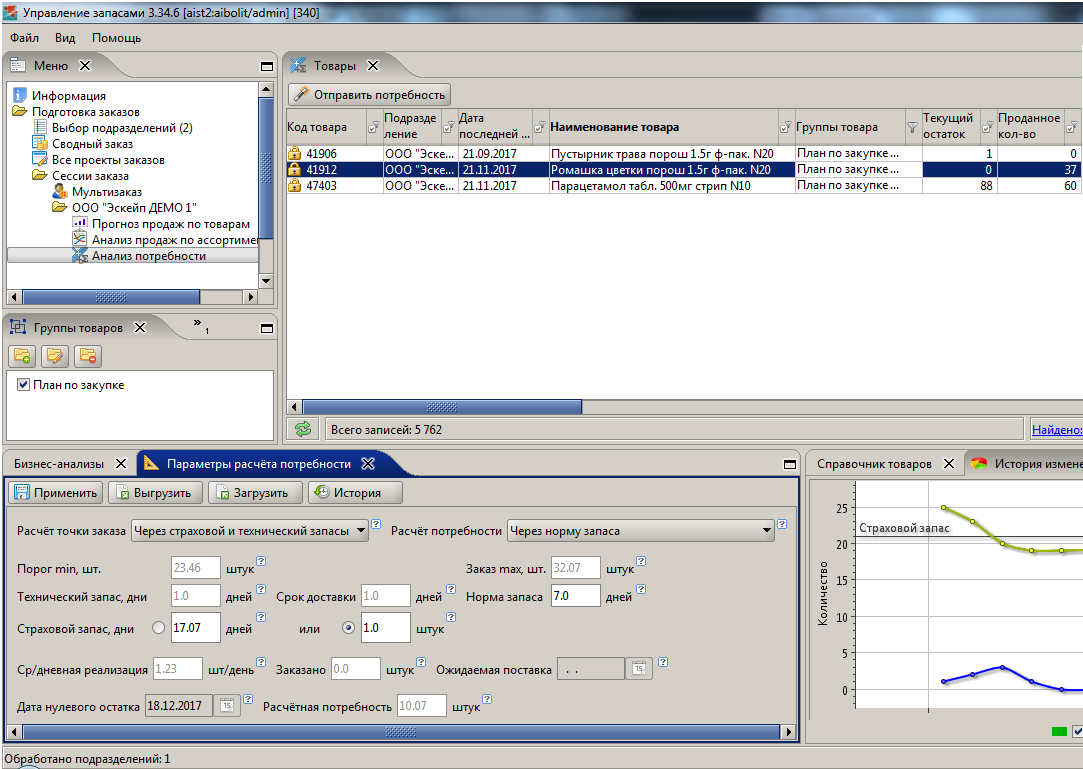


1. Также имеется возможность построить отчёт по данной маркетинговой инициативе. Для этого в окне **Список маркетинговых инициатив** (см. [выше пункт №3](#пункт_3)) следует нажать на кнопку (Отчёт). Откроется отдельное окно с предпросмотром отчёта.

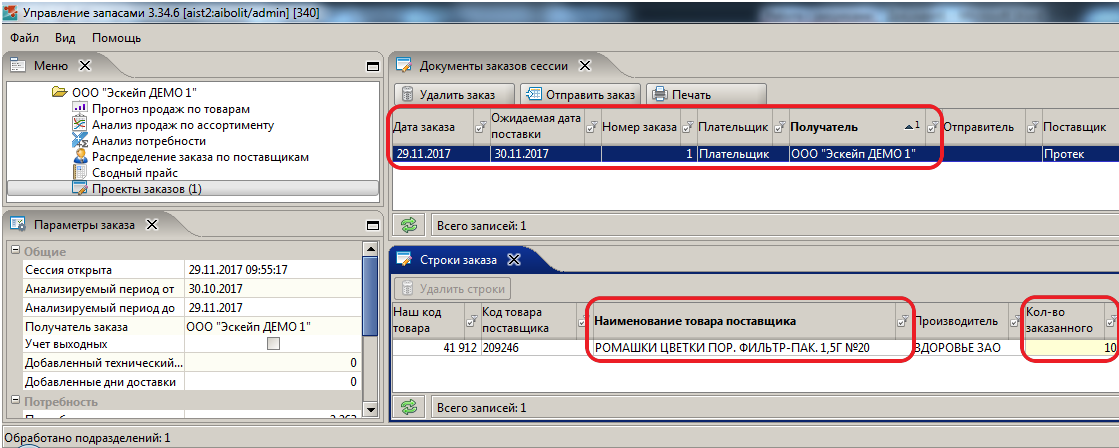


**Отчёт показывает плановые и фактические показатели закупки по каждому товару, а также, если указана дата окончания действия акции, – прогноз на эту дату, в количестве товара, процентах и бонусах. Вы можете использовать отчёт для создания заказа, если у вас нет системы автозаказа.**

1. Если вы используете программу автозаказа **ОПТИМА**, принятая инициатива автоматически выгрузится в программу, промотовары попадут в группу **План по закупке**.
2. Программа автозаказа **ОПТИМА**, в соответствии с полученными параметрами, обеспечит расчёт потребности для выполнения аптекой условий инициативы. В общем случае расчёт потребности будет произведён с учётом наличия промотоваров на складе аптеки и их уходимости.

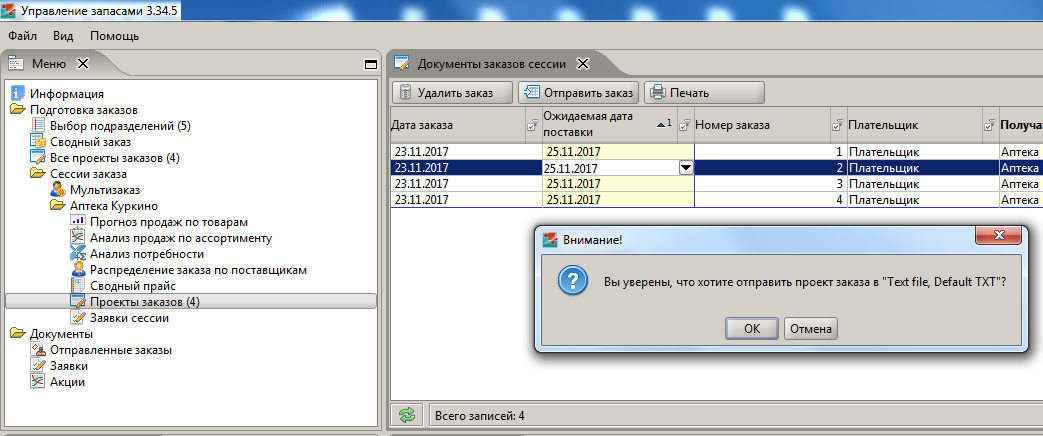


1. После расчёта потребности следует произвести расторговку по поставщикам. Это производится либо в программе **ОПТИМА**,



либо с помощью установленной в аптеке и настроенной для получения потребности из **ОПТИМА** программы-торговой площадки (**АналитФармация**, **Фарм-СМ** и т.д.).

1. После того как произведена расторговка, следует отправить сформированные заказы поставщикам – либо с помощью программы **ОПТИМА**,



либо с помощью программы-торговой площадки.

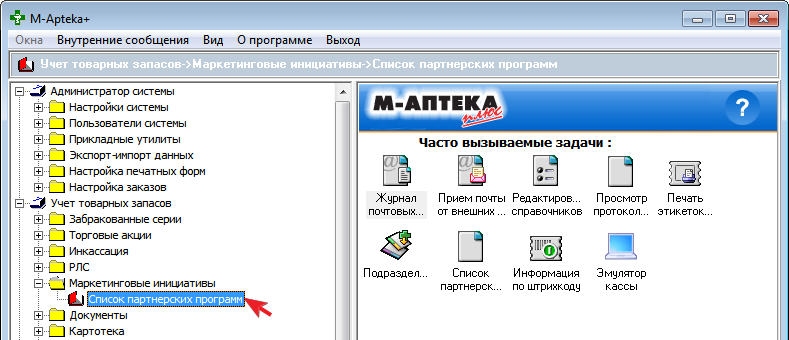
### План по продаже

Маркетинговая инициатива «План по продаже» предназначена для мотивации работников аптеки с целью продажи определённого количества промотируемых товаров. Инициатива создаётся в офисе управления аптечной сетью, либо в офисе управления маркетинговым союзом (на основе договора с аптекой) и отправляется в аптеку.

Промотируемый товар (далее **промотовар**) – это группа номенклатур, имеющая свой уникальный код и наименование.

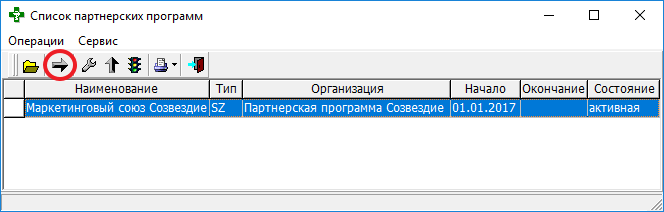
1. Аптека должна удостовериться, что маркетинговая инициатива «План по продаже» получена. Для этого необходимо открыть функционал **Список партнёрских программ**, расположенный по адресу:

**Учет товарных запасов 🡪 Маркетинговые инициативы 🡪 Список партнёрских программ**.

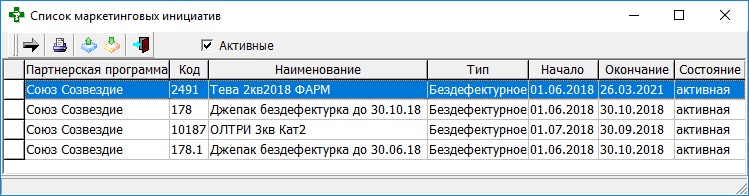


**Примечание:** После импорта инициатив из Портала Офис аптечной сети автоматически рассылает их по аптекам.

1. Откроется окно **Список партнёрских программ,** где отображается действующая партнёрская программа, и нажать на кнопку (Открыть список инициатив):



1. Далее необходимо просмотреть маркетинговую инициативу «План по продаже». Для этого, находясь в окне **Список маркетинговых инициатив,** следует нажать на кнопку (Параметры инициативы) или нажать клавишу **[Enter]**:



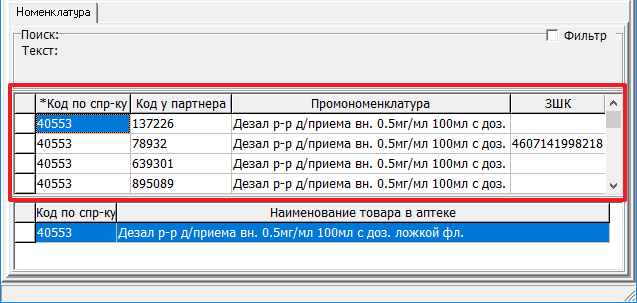
**Внимание:** По умолчанию всегда установлена «галочка» **Активные**, из-за чего в списке отображаются только **действующие** инициативы. Если нужно просмотреть **все** инициативы, то следует снять «галочку» **Активные**.

**Примечание:** В Офисе видны все инициативы для этой аптечной сети, а в каждой аптеке отображаются только предназначенные для неё инициативы.

1. Открывшееся окно **Параметры инициативы** разделено на четыре вкладки:
   1. Вкладка **Товары**.
   2. Вкладка **Подразделения**.
   3. Вкладка **Поставщики**.
   4. Вкладка **Дополнительно**.

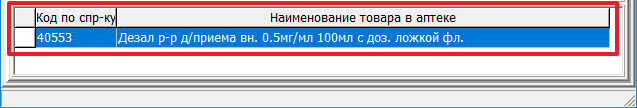
Вкладка **Товары** разделена на четыре панели:

* **Кнопочная панель**. Подробно описана в разделе [Привязка к справочникам](#_Привязка_к_справочникам_).
* **Верхняя** панель. Содержит пять колонок: **Код**, **Промотовар**, **ПП**, **Бонусы** и **Цена**.
  + **Код** – внутренний код промотовара.
  + **Промотовар** – название товара из партнёрской программы.
  + **ПП** – признак привязки номенклатуры. Позволяет сортировать промотовары по наличию привязок.
  + **Цена** – цена за единицу промотовара.
  + **Бонусы** – количество условных единиц, начисляемых за продажу единицы промотовара.
* **Средняя** панель. Позволяет отмечать клавишей **[Insert]** партии номенклатур промотоваров, выбранных в верхней панели, после чего с помощью кнопок **кнопочной панели** можно создавать или разрывать привязки.

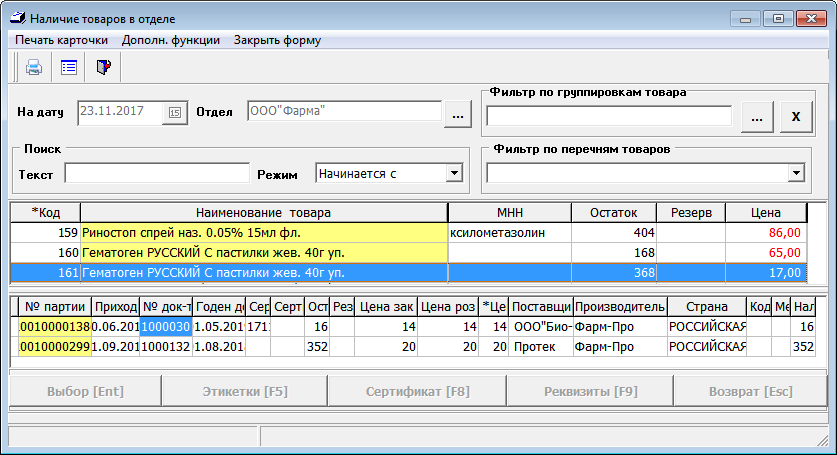


Средняя панель содержит следующие колонки:

* + **Код по справочнику** – код из **Справочника товаров**.
  + **Код у партнёра** – код из партнёрской программы.
  + **Промономенклатура** – номенклатуры участвующих в инициативе промотоваров.
  + **ЗШК** – заводской штрихкод товара.
* **Нижняя** панель. Отображает наименование текущего товара в аптеке:



Привязанные товары будут подсвечены жёлтым цветом в Картотеке. Подсветка должна помочь фармацевтам распознать **промотовары**, которые необходимо продать в первую очередь:

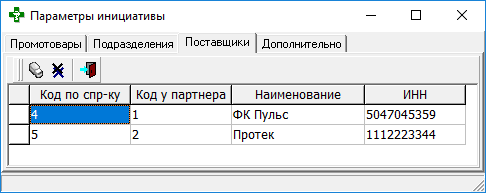


**Примечание:** Выполнять привязку и разрыв привязок могут только пользователи с правами **Администратора**.

Вкладка **Подразделения** содержит список подразделений, участвующих в инициативе:

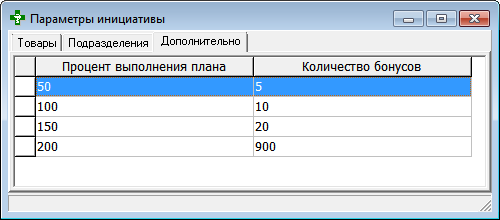
* **Код** – код подразделения в справочнике **Внутренних контрагентов**.
* **Наименование** – название подразделения из справочника **Внутренних контрагентов**.

Вкладка **Поставщики** содержит список поставщиков, участвующих в инициативе. Подробно описана в разделе [Привязка к справочникам](#_Привязка_к_справочникам_).

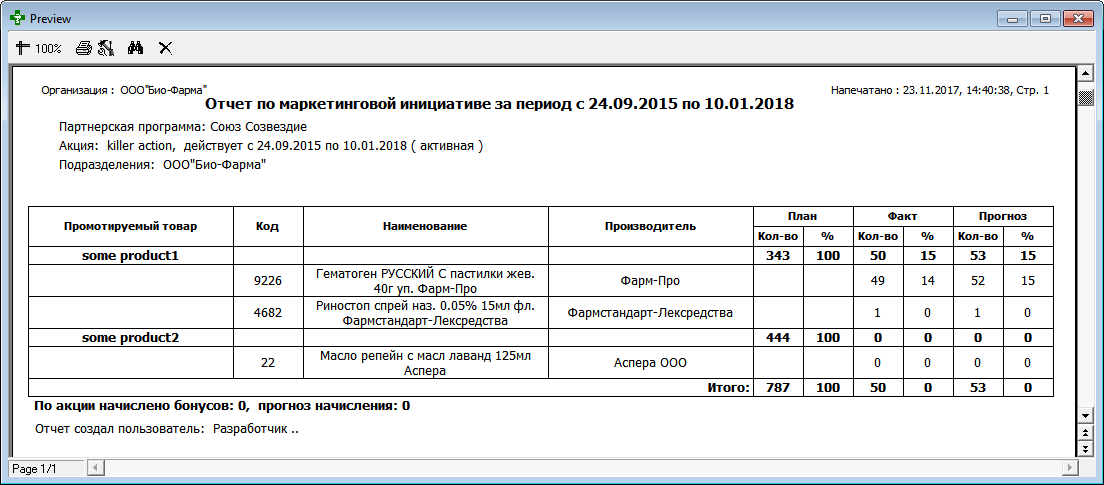


Вкладка **Дополнительно** содержит матрицу данных для расчёта бонусов:

* **Процент выполнения плана** – проценты выполнения «плана продаж».
* **Количество бонусов** – количество бонусов, которые будут начислены аптеке по окончанию действия маркетинговой инициативы.



1. В Торговом терминале можно настроить отображение бонусов, получаемых фармацевтом за чек и за смену. Делается это в настройках панели показателей Торгового терминала.
2. Также имеется возможность построить отчёт по данной маркетинговой инициативе. Для этого в окне **Список маркетинговых инициатив** (см. [выше пункт №3](#пункт_3)) следует нажать на кнопку (Отчёт). Откроется отдельное окно с предпросмотром отчёта:



**Отчёт показывает плановые и фактические показатели продаж по каждому товару, а также, если указана дата окончания действия акции, – прогноз на эту дату, в количестве товара, процентах и бонусах.**

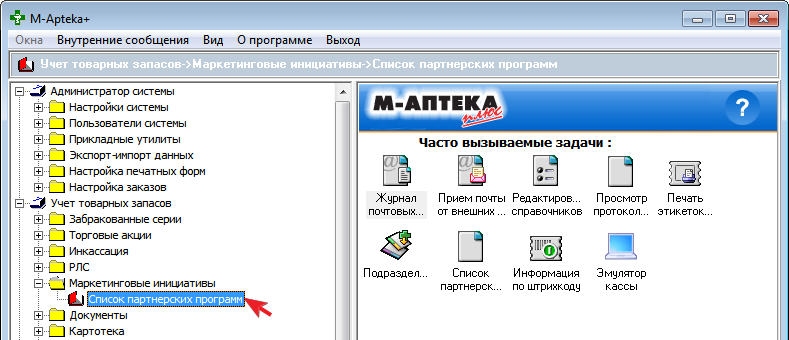
### План по продаже в суммах

Маркетинговая инициатива «План по продаже в суммах» предназначена для мотивации работников аптеки с целью продажи промотируемых товаров на определённую сумму. Инициатива создаётся в офисе управления аптечной сетью, либо в офисе управления маркетинговым союзом (на основе договора с аптекой) и отправляется в аптеку.

Промотируемый товар (далее **промотовар**) – это группа номенклатур, имеющая свой уникальный код и наименование.

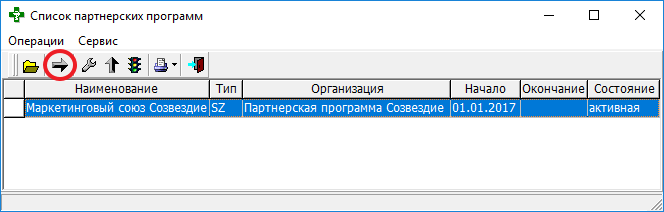
1. Аптека должна удостовериться, что маркетинговая инициатива «План по продаже в суммах» получена. Для этого необходимо открыть функционал **Список партнёрских программ**, расположенный по адресу:

**Учет товарных запасов 🡪 Маркетинговые инициативы 🡪 Список партнёрских программ**.

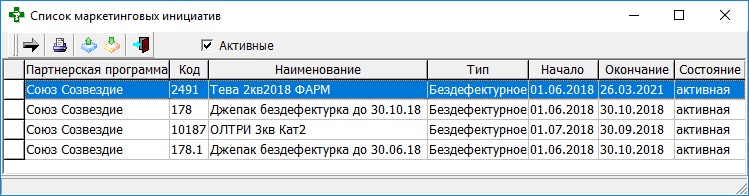


**Примечание:** После импорта инициатив из Портала Офис аптечной сети автоматически рассылает их по аптекам.

1. Откроется окно **Список партнёрских программ,** где отображается действующая партнёрская программа, и нажать на кнопку (Открыть список инициатив):



1. Далее необходимо просмотреть маркетинговую инициативу «План по продаже в суммах». Для этого, находясь в окне **Список маркетинговых инициатив,** следует нажать на кнопку (Параметры инициативы) или нажать клавишу **[Enter]**:



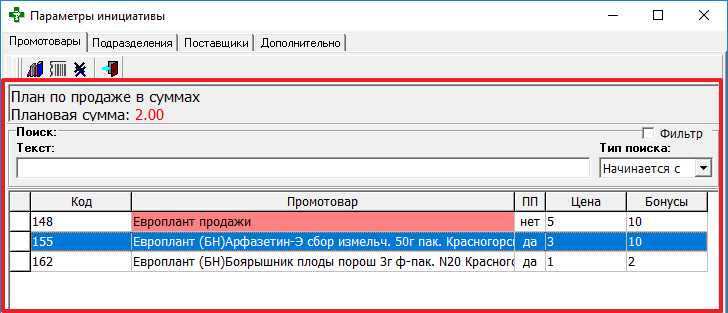
**Внимание:** По умолчанию всегда установлена «галочка» **Активные**, из-за чего в списке отображаются только **действующие** инициативы. Если нужно просмотреть **все** инициативы, то следует снять «галочку» **Активные**.

**Примечание:** В Офисе видны все инициативы для этой аптечной сети, а в каждой аптеке отображаются только предназначенные для неё инициативы.

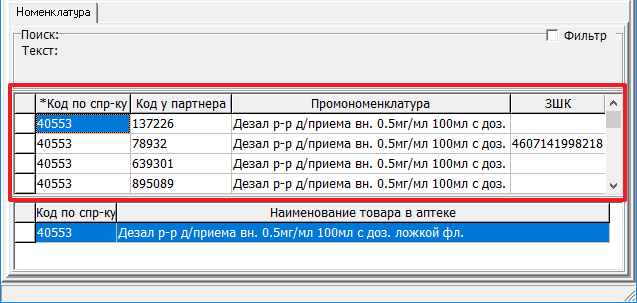
1. Открывшееся окно **Параметры инициативы** разделено на четыре вкладки:
   1. Вкладка **Товары**.
   2. Вкладка **Подразделения**.
   3. Вкладка **Поставщики**.
   4. Вкладка **Дополнительно**.

Вкладка **Товары** разделена на четыре панели:

* **Кнопочная панель.** Подробно описана в разделе [Привязка к справочникам](#_Привязка_к_справочникам_).
* **Верхняя** панель. Содержит шесть колонок **Код**, **Промотовар**, **ПП**, **Цена** и **Бонусы** (по товару).
  + **Код** – внутренний код промотовара.
  + **Промотовар** – название товара из партнёрской программы.
  + **ПП** – признак привязки номенклатуры. Позволяет сортировать промотовары по наличию привязок.
  + **Цена** – цена за единицу промотовара.
  + **Бонусы** (по товару) – количество условных единиц, получаемых аптекой при продаже единицы промотовара.

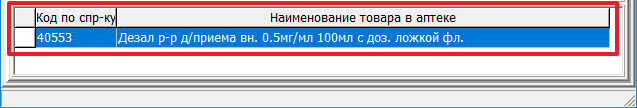


* **Средняя** панель. Позволяет отмечать клавишей **[Insert]** партии номенклатур промотоваров, выбранных в верхней панели, после чего с помощью кнопок **кнопочной панели** можно создавать или разрывать привязки.

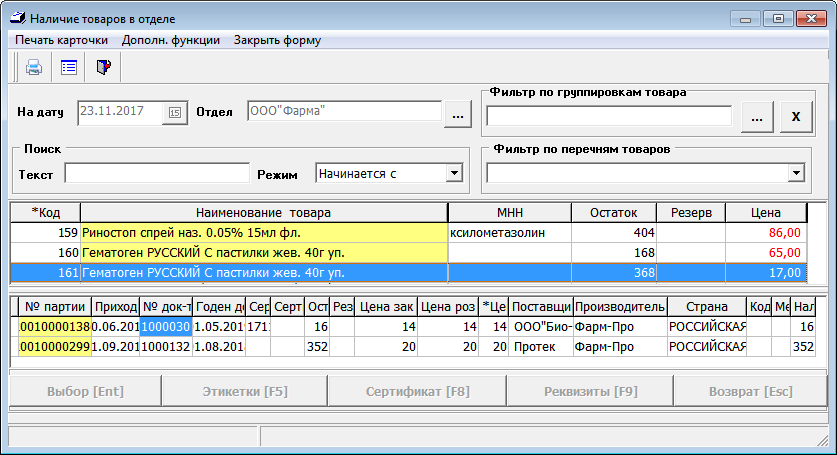


Средняя панель содержит следующие колонки:

* + **Код по справочнику** – код из **Справочника товаров**.
  + **Код у партнёра** – код из партнёрской программы.
  + **Промономенклатура** – номенклатуры участвующих в инициативе промотоваров.
  + **ЗШК** – заводской штрихкод товара.
* **Нижняя** панель. Отображает наименование текущего товара в аптеке:



Привязанные товары будут подсвечены жёлтым цветом в Картотеке. Подсветка должна помочь фармацевтам распознать **промотовары**, которые необходимо продать в первую очередь:

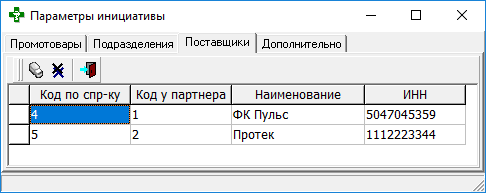


**Примечание:** Выполнять привязку и разрыв привязок могут только пользователи с правами **Администратора**.

Вкладка **Подразделения** содержит список подразделений, участвующих в инициативе:

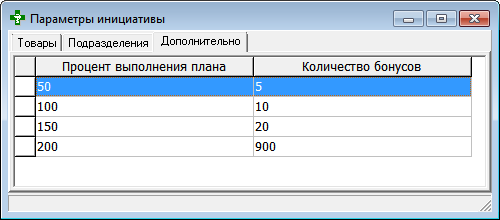
* **Код** – код подразделения в справочнике **Внутренних контрагентов**.
* **Наименование** – название подразделения из справочника **Внутренних контрагентов**.

Вкладка **Поставщики** содержит список поставщиков, участвующих в инициативе. Подробно описана в разделе [Привязка к справочникам](#_Привязка_к_справочникам_).

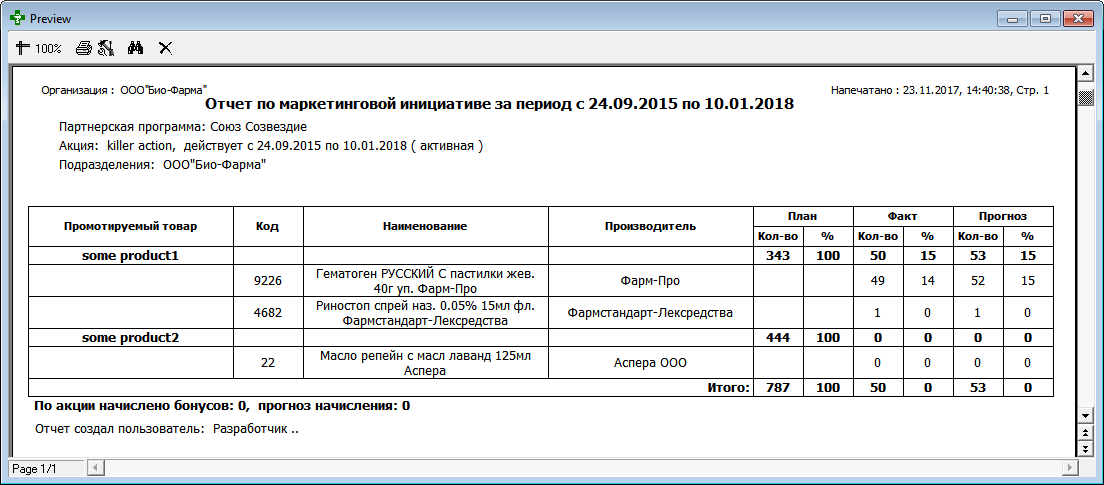


Вкладка **Дополнительно** содержит матрицу данных для расчёта бонусов:

* **Процент выполнения плана** – проценты выполнения «плана продаж».
* **Количество бонусов** – количество бонусов, которые будут начислены аптеке по окончанию действия маркетинговой инициативы.



1. Также имеется возможность построить отчёт по данной маркетинговой инициативе. Для этого в окне **Список маркетинговых инициатив** (см. [выше пункт №3](#пункт_3)) следует нажать на кнопку (Отчёт). Откроется отдельное окно с предпросмотром отчёта:



**Отчёт показывает плановые и фактические показатели продаж по каждому товару, а также, если указана дата окончания действия акции, – прогноз на эту дату, в количестве товара, процентах и бонусах.**