IBM Campaign
Version 9.1
Avril 2014

Guide d'utilisation

Important
Avant d'utiliser le présent document et le produit associé, prenez connaissance des informations figurant à la rubrique «Remarques», à la page 267.

LE PRESENT DOCUMENT EST LIVRE EN L'ETAT SANS AUCUNE GARANTIE EXPLICITE OU IMPLICITE. IBM DECLINE NOTAMMENT TOUTE RESPONSABILITE RELATIVE A CES INFORMATIONS EN CAS DE CONTREFACON AINSI QU'EN CAS DE DEFAUT D'APTITUDE A L'EXECUTION D'UN TRAVAIL DONNE.

Ce document est mis à jour périodiquement. Chaque nouvelle édition inclut les mises à jour. Les informations qui y sont fournies sont susceptibles d'être modifiées avant que les produits décrits ne deviennent eux-mêmes disponibles. En outre, il peut contenir des informations ou des références concernant certains produits, logiciels ou services non annoncés dans ce pays. Cela ne signifie cependant pas qu'ils y seront annoncés.

Pour plus de détails, pour toute demande d'ordre technique, ou pour obtenir des exemplaires de documents IBM, référez-vous aux documents d'annonce disponibles dans votre pays, ou adressez-vous à votre partenaire commercial.

Vous pouvez également consulter les serveurs Internet suivants :

- http://www.fr.ibm.com (serveur IBM en France)
- http://www.can.ibm.com (serveur IBM au Canada)
- http://www.ibm.com (serveur IBM aux Etats-Unis)

Compagnie IBM France
Direction Qualité
17, avenue de l'Europe
92275 Bois-Colombes Cedex

Cette édition s'applique à la version 9, édition 1, modification 0 de IBM Campaign et à toutes les éditions et modifications ultérieures jusqu'à mention contraire dans les nouvelles éditions.

© Copyright IBM Corporation 1998, 2013.

Table des matières

Avis aux lecteurs canadiens vii

Chapitre 1. Présentation d'IBM Campaign 1
Concepts de IBM Campaign 1
Initiation à IBM Campaign. 3
Nom d'utilisateur et mot de passe 4
Rôle et droits 4
Niveaux de sécurité dans Campaign 4
Connexion à IBM EMM. 4
Configuration de votre page de démarrage . . . 6
Organisation de la documentation d'IBM Campaign 6

Chapitre 2. Intégration d'IBM Campaign à d'autres produits IBM 9
Présentation de l'intégration d'offre eMessage avec IBM Campaign 9
Présentation de l'intégration d'IBM SPSS Modeler Advantage Marketing Edition à IBM Campaign . . 11
Présentation de l'intégration d'IBM Marketing Operations à IBM Campaign. 11
A propos des campagnes existantes 12
Gestion des offres dans des systèmes Marketing Operations-Campaign intégrés 13
Présentation de l'utilisation des données IBM Digital Analytics dans des campagnes marketing 13

Chapitre 3. Gestion des campagnes . . 15
Avant de commencer à créer des campagnes . . . 15
Exemple : Campagne de conservation multi-canal 16
Accès aux campagnes 18
Création de campagnes 19
Modification de campagnes 19
Organisation de campagnes dans des dossiers . . . 20
Impression de campagnes 21
Suppression de campagnes 21
Utilisation de groupes de contrôle pour mesurer des résultats de campagne 22
Association de cibles de contrôle à des populations ciblées 23
Accès à un projet Marketing Operations à partir d'une campagne existante liée 23

Chapitre 4. Gestion des diagrammes 25
Présentation de l'espace de travail du diagramme . 25
Ajustement de l'apparence d'un diagramme . . . 27
Présentation des processus 28
Création des diagrammes. 28
Considérations relatives à la conception des diagrammes 29
Exécutions en mode test pour les diagrammes. . . 29
Test d'un diagramme 30
Test d'une branche de diagramme 30
Validation d'un diagramme 31
Validation de diagrammes 31
Exécution des diagrammes 32
Exécution d'un diagramme 32
Exécution d'une branche de diagramme 32
Interruption d'une exécution diagramme . . . 33
Arrêt d'une exécution diagramme 33
Poursuite d'une exécution de diagramme arrêtée 33
Poursuite d'une exécution de diagramme suspendue. 34
Traitement des erreurs d'exécution. 34
Copie de diagrammes 34
Edition des diagrammes 35
Ouverture d'un diagramme pour édition . . . 35
Edition des propriétés d'un diagramme 36
Affichage de diagrammes en mode lecture seule . . 36
Affichage de deux diagrammes côte à côte 36
Révision de diagrammes 37
Suppression de diagrammes. 38
Impression de diagrammes 39
Analyse de la qualité de vos sélections de diagramme 39
Affichage d'informations sur toutes les cibles d'un diagramme (rapport Liste de cibles) . . . 40
Analyse d'une caractéristique d'une cible (rapport Profil de cible) 40
Analyse simultanée de deux caractéristiques d'une cible (rapport de type tableau croisé de variable de cible) 41
Affichage du contenu de cibles (rapport Contenu de la cible) 42
Analyse de cibles en cascade dans des processus en aval (rapport Cible en cascade). 43
Impression ou exportation de rapports de diagramme de ciblage 45

Chapitre 5. Configuration de processus 47
Types de processus 47
Processus de manipulation de données 47
Processus d'exécution 48
Processus Optimisation 48
Liste des processus Campaign 49
Sources de données pour les processus 50
Manipulation de processus dans des diagrammes . 51
Ajout de processus à des diagrammes 52
Détermination du statut d'un processus 54
Connexion de processus dans les diagrammes . . 54
Suppression d'une connexion entre deux processus 56
Copie de processus au sein d'un diagramme . . 56
Copie de processus entre des diagrammes . . . 57
Déplacement de processus dans des diagrammes 57
Suppression de processus de diagrammes . . . 58
Exécution ou test d'un processus 59
Processus de sélection 60
Sélection d'une liste de contacts 60

© Copyright IBM Corp. 1998, 2013

Ciblage de segments IBM Digital Analytics dans des campagnes 62
Processus Fusion 64
Fusion et suppression de contacts 65
Processus segment 66
Considérations relatives à la segmentation . . . 67
Segmentation de données par zone 68
Segmentation de données avec des requêtes . . 72
Processus d'échantillonnage 73
Répartition des contacts dans des groupes d'échantillons. 73
A propos du calculateur des effectifs par échantillon. 76
Processus audience 77
Niveaux d'audience 78
Gestion des foyers 79
Quand changer de niveau d'audience. 79
Exemple : processus Audience 79
Exemple : Filtrage des enregistrements 81
Changement de niveau d'audience et filtrage . . 81
Processus d'extraction 89
Exemple : Extraction de données de transaction 90
Conditions préalables à l'extraction de données des pages d'Extraction eMessage 91
Extraction de sous-ensembles de données pour le traitement et la manipulation ultérieurs 91
Processus d'instantané 95
Exécution d'un instantané des données 95
Processus de planification 98
Différence entre le processus de planification de IBM Campaign et IBM EMM Scheduler 99
Déclencheurs entrants et sortants 99
Planification de processus dans un diagramme en cours d'exécution 101
Processus cube 102
Création d'un cube multidimensionnel d'attributs 103
Processus de création de segment CreateSeg . . . 104
Création de segments pour une utilisation globale dans plusieurs campagnes 105
Association de segments stratégiques à des campagnes 106
Processus de liste d'adresses 107
Configuration de processus de contact (liste d'adresses ou liste d'appels) 107
Processus liste d'appels 113
Processus de suivi 113
Suivi de l'historique des contacts 115
Processus réponse 117
Mise à jour de l'historique des réponses . . . 117
Analyse des champs pour afficher les valeurs des données utilisateur 120
Actualisation de résultats d'analyse 121
Restriction de la source pour l'analyse 121
Désactivation de l'analyse 122
Modification du nombre maximal de segments d'analyse 122
Analyse de valeurs de zone par métatype . . . 123
Insertion d'une catégorie d'analyse dans une requête 124
Impression de données de profil 124
Exportation de données de profil 124
Omission des ID en double dans les résultats des processus. 125

Chapitre 6. Utilisation de requêtes pour sélectionner des données. . . . 127

Création de requêtes à l'aide de la Saisie guidée 127
Création de requêtes à l'aide du générateur de texte 128
Création de requêtes à l'aide de l'assistant de formule 129
Création de requêtes en SQL brut 130
Instructions pour les requêtes SQL 131
Spécification d'instructions SQL de pré-traitement et post-traitement 132
Utilisation des jetons TempTable et OutputTempTable dans des requêtes SQL brutes. 133
Référencement de tables d'Extraction dans les requêtes SQL brutes 134
Evaluation des requêtes dans les processus Campaign 135

Chapitre 7. Gestion des offres 137

Attributs d'offre 137
Versions d'offre. 138
Modèles d'offre. 139
Traitements 139
Création d'offres 140
Modification d'offres 143
Documents numériques d'autres produits IBM EMM 143
Affichage et édition de documents eMessage liés à une offre Campaign 143
Présentation de l'utilisation des documents Marketing Operations dans les offres Campaign. 144
Affectation d'offres à des cibles dans un diagramme 147
Association d'offres liées à des campagnes. . . . 148
Produits liés pour des offres 149
Affectation de produits liés à une offre 149
Modification de la liste des produits liés pour une offre 150
Duplication d'offres 150
Duplication d'une offre à partir de la page Offres 151
Duplication d'une offre à partir de la page Récapitulatif. 151
Groupement d'offres 151
Utilisation des attributs 152
Groupement d'offres dans des dossiers 152
Déplacement d'offres ou de listes d'offres 152
Retrait d'offres ou de listes d'offres 153
Suppression d'offres ou de listes d'offres 154
Suppression d'une offre ou d'une liste d'offres 154
Recherche d'offres 154
Recherche d'offres avec la **Recherche avancée** 155
Analyse des offres. 155
Listes d'offres 156
Listes d'offres dynamiques 156
Listes d'offres statiques 157

Sécurité et listes d'offres 157
Création de listes d'offres statiques 158
Création de listes d'offres dynamiques 158
Edition de listes d'offres 159
Retrait de listes d'offres 159
Affectation de listes d'offres à des cibles . . . 159

Chapitre 8. Gestion des populations ciblées 161
Génération de cibles dans un diagramme 161
Limitation de la taille des cibles générées 162
Processus acceptant des données en entrée d'une cible générée 162
Limitation de la taille de la cible générée en fonction de la taille de la cible source 163
Processus acceptant des données en entrée d'une table 164
Limitation de la taille de la cible générée lors d'une exécution en mode test 165
Modification de la valeur aléatoire de départ pour la sélection d'enregistrements 166
Noms et codes de cible 166
Exemples : scénarios de renommage de cibles 167
Changement du nom de la cible 169
Réinitialisation du nom de la cible 170
Changement du code de cible 171
A propos de la copie et du collage des noms et des codes de cible 172
Liste des populations ciblées 173
Gestion des listes des populations ciblées . . . 174
Liaison des diagrammes de ciblage à la liste des populations ciblées 181

Chapitre 9. Historique des contacts 187
Présentation de l'historique des contacts et des niveaux d'audience 187
Mode de mise à jour des tables d'historique de contacts 188
Historique des traitements (UA_Treatment) . . 189
Historique des contacts de base (UA_ContactHistory) 190
Historique des contacts détaillé (UA_DtlContactHist) 192
Historique des offres 192
Mise à jour de l'historique des contacts par le biais d'une exécution de production 192
Scénario Options de l'historique d'exécution . . 193
Définition d'une table de base de données pour la journalisation des contacts 193
Définition d'un fichier de sortie pour la journalisation des contacts 194
Désactivation de l'écriture dans l'historique des contacts 195
Effacement de l'historique des contacts et de l'historique des réponses 196

Chapitre 10. Suivi des réponses à une campagne 199
Comment procéder au suivi des réponses à une campagne 200
Utilisation de plusieurs diagrammes de suivi des réponses 201
Suivi des réponses à l'aide de codes d'offre à plusieurs parties 203
Période de validité pour le suivi des réponses . . 203
Suivi des réponses des contrôles 204
Suivi des réponses des offres personnalisées . . . 204
Types de réponse 205
Catégories de réponses 205
Réponses directes 206
Réponses induites 208
Méthodes d'attribution 209
Meilleure correspondance 209
Correspondance fractionnelle 210
Correspondances multiples 210

Chapitre 11. Objets stockés 211
Zone dérivées 211
Restrictions de dénomination pour les zones dérivées 211
Création de zones dérivées 212
Création d'une zone dérivée à partir d'un zone dérivée existante 212
Création d'une zone dérivée basée sur une macro 213
Rendre des zones dérivées persistantes 213
Stockage de zones dérivées 216
Utilisation et gestion des zones dérivées stockées 216
Variables utilisateur 217
Création de variables utilisateur 218
Macros personnalisées 218
Création de macros personnalisées 219
Instructions d'utilisation des macros personnalisées 221
Organisation et édition de macros personnalisées 223
Modèles 223
Copie d'un modèle vers la bibliothèque de modèles 224
Collage d'un modèle à partir de la bibliothèque de modèles 224
Organisation et édition de modèles 224
Catalogues des tables stockées. 225
Accès à des catalogues de tables stockées . . . 225
Edition des catalogues de tables 225
Suppression des catalogues de tables 226

Chapitre 12. Diagrammes de session 227
Présentation des sessions 228
Création de sessions 228
Ajout de diagrammes à des sessions. 228
Diagrammes de session d'édition 229
Organisation de sessions dans des dossiers . . . 229
Déplacement de sessions 230
Affichage de sessions. 231
Modification de sessions. 231
Suppression de sessions 231
A propos des segments stratégiques 232

Amélioration des performances des segments stratégiques 232
Conditions préalables requises pour la création de segments stratégiques 233
Création de segments stratégiques 233
Affichage de segments stratégiques 234
Edition des détails du récapitulatif d'un segment 235
Edition du diagramme source d'un segment stratégique 235
Exécution de segments stratégiques 236
Organisation de segments stratégiques 236
Suppression de segments stratégiques 238
À propos des segments de suppression globaux 239
Application des suppressions globales 240
Désactivation des suppressions globales . . . 240
A propos des hiérarchies de dimensions 241
Exemples : hiérarchies de dimensions 241
Création de hiérarchies de dimensions 242
Mise à jour d'une hiérarchie de dimensions . . 243
Chargement d'une hiérarchie de dimensions stockée 243
A propos des cubes 244

Chapitre 13. Présentation des rapports IBM Campaign 247
Utilisation de rapports lors du développement de diagrammes 247
Utilisation de rapports pour analyser des campagnes et des offres 248
Liste des rapports IBM Campaign 250
Rapports de performances pour IBM Campaign 253
Portlets de rapport IBM Cognos pour Campaign 256
Portlets de listes de Campaign 256
Envoi de rapports par courrier électronique . . . 257
Réexécution de rapports. 257

Annexe A. Caractères spéciaux dans les noms d'objet IBM Campaign . . . 259
Caractères spéciaux non pris en charge 259
Objets non soumis à des restrictions de dénomination 260
Objets soumis à des restrictions de dénomination spécifiques 260

Annexe B. Conditionnement des fichiers de diagramme pour traitement des incidents 261
Options de conditionnement des données de diagramme 262

Avant de contacter le support technique d'IBM 265

Remarques 267
Marques 270
Règles de confidentialité et conditions d'utilisation 270

Avis aux lecteurs canadiens

Le présent document a été traduit en France. Voici les principales différences et particularités dont vous devez tenir compte.

Illustrations

Les illustrations sont fournies à titre d'exemple. Certaines peuvent contenir des données propres à la France.

Terminologie

La terminologie des titres IBM peut différer d'un pays à l'autre. Reportez-vous au tableau ci-dessous, au besoin.

IBM France	IBM Canada
ingénieur commercial	représentant
agence commerciale	succursale
ingénieur technico-commercial	informaticien
inspecteur	technicien du matériel

Claviers

Les lettres sont disposées différemment : le clavier français est de type AZERTY, et le clavier français-canadien de type QWERTY.

OS/2 et Windows - Paramètres canadiens

Au Canada, on utilise :

- les pages de codes 850 (multilingue) et 863 (français-canadien),
- le code pays 002,
- le code clavier CF.

Nomenclature

Les touches présentées dans le tableau d'équivalence suivant sont libellées différemment selon qu'il s'agit du clavier de la France, du clavier du Canada ou du clavier des États-Unis. Reportez-vous à ce tableau pour faire correspondre les touches françaises figurant dans le présent document aux touches de votre clavier.

© Copyright IBM Corp. 1998, 2013

France	Canada	Etats-Unis
↖ (Pos1)	↖	Home
Fin	Fin	End
⇞ (PgAr)	⇞	PgUp
⇟ (PgAv)	⇟	PgDn
Inser	Inser	Ins
Suppr	Suppr	Del
Echap	Echap	Esc
Attn	Intrp	Break
Impr écran	ImpEc	PrtSc
Verr num	Num	Num Lock
Arrêt défil	Défil	Scroll Lock
(Verr maj)	FixMaj	Caps Lock
AltGr	AltCar	Alt (à droite)

Brevets

Il est possible qu'IBM détienne des brevets ou qu'elle ait déposé des demandes de brevets portant sur certains sujets abordés dans ce document. Le fait qu'IBM vous fournisse le présent document ne signifie pas qu'elle vous accorde un permis d'utilisation de ces brevets. Vous pouvez envoyer, par écrit, vos demandes de renseignements relatives aux permis d'utilisation au directeur général des relations commerciales d'IBM, 3600 Steeles Avenue East, Markham, Ontario, L3R 9Z7.

Assistance téléphonique

Si vous avez besoin d'assistance ou si vous voulez commander du matériel, des logiciels et des publications IBM, contactez IBM direct au 1 800 465-1234.

Chapitre 1. Présentation d'IBM Campaign

IBM® Campaign est une solution Web Enterprise Marketing Management (EMM) qui vous permet de concevoir, d'exécuter et d'analyser des campagnes marketing direct.

Les professionnels du marketing utilisent généralement Campaign comme suit :

- Les administrateurs effectuent des tâches initiales et continues, telles que le réglage des paramètres de configuration, le mappage des tables de base de données, et la définition d'attributs personnalisés et de modèles d'offre.
- Les utilisateurs créent et exécutent des campagnes marketing direct.

Pour réaliser une campagne marketing, vous commencez par définir des offres pour différentes audiences cible. Ensuite, vous générez un diagramme qui fournit une représentation visuelle de la logique de campagne. La génération d'un diagramme implique notamment l'association d'offres à des audiences cible.

Lorsque vous concevez vos campagnes, vous pouvez accéder à des données issues de plusieurs sources, y compris des bases de données relationnelles et des fichiers, et fusionner et manipuler ces données. Par exemple, vous pouvez sélectionner des données de contact d'une base de données, les fusionner avec des données client provenant d'un fichier à plat, puis les supprimer, les segmenter et les échantillonner. Pour l'accès aux données et leur manipulation, Campaign prend en charge l'utilisation de macros et de fonctions SQL brut. Cependant, vous n'avez pas besoin de de connaître le langage SQL pour utiliser Campaign.

Une fois que vous avez créé un diagramme et affecté des offres à différents segments, vous exécutez le diagramme pour générer une liste de contacts. Pour contrôler le déroulement de vos campagnes marketing, vous pouvez planifier l'exécution de plusieurs campagnes à différents moments.

Au cours d'une campagne, l'historique des contacts et l'historique des réponses sont enregistrés. Campaign utilise ces historiques pour contrôler et analyser les résultats de la campagne, et pour affiner les campagnes au fil du temps.

IBM Campaign est constitué d'un serveur d'arrière-plan et d'un serveur d'applications Web. En outre, la sécurité, l'authentification et les autorisations sont assurées par IBM Marketing Platform.

Remarque : IBM Marketing Platform fournit un point d'accès et une interface utilisateur communs pour Campaign et les autres applications IBM EMM, et exécute les fonctions liées à la sécurité et la configuration.

Concepts de IBM Campaign

Plusieurs concepts de base peuvent vous aider à comprendre comment utiliser IBM Campaign pour créer et gérer des campagnes marketing.

Campagnes

Chaque campagne marketing est définie par un objectif métier, une initiative définie par l'entreprise spécifique à votre plan marketing et une plage de dates

© Copyright IBM Corp. 1998, 2013

pendant laquelle la campagne est effective. Par exemple, vous pouvez créer une campagne de conservation pour présenter une offre aux clients susceptibles d'être perdus pour cause d'attrition.

Diagrammes

Chaque campagne marketing se compose d'un ou de plusieurs diagrammes. Par exemple, une campagne marketing peut être constituée d'un diagramme qui fournit des offres à des clients sélectionnés et d'un autre diagramme qui assure le suivi des réponses aux offres, à des fins de génération de rapports et d'analyse.

Chaque diagramme utilise une ou plusieurs sources de données. Une source de données contient des informations sur vos clients, vos prospects ou vos produits, à utiliser dans des campagnes marketing. Par exemple, un diagramme peut extraire des noms et des adresses de contact d'une base de données, et des informations d'exclusion d'une autre source.

Un diagramme exécute une séquence d'actions sur vos données marketing. Pour définir les actions, vous utilisez des blocs de construction appelés *processus* que vous connectez et configurez. Ces processus constituent le diagramme.

Pour implémenter votre campagne, vous exécutez les diagrammes. Vous pouvez exécuter chaque diagramme par une intervention manuelle, par un planificateur ou en réponse à un déclencheur défini.

Les utilisateurs disposant d'une licence pour Interact peuvent utiliser IBM Campaign pour exécuter en temps réel des *diagrammes interactifs* qui dépendent de l'occurrence d'un événement. Pour plus d'informations sur les diagrammes interactifs, voir le *guide d'utilisation d'Interact*.

Processus

Chaque diagramme est constitué de processus qui sont configurés et connectés pour réaliser des tâches spécifiques dans une campagne ou une session. Par exemple, un processus de sélection peut sélectionner des clients que vous souhaitez cibler et un processus de fusion peut combiner deux groupes d'audience distincts.

Vous configurez et connectez des processus dans chaque diagramme pour atteindre des objectifs marketing spécifiques. Par exemple, un diagramme peut être constitué de processus qui sélectionnent des destinataires qualifiés pour une campagne de publipostage, affectent différentes offres à des destinataires, puis génèrent une liste de mailing. Un autre diagramme peut suivre les répondants à votre campagne pour vous permettre de calculer votre retour sur investissement.

Sessions

Les sessions permettent de créer des artefacts de données globaux persistants à utiliser dans toutes les campagnes. Chaque session contient au moins un diagramme. L'exécution d'un diagramme de session produit le résultat de la session (artefacts de données) disponible globalement pour toutes les campagnes.

Une utilisation typique d'un diagramme de session consiste à créer des *segments stratégiques*, qui sont des segments qui peuvent être utilisés dans plusieurs campagnes. Par exemple, vous pouvez créer des segments stratégique pour des

inclusions ou des exclusions, puis utiliser ces segments dans différentes campagnes marketing.

Offres

Une offre représente un message marketing unique pouvant être délivré de différentes façons. Une offre peut être réutilisée :

- dans plusieurs campagnes
- à différents moments
- pour différents groupes de personnes (cibles) dans un diagramme
- en tant que "versions" différentes (en modifiant ses attributs paramétrés)

Vous pouvez affecter des offres à des populations ciblées dans les diagrammes à l'aide de l'un des processus de contact (liste d'adresses ou liste d'appels, par exemple). Vous pouvez effectuer un suivi des résultats de la campagne en capturant les données relatives aux clients ayant reçu l'offre et aux clients ayant répondu.

Cibles

Une cible est une liste d'identifiants, ID client ou prospect, par exemple, présents dans votre base de données. Vous créez des cibles en configurant et en exécutant des processus de manipulation de données dans des diagrammes. Par exemple, un processus de sélection peut créer une cible générée qui se compose d'hommes âgés de 25 à 34 ans.

Une cible générée peut être utilisée en tant que source pour d'autres processus du même diagramme. Par exemple, deux processus de sélection peuvent sélectionner des clients à partir de sources de données différentes. Un processus de fusion en aval peut ensuite combiner les résultats.

Une *population ciblée* est une cible à laquelle une offre est affectée. Une population ciblée constitue un groupe d'individus homogènes, tel qu'il est défini par le niveau d'audience, comme des clients ou des ménages.

Par exemple, des cibles peuvent être créées pour des clients à valeur élevée, des clients qui préfèrent faire leurs achats sur Internet, des comptes avec paiements ponctuels, des clients qui ont choisi de recevoir des communications par e-mail ou des acheteurs fidèles. Les cibles créés peuvent être chacun traités de manière différente, en recevant des offres ou des communications distinctes via divers canaux.

Les cibles contenant des ID qualifiés pour recevoir une offre, mais qui sont exclues de la réception de cette offre à des fins d'analyse, sont appelées *cibles de contrôle*. Dans IBM Campaign, les contrôles sont toujours des contrôles disponibles.

Initiation à IBM Campaign

Pour pouvoir utiliser efficacement Campaign, une configuration initiale est requise. Vous devez mapper les tables de base de données, vous pouvez avoir besoin de créer des objets de données, tels que des segments, des dimensions ou des cubes, et vous devez planifier et concevoir des campagnes individuelles.

En règle générale, ces tâches sont exécutées avec l'aide d'un consultant IBM . Une fois ce travail initial effectué, vous pouvez concevoir et exécuter des campagnes

supplémentaires vous-même, ou affiner et développer des campagnes initiales et créer d'autres campagnes à partir de celles-ci si nécessaire.

Pour plus d'informations sur la configuration initiale et en continu, et l'administration, consultez le *guide d'installation de Campaign* et le *guide d'administration de Campaign*.

Nom d'utilisateur et mot de passe

Pour accéder à Campaign, vous devez disposer d'une combinaison nom d'utilisateur/mot de passe créée pour vous dans Marketing Platform, mais vous devez également être autorisé à accéder à Campaign.

Si vous ne disposez pas d'un nom d'utilisateur et d'un mot de passe valides, contactez votre administrateur système.

Rôle et droits

Votre nom d'utilisateur dans Campaign est associé à un ou plusieurs rôles, tels que Réviseur, Concepteur et Responsable. Vos administrateurs définissent des rôles spécifiques à votre organisation. Vos rôles déterminent les fonctions que vous pouvez effectuer dans Campaign. La sécurité de niveau objet mise en oeuvre par votre organisation détermine si vous pouvez exécuter ces fonctions sur des objets spécifiques. Si vous avez besoin d'accéder à des objets ou d'effectuer des tâches incompatibles avec vos droits, contactez votre administrateur système.

Niveaux de sécurité dans Campaign

Dans Campaign, les paramètres de sécurité contrôlent votre capacité à accéder à des fonctions et les objets que vous pouvez utiliser.

La sécurité dans Campaign fonctionne sur deux niveaux.

- **Fonctionnel -** Détermine les actions que vous pouvez effectuer sur les objets, en fonction des rôles qui vous ont été affectés. Votre organisation définit ces rôles lors de la mise en oeuvre. Chaque rôle dispose d'un ensemble de droits qui lui est associé et qui détermine les actions qu'un utilisateur appartenant à ce rôle peut exécuter. Par exemple, si vous êtes un utilisateur doté d'un rôle "Administrateur", vous pouvez disposer des droits nécessaires pour mapper et supprimer des tables système. En revanche, si vous êtes un utilisateur doté du rôle "Réviseur", vous ne serez sans doute pas autorisé à mapper et supprimer ce type de tables. Par exemple, si vous êtes un utilisateur doté du rôle "Réviseur", vous ne serez sans doute pas autorisé à mapper et supprimer des tables système.
- **Objet -** Définit les types d'objets sur lesquels vous pouvez exécuter les actions pour lesquelles vous disposez d'une autorisation. En d'autres termes, même si un rôle doté des droits généraux accordés pour l'édition des campagnes vous a été affecté, la sécurité de niveau objet pour Campaign peut être configurée de sorte que vous ne puissiez pas accéder aux campagnes se trouvant dans des dossiers spécifiques. Par exemple, si vous appartenez à la Division A, vous pouvez ne pas avoir le droit d'accéder au contenu des dossiers appartenant à la Division B, quel que soit votre rôle fonctionnel.

Connexion à IBM EMM

Utilisez la procédure ci-dessous pour vous connecter à IBM EMM.

Avant de commencer

Vous devez disposer des éléments suivants :

- Une connexion Intranet (réseau) permettant d'accéder à votre serveur IBM EMM.
- Un navigateur pris en charge installé sur votre ordinateur.
- Un nom d'utilisateur et un mot de passe permettant de se connecter à IBM EMM.
- Adresse URL permettant d'accéder à IBM EMM sur votre réseau.

L'adresse URL est la suivante :

`http:// host.domain.com:port/unica`

où

host est la machine où Marketing Platform est installé,

domain.com est le domaine de la machine hôte

port est le numéro de port qu'écoute le serveur d'applications Marketing Platform.

Remarque : La procédure suivante suppose que vous êtes connecté avec un compte ayant l'accès Admin à Marketing Platform.

Procédure

Accédez à l'URL d'IBM EMM à l'aide de votre navigateur.

- Si IBM EMM est configuré pour s'intégrer à Windows Active Directory ou une plateforme de contrôle d'accès Web et que vous êtes connecté à ce système, la page du tableau de bord par défaut s'affiche. Votre connexion est terminée.
- Si l'écran de connexion s'affiche, connectez-vous à l'aide des droits d'administrateur par défaut. Dans un environnement à partition unique, utilisez l'identifiant `asm_admin` et le mot de passe `password.` Dans un environnement à plusieurs partitions, utilisez l'identifiant `platform_admin` et le mot de passe `password.`

  Vous êtes invité à changer de mot de passe. Vous pouvez réutiliser le mot de passe existant, mais pour des raisons de sécurité, il est conseillé d'en choisir un nouveau.
- Si IBM EMM est configurée pour utiliser une connexion SSL, il vous sera éventuellement demandé lors de votre première connexion d'accepter un certificat de sécurité numérique. Cliquez sur **Oui** pour accepter le certificat.

Si votre connexion aboutit, IBM EMM affiche la page du tableau de bord par défaut.

Résultats

Avec les autorisations par défaut affectées aux comptes administrateur Marketing Platform, vous pouvez administrer les comptes utilisateur et la sécurité en utilisant les options répertoriées dans le menu **Paramètres**. Pour effectuer les tâches d'administration de niveau supérieur d'IBM EMM, vous devez vous connecter avec l'identifiant **platform_admin**.

Configuration de votre page de démarrage

La page de démarrage est celle qui s'affiche lorsque vous vous connectez à IBM EMM. La page de démarrage par défaut est le tableau de bord par défaut, mais vous pouvez aisément spécifier une autre page de démarrage.

Si vous ne souhaitez pas qu'une page de tableau de bord s'affiche lorsque vous vous connectez pour la première fois à IBM EMM, vous pouvez sélectionner comme page de démarrage une page de l'un des produits IBM installés.

Pour définir une page à visualiser comme page de démarrage, sélectionnez **Paramètres > Définir la page actuelle comme page d'arrivée**. Les pages pouvant être sélectionnées comme page de démarrage sont déterminées par chaque produit IBM EMM et par vos autorisations dans IBM EMM.

Quelle que soit la page que vous consultez, si l'option **Définir la page actuelle comme page d'arrivée** est activée, vous pouvez définir la page comme page de démarrage.

Organisation de la documentation d'IBM Campaign

IBM Campaign fournit la documentation et l'aide pour les utilisateurs, les administrateurs et les développeurs.

Tableau 1. Démarrage rapide

Tâche	Documentation
Afficher une liste de nouvelles fonctions, problèmes connus et limitations	*IBM Campaign Notes sur l'édition*
Découvrer la structure de la base de données Campaign	*IBM Campaign Tables système et dictionnaire de données*
Installer ou mettre à niveau Campaign et déployer l'application Web Campaign	L'un des guides suivants : • *IBM Campaign - Guide d'installation* • *IBM Campaign - Guide de mise à niveau*
Implémenter eMessage, si vous avez acheté eMessage	• Les *Guides d'installation et de mise à niveau IBM Campaign* expliquent comment installer et préparer des composants eMessage dans l'environnement local. • Le document *IBM eMessage - Guide de démarrage et d'administration* explique comment connecter les ressources de messagerie hébergées.
Implémenter les rapports IBM Cognos fournis avec Campaign	*IBM EMM Reports - Guide d'installation et de configuration*

Tableau 2. Configurer et utiliser Campaign

Tâche	Documentation
• Ajuster les paramètres de configuration et de sécurité • Préparer Campaign pour les utilisateurs • Exécuter des utilitaires et effectuer la maintenance • Intégrer Campaign à Digital Analytics	*IBM Campaign - Guide d'administration*
• Créer et déployer des campagnes marketing • Analyser les résultats de campagne	*IBM Campaign - Guide d'utilisation*
Améliorer les performances de diagramme	*IBM Campaign - Guide d'optimisation*

Tableau 2. Configurer et utiliser Campaign (suite)

Tâche	Documentation
Utiliser les macros Campaign	*IBM Macros for IBM EMM - Guide d'utilisation*

Tableau 3. Intégrer Campaign à d'autres produits

Tâche	Documentation
Configurer l'intégration d'offre eMessage.	*Guide d'administration d'IBM Campaign*
Intégrer et utiliser Campaign avec Digital Analytics	*IBM Campaign - Guide d'administration*
Intégrer et utiliser Campaign avec IBM SPSS Modeler Advantage Marketing Edition	*IBM Campaign and IBM SPSS Modeler Advantage Marketing Edition - Guide d'intégration*
Intégrer et utiliser Campaign avec Marketing Operations	*IBM Marketing Operations and IBM Campaign - Guide d'intégration*

Tableau 4. Développement pour Campaign

Tâche	Documentation
Développer les procédures personnalisées avec l'API	• *IBM Campaign - Spécifications API de l'offre* • JavaDocs dans `devkits\CampaignServicesAPI`
Développer les plug-ins ou les exécutables de ligne de commande Java™ pour ajouter la validation à Campaign	• *IBM Campaign Guide du kit de développement de plug-in de validation* • JavaDocs dans `devkits\validation`

Tableau 5. Accès à l'aide

Tâche	Instructions
Ouvrir l'aide en ligne	1. Sélectionnez **Aide > Aide pour cette page** pour ouvrir une rubrique d'aide contextuelle. 2. Cliquez sur l'icône **Afficher la navigation** dans la fenêtre d'aide pour afficher l'aide complète.
Obtenir des PDF	Utilisez l'une des méthodes suivantes : • Choisissez **Aide > Documentation du produit** pour accéder aux PDF de Campaign. • Choisissez **Aide > Toute la documentation de la suite IBM EMM** pour accéder à toute la documentation disponible. • Accédez à toute la documentation pendant le processus d'installation à partir du programme d'installation IBM EMM.
Obtenir un support	Allez à http://www.ibm.com/ et cliquez sur **Support & téléchargements** pour accéder au portail d'assistance de IBM .

Chapitre 2. Intégration d'IBM Campaign à d'autres produits IBM

IBM Campaign peut être éventuellement intégré à plusieurs autres produits IBM EMM.

Pour plus d'informations, voir la documentation incluse avec ces applications :

- **IBM Contact Optimization** : Permet d'optimiser les contacts dans une perspective centrée sur les clients, tout en tenant compte des règles métier et des contraintes.
- **IBM Digital Analytics** et **IBM Digital Analytics for On Premises** : Permet d'utiliser des segments d'analyse Web dans des diagrammes IBM Campaign.
- **IBM Distributed Marketing** : Prend en charge l'exécution distribuée personnalisée de campagnes gérées de manière centralisée.
- **IBM eMessage** : Permet de créer des campagnes de marketing par e-mail ciblées et mesurables.
- **IBM Interact** : Permet d'extraire des offres personnalisées et des informations de profil client en temps réel afin d'enrichir l'expérience interactive.
- **IBM Interaction History** et **IBM Attribution Modeler** : Offrent des vues d'ensemble uniques au sein des communications et des activités client intercanaux en combinant des données provenant de sources diverses (en ligne et hors ligne) dans un seul référentiel.
- **IBM Marketing Operations** : Permet d'intégrer les fonctions de gestion des ressources marketing de Marketing Operations aux fonctions de développement de campagne de Campaign.
- **IBM SPSS Modeler Advantage Marketing Edition** : Offre une solution de modélisation prévisionnelle automatisée pour les vendeurs de base de données.

IBM Marketing Platform assure la sécurité, et fournit un point d'accès et une interface utilisateur communs pour Campaign et d'autres applications IBM EMM.

IBM Cognos fournit l'infrastructure pour les groupes de rapports IBM proposés pour différents produits IBM EMM.

Présentation de l'intégration d'offre eMessage avec IBM Campaign

Si votre administrateur Campaign a activé l'intégration d'offre eMessage, les offres Campaign peuvent être associées à des documents eMessage.

Lorsque l'intégration d'offre est configurée :

- Les spécialistes du marketing intercanaux peuvent créer et utiliser les mêmes offres marketing sur plusieurs canaux pour mesurer l'efficacité des offres sur les différents canaux. Par exemple, ils peuvent comparer les courriers électroniques au publipostage.
- Les rapports de performances Campaign montre le total de tous les contacts ou répondants selon les canaux utilisés. Vous pouvez personnaliser les rapports pour répartir les informations par canal.
- Le rapport Répartition des réponses par offre détaillées de campagne analyse les clics sur les liens eMessage associés à l'offre. Ce rapport recense toutes les offres associées à une campagne et le nombre de réponses pour chaque canal.

© Copyright IBM Corp. 1998, 2013

Lorsque l'intégration d'offre est configurée, le workflow de base pour les utilisateurs eMessage est le suivant :

1. Utilisez Campaign pour créer des attributs d'offre, des modèles d'offre et des offres comme vous en avez l'habitude, mais avec les exceptions suivantes :
   - Les listes d'offres ne sont pas prises en charge car une seule offre peut être associée à un document numérique.
   - Vous ne pouvez pas utiliser des zones dérivées dans des attributs d'offre eMessage car vous ne pouvez pas renseigner des zones dérivées dans eMessage. Par contre, vous pouvez utiliser des zones dérivées sur une offre si vous ciblez aussi cette offre via un autre canal.
   - Vous pouvez remplir des attributs d'offres paramétrés avec une valeur constante. Toutefois, vous ne pouvez pas utiliser des zones dérivées pour le canal e-mail et vous ne pouvez pas modifier des valeurs par destinataire.
2. Utilisez eMessage comme d'habitude, mais vous devez en plus associer une offre Campaign avec un document numérique dans la bibliothèque de contenu eMessage.
3. Ajoutez le document et son offre associée à une communication par e-mail.
4. Si vous souhaitez modifier l'offre, ouvrez la page de récapitulatif de l'offre dans Campaign. Cliquez sur **Lien vers le document numérique IBM eMessage** en haut de la page de récapitulatif de l'offre pour afficher une liste de documents eMessage liés à l'offre. Cliquez deux fois sur un document pour l'ouvrir dans la bibliothèque de contenu eMessage.
5. Envoyez le mailing.

   Les destinataires ouvrent le courrier électronique et cliquent sur le lien d'offre.

   eMessage reçoit les réponses et les traite à l'aide d'un processus ETL (extraction, transformation et chargement) configurable pour les transférer dans la base de données Campaign.

   Campaign recherche les offres et les contacts mis à jour à une fréquence planifiée par votre administrateur Campaign. Les informations d'offre et de contact sont ensuite traitées par Campaign et transférées vers les tables de production de rapport appropriées.
6. Utilisez les rapports eMessage comme vous le feriez normalement. En outre, utilisez le rapport Répartition des réponses par offre détaillées de campagne pour analyser les réponses à vos offres.

L'intégration d'offre eMessage repose sur un processus ETL pour coordonner les informations d'offre et de réponse entre eMessage et Campaign :

- Pour configurer Campaign pour l'intégration d'offre eMessage, voir le *guide d'administration de Campaign*.
- Pour utiliser eMessage, voir le *guide d'utilisation d'IBM eMessage*.

Tâches associées :

«Affichage et édition de documents eMessage liés à une offre Campaign», à la page 143

Présentation de l'intégration d'IBM SPSS Modeler Advantage Marketing Edition à IBM Campaign

Lorsque vous utilisez IBM Campaign et IBM SPSS Modeler Advantage Marketing Edition dans un environnement intégré, vous pouvez effectuer la modélisation et l'évaluation (scoring) dans votre diagramme IBM Campaign.

Lorsque vous créez un modèle dans IBM SPSS Modeler Advantage Marketing Edition, vous générez un flux de modélisation (fichier .str) que vous pouvez utiliser dans un diagramme IBM Campaign. Le diagramme définit votre logique de campagne. Vous pouvez ensuite utiliser un ou plusieurs modèles pour évaluer votre audience cible pour la campagne. Vous pouvez accéder à IBM SPSS Modeler Advantage Marketing Edition directement à partir d'un diagramme IBM Campaign, pour pouvoir créer, éditer et sélectionner des modèles lors de la conception d'une campagne marketing. Vous pouvez également configurer des diagrammes pour automatiser les mises à jour de modèle et le scoring par lots.

Changements par rapport à IBM PredictiveInsight

Si vous utilisiez auparavant IBM PredictiveInsight, vous ne pourrez plus utiliser les cases de processus de modélisation et de scoring existantes, même dans des diagrammes existants. Les cases de processus de modélisation et de scoring existantes sont déconfigurées lorsque vous installez IBM Campaign. Vous devez recréer manuellement les modèles prédictifs à l'aide de IBM SPSS Modeler Advantage Marketing Edition ou de la case de processus de modélisation SPSS.

- Toutes les occurrences de la case de processus de modélisation doivent être supprimées et remplacées par la case de processus de modélisation SPSS.
- Toutes les occurrences de la case de processus de scoring doivent être supprimées et remplacées par la case de processus de scoring SPSS.

Pour plus d'informations, voir *IBM Campaign et IBM SPSS Modeler Advantage Marketing Edition Integration Guide*.

Présentation de l'intégration d'IBM Marketing Operations à IBM Campaign

Campaign peut être intégré avec Marketing Operations de façon à utiliser ses fonctions de gestion des ressources marketing pour créer, planifier, et valider des campagnes.

Lorsque Campaign est intégré à Marketing Operations, la plupart des tâches précédemment effectués dans un environnement autonome Campaign sont exécutées dans Marketing Operations. Vous effectuez les tâches Campaign suivantes dans Marketing Operations lorsque les produits sont intégrés.

- Travail avec des campagnes :
  - Création de campagnes
  - Affichage de campagnes
  - Suppression de campagnes
  - Utilisation des détails de du récapitulatif des campagnes
- Utilisation des listes de populations ciblées
- Affectation d'offres à des cibles
- Spécification de cibles de contrôle

- Création et spécification des valeurs des attributs de campagne personnalisés
- Création et spécification des valeurs des attributs de cible personnalisés

Ces tâches sont expliquées dans le *Guide d'intégration de Marketing Operations et de Campaign*.

Les tâches suivantes sont effectuées dans Campaign dans les environnements autonomes et intégrés :

- Création de diagrammes
- Diagrammes en cours d'exécution
- Analyse détaillée des campagnes/offres/cibles
- Génération de rapports sur les performances de la campagne (selon le groupe de rapports installé)

Si l'intégration d'offre est également activée, vous effectuez les tâches suivantes dans Marketing Operations :

- Conception d'offres
  - Définition d'attributs d'offre
  - Création de modèles d'offre
- Création, validation, publication, édition et retrait des offres
- Organisation des offres dans des listes d'offres et des dossiers d'offres

A propos des campagnes existantes

Les campagnes existantes sont les campagnes qui ont été créées dans Campaign (ou Affinium Campaign 7.x) avant l'activation de l'intégration entre Marketing Operations et Campaign. Dans un environnement intégré, Campaign peut être configuré pour accéder aux types suivants de campagnes existantes :

- Campagnes créées dans un environnement Campaign autonome (qu'il s'agisse de la version en cours ou d'une version précédente de Campaign) avant l'activation de l'intégration. Ces campagnes ne peuvent pas être liées à des projets Marketing Operations.
- Campagnes créées dans Affinium Campaign 7.x et liées à des projets Affinium Plan 7.x. La fonctionnalité de ces campagnes demeure inchangée depuis la version 7.x de ces produits et se fonde sur le mappage des données entre les attributs des deux produits.

Vous pouvez utiliser Campaign pour accéder à ces deux types de campagnes existantes et pour les utiliser, même après l'activation de l'intégration.

Tâches associées :

«Accès à un projet Marketing Operations à partir d'une campagne existante liée», à la page 23

Gestion des offres dans des systèmes Marketing Operations-Campaign intégrés

Si votre environnement IBM Campaign est intégré à IBM Marketing Operations, il existe deux manières de gérer des offres.

- Si votre système est configuré de sorte que les offres soient gérées par Marketing Operations, vous utilisez l'option **Offres** du menu **Opérations**. Pour plus d'informations sur la création d'offres selon cette méthode, voir *IBM Marketing Operations et IBM Campaign Integration Guide*.
- Si votre système est configuré de sorte que les offres soient gérées par Campaign, vous utilisez l'option **Offres** du menu **Campagne**.

Demandez à votre administrateur système quelle option de gestion d'offres est configurée sur votre système.

Présentation de l'utilisation des données IBM Digital Analytics dans des campagnes marketing

Si vous disposez d'IBM Digital Analytics, vous pouvez définir des segments en fonction de critères de visite et d'affichage. Si vous intégrez IBM Digital Analytics à IBM Campaign, ces segments peuvent être mis à dispositions de Campaign pour être utilisés dans des diagrammes.

Vous pouvez ensuite utiliser Campaign pour cibler ces segments dans des campagnes marketing. Cette fonctionnalité de "segmentation en ligne" offre un moyen automatisé pour intégrer les données IBM Digital Analytics dans vos campagnes.

Les utilisateurs de Campaign qui achètent et configurent eMessage et des outils d'analyse post-clic peuvent également utiliser des segments IBM Digital Analytics. Les outils d'analyse post-clic effectuent le suivi du comportement du client depuis son clic dans un e-mail ou une page d'arrivée hébergée et lors de sa navigation ultérieure dans le site Web (au cours de la même visite ou session) pour explorer ou acheter. Les concepteurs de Campaign peuvent utiliser cette analyse pour déterminer comment créer des campagnes de suivi.

Remarque : eMessage nécessite des étapes d'intégration distinctes. Reportez-vous à la documentation fournie avec eMessage.

- La configuration de l'intégration est expliquée dans le *guide d'administration de Campaign*.
- L'utilisation de segments définis avec IBM Digital Analytics dans Campaign est expliqué dans «Ciblage de segments IBM Digital Analytics dans des campagnes» , à la page 62.

Chapitre 3. Gestion des campagnes

Vous pouvez créer, afficher, éditer, supprimer, organiser et effectuer des opérations similaires sur des campagnes marketing. Chaque campagne est définie par son objectif métier, son initiative et sa plage de dates d'effet. Une campagne se compose toujours d'au moins un diagramme dans lequel vous sélectionnez des destinataires et affectez des offres.

Par exemple, vous pouvez avoir un diagramme qui identifie une liste de prospects qui recevront une ou plusieurs offres. Lorsque vous exécutez le diagramme, vous générez une liste de contacts (par exemple, une liste de mailing) et les informations sont enregistrées dans l'historique des contacts.

Une campagne typique dispose également d'un diagramme distinct qui effectue le suivi des réponses à la campagne. Après que la campagne s'est exécutée, vous créez ou mettez à jour le diagramme de réponses pour enregistrer et analyser les réponses à vos offres.

Vous pouvez ajouter plusieurs diagrammes à une campagne pendant que vous analysez et affinez les résultats. Des campagnes plus complexes peuvent être constituées de plusieurs diagrammes pour gérer des flux d'offres multiples.

Remarque : Si Campaign est intégré à Marketing Operations, vous utilisez les projets de campagne de Marketing Operations pour travailler avec des campagnes. Si votre système intégré est configuré pour accéder à des campagnes existantes, vous pouvez les ouvrir en sélectionnant **Campagne > Campagnes** et en cliquant sur **Projets de campagne** Les campagnes existantes sont les campagnes qui ont été créées dans IBM Campaign avant l'activation de l'intégration. Pour plus d'informations, voir «Présentation de l'intégration d'IBM Marketing Operations à IBM Campaign», à la page 11.

Pour pouvoir utiliser des campagnes, vous devez disposer des droits appropriés. Pour plus d'informations sur les droits, consultez le *guide d'administration de Campaign*.

Tâches associées :

«Création de campagnes», à la page 19

«Modification de campagnes», à la page 19

Avant de commencer à créer des campagnes

Avant de commencer à utiliser IBM Campaign pour créer des campagnes marketing, vous devez exécuter quelques tâches initiales importantes. Certains de ces tâches initiales, comme la création de modèles d'offre, sont généralement effectuées par des administrateurs.

L'une des tâches initiales les plus importantes consiste à rendre vos clients et vos produits disponibles pour Campaign. Pour accéder à vos données utilisateur, Campaign a besoin de savoir quels fichiers ou tables de votre source de données utiliser. Pour que vos données soient prêtes à être utilisées dans Campaign, les tables de base de données et les fichiers de votre société doivent être mappés dans

© Copyright IBM Corp. 1998, 2013

Campaign. En règle générale, un administrateur exécute cette étape. Un administrateur crée également des offres, des segments stratégiques et d'autres objets de données en vue de leur utilisation dans des campagnes. Pour plus d'informations, voir le *guide d'administration de Campaign*.

Une fois les objets initiaux créés et les tables mappées, vous pouvez commencer à créer des campagnes marketing.

Souvent, la première étape consiste à concevoir la campagne sur le papier ou dans IBM Marketing Operations pour vous permettre de déterminer votre workflow. Identifiez vos objectifs de campagne, décidez quelles offres effectuer et quels clients inclure ou exclure, et déterminez si vous allez utiliser les groupes de contrôle. Après cette conception initiale, vous pouvez utiliser Campaign pour créer des campagnes marketing afin d'atteindre vos objectifs.

Chaque campagne marketing se compose d'un ou plusieurs des diagrammes. Chaque diagramme exécute une séquence d'actions sur vos données clients. Un diagramme est constitué de cases de processus interconnectées que vous configurez pour effectuer la sélection et la manipulation de données réelles, et procéder au suivi des réponses nécessaire pour votre campagne. Chaque case de processus exécute une action spécifique, telles que la sélection de clients, leur segmentation, la fusion de données ou la génération d'une liste d'adresses ou d'une liste d'appels. En configurant et reliant des cases de processus dans un diagramme, vous déterminez la logique de votre campagne.

Les offres sont créées en dehors d'un diagramme et sont affectées lorsque vous configurez une case de processus de contact, telle qu'une liste d'adresses ou une liste d'appels, dans un diagramme. Les offres peuvent également être affectées dans la liste des populations ciblées qui fournit une matrice visuelle des segments et des offres.

Vous utilisez Campaign pour définir des offres. Ensuite, vous créez un diagramme dans lequel vous sélectionnez des clients ou prospects à contacter, vous affectez des offres à vos sélections et vous générez une liste de contacts. Lorsque des clients répondent, vous pouvez utiliser un diagramme distinct pour procéder au suivi des résultats de la campagne.

Pour obtenir un exemple de deux diagrammes conçus pour une campagne de conservation utilisant plusieurs canaux afin de fournir une offre, voir «Exemple : Campagne de conservation multi-canal».

Exemple : Campagne de conservation multi-canal

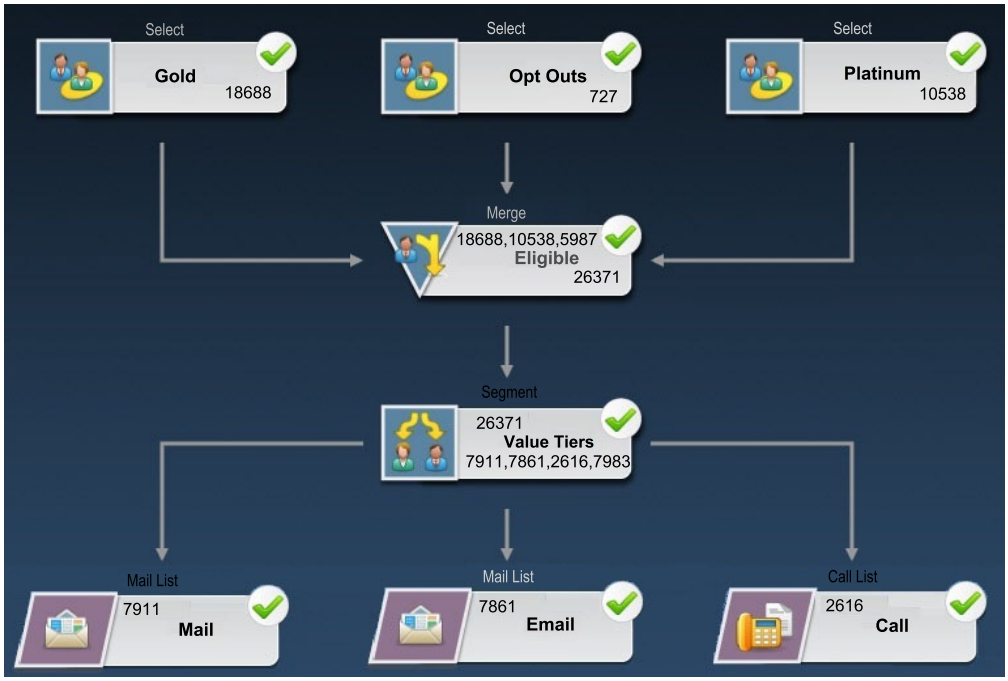
Cet exemple montre deux diagrammes conçus pour une campagne marketing.

Cette campagne de conservation utilise plusieurs canaux pour présenter une offre aux clients susceptibles d'être perdus pour cause d'attrition. Deux diagrammes sont utilisés :

- Un diagramme de contact génère les listes des clients auxquels l'offre sera envoyée à l'aide d'un canal différent pour chaque segment.
- Un diagramme de réponse effectue le suivi des réponses à l'offre et met à disposition les données de réponse à des fins de génération de rapports et d'analyse.

Diagramme de contact

Cet exemple présente un exemple de diagramme de contact d'une campagne de conservation. Ce diagramme permet de sélectionner les clients éligibles dans chaque segment de valeur et de générer des listes de contacts pour les différents canaux de chaque segment.



Au premier niveau du diagramme, des processus Sélection sont utilisés pour sélectionner les clients des segments Gold et Platinum, ainsi que les clients ayant exprimé un droit d'opposition à un contact commercial.

Au deuxième niveau, un processus Fusion combine les clients Gold et Platinum et exclut ceux qui ont exprimé un droit d'opposition.

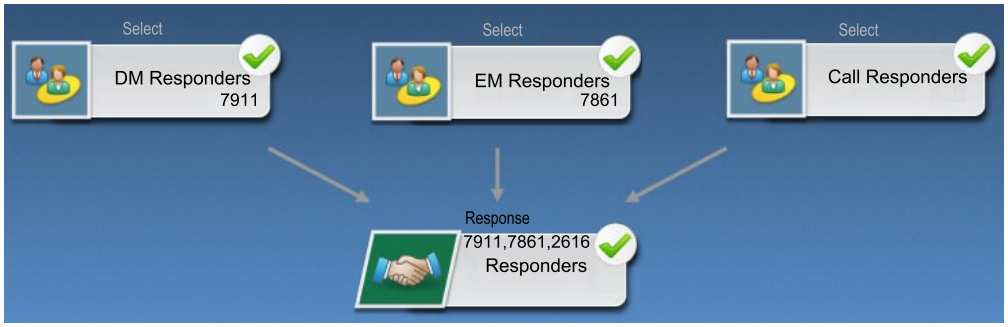
Ensuite, un processus Segment répartit tous les clients éligibles en couches de valeur en fonction de leurs scores.

Enfin, chaque client est associé à une liste. Les clients à valeur élevée sont placés sur une liste d'appels afin d'être contactés par téléphone pour se voir proposer l'offre. Les clients à valeur moyenne sont placés dans une liste d'adresses afin de recevoir une offre directe par courrier postal. Les clients à faible valeur reçoivent l'offre par e-mail.

Diagramme de réponse

Un deuxième diagramme faisant partie de la même campagne suit les réponses aux offres directes (téléphoniques, postales et électroniques) capturées par les systèmes du centre d'appels et de réception des réponses. Les informations de réponse sont compilées en dehors de l'application Campaign. Par exemple, un centre d'appels peut enregistrer les réponses dans une base de données ou un fichier à plat. Lorsque les informations de réponse sont mises à disposition dans Campaign, votre diagramme de réponse peut alors interroger les données.

L'exemple suivant illustre le diagramme de suivi des réponses à une campagne de conservation. Le processus réponse détermine les réponses valides et la manière dont elles sont recréditées dans les campagnes ou les offres. La sortie du processus réponse est enregistrée dans plusieurs tables système de l'historique des réponses, où les données sont accessibles et analysables à l'aide de rapports Campaign sur les performances et la rentabilité.



Accès aux campagnes

Accédez à des campagnes marketing pour les afficher ou les éditer, selon vos droits d'accès. La manière dont vous accédez à des campagnes diffère selon que Campaign est intégré ou non à Marketing Operations.

Procédure

1. Sélectionnez **Campagne > Campagnes** pour ouvrir la page Toutes les campagnes.

   Les informations de la page Toutes les campagnes dépendent de la configuration de votre environnement.
2. Effectuez l'une des opérations suivantes :
   - Pour un environnement **Campaign autonome** : La page Toutes les campagnes répertorie l'ensemble des campagnes et des dossiers de campagne pour lesquels vous disposez au minimum d'un accès en lecture. Cliquez sur le nom d'une campagne à l'ouvrir.
   - Pour un **environnement Marketing Operations-Campaign intégré** : Cliquez sur le lien vers le dossier **Projets de campagne** pour accéder aux projets de campagne créés dans Marketing Operations. On accède toujours aux campagnes qui ont été créées avec Marketing Operations par le biais de projets de campagne, à moins qu'il s'agisse de campagnes existantes.

     Les projets disponibles dépendent de la vue de projets par défaut définie dans Marketing Operations. Vous pouvez configurer cette vue de manière à afficher tous les projets de campagne si vous le souhaitez.

     Remarque : Le dossier **Projets de campagne** ne peut pas être supprimé, déplacé, ni copié.
   - Pour un **environnement Marketing Operations-Campaign intégré** avec l'accès aux campagnes existantes activé : La page Toutes les campagnes affiche les campagnes existantes qui ont été créées avant l'intégration de l'environnement. Cliquez sur le nom d'une campagne existante à l'ouvrir. Vous pouvez également utiliser le lien vers le dossier **Projets de campagne** pour accéder à des campagnes créées via Marketing Operations.

Que faire ensuite

- Pour plus d'informations sur les projets de campagne, voir le document *IBM Marketing Operations and IBM Campaign Integration Guide*.
- Pour plus d'informations sur les vues de projets, reportez-vous au *guide d'utilisation d'IBM Marketing Operations*.
- Pour plus d'informations sur les campagnes existantes, voir «A propos des campagnes existantes», à la page 12.
- Pour plus d'informations sur la configuration de Campaign pour permettre l'accès aux campagnes existantes, consultez la documentation relative à la mise à niveau.

Création de campagnes

Suivez ces instructions pour créer une campagne. Chaque campagne marketing a un objectif métier, une initiative définie par l'entreprise spécifique à votre plan marketing et une plage de dates pendant laquelle la campagne est effective.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Remarque : Si Campaign est intégré à Marketing Operations, vous créez des campagnes depuis le menu **Opérations > Projets**. Pour plus d'informations, consultez la documentation Marketing Operations.

Procédure

1. Sélectionnez **Campagne > Campagnes**.

   La page Toutes les campagnes affiche les dossiers ou campagnes de la partition en cours.

2. Cliquez sur l'icône **Ajouter une campagne** .
3. Renseignez les zones de la page de **récapitulatif de la campagne** sur la page Nouvelle campagne. Sélectionnez **Aide > Aide pour cette page** pour voir des explications de chaque zone.
4. Effectuez l'une des opérations suivantes :
   - Cliquez sur **Enregistrer et terminer** pour enregistrer la campagne sans encore ajouter un diagramme. Utilisez cette approche si vous souhaitez effectuer d'autres étapes initiales avant de créer des diagrammes. Par exemple, vous pouvez créer et associer des offres et des segments stratégiques à une campagne avant de créer des diagrammes.
   - Cliquez sur **Enregistrer et ajouter diagramme** pour commencer immédiatement à créer un diagramme pour la campagne.

Concepts associés :

Chapitre 3, «Gestion des campagnes», à la page 15

Modification de campagnes

Des utilisateurs avec des droits appropriés peuvent utiliser la page de récapitulatif de la campagne pour éditer les détails d'une campagne et accéder à ses diagrammes, rapports et liste des populations ciblées. En outre, si vous disposez des droits requis, vous pouvez effectuer des actions telles que l'ajout de diagrammes, de segments ou d'offres à une campagne.

Procédure

1. Sélectionnez **Campagne > Campagnes**.
2. Dans la page Toutes les campagnes, cliquez sur le nom d'une campagne.

   La campagne s'ouvre sur l'onglet **Récapitulatif**.

   Vous pouvez également cliquer sur l'icône **Editer onglet** en regard de la campagne pour ouvrir un onglet spécifique pour édition.
3. Sélectionnez **Aide > Aide pour cette page** pour voir des explications de chaque zone de l'onglet Récapitulatif.
4. Vous pouvez effectuer de nombreuses actions depuis la page de récapitulatif de la campagne.
   - Pour modifier des détails de la campagne, cliquez sur l'icône **Editer le récapitulatif** dans la barre d'outils, puis cliquez sur le bouton **Enregistrer et terminer** lorsque vous avez terminé.
   - Pour ajouter un diagramme à la campagne, cliquez sur l'icône **Ajouter diagramme** dans la barre d'outils.
   - Pour ajouter, ou supprimer des segments ou des offres, utilisez les icônes appropriées dans la barre d'outils.
   - Pour modifier un diagramme, cliquez sur un onglet de diagramme, puis sur l'icône **Editer** de cet onglet.
   - Pour modifier la liste des populations ciblées de la campagne, cliquez sur l'onglet **Populations ciblées**, puis sur l'icône **Editer** .
   - Pour accéder à des rapports, cliquez sur l'onglet **Analyse**.

Concepts associés :

Chapitre 3, «Gestion des campagnes», à la page 15

Organisation de campagnes dans des dossiers

Les dossiers vous permettent de garder vos campagnes organisées. Vous pouvez créer des dossiers et déplacer les campagnes d'un dossier à un autre.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Les noms de dossier sont soumis à des restrictions au niveau des caractères. Voir Annexe A, «Caractères spéciaux dans les noms d'objet IBM Campaign», à la page 259.

Procédez comme suit pour organiser des campagnes dans des dossiers.

Procédure

1. Sélectionnez **Campaign** > **Campagnes**.
2. Utilisez la page Toutes les campagnes pour effectuer l'une des opérations suivantes.

Option	Description
Ajouter un dossier au niveau supérieur.	Cliquez sur l'icône **Ajouter un sous-dossier** .
Ajouter un sous-dossier	Sélectionnez un dossier et cliquez sur l'icône **Ajouter un sous-dossier** .
Editer un nom ou une description de dossier	Sélectionnez un dossier et cliquez sur l'icône **Renommer** .
Déplacer un dossier	Sélectionnez un dossier, cochez la case en regard du dossier à déplacer, puis cliquez sur l'icône **Déplacer** .
Déplacer une campagne	Cochez la case en regard de la campagne à déplacer, puis cliquez sur l'icône **Déplacer** .
Supprimer un dossier vide	Cochez la case en regard d'un dossier à supprimer, cliquez sur l'icône **Supprimer la sélection** , puis confirmez la suppression.

Impression de campagnes

Vous pouvez imprimer une page d'une campagne à l'aide de l'icône **Imprimer**.

Procédure

1. Sélectionnez **Campagne** > **Campagnes**.
2. Sélectionnez l'onglet pour la campagne que vous souhaitez imprimer.
3. Cliquez sur l'icône **Imprimer** .

Suppression de campagnes

Lorsque vous supprimez une campagne, elle est supprimée avec tous ses fichiers de diagramme. Si vous souhaitez conserver des portions de la campagne pour les réutiliser, enregistrez-les en tant qu'objets stockés (modèles) avant que de supprimer la campagne. Si vous supprimez une campagne associée à des enregistrements d'historique des contacts ou des réponses, tous les enregistrements d'historique des contacts et des réponses correspondants seront supprimés.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Important : Ne supprimez pas la campagne si vous souhaitez conserver l'historique des contacts et des réponses qui lui est associé.

Procédure

1. Sélectionnez **Campagne** > **Campagnes** et recherchez la campagne à supprimer.
2. Cochez la case en regard de la campagne à supprimer.

3. Cliquez sur l'icône **Supprimer l'élément** .

   Important : Si vous tentez de supprimer une campagne ayant des enregistrements d'historique des contacts et des réponses, un message d'avertissement signale que tous les enregistrements d'historique des contacts et des réponses correspondants seront supprimés. Si vous souhaitez conserver l'historique des contacts et des réponses correspondant, cliquez sur **Annuler**.
4. Cliquez sur **OK** pour supprimer définitivement la campagne.

Résultats

La campagne sélectionnée est supprimée.

Remarque : Vous pouvez également supprimer une campagne lorsqu'elle est affichée en cliquant sur l'icône **Supprimer**.

Utilisation de groupes de contrôle pour mesurer des résultats de campagne

Vous pouvez exclure délibérément un échantillon aléatoire de prospects ou de clients d'une campagne marketing pour qu'ils ne reçoivent pas l'offre. Après l'exécution de la campagne, vous pouvez comparer l'activité du groupe de contrôle à celle des personnes qui ont reçu l'offre pour déterminer l'efficacité de la campagne.

Les contrôles sont appliqués au niveau des cibles. Les cibles qui contiennent les ID que vous excluez volontairement à des fins d'analyse sont appelées cibles de contrôle. Lorsque vous affectez des offres à des cibles, que ce soit dans le processus de contact d'un diagramme ou dans une liste des populations ciblées, vous pouvez éventuellement indiquer une cible de contrôle pour chaque population ciblée.

Dans Campaign, les contrôles sont toujours des contrôles disponibles. Autrement dit, les contrôles ne sont pas contactés pour l'offre, même s'ils sont susceptibles de se voir attribuer l'offre. Les contacts appartenant aux cibles de contrôle ne se voient affecter aucune offre et ne sont pas inclus dans les listes de cibles du processus de contact. Les groupes de contrôle disponibles (sans contact) ne reçoivent pas de communications, mais sont mesurés par rapport au groupe cible à des fins de comparaison.

Campaign fournit les méthodes suivantes pour travailler avec des groupes de contrôle :

- Pour créer des groupes de contrôle, utilisez le processus d'échantillonnage. Le processus d'échantillonnage fournit plusieurs options pour exclure des ID (Echantillon aléatoire, Tous les X enregistrements, Séquentielle).
- Pour exclure des groupes de contrôle d'offres, configurez un processus liste d'adresses ou liste d'appels dans un diagramme. Lorsque vous configurez le processus pour affecter des offre à des cibles, vous pouvez éventuellement exclure des groupes de contrôle des contacts.
- Si vous utilisez une liste des populations ciblées (LPC), vous pouvez utiliser les colonnes Cible de contrôle et Code de cible de contrôle pour identifier les cibles de contrôle. Aucune offre ne peut être affectée aux cibles désignées comme cibles de contrôle.

- Les tables d'historique des contacts sont remplies lorsque vous exécutez le diagramme en mode production. L'historique des contacts identifie les membres des cibles de contrôle et les offres qui n'ont pas été envoyées aux contrôles. Ces informations permettent d'effectuer une analyse et une comparaison de la population ciblée par rapport à la cible de contrôle pour le calcul du lift (de l'évolution positive) et du retour sur investissement.
- Utilisez le processus réponse dans un diagramme pour suivre simultanément les réponses du groupe de contrôle et les réponses aux offres.
- Les rapports Performances de la campagne et Performances des offres indiquent le lift, ou la différence, des réponses provenant d'une population ciblée active qui a reçu l'offre.

Lorsque vous planifiez une offre, vous devez décidez si vous souhaitez utiliser des groupes de contrôle disponibles pour les cibles auxquelles cette offre est affectée. Les groupes de contrôle constituent un outil d'analyse puissant pour mesurer l'efficacité d'une campagne.

Association de cibles de contrôle à des populations ciblées

Vous pouvez utiliser une cible comme une cible de contrôle pour plusieurs populations ciblées. Cependant, chaque population ciblée ne peut avoir qu'une seule cible de contrôle, définie par son identifiant de cible.

Lorsqu'une cible de contrôle unique est utilisée dans plusieurs processus de contact, vous devez configurer la relation de la cible de contrôle avec la population ciblée de façon identique pour tous les processus de contact.

Accès à un projet Marketing Operations à partir d'une campagne existante liée

Les campagnes existantes sont les campagnes qui ont été créées dans IBM Campaign avant l'activation de l'intégration à IBM Marketing Operations.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Procédez comme suit si vous utilisez un système intégré et vous souhaitez accéder à des campagnes qui ont été créées avant l'intégration.

Procédure

1. Sélectionnez **Campagne > Campagnes**.

   La page Toutes les campagnes s'affiche avec les dossiers ou campagnes de la partition en cours. Seules les campagnes existantes sont répertoriées.

   Pour afficher les campagnes créées avec l'intégration Marketing Operations-Campaign activée, cliquez sur le dossier **Projets de campagne**. S'il n'y a aucune campagne existante ou qu'elles n'ont pas été activées dans la configuration, cette page est vide.
2. Cliquez sur le nom de la campagne que vous avez précédemment liée à un projet dans Marketing Operations ou Affinium Plan.

   La campagne s'ouvre sur l'onglet **Récapitulatif**.
3. Cliquez sur le nom du projet dans la zone **Code et éléments parent**.

   Marketing Operations s'ouvre sur l'onglet **Récapitulatif** du projet lié.
4. Pour revenir à Campaign, cliquez sur le nom du projet dans la zone **Prise en charge des projets et demandes** de Marketing Operations.

Concepts associés :

«A propos des campagnes existantes», à la page 12

Chapitre 4. Gestion des diagrammes

IBM Campaign utilise des diagrammes pour définir la logique de campagne. Chaque diagramme d'une campagne effectue une série d'actions sur les données stockées dans vos bases de données client ou fichiers à plat.

Chaque campagne marketing est constituée d'au moins un diagramme. Chaque diagramme est constitué d'au moins un processus. Vous configurez et connectez ensuite les processus pour manipuler les données, créer des listes de contacts et effectuer le suivi des contacts et des réponses nécessaires à votre campagne.

En connectant une série de processus dans un diagramme, puis en exécutant ce dernier, vous définissez et implémentez votre campagne.

Par exemple, un diagramme peut inclure un processus de sélection, qui est connecté à un processus segment, qui est lui-même connecté à un processus liste d'appels. Le processus de sélection peut être configuré de manière à sélectionner, à partir de votre base de données, tous les clients qui vivent dans le nord-est. Le processus segment peut ensuite segmenter ces clients en différents groupes, par exemple, Or, Argent et Bronze. Enfin, le processus liste d'appels peut affecter des offres, générer une liste de contacts destinée à la campagne marketing et enregistrer les résultats dans l'historique des contacts.

Remarque : Pour utiliser les diagrammes, l'administrateur doit au préalable vous avoir attribué les droits appropriés.

Présentation de l'espace de travail du diagramme

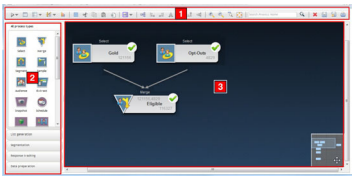
L'espace de travail du diagramme fournit les outils et l'espace vous permettant de concevoir des diagrammes pour des campagnes marketing.

Lorsque vous créez ou modifiez un diagramme, une fenêtre de diagramme distincte s'ouvre. Vous pouvez déplacer ou redimensionner la fenêtre du diagramme lorsque vous travaillez.

Vous ne pouvez ouvrir qu'un seul diagramme à la fois. Si vous tentez d'ouvrir un diagramme alors qu'un autre est déjà ouvert, vous êtes invité à enregistrer vos modifications. Pour ouvrir deux diagrammes en même temps, voir «Affichage de deux diagrammes côte à côte», à la page 36.

Remarque : Des logiciels de blocage d'incrustation empêchent l'ouverture de la fenêtre du diagramme. Vérifiez que ces logiciels de blocage d'incrustation sont désactivés dans votre navigateur ou dans vos additifs de navigateur.

La figure suivante présente un diagramme ouvert pour édition dans la fenêtre de diagramme.



© Copyright IBM Corp. 1998, 2013

La fenêtre de diagramme est composée des éléments suivants.

Tableau 6. Eléments de la fenêtre de diagramme

Elément	Description
1 Barre d'outils	La barre d'outils fournit des menus et des options permettant de gérer les diagrammes. Par exemple: • Cliquez sur **Ajuster au contenu** pour redimensionner le diagramme et l'adapter à l'espace de travail. • Utilisez les icônes **Zoom** pour effectuer un zoom avant ou arrière. • Recherchez un processus en entrant une partie de son nom dans la zone **Rechercher un nom de processus**. • Enregistrez régulièrement votre diagramme en cliquant sur l'icône **Enregistrer les modifications et continuer l'édition** . • Lorsque vous avez terminé, cliquez sur **Enregistrer et quitter** . Placez votre curseur sur chaque icône pour voir ce qu'elle fait. Pour plus d'informations, voir «Ajustement de l'apparence d'un diagramme», à la page 27.
2 Palette	La palette, située sur le côté gauche de la fenêtre, contient des processus que vous pouvez utiliser pour générer votre diagramme. Faites glisser un processus de la palette vers l'espace de travail, puis configurez et connectez des processus dans l'espace de travail. Par défaut, tous les types de processus sont affichés. Utilisez les boutons de catégorie (**Génération liste**, **Segmentation**, **Suivi des réponses**, **Préparation des données**) pour afficher un sous-ensemble de processus par catégorie.
3 Espace de travail	L'espace de travail est l'endroit où vous configurez et connectez des processus pour déterminer le workflow et le comportement de votre diagramme. Pour configurer un processus, cliquez deux fois dessus. Pour connecter un processus à un autre, placez le curseur sur une case de processus jusqu'à l'apparition de quatre flèches, puis faites glisser une flèche de connexion vers une autre case de processus. Cliquez avec le bouton droit de la souris sur une zone de processus pour ouvrir un menu d'options. Cliquez avec le bouton droit de la souris sur l'espace de travail pour afficher des options supplémentaires. Utilisez la zone de panoramique (petite zone grisée située dans le coin inférieur droit de l'espace de travail) pour mettre en évidence la partie du diagramme que vous souhaitez visualiser. Cette représentation visuelle de l'espace de travail est utile lorsque toutes les zones de processus ne peuvent apparaître simultanément à l'écran.

Concepts associés :

Annexe A, «Caractères spéciaux dans les noms d'objet IBM Campaign», à la page 259

Tâches associées :

«Création des diagrammes», à la page 28

Ajustement de l'apparence d'un diagramme

Vous pouvez ajuster la position et l'alignement des cases de processus pour améliorer l'apparence du diagramme. Toutes ces modifications sont visuelles. Elles n'affectent pas le flux de données. La direction des lignes de connexion entre les processus détermine le flux de données.

Avant de commencer

Cette procédure suppose qu'un diagramme est ouvert pour édition.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Procédez comme suit pour ajuster l'apparence d'un diagramme.

Procédure

1. Pour repositionner tous les processus dans un diagramme, cliquez sur l'icône **Modifier la présentation** et sélectionnez une option.
   - **Arborescence** : Organise les cases de processus dans un format d'arborescence. Utile lorsque chaque case de processus comporte une seule entrée.
   - **Organigramme** : Organise des diagrammes simples et est efficace pour des diagrammes avec une seule entrée à partir du sommet.
   - **Circulaire** : Affiche des cases de processus de manière radiale. Utile pour les diagrammes à connexion unique qui conduisent à une sortie.
   - **Hiérarchique** : Organise des cases de processus en niveaux horizontaux ou verticaux de sorte que la plupart des liens circulent de manière uniforme dans le même sens. Cette présentation est souvent le choix visuel le plus simple.
2. Pour repositionner toutes les cases de processus dans une position horizontale ou verticale :
   a. Cliquez avec le bouton droit de la souris sur l'espace de travail du diagramme.
   b. Sélectionnez **Vue** > **Horizontal / Vertical** ou cliquez sur l'icône **Horizontal / Vertical** dans la barre d'outils.

      Si cette option provoque le chevauchement de lignes de connexion, sélectionnez **Vue** > **Connexions en angle** deux fois pour redessiner correctement les lignes de connexion.
3. Pour aligner plusieurs cases de processus, faites glisser une boîte de sélection autour d'au moins deux processus, puis utilisez les icônes d'alignement de la barre d'outils du diagramme.
   - Pour aligner des cases sur une ligne : Utilisez l'icône **Aligner en haut** , l'icône **Aligner en bas** ou l'icône **Aligner au centre (Vertical)** .
   - Pour aligner des cases dans une colonne : Utilisez l'icône **Aligner à gauche** , l'icône **Aligner à droite** ou l'icône **Aligner au centre (Horizontal)**

   Si vous avez choisi un alignement incorrect, sélectionnez une option dans le menu **Modifier la présentation** pour restaurer la présentation. Dans de nombreux cas, la présentation **Hiérarchique** permet de réorganiser les cases de processus qui se chevauchent.

Vous pouvez également sélectionner une case de processus individuelle et la faire glisser vers un nouvel emplacement.

Présentation des processus

Les processus Campaign sont les blocs de construction des diagrammes. Les processus sont visibles dans la palette des processus du diagramme.

Pour créer un diagramme, déplacez des cases de processus de la palette vers l'espace de travail du diagramme. Dans l'espace de travail, configurez et connectez les cases de processus pour générer votre diagramme. En règle générale, chaque processus d'un diagramme transforme les données d'une ou plusieurs cibles source et génère une ou plusieurs cibles en sortie. Une *cible* est une liste d'identifiants de destinataire de message marketing, par exemple des ID client ou prospect.

En configurant chaque processus, puis en le connectant à un processus suivant, vous pouvez obtenir les résultats souhaités.

Par exemple, vous pouvez utiliser le processus de sélection pour sélectionner des clients et des prospects à partir d'une base de données ou d'un fichier à plat. La sortie du processus de sélection est une cible que vous pouvez utiliser comme source dans un processus ultérieur. Dans votre diagramme, vous pouvez donc connecter le processus de sélection à un processus de fusion pour supprimer les éléments à exclure de la liste d'ID. Vous pouvez ensuite segmenter la liste fusionnée et utiliser le processus liste d'appels pour affecter des offres et générer une liste de contacts.

Création des diagrammes

Suivez ces instructions pour ajouter un diagramme à une campagne marketing. Un diagramme détermine la logique de campagne.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Vous pouvez ajouter un diagramme à votre campagne en en créant un ou en copiant un diagramme existant. Un autre manière de créer des diagrammes consiste à utiliser la bibliothèque de modèles pour enregistrer, puis réutiliser une logique de campagne et des séquences de cases de processus communes. Pour plus d'informations, lisez les sections concernant les modèles. La procédure qui suit explique comment créer un diagramme.

Remarque : Si vous créez un diagramme temps réel, reportez-vous à la documentation d'IBM Interact pour plus d'informations.

Procédure

1. Dans la campagne ou la session dans laquelle vous souhaitez ajouter un diagramme, cliquez sur l'icône **Ajouter diagramme** .
   La page Propriétés du diagramme s'ouvre.
2. Entrez un nom et une description pour le diagramme.

   Remarque : Sous **Type de diagramme**, **Diagramme de traitement par lots standard** est la seule option, à moins que vous ne soyez un utilisateur sous licence d'Interact. Si vous avez installé une version sous licence de Interact, vous pouvez également sélectionner **Diagramme interactif**.

3. Cliquez sur **Enregistrer et modifier diagramme**.

   Le diagramme s'ouvre dans une nouvelle fenêtre, qui inclut la palette des processus sur la gauche, une barre d'outils dans la partie supérieure et un espace de travail du diagramme vide.
4. Ajoutez un processus à votre diagramme en faisant glisser une case de processus de la palette vers l'espace de travail.

   En général, un diagramme commence avec un ou plusieurs processus Sélection ou audience servant à définir les clients ou autres entités auxquels il est possible de commercialiser des offres.
5. Cliquez deux fois sur un processus dans l'espace de travail pour le configurer.

   Important : Cliquez fréquemment sur **Enregistrer les modifications et continuer l'édition** tout en ajoutant et en configurant des processus.
6. Connectez les processus configurés pour déterminer le flux de travail de votre campagne.
7. Cliquez sur **Enregistrer et quitter** pour fermer la fenêtre du diagramme.

Concepts associés :

«Présentation de l'espace de travail du diagramme», à la page 25

Annexe A, «Caractères spéciaux dans les noms d'objet IBM Campaign», à la page 259

Référence associée :

«Liste des processus Campaign», à la page 49

Considérations relatives à la conception des diagrammes

Vous devez tenir compte des points suivants lorsque vous créez des diagrammes.

- **Evitez les dépendances cycliques.** Veillez à ne pas créer de dépendances cycliques entre des processus. Prenons cet exemple de dépendance cyclique : (a) Votre diagramme contient un processus de sélection dont la sortie fournit une entrée pour un processus de création de segment CreateSeg. (b) Le processus CreateSeg génère un segment stratégique en sortie. (c) Vous utilisez ce segment comme entrée pour le processus de sélection. Cette situation génère une erreur lorsque vous essayez d'exécuter le processus.
- **Application de suppressions globales.** Si votre organisation utilise la fonctionnalité de suppression globale, il est possible qu'un jeu particulier d'ID puisse être automatiquement exclus de l'utilisation dans les campagnes et les populations ciblées . Le fichier journal de diagramme indique si la suppression globale est appliquée.

Exécutions en mode test pour les diagrammes

Vous pouvez mener une exécution en mode de test sur un diagramme ou une branche si vous ne voulez pas générer de données ni actualiser de table ou de fichier.

Lorsque vous effectuez une exécution en mode test sur un diagramme ou une branche, gardez à l'esprit les points suivants.

- Les déclencheurs sont lancés une fois les exécutions en mode test et en production terminées.
- La fonction de suppression globale est appliquée lorsque vous testez des processus, des branches ou des diagrammes.

- L'option **Paramètres avancés** > **Test des paramètres d'exécution** > **Générer les sorties** détermine si une sortie est générée lors des exécutions en mode test.

Effectuez des exécutions en mode test sur les processus et les branches à mesure que vous générez des diagrammes, afin d'identifier et et résoudre les erreurs au moment où elles se produisent. N'oubliez pas d'enregistrer chaque diagramme avant de l'exécuter ou de le tester.

Test d'un diagramme

Lorsque vous testez un diagramme, les données ne sont enregistrées dans aucune table. Vous pouvez ensuite afficher un rapport signalant les éventuelles erreurs du diagramme.

Avant de commencer

Enregistrez toujours un diagramme modifié avant de le tester.

Procédure

1. Ouvrez un diagramme en mode **Edition**.
2. Ouvrez le menu **Exécuter** et sélectionnez **Tester exécution diagramme**.

   Le diagramme s'exécute en mode test, de sorte que les données ne sont enregistrées dans aucune table.

   Chaque processus affiche une coche s'il s'exécute avec succès. En cas d'erreurs, un "X" rouge est affiché à la place.
3. Utilisez l'une des options **Enregistrer** de la barre d'outils.

   Si vous cliquez sur **Enregistrer et quitter** avant la fin de l'exécution en mode test du diagramme, l'exécution se poursuit et le diagramme est enregistré une fois l'opération terminée. Si une personne rouvre le diagramme alors qu'il est en cours d'exécution, tous les changements effectués sur le diagramme sont perdus. C'est pourquoi vous devez toujours enregistrer un diagramme avant de l'exécuter.

   Pour suspendre l'exécution, cliquer avec le bouton droit de la souris sur la case de processus et sélectionnez **Exécuter** > **Suspendre**.

   Pour arrêter l'exécution, cliquer avec le bouton droit de la souris sur la case de processus et sélectionnez **Exécuter** > **Arrêter**.
4. Pour déterminer si des erreurs se sont produites lors de l'exécution du diagramme, cliquez sur l'onglet **Analyse** et affichez le rapport **Récapitulatif des diagrammes par statut de campagne**.

Test d'une branche de diagramme

Lorsque vous testez une branche de diagramme, les données ne sont enregistrées dans aucune table. Si l'exécution détecte des erreurs, vous pouvez corriger les processus erronés.

Procédure

1. Dans une page Diagramme en mode **Edition**, cliquez sur un processus de la branche à tester.
2. Ouvrez le menu **Exécuter** et sélectionnez **Tester exécution branche sélectionnée**.

Résultats

Le diagramme est exécuté en mode test. Les données ne sont pas enregistrées dans des tables.

Chaque processus qui s'exécute correctement affiche une coche verte. En cas d'erreurs, un "X" rouge est affiché à la place.

Validation d'un diagramme

Vous pouvez utiliser la fonction **Valider diagramme** pour vérifier la validité d'un diagramme à tout moment, excepté lorsque le diagramme est en cours d'exécution.

La validation procède aux vérifications suivantes pour un diagramme :

- Les processus du diagramme sont configurés.
- Les codes de cible sont uniques dans le diagramme si le paramètre de configuration AllowDuplicateCellCodes a la valeur **Non**. Si sa valeur est **Oui**, les codes de cible en double dans les diagrammes sont autorisés.
- Les noms de cible sont uniques dans le diagramme.
- Les offres et listes d'offres référencées par les processus de contact sont valides (elles n'ont pas été retirées ou supprimées). Les listes d'offres référencées mais vides génèrent des avertissements, pas des erreurs.
- Les cibles qui ont été associées à une entrée descendante de la liste des populations ciblées sont toujours connectées.

L'outil de validation signale la première erreur trouvée dans le diagramme. Il se peut que vous deviez exécuter l'outil de validation plusieurs fois de suite (après avoir corrigé chaque erreur affichée) pour vous assurer que vous avez bien corrigé toutes les erreurs.

Remarque : Une meilleure pratique consiste à exécuter la validation sur les diagrammes avant de procéder à une exécution en production. Cela est particulièrement important si vous exécutez des diagrammes planifiés en utilisant le mode de traitement par lots, ou vous si vous ne prévoyez pas de surveiller activement l'exécution.

Validation de diagrammes

Lorsque vous validez un diagramme, l'absence d'erreurs est vérifiée dans chaque processus. Les erreurs trouvées s'affichent l'une à la suite de l'autre pour vous permettre de toutes les consulter et corriger.

Procédure

1. Dans une page Diagramme en mode **Edition**, ouvrez le menu **Exécuter** et sélectionnez **Valider diagramme**.

   Campaign vérifie votre diagramme.
2. S'il existe des erreurs, une boîte de message affiche la première erreur trouvée. A mesure que vous corrigez les erreurs et relancez la validation, les erreurs restantes s'affichent successivement.

Exécution des diagrammes

Vous pouvez choisir d'exécuter un diagramme complet, une branche ou un processus unique du diagramme. Pour de meilleurs résultats, réalisez des exécutions de test lorsque que vous générez des diagrammes, afin que vous puissiez traiter les incidents au moment où elles se produisent, et veillez à enregistrer chaque diagramme avant de le tester ou de l'exécuter.

Important : Pour les diagrammes intégrant des processus de contact, notez que chaque exécution d'un diagramme en mode production ne génère l'historique des contacts qu'une seule fois. Pour générer plusieurs contacts à partir de la même liste d'ID, extrayez la liste des ID et effectuez une lecture à partir de la liste pour chaque exécution diagramme.

Remarque : Les utilisateurs disposant de droits d'administration peuvent accéder à la page Suivi, qui présente tous les diagrammes en cours d'exécution et leur statut, de même que des commandes permettant de suspendre, de reprendre ou d'arrêter l'exécution des diagrammes.

Exécution d'un diagramme

Lorsque vous exécutez la totalité d'un diagramme, les données qu'il génère sont enregistrées dans des tables système. Une fois que vous avez exécuté et enregistré le diagramme, vous pouvez afficher les résultats de l'exécution dans des rapports.

Procédure

1. Si vous affichez un diagramme, ouvrez le menu **Exécuter** et sélectionnez **Exécuter**.

   Si vous éditez un diagramme, ouvrez le menu **Exécuter** et sélectionnez **Enregistrer et exécuter diagramme**.
2. Si le diagramme a déjà été exécuté, cliquez sur **OK** dans la fenêtre de confirmation.

   Les données de l'exécution sont sauvegardées dans les tables système appropriées. Chaque processus affiche une coche après avoir été exécuté avec succès. En cas d'erreurs, un "X" rouge est affiché à la place.
3. Cliquez sur **Enregistrer et quitter** (ou cliquez sur **Enregistrer** pour continuer l'édition).

   Vous devez enregistrer le diagramme après son exécution pour afficher les résultats de l'exécution dans des rapports. Une fois le diagramme sauvegardé, les résultats des exécutions répétées sont immédiatement disponibles.

   Remarque : Si vous cliquez sur **Enregistrer et quitter** avant la fin de l'exécution du diagramme, l'exécution se poursuit et le diagramme est enregistré une fois l'opération terminée.
4. Cliquez sur l'onglet **Analyse** et affichez le rapport **Campaign Récapitulatif des diagrammes par statut de campagne** pour déterminer si des erreurs se sont produites dans l'exécution du diagramme.

Exécution d'une branche de diagramme

Lorsque vous sélectionnez et exécutez un processus ou une branche dans un diagramme, l'ID d'exécution du diagramme n'est pas incrémenté.

Procédure

1. Dans une page Diagramme en mode **Edition**, cliquez sur un processus de la branche à exécuter.
2. Ouvrez le menu **Exécuter** et sélectionnez **Enregistrer et exécuter branche sélectionnée**.

   Remarque : Lorsque vous exécutez uniquement un processus ou une branche, s'il existe des enregistrements d'historique des contacts, vous êtes invité à choisir des options d'historique d'exécution avant de pouvoir poursuivre. Pour plus d'informations, voir «Mise à jour de l'historique des contacts par le biais d'une exécution de production», à la page 192.

   Chaque processus affiche une coche après avoir été exécuté avec succès. En cas d'erreurs, un "X" rouge est affiché à la place.

Interruption d'une exécution diagramme

Lorsque vous interrompez l'exécution d'un diagramme, d'une branche ou d'un processus, le serveur arrête l'exécution tout en enregistrant toutes les données déjà traitées.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Vous pouvez, par exemple, suspendre une exécution pour libérer des ressources informatiques sur le serveur. Une fois que vous avez interrompu une exécution, vous pouvez la poursuivre ou l'arrêter.

Remarque : Si vous disposez des droits appropriés, vous pouvez également contrôler les diagrammes depuis la page Contrôle.

Procédure

1. Dans une page Diagramme, ouvrez le menu **Exécuter** .
2. Sélectionnez **Mettre en pause**.

Arrêt d'une exécution diagramme

Lorsque vous arrêtez une exécution diagramme, les résultats de tous les processus en cours d'exécution sont perdus et un "X" rouge apparaît sur ces processus.

Procédure

1. Sur une page Diagramme, ouvrez le menu **Exécuter** .
2. Sélectionnez **Arrêter**.

   Remarque : Si vous disposez des droits appropriés, vous pouvez également contrôler les diagrammes depuis la page Contrôle.

Poursuite d'une exécution de diagramme arrêtée

Pour exécuter un diagramme à partir l'endroit où il a été arrêté, vous pouvez exécuter la branche du diagramme qui commence par le processus où le diagramme a été arrêté. Ce processus est réexécuté avec tous les processus en aval.

Procédure

1. Sur une page Diagramme en mode **Edition**, cliquez sur le processus qui comporte un "X" rouge.

2. Ouvrez le menu **Exécuter** et sélectionnez **Enregistrer et exécuter branche sélectionnée**.

   Remarque : Si vous disposez des droits appropriés, vous pouvez également contrôler les diagrammes depuis la page Contrôle. Pour plus d'informations, voir le *guide d'administration de Campaign*.

Poursuite d'une exécution de diagramme suspendue

Lorsque vous continuez une exécution qui a été interrompue, celle-ci reprend au stade exact où elle a été interrompue. Par exemple, si un processus de sélection a été suspendu après le traitement de 10 enregistrements, son exécution reprend avec le traitement du 11e enregistrement.

Procédure

1. Dans une page Diagramme, ouvrez le menu **Exécuter** .
2. Sélectionnez **Continuer**.

   Remarque : Si vous disposez des droits appropriés, vous pouvez également contrôler les diagrammes depuis la page Contrôle. Pour plus d'informations, voir le *guide d'administration de Campaign*.

Traitement des erreurs d'exécution

Les processus correctement configurés apparaissent en couleur (la couleur correspond au type de processus). Un processus grisé dont le nom est en italique contient des erreurs de configuration. Pour accéder aux détails de l'erreur, déplacez la souris au dessus du processus jusqu'à ce que le message descriptif de l'erreur apparaisse.

Si un diagramme s'arrête en raison d'une erreur, le processus qui s'exécutaient affichent un **X** rouge. Déplacez la souris au dessus du processus pour voir le message d'erreur.

Remarque : Si Campaign est configuré de manière à ce que les tables système soient enregistrées dans une base de données, que vous n'êtes pas en train de consulter le diagramme et que l'exécution est arrêtée à cause d'un échec de connexion à la base de données, le processus n'affiche pas de **X** rouge. En revanche, le diagramme apparaît tel qu'il était lors de sa dernière sauvegarde.

Vous pouvez également consulter les éventuelles erreurs système dans le fichier journal et comparer les résultats des rapports d'analyse et des rapports de performances/rentabilité de la campagne aux résultats attendus.

Copie de diagrammes

La copie d'un diagramme existant permet de gagner du temps en travaillant sur la base d'un diagramme terminé que vous modifiez en fonction de vos besoins.

Procédure

1. Affichez le diagramme à copier.

   Par exemple, cliquez sur l'onglet Diagramme tout en visualisant sa campagne.
2. Cliquez sur l'icône **Copier** .

3. Dans la boîte de dialogue Dupliquer diagramme, sélectionnez la campagne dans laquelle vous souhaitez copier le diagramme.
4. Cliquez sur **Accepter emplacement**.

   Remarque : Vous pouvez également cliquer deux fois sur un dossier pour sélectionner et accepter l'emplacement en une seule opération.

Résultats

Le diagramme est copié dans la campagne que vous avez sélectionnée.

Les paramètres de configuration du processus sont copiés dans le nouveau diagramme. Toutefois, les fichiers temporaires et tables temporaires créés suite à l'exécution du diagramme d'origine ne sont pas copiés dans le nouveau diagramme.

Si le diagramme copié intègre des processus de contact (liste d'adresses ou liste d'appels) avec des populations ciblées liées à une liste des populations ciblées, de nouveaux codes de cible sont générés pour les cibles du nouveau diagramme de sorte qu'il n'existe aucun doublon dans les codes de cible. Si les populations ciblées ont été définies dans le diagramme et que l'option **Générer codes cibles auto.** du processus de contact est désactivée, AUCUN nouveau code de cible n'est généré pour le nouveau diagramme.

Remarque : Si la logique du diagramme utilise des zones dérivées référençant des codes de cible de l'ancien diagramme, elle n'est pas reportée dans le nouveau diagramme.

Edition des diagrammes

Vous pouvez éditer un diagramme pour configurer, ajouter ou supprimer des processus. Vous pouvez également éditer le nom et la description du diagramme.

Ouverture d'un diagramme pour édition

Pour modifier un organigramme, vous devez l'ouvrir en mode **Edition**.

Procédure

1. Utilisez l'une des méthodes suivantes pour ouvrir un diagramme afin de l'éditer :
   - Dans la page Campagnes, cliquez sur l'icône **Editer onglet** en regard de la campagne et sélectionnez le diagramme dans le menu.
   - Ouvrez la campagne, puis cliquez sur l'onglet Diagramme. Dans la page du diagramme, cliquez sur l'icône **Editer** .

     Vous pouvez également appuyer sur **Ctrl** et cliquer sur l'onglet Diagramme pour ouvrir le diagramme directement en mode **Edition**.
   - Ouvrez l'onglet **Analyse** de la campagne, cliquez sur le lien vers le diagramme à éditer, puis cliquez sur l'icône **Editer** .

     Vous pouvez également appuyer sur **Ctrl** et cliquer sur le nom du diagramme pour ouvrir le diagramme directement en mode **Edition**.
2. Si vous essayez d'éditer un diagramme qui est déjà en cours d'édition par quelqu'un d'autre, Campaign vous avertit que le diagramme est ouvert par un autre utilisateur.

Important : Si vous continuez et ouvrez le diagramme, les changements effectués par l'autre utilisateur seront immédiatement et irrémédiablement perdus. Pour empêcher toute perte de travail, ne cherchez pas à ouvrir le diagramme sans en avoir parlé à l'autre utilisateur au préalable.

Edition des propriétés d'un diagramme

Pour modifier le nom ou la description d'un diagramme, vous devez éditer les propriétés de ce dernier.

Procédure

1. Ouvrez le diagramme pour l'éditer.
2. Cliquez sur **Propriétés** dans la barre d'outils de diagramme.

   La page Editer les propriétés du diagramme s'ouvre.
3. Modifiez le nom ou la description du diagramme.

   Remarque : Les noms des diagrammes sont soumis à des restrictions au niveau des caractères. Voir Annexe A, «Caractères spéciaux dans les noms d'objet IBM Campaign», à la page 259.
4. Cliquez sur **Enregistrer les changements**.

   Les détails du diagramme modifié sont sauvegardés.

Affichage de diagrammes en mode lecture seule

Si vous disposez de droits d'affichage pour un diagramme, vous pouvez ouvrir ce dernier en mode lecture seule pour voir quels processus sont utilisés et comment ils sont connectés. Par contre, vous ne pouvez pas ouvrir des boîtes de dialogue de configuration de processus ou effectuer des modifications.

Procédure

1. Sélectionnez **Campagne** > **Campagnes**.
2. Utilisez l'une des méthodes suivantes pour ouvrir un diagramme.
   - Cliquez **Afficher onglet** en regard du nom de la campagne et sélectionnez un diagramme dans le menu.
   - Ouvrez la campagne, puis cliquez sur l'onglet Diagramme.
   - Ouvrez l'onglet Analyse de la campagne, puis cliquez sur le nom du diagramme que vous souhaitez afficher.

Que faire ensuite

Si vous souhaitez afficher plus de détails sur le diagramme, comme la façon dont ses processus sont configurés, vous devez ouvrir le diagramme pour le réviser ou l'éditer : Cliquez sur l'icône **Editer** dans la barre d'outils du diagramme. Vos droits d'accès déterminent si le diagramme s'ouvre en mode revue ou édition.

Affichage de deux diagrammes côte à côte

Certains concepteurs de campagne préfèrent afficher deux diagrammes côte à côte lorsqu'ils développent de nouveaux diagrammes. Lorsque vous utilisez Internet Explorer, vous devez utiliser **Fichier** > **Nouvelle session** pour ouvrir d'autres fenêtres de navigateur.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

N'employez aucune autre méthode pour ouvrir plusieurs sessions de navigateur. Ainsi, n'ouvrez pas un nouvel onglet, n'ouvrez pas une autre session de navigateur à partir du menu **Démarrer** et n'utilisez pas **Fichier** > **Nouvelle fenêtre**. Cela peut entraîner une confusion ou une altération des informations qui s'affichent dans Campaign.

Remarque : Lorsque vous utilisez la méthode ci-dessous, vous ne pouvez pas copier des processus d'un diagramme à un autre. Pour copier des processus configurés entre des diagrammes, utilisez les options de bibliothèque de modèles disponibles dans le menu contextuel comme expliqué dans «Copie de processus entre des diagrammes», à la page 57.

Procédure

1. Ouvrez Internet Explorer.
2. Connectez-vous à la suite IBM Enterprise Marketing Management (EMM) et accédez à un diagramme Campaign en mode vue uniquement.
3. Dans la fenêtre de navigateur ouverte à l'étape 1, sélectionnez **Fichier** > **Nouvelle session** dans la barre de menus d'Internet Explorer.

   Une nouvelle instance d'Internet Explorer s'ouvre.
4. Dans la nouvelle fenêtre de navigateur, connectez-vous à la suite IBM Enterprise Marketing Management (EMM) en tant que même utilisateur ou en tant qu'un autre utilisateur et accédez à un diagramme Campaign en mode vue uniquement.

   A faire : Vous devez désactiver les logiciels de blocage d'incrustation dans le navigateur ou les modules complémentaires du navigateur tels que les barres d'outils. Les logiciels de blocage d'incrustation empêchent la fenêtre de diagramme de s'ouvrir.

Révision de diagrammes

En fonction de vos droits d'accès, vous pouvez être autorisé à consulter, mais pas éditer, des diagrammes. Cela signifie que vous pouvez examiner les configurations de processus et apporter des modifications, mais que vous ne pouvez pas enregistrer des modifications ou effectuer des exécutions en production. L'option d'auto-enregistrement de diagramme est désactivée et ne peut pas être activée. Pour enregistrer les changements apportés à un diagramme, vous devez disposer des droits de modification.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Si vous êtes autorisé à consulter, mais pas à modifier des diagrammes, vous pouvez vérifier le contenu d'un diagramme sans le modifier involontairement.

Vous ouvrez un diagramme en mode revue de la même manière que vous l'ouvrez en mode édition. Vos droits d'accès permettent de s'assurer que vous ne pouvez accéder aux diagrammes qu'en mode revue si vous ne disposez pas de droits d'édition.

Procédez comme suit pour consulter un diagramme.

Procédure

1. Utilisez l'une des méthodes suivantes pour ouvrir un diagramme :
   - Dans la page Campagnes, cliquez sur l'icône **Editer onglet** en regard de la campagne et sélectionnez le diagramme dans le menu.
   - Ouvrez une campagne, cliquez sur l'onglet Diagramme, puis sur **Editer** dans la barre d'outils du diagramme.
   - Ouvrez l'onglet **Analyse** de la campagne, cliquez sur le lien de diagramme, puis cliquez sur **Editer** .

   Un message indique que le diagramme est en mode revue et que les modifications que vous apportez ne peuvent pas être enregistrées. L'en-tête de page indique "Révision" et seule l'option **Annuler** est visible.
2. Vous pouvez effectuer les opérations suivantes en mode revue :
   - Enregistrer des processus en tant que modèle.
   - Enregistrer le diagramme en tant que modèle.
   - Modifier le diagramme (mais vous ne pouvez pas enregistrer vos modifications).
   - Effectuer des exécutions en mode test si vous disposez des droits appropriés.

   Important : Même en mode revue, des exécutions en mode test peuvent écrire une sortie et exécuter des déclencheurs. En outre, si vous disposez des droits appropriés, vous pouvez éditer des déclencheurs et des macros personnalisés dans le diagramme et donc changer le diagramme.

Suppression de diagrammes

Vous pouvez supprimer un diagramme si vous décidez que vous n'en avez plus besoin.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

La suppression d’un diagramme efface définitivement le diagramme, ainsi que tous ses fichiers associés, y compris le fichier journal. Si vous souhaitez conserver des portions du diagramme pour les réutiliser, enregistrez-les en tant qu'objets stockés

Les fichiers générés (comme ceux d'un processus d'instantané, d'optimisation ou de contact) ne sont pas supprimés. Les données de l'historique des contacts et des réponses sont conservées.

Utilisez la procédure suivante pour supprimer un diagramme.

Procédure

1. Ouvrez un diagramme en mode **Vue**.
2. Cliquez sur l'icône **Supprimer diagramme** .

   Important : Si vous essayez de supprimer un diagramme qui est en cours d'édition par quelqu'un d'autre, Campaign vous avertit que le diagramme est ouvert par un autre utilisateur. Si vous continuez, les modifications effectuées par l'autre utilisateur seront perdues. Pour empêcher toute perte de travail, ne poursuivez pas à sans en avoir parlé à l'autre utilisateur au préalable.
3. Si vous êtes sûr que vous souhaitez supprimer définitivement le diagramme, cliquez sur **OK** pour confirmer la suppression.

   Le diagramme et tous les fichiers associés sont supprimés.

Impression de diagrammes

Vous pouvez imprimer des copies des diagrammes de IBM Campaign.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Remarque : N'utilisez pas la commande **Fichier > Imprimer** du navigateur Web. Cette procédure n'imprime pas toujours correctement les diagrammes.

Procédure

1. Ouvrez un diagramme en mode **Vue** ou **Edition**.
2. Cliquez sur l'icône **Imprimer** .

Analyse de la qualité de vos sélections de diagramme

Lorsque vous créez un diagramme de campagne marketing, vous pouvez utiliser des rapports de cible de diagramme pour analyser l'exactitude de chaque processus. Les rapports de cible de diagramme fournissent des informations sur les ID sélectionnés et sur la manière dont chaque processus en aval affecte la liste des sélections.

Avant de commencer

Pour accéder à des rapports de cible, vous devez disposer des droits d'édition ou de revue des diagrammes, et d'affichage ou d'exportation des rapport de cible. Pour plus d'informations sur les droits d'accès aux rapports de cible pour le rôle d'administration défini par le système, voir le *guide d'administration de IBM Campaign*.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Certains rapports examinent chaque cible, ou liste d'identificateurs générée par un processus de manipulation de données (sélection, fusion, échantillonnage, audience ou extraction) en tant que sortie. D'autres rapports montrent le flux de données dans l'ensemble du diagramme, d'un processus au processus suivant. En analysant les données des cibles, vous pouvez affiner vos sélections et identifier les erreurs possibles. Vous pouvez également vérifier que chaque processus génère le résultat attendu. Par exemple, le rapport Contenu de la cible affiche des valeurs de zone (telles que des noms, des numéros de téléphone et des adresses électroniques) pour chaque ID de la cible.

Procédure

1. Ouvrez un diagramme en mode d'édition.
2. Cliquez sur **Rapports** dans la barre d'outils de diagramme.
3. Sélectionnez un rapport dans la liste pour effectuer l'action appropriée.
   - «Affichage d'informations sur toutes les cibles d'un diagramme (rapport Liste de cibles)», à la page 40
   - «Analyse d'une caractéristique d'une cible (rapport Profil de cible)», à la page 40
   - «Analyse simultanée de deux caractéristiques d'une cible (rapport de type tableau croisé de variable de cible)», à la page 41
   - «Affichage du contenu de cibles (rapport Contenu de la cible)», à la page 42

- «Analyse de cibles en cascade dans des processus en aval (rapport Cible en cascade)», à la page 43

Affichage d'informations sur toutes les cibles d'un diagramme (rapport Liste de cibles)

Utilisez le rapport **Liste de cibles** pour obtenir des informations sur toutes les cibles figurant dans le diagramme en cours. Ce rapport fournit des informations sur les processus qui ont été exécutés.

Procédure

1. Ouvrez un diagramme en mode **Edition**.
2. Cliquez sur **Rapports** dans la barre d'outils.

   La fenêtre Rapports spécifiques à la cible s'ouvre. Chaque cible du diagramme correspond à une ligne du rapport.

   Le rapport contient les données provenant de la dernière exécution du diagramme. La colonne Statut indique le type d'exécution de diagramme (test ou production).
3. Pour trier l'affichage, cliquez sur un en-tête de colonne du rapport.
4. Pour modifier l'affichage, cliquez sur **Options** et sélectionnez l'une des options suivantes :
   - **Arborescence** : Affiche les cibles du diagramme sous forme d'arborescence de dossiers. Les niveaux représentent les niveaux et relations du diagramme. Vous pouvez développer ou réduire chaque niveau pour afficher ou masquer les éléments sous-jacents.

     Si le diagramme contient des processus Fusion, ils sont codés en couleur tout au long du rapport. Par exemple, Merge1 est rouge et Merge2 est bleu. Les cibles enfant et parent de chaque processus Fusion sont également codées en couleur, afin que vous puissiez les identifier facilement quel que soit le mode de tri de la liste. Par exemple, si Merge1 est rouge, la zone **ID de cellule** est rouge pour tous les processus enfant et processus parent de Merge1.
   - **Vue de table** : Affiche les cibles du diagramme dans un format de table (par défaut).

Analyse d'une caractéristique d'une cible (rapport Profil de cible)

Utilisez le rapport **Profil de cible** pour afficher les données associées à une variable d'une cible donnée. Par exemple, vous pouvez sélectionner la cible Gold.out et indiquez Âge comme variable pour voir la tranche d'âge de tous les clients disposant de cartes de crédit Gold.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Le rapport Profil de cible affiche les informations démographiques pouvant vous aider à identifier des cibles potentielles pour votre campagne.

Procédure

1. Ouvrez un diagramme en mode **Edition**.
2. Cliquez sur **Rapports** .
3. Sélectionnez **Profil de cible** dans la liste **Rapport à afficher**.

4. Sélectionnez la cible à analyser dans la liste **Cible à analyser**.
5. Sélectionnez une zone dans la liste **Zone**.
6. (Facultatif) Pour modifier l'affichage, cliquez sur **Options** , puis utilisez la fenêtre Options du rapport pour sélectionner les options suivantes.
   - **Nombres de casiers** : IBM Campaign regroupe des valeurs de zone pour créer des segments de taille égale, ou casiers. Les valeurs de la zone sur l'axe horizontal sont organisées en casiers. Par exemple, si vous spécifier quatre casiers pour Âge, les valeurs peuvent être regroupées dans les casiers 20-29, 30-39, 40-49 et 50-59. Si la valeur que vous définissez est inférieure au nombre de valeurs de zone, certaines cibles sont regroupées dans un casier. Le nombre maximal de casiers par défaut est 25.
   - **Profil par métatype** : Cette option est activée par défaut. Cette option garantit que les valeurs de zone qui représentent des dates, des sommes d'argent, des numéros de téléphone et d'autres données numériques sont correctement triées et regroupées, et non à l'aide d'un tri reposant sur du texte ASCII. Par exemple, lorsque vous effectuez une analyse par métatype, les dates sont triées comme dates et non comme valeurs numériques.
   - **Vue tableau** : Affichez le rapport sous forme de tableau. Chaque casier est représenté sous forme de ligne, le nombre associé à chaque casier étant représenté sous forme de colonne.
   - **Vue du graphique** : Affichez le rapport sous forme de graphique. Cette option représente la valeur par défaut. Cliquez avec le bouton droit de la souris dans le rapport pour accéder à plus d'options d'affichage.
   - **Afficher 2e cible** : Si plusieurs cibles sont disponibles pour l'analyse, sélectionnez cette option pour afficher une deuxième cible dans le rapport. Les deux cibles sont affichées côte à côte au format graphique.

Analyse simultanée de deux caractéristiques d'une cible (rapport de type tableau croisé de variable de cible)

Utilisez le rapport **Tableau croisé de cible** pour analyser (profiler) simultanément les données de deux zones pour une cible spécifiée. Par exemple, vous pouvez sélectionner Âge et Montant pour la cible Gold.out afin de voir le montant relatif d'achats selon l'âge pour les clients disposant de cartes de crédit Gold.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Chaque zone que vous sélectionnez représente un axe de la grille. Par exemple, vous pouvez sélectionner Âge pour l'axe des X et Montant pour l'axe des Y. Le rapport divise les valeurs de zone en nombre de casiers le long de chaque axe. La taille de la zone à chaque intersection représente le nombre relatif d'ID client disposant des deux attributs. Par exemple, en utilisant Âge et Montant, vous pouvez identifier visuellement les groupes d'âge qui ont dépensé le plus d'argent.

Procédure

1. Ouvrez un diagramme en mode **Edition**.
2. Configurer et exécutez le processus qui génère la cible que vous souhaitez analyser.
3. Cliquez sur **Rapports** dans la barre d'outils.
4. Sélectionnez **Tableau croisé de cible** dans la liste **Rapport à afficher**.
5. Sélectionnez une cible dans la liste **Cible**.
6. Sélectionnez les zones (variables) à analyser dans les listes **Zone 1** et **Zone 2**.

7. (Facultatif) Pour modifier l'affichage, cliquez sur **Options**, puis utilisez la fenêtre Options du rapport pour sélectionner les options suivantes :
   - **Nombres de casiers** : IBM Campaign regroupe des valeurs de zone le long de chaque axe pour créer des segments de taille égale, ou casiers. Par exemple, si vous spécifier quatre casiers pour Âge, les valeurs peuvent être regroupées dans les casiers 20-29, 30-39, 40-49 et 50-59. Si la valeur que vous définissez est inférieure au nombre de valeurs de zone, certaines cibles sont regroupées dans un casier. Le nombre de casiers par défaut est 10.
   - **Profil par métatype** : Cette option est activée par défaut. Cette option garantit que les valeurs de zone qui représentent des dates, des sommes d'argent, des numéros de téléphone et d'autres données numériques sont correctement triées et regroupées, et non à l'aide d'un tri reposant sur du texte ASCII. Par exemple, lorsque vous effectuez une analyse par métatype, les dates sont triées comme dates et non comme valeurs numériques.
   - **Vue tableau** : Affichez le rapport sous forme de tableau.
   - **Vue graphique 2D** : Affichez le rapport sous forme de graphique en 2 dimensions (paramètre par défaut). Cliquez avec le bouton droit de la souris dans le rapport pour accéder à plus d'options d'affichage.
   - **Vue graphique 3D** : Affichez le rapport sous forme de graphique en 3 dimensions. Cliquez avec le bouton droit de la souris dans le rapport pour accéder à plus d'options d'affichage.
   - **Afficher cible 1** : Indiquez comment les informations de cible s'affichent sur l'axe des X. Vous pouvez sélectionner certaines zones numériques à prendre en compte, dans le menu Critère.
   - **Zone de valeur** (Pour Afficher cible 1 et Afficher cible 2) : Ajoutez une variable à la variable existante en cours d'analyse. Cette deuxième variable s'affichera sous forme de zone intégrée à la zone représentant la première variable.

Affichage du contenu de cibles (rapport Contenu de la cible)

Utilisez le rapport **Contenu de la cible** pour afficher les détails des enregistrements d'une cible. À l'aide des options de rapport, vous pouvez afficher des valeurs de zone réelles, telles que des adresses électroniques, des numéros de téléphone et d'autres données démographiques pour chaque client de la cible.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Le rapport peut afficher des valeurs à partir de n'importe quelle source de table définie sur le niveau d'audience. Ce rapport est utile pour vérifier le résultat des exécutions et vous assurer que vous sélectionnez le jeu de contacts prévu.

Procédure

1. Ouvrez un diagramme en mode **Edition**.
2. Cliquez sur **Rapports** dans la barre d'outils.
3. Sélectionnez **Contenu de la cible** dans la liste **Rapport à afficher**.
4. Sélectionnez une cible dans le menu **Cible à afficher**.
5. (Facultatif) Pour modifier l'affichage, cliquez sur **Options**, puis indiquez les options suivantes dans la fenêtre Options du rapport :
   - **Nb max. lignes à afficher** : Modifiez le nombre maximal de lignes affichées par le rapport. La valeur par défaut est 100.

- **Zones à afficher** : Sélectionnez des zones dans la zone Zones disponibles et ajoutez-les à la zone Zones à afficher.
- **Supprimer doublons** : Choisissez d'ignorer les enregistrements avec des zones en double. Cette option est utile si vous utilisez des tables non normalisées. Elle est désactivée par défaut.

Remarque : Le nombre de zones d'enregistrement est limité à 10000.

Analyse de cibles en cascade dans des processus en aval (rapport Cible en cascade)

Utilisez le rapport **Cible en cascade** pour voir combien d'individus sont retirés avec chaque processus en aval dans votre diagramme. Le rapport fournit des informations sur le résultat de chaque processus de manipulation de données pour vous permettre de voir comment chaque processus suivant affecte vos sélections. Vous pouvez alors affiner l'effectif des cibles en affichant la réduction induite par chaque critère successif.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

En analysant la réduction du nombre de membres de l'audience à mesure que les cibles sont traitées, vous pouvez affiner vos sélections et identifier les erreurs possibles. Vous pouvez également vérifier que chaque processus génère le résultat attendu. Par exemple, vous pouvez déterminer combien d'ID sont sélectionnés initialement, puis voir ce qui se passe lorsque vous utilisez un processus de fusion sur ces résultats. Vous pouvez voir ainsi la réduction induite par chaque critère successif. Si votre diagramme est complexe et contient plusieurs chemins de traitement, vous pouvez sélectionner le chemin à analyser.

Procédure

1. Ouvrez un diagramme en mode **Edition**.
2. Cliquez sur **Rapports** dans la barre d'outils de la fenêtre de diagramme.
3. Sélectionnez **Cible en cascade** dans la liste **Rapport à afficher**.
4. Sélectionnez la cible à analyser dans la liste **Cible**.
5. Si la cible est connectée à plusieurs processus en aval, utilisez la liste **Chemin** pour indiquer le chemin du diagramme à analyser.

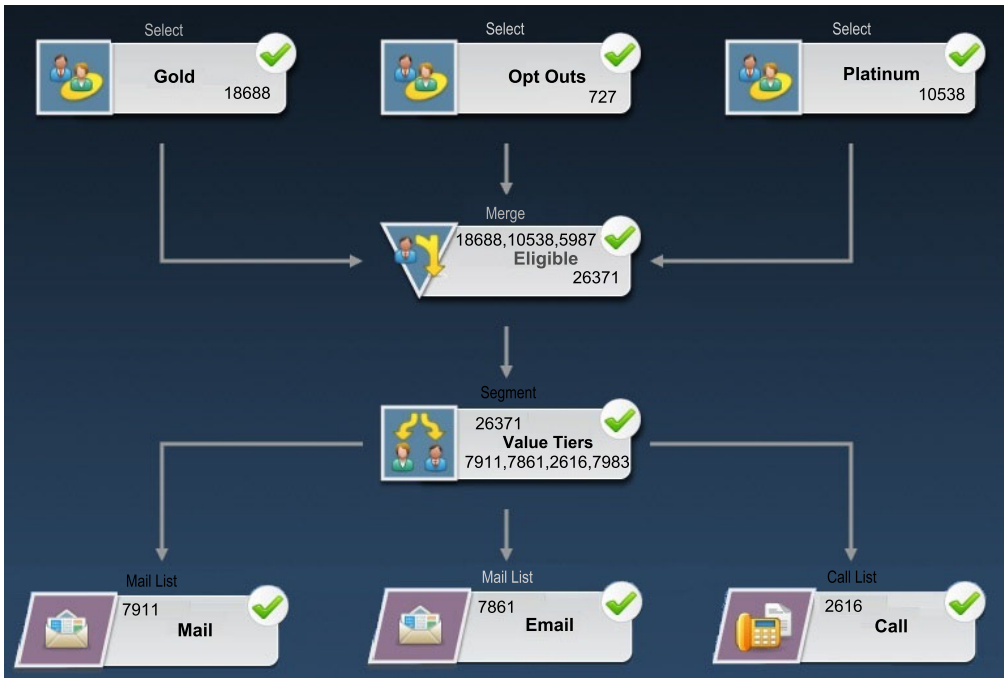
Exemple

Pour plus d'informations, voir «Exemple de rapport Cible en cascade».

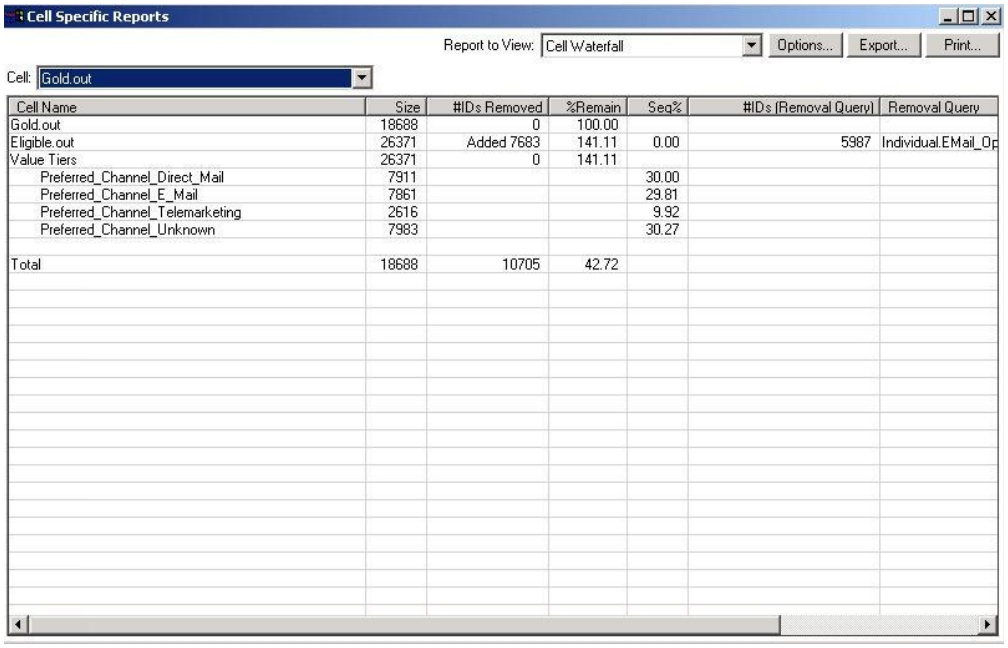
Exemple de rapport Cible en cascade

Cet exemple montre comment vous pouvez utiliser un rapport Cible en cascade pour identifier les processus qui affectent le volume de sortie. Ce rapport fournit des détails sur la sortie en pourcentage et quantité.

Cet exemple analyse la sortie du processus de sélection "Gold" dans un diagramme de campagne de conservation multicanal.



Le rapport Cible en cascade pour ce diagramme est illustré dans la figure suivante. La cible Gold est sélectionnée dans la liste **Cible** en haut du rapport. Le rapport analyse donc la sortie du processus de sélection "Gold". La liste **Chemin d'accès** n'est pas pertinente dans cet exemple car la cible Gold n'a qu'un seul chemin d'accès dans ce diagramme (de Gold vers Eligible). Si le processus Gold a fourni une sortie à d'autres processus du diagramme, vous pouvez utiliser la liste **Chemin d'accès** pour consulter les autres séquences.



Cell Name	Size	#IDs Removed	%Remain	Seq%	#IDs (Removal Query)	Removal Query
Gold.out	18688	0	100.00			
Eligible.out	26371	Added 7683	141.11	0.00	5987	Individual.EMail_Op
Value Tiers	26371	0	141.11			
Preferred_Channel_Direct_Mail	7911			30.00		
Preferred_Channel_E_Mail	7861			29.81		
Preferred_Channel_Telemarketing	2616			9.92		
Preferred_Channel_Unknown	7983			30.27		
Total	18688	10705	42.72			

Chaque cible est identifiée par son nom de cible générée et un [nom de processus] indiqué entre crochets. Ces noms ont été affectés dans l'onglet Général de la boîte de dialogue de configuration de processus.

Cet exemple de rapport montre la progression suivante :

1. Les ID de la cible Gold sont transmis au processus de fusion nommé Eligible.
2. Vous pouvez voir que certains ID ont été ajoutés et d'autres ont été supprimés.
3. En examinant le diagramme, vous pouvez voir que le processus de sélection Platinum a ajouté des ID et que le processus de sélection Opt Outs (exclusions) a supprimé certains ID.
4. Les ID Eligibles (Gold et Platinum, moins Opt-Outs) sont transmis à un processus segment nommé Couches valeur.
5. Le processus segment répartit les ID Eligibles en plusieurs canaux de contact.

La ligne Total montre le nombre d'ID sélectionnés initialement par le processus Gold. Elle indique également le nombre et le pourcentage d'ID Gold qui restent.

Impression ou exportation de rapports de diagramme de ciblage

Vous pouvez imprimer un rapport de diagramme de ciblage ou l'exporter dans un autre format.

Procédure

1. Ouvrez un diagramme.
2. Cliquez sur **Rapports** .
3. Sélectionnez un rapport dans la liste et définissez les contrôles spécifiques de ce rapport.
4. Cliquez sur **Imprimer** pour imprimer le rapport.
5. Cliquez sur **Exporter** pour enregistrer ou ouvrir le rapport sous forme de fichier CSV. Attribuez un nom de fichier mais sans inclure un chemin d'accès ou une extension. Si vous souhaitez inclure les en-têtes de colonne dans le fichier CSV, cochez la case **Inclure libellés des colonnes**.

   Si vous choisissez de sauvegarder le fichier, vous êtes invité à indiquer un chemin d'accès et vous avez la possibilité de modifier le nom du fichier.

Chapitre 5. Configuration de processus

Campaign utilise des *processus* dans un diagramme pour effectuer différentes actions sur vos données clients. En ajoutant des cases de processus à un diagramme, puis en configurant et connectant les processus, vous déterminez la logique de votre campagne marketing.

La plupart des processus déterminent la manière dont Campaign sélectionne et manipule les ID provenant de vos données utilisateur. Par exemple, vous pouvez configurer deux processus de sélection, l'un pour identifier les prospects à valeur élevée et l'autre pour identifier les prospects à valeur moyenne, puis utiliser un processus de fusion pour combiner les deux listes. La configuration d'un processus détermine ce qui se produit lorsque le processus s'exécute.

Il existe de nombreux types de processus, chacun exécutant une fonction distincte. Certains processus sont prévus pour être utilisés lorsque vous implémentez votre campagne. Par exemple, vous utilisez le processus liste d'appels pour affecter des offres et générer une liste d'appels que vous pouvez envoyer à un centre d'appels.

Vous utilisez d'autres processus une fois que votre campagne est déployée. Par exemple, vous utilisez le processus de suivi pour mettre à jour l'historique des contacts après avoir déployé la campagne et voir qui répond.

Types de processus

Les processus Campaign sont divisés en trois types par fonction, qui se distinguent par des couleurs dans la palette des processus du diagramme.

- Processus de manipulation des données : bleu
- Processus d’exécution : violet
- Processus d’optimisation : vert

Remarque : Interact, Contact Optimization et eMessage fournissent des processus supplémentaires pouvant être utilisés dans les diagrammes de campagne. Pour plus d'informations sur ces processus, consultez la documentation de ces produits.

Processus de manipulation de données

Utilisez les processus de manipulation de données pour sélectionner les ID de contact des sources de données dont les ID créent des groupes pertinents ou des niveaux d'audience cible.

Voici quelques exemples de tâches que vous pouvez exécuter à l'aide de processus de manipulation de données :

- Vous pouvez sélectionner des contacts potentiels répondant à un ensemble de critères que vous définissez, comme répéter les clients situés dans une fourchette de revenus donnée.
- Vous pouvez fusionner des listes pour inclure et exclure des contacts.
- Vous pouvez segmenter les clients dans des groupes significatifs, par langue ou genre par exemple.
- Vous pouvez configurer des groupes de test ou de contrôle.

© Copyright IBM Corp. 1998, 2013

- Vous pouvez modifier l'audience cible de votre campagne, par exemple de foyer à personne.
- Vous pouvez extraire des ensembles de données pour traitement ultérieur afin d'améliorer les performances.

Les processus de manipulation de données suivants sont disponibles :

- «Processus de sélection», à la page 60
- «Processus Fusion», à la page 64
- «Processus segment», à la page 66
- «Processus d'échantillonnage», à la page 73
- «Processus audience», à la page 77
- «Processus d'extraction», à la page 89

Processus d'exécution

Une fois que vous avez défini votre campagne pour sélectionner l'audience de votre choix, vous devez générer les résultats sous une forme opérationnelle au moyen des processus d'exécution. Les processus d'exécution contrôlent l'exécution du diagramme et déclenchent le véritable contact client.

Les processus d'exécution contrôlent l'exécution réelle de campagnes complètes, qui inclut la génération et la gestion de listes de contacts, le traitement des audiences cibles, le suivi des réponses et des contacts, la journalisation des données et la planification des exécutions de campagne ou de session.

Les processus d'exécution sont les suivants :

- «Processus d'instantané», à la page 95
- «Processus de planification», à la page 98
- «Processus cube», à la page 102
- «Processus de création de segment CreateSeg», à la page 104
- «Processus de liste d'adresses», à la page 107
- «Processus liste d'appels», à la page 113

Remarque : Les Processus Liste d'adresses et Liste d'appels sont également des processus de contact.

Processus Optimisation

Utilisez le processus Optimisation pour vous aider à déterminer l'efficacité d'une campagne et affiner les campagnes marketing au fil du temps.

Les processus de suivi et de réponse vous aident à suivre qui est contacté et qui répond. De cette manière, vous pouvez évaluer la réponse à vos campagnes et les modifier au fil du temps.

Le processus de modélisation automatise la création d'un modèle de réponse qui peut être utilisé pour prévoir qui répondra ou ne répondra pas.

Le processus Scoring évalue les contacts par rapport à un modèle de données pour évaluer la probabilité que chaque client effectue un achat ou réponde à une offre. Le scoring identifie avec précision les meilleurs clients ou prospects pour une campagne. Vous pouvez ainsi déterminer la campagne, l'offre et les canaux les plus efficaces.

Pour plus d'informations, reportez-vous aux rubriques suivantes :

- «Processus de suivi», à la page 113
- «Processus réponse», à la page 117
- Les processus de modélisation SPSS et de scoring SPSS requièrent IBM SPSS Modeler Advantage Marketing Edition. Pour plus d'informations, voir le *guide d'intégration d'IBM Campaign et IBM SPSS Modeler Advantage Marketing Edition*.

Liste des processus Campaign

Configurez et connectez des processus dans des diagrammes pour réaliser vos objectifs de campagne. Chaque processus effectue une opération spécifique, par exemple, la fusion ou la segmentation de clients.

Remarque : Interact, Contact Optimization, eMessage et IBM SPSS Modeler Advantage Marketing Edition fournissent des processus supplémentaires pouvant être utilisés dans les diagrammes. Pour plus d'informations, reportez-vous à la documentation de ces produits.

Tableau 7. Liste de processus Campaign dans des diagrammes de traitement par lots

Processus	Présentation	Instructions
	«Processus de sélection», à la page 60	«Sélection d'une liste de contacts», à la page 60
	«Processus Fusion», à la page 64	«Fusion et suppression de contacts», à la page 65
	«Processus segment», à la page 66	«Segmentation de données par zone», à la page 68 «Segmentation de données avec des requêtes», à la page 72
	«Processus d'échantillonnage», à la page 73	«Répartition des contacts dans des groupes d'échantillons», à la page 73
	«Processus audience», à la page 77	«Changement de niveau d'audience et filtrage», à la page 81
	«Processus d'extraction», à la page 89	«Extraction de sous-ensembles de données pour le traitement et la manipulation ultérieurs», à la page 91
	«Processus d'instantané», à la page 95	«Exécution d'un instantané des données», à la page 95
	«Processus de planification», à la page 98	«Planification de processus dans un diagramme en cours d'exécution», à la page 101
	«Processus cube», à la page 102	«Création d'un cube multidimensionnel d'attributs», à la page 103
	«Processus de création de segment CreateSeg», à la page 104	«Création de segments pour une utilisation globale dans plusieurs campagnes», à la page 105
	«Processus de liste d'adresses», à la page 107	«Configuration de processus de contact (liste d'adresses ou liste d'appels)», à la page 107
	«Processus liste d'appels», à la page 113	«Configuration de processus de contact (liste d'adresses ou liste d'appels)», à la page 107

Tableau 7. Liste de processus Campaign dans des diagrammes de traitement par lots (suite)

Processus	Présentation	Instructions
	«Processus de suivi», à la page 113	«Suivi de l'historique des contacts», à la page 115
	«Processus réponse», à la page 117	«Mise à jour de l'historique des réponses», à la page 117
	Le processus eMessage définit la liste de destinataires pour un mailing eMessage.	Nécessite IBM eMessage. Voir le *guide d'utilisation d'eMessage*.
	Le processus Liste d'interaction détermine les offres présentées aux clients par le serveur d'exécution Interact.	Nécessite IBM Interact. Consultez le document *Interact - Guide d'utilisation*.
	Le processus d'optimisation associe une campagne marketing à une session Contact Optimization.	Nécessite IBM Contact Optimization. Voir le *guide d'utilisation de Contact Optimization*.
	Le processus de modélisation SPSS génère des modèles prédictifs pour prévoir les répondants probables en fonction du comportement passé.	Nécessite IBM SPSS Modeler Advantage Marketing Edition. Voir le manuel *IBM Campaign and IBM SPSS Modeler Advantage Marketing Edition Integration Guide*.
	Le processus Scoring de SPSS évalue la probabilité de clients répondant à des offres afin d'identifier les meilleurs prospects pour une campagne.	Nécessite IBM SPSS Modeler Advantage Marketing Edition. Voir le manuel *IBM Campaign and IBM SPSS Modeler Advantage Marketing Edition Integration Guide*.

Concepts associés :

Annexe A, «Caractères spéciaux dans les noms d'objet IBM Campaign», à la page 259

Tâches associées :

«Création des diagrammes», à la page 28

Sources de données pour les processus

Lors de la configuration de la plupart des processus dans un diagramme, vous devez spécifier la source de données que les processus utiliseront. La source de données d'un processus peut être une ou plusieurs cibles entrantes, un ou plusieurs segments, un ou plusieurs fichiers ou une ou plusieurs tables. Par exemple, la source de données d'un processus de sélection peut être une table de base de données dans laquelle l'organisation stocke des informations client, telles que le nom, l'adresse, l'âge et le revenu.

Les tables disponibles varient en fonction des sources de données mappées par votre administrateur. (Le mappage des tables consiste à rendre des tables client externe accessibles dans IBM Campaign. Seules les tables mappées par un administrateur sont disponibles pour la sélection.)

Si plusieurs tables ont été mappées, vous pouvez sélectionner plus d'une table comme source d'un processus. Par exemple, un processus de sélection peut extraire

des données à partir de la base de données "A" et de la base de données "B" de votre organisation. Les tables que vous sélectionnez doivent avoir le même niveau d'audience, par exemple, Foyer ou Client.

Il est courant d'utiliser le résultat d'un processus comme source d'un processus suivant. Par exemple, vous pouvez connecter un processus de sélection à un processus segment. Lorsque vous configurez le processus segment, le résultat du processus de sélection sert de source pour le processus segment.

Si vous sélectionnez plusieurs cibles comme source, elles doivent toutes avoir le même niveau d'audience. Par exemple, si deux processus de sélection fournissent la source d'un processus de fusion, ils doivent avoir le même niveau d'audience. Vous ne pouvez pas mélanger des niveaux Foyer et Client, par exemple.

Pour spécifier la source de données d'un processus, configurez ce dernier dans un diagramme. Dans la plupart des cas, vous utilisez la zone **Source** du premier onglet de la boîte de dialogue de configuration de processus. La zone **Source** présente toutes les tables de base actuellement mappées dans le catalogue de tables, ainsi que leur niveau d'audience. La zone **Source** indique également les processus connectés (en amont).

S'il existe une cible source (par exemple, si un processus de sélection est connecté à un processus segment), seules les tables possédant le même niveau d'audience que la cible sont affichées.

Pour plus d'informations sur la sélection des sources de données, voir les instructions relatives à la configuration de chaque processus.

Manipulation de processus dans des diagrammes

Les processus sont les blocs de construction des diagrammes. Les processus sont visibles dans la palette des processus du diagramme. Chaque campagne marketing est constituée d'au moins un diagramme et chaque diagramme se compose de processus qui sont configurés et connectés.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Pour créer un diagramme de campagne, faites glisser les cases de processus de la palette vers l'espace de travail. Configurez ensuite chaque case de processus pour exécuter une opération spécifique, par exemple la sélection de clients à cibler dans le cadre d'un mailing. En faisant glisser les lignes de connecteur d'une case à une autre, vous connectez des processus dans l'espace de travail dans un flux logique afin de déterminer l'ordre des événements.

Par exemple, utilisez des processus de sélection pour choisir les clients à cibler dans le cadre de votre campagne. Utilisez un processus de fusion pour combiner les sélections et terminez par un processus de liste d'appels qui génère une liste de clients à contacter par téléphone.

Vous pouvez déplacer et supprimer des cases de processus lorsque vous rencontrez différents scénario de diagramme. Pour confirmer la bonne progression de votre diagramme, vous pouvez procéder à une exécution en mode test de chaque processus au moment de la génération de votre diagramme. Sauvegardez votre diagramme fréquemment à mesure que vous travaillez.

Les étapes décrites ci-après constituent une présentation générale de la procédure de création d'un diagramme via l'ajout, la configuration et la connexion de processus.

Procédure

1. Ouvrez un diagramme pour édition.
2. Ajoutez un processus à un diagramme en le faisant glisser de la palette vers l'espace de travail. Par exemple, ajoutez un processus de sélection.
3. Configurez le processus en cliquant deux fois dans la palette. Par exemple, configurez le processus de sélection pour sélectionner tous les clients à valeur élevée âgés entre 25 et 34 ans ("Gold").
4. Ajoutez et configurez le processus suivant dans votre diagramme. Par exemple, ajoutez un autre processus de sélection et configurez-le pour sélectionner tous les clients à valeur moyenne âgés entre 25 et 34 ans ("Silver").
5. Continuez d'ajouter, de configurer et de connecter des processus dans le diagramme pour déterminer le flux logique de données. Par exemple :
   a. Connectez les deux processus de sélection (clients "Gold" et "Silver") à un processus de fusion.
   b. Configurez le processus de fusion pour fusionner les clients Gold et Silver dans une seule et même liste.
   c. Connectez le processus de fusion à un processus de liste d'adresses.
   d. Lorsque vous configurez le processus de liste d'adresses, vous affectez des offres prédéfinies. Par exemple, vous pouvez affecter une remise de 10 % à des clients Silver et une remise de 20 % à des clients Gold.
6. Effectuez une exécution en mode test de chaque processus à mesure que vous le configurez pour vous assurer qu'il génère bien les résultats attendus.

Ajout de processus à des diagrammes

Vous pouvez ajouter un processus à un diagramme en faisant glisser une case de processus de la palette vers l'espace de travail.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

La procédure qui suit explique comment faire glisser des processus vers un diagramme. Vous pouvez également ajouter des processus en copiant un processus existant (clic droit, copier, puis coller) ou en collant un modèle provenant de la bibliothèque des modèles. Les modèles contiennent un ou plusieurs processus et connexions configurés. Pour plus d'informations, lisez les sections sur l'utilisation de modèles.

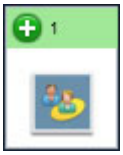
Procédez comme suit pour ajouter des processus à un diagramme.

Procédure

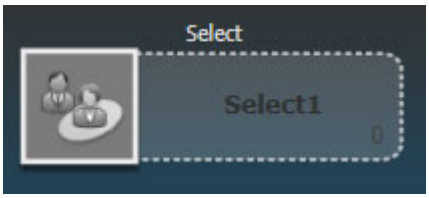
1. Sélectionnez **Campagne** > **Campagnes**.
2. Utilisez l'une des méthodes suivantes pour ouvrir un diagramme :
   - Cliquez sur le nom d'une campagne, cliquez sur l'onglet Diagramme, puis sur l'icône**Editer** dans la barre d'outils.
   - Utilisez l'icône **Editer onglet** en regard d'un nom de campagne pour ouvrir un diagramme dans cette campagne.

   La fenêtre de diagramme s'ouvre et la palette apparaît à gauche de l'espace de travail.

3. Faites glisser une zone de processus de la palette vers le diagramme. Vous pouvez déplacer la zone de processus dans l'espace de travail dès que la zone devient verte et affiche un signe plus.



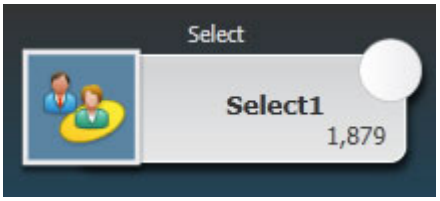
Les zones de processus nouvellement ajoutées sont transparentes tant qu'elles ne sont pas configurées.



Généralement, l'étape suivante consiste à configurer le processus, en cliquant deux fois dessus dans l'espace de travail pour ouvrir la boîte de dialogue de configuration.

Pour afficher une liste des actions disponibles, vous pouvez cliquer avec le bouton droit de la souris sur une case de processus dans l'espace de travail.

Les cases de processus configurés ont un arrière-plan plein et une bordure. L'icône de statut ronde est vide pour indiquer que le processus n'a pas encore été exécuté.



4. Cliquez fréquemment sur l'icône **Enregistrer et continuer** pour enregistrer vos modifications.

Résultats

A mesure que vous développez le diagramme, placez chaque case suivante dans une position logique, (par exemple, de gauche à droite ou de haut en bas) et connectez les cases pour indiquer le flux des données. Certains processus doivent être connectés avant d'être configurés du fait qu'ils requièrent des données du processus source.

Par exemple, configurez un processus Sélection pour sélectionner les foyers qui se trouvent dans une plage de revenus spécifique, puis le connecter à un processus audience ou Fusion. Enfin, exécutez une série de tests sur le processus ou la branche.

Que faire ensuite

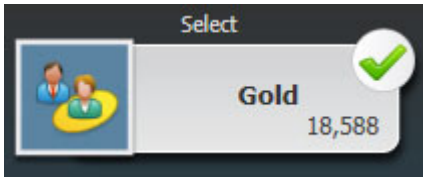
Consultez les autres rubriques disponibles pour plus d'informations sur la configuration, la connexion et l'exécution des processus.

Détermination du statut d'un processus

Chaque processus d'un diagramme affiche une icône pour indiquer son statut.

	Processus non démarré (non exécuté)
	Processus en cours d'exécution
	Exécution du processus terminée
	Avertissement
	Erreur
	Le processus de planification est prêt à lancer les processus ultérieurs. (Cette icône apparaît uniquement dans le processus de planification, après l'exécution du diagramme.)
	En pause

Vous trouverez ci-après une image représentant un processus associé à l'icône d'exécution de processus terminée.



Connexion de processus dans les diagrammes

Connectez les processus dans un diagramme pour indiquer le sens du flux de données, ainsi que l'ordre d'exécution des processus. Si vous déplacez des processus dans l'espace de travail, les connexions existantes demeurent et s'ajustent visuellement au nouvel emplacement. Cet ajustement visuel n'affecte pas le flot de données. Le flot de données n'est affecté que lorsque vous ajoutez ou supprimez des connexions.

Procédure

1. Ouvrez un diagramme de campagne pour édition.
2. Placez votre curseur sur la case de processus que vous souhaitez connecter à une autre case.

   Quatre flèches apparaissent autour de la zone.
3. Faites glisser l'une des flèches du processus source vers le processus de destination.

Lorsque quatre flèches apparaissent sur le processus de destination, relâchez le bouton de la souris pour effectuer la connexion.

Résultats

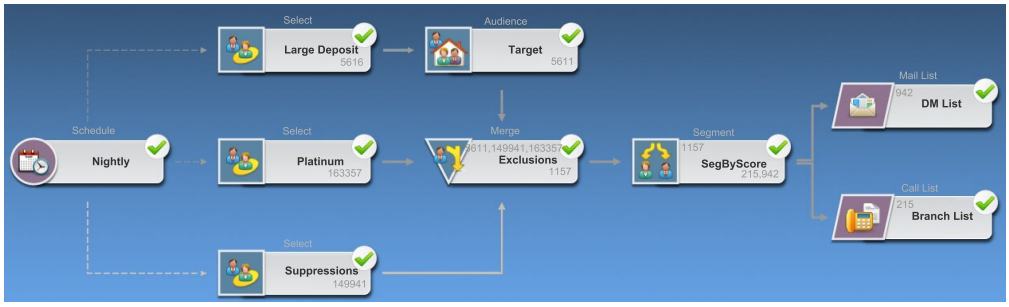
Les processus sont maintenant connectés. Une flèche indique le sens du flot de données (de - à). Le processus source est exécuté avant le processus cible. Les données générées depuis le processus source sont alors disponibles comme source du processus cible. Par exemple, un processus de sélection génère une sortie qui peut ensuite servir de source pour un processus segment.

Exemple : connexions de processus

La manière dont les processus sont connectés dans un organigramme détermine le flux de données.

Diagramme planifié pour s'exécuter chaque nuit

Le diagramme suivant démarre avec un processus de planification qui est configuré pour s'exécuter automatiquement chaque nuit. Les lignes pointillées qui relient le processus de planification aux trois processus de sélection indiquent des dépendances temporelles. Les processus de sélection ne s'exécuteront pas tant le processus de planification n'aura pas fini de s'exécuter. Cependant, aucune donnée n'est transmise du processus de planification aux processus de sélection. Les lignes continues entre les autres processus montre le flux de données, par exemple, le flux de sélections fusionnées depuis le processus de fusion (étiqueté "Exclusions") vers le processus segment ("SegByScore"). Les sélections segmentées vont ensuite vers les processus liste d'adresses et liste d'appels pour que les offres puissent être distribuées par différents canaux.



Apparence des lignes de connexion

Lorsqu'un processus cible reçoit des données d'un processus source, la connexion est représentée sous forme de ligne continue.

Lorsqu'un processus cible dépend d'un processus source mais ne reçoit pas de données de ce dernier, la connexion est représentée sous forme d'une ligne pointillée. Une ligne pointillée indique que le processus cible ne peut pas s'exécuter avec succès tant que le processus source n'est pas terminé. Vous pouvez ainsi identifier les processus qui ont des dépendances temporelles entre eux.

Les lignes de connexion peuvent être obliques ou droites (angles droits uniquement). Les lignes de l'exemple précédent sont droites.

Pour modifier l'apparence d'une ligne, cliquez avec le bouton droit de la souris dans l'espace de travail du diagramme, sélectionnez **Vue**, puis cochez ou décochez **Connexions en angle**.

Suppression d'une connexion entre deux processus

Si deux processus ne sont plus connectés, ou si le sens du flux de données entre eux change, vous pouvez supprimer la connexion.

Procédure

1. Dans une campagne, ouvrez un diagramme pour édition.

   La palette des processus et l'espace de travail apparaissent.
2. Cliquez sur la connexion à supprimer.
3. Effectuez l'une des opérations suivante :
   - Cliquez sur la connexion à l'aide du bouton droit de la souris et sélectionnez **Supprimer la sélection** dans le menu.
   - Appuyez sur la touche **Suppr**.
   - Cliquez sur l'icône **Couper** dans la fenêtre de diagramme.
   - Appuyez sur **Ctrl+X**.

Résultats

La connexion est supprimée.

Copie de processus au sein d'un diagramme

Vous pouvez gagner du temps en copiant un processus configuré lorsque vous générez des diagrammes de campagne. Vous pouvez coller le processus à un autre emplacement dans l'espace de travail.

Procédure

1. Dans une campagne, ouvrez un diagramme pour édition.
2. Dans l'espace de travail, cliquez sur le processus que vous souhaitez copier.

   Remarque : Pour sélectionner plusieurs processus, cliquez dessus en maintenant les touches **Ctrl+Clic** enfoncées ou tracez une case de sélection autour. Pour sélectionner tous les processus du diagramme, utilisez le raccourci clavier **Ctrl+A**.
3. Cliquez sur l'icône **Copier** .

Vous pouvez également sélectionner l'option **Copier** dans le menu ou appuyer sur **Ctrl+C.**

4. Cliquez sur sur l'icône **Coller** .

   Vous pouvez également sélectionner l'option **Coller** dans le menu ou appuyer sur **Ctrl+V**.

   Une copie du processus apparaît dans l'espace de travail.
5. Cliquez sur le processus copié et faites-le glisser vers la zone souhaitée.

Copie de processus entre des diagrammes

Utilisez la bibliothèque de modèles pour copier des processus configurés d'un diagramme à un autre. Un modèle contient un ou plusieurs processus et connexions configurés. Le fait de copier des cases de processus configurées peut permettre de gagner du temps lorsque vous concevez des diagrammes complexes.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

En raison de certaines limitations, vous ne pouvez pas utiliser deux fenêtres de navigateur distinctes pour copier des processus d'un diagramme à un autre. Il est préférable d'utiliser la procédure décrite ci-après.

Procédure

La meilleure façon de copier des processus configurés d'un diagramme à un autre consiste à utiliser la bibliothèque de modèles.

1. Ouvrez un diagramme pour édition.
2. Sélectionnez des processus dans le diagramme. Vous pouvez utiliser **Ctrl+Clic**, faire glisser une case de sélection autour de processus ou encore utiliser **Ctrl+A** pour sélectionner tous les processus du diagramme.
3. Cliquez avec le bouton droit de la souris sur la case de processus sélectionnée, puis cliquez sur **Copier vers bibliothèque modèles**.
4. Lorsque vous y êtes invité, entrez un **Nom** et une **Remarque** pour vous aider à identifier le modèle ultérieurement.
5. Vous pouvez maintenant coller les cases de processus dans un autre diagramme en sélectionnant **Coller à partir de bibliothèque modèles** depuis le menu contextuel ou en utilisant **Options > Bibliothèque modèles**.
6. Si vous ne voulez pas utiliser la bibliothèque de modèles, vous pouvez procéder comme suit :
   a. Sélectionnez un ou plusieurs processus.
   b. Utilisez l'icône **Copier** , **Ctrl+C** ou le menu contextuel pour copier les processus.
   c. Fermez le diagramme.
   d. Ouvrez un autre diagramme en mode d'édition.
   e. Collez les processus en cliquant sur l'icône **Coller** ou en utilisant **Ctrl+V** ou le menu contextuel.

Déplacement de processus dans des diagrammes

Vous pouvez déplacer un processus à l'intérieur d'un diagramme en le faisant glisser vers un autre emplacement dans l'espace de travail. Le déplacement d'un processus n'affecte pas le workflow, mais uniquement l'apparence visuelle du diagramme.

Avant de commencer

Cette procédure suppose qu'un diagramme est ouvert pour édition.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Vous pouvez souhaiter déplacer un processus pour voir plus clairement les cases de processus et les connexions. En général, il est préférable d'éviter de positionner des processus les uns sur les autres, car il est plus difficile de voir le flux global. Dans un diagramme de grande taille avec de nombreux processus, vous pouvez déplacer les processus, puis utiliser la fonction de zoom pour tous les afficher.

La position des processus dans l'espace de travail du diagramme n'affecte pas le flux logique des données. Ce sont les connexions entre les processus qui déterminent le flux des données.

Suivez les étapes ci-dessous pour déplacer des cases de processus dans un diagramme.

Procédure

1. Dans l'espace de travail du diagramme, faites glisser un processus vers un nouvel emplacement.

   Les connexions existantes vers et depuis le processus demeurent et sont retracées en fonction du nouvel emplacement.
2. Cliquez sur **Enregistrer**.

Tâches associées :

«Ajustement de l'apparence d'un diagramme», à la page 27

Suppression de processus de diagrammes

Lorsque vous concevez et générez des diagrammes, vous pouvez supprimer des processus si vous jugez que vous n'en avez plus besoin. Par exemple, vous pouvez ajouter deux processus de sélection, mais ensuite décider qu'il ne vous en faut qu'un.

Avant de commencer

Cette procédure suppose qu'un diagramme est ouvert pour édition.

Procédure

1. Dans l'espace de travail du diagramme, cliquez sur le processus à supprimer avec le bouton droit de la souris et sélectionnez **Supprimer** dans le menu.

   Vous pouvez sélectionner plusieurs processus simultanément en maintenant la touche **Ctrl** enfoncée.
2. Cliquez sur **OK** pour confirmer la suppression.

Résultats

Les processus sélectionnés sont supprimés de l'espace de travail. Les connexions vers et depuis les processus sont également supprimées.

Exécution ou test d'un processus

Pour vous assurer que votre configuration est correcte et que les résultats sont conformes à ce que vous attendez, procédez une exécution en mode test de chaque processus une fois que vous l'avez configuré et connecté.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Remarque : Lorsque vous exécutez un processus, les résultats de la précédente exécution sont perdus.

Procédure

1. Ouvrez un diagramme pour édition.
2. Cliquez sur le processus à exécuter.

   Si le processus requiert des données d'un processus source, assurez-vous que ce dernier a été correctement exécuté pour que ses données soient disponibles.
3. Ouvrez le menu **Exécuter** dans la barre d'outils, ou cliquez avec le bouton droit de la souris sur la case de processus et sélectionnez une option :
   - **Tester exécution processus sélectionné** : Cette option vous permet, lorsque vous générez votre diagramme, de traiter les incidents qui se produisent. Les exécutions de test ne génèrent pas de données et ne mettent pas à jour de tables et de fichiers. (Toutefois, les déclencheurs sont exécutés après les tests et la suppression globale est appliquée.)

     Conseil : Lorsque vous exécutez un processus de manipulation de données (sélection, fusion, extraction ou audience), vous pouvez limiter le nombre d'enregistrements sélectionnés pour la sortie. Utilisez l'option **Limiter taille de la cible générée à** dans l'onglet Effectif maximum de la cible de la boîte de dialogue de configuration de processus.
   - **Enregistrer et exécuter processus sélectionné** : Effectuez une exécution en production. Les processus de contact liste d'adresses et liste d'appels écrivent des entrées dans l'historique des contacts. Chaque exécution en production ne peut générer un historique des contacts qu'une seule fois. Les processus de contact déjà exécutés pour cette exécution en production ne peuvent être réexécutés que si l'historique des contacts de l'exécution en cours est préalablement supprimé. Les déclencheurs sont exécutés une fois l'exécution de production achevée.

   Remarque : Le fait d'exécuter seulement un processus ou une branche d'un diagramme n'incrémente pas l'ID d'exécution du diagramme. Lorsque vous exécutez uniquement un processus ou une branche, s'il existe des enregistrements d'historique des contacts, vous êtes invité à choisir des options d'historique d'exécution avant de pouvoir poursuivre. Pour plus d'informations, voir «Mise à jour de l'historique des contacts par le biais d'une exécution de production», à la page 192.
4. Lorsque l'exécution du processus est terminée, cliquez sur **OK**.

Résultats

Le processus affiche une coche lorsqu'il a été exécuté avec succès. En cas d'erreurs, un X rouge est affiché.

Processus de sélection

Utilisez le processus Sélection pour définir les critères permettant de créer des listes de contacts, tels que les clients, les comptes, ou les ménages, à partir de vos données marketing.

La sélection est l'un des processus les plus utilisés dans Campaign. La plupart des diagrammes commencent par un ou plusieurs processus Sélection. Le processus Sélection génère une cible contenant la liste des ID, tels que les ID client, qui peut être modifiée et affinée par d'autres processus.

Sélection d'une liste de contacts

Configurez un processus Sélection pour sélectionner des contacts dans vos données marketing.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Pour sélectionner des contacts, vous pouvez spécifier tous les ID d'un segment ou d'une table ou utiliser une requête pour rechercher uniquement les contacts voulus. Un ou plusieurs processus Sélection peuvent ensuite être utilisés comme source dans un autre processus. Par exemple, vous pouvez sélectionner tous les clients Gold, puis créer une autre sélection de clients Silver. Vous pouvez ensuite utiliser un processus Fusion pour créer une seule liste de contacts éligibles.

Procédure

1. Ouvrez une campagne, puis cliquez sur un onglet de diagramme.
2. Cliquez sur l'icône **Editer** dans la fenêtre de diagramme.
3. Faites glisser le processus de sélection depuis la palette vers votre diagramme.
4. Cliquez deux fois sur la zone du processus Sélection dans le diagramme.

   La boîte de dialogue Sélectionner la configuration de processus s'affiche.
5. Dans l'onglet Source, utilisez la liste **Source** afin de sélectionner une table ou un segment qui servira de source de données pour le processus.

   Vous pouvez sélectionner un segment ou une ou plusieurs tables.Pour sélectionner plusieurs tables, sélectionnez la première dans la liste **Source** et utilisez ensuite le bouton des points de suspension en regard de la zone.

   Remarque : Si IBM Digital Analytics est intégré à Campaign, vous pouvez sélectionner des segments **IBM Digital Analytics** comme entrée.
6. Choisissez l'une des options **Sélectionner**. Les noms d'option varient en fonction du niveau d'audience spécifié dans la source de données d'entrée.
   - **Sélectionner les ID** ***audience*** : Incluez toutes les lignes du segment ou de la table sélectionné à l'étape précédente.
   - **Sélectionner les ID** ***audience*** **avec** : Sélectionnez des ID en spécifiant une requête.
7. Si vous choisissez **Sélectionner les ID** ***audience*** **avec**, utilisez l'une des méthodes suivantes pour créer une requête :
   - **Saisie guidée** : cliquez sur **Nom de zone**, **Opér.** et **Valeur** pour sélectionner les valeurs nécessaires à la génération d'une expression. Utilisez **Et/Ou** pour combiner les expressions. Cette méthode représente le moyen le plus simple de créer une requête car elle permet d'éviter les erreurs de syntaxe.

- **générateur de texte** : Utilisez cet outil pour écrire du SQL brut ou utilisez les macros fournies. Vous pouvez utiliser l'**Assistant de formule** du générateur de texte pour sélectionner les macros fournies, y compris les opérateurs logiques et les fonctions de chaîne.

Quelle que soit la méthode utilisée, vous pouvez sélectionner les zones dans la liste **Zones disponibles**, y compris les zones générées et les zones dérivées IBM Campaign.

Remarque : Si votre requête comprend une zone de table dont le nom est identique à une zone générée Campaign, vous devez qualifier le nom de cette zone. Utilisez la syntaxe suivante : `<nom_table>.<nom_zone>`

8. Si vous souhaitez limiter le nombre d'ID générés par le processus, utilisez l'onglet **Effectif maximum de la cible**.
9. Utilisez l'onglet **Général** comme suit.
   a. **Nom processus** : Affectez un nom descriptif, par exemple Select_Gold_Customers. Le nom du processus est utilisé comme libellé de zone dans le diagramme. Il est également utilisé dans divers boîtes de dialogue et rapports pour identifier le processus.
   b. **Cible générée** : Ce nom correspond au nom de processus par défaut. Il est utilisé dans divers rapports et boîtes de dialogue pour identifier la cible générée (l'ensemble d'ID extrait par le processus).
   c. (Facultatif) **Lier à la population ciblée** : Exécutez cette étape si l'organisation prédéfinit des populations ciblées dans une liste des populations ciblées. Pour associer la cellule cible prédéfinie à la sortie du processus de diagramme, cliquez sur **Lier à la cellule cible** et sélectionnez ensuite une cellule cible dans la feuille de calcul. Le contenu de la zone **Nom de cible générée** et de la zone **Code de cible** est hérité de la liste des populations ciblées et les valeurs de ces deux zones apparaissent en italique afin d'indiquer qu'il existe une relation de lien. Pour plus d'informations, consultez les instructions relatives aux listes des populations ciblées.
   d. **Code de cible** : Le code de cible est dans un format standard qui est déterminé par votre administrateur système et est unique lorsqu'il est généré. Ne modifiez pas le code de cible sans savoir tout ce que cela implique.
   e. **Remarque** : Utilisez la zone **Remarque** pour expliquer l'objet du processus de sélection. Une pratique commune consiste à référencer les critères de sélection.
10. Cliquez sur **OK**.

    Le processus est maintenant configuré. Vous pouvez le tester pour vérifier qu’il renvoie les résultats escomptés.

Ciblage de segments IBM Digital Analytics dans des campagnes

IBM Digital Analytics permet aux utilisateurs de définir des segments en fonction de critères de visite et d'affichage. Lorsque vous configurez un processus de sélection dans IBM Campaign, vous pouvez utiliser ces segments comme source de données.

Avant de commencer

L'option **Segments IBM Digital Analytics** est disponible uniquement si IBM Digital Analytics et Campaign sont intégrés. La configuration de l'intégration est expliquée dans le *guide d'administration d'IBM Campaign*.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

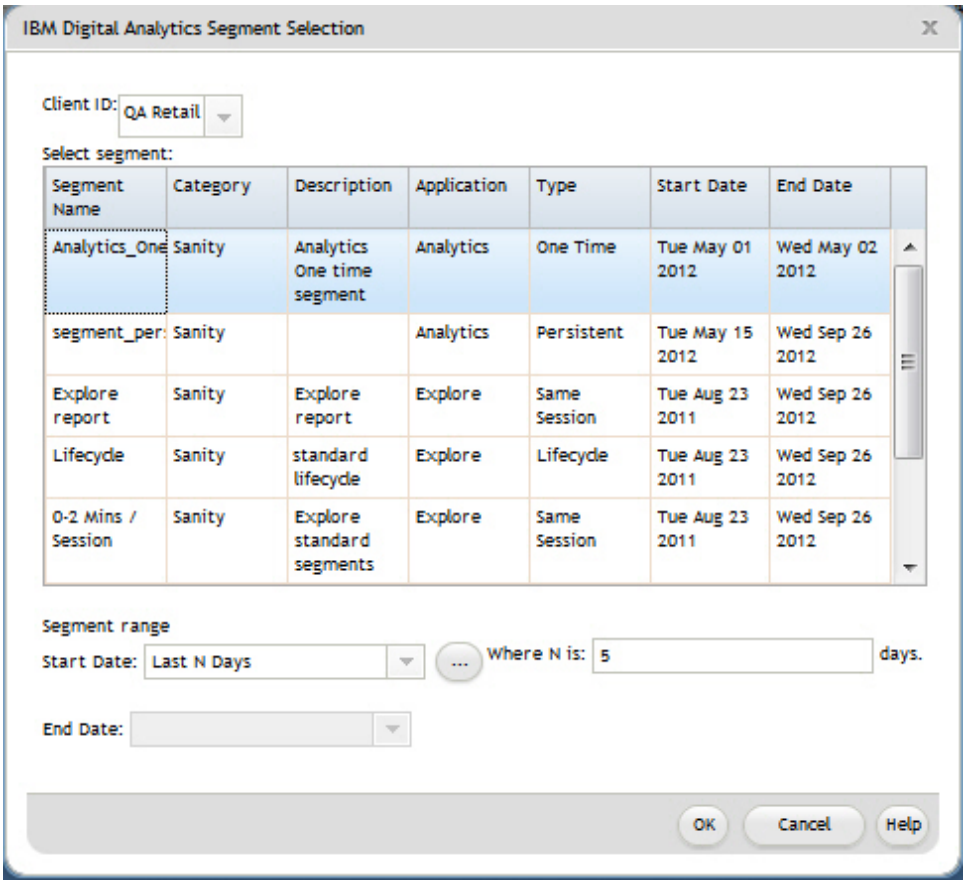
Procédez comme suit pour utiliser des segments exportés depuis IBM Digital Analytics dans votre campagne.

Procédure

1. Cliquez deux fois sur un processus de sélection dans un diagramme Campaign pour ouvrir la boîte de dialogue de configuration du processus Sélection.

   Si le processus de sélection contient un segment IBM Digital Analytics défini précédemment, la zone **Source** de l'onglet **Source** affiche le nom du segment existant.
2. Ouvrez la liste **Source** et cliquez sur **Segments IBM Digital Analytics**.

   La boîte de dialogue Sélection de segment IBM Digital Analytics s'ouvre.



3. Dans la boîte de dialogue Sélection de segment IBM Digital Analytics :
   - Sélectionnez un **ID client** dans la liste pour afficher la liste de tous les segments publiés associés à ce client IBM Digital Analytics.
   - La liste **Sélectionner un segment** contient les segments définis dans IBM Digital Analytics, notamment l'application dans laquelle le segment a été créé, son type, ainsi que ses dates de début et de fin.
   - La **description** doit vous aider à déterminer l'objectif du segment. Si vous avez besoin de plus d'informations sur un segment, cliquez deux fois dessus pour afficher sa description et d'autres informations définies dans IBM Digital Analytics.
   - Les zones **Date de début** et **Date de fin** en regard de chaque segment indiquent la plage de dates définie par IBM Digital Analytics pour rechercher des visiteurs correspondant aux critères de segment. Par exemple, un segment peut trouver toutes les personnes qui ont visité un site donné au moins 3 fois entre le 12 janvier 2012 et le 12 avril 2012, tandis qu'un autre segment peut trouver les visiteurs provenant d'une autre plage de dates. La plage de dates définie par IBM Digital Analytics ne peut pas être changée ici. Toutefois, vous pouvez utiliser les boutons de date figurant dans la zone **Plage de segments** située dans la partie inférieure de la boîte de dialogue, pour spécifier une période comprise dans la plage définie dans IBM Digital Analytics.
4. Sélectionnez un segment dans la liste. Si vous modifiez (au lieu de créer) un processus Sélection, la plage de segments existante est affichée.
5. Utilisez les boutons de date et de calendrier figurant dans la zone **Plage de segments** située dans la partie inférieure de la boîte de dialogue, pour spécifier la période pour laquelle vous souhaitez extraire des données pour le segment sélectionné.
   - La plage que vous indiquez doit être comprise entre la date de début et la date de fin définies pour le segment dans IBM Digital Analytics (qui s'affichent en regard de chaque segment dans la liste).
   - Outre les dates de début et de fin, Campaign prend également en compte la **contrainte de date** (le cas échéant). La contrainte de date est définie dans IBM Digital Analytics, mais n'apparaît pas dans la boîte de dialogue Sélection de segment. Elle limite les données à extraire pour un segment à un certain nombre de jours, afin d'éviter une surcharge d'IBM Digital Analytics due à l'exportation d'un jeu de données volumineux.

     Par exemple, supposons qu'un segment ait été défini dans IBM Digital Analytics avec une durée de 3 mois (dates de début et de fin) et une contrainte de date de 7 jours. La plage de dates que vous définissez dans Campaign prend en compte les deux contraintes. Si vous spécifiez une plage de dates en dehors de la durée de 3 mois, votre définition de segment ne peut pas être enregistrée. De même, si vous spécifiez une plage de dates qui dépasse 7 jours, votre définition de segment ne peut pas être enregistrée.
   - Vous pouvez indiquer des dates absolues ou relatives, à condition qu'elles soient comprises dans la contrainte de date et la plage définies par IBM Digital Analytics.
   - Si vous spécifiez une date de début absolue, vous devez également fournir une date de fin. Par exemple, si le segment défini par IBM Digital Analytics indique une durée de 3 mois, votre campagne peut cibler les visiteurs pour lesquels des informations ont été collectées au cours d'une journée, d'un mois ou d'une semaine pendant cet intervalle.
   - Exemples de dates relatives :

- Si le segment défini par IBM Digital Analytics concerne une durée de 3 mois, vous pouvez spécifier une date relative, comme **Hier** ou **Derniers 7 jours**, pour rechercher de façon ininterrompue les visiteurs récents. La campagne sera exécutée jusqu'à la date de fin définie par IBM Digital Analytics.
- Si vous spécifiez **MOIS EN COURS**, les données de la totalité du mois doivent être disponibles jusqu'au jour précédent l'utilisation de cette date relative. Par exemple, si la date du jour est le 28 mars, les données comprises entre le 1er mars et le 27 mars doivent être disponibles pour le segment sélectionné.
- Si vous spécifiez **MOIS DERNIER**, les données de la totalité du mois précédent doivent être disponibles. Exemple n°1 : si le segment défini par IBM Digital Analytics contient le 1er mars comme date de début et le 31 mars comme date de fin, MOIS DERNIER peut être utilisé à partir du 1er avril et jusqu'au 30 avril inclus (pour obtenir les données du mois de mars). Exemple n°2 : si le segment défini par IBM Digital Analytics contient le 1er mars comme date de début et le 30 mars comme date de fin, MOIS DERNIER ne peut pas être utilisé, car il n'existe pas de données pour un mois complet. Exemple n°3 : si le segment défini par IBM Digital Analytics contient le 2 mars comme date de début et le 31 mars comme date de fin, MOIS DERNIER ne peut pas être utilisé, car il n'existe pas de données pour un mois complet. Dans ces cas, un message indique que MOIS DERNIER n'est pas compris dans les dates du segment. Il est préférable d'utiliser des dates absolues.

6. Cliquez sur **OK** pour retourner à la boîte de dialogue de configuration du processus Sélection.

Résultats

Lorsque le processus Sélection s'exécute, il extrait des données d'IBM Digital Analytics pour les segments situés dans la plage de dates et la contrainte de date spécifiées. La table de mappage utilisée pour le diagramme indique à Campaign comment convertir les ID IBM Digital Analytics en ID d'audience Campaign. Les ID d'audience sont alors disponibles pour les processus en aval. Pour obtenir des informations techniques sur cette procédure, consultez le *guide d'administration de Campaign.*

Dans de rares cas, lors de l'exécution d'un diagramme, le nombre d'ID IBM Digital Analytics pour un segment sélectionné peut ne pas correspondre au nombre d'ID d'audience détecté dans Campaign. Par exemple, il peut y avoir 100 clés IBM Digital Analytics, mais seulement 95 ID correspondants dans Campaign. Campaign attire l'attention sur cette situation, mais continue l'exécution du diagramme. Un message est consigné dans le fichier journal pour ce diagramme, vous demandant de vérifier que votre table de traduction mappée contient les enregistrements mis à jour. Un administrateur peut résoudre ce problème en (re)mettant en correspondance les clés en ligne et hors ligne en fonction de votre stratégie d'entreprise et en renseignant à nouveau la table de traduction avec les données à jour. Vous devez réexécuter le diagramme une fois la table de traduction mappée mise à jour.

Processus Fusion

Le processus Fusion permet de spécifier les cibles en entrée qui sont incluses et combinées et celles qui sont exclues (supprimées).

De cette manière, vous pouvez inclure ou exclure des cibles des processus suivants dans votre diagramme. Par exemple, utilisez le processus Fusion pour supprimer les clients "opt-out", qui ont demandé à ne plus recevoir de documents marketing.

Fusion et suppression de contacts

Le processus de fusion accepte la source de plusieurs cibles et génère une cible de sortie combinée. Lorsque vous fusionnez des cibles, vous pouvez choisir d'inclure ou d'exclure un contenu.

Procédure

1. Ouvrez une campagne et cliquez sur un onglet Diagramme.
2. Cliquez sur l'icône **Editer** dans la fenêtre de diagramme.
3. Configurez au moins deux processus dont vous souhaitez fusionner la sortie. Par exemple, configurez deux processus de sélection.
4. Faites glisser le processus de fusion de la palette vers votre diagramme.
5. Faites glisser une flèche depuis un processus en amont (par exemple, un processus de sélection) vers le processus de fusion pour connecter les cases. Vous devez effectuer la connexion depuis le processus en amont vers le processus de fusion. Répétez cette opération pour connecter un autre processus en amont au processus de fusion. Voir «Connexion de processus dans les diagrammes», à la page 54.

   Remarque : Toutes les cibles qui fournissent la source pour le processus de fusion doivent posséder le même niveau d'audience. Par exemple, plusieurs processus de sélection doivent utiliser le niveau d'audience Foyer.
6. Cliquez deux fois sur le processus de fusion dans le diagramme.

   La boîte de dialogue de configuration de processus s'ouvre. Les cibles des processus connectés au processus Fusion sont répertoriées dans la liste **Source**.
7. Si vous souhaitez exclure des ID de la sortie fusionnée, sélectionnez une cible dans la liste **Source** et ajoutez-la à la liste **Enregistrements à exclure**. Par exemple, utilisez cette option pour exclure Opt Outs.
8. Si vous souhaitez inclure des ID dans la sortie fusionnée, sélectionnez une cible dans la liste **Source** et ajoutez-la à la liste **Enregistrements à inclure**. Les ID figurant dans les cibles que vous ajoutez à cette liste seront combinés en une liste d'ID uniques.
9. Indiquez comment fusionner les listes à partir des cibles source se trouvant dans la liste **Enregistrements à inclure** :
   - **Union/exclusion** : Cette option produit une liste d'ID uniques existant dans au moins une cible source. Les ID en double ne sont inclus qu'une seule fois. Cette méthode utilise une logique "OR" ou "ANY." Par exemple : Incluez le client A si ce client se trouve dans la cible **Gold.out** OU dans la cible **Platinum.out**.
   - **Intersection/exclusion** : Incluez uniquement les ID existant dans toutes les cibles source. Cette méthode utilise une logique "AND" ou "ALL." Par exemple : Incluez le client A uniquement si cet ID existe *à la fois* dans la cible **Gold.out** ET dans la cible **LoyaltyProgram.out**. Cette option est utile lorsque vous souhaitez inclure des clients répondant à plusieurs critères. Si un ID n'existe pas dans toutes les cibles source du processus de fusion, l'ID n'est pas inclus.
10. Si vous souhaitez limiter le nombre d'ID générés par le processus, utilisez l'onglet **Effectif maximum de la cible**.

Voir «Limitation de la taille des cibles générées», à la page 162.

11. Utilisez l'onglet **Général** comme suit.
    a. **Nom de processus** : Affecte un nom descriptif. Le nom du processus est utilisé comme libellé de zone dans le diagramme. Il est également utilisé dans les boîtes de dialogue et les rapports pour identifier le processus.
    b. **Cible générée** : Par défaut, ce nom correspond au nom de processus. Il est utilisé dans les boîtes de dialogue et les rapports pour identifier la cible générée (le jeu d'ID généré par le processus).
    c. (Facultatif) **Lier à la population ciblée** : Exécutez cette étape si l'organisation prédéfinit des populations ciblées dans une liste des populations ciblées (LPC). Pour associer la sortie du processus de diagramme à des cibles dans la liste des populations ciblées, cliquez sur **Lier à population ciblée**, puis sélectionnez une population ciblée dans la liste. Le **Nom de cible générée** et le **Code de cible** sont hérités de la liste des populations ciblées et les valeurs de ces deux zones apparaissent en italique afin d'indiquer qu'il existe une relation de lien. Pour plus d'informations, consultez les instructions relatives aux listes des populations ciblées.
    d. **Code de cible** : Le code de cible est dans un format standard qui est déterminé par votre administrateur système et est unique lorsqu'il est généré. Voir «Changement du code de cible», à la page 171.
    e. **Remarque** : Décrivez l'objectif ou le résultat du processus. Par exemple, indiquez les enregistrements que vous incluez ou excluez.
12. Cliquez sur **OK**.

Résultats

Le processus est maintenant configuré. Vous pouvez le tester pour vérifier qu'il renvoie les résultats escomptés.

Processus segment

Utilisez le processus segment pour répartir les données en groupes ou segments distincts. Connectez un processus de segmentation à un processus de contact, comme une Liste d'appels ou une Liste d'adresses pour affecter des traitements ou des offres aux segments.

Par exemple, vous pouvez décider de classer vos clients dans les segments de valeur élevée, moyenne et faible en fonction de leur historique d'achats. Chaque segment peut recevoir une offre différente lorsque le segment est entré dans un processus de contact. Le nombre de segments qu'il est possible de créer est illimité.

Vous pouvez segmenter les données de deux manières : à l'aide de valeurs distinctes dans une zone ou à l'aide d'une requête destinée à filtrer les données dans une zone. Outre les zones de table de base de données, vous pouvez utiliser des zones dérivées pour segmenter les données. De cette manière, vous pouvez procéder à un regroupement personnalisé afin de segmenter les clients comme il convient.

Remarque : Les segments créés par le processus de segmentation ne sont pas persistants d'un diagramme ou d'une session à l'autre. Pour créer un segment "permanent" (également appelé un segment stratégique), un administrateur peut utiliser le processus de création de segment CreateSeg.

Considérations relatives à la segmentation

Prenez en compte les options et instructions suivantes lorsque vous configurez un processus segment dans un diagramme de campagne.

Choix d'une méthode de segmentation

Vous pouvez effectuer une segmentation par zone ou par requête lorsque vous configurez un processus segment dans un diagramme de campagne.

Dans certains cas, les mêmes résultats peuvent être atteints avec une segmentation par zone ou par requête. Par exemple, supposons que la zone `AcctType` de votre base de données divise les comptes client en fonction de leur niveau : standard, préféré et premier. La segmentation en fonction de la zone `AcctType` crée trois segments pour ces types de compte.

Vous pouvez atteindre les mêmes résultats à l'aide de requêtes, mais la création des segments requiert l'écriture de trois requêtes distinctes. Déterminez la méthode la plus efficace en fonction des données à segmenter.

Rendre les segments mutuellement exclusifs

Vous pouvez rendre des segments mutuellement exclusifs, à savoir que chaque enregistrement ne figurera que dans un seul segment. Lorsque les segments sont affectés à des offres, chaque client ne reçoit qu'une seule offre.

Les enregistrements sont placés dans le premier segment dont les critères correspondent, en fonction d'un ordre de priorité que vous définissez. Par exemple, si un client répond aux critères des segments 1 et 3 et que le segment 1 se trouve avant le segment 3 dans l'ordre de priorité, ce client n'apparaîtra que dans le segment 1.

Restriction de la taille des segments

Lorsque vous configurez un processus segment, la taille par défaut du nombre d'enregistrements par segment est illimitée. Vous pouvez restreindre la taille du segment créé si, par exemple, vous effectuez des séries de tests sur un diagramme ou un processus de campagne.

Vous pouvez limiter la taille des segments à tout entier positif. Si la taille de segment que vous spécifiez est inférieure au nombre total d'enregistrements générés, le segment est composé d'enregistrements qualifiants sélectionnés de manière aléatoire.

Sélection des cibles source

Lorsque vous configurez un processus segment dans un diagramme de campagne, toutes les cibles sélectionnées doivent avoir le même niveau d'audience. Si vous sélectionnez plusieurs cibles source, la même segmentation est appliquée à chaque cible source.

Utilisation de segments comme entrée d'un autre processus Segment

Des segments peuvent être utilisés comme cibles source d'un autre processus segment dans un diagramme de campagne. Par exemple, vous pouvez effectuer une segmentation par tranche d'âge, puis une autre segmentation par canal préféré.

Supposons, par exemple, que vous souhaitiez segmenter vos clients en six tranches d'âge. Votre base de données contient la zone `AgeRange` qui affecte l'une des six tranches d'âge (par exemple, 26-30) à chaque client. Effectuez une segmentation en fonction de la zone `AgeRange` pour créer six segments.

Vous pouvez ensuite utiliser ces six segments comme source pour un autre processus Segmentation qui divisera davantage les clients en fonction d'une autre zone ou d'une autre requête. Par exemple, supposons que votre base de données contienne une zone nommée `PreferredChannel`, qui indique le canal de contact préféré de chaque client : courrier, télémarketing, fax ou e-mail. Avec les six segments de tranche d'âge comme source, vous pouvez alors créer un second processus segment pour effectuer une segmentation en fonction de la zone `PreferredChannel`. Chacun des six segments de tranche d'âge est segmenté à son tour en quatre segments de canaux préférés, pour générer un total de vingt-quatre segments en sortie.

Segmentation de données par zone

Lorsque vous segmentez des données en fonction d'une zone de table de base de données, chaque valeur distincte du zone crée un segment séparé. Cette option s'avère particulièrement utile lorsque les valeurs du zone correspondent aux segments à créer.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Supposons par exemple que vous souhaitiez attribuer une offre différente aux clients de chacune des 10 régions. Votre base de données clients contient une zone nommée `regionID`, qui indique la région à laquelle appartient chaque client. Effectuez une segmentation par zone `regionID` pour créer les 10 segments régionaux.

Procédez comme suit pour segmenter des données par zone.

Procédure

1. Ouvrez une campagne et cliquez sur un onglet Diagramme.
2. Cliquez sur l'icône **Editer** dans la fenêtre de diagramme.
3. Faites glisser le processus segment depuis la palette vers votre diagramme.
4. Connectez au moins un processus configuré comme source vers le processus segment.
5. Cliquez deux fois sur le processus segment dans le diagramme.

   La boîte de dialogue Configuration de processus de segment s'ouvre. Les cibles provenant des processus connectés au processus segment s'affichent dans la liste **Source**.

6. Dans l'onglet **Segment**, ouvrez la liste **Source** et sélectionnez la source du processus segment. Pour sélectionner plusieurs cibles, utilisez le bouton des points de suspension (...) en regard de la liste **Source**.
7. Sélectionnez **Segmenter par zone** et utilisez la liste pour sélectionner la zone à utiliser pour créer les segments.

   La fenêtre Analyse de la zone sélectionnée s'ouvre et l'analyse de la zone sélectionnée démarre automatiquement.
8. Attendez que l'analyse soit terminée pour vous assurer que tous les segments sont créés correctement. Ensuite, cliquez sur **OK**.

   La liste des segments et la zone **# segments** sont mis à jour à partir des résultats d'analyse de la zone sélectionnée. Pour réanalyser la zone à tout moment une fois que vous l'avez sélectionné, cliquez sur **Analyse**.
9. Définissez les options de configuration restantes :
   - «Processus segment : Onglet Segment»
   - «Processus segment : Onglet Extraction», à la page 71
   - «Processus segment : Onglet Général», à la page 71
10. Cliquez sur **OK**.

    Le processus est maintenant configuré. Vous pouvez le tester pour vérifier qu'il renvoie les résultats escomptés.

Processus segment : Onglet Segment

Utilisez l'onglet Segment de la boîte de dialogue Configuration de processus de segment pour indiquer comment répartir les données entrantes en groupes distincts, ou segments.

Le tableau suivant décrit les commandes de l'onglet Segment de la boîte de dialogue **Configuration du processus de segmentation**.

Tableau 8. Onglet Segment

Commande	Description
Source	Indique la source du processus de segmentation. La liste déroulante contient toutes les cibles générées de tout processus connecté au processus de segmentation. Sélectionnez **Cibles multiples** si vous souhaitez sélectionner plusieurs cibles.
Segmenter par zone	Indique la zone à utiliser pour la segmentation des données. Les données sont segmentées en fonction des valeurs distinctes disponibles la zone sélectionnée. Chacune de ces valeurs crée un segment différent.
Bouton Analyse	Ouvre la fenêtre **Analyse de la zone sélectionnée**, qui calcule les valeurs et les distributions des enregistrements de la zone sélectionnée. Actif uniquement lors de la segmentation par zone.
Bouton Zones dérivées	Ouvre la fenêtre **Création de la zone dérivée**. Actif uniquement lors de la segmentation par zone.
Segmenter par requête	Permet de segmenter les données en fonction d'une requête que vous créez.

Tableau 8. Onglet Segment (suite)

Commande	Description
# segments	Indique le nombre de segments à créer. Actif uniquement lors de la segmentation par requête. Trois segments sont créés par défaut : "Segment1," "Segment2" et "Segment3". Lors d'une segmentation par zone, la zone **# segments** est mise à jour en fonction des résultats d'analyse de la zone sélectionnée.
Segments mutuellement exclusifs	Indique si le segment doit être mutuellement exclusif (chaque enregistrement identifié ne figure que dans un seul segment).
Créer les tables d'exportation	Indique si le segment doit créer des tables d'exportation pour chaque cible générée. La sélection de cette option garantit que Campaign peut fournir un processus suivant comportant les informations nécessaires au suivi des audiences cibles en double sur les segments. La sélection de cette case à cocher active les options de l'onglet Extraction. Cette case est désactivée si l'option **Segments mutuellement exclusifs** est sélectionnée.
Nom du segment	Répertorie tous les segments par nom. Trois segments sont créés par défaut : "Segment1," "Segment2" et "Segment3". Lors d'une segmentation par zone, les noms de segment sont mis à jour en fonction des résultats d'analyse de la zone sélectionnée. Par exemple, si vous segmentez une zone appelée "Acct_Status" qui possède deux valeurs distinctes "A" et "B", deux segments sont créés : "Acct_Status_A" et "Acct_Status_B."
Effectif max.	Nombre maximal d'enregistrements autorisés dans chaque segment.
max.	Nombre d'enregistrements qui satisfont les critères du segment. Avant l'exécution du processus, ce nombre correspond par défaut au nombre total d'enregistrements dans la cible générée.
Requête	Requête définissant les critères de ce segment. Apparaît uniquement lors de la segmentation par requête.
Haut 1, Bas 1	Réorganisez le segment sélectionné. Les segments sont traités suivant l'ordre de leur apparition dans la table.
Bouton Nouveau segment	Ouvre la fenêtre **Nouveau segment**. Actif uniquement lors de la segmentation par requête.
Bouton Modifier	Ouvre la fenêtre **Modification du segment** pour éditer le segment sélectionné.
Supprimer	Permet de supprimer le segment sélectionné. Lorsqu'un segment est supprimé, la zone **# segments** se met à jour automatiquement.
Ne pas exécuter ces processus pour les segments vides	Permet d'empêcher les processus situés en aval de ce processus de s'exécuter pour les segments vides.

Processus segment : Onglet Extraction

Utilisez l'onglet Extraction de la boîte de dialogue Configuration de processus de segment pour sélectionner les zones à extraire. Vous rendez ainsi accessible le résultat du processus segment en tant que source pour les processus processus liste d'adresses ou liste d'appels dans un diagramme.

Le tableau ci-après décrit les zones, boutons et contrôles de l'onglet Exportation.

Tableau 9. Onglet Exportation

Zone	Description
Source des données cibles	Emplacement dans lequel le résultat de ce processus est enregistré. Le serveur Campaign et toutes les autres sources de données auxquelles vous êtes connectées sont disponibles à partir de la liste déroulante **Source des données cibles**.
Zones disponibles	Liste des zones pouvant être extraites, et notamment le nom de la zone et le type de données, en fonction de votre source données en entrée. Si votre source en entrée correspond à une page d'arrivée dans eMessage, chaque nom de la zone est un attribut de la page d'arrivée. Si l'attribut contient des caractères spéciaux ou des espaces, il est converti en nom de la zone valide. Les types de données de tous les attributs de la page d'arrivée sont répertoriés sous forme de texte. **Remarque :** Les noms d'objet schéma sont limités à 30 caractères. Limitez la longueur des noms d'attributs à 30 caractères pour obtenir des noms de colonne valides pour les données exportées.
Zones à exporter	Zones que vous avez choisi d'extraire à partir de la liste **Zones disponibles**. Le nom généré correspond par défaut au nom de la zone dans la colonne **Zones à extraire**.
Bouton Analyse	Ouvre la fenêtre Analyse de la zone sélectionnée, qui calcule les valeurs et les distributions des enregistrements de la zone sélectionnée. Actif uniquement lorsqu'un nom de la zone est sélectionné dans la liste **Zones disponibles**.
Bouton Zones dérivées	Ouvre la fenêtre Création de la zone dérivée.
Bouton Plus	Ouvre la fenêtre Paramètres avancés, qui inclut l'option permettant d'ignorer les enregistrements en double et de spécifier comment Campaign identifie les doublons.

Processus segment : Onglet Général

Utilisez l'onglet Général de la boîte de dialogue Configuration de processus de segment pour modifier les noms **Nom processus**, **Cible générée** ou **Codes de cibles**, ou entrer une **Remarque** sur le processus.

Pour plus d'informations, reportez-vous aux rubriques ci-dessous :

- «Changement du nom de la cible», à la page 169
- «Réinitialisation du nom de la cible», à la page 170
- «Copie et collage de la totalité des cibles d'une grille», à la page 172
- «Changement du code de cible», à la page 171

Processus segment : Commandes Nouveau segment et Edition du segment

Le tableau suivant décrit les commandes des boîtes de dialogue Nouveau segment et Edition du segment. Vous accédez à ces boîtes de dialogue lorsque vous configurez un processus segment.

Remarque : La boîte de dialogue Nouveau segment est accessible uniquement lorsque vous effectuez une segmentation par requête. Si vous effectuez une segmentation par zone, seules les zones **Nom** et **Effectif max.** sont accessibles dans la boîte de dialogue Edition du segment.

Tableau 10. Commandes des boîtes de dialogue Nouveau segment et Edition du segment

Commande	Description
Nom	Nom du segment.
Effectif max.	Nombre maximal d'enregistrements autorisés dans le segment.
Sélection basée sur	Indique la source de données sur laquelle votre requête doit être basée.
Sélectionner tout *type de source de données*	Intègre tous les ID de la source de données dans la liste déroulante **Source**.
Sélectionner *type de source de données* avec	Permet d'accéder aux fonctions de création d'une requête pour ne sélectionner que certains ID en fonction de critères que vous définissez.
Bouton Avancé	Ouvre l'onglet Avancé qui offre les options suivantes : • Utiliser SQL brut : Utilisez une requête en SQL brut pour segmenter les données. • Utiliser requête depuis la cible source : Disponible uniquement si une cible source de ce processus segment utilise une requête. Cochez la case pour que la requête de la cible source soit combinée (à l'aide de l'opérateur AND) avec le critère de sélection actuel.
Bouton Zones dérivées	Ouvre la fenêtre Création de la zone dérivée.
Zone de texte et boutons de la requête	Pour plus d'informations sur l'utilisation de la zone de texte de la requête et des zones et boutons associés, voir "Création de requêtes dans les processus" dans le *guide d'administration d'IBM Campaign*.

Segmentation de données avec des requêtes

Vous pouvez segmenter des données en fonction des résultats d'une requête que vous créez. Cette option s'avère particulièrement utile lorsqu'il est nécessaire de filtrer les données d'une zone pour créer les segments requis.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Supposons pas exemple que vous souhaitiez diviser vos clients en segments de valeur élevée (plus de 500 dollars), moyenne (entre 250 et 500 dollars) et faible (moins de 250 dollars) en fonction de leur historique d'achats sur l'année précédente. La zone `PurchaseHistory` de votre base de données clients enregistre le montant total en dollars des achats de chaque client. Utilisez une requête séparée pour créer chaque segment, en sélectionnant les enregistrements possédant des valeurs dans la zone `PurchaseHistory` et qui répondent aux critères du segment.

Remarque : Vous pouvez également utiliser du code SQL brut pour segmenter des données.

Procédure

1. Ouvrez une campagne et cliquez sur un onglet Diagramme.
2. Cliquez sur l'icône **Editer** dans la fenêtre de diagramme.
3. Faites glisser le processus segment depuis la palette vers votre diagramme.
4. Connectez un ou plusieurs processus configurés en tant que source dans le processus Segment.
5. Cliquez deux fois sur le processus Segment dans le diagramme.

   La boîte de dialogue Configuration de processus de segment s'ouvre. Les cibles provenant des processus connectés au processus segment s'affichent dans la liste **Source**.
6. Dans l'onglet **Segment**, ouvrez la liste **Source** et sélectionnez la source du processus segment. Pour sélectionner plusieurs cibles, utilisez le bouton des points de suspension situé en regard de la liste **Source**.
7. Sélectionnez **Segmenter par requête**.
8. Déterminez le nombre de segments à créer et entrez ce nombre dans la zone **# segments**.
9. Pour générer une requête pour chaque segment, sélectionnez le segment et cliquez sur **Editer** pour accéder à la fenêtre Edition du segment. Pour plus de détails, voir «Processus segment : Commandes Nouveau segment et Edition du segment», à la page 72.
10. Définissez les options de configuration restantes :
    - «Processus segment : Onglet Segment», à la page 69
    - «Processus segment : Onglet Extraction», à la page 71
    - «Processus segment : Onglet Général», à la page 71
11. Cliquez sur **OK**.

    Le processus est maintenant configuré. Vous pouvez le tester pour vérifier qu'il renvoie les résultats escomptés.

Processus d'échantillonnage

Le processus d'échantillonnage permet de répartir les contacts dans des groupes. L'échantillonnage est souvent utilisé pour établir des groupes cible et de contrôle que vous pouvez utiliser pour mesurer l'efficacité de votre campagne marketing.

Répartition des contacts dans des groupes d'échantillons

Pour créer des groupes cible et des groupes de contrôle, utilisez le processus d'échantillonnage. Il existe plusieurs méthodes d'échantillonnage : **Aléatoire** crée des groupes de contrôle ou des jeux de test statistiquement valides. **Tous les X enreg.** alloue tous les X enregistrements dans un groupe d'échantillons. **Séquentielle** alloue un certain nombre d'enregistrements dans des échantillons successifs.

Procédure

1. Ouvrez une campagne et cliquez sur un onglet Diagramme.
2. Cliquez sur l'icône **Editer** dans la fenêtre de diagramme.

3. Faites glisser le processus d'échantillonnage de la palette vers votre diagramme.
4. Connectez au moins un processus configuré (tel que le processus de sélection) en tant que source à la case de processus d'échantillonnage.
5. Cliquez deux fois sur le processus d'échantillonnage dans le diagramme.

   La boîte de dialogue de configuration des processus apparaît.
6. A l'aide de la liste **Source**, sélectionnez les cibles à échantillonner. Cette liste inclut toutes les cibles de sortie de tout processus connecté au processus échantillonnage. Pour utiliser plusieurs cibles source, sélectionnez l'option **Cibles multiples**. Si vous sélectionnez plusieurs cibles source, le *même* échantillonnage est effectué sur *chaque* cible source.

   Remarque : Toutes les cibles sélectionnées doivent avoir le même niveau d'audience, par exemple, Foyer ou Client.
7. Spécifiez le nombre d'échantillons à créer pour chaque cible source, à l'aide de la zone **# échant. à générer**. Par défaut, trois échantillons sont créés pour chaque cible source, avec les noms par défaut Sample1, Sample2 et Sample3.
8. Pour changer les noms d'échantillon par défaut, cliquez deux fois sur un échantillon dans la colonne **Nom généré**, puis entrez un nouveau nom. Vous pouvez utiliser toute combinaison de lettres, de nombres et d'espaces. N'utilisez pas de points (.) ou de barres obliques (/ ou \).

   Important : Si vous changez le nom d'un échantillon, vous devez mettre à jour tous les processus suivants qui utilisent cet échantillon comme cible source. La modification du nom d'un échantillon peut déconfigurer des processus connectés par la suite. En règle générale, vous devez éditer le nom des échantillons avant de connecter des processus suivants.
9. Utilisez l'une des méthodes suivantes pour définir la taille d'échantillon :
   - Pour répartir les enregistrements selon des pourcentages : sélectionnez **Effectif en %**, puis cliquez deux fois sur la zone **Taille** pour indiquer le pourcentage d'enregistrements à utiliser pour chaque échantillon. Utilisez la zone **Effectif max.** si vous souhaitez limiter la taille de l'échantillon. La valeur par défaut est **Illimité**. Répétez l'opération pour chaque échantillon de la colonne Nom généré ou cochez la case **Tout le reste** pour affecter tous les enregistrements restants à cet échantillon. Vous pouvez sélectionner **Tout le reste** pour une seule cible générée.
   - Pour spécifier le nombre d'enregistrements pour chaque taille d'échantillon : sélectionnez **Effectif en # d'enreg.**, puis cliquez deux fois sur la zone **Effectif max.** pour indiquer le nombre maximum d'enregistrements à allouer au premier groupe d'échantillons. Définissez l'**Effectif max.** pour l'échantillon suivant dans la colonne Nom généré ou cochez la case **Tout le reste** pour affecter tous les enregistrements restants à cet échantillon. Vous pouvez sélectionner **Tout le reste** pour une seule cible générée.

     (Facultatif) Cliquez sur **Calcul de l'effectif par échantillon** pour déterminer la taille d'échantillon optimale. Copiez la valeur de la zone **Effectif min. échantillon** dans la calculatrice, cliquez sur **Terminé** pour fermer la calculatrice, puis collez la valeur dans la zone **Effectif max.** pour **Effectif en # d'enreg.**.
10. Vérifiez que pour chaque échantillon de la liste **Nom généré**, une taille est définie ou l'option **Tout le reste** est cochée.
11. Dans la section **Méthode d'échantillonnage**, indiquez comment les échantillons doivent être générés :

- **Aléatoire** : Utilisez cette option pour créer des groupes de contrôle ou des jeux de test statistiquement valides. Cette option affecte des enregistrements aux groupes d'échantillons de manière aléatoire, à l'aide d'un générateur de nombre aléatoire et de la valeur de départ spécifiée. Les valeurs de départ sont expliquées plus loin dans cette procédure.
- **Tous les X enreg.** : Cette option place le premier enregistrement dans le premier échantillon, le deuxième enregistrement dans le deuxième échantillon et ce, jusqu'au nombre d'échantillons spécifié. Ce processus se répète jusqu'à ce que tous les enregistrements aient été alloués à un groupe d'échantillons. Pour utiliser cette option, vous devez spécifier les options **Trié par** afin de déterminer comment les enregistrements sont triés en groupes. Les options **Trié par** sont expliquées plus loin dans cette procédure.
- **Séquentielle** : Cette option alloue les *N* premiers enregistrements au premier échantillon, l'ensemble d'enregistrements suivant au deuxième échantillon et ainsi de suite. Cette option est utile pour créer des groupes en fonction du premier décile (ou d'une autre taille) et de la zone triée (par exemple, les achats cumulés ou les scores des modèles). Pour utiliser cette option, vous devez spécifier les options **Trié par** afin de déterminer comment les enregistrements sont triés en groupes. Les options **Trié par** sont expliquées plus loin dans cette procédure.

12. Si vous avez sélectionné **Aléatoire**, dans la plupart des cas, vous pouvez accepter la valeur de départ par défaut.

    Dans certains cas assez rares, il se peut que vous souhaitiez cliquer sur **Sélect.** pour générer aléatoirement une nouvelle valeur de départ ou entrer une valeur numérique dans la zone **Valeur de départ**. Exemples de cas où vous pouvez avoir besoin d'utiliser une nouvelle valeur de départ :
    - Vous avez exactement le même nombre d'enregistrements dans la même séquence et si vous utilisez la même valeur de départ, les enregistrements sont créés chaque fois dans les mêmes échantillons.
    - L'échantillon aléatoire génère des résultats indésirables (par exemple, tous les hommes sont affectés à un groupe et toutes les femmes à un autre).
13. Si vous avez sélectionné **Tous les X enreg.** ou **Séquentielle**, vous devez indiquer un ordre de tri pour déterminer comment les enregistrements seront alloués aux groupes d'échantillons.
    a. Sélectionnez une zone **Trié par** dans la liste déroulante ou utilisez une zone dérivée en cliquant sur **Zones dérivées**.
    b. Sélectionnez **Croissant** pour trier les zones numériques dans l'ordre croissant (de faible à élevé) et les zones alphabétiques dans l'ordre alphabétique. Si vous choisissez **Décroissant**, l'ordre de tri est inversé.
14. Cliquez sur l'onglet **Général** si vous souhaitez modifier la valeur par défaut de **Nom processus** et **Nom cible générée**. Par défaut, les noms de cible générée sont constituées du nom du processus suivi du nom de l'échantillon et d'un chiffre. Vous pouvez accepter les **codes cible** par défaut ou désélectionner la case **Générer les codes de cibles auto.** et affecter des codes manuellement. Entrez une **note** pour décrire précisément l'objet du processus d'échantillonnage.
15. Cliquez sur **OK**.

Résultats

Le processus est configuré et activé dans le diagramme. Vous pouvez le tester pour vérifier qu'il renvoie les résultats escomptés.

A propos du calculateur des effectifs par échantillon

Campaign fournit un calculateur des effectifs par échantillon pour vous aider à déterminer l'importance statistique des tailles d'échantillonnage dans l'évaluation des résultats de campagne.

La spécification du niveau d'exactitude voulu peut s'effectuer de deux manières. Vous pouvez entrer une borne de l'erreur et calculer la taille d'échantillonnage minimale nécessaire ou entrer une taille d'échantillonnage minimale et calculer la borne de l'erreur résultante. Les résultats sont indiqués avec un niveau de confiance de 95 %.

Détermination de la taille d'échantillon appropriée

le calculateur des effectifs par échantillon détermine le nombre maximal de contacts à inclure dans votre échantillon, en fonction de la marge d'erreur que vous jugez acceptable. Les résultats sont indiqués avec un niveau de confiance de 95 %.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

La détermination de la taille de l'échantillon appropriée est importante lorsque l'objectif consiste à produire des inférences sur un groupe de personnes à partir d'un échantillon. En général, une taille d'échantillon plus élevée génère une marge d'erreur plus faible. Utilisez le calculateur des effectifs par échantillon afin de calculer la taille d'échantillon nécessaire pour une borne d'erreur particulière, ou pour déterminer la borne de l'erreur pour différentes tailles d'échantillon.

Procédure

1. Dans l'onglet **Echantillon** de la boîte de dialogue de configuration du processus échantillonnage, cliquez sur **Calcul de l'effectif par échantillon**.

   Le calculateur des effectifs par échantillon s'ouvre.
2. Pour **Taux de réponse estimé**, entrez votre meilleure estimation des taux de réponse **Minimum** et **Maximum** attendus de votre campagne marketing.

   Ces deux valeurs doivent être des pourcentages compris entre 0 % et 100 %. Plus le taux de réponse attendu est bas, plus la taille de l'échantillon doit être grande pour atteindre le même niveau d'exactitude pour le taux de réponse mesuré.
3. Si vous n'utilisez pas de modèle prédictif, sélectionnez **Aucun modèle** sous **Estimation sur modèle**.
4. Si vous utilisez un modèle prédictif, sélectionnez **Perf. modèle**, puis entrez les pourcentages pour **Profondeur fichier** et **Valeur cumulée**.

   Pour obtenir ces valeurs :

   a. Ouvrez les rapports d'évaluation dans IBM SPSS Modeler Advantage Marketing Edition et ouvrez la partition de test.

   b. Sélectionnez l'onglet **Gains** et affichez les informations sous la forme d'un **tableau**.

   c. Utilisez une valeur de la première colonne (Segment) du tableau pour **Profondeur fichier** pour indiquer le pourcentage de clients que vous prévoyez de contacter.

   d. Utilisez la valeur correspondante de la dernière colonne (Gains cumulatifs) du tableau pour la **Valeur cumulée**.

      Le calculateur utilise ces informations pour déterminer le nombre d'échantillons que vous devez utiliser, en fonction du taux de réponse et des performances du modèle attendus.

5. Utilisez l'une des approches suivantes :
   - Pour déterminer la taille d'échantillon minimale en fonction de la marge d'erreur que vous considérez comme acceptable : Entrez une valeur entre 0 % et 100 % dans la zone **Borne de l'erreur (+ ou -)** pour indiquer le pourcentage de marge d'erreur que vous jugez acceptable pour cet échantillon. Cliquez ensuite sur **Calculer effect. échant.**. La zone **Effectif min. échantillon** indique le plus petit échantillon nécessaire pour atteindre la borne de l'erreur spécifiée. Un pourcentage de borne d'erreur plus faible nécessite une taille d'échantillon plus grande. Inversement, une borne d'erreur plus élevée nécessite une taille d'échantillon plus petite. Par exemple, une borne d'erreur de 3 % requiert une taille d'échantillon plus grande que si vous autorisez une borne d'erreur de 10 %.
   - Pour déterminer la marge d'erreur résultant d'une taille d'échantillon spécifique : Entrez une valeur dans la zone **Effectif min. échantillon** pour indiquer la taille d'échantillon que vous comptez utiliser, puis cliquez sur **Calculer borne de l'erreur**. En fonction des résultats, vous pouvez déterminer s'il convient d'augmenter ou de réduire la taille d'échantillon. Des tailles d'échantillon plus grandes se traduisent par des bornes d'erreur plus basses. Si la borne de l'erreur résultante est trop élevée, utilisez une taille d'échantillon plus grande.
6. Une fois que vous avez déterminé la taille d'échantillon optimale :
   a. Copiez la valeur dans la zone **Effectif min. échantillon**.
   b. Cliquez sur **Terminé** pour fermer le calculateur.
   c. Assurez-vous que l'option **Effectif en # d'enreg.** est sélectionnée.
   d. Coller la valeur dans la zone **Effectif max.** de la case de processus d'échantillonnage.

Processus audience

Les niveaux d'audience définissent l'entité cible que vous souhaitez utiliser, comme un compte, un client, un foyer, un produit ou une division métier. Utilisez le processus audience dans un diagramme pour passer d'un niveau d'audience à un autre ou pour filtrer des ID par niveau d'audience.

Les niveaux d'audience sont définis par un administrateur au cours du processus de mappage de table. Lorsque vous utilisez le processus audience dans un diagramme, vous pouvez spécifier les niveaux d'audience à cibler dans la campagne. Vous pouvez par exemple configurer le processus audience pour :

- Sélectionner un client par foyer en fonction d'une règle métier (par exemple, l'homme le plus âgé ou la personne dont le compte a le solde le plus élevé).
- Sélectionner tous les comptes appartenant à un ensemble donné de clients.
- Sélectionner tous les comptes dont le solde est négatif appartenant à un ensemble donné de clients.
- Sélectionner tous les foyers dont des membres possèdent un compte chèques.
- Sélectionner les clients ayant effectué au moins trois achats pendant une période donnée.

Le processus audience peut sélectionner des données dans n'importe quelle table définie. Vous pouvez donc l'utiliser comme processus de premier niveau dans votre diagramme pour la sélection initiale des données.

Pour utiliser le processus audience, vous devez utiliser des tables pour lesquelles plusieurs niveaux d'audience sont définis. Ces niveaux, définis dans une même table, offrent une relation de "conversion" d'un niveau à un autre.

- Une clé est définie comme "clé principale" ou "clé par défaut" de la table. (cette clé représente le niveau d'audience le plus souvent utilisé pour cette source de données). Le niveau par défaut associé à une table est spécifié lors du processus de mappage de table. Pour plus d'informations sur le mappage des tables, voir le *Guide d'administration de Campaign*.
- Les autres clés sont des "clés secondaires" permettant de basculer d'un niveau d'audience à un autre.

Une fois que vous avez changé les niveaux d'audience, Campaign n'affiche que les tables dont la clé par défaut est définie comme même niveau de référence. Si vous utilisez différents niveaux d'audience sur une base régulière, il se peut que vous deviez mapper la même table plusieurs fois dans Campaign, chaque fois avec une clé principale/par défaut différente.

Niveaux d'audience

Les niveaux d'audience sont définis par les administrateurs IBM Campaign pour représenter différentes cibles potentielles de campagnes (par exemple, un compte, un client, un foyer, un produit ou une division métier).

Les niveaux d'audience sont souvent, mais pas toujours, organisés de manière hiérarchique. Voici quelques exemples de niveau hiérarchique rencontrés fréquemment dans les bases de données marketing de clients :

- Foyer > Client > Compte
- Société > Division > Client > Produit

Votre organisation peut définir et utiliser un nombre illimité de niveaux d'audience. Si vous utilisez plusieurs niveaux d'audience (par exemple, client et foyer), il est important de comprendre comment utiliser le processus Audience pour mieux atteindre vos objectifs métier.

Les niveaux d'audience sont créés et gérés par un administrateur. Pour passer d'un niveau d'audience à un autre, tous les niveaux d'audience que vous utilisez doivent avoir des clés définies dans la même table. Cela offre un mécanisme de recherche pour passer d'un niveau à un autre.

Les niveaux d'audience sont globaux et sont connectés à chaque table de base mappée. Ainsi, lorsqu'un diagramme est chargé, les niveaux d'audience sont automatiquement chargés, ainsi que les mappages de table de ce diagramme.

Si vous disposez des droits permettant de mapper des tables dans IBM Campaign, vous pouvez mapper une nouvelle table à un ou plusieurs niveaux d'audience existants, mais vous ne pouvez pas créer de nouveaux niveaux d'audience. Seuls les utilisateurs possédant les droits appropriés, en général les administrateurs système, peuvent créer des niveaux d'audience.

Dans le processus Audience, vous spécifiez un niveau d'entrée d'audience et un niveau de sortie d'audience. Les niveaux d'entrée et de sortie d'audience peuvent être identiques (par exemple, Client) ou différents (par exemple, Client et Foyer). Utilisez le processus Audience pour rester au même niveau d'audience ou pour passer d'un niveau à un autre.

Gestion des foyers

La *gestion des foyers* est un terme général qui désigne une procédure consistant à réduire le nombre de membres du niveau d'audience en cours en limitant la portée à l'aide d'un autre niveau d'audience.

L'un des exemples les plus courants de la gestion des foyers consiste à identifier un individu à cibler dans chaque foyer. Vous pouvez sélectionner un individu par foyer en fonction d'une règle métier de marketing du type suivant :

- l'individu le plus riche (en dollars), tous comptes confondus,
- l'individu ayant effectué le plus d'achats dans une catégorie de produits particulière,
- le titulaire du plus grand nombre de comptes ou
- l'homme majeur le plus jeune du foyer.

Vous pouvez utiliser le processus Audience pour changer les niveaux d'audience et filtrer les identifiants en fonction de critères spécifiés par l'utilisateur.

Quand changer de niveau d'audience

Certaines campagnes complexes requièrent des traitements à différents niveaux d'audience pour parvenir à une liste d'entités cibles finales. Cela peut impliquer de commencer à un niveau d'audience, d'effectuer certains calculs et d'en utiliser les résultats, puis de passer à un autre niveau d'audience et d'effectuer d'autres calculs.

Par exemple, vous pouvez avoir besoin d'effectuer des suppressions complexes à différents niveaux. Comme conséquence, dans un modèle de données comportant une relation un-à-plusieurs ou plusieurs-à-plusieurs entre les clients et les comptes, un analyste marketing peut générer une campagne destinée à :

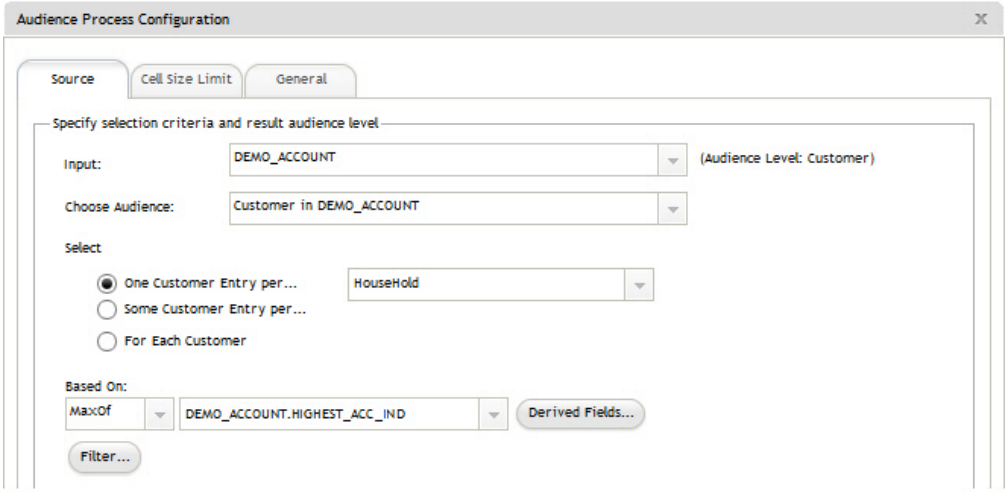
- éliminer tous les comptes des clients qui répondent à certains critères (par exemple, éliminer le compte par défaut),
- éliminer certains comptes qui répondent à certains critères (par exemple, les comptes à faible rentabilité).

Dans cet exemple, la campagne pourrait débuter au niveau client, y effectuer des suppressions (éliminer les comptes par défaut), passer au niveau compte, y effectuer les suppressions nécessaires (éliminer les comptes à faible rentabilité), puis revenir au niveau client pour obtenir les informations de contact finales.

Exemple : processus Audience

Cet exemple montre comment configurer un processus Audience dans un diagramme.

La figure ci-après illustre un processus Audience configuré.


Audience Process Configuration
Source
Cell Size Limit
General
Specify selection criteria and result audience level
Input:
DEMO_ACCOUNT
(Audience Level: Customer)
Choose Audience:
Customer in DEMO_ACCOUNT
Select
One Customer Entry per...
HouseHold
Some Customer Entry per...
For Each Customer
Based On:
MaxOf
DEMO_ACCOUNT.HIGHEST_ACC_IND
Derived Fields...
Filter...

Le processus est configuré comme suit :

- Le niveau d'entrée d'audience sélectionné est **Client** ; il s'agit du niveau d'audience par défaut de la table `DEMO_ACCOUNT` (ce niveau d'audience est affiché à droite de la zone **Source**).
- Le niveau de sortie d'audience est le même : **Client**, comme défini dans le tableau `DEMO_ACCOUNT`. Deux autres niveaux d'audience sont définis pour la table `DEMO_ACCOUNT` : `Aiguillage` et `Foyer`.
- Le processus est configuré de manière à choisir une **entrée client par foyer** en fonction de la valeur maximale de la zone `HIGHEST_ACC_IND`.

Exemple : Filtrage des enregistrements

Cet exemple montre comment utiliser le filtrage dans un processus Audience dans un diagramme.

Lorsque vous configurez un processus Audience pour sélectionner des ID en fonction d'un nombre, d'une fonction statistique (**MaxOf** , **MedianOf**, **MinOf**) ou de **Tous**, le bouton **Filtre** devient disponible. Lorsque vous cliquez sur **Filtre**, la fenêtre Définition des critères de sélection apparaît ; elle vous permet d'entrer une expression de requête pour spécifier les enregistrements qui seront utilisés dans le calcul **Basé sur**.

Remarque : Les critères de filtrage sont appliqués avant le calcul Basé sur, ce qui vous permet de ne pas prendre en compte certains enregistrements.

Par exemple, vous pouvez réduire la plage de date sur laquelle une opération est effectuée. Pour n'utiliser que les transactions d'achat effectuées au cours de l'année passée, vous pouvez définir une expression de requête de filtre du type :

```
CURRENT_JULIAN() - DATE(PURCH_DATE) <= 365
```

Puis, si vous effectuez un calcul **Basé sur** qui choisit la somme de la zone **Montant** , seuls les montants des transactions de la dernière année sont ajoutés ensemble.

Changement de niveau d'audience et filtrage

Configurez un processus audience pour passer d'un niveau d'audience à un autre ou pour filtrer des ID selon un niveau d'audience spécifique.

Avant de commencer

Pour utiliser le processus audience, vous devez utiliser des tables pour lesquelles plusieurs niveaux d'audience sont définis.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Les options disponibles dans la fenêtre de configuration du processus audience dépendent des diverses options que vous choisissez :

- Si les niveaux d'audience source et cible sont les mêmes ou pas
- Si les valeurs de niveau d'audience sont normalisées dans ces tables
- Si plusieurs niveaux d'audience sont définis pour les tables sélectionnées

C'est pourquoi certaines des options décrites ci-dessous ne sont pas disponibles pour toutes les paires de tables source/cible sélectionnées.

Procédure

1. Ouvrez une campagne et cliquez sur un onglet Diagramme.
2. Cliquez sur l'icône **Editer** dans la fenêtre de diagramme.
3. Faites glisser le processus audience depuis la palette vers votre diagramme.

   Le processus audience peut sélectionner des données dans n'importe quelle table définie. Vous pouvez donc l'utiliser comme processus de premier niveau dans votre diagramme pour la sélection initiale des données. Vous pouvez également utiliser un processus tel qu'un processus de sélection ou de fusion pour fournir une source pour le processus audience.
4. Cliquez deux fois sur le processus audience dans le diagramme.
5. Dans l'onglet Source, ouvrez la liste **Source** et indiquez la source de données pour le processus. Vous pouvez sélectionner un segment, une table ou la cible générée à partir de tout processus fournissant une source au processus audience.

   Le niveau d'audience correspondant à l'entrée sélectionnée s'affiche en regard de la zone **Entrée**. S'il n'existe aucune source, le niveau d'audience est affiché comme **non sélectionné**.

   Conseil : Notez que les options **Sélection** indiquent le niveau d'entrée d'audience. Par exemple, si le niveau d'audience est Client, vous pouvez sélectionner **Un enregistrement par client**. Si le niveau d'audience est Foyer, vous pouvez sélectionner **Un enregistrement par foyer**.
6. Sélectionnez un niveau de sortie d'audience dans la liste **Choisir le niveau d'audience**.

   Remarque : Si le niveau d'audience attendu n'apparaît pas dans la liste, il se peut que vous deviez remapper la table correspondante.

   Les options **Sélection** reflètent à présent les niveaux d'audience source et cible.

   Par exemple, si votre source est Foyer et que votre cible est Client, les options **Sélection** s'intitulent : **Tous les enregistrements ID client**, **Certains enregistrements ID client**, **Un enregistrement ID par ID foyer**.
7. Utilisez les options **Sélection** et **Filtre** pour spécifier le mode de sélection des enregistrements. Les options disponibles varient selon que vous sélectionnez tous les ID (auquel cas le filtrage n'est pas autorisé), que vous changiez de niveau ou que vous restiez au même niveau. Pour en savoir plus sur la procédure de sélection et de filtrage selon que vous changiez de niveau d'audience ou non, voir :
   - *Utilisation des mêmes niveaux d'audience source et cible*
   - *Utilisation de niveaux d'entrée et de sortie d'audience différents*
8. Utilisez l'onglet **Effectif maximum de la cible** si vous souhaitez limiter le nombre d'ID générés par le processus. Cela peut être utile pour les exécutions en mode test.
9. Utilisez l'onglet **Général** comme suit.
   a. **Nom de processus** : Affectez un nom descriptif pour identifier le processus dans le diagramme, et dans les différents rapports et boîtes de dialogue.
   b. **Nom de cible générée** : Ce nom correspond au nom de processus par défaut. Il est utilisé dans divers boîtes de dialogue et rapports pour identifier la cible générée (ensemble d'ID produit par le processus).

c. (Facultatif) **Lier à la population ciblée** : Exécutez cette étape si l'organisation prédéfinit des populations ciblées dans une liste des populations ciblées (LPC). Pour associer la cellule cible prédéfinie à la sortie du processus de diagramme, cliquez sur **Lier à la cellule cible** et sélectionnez ensuite une cellule cible dans la feuille de calcul. Le contenu de la zone **Nom de cible générée** et de la zone **Code de cible** est hérité de la liste des populations ciblées et les valeurs de ces deux zones apparaissent en italique afin d'indiquer qu'il existe une relation de lien. Pour plus d'informations, consultez les instructions relatives aux listes des populations ciblées.

d. **Code de cible** : Le code de cible est dans un format standard qui est déterminé par votre administrateur système et est unique lorsqu'il est généré. Voir «Changement du code de cible», à la page 171.

e. **Remarque** : Décrivez l'objectif ou le résultat du processus, par exemple, *Contacter une personne par foyer*.

10. Cliquez sur **OK**.

    Le processus est maintenant configuré. Vous pouvez le tester pour vérifier qu'il renvoie les résultats escomptés.

Options disponibles lors de l'utilisation de niveaux d'entrée et de sortie d'audience identiques

Lorsque les niveaux d'entrée et de sortie d'audience sont identiques dans le processus d'audience d'un diagramme, vous pouvez utiliser les sélections suivantes pour identifier l'audience.

Les options **Sélection** varient en fonction de la relation des niveaux d'audience d'entrée et de sortie sélectionnés (**Choisir audience**). Les options inutiles sont désactivées.

Remarque : Le nom du niveau d'audience sélectionné est utilisé dans les libellés des options **Sélection**. Par exemple, si le niveau d'entrée d'audience est Client, l'option **Une entrée par** apparaît sous la forme **Un enregistrement Client par**.

Les options **Sélection** sont les suivantes :

Un par	Un membre du niveau d'audience d'entrée/de sortie, en fonction d'un autre niveau d'audience. Par exemple : Un client par foyer. Voir «Sélection d'une entrée <Niveau d'entrée/sortie> par <Audience différente>», à la page 84.
Certains par	Certains membres du niveau d'audience d'entrée/de sortie, en fonction d'un autre niveau d'audience. Par exemple : Tous les clients du foyer avec des achats au-dessus de la moyenne. Voir «Sélection de certains enregistrements <Audience> par <Audience différente>», à la page 85.

Pour chaque	Sélectionne les membres si le nombre de membres au niveau d'audience sélectionné remplit une condition donnée. Par exemple : Nombre de comptes > 1 ou nombre d'achats > 3. Voir «Sélection d'entrées pour chaque entrée à ce niveau d'audience», à la page 85.

Sélection d'une entrée <Niveau d'entrée/sortie> par <Audience différente> :

Choisissez cette option si les niveaux d'entrée et de sortie d'audience sont les mêmes, mais qu'un autre niveau d'audience est utilisé pour limiter la sortie générée.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Par exemple, vous pouvez sélectionner le client de chaque foyer qui dispose du compte le plus ancien. (Le niveau d'entrée d'audience est Client, le niveau d'audience cible est Client, la portée est limitée au niveau Foyer et `MinOf(BaseInfo.AcctStartDt)`.) Spécifiez une règle métier pour indiquer comment l'entité unique est sélectionnée (par exemple, la valeur minimale, maximale ou moyenne d'une zone) ou sélectionnez **Tous** (dans ce cas, aucun choix de la zone n'est disponible).

Procédure

1. Dans le processus audience, sélectionnez une source d'entrée pour **Source**. Sélectionnez le même niveau d'audience pour la sortie d'audience.

   Les options de **sélection** appropriées deviennent disponibles.
2. Sélectionnez l'option **Une entrée par**.
3. Sélectionne un niveau d'audience dans la liste.

   Tous les autres niveaux d'audience définis (autres que l'audience source) figurent dans la liste.
4. Choisissez une valeur dans la liste **Basé sur** :
   - **Tous** évite d'avoir à choisir une valeur **Basé sur**
   - **Max.** renvoie la valeur maximale de la zone sélectionnée
   - **Moyenne** renvoie la valeur médiane de la zone sélectionnée
   - **Min.** renvoie la valeur minimale de la zone sélectionnée

   Chacune de ces fonctions renvoie un membre et un seul niveau d'entrée d'audience. Si plusieurs entrées sont liées à la valeur maximale, minimale ou médiane, la première entrée rencontrée est renvoyée.
5. Si vous avez sélectionné un critère **Basé sur** autre que **Tous**, sélectionnez la zone sur lequel la fonction opère. Cette liste comprend tous les zones de la table sélectionnée dans la zone **Choisir audience** et toutes les tables de dimensions mappées. Développez une table en cliquant sur le signe " **+**". Les zones dérivées créées apparaissent en bas.

   Par exemple, pour sélectionner dans chaque foyer le titulaire du compte dont le solde est le plus élevé, vous devez sélectionner **MaxOf** pour le critère **Basé sur** et `Acct_Balance` dans la liste des zones de la table.

   Vous pouvez également créer ou sélectionner des zones dérivées en cliquant sur **Zones dérivées**.

6. (Facultatif) Si vous avez sélectionné un nombre comme base, le bouton **Ajouter un filtre** devient disponible.

   Utilisez la fonction **Ajouter un filtre** pour réduire le nombre d'ID qui seront disponibles pour le calcul **Basés sur**. Par exemple, vous pouvez sélectionner des clients en fonction de la moyenne du solde de leur compte au cours des 6 derniers mois, mais avant cela, vous souhaitez filtrer tous les clients dont les comptes sont inactifs.

   Pour filtrer les enregistrements avant d'effectuer le calcul **Basé sur**, cliquez sur **Ajouter un filtre**. La fenêtre Définition des critères de sélection apparaît. Vous pouvez entrer une expression de requête pour spécifier les enregistrements qui seront utilisés dans le calcul **Basé sur**. Les critères de filtrage sont appliqués avant le calcul **Basé sur**, ce qui vous permet de ne pas prendre en compte certains enregistrements.
7. Cliquez sur **OK** pour sauvegarder votre requête et fermer la fenêtre Définition des critères de sélection.
8. Continuez à configurer le processus audience en renseignant les zones des autres onglets.

Sélection de certains enregistrements <Audience> par <Audience différente> :

Cette option indique qu'il existe plusieurs entrées par audience.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Dans ce cas, les niveaux d'entrée et de sortie d'audience sont les mêmes, mais un autre niveau d'audience est utilisé pour limiter la sortie générée. Par exemple, sélectionnez tous les clients au sein de chaque foyer ayant effectué plus de 100 $ d'achats (le niveau d'entrée d'audience est Client, le niveau d'audience cible est Client, la portée est limitée au niveau Foyer et `Valeur d'achat maximale>$100`.)

Outre la création d'une requête, le critère Basé sur prend également en charge les mots clés permettant d'exécuter l'équivalent fonctionnel d'une macro GROUPBY.

Procédure

1. Sélectionnez une source d'entrée pour Source et le même niveau d'audience pour le niveau de sortie d'audience dans le processus Audience. Les options de sélection appropriées deviennent disponibles.
2. Sélectionnez l'option Certains enregistrements par. Une liste apparaît en regard de l'option sélectionnée.
3. Sélectionne un niveau d'audience dans la liste. Tous les autres niveaux d'audience définis (autres que l'audience source) figurent dans la liste.
4. Cliquez dans la zone Basée sur pour entrer une requête. La fenêtre Définition des critères de sélection s'ouvre.
5. Saisissez ou générez une expression de requête valide, puis cliquez sur OK pour la sauvegarder et fermer la fenêtre Définition des critères de sélection.
6. Continuez à configurer le processus en renseignant les zones des autres onglets.

Sélection d'entrées pour chaque entrée à ce niveau d'audience :

Cette option indique qu'il existe plusieurs sélections dans plusieurs niveaux d'audience.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Sélectionnez cette option si le nombre de membres aux niveaux d'audience sélectionnés répond à une condition (par exemple, `Nombre de comptes > 1` ou `Nombre d'achats > 3`).

Remarque : Cette option n'apparaît que si le niveau d'entrée d'audience n'est pas normalisé (à savoir, lorsque l'ID enregistrement n'est pas unique dans la table de choix de niveau sélectionnée) et que les niveaux d'audience source et cible sont identiques. C'est la seule option disponible lorsqu'aucune clé alternative n'a été définie pour votre table du niveau de sortie d'audience.

Procédure

1. Sélectionnez une source d'entrée pour **Source** et le même niveau d'audience pour le niveau de sortie d'audience dans le processus Audience.

   Les options de **sélection** appropriées deviennent disponibles.
2. Sélectionnez l'option **Tous les**.

   Remarque : Cette option n'apparaît que si le niveau d'audience source n'est pas normalisé (à savoir, lorsque l'ID enregistrement n'est pas unique dans la table de choix de niveau sélectionnée).

   Une liste apparaît en regard de l'option sélectionnée.
3. Choisissez une option **Basé sur**.

   Si la table sélectionnée dans **choisir audience** (c'est-à-dire le niveau de sortie d'audience) n'est pas normalisée, des doublons peuvent apparaître dans vos résultats. Vous pouvez utiliser une méthode **Basé sur** à utiliser par Campaign lors de la sélection d'enregistrements, pour éviter la duplication. (Par exemple, si vos résultats peuvent inclure plusieurs individus dans le même foyer, vous pouvez utiliser l'option **Basé sur** pour ne sélectionner qu'un individu de ce foyer, en fonction du critère que vous configurez dans cette fonctionnalité.)

   Vous devez sélectionner l'une des méthodes **Basé sur** ; **Nb** ou **Condition** :

   - Spécifiez un **nombre** à utiliser dans **Basé sur** :

   Cette option permet de sélectionner l'ID `<niveau d'audience source>`, où le nombre d'occurrences de l'ID `<niveau d'audience source>` remplit la condition indiquée.

   Pour basculer entre les différentes relations (<,<=,>,>=,=), cliquez sur le bouton de l'opérateur à plusieurs reprises jusqu'à ce que la relation souhaitée s'affiche.

   -- OU --

   - Spécifiez unz **condition** à utiliser dans **Basé sur** :

   Cliquez dans la zone de texte à droite de **Condition**.

   La fenêtre Définition des critères de sélection apparaît.

   Saisissez ou générez une expression de requête valide, puis cliquez sur **OK** pour sauvegarder votre entrée et fermer la fenêtre Définition des critères de sélection.
4. (Facultatif) Si vous avez sélectionné un nombre comme base, l'option **Ajouter un filtre** devient disponible.

   Utilisez la fonction **Ajouter un filtre** pour réduire le nombre d'ID qui seront disponibles pour le calcul **Basés sur**. Par exemple, vous pouvez sélectionner des ID client en fonction de la moyenne du solde de leur compte au cours des six derniers mois, mais avant cela, vous souhaitez filtrer tous les clients dont les comptes sont inactifs.

Pour filtrer les enregistrements avant d'effectuer le calcul **Basé sur**, cliquez sur **Ajouter un filtre**. La fenêtre Définition des critères de sélection apparaît. Vous pouvez entrer une expression de requête pour spécifier les enregistrements qui seront utilisés dans le calcul **Basé sur**. Les critères de filtrage sont appliqués avant le calcul **Basé sur**, ce qui vous permet de ne pas prendre en compte certains enregistrements.

5. Cliquez sur **OK** pour sauvegarder votre requête et fermer la fenêtre Définition des critères de sélection.
6. Continuez à configurer le processus en renseignant les zones des autres onglets.

Options disponibles lors de l'utilisation de niveaux d'entrée et de sortie d'audience différents

Lorsque les niveaux d'entrée et de sortie d'audience sont différents dans un processus d'audience d'un diagramme, vous pouvez utiliser les sélections ci-après pour identifier l'audience.

Remarque : Le nom du niveau d'audience sélectionné est utilisé dans les libellés des options **Sélection**. Par exemple, si le niveau d'entrée d'audience source est Client, l'option **Une entrée par** apparaît sous la forme **Un enregistrement Client par**. Dans les sections suivantes, cette partie du texte de l'option modifiée de manière dynamique est indiquée par <Niveau d'entrée/sortie d'audience >, le cas échéant.

Les options **Sélection** sont les suivantes :

Tous	Permet de sélectionner tous les membres du niveau d'entrée d'audience, en fonction d'un autre niveau d'audience. Par exemple : Tous les clients par foyer. Voir «Sélection de tous les enregistrements <niveau de sortie d'audience>».
Certains	Permet de sélectionner certains membres du niveau de sortie d'audience, en ne gardant que les ID qui satisfont à une condition spécifiée. Par exemple : Tous les clients âgés de plus de 18 ans dans un même foyer Voir «Sélection de certains enregistrements <niveaux de sortie d'audience différents>», à la page 88
Un par	Permet de ne sélectionner qu'un enregistrement de niveau de sortie d'audience par enregistrement du niveau d'entrée d'audience. Par exemple : Un client par foyer. Voir «Sélection d'un <niveau de sortie d'audience> par <audience source différente>», à la page 88.

Sélection de tous les enregistrements <niveau de sortie d'audience> :

Sélectionnez cette option pour passer au niveau de sortie d'audience sans effectuer de filtrage. Par exemple, vous pouvez sélectionner tous les clients d'un foyer ou tous les comptes appartenant à un client.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Cette option a pour effet de créer une cible générée comprenant toutes les entrées de niveau de sortie d'audience associées aux ID source. Elle passe d'un niveau d'audience à un autre sans appliquer de critère de sélection ou de filtre.

Si vous passez d'un niveau d'audience principal à un autre niveau d'audience, vous perdez la possibilité d'utiliser des zones dérivées dans les processus en aval.

Procédure

1. Sélectionnez une source d'entrée pour **Source** et un autre niveau de sortie d'audience pour **Choisir audience**.

   Les options de **sélection** deviennent disponibles.
2. Sélectionnez **Tous les enregistrements <niveau de sortie d'audience>**.
3. Cliquez sur **OK**.

Sélection de certains enregistrements <niveaux de sortie d'audience différents> :

Sélectionnez cette option pour passer du niveau d'entrée d'audience à un niveau de sortie d'audience différent, en ne gardant que les ID qui satisfont une condition spécifiée. Par exemple, vous pouvez sélectionner tous les clients d'un même foyer âgés de 18 ans ou plus ou tous les comptes d'un client dont le solde est positif.

Procédure

1. Sélectionnez une source d'entrée pour **Source** et un autre niveau de sortie d'audience pour **Choisir audience**.

   Les options de **sélection** deviennent disponibles.
2. Cliquez pour sélectionner **Certains enregistrements <niveau de sortie d'audience>**.

   La zone **Basé sur** devient disponible.
3. Cliquez dans la zone **Basé sur** pour entrer une requête.

   La fenêtre Définition des critères de sélection apparaît. Les critères **Basé sur** permettent d'entrer une expression de requête pour limiter les entrées de niveau d'audience cible sélectionnées.
4. Saisissez ou générez une expression de requête valide, puis cliquez sur **OK** pour sauvegarder la requête et fermer la fenêtre Définition des critères de sélection.
5. Cliquez sur **OK** pour fermer la boîte de dialogue configuration du processus Audience et sauvegarder vos entrées.

Sélection d'un <niveau de sortie d'audience> par <audience source différente> :

Sélectionnez cette option pour choisir un enregistrement du niveau de sortie d'audience pour chaque enregistrement de niveau d'entrée d'audience (par exemple, pour sélectionner une seule adresse électronique par client).

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Vous devez spécifier une règle métier pour indiquer comment l'entité unique doit être sélectionnée (valeur min/max/médiane d'une zone) ou sélectionner **Tous** (dans ce cas, aucun choix de la zone n'est disponible).

Cette option n'apparaît que si le niveau d'audience source n'est pas normalisé (à savoir, lorsque l'ID enregistrement n'est pas unique dans la table de **choix de niveau** sélectionnée).

Outre la création d'une requête, le critère **Basé sur** prend également en charge les mots clés permettant d'exécuter l'équivalent fonctionnel d'une macro `GROUPBY`.

Procédure

1. Sélectionnez une source d'entrée pour **Source** et un niveau de sortie d'audience pour le processus Audience.

   Les options de **sélection** deviennent disponibles.
2. Sélectionnez **un <niveau de sortie d'audience> par <niveau d'audience source>**.
3. Sélectionnez une valeur dans la liste déroulante **Basé sur**.

   (La fonction de sélection des zones, à l'aide de la liste déroulante de droite, devient inactive lorsque vous sélectionnez **Tous**. Si vous sélectionnez cette option, passez à l'étape 5.)
4. Sélectionnez une zone dans la prochaine liste déroulante à laquelle la fonction **Basé sur** correspond :
   a. Cliquez sur la zone de texte **Basé sur**.

      La fenêtre de sélection de zones apparaît. Toutes les zones de la table sélectionnée dans la liste déroulante **Choisir audience** s'affichent, avec les éventuelles tables de dimensions mappées.

      Vous pouvez développer une table en cliquant sur le signe "+". Les zones dérivées créées apparaissent en bas.
   b. Sélectionnez une zone et cliquez sur **OK**.
   c. (Facultatif) Créez des zones dérivées en cliquant sur **Zones dérivées**.
5. (Facultatif) Pour filtrer les enregistrements avant d'effectuer le calcul **Basé sur**, utilisez **Ajouter un filtre**.
6. Cliquez sur **OK**.

Processus d'extraction

Utilisez le processus d'extraction pour sélectionner des zones dans une table, puis les enregistrer dans une autre table en vue d'un traitement suivant. Le processus d'extraction est conçu pour ramener de très vastes volumes de données à des tailles plus acceptables pour les opérations suivantes, ce qui améliore sensiblement les performances.

Le processus d'extraction peut extraire sa source d'une cible, d'une table, d'un segment stratégique, d'une liste optimisée (Contact Optimization uniquement) ou de la page d'accueil d'eMessage (eMessage uniquement). Si vous sélectionnez un segment stratégique comme source, vous devez le joindre à une table pour pouvoir exporter ses zones.

Si vous utilisez plusieurs processus Extraction en série, seuls les Zones du dernier d’entre eux sont enregistrés.

Si vous utilisez plusieurs processus d'extraction en parallèle (dans différentes branches du même diagramme), ceux-ci se comportent comme des zones dérivées permanentes :

- Les zones exportées sont joints à la cible entrante.

- Les zones exportées sont calculées avant l'exécution des requêtes dans ce processus.
- Plusieurs zones exportées sont disponibles dans les processus suivants.
- Lorsque les Zones exportés sont envoyés à un processus de contact :
  - Si une zone exportée n'est définie pour aucune cible, sa valeur est égale à NULL.
  - Si un même ID figure dans plusieurs cibles, une ligne est générée pour chaque cible.
- Lorsque des zones extraites sont envoyées à un processus de Segmentation ou de Décision, chacune des cibles source sélectionnées doit comporter la zone extraite pour que cette dernière soit utilisée dans le cadre de la segmentation par requête.

Tables exportées

Les données sont extraites sous forme de fichier binaire sur le serveur Campaign ou sous forme de table avec un préfixe **UAC_EX**.

Les tables d'extraction ne sont *pas* supprimées à la fin de l'exécution d'un diagramme. Elles sont conservées pour que les utilisateurs puissent continuer d'y accéder afin d'y effectuer des opérations, comme l'analyse de leurs zones.

Une table d'extraction n'est supprimée que lorsque vous supprimez le processus d'extraction, le diagramme, la campagne ou la session auquel elle est associée.

Remarque : Afin de conserver de l'espace, les administrateurs système peuvent être amenés à supprimer régulièrement des tables dont le préfixe est **UAC_EX**. Toutefois, si ces tables sont supprimées, vous devez réexécuter les processus d'extraction affectés avant de réexécuter les diagrammes ou les zones de profil dans les tables désormais manquantes. Sinon, Campaign génère des erreurs "Table introuvable".

Exemple : Extraction de données de transaction

Cet exemple montre comment utiliser le processus d'extraction pour obtenir des données sur les transactions d'achat.

Supposons que vous avez conçu une campagne qui doit effectuer des sélections ou des calculs basés sur les transactions d'achat réalisées au cours des trois derniers mois par tous les clients sans arriérés (soit environ 90 % de votre base clients), produisant un volume de données de 4 Go.

Même si IBM Campaign a créé une table temporaire pour ces clients, le rattachement de celle-ci à la table des transactions d'achat vous obligerait à extraire environ 90 % des 4 Go de lignes (et à exclure toutes les transactions hormis pour les trois derniers mois) pour exécuter par exemple une macro `GROUPBY`.

Au lieu de cela, vous pouvez configurer un processus Extraction (placé au niveau des transactions d'achat) pour extraire toutes les transactions des trois derniers mois, les placer dans une table de la base de données, puis exécuter plusieurs macros `GROUPBY` et d'autres calculs sur cette table (par exemple, min/max et moyenne).

Conditions préalables à l'extraction de données des pages d'Extraction eMessage

Plusieurs conditions préalables doivent être remplies afin que vous puissiez configurer un processus Extraction pour accepter la source des pages d'arrivée eMessage.

- eMessage doit être installé, en cours d'exécution et activé.
- Les pages d'extraction eMessage doivent être corectement configurées.
- Le mailing doit être exécuté et les réponses des destinataires de ce mailing doivent avoir été reçues.

Pour plus d'informations sur les pages d'arrivée eMessage, voir le document *eMessage - Guide d'utilisation*.

Extraction de sous-ensembles de données pour le traitement et la manipulation ultérieurs

Utilisez le processus d'extraction pour ramener de vastes volumes de données à des tailles plus acceptables pour les opérations suivantes, et améliorer ainsi les performances.

La procédure de configuration du processus d'extraction varie selon que les données sont extraites d'une cible, d'une table ou d'un segment stratégique ou à partir d'une page d'arrivée eMessage.

Pour extraire des données d'une liste optimisée, consultez le *guide d'utilisation de Contact Optimization*.

Extraction de données d'une cible, d'une table ou d'un segment stratégique

Suivez cette procédure pour obtenir les données d'une cible source, comme un processus de sélection, une table unique ou un segment stratégique. De cette manière, vous pouvez ramener de très vastes volumes de données à des tailles plus acceptables pour les opérations suivantes, ce qui améliore sensiblement les performances.

Procédure

1. Dans une campagne, ouvrez un diagramme pour l'éditer.
2. Faites glisser le processus d'extraction de la palette vers votre diagramme.
3. Cliquez deux fois sur le processus d'extraction dans le diagramme.

   La boîte de dialogue de configuration de processus s'ouvre.
4. Sous l'onglet **Source**, sélectionnez une cible source, une table unique ou un segment stratégique dans la liste **Entrée**. Si vous sélectionnez un segment stratégique, associez-le à une table en sélectionnant cette dernière dans la liste **Sélection basée sur**.
5. Spécifiez les enregistrements à utiliser comme source :
   - Choisissez **Tout sélectionner** pour inclure tous les enregistrements de la source de données en entrée.
   - Choisissez **Sélectionner enregistrements dont** pour sélectionner des enregistrements à l'aide d'une requête.

6. Si vous avez choisi **Sélectionner enregistrements dont**, créez une requête à l'aide d'une des méthodes suivantes.

   Remarque : Pour obtenir des instructions détaillées, voir Chapitre 6, «Utilisation de requêtes pour sélectionner des données», à la page 127.

   - **Saisie guidée** : Cliquez dans les cibles **Nom de la zone**, **Opér.** et **Valeur** pour sélectionner des valeurs et générer une expression. Utilisez **Et/Ou** pour combiner des expressions. Il s'agit de la méthode la plus simple pour créer une requête car elle permet d'éviter les erreurs de syntaxe.
   - **générateur de texte** : Utilisez cet outil pour écrire du SQL brut ou utilisez les macros fournies. Vous pouvez utiliser **Assistant de formule** dans le générateur de texte pour sélectionner des macros fournies, notamment des opérateurs logiques et des fonctions de chaîne.

   Quelle que soit la méthode, vous pouvez sélectionner des zones dans la liste Zones disponibles, y compris des zones générées par IBM Campaign et des zones dérivées.

   Remarque : Si votre requête comprend une zone de table dont le nom est identique à une zone générée par Campaign, vous devez qualifier le nom de la zone. Utilisez la syntaxe suivante : `<table_name>.<field_name>`
7. Sous l'onglet **Extraction**, sélectionnez un emplacement de sortie dans la zone **Source de données cible** :
   - Pour stocker les données au format binaire, sélectionnez **IBM Campaign Server**.
   - Pour stocker les données dans une table dont le nom est unique avec un préfixe `UAC_EX`, sélectionnez une base de disponible.
8. Dans l'onglet **Extraction**, sélectionnez des zones dans la liste **Zones disponibles**, puis déplacez-les vers la liste **Zones à extraire**. Utilisez les commandes pour supprimer ou réorganiser les zones. Pour plus d'informations sur l'utilisation de l'onglet Extraction, voir «Références de l'onglet Extraction», à la page 94.
9. Le cas échéant, cliquez sur l'onglet **Effectif maximum de la cible** pour limiter le nombre d'ID générés par le processus. Voir «Limitation de la taille des cibles générées», à la page 162.
10. Le cas échéant, cliquez sur l'onglet **Dimension** pour ajouter des tables de dimension à la table d'extraction et spécifier les zones clés auxquelles appliquer une jointure. La table d'extraction devient une table de base pour les tables de dimension sélectionnées et peut être référencée dans les processus.
11. Utilisez l'onglet **Général** comme suit.
    a. **Nom de processus** : Le nom du processus est utilisé comme libellé de zone dans le diagramme. Il est également utilisé dans divers boîtes de dialogue et rapports pour identifier le processus.
    b. **Cible générée** : Ce nom correspond au nom de processus par défaut. Il est utilisé dans des boîtes de dialogue et des rapports pour identifier la cible générée (ensemble d'ID extrait par le processus).
    c. (Facultatif) **Lier à la population ciblée** : Exécutez cette étape si l'organisation prédéfinit des populations ciblées dans une liste des populations ciblées (LPC). Pour associer la population ciblée prédéfinie à la sortie du processus de diagramme, cliquez sur **Lier à population ciblée**, puis sélectionnez une cible dans la liste des populations ciblées. Le contenu de la zone **Nom de cible générée** et de la zone **Code de cible** est hérité de la liste des populations ciblées et les valeurs de ces deux zones

apparaissent en italique afin d'indiquer qu'il existe une relation de lien. Pour plus d'informations, consultez les instructions relatives aux listes des populations ciblées.

d. **Code de cible** : Le code de cible est dans un format standard qui est déterminé par votre administrateur système et est unique lorsqu'il est généré. Voir «Changement du code de cible», à la page 171.

e. **Remarque** : Décrivez l'objectif ou le résultat du processus. Une pratique commune consiste à référencer les critères de sélection.

12. Cliquez sur **OK**.

Résultats

Le processus est maintenant configuré. Vous pouvez le tester pour vérifier qu'il renvoie les résultats escomptés.

Extraction de données d'une page d'arrivée eMessage

Vous pouvez utiliser le processus d'extraction dans un diagramme pour extraire des données d'une page d'arrivée eMessage. Le processus d'extraction sélectionne des zones dans une table, puis les enregistre dans une autre table en vue d'un traitement suivant.

Avant de commencer

Vérifiez que votre environnement IBM répond aux exigences avant de tenter d'exporter des données d'une page d'arrivée eMessage. Pour plus d'informations, voir «Conditions préalables à l'extraction de données des pages d'Extraction eMessage», à la page 91.

Procédure

1. Dans un diagramme en mode **Edition**, cliquez deux fois sur le processus Extraction dans l'espace de travail de diagramme.

   La boîte de dialogue de configuration des processus apparaît.
2. Dans l'onglet **Source**, sélectionnez **Pages d'Extraction eMessage**.
3. Dans la fenêtre en incrustation, sélectionnez une page d'arrivée eMessage comme source.

   Remarque : Vous ne pouvez sélectionner qu'une seule page d'arrivée eMessage comme source d'un processus Extraction. Pour exporter les données de plusieurs pages d'arrivée, vous devez configurer plusieurs processus Extraction.
4. Si plusieurs niveaux d'audience sont disponibles pour la page d'arrivée, sélectionnez le niveau d'audience approprié dans la liste déroulante. Si un seul niveau d'audience est disponible, il est sélectionné automatiquement.
5. Cliquez sur **OK**.
6. Dans l'onglet **Extraction**, sélectionnez un emplacement de sortie.
   - Pour stocker les données au format binaire, sélectionnez **IBM Campaign Server**.
   - Pour stocker les données dans une table dont le nom est unique avec un préfixe `UAC_EX`, sélectionnez une base de disponible.
7. Sélectionnez les zones à extraire dans la liste **Zones disponibles**.
   - Cliquez sur **Ajouter** pour ajouter les zones sélectionnées à la liste **Zones à extraire**.

- Pour supprimer des zones de la liste **Zones à extraire**, sélectionnez-les et cliquez sur **Supprimer**.
- Utilisez les boutons **Monter** et **Descendre** pour changer l'ordre des zones dans la liste **Zones à extraire**.
- Pour changer le nom généré par défaut d'une zone à exporter, sélectionnez la zone dans la liste **Zones à extraire**, cliquez sur son nom dans la colonne **Nom généré** , puis entrez le nouveau nom.

Pour plus d'informations sur les zones de l'onglet Extraction, voir «Références de l'onglet Extraction».

8. Effectuez une ou plusieurs des tâches facultatives suivantes :
   - Ajoutez une zone dérivée à la liste des zones disponibles. Voir «Zone dérivées», à la page 211
   - Spécifiez que les ID en double sont exclus du résultat. Voir «Omission des ID en double dans les résultats des processus», à la page 125.
   - Limitez la taille de la cible générée (à savoir, limitez le nombre d'ID générés par le processus). Voir «Limitation de la taille des cibles générées», à la page 162.
   - Cliquez sur l'onglet **Général** pour modifier les noms **Nom du processus**, **Cible générée** ou **Codes de cible**, accéder à une population ciblée ou entrer une **Note** sur le processus.

     Pour plus d'informations sur l'accès aux cibles, voir «Liaison de cibles de diagrammes à des offres ciblées définies dans une LPC», à la page 181.

   Remarque : Le profilage n'est pas disponible pour les attributs des pages d'arrivée eMessage.
9. Cliquez sur **OK**.

Résultats

Le processus est configuré. Vous pouvez le tester pour vérifier qu'il renvoie les résultats escomptés.

Remarque : Au cours du processus d'Extraction, Campaign crée une vue intermédiaire dans la base de données des tables système, avec le préfixe `UCC_LPV`. Cette vue interne est conservée dans la base de données jusqu'à ce que la zone du processus soit supprimé. Si vous supprimez cette vue, vous devez reconfigurer le processus Extraction correspondant avant de réexécuter le processus ou le diagramme ; sinon, Campaign génère une erreur de table manquante.

Références de l'onglet Extraction

Utilisez les zones de l'onglet Extraction lorsque vous configurez un processus d'extraction dans un diagramme.

Tableau 11. Zones de l'onglet Extraction

Zone	Description
Source des données cibles	Emplacement dans lequel le résultat de ce processus sera enregistré. Le serveur IBM Campaign et toutes les autres sources de données auxquelles vous êtes connecté sont disponibles à partir de la liste déroulante Source des données cibles.

Tableau 11. Zones de l'onglet Extraction (suite)

Zone	Description
Zones disponibles	Liste des zones pouvant être exportées, et notamment nom de la zone et type de données, en fonction de votre source de données en entrée. Pour afficher la liste des zones, vous devez cliquer sur la flèche située en regard d'un élément pour développer ce dernier. Si votre source en entrée correspond à une page d'arrivée dans eMessage, chaque nom de la zone est un attribut de la page d'extraction. Si l'attribut contient des caractères spéciaux ou des espaces, il est converti en nom de la zone valide. Les types de données de tous les attributs de la page d'arrivée sont répertoriés sous forme de texte. **Remarque :** Les noms d'objet schéma sont limités à 30 caractères. Limitez la longueur des noms d'attributs à 30 caractères pour obtenir des noms de colonne valides pour les données exportées.
Zones à générer	Zones que vous avez choisi d'extraire à partir de la liste Zones disponibles. Le nom généré correspond par défaut au nom de la zone dans la colonne Zones à Extraire.
Bouton Profil	Cliquez sur **Profil** pour prévisualiser une liste de valeurs dans la zone disponible sélectionnée.
Bouton Zones dérivées	Cliquez sur **Zones dérivées** pour créer une variable dans la liste des zones disponibles. Les zones dérivées sont des variables qui n'existent pas dans une source de données et sont créés à partir d'une ou de plusieurs zones existantes, provenant parfois de sources de données différentes.
Bouton Plus	Cliquez sur **Plus** pour ouvrir la boîte de dialogue Paramètres avancés. Cette boîte de dialogue inclut l'option permettant d'exclure les ID en double de la sortie et de spécifier comment Campaign identifie les doublons.

Processus d'instantané

Utilisez le processus d'instantané pour capturer les données à exporter dans une table ou un fichier.

Pour être certain que les lignes en double ne sont pas exportées, définissez **Supprimer doublons** sur **Oui** dans la configuration d'instantané. Vous pouvez également utiliser une processus d'extraction et prendre un instantané des résultats.

Pour associer ou rechercher les offres de la liste, utilisez l'instantané comme source pour un processus liste d'adresses ou liste d'appels. Lorsque vous configurez le processus liste d'adresses ou liste d'appels, exportez les données nécessaires vers un autre emplacement (un fichier ou une table).

Exécution d'un instantané des données

Utilisez le processus d'instantané pour capturer les données à exporter dans une table ou un fichier. Sélectionnez la source des valeurs que vous souhaitez capturer et définissez la table ou le fichier de sortie pour ces valeurs.

Procédure

1. Ouvrez une campagne et cliquez sur un onglet Diagramme.
2. Cliquez sur l'icône **Editer** dans la fenêtre de diagramme.
3. Faites glisser le processus d'instantané de la palette vers votre diagramme.
4. Connectez un ou plusieurs processus pour fournir une entrée au processus d'instantané.

   Remarque : Toutes les cibles que vous sélectionnez comme source doivent posséder le même niveau d'audience.
5. Cliquez deux fois sur le processus d'instantané dans l'espace de travail du diagramme.

   La boîte de dialogue Configuration de processus s'ouvre.
6. Utilisez l'onglet Instantané pour spécifier comment capturer les données.
   a. Utilisez la liste **Source** pour spécifier les cibles à utiliser comme source de données pour l'image instantanée.

      Remarque : Si le processus d'instantané n'est pas connecté à un processus fournissant des cibles générées, aucune cible ne peut être sélectionnée dans la liste **Source**. L'option **Cibles multiples** n'est disponible que si le processus source génère plusieurs cibles.
   b. Utilisez la liste **Exporter vers** afin d'indiquer une table ou un fichier pour la sortie de l'instantané.

      Remarque : Vous pouvez tester le processus d'instantané en l'exécutant et en exportant sa sortie dans un fichier temporaire que vous pouvez réviser.
      - Si la table que vous souhaitez utiliser n'est pas dans la liste ou que vous souhaitez générer une table non mappée, sélectionnez **Table de base de données**. Utilisez la boîte de dialogue Indiquer la base de données pour spécifier les noms de table et de base de données. Les variables utilisateur sont prises en charge dans le nom de table que vous spécifiez ici.
      - Si vous sélectionnez **Fichier** dans la liste **Exporter vers**, vous pouvez spécifier le type de fichier dans lequel vous souhaitez enregistrer la sortie, son nom de fichier et le dictionnaire de données correspondant.
      - Si vous souhaitez créer une table utilisateur, sélectionnez **Nouvelle table mappée** dans la liste **Exporter vers**. Pour obtenir des instructions, voir le *guide d'administration d'IBM Campaign*.
      - Vous pouvez également exporter vers une table d'extraction.
   c. Sélectionnez une option spécifiant le mode de traitement des mises à jour apportées au fichier ou à la table généré :
      - **Ajouter aux données exist.**. Ajoutez les nouvelles informations à la fin de la table ou du fichier. Si vous sélectionnez cette option pour un fichier délimité, les libellés ne sont pas exportés comme première ligne. Il s'agit de la meilleure pratique pour les tables de base de données.
      - **Remplacer tous les enreg.**. Supprimez toutes les données existantes de la table ou du fichier et remplacez-les par les nouvelles informations.
      - **Mettre à jour les enreg.**. Disponible uniquement si vous exportez dans un tableau. Toutes les zones indiquées pour l'instantané sont mises à jour avec les valeurs de l'exécution en cours du processus.

- **Créer un nouveau fichier**. Disponible uniquement si vous exportez dans un fichier. Cette option est sélectionnée par défaut si vous exportez dans un fichier. Chaque fois que vous exécutez le processus, un nouveau fichier est créé avec la mention "_1", "_2", etc., ajoutée à la fin de son nom.

7. Indiquez les zones à extraire.
   a. Utilisez la liste **Zones disponibles** pour sélectionner les zones que vous souhaitez inclure à votre sortie.

      Vous pouvez utiliser les zones générées par Campaign en développant la liste des zones générées par Campaign ou utiliser des zones dérivées en cliquant sur **Zones dérivées**. Sélectionnez plusieurs zones en utilisant **Ctrl+Clic** ou sélectionnez une plage de zones continue en utilisant **Maj+Clic**.
   b. Déplacez les zones sélectionnées dans la liste **Zones à extraire** en cliquant sur **Ajouter**.
   c. Si vous avez sélectionné une table comme destination pour l'instantané, les zones de cette table apparaissent dans la liste **Zones disponibles** sous la colonne **Nom de zone**. Vous pouvez rechercher automatiquement les zones correspondantes en cliquant sur **Correspondance**. Les zones qui correspondent exactement aux noms de zones de la table sont automatiquement ajoutées dans la liste **Zones à exporter**. Si plusieurs zones correspondent, seule la première est prise en compte. Vous pouvez modifier manuellement les associations en cliquant sur **Supprimer** ou **Ajouter**.
   d. Vous pouvez réorganiser les zones de la liste **Zones pour instantané** en sélectionnant une zone et en cliquant sur **Monter** ou **Descendre** pour la déplacer vers le haut ou vers le bas dans la liste.

      Remarque : Pour afficher les valeurs d'une zone, sélectionnez la zone dans la liste **Zones disponibles** et cliquez sur **Analyse**.
8. Pour ignorer les enregistrements avec des ID en double ou spécifier l'ordre dans lequel les enregistrements sont générés, cliquez sur **Plus**.

   La fenêtre Paramètres avancés s'ouvre.
   a. Pour supprimer des ID en double dans la même cible source, sélectionnez **Supprimer doublons**. Choisissez ensuite les critères pour déterminer quel enregistrement conserver si des ID en double sont trouvés. Par exemple, vous pouvez sélectionner MaxOf et Household_Income pour indiquer que lorsque des ID en double sont trouvés, Campaign exporte uniquement l'ID dont le revenu du ménage est le plus élevé.

      Remarque : Cette option ne supprime les doublons qu'au sein d'une même cible source. Vos données d'instantané peuvent tout de même contenir des ID en double si un même ID s'affiche dans plusieurs cibles source. Pour supprimer tous les ID en double, utilisez un processus de fusion ou segment en amont du processus d'instantané afin d'éliminer les doublons ou de créer des segments mutuellement exclusifs.
   b. Pour trier l'instantané généré, cochez la case **Trier par**, puis sélectionnez la zone à partir de laquelle est effectué le tri et l'ordre de tri. Par exemple, vous pouvez sélectionner **Last_Name** et **Croissant** pour trier les ID par nom de famille dans l'ordre croissant.
9. Cliquez sur **OK**.
10. (Facultatif) Cliquez sur l'onglet **Général** pour attribuer un nom et une remarque descriptive.

Ce nom s'affiche dans la case de processus dans le diagramme. La remarque apparaît lorsque vous placez le curseur de la souris sur la case de processus dans le diagramme.

11. Cliquez sur **OK**.

Résultats

Le processus est maintenant configuré. Vous pouvez le tester pour vérifier qu'il renvoie les résultats escomptés.

Processus de planification

Utilisez le processus de planification pour lancer un processus, une série de processus ou un diagramme complet. Le processus de planification ne fonctionne que si le diagramme est en cours d'exécution.

Un processus de planification est actif pour une période donnée. Durant cette période, certains événements peuvent survenir et déclencher l'exécution de processus connectés par la suite. L'utilisation la plus courante du processus Planification consiste à contrôler la durée de l'intégralité du processus.

Remarque : Un diagramme peut inclure plusieurs cases de processus de planification à condition qu'elles fassent partie de branches indépendantes. Toutefois, des erreurs peuvent survenir si un processus comporte plusieurs ancêtres de planification dans des branches ancestrales menant au même processus.

Vous pouvez configurer un processus de planification pour définir la période de planification totale en configurant une durée en jours, heures et minutes à compter du début de l'exécution du processus.

- Vous pouvez planifier un processus pour qu'il s'exécute de différentes manières, y compris de manière répétitive, par déclencheur et par calendrier.
- Vous pouvez combiner plusieurs options de planification. Par exemple, vous pouvez planifier l'exécution d'un processus chaque lundi à 9h00 ou à chaque fois qu'il est déclenché par un événement spécifique, tel que la visite du site Web.
- Vous pouvez par exemple planifier un processus de traitement par lots pour que l'exécution ait lieu la nuit afin de ne pas interférer avec les tâches effectuées au cours de la journée.

Aucune limite n'est définie quant au nombre d'options utilisables simultanément lors de la planification d'un diagramme, à condition qu'aucune incompatibilité n'existe entre les sélections. (Par exemple, vous ne pouvez pas planifier un diagramme pour qu'il s'exécute "Une fois seulement" et tous les "lundis".)

En général, un processus n'est exécuté que lorsque toutes ses sources ont été exécutées avec succès (à savoir, lorsque tous les processus connectés au processus actuel ont été exécutés, même si la dépendance n'est que temporaire). Cependant, lorsqu'il existe plusieurs sources de planification au sein d'une branche, le processus est exécuté dès que l'**une** des sources arrive à échéance (une (opérateur "OR") et non pas toutes (opérateur "AND")).

Un processus de contact avec un suivi activé contient une planification intégrée. Une fonctionnaliténalité avancée réside dans l'emploi d'un Processus de planification au milieu d'un diagramme. Veillez à obtenir le comportement désiré et les résultats corrects.

Remarque : Si le processus de planification de votre diagramme indique au diagramme de s'exécuter avant qu'une exécution précédente ne soit terminée, Campaign conserve la demande jusqu'à la fin de l'exécution précédente. Une seule exécution peut être conservée de cette manière. Dans certains cas, cela peut signifier que le diagramme n'est pas exécuté autant de fois que prévu.

Par exemple, si l'exécution de votre diagramme nécessite deux heures et que l'un de vos processus de planification tente de déclencher trois exécutions séparées seulement de 10 minutes, Campaign débute la première exécution. Lorsque le Processus de planification tente de lancer la deuxième exécution, Campaign la place en file d'attente. Lorsque le processus de planification tente de lancer la troisième exécution, Campaign l'ignore. Une fois que la première exécution est terminée, Campaign commence la deuxième exécution. La troisième ne démarre jamais.

Différence entre le processus de planification de IBM Campaign et IBM EMM Scheduler

Avec la sortie de la révision 8.0 d'Marketing Platform, IBM EMM Scheduler, remplace le processus de planification de Campaign pour la planification des exécutions d'un diagramme complet. IBM EMM Scheduler est plus efficace, car il n'utilise aucune ressource serveur lorsque le diagramme est inactif.

IBM EMM Scheduler démarre un diagramme même s'il n'est pas en cours d'exécution, tandis que le processus de planification de Campaign ne fonctionne que si le diagramme est en cours d'exécution.

Le processus de planification de Campaign est conservé à des fins de compatibilité complète avec les versions antérieures et pour les situations non gérées par IBM EMM Scheduler. Par exemple, vous pouvez être amené à utiliser le processus de planification de Campaign pour envoyer des déclencheurs de Campaign ou pour retarder l'exécution des processus dépendants.

N'utilisez pas IBM EMM Scheduler pour planifier un diagramme qui utilise le processus de planification de Campaign en tant que processus de haut niveau qui démarre l'exécution d'un diagramme. En règle générale, vous n'avez besoin que de l'un ou de l'autre. Toutefois, si le processus de planification apparaît dans un diagramme démarré par IBM EMM Scheduler, il fonctionne conformément à sa configuration. Les conditions requises par IBM EMM Scheduler et le processus de planification doivent donc être respectées avant l'exécution des processus suivants.

A la différence d'IBM EMM Scheduler, le processus de planification de Campaign peut envoyer des déclencheurs externes pour appeler des scripts en ligne de commande. IBM EMM Scheduler ne peut envoyer de déclencheurs qu'à ses propres planifications.

Déclencheurs entrants et sortants

Vous pouvez configurer le processus de planification pour qu'il soit déclenché par un événement et qu'il déclenche des événements après son exécution. Utilisez **Outils** > **Bibliothèque de déclencheurs** pour définir des déclencheurs, puis appelez les déclencheurs en configurant le processus de planification dans un diagramme.

Remarque : Pour de meilleures performances, utilisez IBM EMM Scheduler pour envoyer des déclencheurs dans Campaign. Pour en savoir plus sur Scheduler, reportez-vous au *guide d'administration de Marketing Platform*.

Déclencheurs entrants : Evénements qui activent le processus de planification

Un déclencheur entrant est un événement externe qui lance automatiquement un diagramme ou une campagne. Un déclencheur peut être tout ce que vous définissez. Par exemple, il peut s'agir d'un clic sur un lien de site Web, de la réception d'un e-mail, d'un indicateur de réponse du télémarketing, de l'achèvement d'un téléchargement de base de données ou de tout autre événement défini.

Pour indiquer des déclencheurs entrants qui activent le processus de planification, configurez ce dernier et sélectionnez **Personnaliser exécution** dans la liste **Fréquence d'exéc.**, puis utilisez l'option **Exéc. sur déclencheurs**.

L'option **Exéc. sur déclencheurs** utilise l'application **unica_actrg** (inclus avec votre installation Campaign) pour s'exécuter. Pour bien comprendre le fonctionnement de l'option **Exéc. sur déclencheurs** en arrière-plan, il peut s'avérer utile d'étudier un exemple : «Exemple : Exécution sur déclencheur».

Déclencheurs sortants : Evénements activés par le processus de planification

Un déclencheur sortant exécute une ligne de commande, qui peut être un fichier de traitement par lots ou un script. Campaign peut exécuter un ou plusieurs déclencheurs chaque fois que le processus de planification active les noms de déclencheur dans la zone **Envoyer déclencheurs après exéc.**. Si vous spécifiez plusieurs noms de déclencheur, séparez-les par des virgules.

Cette fonction permet d'envoyer un déclencheur sortant à un fichier exécutable. Le chemin d'accès complet et le nom du fichier doivent être définis dans la boîte de dialogue Bibliothèque de définitions des déclencheurs. Chaque fois que le processus de planification est activé, Campaign exécute le fichier exécutable spécifié.

Utilisation de déclencheurs avec d'autres options de planification

Les déclencheurs peuvent être utilisés indépendamment ou avec d'autres options de planification. Si vous les combinez, vous pouvez par exemple configurer un diagramme de sorte qu'il soit exécuté tous les lundis à 9h00, ainsi qu'à chaque fois que quelqu'un clique sur une bannière de publicité Internet.

Si, par exemple, vous avez planifié le diagramme pour qu'il s'**exécute sur des déclencheurs** en fonction des occurrences sur un site Web et que vous avez également spécifié un **Retard avant chaque exécution**, le diagramme ne commence pas tant que l'événement (l'occurrence Web) ne s'est pas produit et que le délai n'arrive pas à expiration.

Exemple : Exécution sur déclencheur

Un distributeur en ligne a défini une campagne de ventes croisées qui s'exécute à partir d'un déclencheur, de telle sorte que lorsqu'un client effectue un achat, il déclenche des offres de ventes croisées.

Concrètement, lorsque le client effectue un achat :

- Le site Web lance l'exécutable unica_actrg, transférant ainsi le code de la campagne et le nom du déclencheur (web_purchase).

- Le programme d'écoute de Campaign vérifie que la campagne est active et que le nom du déclencheur existe, puis il exécute le processus de planification et le diagramme de campagne est déclenché.

  Pour plus d'informations sur les déclencheurs, voir le *Guide d'administration de Campaign*.

Planification de processus dans un diagramme en cours d'exécution

Configurez le processus de planification pour initier des processus dans un diagramme en cours d'exécution. Le processus de planification ne fonctionne que si le diagramme est en cours d'exécution.

Procédure

1. Ouvrez une campagne et cliquez sur un onglet Diagramme.
2. Cliquez sur l'icône **Editer** dans la fenêtre de diagramme.
3. Faites glisser le processus de planification de la palette vers votre diagramme.
4. Dans l'onglet Planification, spécifiez les conditions de planification.
   a. Indiquez une valeur pour **Période de planification** en entrant les valeurs appropriées dans les zones **Jours**, **Heures** et **Minutes**. La période de planification correspond à la durée totale pendant laquelle le processus Planification doit être actif. Par défaut, cette période est de 30 jours.
   b. Sélectionnez une fréquence d'exécution dans la liste déroulante **Fréquence d'exéc.** pour indiquer quand le processus de planification doit activer les processus connectés ultérieurement.
      - Si vous sélectionnez l'option **Une fois seulement**, le diagramme est exécuté une seule fois, quelles que soient les autres options de planification ajoutées. Si une autre valeur est sélectionnée, les options de planification sont connectées comme des instructions OR et le processus Planification démarre tout processus auquel il est connecté lorsqu'une option est satisfaite.
      - La première option satisfaite lance l'exécution de la planification. Si **Fréquence d'exéc.** est la seule option activée et que sa valeur est **Une fois seulement**, le processus est exécuté immédiatement (à moins qu'un retard ou une autorisation utilisateur ait été activé).
      - Les zones **Heures** et **Minutes** vous permettent de spécifier l'heure à laquelle vous souhaitez que la planification soit exécutée. Le formulaire de saisie des heures est au format 24 heures (également appelé "heure militaire"). En d'autres termes, 9 heures 30 minutes correspond à 09:30 et 22 heures 45 minutes correspond à 10:45. Etant donné que le temps de base est de 24 heures, il n'est pas nécessaire de désigner a.m. ou p.m.
5. Si vous sélectionnez **Personnaliser exécution** dans la liste **Fréquence d'exéc.**, vous pouvez utiliser l'une des options suivantes ou les deux pour spécifier à quel moment la planification s'exécute :
   - Sélectionnez **Exéc. ponctuelle**, puis indiquez des dates et des heures pour l'exécution du processus. Les entrées multiple doivent être séparées par des virgules. Cliquez sur **Calendrier** pour sélectionner des dates et des heures dans un calendrier.
   - Sélectionnez **Exéc. sur déclencheurs** si vous souhaitez que la planification soit déclenchée par un événement.

Les déclencheurs désignés doivent être définis à l'aide de l'option **Outils > Bibliothèque de déclencheurs**. Entrez le nom de chaque déclencheur qui peut activer ce processus de planification. S'il existe plusieurs déclencheurs, séparez-les par des virgules. Le nom du déclencheur peut contenir n'importe quels caractères à l'exception des virgules. Il n'est pas nécessaire qu'un nom de déclencheur soit unique. Vous pouvez utiliser le même déclencheur dans plusieurs campagnes ou diagrammes et les activer tous en même temps.

Pour plus d'informations, voir «Déclencheurs entrants et sortants», à la page 99.

6. Utilisez l'une des options suivantes ou les deux, si vous souhaitez spécifier une exécution différée ou si une autorisation est nécessaire.
   - Si vous choisissez **Attendre autorisation utilisateur avant chaque exécution**, une invite apparaît pour l'autorisation utilisateur chaque fois qu'une autre condition de planification est satisfaite et le processus de planification n'est pas activé tant qu'une autorisation spécifique n'est pas fournie. Cette option remplace tout autre indicateur de planification ; le processus ne démarre pas sans autorisation.

     Remarque : Lorsqu'un diagramme est en cours d'exécution avec un client connecté, l'autorisation ne peut se produire que via ce client. Si aucun client n'est connecté, tout utilisateur possédant des droits de lecture/écriture pour la campagne peut autoriser la poursuite du diagramme.
   - Si vous choisissez **Retard avant chaque exécution**, vous devez spécifier le délai, suite à une condition de planification remplie, après lequel le processus est exécuté, à l'aide des zones **Jours**, **Heures** et **Minutes**. Ce retard s'applique à toutes les autres options de planification. Par exemple, si un processus de planification est configuré pour être exécuté le lundi matin à 9h00 avec un retard d'une heure, les processus suivants commenceront à être exécutés à 10h00.
7. (Facultatif) Spécifiez les déclencheurs à envoyer à la fin de l'exécution de la planification.

   Si vous cochez la case **Envoyer déclencheurs après exéc.**, Campaign exécute un ou plusieurs déclencheurs chaque fois que le processus de planification est activé. Un déclencheur sortant exécute une ligne de commande, qui peut être un fichier de traitement par lots ou un script. Les déclencheurs désignés doivent être définis à l'aide de l'option **Outils > Bibliothèque de déclencheurs**. Si vous spécifiez plusieurs noms de déclencheur, séparez-les par des virgules.
8. (Facultatif) Cliquez sur l'onglet **Général** pour attribuer un nom et une remarque descriptive.

   Ce nom apparaît sur le processus dans le diagramme. Les remarques apparaissent lorsque vous placez le curseur de la souris sur le processus dans le diagramme.
9. Cliquez sur **OK**.

Résultats

Le processus est configuré et apparaît comme activé dans le diagramme. Vous pouvez le tester pour vérifier qu'il renvoie les résultats escomptés.

Processus cube

Les administrateurs utilisent le processus cube pour permettre aux utilisateurs d'explorer les données provenant de plusieurs sources. Les cubes de données sont constitués de dimensions basées sur des segments stratégiques.

Le processus cube est destiné aux utilisateurs techniques ou aux consultants IBM . Une meilleure pratique consiste à créer toutes les constructions globales, comme des cubes et des segments stratégiques, dans la zone **Sessions** de l'application.

Les utilisateurs peuvent sélectionner un ou plusieurs segments définis, créer un cube, puis explorer les données plus en détails pour sélectionner une audience cible. L'audience peut ensuite être convertie en processus appropriés, comme la sélection, à inclure dans un diagramme.

Création d'un cube multidimensionnel d'attributs

Configurez un processus cube pour créer un cube multidimensionnel d'attributs. Les cubes créés dans la zone **Sessions** sont disponibles dans l'ensemble du système.

Avant de commencer

Pour pouvoir créer un cube à l'aide d'un processus Cube, vous devez créer un segment stratégique ou une hiérarchie de dimensions.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Procédure

1. Ouvrez un diagramme de session.
2. Cliquez sur l'icône **Editer** dans la fenêtre de diagramme.
3. Faites glisser le processus cube de la palette vers votre diagramme.
4. Cliquez deux fois sur le processus cube dans l'espace de travail du diagramme.
5. Dans l'onglet **Source**, utilisez la liste **Segments sources** pour sélectionner un ou plusieurs segments comme source pour le cube.

   Important : Si vous sélectionnez plusieurs segments source, vérifiez qu'ils possèdent tous le même niveau d'audience.
6. Cliquez sur l'onglet **Définition du cube** pour définir votre cube.

   Dans cette fenêtre, vous pouvez :
   - Cliquez sur **Ajouter** pour ajouter un nouveau cube.
   - Sélectionnez un cube existant et cliquez sur **Editer** pour le modifier.
   - Sélectionnez un cube existant et cliquez sur **Supprimer** pour le supprimer.
7. Pour ajouter un cube :
   a. Cliquez sur **Ajouter**.
   b. Entrez un nom et une description.
   c. Sélectionnez jusqu'à trois dimensions dans les listes correspondantes. Ces dimensions doivent être liées aux segments stratégiques sur lesquels la source du cube est basée.
   d. Cliquez sur **OK**. La fenêtre Modification du cube se ferme et la nouvelle définition de cube apparaît dans la liste des cubes située dans l'onglet **Définition du cube**.

8. Cliquez sur l'onglet **Ajout zones pour suivi** afin de spécifier des zones supplémentaires pour le suivi.

   Dans cette fenêtre, vous pouvez :

   - Sélectionner les zones dont vous souhaitez effectuer le suivi et les déplacer de la liste **Zones disponibles** vers la liste **Zones sélectionnées**, à l'aide du bouton **Ajouter>>**
   - Cliquer sur **Zones dérivées** pour sélectionner ou créer les zones dérivées dont vous souhaitez assurer le suivi.
   - Cliquer sur **Analyse** pour voir le contenu de la zone sélectionnée.
9. (Facultatif) Cliquez sur l'onglet **Général** pour attribuer un nom et une remarque descriptive.

   Ce nom apparaît sur le processus dans le diagramme. Les remarques apparaissent lorsque vous placez le curseur de la souris sur le processus dans le diagramme.
10. Cliquez sur **OK**.

    Le processus est configuré. Vous pouvez le tester pour vérifier qu'il renvoie les résultats escomptés.

Concepts associés :

«A propos des cubes», à la page 244

«A propos des hiérarchies de dimensions», à la page 241

Processus de création de segment CreateSeg

Utilisez le processus de création de segment CreateSeg pour créer des listes d'ID audience à partir des tables de base de données client. Définissez le processus de création de segment CreateSeg dans la zone **Sessions** de Campaign de telle sorte que les segments soient disponibles globalement en vue de leur utilisation dans toutes les campagnes.

Le processus de création de segment CreateSeg est destiné aux administrateurs de Campaign. Un processus de création de segment CreateSeg défini dans un diagramme de session crée un *segment stratégique* qui peut ensuite être utilisé dans n'importe quel diagramme. Les segments peuvent alors être utilisés comme entrée pour les processus. Ils peuvent également être utilisés pour créer des dimensions et des cubes, ou comme segments de suppression globale pour un niveau d'audience.

Remarque : Une meilleure pratique consiste à créer toutes les constructions globales dans un diagramme de session.

Pour utiliser des segments stratégiques, procédez comme suit :

- Créez les segments dans la zone **Sessions** à l'aide du processus de création de segment CreateSeg.
- Gérez les segments dans la zone **Segments**.
- Utilisez les segments dans des campagnes de la section **Campagne**.

Tâches associées :

«Création de segments pour une utilisation globale dans plusieurs campagnes», à la page 105

Création de segments pour une utilisation globale dans plusieurs campagnes

Les administrateurs utilisent le processus de création de segment CreateSeg dans des diagrammes de session afin de créer des segments qui peuvent être utilisés dans plusieurs campagnes. Les segments obtenus sont appelés des *segments stratégiques*.

Avant de commencer

La propriété de configuration `saveRunResults` doit être définie avec la valeur `TRUE` pour les diagrammes qui comportent des processus de création de segment CreateSeg. Sinon, les segments stratégiques ne seront pas conservés.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Définissez un processus de création de segment CreateSeg dans la zone Sessions de l'application de sorte que les segments soient disponibles globalement. Les utilisateurs peuvent ensuite se servir des segments dans n'importe quelle campagne.

Procédure

1. Ouvrez un diagramme de session.
2. Cliquez sur l'icône **Editer** dans la fenêtre de diagramme.
3. Faites glisser le processus de création de segment CreateSeg de la palette vers votre diagramme.
4. Connectez un ou plusieurs processus de manipulation de données (par exemple, un processus Sélection) comme entrée du processus de création de segment CreateSeg.
5. Cliquez deux fois sur le processus de création de segment CreateSeg.
6. Dans l'onglet **Définition des segments** :
   a. Sélectionnez une ou plusieurs cibles source dans la liste **Source**. Ces cibles source seront transformées en segments.
   b. Sélectionnez **Créer segments mutuellement exclusifs** si vous souhaitez vous assurer que chaque enregistrement n'appartienne pas à plus d'un segment.
   c. Dans la zone **Segments générés**, sélectionnez une cible source et cliquez sur **Modifier** pour configurer le segment.

   La boîte de dialogue Modification du segment s'affiche.
7. Dans la boîte de dialogue Modification du segment, procédez comme suit :
   a. Donnez au segment un nom décrivant son objectif. Fournissez une brève description du contenu du segment (par exemple, quelle source a été utilisée pour créer le segment).
   b. Dans la liste **Créer sous**, sélectionnez un dossier dans lequel sera stocké le segment.
   c. Dans la liste **Source de données de table temporaire**, sélectionnez une source de données dans laquelle le segment stratégique doit être mis en cache. Utilisez la touche **Ctrl** pour sélectionner plusieurs sources de données.

      Si vous préférez stocker les tables temporaires dans un fichier binaire sur le serveur plutôt que dans une source de données utilisateur, ne sélectionnez

pas de source de données. Pour désélectionner une source de données (par exemple, pour revenir à aucune sélection de source de données), utilisez à nouveau **Ctrl+clic** sur l'élément.

Remarque : La sélection d'une source de données n'est requise que si la propriété `doNotCreateServerBinFile` de la page de configuration `Campaign|partitions|partition[n]|Server|Optimization` est définie sur `TRUE`. Si cette propriété est définie sur `TRUE`, au moins une source de données valide doit être sélectionnée.

d. Dans la liste **Stratégie de sécurité**, sélectionnez une stratégie de sécurité, le cas échéant, à appliquer au nouveau segment.

e. Cliquez sur **OK** pour revenir à l'onglet **Définition des segments**.

8. (Facultatif) Utilisez l'onglet **Général** pour attribuer un nom et une note descriptive.
9. Cliquez sur **OK**.

Que faire ensuite

Pour créer ou mettre à jour des segments stratégiques, exécutez le processus de création de segment CreateSeg en mode production. Les exécutions en mode test ne créent pas et ne mettent pas à jour de segments stratégiques. N'oubliez pas que la propriété de configuration `Campaign|partitions|partition[n]|server|flowchartRun|saveRunResults` doit être définie avec la valeur `TRUE`. Une fois le diagramme enregistré, les segments stratégiques seront disponibles pour être utilisés dans d'autres diagrammes.

Concepts associés :

«Processus de création de segment CreateSeg», à la page 104

«A propos des segments stratégiques», à la page 232

Association de segments stratégiques à des campagnes

Un segment stratégique est une liste d'ID créée par un administrateur ou un utilisateur avancé dans une session et mise à la disposition de toutes les campagnes. Il ne diffère pas des autres segments (ceux créés par le processus Segment), sinon qu'il est disponible de manière globale et qu'il peut être utilisé dans toutes les campagnes.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

L'association d'un segment stratégique à une campagne vous rend la tâche de sélection de ce segment plus facile lorsque vous créez des diagrammes. L'association des segments stratégiques pertinents à une campagne fournit également des fonctions de génération de rapports plus étendues.

Procédure

1. Dans l'onglet **Récapitulatif de la campagne**, cliquez sur l'icône **Ajouter/supprimer segments** .
2. Recherchez les segments à ajouter.
   - Cliquez sur les dossiers pour les explorer.
   - Cliquez sur **Arborescence/Vue de liste** pour changer de vue.

- Cliquez sur **Rechercher** pour effectuer une recherche par nom ou description.

3. Sélectionnez les segments à ajouter, puis cliquez sur **>>** pour les déplacer vers la liste **Segments inclus**. Utilisez **Maj+Clic** ou **Ctrl+Clic** pour sélectionner plusieurs segments.
4. Cliquez sur **Enregistrer les modifications.**

Résultats

es segments que vous avez ajoutés s'affichent sur la page de récapitulatif de la campagne, sous **Segments liés**.

Remarque : Lorsque vous utilisez le processus de sélection pour choisir les clients dans vos diagrammes de campagne, les segments associés à votre campagne apparaissent en haut de la liste afin de faciliter leur localisation.

Processus de liste d'adresses

Utilisez le processus de liste d'adresses pour affecter des offres à des contacts, générer une liste de contacts pour une campagne de publipostage et consigner l'historique des contacts. Le processus de liste d'adresses est souvent qualifié de *processus de contact*.

Configuration de processus de contact (liste d'adresses ou liste d'appels)

Suivez ces instructions pour configurer un processus liste d'adresses ou liste d'appels dans un diagramme Campaign. Configurez un processus liste d'adresses ou liste d'appels pour affecter des offres à des contacts, générer une liste de contacts pour une campagne de publipostage ou de télémarketing et consigner les résultats dans l'historique des contacts.

Procédure

1. Ouvrez une campagne et cliquez sur un onglet Diagramme.
2. Cliquez sur l'icône **Editer** dans la fenêtre de diagramme.
3. Faites glisser un processus de contact (liste d'adresses ou liste d'appels) depuis la palette vers votre diagramme.
4. Connectez un ou plusieurs processus configurés comme source au processus de contact.

   Les processus que vous connectez doivent produire des cibles générées qui servent de source pour le processus de contact. Par exemple, un processus de sélection génère une liste d'ID qui peut ensuite servir de source pour un processus de contact.

   Important : Toutes les cibles que vous sélectionnez comme cibles d'entrée doivent posséder le même niveau d'audience.
5. Cliquez deux fois sur le processus de contact dans l'espace de travail du diagramme.

   La boîte de dialogue de configuration des processus apparaît.
6. Utilisez l'onglet **Exécution** pour indiquer quelle source est utilisée pour générer la liste de contacts et si la cible est générée dans une liste ou une table.

a. Dans la liste **Source**, spécifiez les cibles à utiliser comme source de données pour la liste de contacts.

   Remarque : L'option **Cibles multiples** n'est disponible que si le processus source génère plusieurs cibles ou que s'il existe plusieurs processus qui fournissent le processus de contact.

b. La case à cocher **Activer Exporter vers** est sélectionnée par défaut. Pour exporter vos données de liste dans une table ou un fichier, laissez la case **Activer Exporter vers** cochée, puis utilisez les options appropriées :
   - Pour enregistrer la cible dans une table de base de données, sélectionnez une table dans la liste **Activer Exporter vers**.
   - Si la table de base de données que vous souhaitez utiliser n'apparaît pas dans la liste ou si vous souhaitez enregistrer la cible dans une table non mappée, sélectionnez **Table de base de données**. Utilisez la boîte de dialogue Indiquer la base de données pour spécifier les noms de table et de base de données. Les variables utilisateur sont prises en charge dans le nom de table que vous spécifiez.
   - Pour enregistrer la cible dans un fichier, sélectionnez **Fichier** dans la liste **Activer Exporter vers**, puis indiquez un nom de fichier et d'autres détails. Vous pouvez enregistrer dans un fichier pour tester la cible du processus de contact. Une fois le processus exécuté, vérifiez le fichier pour confirmer que les résultats correspondent à ce que vous attendiez.
   - Pour créer une table utilisateur, sélectionnez **Nouvelle table mappée** dans la liste **Activer Exporter vers**. Pour obtenir des instructions, voir le document *Campaign - Guide d'administration*.
   - Indiquez comment gérer les mises à jour dans le fichier ou la table généré :
     – **Ajouter aux données exist.**. Ajoutez les nouvelles informations à la fin de la table ou du fichier. Cette option est la meilleure pratique pour les tables de base de données. Si vous sélectionnez cette option pour un fichier délimité, les libellés ne sont pas exportés comme première ligne.
     – **Remplacer tous les enreg.**. Supprimez toutes les données existantes de la table ou du fichier et remplacez-les par les nouvelles informations.
     – **Créer un nouveau fichier**. Cette option est disponible si vous indiquez un nouveau fichier dans la zone **Activer Exporter vers**.

c. Si vous souhaitez seulement écrire dans l'historique des contacts, et que vous ne souhaitez pas générer de cible dans une table ou un fichier, désélectionnez l'option **Activer Exporter vers**. (Utilisez l'onglet Journal, expliqué dans les étapes suivantes, pour indiquer comment consigner des informations dans les tables d'historique des contacts.)

d. (Facultatif) **Fichier de récapitulatif** : Entrez un chemin et un nom de fichier dans la zone **Fichier de récapitulatif** ou accédez à un emplacement en cliquant sur le bouton des points de suspension. Un fichier de récapitulatif est un fichier texte avec l'extension .sum. Ce fichier contient des informations sur le contenu de la liste. Généralement, vous incluez ce fichier à la liste lorsque vous l'envoyez au centre de distribution. Un fichier récapitulatif est généré uniquement si vous sélectionnez l'option **Activer Exporter vers**.

e. (Facultatif) Pour envoyer un déclencheur à la fin de l'exécution du processus, sélectionnez l'option **Envoi déclencheur** et choisissez le déclencheur que vous souhaitez envoyer. Pour envoyer plusieurs

déclencheurs, utilisez **Ctrl + Clic** pour sélectionner plusieurs déclencheurs. Les déclencheurs sélectionnés sont répertoriés dans la zone **Envoi déclencheur** et sont séparés par des virgules.

7. Utilisez l'onglet **Traitement** pour attribuer une ou plusieurs offres ou listes d'offres à chaque population ciblée :
   a. Cliquez sur la zone **Offre** en regard de la cible, puis sélectionnez une offre. Pour affecter plusieurs offres à plusieurs cibles, sélectionnez toutes les lignes auxquelles vous souhaitez affecter des offres, puis cliquez sur **Affecter offres**.

      Remarque : Si les cibles source sont liées à une cible descendante définie dans la liste des populations ciblées (LPC) et que des offres sont déjà affectées dans cette liste, les offres sont affichées ici. Vous pouvez remplacer ces affectations. Toutes les modifications que vous apportez au processus de contact sont répercutées dans la liste des populations ciblées après l'enregistrement du diagramme.
   b. Si vous souhaitez exclure certains ID de la liste de contacts, sélectionnez **Utiliser groupes contrôle disponibles**, puis remplacez la valeur de la zone **Contrôle ?** par **O** pour chaque cible à utiliser comme contrôle. Ces cibles apparaissent dans la liste **Cible de contrôle** et aucune offre ne peut leur être affectée.
   c. Pour chaque cible qui n'est pas de contrôle, vous pouvez indiquer une cible de contrôle et une offre.
8. Utilisez l'onglet **Paramètres** si votre organisation utilise des offres paramétrées. Par exemple, une offre peut être paramétrée avec les valeurs de 10 % et 20 %. L'onglet **Paramètres** affiche les valeurs pour chaque offre qui a été affectée dans l'onglet Traitement. S'il n'existe pas d'offre paramétrée, vous pouvez ignorer cet onglet.
   a. Utilisez la liste **Cibles** pour sélectionner les cibles que vous souhaitez affecter.

      Pour enregistrer l'heure de saisie des données, sélectionnez **[Toutes les cibles]** pour affecter des valeurs s'appliquant à la plupart des cibles, puis sélectionnez des cibles individuelles pour remplacer les valeurs.

      Si vous sélectionnez **[Toutes les cibles]**, il n'y a qu'une seule ligne par offre par paramètre. Les valeurs saisies dans la zone **Valeur affectée** s'appliquent à chaque cible ayant reçu l'offre.

      Si vous avez affecté la même offre à plusieurs cibles dans l'onglet Traitement mais avec des valeurs de paramètre différentes pour chaque cible, la vue **[Toutes les cibles]** affiche **[[Plusieurs valeurs]** dans la colonne **Valeur affectée** et la liste **Cibles** affiche la valeur affectée à chaque cible.

      Lorsque vous sélectionnez une cible individuelle, vous voyez uniquement les offres affectées à la cible sélectionnée. Les valeurs que vous entrez dans la zone **Valeur affectée** s'appliquent uniquement à cette cible.
   b. Cliquez dans la zone **Valeur affectée** (ou sélectionnez une ligne dans la table et cliquez sur **Assigner une valeur**), puis sélectionnez ou saisissez une valeur à affecter au paramètre. Vous pouvez utiliser des constantes, des zones dérivées ou des zones table comme valeurs. Par exemple, vous pouvez utiliser une zone dérivée pour générer des valeurs pouvant être affectées à des attributs d'offre.

      Le paramètre de configuration `Campaign | partitions | partition[n] | server | flowchartConfig | disallowAdditionalValForOfferParam` détermine si vous êtes autorisé à indiquer des valeurs supplémentaires ou

si vous pouvez uniquement sélectionner des valeurs dans la liste pour les attributs de type **liste déroulante à sélection unique**.

9. Utilisez l'onglet **Personnalisation** pour indiquer les zones permettant d'écrire dans la liste de contacts. Par exemple, si vous générez une liste de mailing, incluez les noms et adresses des contacts.
   - La liste Zones à exporter indique quelles zones utilisées pour écrire dans la liste de cibles.
   - Si vous avez sélectionné une table dans l'onglet Fulfillment, la liste Zones à exporter inclut toutes les zones de cette table. Vous devez mapper chaque zone de données vers une colonne de table correspondante. Pour rechercher automatiquement les zones correspondantes, cliquez sur **Correspondance**. Les zones qui correspondent exactement aux noms de zones de la table sont automatiquement ajoutées à la liste. Si plusieurs zones correspondent, seule la première est prise en compte.
   - Si vous avez sélectionné un fichier dans l'onglet Fulfillment, la liste Zones à exporter est vide et vous devez indiquer quelles zones générer.
   - Lorsque vous sélectionnez Zones à générer, vous pouvez cliquer sur la flèche en regard d'un article pour le développer. Par exemple, vous pouvez développer la liste **IBM Campaign Generated Fields**, puis sélectionner **Treatment Code**. Le fait d'inclure le **code de traitement** à la cible vous permet de l'utiliser pour suivre les réponses. Le suivi des réponses directes nécessite que les clients fournissent le même code lorsqu'ils répondent à l'offre (par exemple, à l'aide d'un coupon). Utilisez **Ctrl+Clic** ou **Maj+Clic** pour sélectionner plusieurs zones.
   - Pour afficher les valeurs d'une zone, sélectionnez la zone et cliquez sur **Analyse**.
   - Utilisez les commandes **Ajouter** et **Supprimer** pour ajuster le contenu de la liste.
   - L'ordre des zones dans la liste Zones à exporter détermine l'ordre dans lequel les données sont écrites.
10. Pour trier la cible et indiquer comment gérer des ID en double dans la liste, cliquez sur **Plus** dans l'onglet **Personnalisation**.

    La boîte de dialogue Paramètres avancés s'affiche.

    a. Choisissez si votre liste doit inclure ou pas les ID en double. Par exemple, si votre ID audience est Foyer, il peut y avoir des ID audience en double pour chaque personne de ce foyer. Vous pouvez souhaiter, ou pas, que chaque personne soit incluse à la liste. Pour ne pas inclure les ID en double, choisissez **Supprimer doublons**, et indiquez quel enregistrement conserver si des ID en double sont renvoyés. Par exemple, pour conserver uniquement le membre de la famille ayant le revenu le plus important dans le foyer, sélectionnez **Max.** et **Household_Income**.

       Remarque : Cette option supprime les doublons apparaissant dans la même cible source. Si le même ID existe dans plusieurs cibles source, votre liste de contacts peut toujours contenir des doublons. Si votre objectif consiste à supprimer tous les doublons de la liste, utilisez un processus Fusion ou Segmentation en amont du processus de contact afin d'éliminer les ID en double ou de créer des segments mutuellement exclusifs.

       Remarque : Cette option appartient uniquement à la table d'exécution (la liste) et non à l'historique des contacts. Les tables d'historique des contacts contiennent toujours des ID uniques uniquement. Par exemple, imaginons que votre liste de cibles contient plusieurs membres d'une famille (ID en

double pour des foyers). L'historique des contacts contiendra uniquement un enregistrement pour le foyer, le premier ID client trouvé. La personne qui conçoit le diagramme doit s'assurer que les résultats renvoient les enregistrements corrects avant que ces derniers n'atteignent les tables de l'historique des contacts. Utilisez le processus d'extraction pour supprimer les doublons des résultats avant la case de processus de contact afin de vérifier que les enregistrements corrects sont inscrits à la fois dans la table d'exécution et dans l'historique des contacts.

b. Pour trier la cible, utilisez l'option **Trier par**. Par exemple, pour trier par nom de famille dans l'ordre inversé, sélectionnez la zone **Last_Name** puis **Décroissant**.

c. Cliquez sur **OK** pour fermer la fenêtre Paramètres avancés.

11. Utilisez l'onglet **Journal** pour contrôler ce qui est écrit dans l'historique des contacts.

    Vous devez disposer des droits appropriés pour pouvoir activer ou désactiver les options du journal d'historique des contacts.

    a. Pour consigner l'historique des contacts dans les tables système, cochez la case **Consigner dans tables de l'historique des contacts**. Cette option permet d'accéder aux informations de contact pour le suivi et la génération de rapports dans Campaign.

       Remarque : Lorsque vous créez une liste de mailing, ne consignez pas d'informations dans l'historique des contacts si vous prévoyez d'envoyer la liste à une société de publipostage pour traitement (comme la validation des adresses). Pensez plutôt à utiliser un processus de suivi pour consigner les informations renvoyées par la société de publipostage. De cette manière, vous ne capturez que la liste des clients ayant reçu une offre par courrier. Une autre approche consiste à autoriser la liste d'adresses à mettre à jour l'historique des contacts, puis à utiliser le processus de suivi pour mettre à jour les enregistrements de l'historique des contacts créés par le processus de liste d'adresses.

    b. (Facultatif) Pour stocker des informations de contact dans un autre emplacement, en plus ou la place des tables d'historique des contacts, cochez la case **Consigner dans autre destination**. Cette option est utile si votre organisation nécessite un traitement complémentaire des informations dans un autre format ou si vous souhaitez examiner la cible avant de mettre à jour l'historique des contacts.

12. Si vous avez sélectionné **Consigner dans autre destination** dans l'onglet Journal :

    a. Utilisez **Select cells** pour indiquer quelle source utiliser (s'il existe plusieurs sources).

    b. Utilisez **Dans** pour sélectionner une table de destination ou un fichier. Si vous sélectionnez **Fichier**, définissez le nom et les paramètres du fichier de sortie.

       Indiquez quelles données de zone inclure en déplaçant les zones à générer dans la liste **Zones à générer**. Vous pouvez rechercher automatiquement les zones correspondantes en cliquant sur **Correspondance**. Les zones qui correspondent exactement aux noms **Zone table** sont automatiquement ajoutées dans la liste **Zones à historiser**. Si plusieurs zones correspondent, seule la première est prise en compte. L'ordre des zones dans la liste détermine l'ordre des données dans le fichier.

    c. Utilisez les options suivantes pour indiquer de quelle manière sont gérées les mises à jour du fichier ou de la table de destination :

- **Ajouter aux données exist.** : Ajoutez les nouvelles informations de contact à la fin de la table ou du fichier. L'ajout de données est un choix sûr pour les tables de base de données car il préserve les données existantes. Si vous sélectionnez cette option pour un fichier délimité, les libellés ne sont pas exportés comme première ligne.
- **Remplacer tous les enreg.** : Remplacez les données existantes de la table ou du fichier par les informations du nouveau contact.

Une zone d'information indique si **Supprimer doublons** est défini sur Oui ou Non. Vous définissez cette option sur l'onglet **Personnalisation** mais elle s'applique également à la table ou au fichier que vous avez spécifié pour **Consigner dans autre destination**, où vous consignez en plus l'historique des contacts.

13. Pour personnaliser les informations qui sont enregistrées dans l'historique des contacts, cliquez sur **Options** dans l'onglet Journal.

    La boîte de dialogue Options de journalisation des contacts s'affiche.

    a. Pour éviter toute mise à jour de l'historique des contacts lors de l'exécution de ce processus, sélectionnez **Créer uniquement des traitements**.

       Cette option vous permet de générer de nouveaux traitements dans la table Traitements *sans* mettre à jour l'historique des contacts, permettant ainsi de différer la mise à jour des tables d'historique. Par exemple, utilisez cette option si vous prévoyez de supprimer des adresses non valides et en double via un post-traitement. Si vous attendez de mettre à jour l'historique des contacts avec la liste finale des ID auxquels des offres sont envoyées, vous obtiendrez un historique des contacts plus concis et plus précis.

       Si vous sélectionnez cette option, les autres options de cette boîte de dialogue qui ne s'appliquent plus sont désactivées.

       Par défaut, cette option n'est *pas* sélectionnée, l'historique des contacts est donc mis à jour lors de l'exécution du processus.

       Pour plus d'informations sur la consignation dans l'historique des contacts, voir Chapitre 9, «Historique des contacts», à la page 187.

    b. Pour générer de nouveaux traitements avec l'ID package utilisé dans l'exécution de traitement la plus récente, sélectionnez **Utiliser l'ID du dernier package**.

       Toutes les offres envoyées à une personne dans un même processus de contact sont considérées comme un seul "package". Par défaut, **Utiliser l'ID du dernier package** n'est pas sélectionné. Le fait que cette option ne soit pas sélectionnée permet de s'assurer qu'un ID unique est affecté à chaque package pour chaque exécution de production du processus de contact.

       Si vous avez sélectionné **Créer uniquement des traitements** pour empêcher la mise à jour de l'historique des clients, vous pouvez également sélectionner **Utiliser l'ID du dernier package** pour vous assurer que l'ID du package de l'exécution précédente est affecté à chaque ensemble d'offres. Cette action lie les offres à l'historique des contacts existant.

    c. Utilisez **Niveau d'audience de suivi** pour déterminer le niveau d'audience enregistré dans l'historique des contacts.

       Remarque : Le processus de contact supprime les enregistrements en double en fonction du niveau d'audience du processus d'entrée. La modification du **Niveau d'audience de suivi** n'affecte pas la manière dont les enregistrements sont dédupliqués. Par exemple, supposons qu'un

processus liste d'adresses utilise le niveau d'audience 1, mais que vous souhaitiez consigner les enregistrements dans l'historique des contacts au niveau d'audience 2. Dans ce cas, vous devez configurer un processus audience pour modifier le niveau d'audience. Connectez ensuite le processus audience comme source pour le processus de contact. Vous pouvez maintenant sélectionner un niveau d'audience de suivi 2.

d. Utilisez la zone **Date Contact** pour indiquer à quel moment contacter les personnes de la liste de contacts. Si vous n'indiquez pas de date, Campaign utilise la date d'exécution du diagramme.

e. Utilisez la liste **Code de statut du contact** pour indiquer un code de statut pour le suivi.

f. Utilisez les contrôles pour ajouter des zones de la liste **Zones disponibles** à la liste **Zones à historiser**.

g. Cliquez sur **Fermer** pour revenir à l'onglet **Journal** de la boîte de dialogue de configuration des processus.

14. (Facultatif) Pour supprimer toutes les entrées de l'historique des contacts et de l'historique des réponses associé ou certaines d'entre elles avant l'exécution suivante du processus de contact, cliquez sur **Effacer l'historique** dans l'onglet **Journal**.

    Important : L'option **Effacer l'historique** supprime définitivement des tables système les enregistrements de l'historique des contacts et de l'historique des réponses. Ces données sont irrécupérables.

15. (Facultatif) Utilisez l'onglet **Général** pour affecter un nom et des remarques descriptives au processus.

16. Cliquez sur **OK**.

Résultats

Le processus est maintenant configuré. Vous pouvez le tester pour vérifier qu'il renvoie les résultats escomptés. Lors d'une exécution en mode test, aucune donnée n'est générée et aucun fichier ou table n'est mis à jour, mais les déclencheurs sélectionnés dans l'onglet **Exécution** sont exécutés.

Processus liste d'appels

Utilisez-le pour affecter des offres à des contacts, générer une liste de contacts pour une campagne de télémarketing et consigner l'historique des contacts. Le processus liste d'appels est souvent qualifié de *processus de contact*.

La configuration d'un processus Liste d'appels est similaire à celle d'un processus Liste d'adresses. Voir «Configuration de processus de contact (liste d'adresses ou liste d'appels)», à la page 107.

Processus de suivi

Utilisez le processus Suivi pour mettre à jour les statuts de contact ou les zones suivi en plus pour les enregistrements existants dans l'historique des contacts. Le processus de suivi peut mettre à jour des enregistrements d'historique des contacts existants, créer de nouveaux enregistrements, ou les deux.

Le processus Suivi permet de consigner des informations de contact dans les tables d'historique des contacts, séparément du processus de contact qui a généré la liste des contacts.

Par exemple, si la société de publipostage effectue un post-traitement pour supprimer les adresses non valides ou en double, vous ne consignez sans doute pas la liste générée initialement dans l'historique des contacts. Vous attendez plutôt que la société de publipostage vous envoie une liste de confirmation des identifiants auxquels elle a envoyé des offres.

Dans ce cas, les données que vous fournissez au processus Suivi constituent la liste d'adresses finale utilisée par la société de publipostage après son post-traitement et la liste des contacts n'en sera que plus précise. Ultérieurement, si des documents de publipostage sont retournés comme étant non distribués, vous pouvez utiliser le processus de suivi pour mettre à jour le statut des contacts avec la valeur "Non distribuable".

Il peut également arriver que la liste soit importante, et qu'il ne soit pas nécessaire de charger toutes ces informations dans l'historique des contacts. Vous pouvez à la place consigner uniquement les contacts ayant été réellement contactés. Il arrive souvent que vous ne sachiez pas qui a été contacté et qui ne l'a pas été jusqu'à ce que vous receviez un feedback des centres d'appel ou des sociétés de publipostage. Vous pouvez utiliser le processus Suivi de façon à pouvoir, lorsque vous recevez un feedback des différentes sources, l'insérer dans les tables d'historique des contacts.

Pour plus de détails sur la consignation des contacts dans l'historique des contacts, voir Chapitre 9, «Historique des contacts», à la page 187.

Exemple 1

Vous créez deux diagrammes pour tirer parti de la fonctionnalité du processus de suivi qui diffère l'écriture des données dans l'historique des contacts.

Créez votre liste de contacts dans le diagramme 1 : Un processus de sélection sélectionne des données, fournit une entrée à un processus segment, dans lequel les données sont segmentées par niveau de valeur. Les données segmentées issues du processus segment constituent la source pour un processus de liste d'adresses. Vous configurez le processus de liste d'adresses pour transmettre une liste d'ID à un fichier, sans consigner d'historique des contacts, car vous souhaitez que la liste de contacts soit soumise à un post-traitement par la société de publipostage.

Créez Diagramme2 pour gérer la liste de contacts qui vous est renvoyée par la société de publipostage et pour écrire la liste finale de contacts dans l'historique des contacts. Ce diagramme comprend un processus de sélection qui répertorie les clients ayant été effectivement contactés par la société de publipostage, connecté à un processus de suivi qui consigne ces informations dans l'historique des contacts.

Exemple 2

Dans une variante de l'exemple précédent, la société de publipostage renvoie la liste des ID qui *n'ont pas pu* être contactés. Pour obtenir la liste des ID contactés, sélectionnez la liste de contacts de sortie d'origine depuis Diagramme 1 et utilisez un processus de fusion pour supprimer les ID qui n'ont pas pu être contactés. La sortie générée par le processus Fusion est une liste des ID contactés, que vous pouvez transmettre à un processus Suivi pour qu'elle soit copiée dans l'historique des contacts.

Remarque : Dans les deux exemples, le code de traitement est nécessaire pour mapper les données mises à jour à la liste d'origine.

Suivi de l'historique des contacts

Configurez un processus Suivi pour mettre à jour des lignes existantes dans l'historique des contacts ou créer de nouvelles lignes.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Pour des exemples, voir «Processus de suivi», à la page 113.

Procédure

1. Ouvrez une campagne et cliquez sur un onglet Diagramme.
2. Cliquez sur l'icône **Editer** dans la fenêtre de diagramme.
3. Faites glisser le processus de suivi de la palette vers votre diagramme.
4. Connectez un ou plusieurs processus configurés comme source dans le processus Suivi.
5. Cliquez deux fois sur le processus Suivi dans le diagramme.
6. Utilisez l'onglet **Source** pour sélectionner des cibles source contenant des répondants potentiels. Les cibles des processus connectés au processus Suivi sont affichées dans liste **Source**.
   a. Utilisez la liste **Source** pour sélectionner différentes cibles source supplémentaires.
   b. Sélectionnez dans la zone **Date du contact** une date à associer aux enregistrements que le processus Suivi va mettre à jour. Par défaut, la valeur "Aujourd'hui" est sélectionnée. Vous pouvez également utiliser des zones dérivées pour remplir la zone **Date du contact**.
   c. Sélectionnez un **code du statut du contact** à associer aux enregistrements mis à jour dans l'historique des contacts.
7. Cliquez sur l'onglet **Mapping des traitements**.

   Utilisez la liste **Zones d'action disponibles** pour choisir la zone appropriée à associer au code de traitement. Le code de traitement identifie de manière unique la ligne de l'historique des contacts à mettre jour.

   Sélectionnez une zone à utiliser pour la correspondance, puis cliquez sur **Ajouter** pour la déplacer dans la liste **Zones Offre/Traitement correspondantes** afin qu'elle soit associée à un code de traitement.
8. Cliquez sur l'onglet **Journal** pour indiquer comment mettre à jour l'historique des contacts.

   Remarque : Vous devez posséder les droits appropriés pour activer ou désactiver les mises à jour apportées aux tables de l'historique des contacts.
   a. Pour mettre à jour l'historique des contacts dans les tables système, cochez la case **Consigner dans tables de l'historique des contacts**.
   b. Indiquez de quelle manière les tables d'historique des contacts doivent être mises à jour :
      - **Mettre à jour les enregistrements existants** : s'il existe un enregistrement, mettez-le à jour. S'il n'existe pas d'enregistrement, n'en créez pas.
      - **Créer uniquement de nouveaux enregistrements** : s'il n'existe pas d'enregistrement, créez-en un. Ne mettez pas à jour les enregistrements existants.

- **Mettre à jour les enregistrements existants et en créer de nouveaux** : s'il existe un enregistrement, mettez-le à jour. S'il n'existe pas d'enregistrement, ajoutez-en un.

c. Pour écrire des zones supplémentaires dans l'historique des contacts, cliquez sur **Zones supplémentaires** pour afficher la boîte de dialogue Options d'historisation des contacts. Utilisez les boutons **Ajouter**, **Supprimer**, **Correspondance**, **Monter** et **Descendre** pour sélectionner et déplacer des zones de la liste **Zones disponibles** vers la liste **Zones à historiser**. Les zones sans correspondance ne seront pas mises à jour.

d. Cliquez sur **OK**.

9. Si vous souhaitez vous connecter à une destination autre que l'historique des contacts dans les tables système ou à une destination supplémentaire, cochez la case **Consigner dans autre destination**. Cette option vous permet d'écrire dans une table ou un fichier de remplacement.

   a. Utilisez la liste **Dans** pour indiquer si la sortie doit être enregistrée dans un fichier ou dans une nouvelle table ou une table existante de la base de données :

      Si vous sélectionnez **Fichier**, utilisez la boîte de dialogue Définition du fichier de sortie pour indiquer le type de fichier de sortie, le nom de fichier et le dictionnaire de données correspondant.

      Si vous sélectionnez **Nouvelle table**, utilisez la boîte de dialogue Définition de la nouvelle table pour spécifier des informations sur la nouvelle table dans laquelle vous souhaitez écrire la sortie du journal.

   b. Pour spécifier les zones à afficher, sélectionnez les zones dans la liste **Zones disponibles** et déplacez-les vers la liste **Zones à historiser**. Si les zones que vous souhaitez sélectionner ne sont pas affichées, développez les éléments dans la liste Zones disponibles. Vous pouvez également utiliser des zones dérivées pour les zones disponibles.

   c. Vous pouvez rechercher automatiquement les zones correspondantes en cliquant sur **Correspondance**. Les zones qui correspondent exactement aux noms **Zone table** sont automatiquement ajoutées dans la liste **Zones à historiser**. Si plusieurs zones correspondent, seule la première est prise en compte.

   d. Sélectionnez une option pour spécifier comment gérer les mises à jour dans le fichier ou la table généré :

      - **Ajouter aux données exist.** : Ajoutez les nouvelles informations de contact à la fin de la table ou du fichier. Si vous sélectionnez cette option pour un fichier délimité, les libellés ne sont pas exportés comme première ligne. Il s'agit de la meilleure pratique pour les tables de base de données.
      - **Remplacer tous les enreg.** : Remplace les données existantes de la table ou du fichier par les nouvelles informations de contact.

10. (Facultatif) Cliquez sur **Général** pour affecter un nom et des remarques descriptives au processus.
11. Cliquez sur **OK**.

Résultats

Le processus est maintenant configuré. Vous pouvez le tester pour vérifier qu'il renvoie les résultats escomptés.

Processus réponse

Le processus Réponse recherche les réponses des clients qui ont été contactés dans un processus de contact, tel que Liste d'adresses ou Liste d'appels.

En fonction des règles que vous définissez lors de la configuration du processus, le processus Réponse détermine les réponses valides et la manière dont elles sont recréditées dans les campagnes ou les offres. La sortie du processus Réponse est enregistrée dans plusieurs tables système de l'historique des réponses, où les données sont accessibles et analysables à l'aide de rapports Campaign sur les performances et la rentabilité.

Dans sa forme la plus simple, le processus Réponse peut apparaître dans son propre diagramme connecté à un processus Sélection (et éventuellement à un processus de segmentation). Dans un tel diagramme, le processus Sélection sélectionne des ID dans une table mappée contenant des informations sur les répondants et leurs actions. Ces ID sont segmentés par le processus de segmentation en groupes pertinents, puis transmis à un processus Réponse qui applique les règles de suivi des réponses. La sortie est consignée dans des tables de l'historique des réponses.

Un processus Réponse est étroitement lié à son processus de contact correspondant, dans lequel les répondants qui font l'objet d'un suivi pouvaient être membres des cibles d'offres particulières.

Tâches associées :

«Mise à jour de l'historique des réponses»

Référence associée :

«Rapports de performances pour IBM Campaign», à la page 253

Mise à jour de l'historique des réponses

Utilisez le processus réponse pour mettre à jour l'historique des réponses. Le processus de réponse compare des informations de réponse de campagne avec l'historique des contacts et consigne des informations dans les tables d'historique des réponses pour le niveau d'audience approprié.

Avant de commencer

Un processus Réponse est étroitement lié à son processus de contact correspondant, dans lequel les répondants qui font l'objet d'un suivi pouvaient être membres des cibles d'offres particulières. Par conséquent, avant de pouvoir configurer un processus Réponse, vous devez :

- Identifiez le niveau d'audience de votre liste de contacts.
- Assurez-vous que l'historique des contacts et les tables système de l'historique des réponses sont mappés pour chaque niveau d'audience contacté et suivi. Cette opération est généralement effectuée par l'administrateur Campaign.
- configurer un processus Réponse distinct pour chaque niveau d'audience dans lequel vous assurez le suivi des répondants ;
- connaître les codes représentant les types de réponse dont vos souhaitez effectuer le suivi ;

- savoir quel codes générés par Campaign (campagne, cible, offre ou codes de traitement) ont été envoyés à votre liste de contacts, afin que vous puissiez les mapper pour le suivi ;
- activer la capacité de créer des tables temporaires dans la base de données des tables système de Campaign (définir la propriété de configuration `AllowTempTables` sur true).

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Pour configurer un processus réponse, procédez comme suit :

Procédure

1. Accédez à la liste des campagnes dans lesquelles vous avez créé vos diagrammes de contact (diagrammes auxquels sont affectées les offres que vous prévoyez d'analyser).
2. Généralement, vous créez un diagramme distinct pour gérer le processus de réponse. Vous pouvez également disposer d'un diagramme de réponses par canal ou d'un diagramme de suivi des réponses pour tous les campagnes.
3. Cliquez sur l'icône **Editer** dans la fenêtre de diagramme.
4. Faites glisser le processus réponse de la palette vers votre diagramme.
5. Connectez un processus de sélection ou d'extraction comme entrée au processus de réponse.

   Le processus de sélection ou d'extraction effectue généralement une lecture à partir d'une table d'action. Une *table d'action* est une table ou un fichier de base de données facultatif qui contient les données de réponse collectées une fois les offres présentées aux clients. Souvent, les données proviennent de plusieurs tables, comme des transactions ou des informations sur les ventes.

   Remarque : Les administrateurs doivent s'assurer que la table d'action est verrouillée au cours du traitement des réponses. Ils doivent également effacer les lignes après chaque exécution du processus de réponse afin de s'assurer que les réponses ne sont pas créditées plusieurs fois. Par exemple, utilisez Campaign pour exécuter SQL après le processus de réponse pour purger la table d'action. Pour des informations importantes, voir *Campaign - Guide d'administration*.
6. Cliquez deux fois sur le processus réponse dans le diagramme pour ouvrir la boîte de dialogue de configuration des processus.
7. Utilisez l'onglet **Source** comme suit.
   a. Si vous avez suivi les étapes de cette procédure, la liste **Source** affiche déjà la source appropriée. La source doit provenir de la table d'action mappée qui contient les informations sur les réponses de vos clients.

      Remarque : Si vous utilisez un fichier à plat délimité comme entrée pour le processus Réponse, vous devez vous assurer que tous les types de données des fichiers en entrée sont mappés de manière appropriée, car cette vérification n'est pas effectuée par le processus Réponse. L'utilisation d'un type de données non concordant (par exemple, un code de traitement mappé comme "numérique" alors que la zone `UA_Treatment.TreatmentCode` est de type "chaîne") entraîne une erreur de base de données dans certaines bases de données (par exemple, les tables système sous DB2).

b. Pour **Date de réponse**, sélectionnez une date dans votre table d'action à associer aux enregistrements qui seront générés par le processus de réponse. Par défaut, la valeur "Aujourd'hui" est sélectionnée.

c. Pour **Code de type de réponse**, choisissez une zone dans votre table d'action. Les codes de type de réponse sont définis globalement et disponibles pour toutes les campagnes. Les types de réponse sont les actions spécifiques que vous suivez, telles qu'un clic, une interrogation, un achat, une activation et une utilisation. Chaque type de réponse est représenté par un code réponse unique.

8. Utilisez l'onglet **Mapping des traitements** pour sélectionner les zones à suivre et les faire correspondre avec une liste d'attributs d'offre et de traitement.

   a. Dans la liste **Zones d'action disponibles**, développez la table d'action que vous utilisez pour pouvoir visualiser la liste des zones.

   b. Utilisez le bouton **Ajouter** pour faire correspondre **Zones d'action disponibles** avec les attributs correspondants dans la liste **Zones Offre/Traitement correspondantes**. La colonne **Attribut offre/traitement** répertorie tous les attributs d'offre ou de traitement dans le système.

      Il est conseillé de faire correspondre au moins un attribut utile et un code de réponse.

      Remarque : Les zones non mappées et celles pour lesquelles aucune valeur n'est disponible (ou dont la valeur est NULL) ne sont pas utilisées pour l'attribution des réponses. Pour qu'une instance de traitement reçoive un crédit de réponse, toutes les zones renseignées doivent correspondre, à l'exception des contrôles. Pour les contrôles, tous les codes sont ignorés.

9. Cliquez sur l'onglet **Journal** pour spécifier des zones supplémentaires à consigner dans l'historique des réponses.

   Utilisez les commandes pour faire correspondre des zones de la liste **Zones disponibles** avec des zones de la liste **Zones à historiser**.

   Vous pouvez automatiquement faire correspondre les zones correspondantes en cliquant sur **Correspondance**. Les zones qui correspondent exactement aux noms **Zone table** sont automatiquement ajoutées dans la liste **Zones à historiser**. Si plusieurs zones correspondent, seule la première est prise en compte.

10. Cliquez sur l'onglet **Général** pour attribuer un nom et une note descriptive au processus.

11. Cliquez sur **OK**.

Résultats

Le processus est maintenant configuré. Vous pouvez le tester pour vérifier qu'il renvoie les résultats escomptés.

Lorsque vous sauvegardez et exécutez le diagramme, des informations sont inscrites dans les tables système d'historique des réponses. Les administrateurs Campaign doivent veiller à effacer les lignes après chaque exécution du processus de réponse afin de s'assurer que les réponses ne sont pas créditées plusieurs fois.

Concepts associés :

«Comment procéder au suivi des réponses à une campagne», à la page 200

«Processus réponse», à la page 117

«Réponses directes», à la page 206

«Méthodes d'attribution», à la page 209

Référence associée :

«Rapports de performances pour IBM Campaign», à la page 253

Analyse des champs pour afficher les valeurs des données utilisateur

Vous pouvez utiliser l'option **Analyse** pour prévisualiser les valeurs de zone lorsque vous configurez un processus dans un diagramme. Elle vous permet d'afficher les valeurs réelles à partir des champs de vos données utilisateur. Vous pouvez analyser n'importe quel champ d'une source de données mappée. Vous pouvez également profiler les zones dérivées.

Avant de commencer

Vous devez disposer des droits appropriés pour analyser des zones. Demandez conseil à votre administrateur système si vous avez des questions sur vos droits d'accès à cette fonctionnalité. Notez également que votre administrateur peut empêcher l'analyse de zones. Un message s'affiche lorsque vous essayez d'analyser un champ qui joue le rôle de référentiel, car l'analyse d'un référentiel peut renvoyer un grand nombre d'enregistrements et avoir une incidence sur les performances.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Lorsque vous analysez un champ, vous pouvez afficher et sélectionner les valeurs à utiliser dans l'opération en cours, par exemple, pour créer une requête d'un processus de sélection.

Outre l'affichage de la liste des valeurs, la fonction **Profil** indique la fréquence à laquelle chaque valeur se produit dans le champ sélectionné. Vous pouvez utiliser ces informations pour vous assurer que vous ciblez les contacts prévus. Seuls les enregistrements de la cible actuelle sont pris en compte, sauf si les résultats ont été précalculés.

Procédure

1. Dans la fenêtre de configuration d'un processus incluant le bouton **Profil**, sélectionnez la zone à profiler.
2. Cliquez sur **Profil**.

Résultats

Campaign analyse les données de la zone sélectionnée. Les fréquences et catégories de comptage sont mises à jour au fur et à mesure de la progression de l'analyse.

Remarque : Attendez la fin de l'analyse avant d'exploiter les résultats afin de vous assurer que toutes les catégories ont été traitées et que les comptes sont terminés.

Une fois l'analyse terminée, la fenêtre Analyse du champ sélectionné affiche les informations suivantes :

- La liste des valeurs de la zone sélectionnée, affichées dans la colonne **Catégorie**, ainsi que le **nombre** d'identifiants possédant cette valeur correspondant.

  Remarque : Campaign organise les valeurs par catégorie et les regroupe pour créer des segments de tailles approximativement égales. Le nombre maximal par

défaut de catégories (groupes de valeurs distincts) qui peuvent être affichées est de 25. Vous pouvez changer le nombre maximal de catégories.

- La sous-fenêtre **Statistiques** sur la droite affiche le nombre total d'identifiants, ainsi que d'autres détails sur les données de la zone, dont :
  - le nombre de valeurs nulles détectées ;
  - le nombre total de catégories, ou de valeurs, pour ce champ ;
  - des valeurs statistiques pour les données, comme la moyenne, l'écart type, le minimum et le maximum.

    Remarque : **Moyenne**, **Ecart type**, **Min.** et **Max.** ne sont pas disponibles pour les zones ASCII. Lorsque vous analysez des zones de texte, ces valeurs apparaissent sous forme de zéros.

Actualisation de résultats d'analyse

Actualisez le résultat d'analyse lorsque quelque chose pouvant modifier les résultats se produit. Par exemple, vous pouvez actualiser le résultat lorsque les nouvelles valeurs sont ajoutées à une zone ou lorsqu'une table de base de données est mise à jour.

Procédure

Pour actualiser les résultats d'analyse pour une zone, procédez comme suit :

1. Ouvrez une boîte de dialogue de configuration de processus dans laquelle l'option d'analyse est disponible.
2. Sélectionnez une zone et cliquez sur **Analyser**.
3. Dans la boîte de dialogue Analyse de la zone sélectionnée, cliquez sur **Recalculer**.

   Remarque : Lorsque vous analysez une zone d'une table de dimensions pour la première fois, Campaign renvoie le nombre qui correspond à la zone dans la table de dimension. Lorsque vous cliquez sur **Recalculer** pour actualiser les résultats d'analyse, Campaign renvoie les résultats de la jointure résultante avec la table de base qui est liée à la table de dimensions. Si vous souhaitez analyser une zone de la table de dimensions sans joindre de table de base, mappez la table de dimensions comme une table de base.

Restriction de la source pour l'analyse

Lorsque Campaign profile (ou analyse) une zone, il ne crée que les segments disponibles dans la source du processus dans lequel vous effectuez l'analyse.

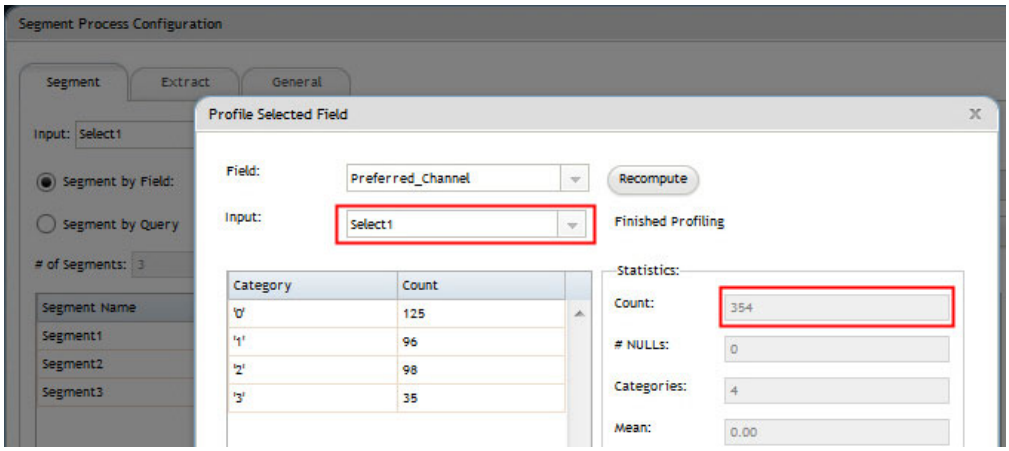
En d'autres termes, si vous restreignez la source au processus Segment et si vous profilez une zone en fonction de la source restreinte, l'analyse (ou profil) affiche uniquement les segments qui étaient disponibles dans la source restreinte.

Prenons l'exemple suivant :

1. Vous configurez un processus Sélection qui effectue une requête ne renvoyant que 354 enregistrements.
2. Vous utilisez ce processus Sélection comme source d'un processus Segment.
3. Dans la boîte de dialogue de configuration du processus Segment, vous utilisez la fonction **Profil** pour afficher les valeurs disponibles dans les diverses zones.
4. La sélection que vous effectuez dans la liste **Source** de la boîte de dialogue **Profil de zone sélectionné** détermine le nombre d'enregistrements analysés. Si

vous choisissez **Aucun**, Campaign analyse tous les enregistrements. Si vous choisissez la case Sélection entrante comme **Source**, Campaign analyse uniquement les enregistrements qui ont été sélectionnés par ce processus. Si la requête du processus Sélection n'a abouti qu'à 354 enregistrements, Campaign analyse uniquement ces enregistrements.

L'exemple suivant présente un profil restreint, où la **Source** est définie sur Select1.



Désactivation de l'analyse

L'analyse en temps réel permet d'afficher et d'utiliser les caractéristiques de la zone sélectionnée. Elle peut toutefois avoir un impact sur les performances, notamment si vous travaillez avec de grandes bases de données. Pour cette raison, Campaign permet de désactiver cette option.

Lorsque l'analyse en temps réel est désactivée et que vous cliquez sur **Analyse**, un message dans la partie inférieure de la fenêtre Profil de la zone sélectionnée indique que l'analyse en temps réel n'est pas autorisée.

Si l'analyse est désactivée et que la zone n'est pas configurée pour être précalculée, la fenêtre Profil de la zone sélectionnée indique qu'aucune donnée n'est disponible, aucun effectif ou catégorie ne s'affiche, et toutes les valeurs **Statistiques** sont égales à 0.

Si des valeurs précalculées sont disponibles pour une zone, elles sont affichées à la place des valeurs opérationnelles lors de l'exécution de l'analyse. La fenêtre Profil de la zone sélectionnée indique que la source de données est "importée" et affiche les dates et heure du dernier calcul des valeurs.

Pour plus d'informations sur la désactivation de l'analyse en temps réel, voir le *Guide d'administration d'IBM Campaign*.

Modification du nombre maximal de segments d'analyse

Lorsque vous analysez des zones dans des cases de processus d'un diagramme, IBM Campaign crée automatiquement 25 segments au maximum. Vous pouvez modifier cette valeur pour la session de diagramme en cours.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Lorsque vous utilisez l'option **Analyser** dans une boîte de dialogue de configuration de processus, vous pouvez spécifier le nombre maximal de segments à générer lors de la prévisualisation de valeurs de zone. La nouvelle valeur est utilisée par toutes les cases de processus du diagramme en cours. Toutefois, la valeur s'applique uniquement au diagramme et à la session en cours. Lorsque vous ouvrez un autre diagramme, ou fermez, puis rouvrez le même diagramme, la valeur par défaut 25 est rétablie.

Procédure

1. Ouvrez une boîte de dialogue de configuration de processus dans laquelle l'option d'analyse est disponible.
2. Sélectionnez une zone pour l'analyse et cliquez sur **Analyser**.
3. Dans la boîte de dialogue Analyse de la zone sélectionnée, cliquez sur **Options**.
4. Dans la boîte de dialogue Options d'analyse, entrez une nouvelle valeur pour la zone **Nb segments** pour indiquer le nombre maximal de segments dans lesquels vous souhaitez regrouper les valeurs de zone.

Résultats

L'analyse est recalculée avec la nouvelle valeur.

Si le nombre de valeurs distinctes de la zone dépasse le nombre maximal de segments autorisé, l'analyse regroupe les valeurs en segments de taille approximativement égale pour éviter de dépasser le nombre maximal de segments.

Analyse de valeurs de zone par métatype

L'analyse par métatype affecte la manière dont les données sont triées lorsque vous analysez une zone dans une boîte de dialogue de configuration de processus. Vous pouvez trier les valeurs de zone pour les types de données, comme les dates, les sommes d'argent et d'autres données numériques.

Procédure

1. Ouvrez une boîte de dialogue de configuration de processus dans laquelle l'option d'analyse est disponible.
2. Sélectionnez une zone pour l'analyse ou cliquez sur **Analyser**.
3. Analyze de la zone sélectionnée L'option **Analyse par métatype** est activée par défaut de sorte que les valeurs de zone qui représentent les dates, les sommes d'argent, les numéros de téléphone et les types de données similaires sont correctement triés et regroupés. Par exemple, les dates sont triées comme dates et non comme valeurs numériques. Si vous désactivez cette option, les valeurs sont triées comme texte ASCII.

   L'exemple suivant indique comment ce paramètre affecte une zone de date. L'analyse par métatype reconnaît que le type de données est Date et trie les dates en conséquence.

Analyse par métatype activée	**Analyse par métatype désactivée**
(triée par date)	**(triée numériquement)**
25-DEC-2011	20-FEV-2012
20-FEV-2012	20-MAR-2012
20-MAR-2012	25-DEC-2011

Insertion d’une catégorie d'analyse dans une requête

Lorsque vous générez une expression de requête dans une boîte de dialogue de configuration des processus, vous pouvez y insérer une valeur de la zone.

Procédure

1. Lors de la configuration d'un processus, sélectionnez une zone et cliquez sur le bouton **Analyser**.
2. Une fois l'analyse terminée, à partir de la fenêtre Analyse de la zone sélectionnée, cliquez deux fois sur une catégorie pour insérer cette valeur à l'emplacement du curseur dans la zone de saisie de la requête.

   Remarque : Si vous ne voyez pas la valeur désirée, il se peut que plusieurs valeurs soient regroupées ensemble dans un segment d'analyse. Si le nombre maximal de segments d'analyse que vous indiquez est supérieur au nombre de catégories (indiqué dans la fenêtre Profil de la zone sélectionnée), chaque valeur de la zone est répertoriée dans une catégorie distincte. Ceci permet d'accéder à toutes les catégories existantes.

Impression de données de profil

Après avoir analysé une zone, vous pouvez imprimer les données de profil.

Procédure

1. Cliquez sur **Imprimer** dans la boîte de dialogue Analyse de la zone sélectionnée.

   La page Configuration de la page apparaît ; elle permet de spécifier l'imprimante, ainsi que les options d'impression.
2. Cliquez sur **OK**.

Exportation de données de profil

Après avoir profilé une zone, vous pouvez exporter les données de profil dans un fichier .CSV.

Procédure

1. Analysez une zone lors de la configuration d'un processus dans un diagramme.
2. Dans la boîte de dialogue Profil de zone sélectionné, cliquez sur **Exporter**.

   Remarque : Le bouton **Exporter** n'est disponible que lorsque le profilage est terminé.
   La boîte de dialogue Extraction des données du rapport s'affiche.
3. Entrez un nom de fichier dans la zone **Nom de fichier** ou acceptez la valeur par défaut. N'indiquez pas de chemin d'accès ou d'extension. L'extension .csv sera utilisée lorsque le fichier sera créé.
4. (Facultatif) Sélectionnez **Inclure libellés des colonnes** si vous souhaitez inclure les en-têtes de colonne dans le fichier pour identifier chaque zone.
5. Cliquez sur **Exporter**. Si ce bouton est désactivé, vous devez entrer un nom de fichier en premier.
6. Utilisez la boîte de dialogue résultante pour ouvrir ou enregistrer le fichier .csv.
7. Si vous enregistrez le fichier, vous êtes invité à indiquer un emplacement. Vous pouvez également modifier le nom du fichier à ce moment-là.

Que faire ensuite

Vous pouvez ouvrir le fichier CSV dans n'importe quel éditeur de texte. Si vous ouvrez le fichier dans Microsoft Excel, ce sont vos paramètres Excel qui déterminent le mode d'affichage des données. Par exemple, Excel peut interpréter une valeur de plage, telle que "1-5", comme une date (5 janvier).

Omission des ID en double dans les résultats des processus

Les processus Extraction, Liste d'appels, Liste d'adresses et Instantané vous permettent de spécifier le mode de traitement des ID en double dans les résultats des processus. Par défaut, les doublons sont autorisés.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Procédez comme suit pour exclure du résultat les enregistrements comportant des ID en double.

Procédure

1. Dans la fenêtre de configuration du processus, cliquez sur **Plus**.

   La fenêtre Paramètres avancés s'affiche.

   a. Sélectionnez **Supprimer doublons** et indiquez les critères permettant de déterminer quel enregistrement conserver si des ID en double sont renvoyés. Par exemple, sélectionnez **MaxOf** et **Household_Income** pour exporter uniquement l'ID dont le revenu de ménage est le plus élevé.

      Remarque : Cette option ne supprime que les doublons au sein d'un même zone d'entrée. Vos données peuvent tout de même contenir des ID en double si un même ID apparaît dans plusieurs zones. Pour supprimer tous les ID en double, vous devez utiliser un processus Fusion ou Segment en amont du processus Extraction afin de purger les doublons ou de créer des segments mutuellement exclusifs.

2. Cliquez sur **OK** dans la fenêtre Paramètres avancés.

   Vos paramètres d'ID en double sont affichés dans la fenêtre de configuration.

   Remarque : Dans le processus Liste d'adresses ou Liste d'appels, l'option **Supprimer doublons** concerne uniquement la table d'exécution créée par le processus, et non les enregistrements qui sont écrits dans l'historique des contacts. Les tables d'historique des contacts ne traitent que les ID uniques. Le concepteur du diagramme doit s'assurer que l'ensemble de résultats obtient les enregistrements corrects avant d'accéder aux tables d'historique des contacts. Utilisez le processus Extraction pour dédupliquer l'ensemble de résultats avant le processus Liste d'adresses ou liste d'appels afin de vérifier que les enregistrements corrects sont écrits à la fois dans la table d'exécution et l'historique des contacts.

Chapitre 6. Utilisation de requêtes pour sélectionner des données

Vous pouvez utiliser une requête pour identifier des contacts à partir de vos bases de données ou de fichiers à plat lorsque vous configurez un processus de sélection, un processus segment ou un processus d'extraction dans un diagramme. Il existe plusieurs méthodes de requête.

Création de requêtes à l'aide de la Saisie guidée

Ces instructions expliquent comment créer une requête à l'aide de la méthode par défaut **Saisie guidée** de la boîte de dialogue de configuration de processus. Vous pouvez également suivre ces instructions pour éditer une requête. La sélection d'un autre élément dans la liste **Sélection basée sur** supprime la requête existante.

Procédure

1. Commencez par configurer un processus utilisant des requêtes, tel que Segment, Sélection ou Extraction.
2. Accédez à l'option de requête pour le processus :
   - Pour un processus Sélection, choisissez **Sélectionner les ID <audience> avec**.
   - Pour un processus Segment, utilisez **Segmenter par requête**, cliquez deux fois sur un segment à éditer, puis utilisez **Sélectionner les ID dont**.
   - Pour un processus Extraction, utilisez **Sélectionner enregistrements dont**.

   Le générateur de requête avec fonction Saisie guidée s'affiche.
3. Construisez la requête en créant une expression :
   a. Pour spécifier la zone devant faire l'objet de la requête, cliquez dans la cible **Nom de la zone**. La liste **Zones disponibles** doit apparaître. Si la liste n'apparaît pas, cliquez de nouveau sur la cible **Nom de la zone**. Sélectionnez une zone disponible en cliquant deux fois dessus ou en la mettant en surbrillance et en cliquant sur **Utiliser**. Une fois que vous avez choisi la zone disponible à utiliser, vous pouvez la mettre en évidence et cliquer sur **Profil** pour afficher une liste des valeurs de zone.
   b. Vous pouvez utiliser le bouton **Zones dérivées** si vous souhaitez créer ou sélectionner une variable existante pour la requête.
   c. Cliquez sur la cible **Opér**, puis cliquez deux fois sur un opérateur de comparaison dans la liste **Opérateurs** (tels que =, <, >, Entre (Between)).
   d. Cliquez dans la cible **Valeur**, puis cliquez deux fois sur une valeur. Si aucune valeur n'apparaît, cliquez sur **Profil** pour afficher une liste des valeurs de zone. Vous pouvez également cliquer deux fois dans la cible **Valeur** pour modifier directement sa valeur.

      Remarque : Si vous ne voyez pas la liste attendue (**Zones disponibles**, **Opérateurs**, **Valeurs**, **Pour expressions sélectionnées**), essayez de cliquer une fois ou deux fois sur une cible dans la zone **Expressions**.

   Vous avez maintenant une expression qui se compose d'un nom de zone, d'un opérateur et d'une valeur (par exemple, **Status=Active**).
4. Pour ajouter et associer plusieurs expressions, suivez les instructions ci-dessous :

© Copyright IBM Corp. 1998, 2013

a. Pour ajouter une autre expression, cliquez sur la cible **Et/Ou**, puis cliquez deux fois sur **ET** ou **OU** dans la liste **Valeurs** pour indiquer comment combiner les expressions.
b. Créez l'expression suivante, en la composant d'un nom de zone, d'un opérateur et d'une valeur.
c. Pour ajouter des parenthèses afin de déterminer l'ordre d'évaluation, cliquez deux fois sur le nom de zone dans l'une des lignes pour afficher la liste **Pour expressions sélectionnées**. Dans la liste des expressions, cliquez deux fois sur **Ajouter (...)** pour ajouter un ensemble de parenthèses, **Supprimer (...)** pour supprimer un ensemble unique de parenthèses, ou **Tout effacer (...)** pour supprimer toutes les parenthèses de l'expression sélectionnée. Les parenthèses vous permettent de regrouper des expressions lors de la définition de requêtes complexes. Par exemple, (AcctType = 'Gold' AND Rank = 'A') OR NewCust = 'Yes' est différent de AcctType = 'Gold' AND (Rank = 'A' OR NewCust = 'Yes').
d. Pour réorganiser l'expression sélectionnée, cliquez deux fois sur **Déplacer vers le haut** ou **Déplacer vers le bas**.
e. Pour ajouter une ligne vierge sous les expressions sélectionnées, cliquez deux fois sur **Insérer**.
f. Pour supprimer l'expression sélectionnée, cliquez deux fois sur **Supprimer**.

5. Cliquez sur **Vérifier syntaxe** pour vérifier si la syntaxe de votre requête est valide. Le fait de vérifier la syntaxe n'augmente pas la charge sur le serveur de base de données.

   Campaign indique si la syntaxe contient des erreurs.
6. (Facultatif) Utilisez **Tester requête** pour afficher le nombre d'ID renvoyés par la requête.

   Une barre de progression est affichée pendant l'exécution du test de la requête. Fermez la fenêtre de progression si vous souhaitez annuler le test. Lorsque les tests sont terminés, Campaign indique le nombre de lignes renvoyées par la requête.

   Important : Les suppressions globales et les limites de taille de cible ne s'appliquent aux résultats de la fonction Tester requête. Le test des requêtes peut également retourner des données non normalisées. Pour obtenir un résultat précis, exécutez le processus en mode test.
7. Cliquez sur **OK**.

Création de requêtes à l'aide du générateur de texte

Ces instructions expliquent comment créer une requête à l'aide de la fonction du générateur de texte dans une boîte de dialogue de configuration de processus. Pour éditer une requête existante, éditez le texte de la requête directement dans la zone de texte associée, après avoir cliqué sur le bouton **Générateur de texte**.

Procédure

1. Commencez par configurer un processus utilisant des requêtes, tel que Segment, Sélection ou Extraction.
2. Accédez à l'option de requête pour le processus :
   - Pour un processus Sélection, choisissez **Sélectionner les ID <audience> avec**.
   - Pour un processus Segment, utilisez **Segmenter par requête**, cliquez deux fois sur un segment à éditer, puis utilisez **Sélectionner les ID dont**.
   - Pour un processus Extraction, utilisez **Sélectionner enregistrements dont**.

3. Cliquez sur **Générateur de texte** pour ne pas utiliser la méthode de requête par défaut Saisie guidée.

   Les colonnes de requête avec Saisie guidée sont remplacées par une zone de texte de requête. Les éventuelles requêtes existantes s'affichent dans la zone de texte.
4. Choisissez une source de donnée **Source** et une source de données à interroger dans la liste **Sélection basée sur**. Vos sélections déterminent les zones pouvant être utilisées pour créer la requête :
5. Créez votre requête en :
   - Sélectionnant les noms de la zone ou de table dans la liste **Zones disponibles** et en cliquant deux fois dessus pour les entrer dans la zone de texte de la requête. Vous pouvez également cliquer une fois dessus, puis cliquez sur **<-Util.** pour les déplacer vers la zone de saisie de la requête.
   - Entrant les valeurs et les opérateurs requis. Pour afficher les valeurs d'une zone sélectionnée, vous pouvez cliquer sur **Profil**.

   Remarque : Vous pouvez entrer directement les noms de la zone et de table dans la zone de saisie de la requête, mais les sélectionner dans la liste permet d'éviter des erreurs de syntaxe.
6. Pour vérifier la syntaxe de la requête, cliquez sur **Vérifier syntaxe**. Le fait de vérifier la syntaxe n'augmente pas la charge sur le serveur de base de données.
7. (Facultatif) Utilisez **Tester requête** pour afficher le nombre d'ID renvoyés par la requête.

   Une barre de progression est affichée pendant l'exécution du test de la requête. Fermez la fenêtre de progression si vous souhaitez annuler le test. Lorsque les tests sont terminés, Campaign indique le nombre de lignes renvoyées par la requête.

   Important : Les suppressions globales et les limites de taille de cible ne s'appliquent aux résultats de la fonction Tester requête. Le test des requêtes peut également retourner des données non normalisées. Pour obtenir un résultat précis, exécutez le processus en mode test.
8. Une fois que vous avez terminé de créer la requête, cliquez sur **OK**.

   La boîte de dialogue de configuration des processus se ferme et vous revenez à la page du diagramme en mode **Edition**.

Création de requêtes à l'aide de l'assistant de formule

Ces instructions expliquent comment créer une requête à l'aide de l'assistant de formule dans une boîte de dialogue de configuration de processus. Utilisez l'assistant de formule pour sélectionner des macros et des fonctions à partir de listes prédéfinies. Utilisez les boutons fournis pour insérer des opérateurs et des caractères de ponctuation.

Procédure

1. Commencez par configurer un processus utilisant des requêtes, tel que Segment, Sélection ou Extraction.
2. Accédez à l'option de requête pour le processus :
   - Pour un processus Sélection, choisissez **Sélectionner les ID <audience> avec**.
   - Pour un processus Segment, utilisez **Segmenter par requête**, cliquez deux fois sur un segment à éditer, puis utilisez **Sélectionner les ID dont**.
   - Pour un processus Extraction, utilisez **Sélectionner enregistrements dont**.

3. Cliquez sur **Générateur de texte** pour ne pas utiliser la méthode de requête par défaut Saisie guidée.
4. Cliquez sur **Assistant de formule**.

   La fenêtre de l'Assistant de formule s'ouvre. Elle contient un ensemble de boutons permettant d'insérer les opérateurs les plus couramment utilisés et une liste de macros et de fonctions.
5. (Facultatif) Pour travailler uniquement avec les opérateurs et fonctions SQL, cochez la case **SQL**.
6. Créez votre requête en sélectionnant des zones dans la liste **Zones disponibles** comme vous le feriez normalement. Utilisez également la fenêtre **Assistant de formule** :
   a. Développez la liste des macros ou des fonctions pour localiser l'élément à utiliser. Sélectionnez un élément pour afficher une description et un exemple de syntaxe. Cliquez deux fois sur un élément pour l'ajouter dans la zone de texte de la requête.

      Remarque : Si vous sélectionnez une macro personnalisée, sa description et sa syntaxe ont été créées par la personne qui l'a écrite.
   b. Utilisez les boutons de l'Assistant de formule pour insérer des opérateurs et des caractères de ponctuation. Le bouton **Effacer** agit comme une touche de retour arrière (effacement).
   c. Vous pouvez également modifier la requête directement. Toutefois, vous pouvez éviter les erreurs de syntaxe en sélectionnant les éléments, tels que les noms de zone ou de table, à partir des listes fournies.
   d. Cliquez sur **Fermer**.
7. Cliquez sur **Vérifier syntaxe** pour détecter d'éventuelles erreurs. Le fait de vérifier la syntaxe n'augmente pas la charge sur le serveur de base de données.
8. (Facultatif) Utilisez **Tester requête** pour afficher le nombre d'ID renvoyés par la requête.

   Une barre de progression est affichée pendant l'exécution du test de la requête. Fermez la fenêtre de progression si vous souhaitez annuler le test. Lorsque les tests sont terminés, Campaign indique le nombre de lignes renvoyées par la requête.

   Important : Les suppressions globales et les limites de taille de cible ne s'appliquent aux résultats de la fonction Tester requête. Le test des requêtes peut également retourner des données non normalisées. Pour obtenir un résultat précis, exécutez le processus en mode test.

Création de requêtes en SQL brut

Les utilisateurs SQL expérimentés peuvent écrire leurs propres requêtes SQL ou copier et coller des requêtes SQL à partir d'autres applications. L'écriture de SQL brut est une opération avancée ; les utilisateurs sont responsables de la bonne syntaxe et des résultats de la requête.

Procédure

1. Commencez par configurer un processus Sélection ou Segment.
2. Pour un processus Sélection, vous devez basculer vers le générateur de texte pour écrire une requête SQL :
   a. Choisissez **Sélectionner les ID <audience> avec**.

b. Accédez au **Générateur de texte** (au lieu de la méthode par défaut Saisie guidée).
c. Cliquez sur **Paramètres avancés**.
d. Dans la boîte de dialogue Paramètres avancés, cochez la case **Utiliser SQL brut pour la sélection d'enregistrements**. Cette option permet d'utiliser du SQL brut dans le Générateur de texte lorsque vous spécifiez vos critères de sélection. Si vous ne sélectionnez pas cette option, vous pouvez uniquement utiliser les expressions et macros personnalisées IBM EMM.
e. Sélectionnez la source de données à interroger dans la liste **Base de données**. Sélectionnez l'audience cible dans la liste **Niveau d'audience**.
f. Si vous souhaitez exécuter des commandes SQL avant ou après le processus **Sélection**, vous pouvez spécifier du code SQL brut dans la zone **Pré-Traitement** ou **Post-traitement**. Voir «Spécification d'instructions SQL de pré-traitement et post-traitement», à la page 132.
g. Cliquez sur **OK** pour fermer la boîte de dialogue Paramètres avancés.
h. Entrez du code SQL brut dans la zone d'entrée de texte. Vous pouvez utiliser l'**Assistant de formule** pour vous aider à créer le code SQL. Sélectionnez **SQL** dans l'Assistant de formule pour restreindre la liste des opérateurs et des fonctions aux options propres au SQL.

3. Pour un processus Segment :
   a. Sélectionnez **Segmenter par requête**, puis créez ou modifiez un segment.
   b. Choisissez **Sélectionner les ID dont**, cliquez sur **Générateur de texte**, puis cliquez sur **Paramètres avancés**.
   c. Dans la boîte de dialogue Paramètres avancés, cochez la case **Utiliser SQL brut**, sélectionnez une source de données, puis cliquez sur **OK**.
   d. Entrez du code SQL brut dans la zone d'entrée de texte. Vous pouvez utiliser l'**Assistant de formule** pour vous aider à créer le code SQL. Sélectionnez **SQL** dans l'Assistant de formule pour restreindre la liste des opérateurs et des fonctions aux options propres au SQL.

Instructions pour les requêtes SQL

L'écriture de SQL brut est une opération avancée ; les utilisateurs sont responsables de la bonne syntaxe et des résultats de la requête.

Suivez les instructions ci-dessous lorsque vous utilisez du code SQL brut pour construire des requêtes dans une configuration de processus :

- Une requête SQL doit renvoyer *uniquement* la liste des ID unique, tels qu'ils sont définis par la clé d'une table de base.
- Une requête SQL doit utiliser la syntaxe suivante :

  ```
  SELECT DISTINCT(<clé1> [<clé2>,...]) FROM <table> WHERE <condition>
  ORDERBY <id_unique>
  ```

  Cette requête demande à la base de données d'effectuer un tri et de dédoublonner des données. Si vous omettez la clause `DISTINCT` ou `ORDERBY`, Campaign trie et dédoublonne les données sur le serveur d'applications ; de sorte que vous recevez toujours les résultats corrects, mais l'opération est plus longue.
- Si une optimisation en base de données est activée et que le processus de sélection comporte une cible source, vous devez utiliser le jeton `<TempTable>` pour obtenir la liste appropriée d'ID d'audience.

- Pour améliorer les performances de manière significative en cas de tables de très grande taille, utilisez le jeton `<TempTable>`, même si vous n'utilisez pas l'optimisation en base de données.
- Si votre base de données permet de transmettre plusieurs commandes, entrez autant de commandes SQL valides que nécessaire à condition de respecter les règles suivantes :
  - Séparer les commandes à l'aide du délimiteur approprié.
  - La dernière commande doit être une commande `select`.
  - Cette commande `select` doit sélectionner toutes les zones appropriées requises en définissant votre niveau d'audience dans le même ordre que le niveau d'audience défini.
  - Aucune autre instruction `select` n'est utilisée.
- Les filtres de données ne s'appliquent pas aux requêtes SQL brutes ni aux macros personnalisées qui utilisent du SQL brut. Pour en savoir plus sur les filtres de données, voir le document *IBM Marketing Platform - Guide d'administration*.

Spécification d'instructions SQL de pré-traitement et post-traitement

Si vous utilisez un processus de sélection ou d'extraction, vous pouvez éventuellement inclure des instructions SQL brutes à exécuter avant ou après le processus.

Avant de commencer

Pour les informations importantes, voir «Instructions pour les requêtes SQL», à la page 131.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Vous pouvez inclure des procédures SQL dans le cadre de l'exécution du processus ; ce qui peut s'avérer utile pour des opérations ETL, des mises à jour de magasin de données de routine, une mise au point des performances et la sécurité. Vous pouvez spécifier des instructions SQL de pré-traitement ou post-traitement :

- **Pré-traitement** : entrez le SQL brut à traiter avant l'exécution de la requête.
- **Post-traitement** : entrez le SQL brut à traiter après l'exécution de la requête.

Par exemple, vous pouvez procéder à un pré-traitement ou à un post-traitement des instructions SQL pour :

- Exécuter des procédures stockées dans la base de données.
- Créer, supprimer et recréer des tables et des index.
- Octroyer des privilèges à d'autres utilisateurs ou groupes d'utilisateurs ou changer leurs privilèges.
- Organiser des commandes de base de données en plusieurs étapes.
- Exécutez des routines de base de données complexes sans avoir à utiliser des scripts externes pour vous connecter à la base de données.

Remarque : Pour les informations importantes, voir «Instructions pour les requêtes SQL», à la page 131.

Procédure

1. Commencez par configurer un processus Sélection ou Extraction.

Vous pouvez sélectionner tous les enregistrements ou utiliser une requête pour sélectionner des ID spécifiques. Pour le processus Sélection, vous pouvez appliquer le pré ou post-traitement quel que soit le type de la requête (requête standard ou **Utiliser SQL brut pour la sélection d'enregistrements**).

2. Cliquez sur le bouton **Paramètres avancés**.

   La fenêtre Paramètres avancés apparaît.

3. Cliquez deux fois dans la zone **Pré-Traitement** et entrez une instruction SQL brute à exécuter avant le processus.
4. Cliquez dans la cible **Base de données**, puis sélectionnez la base de données sur laquelle vous voulez exécuter cette instruction.

   La liste **Base de données** affiche toutes les bases de données disponibles (celles pour lesquelles une catégorie source a été configurée dans la page Configuration de Marketing Platform). Si la base de données n'apparaît pas dans cette liste, contactez votre administrateur système Campaign. Vous devez entrer une instruction SQL pour pouvoir sélectionner une base de données.

   Les instructions SQL sont traitées dans l'ordre dans lequel elles apparaissent.

5. Suivez la même procédure pour entrer les instructions SQL de **Post-traitement** à exécuter après le processus.

   Les instructions SQL sont traitées dans l'ordre dans lequel elles apparaissent.

   Remarque : Pour plus d'informations sur l'option **Utiliser SQL brut pour la sélection d'enregistrements** de la boîte de dialogue Paramètres avancés, voir «Création de requêtes en SQL brut», à la page 130.

Utilisation des jetons TempTable et OutputTempTable dans des requêtes SQL brutes

Les tables temporaires fournissent un espace de travail pour les résultats intermédiaires lors du traitement ou de l'analyse des données. Une fois l'opération terminée, les tables temporaires sont abandonnées automatiquement.

- Pour de meilleures performances, utilisez le jeton `<TempTable>` dans des requêtes en SQL brut, tout particulièrement lorsque vous analysez des tables volumineuses.
- Si vous utilisez l'optimisation en base de données et que vous indiquez une requête en SQL brut dans un processus de sélection avec une cible source, vous devez utiliser le jeton `<TempTable>` pour assurer un comportement correct. Voir ci-dessous pour une explication complète.
- Si vous utilisez l'optimisation en base de données, utilisez également le jeton `<OutputTempTable>` pour empêcher les ID audience d'être copiés inutilement de la base de données vers le serveur Campaign.

Lorsque vous utilisez une requête en SQL brut dans un processus de sélection avec une cible source, le comportement du traitement varie selon que l'optimisation en base de données est utilisée ou non : l'optimisation en base de données est contrôlée globalement avec le paramètre de configuration **Utiliser l'optimisation en base de données**. Elle est contrôlée pour les diagrammes individuels avec l'option **useInDbOptimization during Flowchart Run** du menu **Admin**.)

- Lorsque l'optimisation en base de données est inactive : la liste des ID de la requête en SQL brut est automatiquement mappée à la liste d'ID de la cible entrante. La liste d'ID obtenue est un sous-ensemble de la cible, comme prévu.
- Lorsque l'optimisation en base de données est active : Campaign suppose que la liste d'ID générée à partir du processus de sélection est la liste finale. Campaign ne fait pas correspondre cette liste avec la liste d'ID d'une cellule entrante. Par

conséquent, la requête SQL brute écrite pour un processus Sélection intermédiaire (un processus Sélection avec une cible source) doit utiliser le jeton `<TempTable>` pour être correctement jointe à la cible entrante. La jointure avec la cible source permet d'obtenir des résultats corrects et d'améliorer les performances en empêchant le traitement parasite des ID audience extérieurs à la cible source.

L'optimisation en base de données est expliquée dans le document *IBM Campaign - Guide d'administration*.

Exemple : Utilisation des jetons TempTable et OutputTempTable

Cet exemple montre comment utiliser les jetons TempTable et OutputTempTable dans une requête en SQL brut.

Supposons que vous ayez un processus Select1 qui sélectionne 10 000 clients "Gold" (par exemple, Indiv.AcctType = 'Gold'). Vous connectez Select1 à un second processus Sélection ("Select2") à l'aide d'une requête SQL brut :

```
Select p.CustID from Indiv p, <TempTable> where p.CustID =
<TempTable>.CustID group by p.CustID having sum(p.PurchAmt) > 500
```

Cet exemple sélectionne les clients dont le total des achats dépasse 500 $ et qui se trouvent dans la cible source (en d'autres termes, les clients qui possèdent un compte de type "Gold").

A l'opposé, une requête SQL brut qui omet le jeton `<TempTable>` et la jonction :

```
Select p.CustID from Purchases p group by p.CustID having sum(p.PurchAmt) >
500
```

calcule le montant total des achats de tous les clients de la table Purchases (Achats) (il peut y avoir des millions de clients), puis sélectionne tous les clients dont le total des achats dépasse 500 $, qu'il s'agisse de clients "Gold" ou non.

Par conséquent, pour de meilleures performances, même si les optimisations de BD sont désactivées, écrivez vos requêtes SQL brutes à l'aide du jeton <TempTable> lorsqu'il existe une cible source.

Pour plus de simplicité, cet exemple ne comporte pas de jeton <OutputTempTable>, mais, pour conserver les optimisations de BD et empêcher que les ID audience soient extraits de la base de données et renvoyés au serveur Campaign, vous devez inclure le jeton <OutputTempTable> dans votre requête SQL brut. Par exemple:

```
Create table <OutputTempTable> as Select p.CustID from Purchases p,
<TempTable> where p.CustID = <TempTable>.CustID group by p.CustID having
sum(p.PurchAmt) > 500
```

Référencement de tables d'Extraction dans les requêtes SQL brutes

Vous pouvez référencer une table d'Extraction dans les processus en aval via le langage SQL brut, à l'aide du jeton `<Extraction>`. Utilisez ce jeton afin de spcécifier des sous-ensembles de données pour les processus suivants, ce qui peut améliorer les performances lorsque vous travaillez avec des tables de grande taille.

L'exemple ci-après interroge une table d'Extraction pour sélectionner les ID client de tous les clients dont le solde de compte dépasse 1 000 $.

```
Select p.CUSTOMERID from USER_TABLE p, <Extract> where p.CUSTOMERID =
<Extract>.CUSTOMERID group by p.CUSTOMERID having sum(p.BALANCE) > 1000
```

Pour les diagrammes comportant plusieurs processus d'Extraction, le jeton `<Extraction>` fait toujours référence à la table Extraction disponible la plus récente.

Remarque : Après une fusion, le jeton `<Extraction>` peut ou non être valide. Exécuter le diagramme en mode test afin de vérifier son fonctionnement.

Evaluation des requêtes dans les processus Campaign

Les requêtes des processus Campaign sont évaluées de gauche à droite à l'aide de règles mathématiques.

Par exemple, l'instruction suivante :

```
[UserVar.1] < PDF < [UserVar.2]
```

est évaluée comme :

```
([UserVar.1] < PDF) < [UserVar.2]
```

En d'autres termes, la première partie de l'instruction **([UserVar.1] < PDF)** est évaluée comme true ou false (1 ou 0) et le résultat est transmis à la deuxième instruction :

```
[1 | 0 ] < [UserVar.2]
```

Pour que l'exemple soit évalué comme PDF supérieur à [UserVar.1] et inférieur à [UserVar.2], vous devez créer la requête suivante :

```
[UserVar.1] < PDF AND PDF < [UserVar.2]
```

Cette instruction est équivalente à la suivante :

```
([UserVar.1] < PDF) AND (PDF < [UserVar.2])
```

Chapitre 7. Gestion des offres

Les offres sont des communications marketing spécifiques que vous envoyez à des groupes de personnes spécifiques, via un ou plusieurs canaux. Chaque offre est basée sur un modèle d'offre défini par un administrateur Campaign.

Une offre simple provenant d'une enseigne en ligne peut être la livraison gratuite pour tous les achats en ligne effectués au mois d'avril. Une offre plus complexe peut être composée d'une carte de crédit émise par une institution financière, combinant de façon personnalisée une illustration, un taux de lancement et une date d'expiration variant selon la condition de crédit et la région du destinataire.

Dans Campaign, vous pouvez créer des offres qui seront utilisées dans une ou plusieurs campagnes.

Les offres peuvent être réutilisées :

- dans plusieurs campagnes ;
- à différents moments ;
- pour différents groupes de personnes (cibles) ;
- sous forme de « versions » différentes, en modifiant simplement les zones paramétrées de l'offre.

Le workflow général est le suivant :

1. (Facultatif) Un administrateur définit des attributs personnalisés.
2. Un administrateur crée des modèles d'offre (obligatoire) et leur ajoute des attributs personnalisés (facultatif).
3. Un utilisateur crée des offres basées sur les modèles.
4. Un concepteur de diagramme affecte les offres en configurant un processus de contact dans un diagramme ou en reliant des offres à des populations ciblées qui ont été définies dans une liste de populations ciblées.
5. La campagne s'exécute et l'offre est faite au client.

Une fois qu'une offre a été utilisée dans une campagne exécutée en mode production, elle ne peut pas être supprimée. Par contre, elle peut être retirée. Les offres retirées ne peuvent pas être affectées et les offres affectées qui ont été retirées ne seront plus envoyées. Les offres retirées sont grisées dans la hiérarchie des offres. Elles restent disponibles pour la génération de rapports et le suivi des réponses.

Remarque : Pour pouvoir utiliser des offres, vous devez disposer des droits appropriés. Pour plus d'informations sur les droits, consultez le *guide d'administration de Campaign*.

Attributs d'offre

Les attributs d'offre sont les informations qui définissent une offre. Le nom de l'offre, la description et le canal sont des exemples d'attributs d'offre.

© Copyright IBM Corp. 1998, 2013

Certains attributs sont propres à un type d'offre. Par exemple, le taux d'intérêt peut être un attribut d'une offre de carte de crédit, mais pas d'une offre de livraison gratuite".

Il existe trois types d'attribut d'offre :

- **De base** : Zones qui sont obligatoires pour définir une offre, comme Nom d'offre, Stratégie de sécurité, un Code d'offre unique, Description et Produits liés.
- **Standard** : Attributs d'offre qui sont fournis avec Campaign, qui peuvent éventuellement être inclus dans une offre, par exemple, Canal, Date d'effet et Date d'expiration.
- **Personnalisé** : Attributs qui ont été créés pour votre organisation, par exemple, Service, Sponsor, Taux d'intérêt et SKU.

Lorsque des administrateurs définissent des attributs d'offre dans un modèle d'offre, chaque attribut est défini comme *statique* ou *paramétré*. Le même attribut d'offre (Canal, par exemple) peut être statique dans un modèle d'offre et paramétré dans un autre.

- **Attributs statiques** : Attributs d'offre dont les valeurs ne changent pas lorsque vous créez une version différente de l'offre, par exemple, le canal, le code d'offre, le nom d'offre et la description.
- **Attributs statiques masqués** : Attributs statiques qui sont inclus dans un modèle d'offre, mais qui sont masqués pour la personne qui crée l'offre. Les attributs masqués peuvent être recherchés, suivis et inclus dans des rapports. Par exemple, si un modèle comprend le coût d'une offre (le coût d'administration de l'offre pour votre organisation), vous pouvez rechercher toutes les offres dont le coût de gestion est inférieur 1,00 €. Les informations peuvent être utilisées dans des rapports pour l'analyse du retour sur investissement des performances.
- **Attributs paramétrés** : Attributs d'offre dont les valeurs peuvent être fournies lorsque l'offre est affectée. Par exemple, vous pouvez entrer une valeur, sélectionner une option dans une liste déroulante prédéfinie ou sélectionner une zone de base de données. Lorsque le modèle d'offre est défini, votre administrateur peut configurer des attributs d'offre standard ou personnalisés en tant qu'attributs paramétrés.

Les attributs paramétrés des modèles d'offre possèdent des valeurs par défaut que vous pouvez remplacer lors de la création et de l'affectation de l'offre. Par exemple, le taux d'intérêt de lancement pour une offre de carte de crédit peut être paramétré dans son modèle d'offre avec les valeurs 5 %, 8 % et 12 %. Lorsque vous utilisez le modèle pour créer une offre, vous pouvez sélectionner l'une de ces valeurs comme taux d'intérêt par défaut. Ensuite, lorsque l'offre est utilisée dans un diagramme et affectée à une cible, le concepteur de diagramme peut changer la valeur du taux d'intérêt.

Versions d'offre

Une version d'offre est créée chaque fois que vous modifiez les attributs paramétrés d'une offre pour créer une combinaison unique.

Par exemple, vous pouvez changer les attributs suivants dans une offre de carte de crédit :

- Illustration (phare, chatons ou voitures de course)
- Taux de lancement (5,99 %, 8,99 % ou 12,99 %)
- Dates de validité de l'offre (en janvier, juin ou septembre)

Ainsi, une carte dotée d'une illustration représentant un phare, d'un taux de lancement de 5,99 % et d'une date de validité comprise entre le 1er et le 30 septembre constitue une version d'offre différente d'une carte dotée d'une autre illustration, d'un autre taux ou d'une autre date de validité.

Remarque : Pour identifier de façon unique des instances spécifiques d'une utilisation d'offre, utilisez des codes de traitement.

Modèles d'offre

Lorsque vous créez une offre, vous la basez sur un modèle d'offre. Des modèles d'offre sont créés au préalable par un administrateur.

Chaque modèle d'offre inclut plusieurs zones obligatoires, comme Nom de l'offre et Stratégie de sécurité. En plus, les modèles peuvent inclure des attributs personnalisés qui ont été définis séparément. Par exemple, un modèle pour créer des offres "Carte de fidélité" peut inclure une liste déroulante "Remise" (un attribut personnalisé) qui contient les valeurs 10 %, 15 % et 20 %.

Lorsque vous créez une offre basée sur ce modèle, vous remplissez les zones qui sont définies dans le modèle. Par exemple, vous fournissez un nom d'offre, vous sélectionnez une stratégie de sécurité et vous choisissez une valeur par défaut dans la liste déroulante "Remise". Si vous êtes autorisé à ajouter des valeurs à la liste, un bouton **Ajouter** s'affiche en regard de l'attribut lorsque vous créez l'offre. Par exemple, si vous ajoutez la valeur 25 %, la liste va contenir quatre valeurs (10 %, 15 %, 20 %, 25 %).

Lorsque vous enregistrez l'offre, celle-ci devient disponible pour être utilisée dans des diagrammes de campagne. Le concepteur de diagramme peut ensuite affecter des offres en configurant un processus de contact, comme un processus de liste d'adresses, de liste d'appels ou d'optimisation.

Le comportement des listes déroulantes dans des processus de contact est contrôlé par le paramètre de configuration générique `disallowAdditionalValForOfferParam`. Ce paramètre détermine si les concepteurs du diagramme peuvent uniquement sélectionner une valeur dans liste lorsqu'ils configurent un processus de contact. Si le paramètre a la valeur true, les concepteurs peuvent uniquement sélectionner des valeurs dans la liste déroulante. Si le paramètre est défini sur false, les concepteurs peuvent sélectionner des valeurs en dehors de la liste, par exemple, dans une table de base de données.

Traitements

Les traitements sont des combinaisons uniques de cible et de version d'offre à un moment donné. Il est recommandé d'utiliser des codes de traitement, car ils permettent d'effectuer un suivi très spécifique des réponses.

Les traitements sont automatiquement créés lors de l'exécution d'un diagramme avec les processus de contact (liste d'appels ou liste d'adresses) qui ont été associés aux offres. Chaque traitement est identifié de manière unique par un code de traitement généré par le système, dont le format est indiqué dans le ou les modèles ayant servi à la création de la ou des offres. Les codes de traitement ne peuvent pas être remplacés par les utilisateurs.

Chaque fois qu'un processus de contact est exécuté (sauf en mode test), Campaign enregistre les détails suivants :

- la ou les versions d'offre affectées dans le processus de contact ;
- la ou les cibles auxquelles les offres sont affectées ;
- le code de traitement pour chaque combinaison unique de version d'offre, de cible et de date/heure ;
- la date d'exécution du processus de contact.

Le fait d'exécuter deux fois le même processus de contact (en production) crée deux instances de traitement, chacune disposant d'un code de traitement unique. Cela permet de suivre les réponses de manière très spécifique, en disposant d'une instance de contact unique. Par exemple, vous pouvez lancer la même promotion le 15 janvier et le 15 février. Si vous utilisez les codes de traitement pour le suivi, les personnes répondant à l'envoi du 15 février peuvent être différenciées de celles qui ont répondu à celui du 15 janvier par le biais de leurs codes de traitement, même si elles étaient ciblées par les deux promotions.

Les codes de traitement ne sont pas disponibles avant l'exécution diagrammes, car ils ne sont générés qu'à ce moment précis ; ils ne répondent donc pas aux exigences requises en matière de codes préimprimés. Toutefois, ils peuvent être générés par Campaign sous forme de zones à des fins de suivi ou d'impression à la demande.

Création d'offres

Créez des offres pour représenter les messages marketing que vous souhaitez communiquer à des clients ou prospects.

Avant de commencer

Pour que vous puissiez créer une offre, un administrateur doit créer au moins un modèle d'offre et vous devez être autorisé à utiliser ce modèle. Pour pouvoir créer des offres dans un dossier, vous devez disposer des droits appropriés dans la stratégie de sécurité régissant ce dossier.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

La création d'une nouvelle offre ou d'une nouvelle version d'une offre existante dépend de la manière dont votre administrateur a défini des modèles d'offre. Vous devez créer une nouvelle offre dans les cas suivants :

- lorsque les zones non paramétrées d'une offre changent,
- lorsque vous avez besoin d'un nouveau code d'offre à des fins de suivi (par exemple, pour préimprimer des codes réponse sur des brochures publicitaires envoyées par la poste).

Pour créer une offre, vous pouvez suivre cette procédure ou dupliquer une offre existante, puis l'éditer.

Procédure

1. Sélectionnez **Campagne > Offres**.
2. Cliquez sur l'icône **Ajouter une offre** .
3. S'il n'existe qu'un seul modèle d'offre, la page Nouvelle offre s'ouvre. S'il en existe plusieurs, vous êtes invité à sélectionner un modèle sur lequel baser votre nouvelle offre.

Remarque : Les noms de modèle qui sont affichés en gris sont retirés et ne peuvent être utilisés pour créer des offres.

4. Cliquez sur **Continuer**.
5. Utilisez la page Nouvelle offre pour définir l'offre. Les zones affichées dépendent du modèle d'offre utilisé. Cependant, les zones suivantes sont toujours incluses :

Option	Description
Nom de l'offre	Les noms d'offres sont soumis à des restrictions au niveau des caractères. Voir Annexe A, «Caractères spéciaux dans les noms d'objet IBM Campaign», à la page 259.
Stratégie de sécurité	Stratégie définie par votre administrateur.
Description	Facultatif.
Code de l'offre.	Les offres sont identifiées par des codes uniques d'offres affectées par le système, sur la base d'un format spécifié par votre société. Si vous remplacez ou régénérez des codes d'offre, Campaign ne peut pas vérifier que le nouveau code d'offre est unique. Si vous utilisez un code d'offre non unique pour le suivi des réponses, vos résultats peuvent être inexacts. Pour plus d'informations sur les codes d'offre, consultez le *guide d'administration de Campaign*.
Produits liés	(Facultatif) Indiquez des ID de produit à utiliser pour le suivi des réponses induites. Par exemple, vous pouvez souhaiter qu'un achat de chewing-gum soit considéré comme une réponse à votre offre de bonbon.

Option	Description
Attributs paramétrés	(Facultatif) Sélectionnez des valeurs et indiquez des valeurs par défaut. Les valeurs que vous pouvez afficher et modifier dans la section **Attributs paramétrés** sont définies par le modèle d'offre que vous utilisez. Les attribut paramétrés sont des attributs d'offre dont les valeurs peuvent être fournies lorsque l'offre est affectée. La section **Attributs paramétrés** peut contenir des zones, des boutons, ou des menus déroulants dans lesquels vous pouvez sélectionner des valeurs prédéfinies ou entrer vos propres valeurs par défaut. Vous ne pouvez modifier la section **Attributs paramétrés** que si le modèle d'offre a défini des attributs paramétrés. Si une liste de valeurs est disponible et que vous êtes autorisé à ajouter des valeurs à celle-ci, un bouton **Ajouter** s'affiche en regard de l'attribut. Par exemple, vous pouvez ajouter la valeur 25 % à une liste d'offres "Remise". Si vous ajoutez des éléments de liste, ces ajouts sont enregistrés dans l'attribut personnalisé pour être disponibles pour tous les utilisateurs. Une fois que vous avez enregistré les changements, vous ne pouvez pas supprimer des éléments que vous avez ajoutés. Seuls les administrateurs peuvent supprimer des éléments des liste en modifiant l'attribut personnalisé.
Suppression de l'offre pour les interactions en temps réel	(Facultatif) Déterminez si la présentation de cette offre doit être arrêtée dans des interactions en temps réel basées sur des critères vous spécifiez. Cette section s'affiche uniquement si vous définissez une offre à l'aide d'un modèle pour lequel **Permettre l'utilisation des offres créées à partir de ce modèle dans des interactions en temps réel** est sélectionné. Par exemple, vous pouvez supprimer cette offre pour les visiteurs qui l'ont explicitement rejetée, ou une fois que l'offre a été présentée à un visiteur un certain nombre de fois. Pour plus d'informations sur l'utilisation de la section **Suppression de l'offre pour les interactions en temps réel**, voir le *guide d'utilisation d'Interact*.

6. Cliquez sur **Enregistrer les modifications.**

Que faire ensuite

Pour utiliser l'offre, affectez-la à une cible dans un diagramme ou une liste des populations ciblées (LPC).

Modification d'offres

Vous pouvez éditer une offre à tout moment, qu'elle ait été utilisée ou non dans un processus de contact, en fonction des rôles et droits dont vous disposez.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Après qu'une offre a été utilisée en production (une fois qu'elle a été affectée à une cible dans un diagramme exécuté en production et journalisée dans l'historique des contacts), vous ne pouvez éditer que son nom, sa description et les valeurs par défaut de ses attributs paramétrés. Cette restriction garantit que Campaign peut procéder au suivi des détails exacts des offres qui ont déjà été proposées.

Procédure

1. Sélectionnez **Campagne > Offres**.
2. Cliquez sur le nom de l'offre.
3. Cliquez sur l'icône **Editer** dans la page Récapitulatif de l'offre.
4. Effectuez vos changements.
5. Cliquez sur **Enregistrer les modifications**.

Documents numériques d'autres produits IBM EMM

Les campagnes marketing créées dans IBM Campaign peuvent inclure des documents numériques d'autres produits IBM EMM, y compris eMessage etMarketing Operations.

Affichage et édition de documents eMessage liés à une offre Campaign

Vous pouvez afficher tous les documents numériques eMessage pour une offre depuis la page de récapitulatif et éventuellement les modifier dans la bibliothèque de contenu.

Avant de commencer

Pour pouvoir afficher des documents eMessage dans une offre, vous devez utiliser eMessage Document Composer pour associer l'offre à au moins un document dans la bibliothèque de contenu. Chaque document peut être associé à une seule offre simultanément, mais une offre peut être associée à plusieurs documents. Pour plus d'informations, reportez-vous à la documentation d'eMessage.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Après avoir établi la relation entre une offre dans Campaign et des documents dans eMessage, vous pouvez afficher ces documents depuis la page de récapitulatif d'offre Campaign.

Procédure

1. Cliquez sur **Campaign > Offres**.
2. Recherchez une offre disposant de documents eMessage.
3. Cliquez sur le nom de l'offre.

   La page de récapitulatif de l'offre s'affiche.
4. Cliquez sur **Lien vers le document numérique IBM eMessage** en haut de la page de récapitulatif.

   La bibliothèque de contenu eMessage s'ouvre et affiche la liste de tous les documents eMessage liés à l'offre.
5. Vous pouvez cliquer deux fois sur un document pour l'ouvrir.

Concepts associés :

«Présentation de l'intégration d'offre eMessage avec IBM Campaign», à la page 9

Présentation de l'utilisation des documents Marketing Operations dans les offres Campaign

Si Marketing Operations et Campaign sont installés et que vous disposez d'une licence pour le module complémentaire IBM Marketing Asset Management pour Marketing Operations, les campagnes peuvent contenir des documents numériques de vos bibliothèques de documents Marketing Operations. Campaign n'a pas besoin d'être intégré à Marketing Operations, mais il peut l'être.

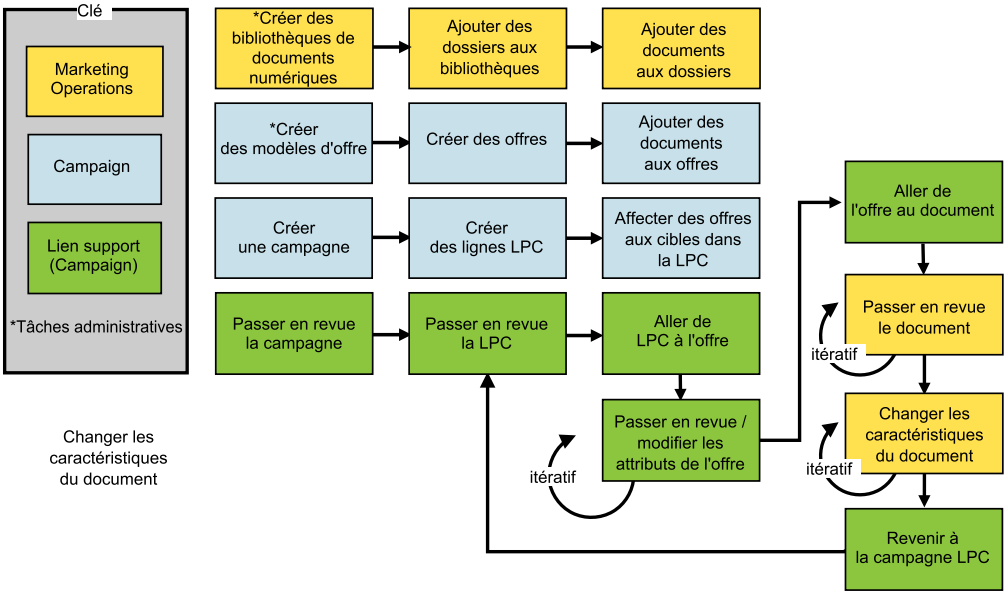
Un exemple de cette fonctionnalité consiste à créer une offre qui inclut un logo de produit stocké dans une bibliothèque de documents Marketing Operations.

Pour inclure un document Marketing Operations dans une offre, l'utilisateur crée une offre basée sur un modèle qui contient l'attribut **CreativeURL**. Un lien support est un pointeur qui indique l'emplacement d'un document dans Marketing Operations. Le document vers lequel l'attribut **CreativeURL** pointe est inclus dans l'offre.

L'attribut **CreativeURL** permet aux utilisateurs de passer de manière transparente de Campaign à Marketing Operations lors de la configuration d'offres, de modèles d'offres ou de campagnes.

Par exemple, lors de la création ou de l'édition d'une campagne, vous pouvez passer d'une liste des populations ciblées (LPC) à l'offre associée à la cible. Depuis l'offre, vous pouvez accéder au document associé dans Marketing Operations où vous pouvez l'afficher ou le modifier. Vous pouvez également télécharger un nouveau document à la bibliothèque pour l'utiliser immédiatement dans la campagne.

L'exemple suivant présente un workflow possible pour un système. Cet exemple s'applique à un système qui n'est pas intégré. Votre workflow peut être différent.



Utilisation de documents Marketing Operations dans des offres Campaign

Cette rubrique explique comment lier un document numérique Marketing Operations à une offre Campaign. Si Marketing Operations est intégré à Campaign et si l'intégration des offres est activée, vous devez suivre une procédure légèrement différente. Voir le manuel *IBM Marketing Operations and Campaign Integration Guide*.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Un document est un fichier électronique qui a été conçu pour être utilisé dans un programme marketing. Il s'agit par exemple de logos, d'images de marque, de documents de recherche marketing, d'éléments de référence, de matériel d'entreprise auxiliaire ou de modèles de document. Si vous utilisez à la fois Marketing Operations et Campaign, vous pouvez intégrer un fichier provenant d'une bibliothèque de documents Marketing Operations à une offre Campaign. Pour inclure un document dans une offre, utilisez l'attribut **CreativeURL**. Un "lien support" ou "URL de support" (CreativeURL) est un pointeur qui pointe vers un fichier dans une bibliothèque de documents Marketing Operations.

Tableau 12. Utilisation de documents Marketing Operations dans des offres Campaign

Tâche	Détails
Prérequis : créez et remplissez une bibliothèque de documents dans Marketing Operations.	Les administrateurs Marketing Operations peuvent créer des bibliothèques de documents, qui servent de référentiels pour les fichiers. Les utilisateurs Marketing Operations peuvent télécharger des documents numériques et les organiser en dossiers au sein des bibliothèques de documents. Pour obtenir la liste des prérequis ainsi que des instructions, consultez le *guide d'administration de Campaign*.
Prérequis : ajoutez l'attribut **CreativeURL** à un modèle d'offre.	Les administrateurs Campaign ajoutent l'attribut **CreativeURL** à un modèle d'offre lorsqu'ils définissent le modèle. Pour plus d'informations, voir le *guide d'administration de Campaign*.

Tableau 12. Utilisation de documents Marketing Operations dans des offres Campaign (suite)

Tâche	Détails
Créez une offre basée sur un modèle incluant l'attribut **CreativeURL** et liez un document à l'offre.	1. Sélectionnez **Campagne > Offres**, cliquez sur **Ajouter une offre** et sélectionnez un modèle incluant l'attribut **CreativeURL**. 2. Utilisez la page Nouvelle offre pour définir l'offre (nom, stratégie de sécurité et autres informations), puis cliquez sur **Parcourir la bibliothèque** dans **Liens support**. (Les étapes 2 à 5 peuvent également être exécutées à partir du mode vue de la liste des populations ciblées.) 3. Dans la boîte de dialogue, cliquez sur une bibliothèque pour l'ouvrir. La fenêtre de la bibliothèque s'affiche. 4. Dans cette fenêtre, accédez à un dossier dans la bibliothèque de documents, puis sélectionnez le document à utiliser dans cette offre. 5. Pour ajouter un document, cliquez sur **Ajouter une ressource**, puis définissez le nom du document, son propriétaire et d'autres informations. Dans la zone **Fichier**, cliquez sur **Télécharger**, puis accédez au document. Vous pouvez télécharger un fichier, un aperçu de fichier ou une miniature. 6. Suivez les invites pour sélectionner et télécharger des documents dans la bibliothèque, pour enregistrer les changements et accepter le document. 7. Cliquez sur **Enregistrer les changements** pour enregistrer l'offre. Un lien vers le document spécifié est désormais inclus dans la zone **Liens support**.
Affectez des offres à des cibles dans la liste des populations ciblées (LPC) de la campagne.	1. Accédez à la page Toutes les campagnes, cliquez sur une campagne, sélectionnez l'onglet **Populations ciblée** et éditez la liste des populations ciblées. 2. Cliquez dans la colonne **Offres affectées**, puis cliquez sur **Sélectionner une ou plusieurs offres**. 3. Utilisez la fenêtre Sélectionner les offres pour choisir l'offre que vous avez créée. 4. Enregistrez et quittez la liste des populations ciblées. Votre campagne inclut désormais un document numérique provenant de Marketing Operations. En général, une campagne passe ensuite par un processus de revue et d'ajustement, qui est expliqué dans les étapes suivantes.

Tableau 12. Utilisation de documents Marketing Operations dans des offres Campaign (suite)

Tâche	Détails
Modifiez éventuellement l'offre.	1. Accédez à la page Toutes les campagnes, cliquez sur une campagne, sélectionnez l'onglet **Populations ciblée** et éditez la liste des populations ciblées. 2. Cliquez dans la colonne **Offres affectées**, puis cliquez sur **Afficher les offres** . La fenêtre Afficher/ éditer le détail des offres s'ouvre. 3. Sélectionnez l'offre et cliquez sur **Aperçu**. (Si vous décidez de supprimer une offre, sélectionnez-la et cliquez sur **Supprimer**.) 4. Pour ouvrir l'offre en vue de son édition, cliquez sur l'icône **Editer** dans la partie supérieure de la fenêtre. 5. Une fois l'offre ouverte en vue de son édition, vous pouvez éditer les valeurs des attributs paramétrés. Vous pouvez également accéder aux documents Marketing Operations : a. Cliquez sur le lien **Parcourir la bibliothèque** dans la zone **Liens support**. b. Dans la fenêtre qui s'ouvre, cliquez sur une bibliothèque. c. Dans la fenêtre suivante, accédez à un dossier dans la bibliothèque de documents, puis sélectionnez le document à utiliser dans cette offre. d. Si vous voulez ajouter un document, cliquez sur **Ajouter une ressource**, puis fournissez les informations requises. Dans la zone **Fichier**, cliquez sur **Télécharger**, puis accédez au document. Vous pouvez télécharger un fichier, un aperçu de fichier ou une miniature. Suivez les invites pour terminer l'action. e. Cliquez sur **Enregistrer les changements** pour enregistrer l'offre. Un lien vers le document sélectionné est désormais inclus dans la zone **Liens support**.
Enregistrez et quittez.	Fermez les fenêtres d'IBM Marketing Operations et retournez à la liste des populations ciblées Campaign. Enregistrez et quittez la liste des populations ciblées.

Affectation d'offres à des cibles dans un diagramme

Les concepteurs de diagramme affectent des offres à des cibles en configurant un processus de contact dans un diagramme. Une *cible* est une liste de clients que vous souhaitez contacter avec une offre spécifique. Une *population ciblée* est une cible à laquelle une offre est affectée. Vous pouvez éventuellement exclure du contact des groupes de contrôle à des fins d'analyse.

Avant de commencer

Avant de commencer, vous devez créer une offre pour qu'elle soit disponible pour une affectation. Vous pouvez également choisir d'associer des offres à des campagnes à l'aide de l'onglet de récapitulatif de la campagne. Les offres qui sont associées à une campagne apparaissent en haut des listes de sélection en tant qu'offres "liées".

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Remarque : Les organisations qui utilisent une approche de gestion "descendante" affectent des offres à des cibles dans une liste des populations ciblées (LPC). Un

concepteur de diagramme sélectionne ensuite des destinataires pour ces offres. Pour plus d'informations, voir «Affectation d'offres à des cibles dans une LPC», à la page 179.

Remarque : Si Campaign est intégré à Marketing Operations, vous devez utiliser Marketing Operations pour affecter les offres aux cibles générées dans la liste des populations ciblées (LPC) d'un projet de campagne. Vous ne pouvez pas affecter des offres dans un processus de contact, sauf si vous utilisez des campagnes existantes.

Procédez comme suit pour affecter des offres dans un diagramme.

Procédure

1. Ouvrez une campagne et cliquez sur un onglet Diagramme.
2. Cliquez sur **Editer** dans la fenêtre de diagramme.
3. Cliquez deux fois sur le processus de contact (par exemple, liste d'adresses ou liste d'appels) qui contient les destinataires pour votre offre.
4. Utilisez l'onglet **Traitement** pour affecter au moins une offre à chaque cible.
5. Cliquez sur l'onglet **Paramètres** pour afficher les noms et les valeurs de chaque offre paramétrée affectée dans l'onglet **Traitement** et ajuster les valeurs de paramètre d'offre.

   Par exemple, si un processus Liste d'adresses inclut une offre de carte de crédit, vous pouvez modifier les dispositions proposées. En fonction de la manière dont l'offre a été définie, vous pouvez être en mesure de sélectionner des valeurs dans une liste. Si une liste est disponible, le paramètre de configuration `Campaign | partitions | partition[n] | server | flowchartConfig | disallowAdditionalValForOfferParam` détermine si vous pouvez indiquer d'autres valeurs ou uniquement sélectionner des valeurs dans une liste.

Que faire ensuite

Pour plus d'informations, voir «Configuration de processus de contact (liste d'adresses ou liste d'appels)», à la page 107.

Association d'offres liées à des campagnes

Vous pouvez associer des offres à des campagnes permettre à des utilisateurs de sélectionner plus facilement des offres liées lorsqu'ils configurent des processus de contact dans des diagrammes (affectation d'offres à des cibles).

Procédure

1. Dans l'onglet **Récapitulatif de la campagne**, cliquez sur l'icône

   Ajouter/supprimer offres .
2. Sélectionnez les offres à ajouter et déplacez-les dans la liste **Offres à inclure**.

   Vous pouvez utiliser **Rechercher** pour rechercher des offres ou pouvez parcourir les dossiers. Utilisez **Maj+Clic** ou **Ctrl+Clic** pour sélectionner plusieurs offres.
3. Cliquez sur **Enregistrer les modifications.**

Résultats

La zone **Offres liées** de l'onglet de récapitulatif de la campagne affiche toutes les offres associées à la campagne. Les offres sont grisées tant que quelqu'un ne les utilise pas dans un diagramme de la campagne.

Un astérisque en regard d'une offre indique que celle-ci a été associée à une campagne (association "descendante"). Les offres qui ont été utilisées directement dans un diagramme ("de bas en haut") sans d'abord être associées à une campagne n'ont pas d'astérisque.

Lorsque des utilisateurs configurent un processus de contact pour créer des listes de contacts dans des diagrammes de campagne, les offres liées apparaissent au début de la liste afin de faciliter leur localisation et leur sélection pour une affectation à une ou plusieurs populations ciblées.

Produits liés pour des offres

Les produits liés sont des produits qui peuvent être utilisés dans le suivi des réponses induites pour déterminer si un événement (par exemple, un achat) est considéré comme une réponse. Par exemple, si vous indiquez Chewing-gum comme produit lié pour votre offre Bonbons, si un client achète des chewing-gums, c'est considéré comme une réponse.

Lorsque vous créez une offre, il existe deux manières de définir des produits liés.

- Vous pouvez utiliser le bouton **Editer requête** pour générer une requête qui renvoie la liste des ID produit que vous considérez comme des produits liés.
- Vous pouvez utiliser **Importer les ID de produit** pour saisir ou coller une liste d'ID issue d'un fichier source, puis coller la liste résultante dans la zone Produits liés.

Remarque : Lorsque la gestion des offres est exécutée depuis IBM Marketing Operations, La fonctionnalité de produits liés, qui associe des ID de produit à des offres, n'est pas disponible.

Affectation de produits liés à une offre

Vous pouvez affecter une liste d'ID de produits "liés" à une offre. Les produits liés sont des produits qui ne font pas explicitement partie de l'offre mais que vous prévoyez de compter en tant que réponses.

Procédure

1. Sélectionnez **Campaign > Offres** pour créer une nouvelle offre.
2. Cliquez sur **Importer les ID de produit** dans la page Nouvelle offre. La boîte de dialogue Sélectionner produits s'ouvre.
3. Copiez des ID de produit depuis votre fichier source.

   Remarque : Le contenu source peut inclure un ou plusieurs des délimiteurs suivants : tabulation, virgule ou saut de ligne/retour à la ligne. Si vous insérez plusieurs délimiteurs à la suite, ils sont ignorés. Lorsque les ID de produit sont des chaînes de texte, les espaces et la casse sont conservés.
4. Collez les ID dans la liste **Importer les ID de produit**.
5. Cliquez sur **Importer**.

La fonction Importer crée une liste sur le côté droit de la boîte de dialogue. Vous pouvez modifier le contenu de la liste **Importer les ID de produit** (coller des éléments supplémentaires et éditer des éléments existants), puis cliquer à nouveau sur Importer pour continuer à créer la liste **Sélectionner les produits pour lesquels**.

La fonction Importer n'autorise pas les doublons ; les occurrences en double d'une même valeur sont automatiquement ignorées.

6. Lorsque la liste Sélectionner les produits pour lesquels contient les entrées souhaitées, cliquez sur **Enregistrer les modifications** pour fermer la boîte de dialogue.

   Remarque : Après vous avez fermé la boîte de dialogue, vous ne pouvez pas importer des ID supplémentaires. Si vous cliquez à nouveau sur **Importer les ID de produit**, les ID existants sont effacés sauf si vous cliquez sur **Annuler**.

Que faire ensuite

Les ID de produit de la liste **Sélectionner les produits pour lesquels** sont enregistrés sous la forme d'une requête pour l'offre et sont ajoutés à la liste **Produits liés**.

Modification de la liste des produits liés pour une offre

Lorsque vous affectez des produits liés à une offre, la liste est enregistrée sous forme de requête. Vous pouvez modifier l'offre si vous souhaitez modifier la requête ou supprimer des éléments de la liste.

Procédure

1. Sélectionnez **Campaign > Offres** et ouvrez l'offre à éditer.
2. Effectuez l'une des opérations suivante :
   - Si vous souhaitez supprimer des éléments de la liste **Produits liés**, utilisez **Ctrl+clic** ou **Maj+clic** pour sélectionner les éléments, puis cliquez sur **Supprimer**.
   - Si vous souhaitez complètement effacer la liste, cliquez sur **Importer les ID de produit**. Vous pouvez sortir ou régénérer la liste.
   - Si vous souhaitez modifier la requête qui a généré la liste, cliquez sur **Editer requête**. La boîte de dialogue **Sélectionner produits** s'ouvre et la liste **Sélectionner les produits pour lesquels** affiche la liste des produits liés.

     Utilisez les contrôles pour déplacer des entrées en dehors de la liste ou modifier l'ordre. Par exemple, vous pouvez inclure des conditions de requête supplémentaires. Ajoutez une clause de requête à l'aide d'un attribut dans la table `UA_Products`, y compris l'ID de produit et utilisez le bouton **>>** pour déplacer le produit vers la liste **Sélectionner les produits pour lesquels**.

     Cliquez sur **Enregistrer les modifications** pour fermer la boîte de dialogue et enregistrer la requête.
3. Sur la page d'édition de l'offre, cliquez sur **Enregistrer les modifications** pour enregistrer l'offre.

Duplication d'offres

Vous pouvez créer de nouvelles offres en dupliquant des offres existantes, afin de gagner du temps lors de la saisie de données. Vous pouvez dupliquer des offres retirées ou des offres actives.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Les offres créées par duplication reçoivent automatiquement des codes d'offre uniques. Elles sont nommées "Copie de <nom de l'offre d'origine>" et possèdent les mêmes description, stratégie de sécurité et valeurs d'attribut que l'offre d'origine.

Remarque : Les offres dupliquées sont créées dans le même dossier que celles d'origine, mais elles peuvent être déplacées ultérieurement. Vous devez disposer des droits appropriés pour dupliquer et déplacer des offres.

Duplication d'une offre à partir de la page Offres

Pour gagner du temps, vous pouvez dupliquer une offre à partir d'une liste d'offres. Vous pouvez ensuite modifier la nouvelle offre en fonction de vos besoins.

Procédure

1. Sélectionnez **Campagne** > **Offres**. La page Offres s'ouvre.
2. Accédez au dossier qui contient l'offre ou les offres que vous souhaitez dupliquer.
3. Cochez la case en regard de chacune des offres à dupliquer.
4. Cliquez sur **Dupliquer les offres sélectionnées** .
5. Cliquez sur **OK** pour confirmer. Les offres sélectionnées sont dupliquées et s'affichent dans la liste des offres.

Duplication d'une offre à partir de la page Récapitulatif

Pour gagner du temps, vous pouvez dupliquer une offre lorsque vous affichez ou éditez ses informations récapitulatives. Vous pouvez ensuite modifier la nouvelle offre en fonction de vos besoins.

Procédure

1. Sur la page de récapitulatif de l'offre à copier, cliquez sur **Créer une offre en double** . Une fenêtre de confirmation s'ouvre.
2. Cliquez sur **OK** pour confirmer. La page Nouvelle offre s'affiche en mode **Edition**, avec des zones remplies avec les valeurs de l'offre d'origine, mais avec un nouveau code d'offre.
3. Changez les valeurs souhaitées, notamment le nom et la description de l'offre.

   Remarque : Les noms d'offres sont soumis à des restrictions au niveau des caractères. Pour plus d'informations, voir Annexe A, «Caractères spéciaux dans les noms d'objet IBM Campaign», à la page 259.
4. Cliquez sur **Enregistrer les changements** pour créer la nouvelle offre.

Groupement d'offres

Vous pouvez regrouper des offres à des fins de génération de rapports ou d'analyse.

Par exemple, si vous voulez afficher les taux de réponse à une offre "Livraison gratuite" envoyée via divers canaux et proposée à différentes périodes de l'année.

Remarque : Pour qu'un rapport utilise un attribut d'offre à des fins de groupement ou de cumul, il doit être personnalisé par votre administrateur de rapports.

Vous pouvez regrouper des offres de deux manières suivantes :

- à l'aide d'attributs ;
- dans des dossiers.

Utilisation des attributs

Vous pouvez créer dans vos offres autant d'attributs personnalisés que vous le souhaitez pour les utiliser en tant que "zones de groupement d'offres". Par exemple, si vous proposez diverses promotions classées par appartenance à une université pour des cartes de crédit, vous pouvez créer un attribut personnalisé appelé "région" que vous utiliserez ensuite dans les rapports. Cela vous permettra alors de regrouper les offres destinées aux anciens élèves des universités de la région parisienne et de les comparer avec celles de la région PACA.

Lorsque vous créez des offres utilisant des attributs personnalisés, vous devez saisir les valeurs manuellement. Vous pouvez également dupliquer une offre similaire afin de réduire les tâches de saisie de données, car les valeurs des attributs paramétrés sont également copiées.

Les attributs d'offre peuvent également être utilisés dans les listes d'offres dynamiques pour identifier et regrouper des offres.

Groupement d'offres dans des dossiers

Il peut être utile de regrouper des offres dans des dossiers à des fins de génération de rapports. Si vous conservez toutes les offres liées dans le même dossier et que vous l'indiquez comme cible pour la génération de rapports sur les offres, toutes les offres figurant dans ce dossier (et dans ses éventuels sous-dossiers) sont automatiquement sélectionnées pour la génération de rapports.

Remarque : L'inclusion du contenu des dossiers et sous-dossiers à des fins de génération de rapports par le biais de cette méthode ne génère pas de rapports cumulés pour les offres. Ils sont simplement sélectionnés en fonction de leur inclusion dans une arborescence.

Déplacement d'offres ou de listes d'offres

Vous pouvez déplacer une ou plusieurs offres entre des dossiers. Les procédures de déplacement d'offres et de listes d'offres étant identiques, vous pouvez déplacer des offres et des listes d'offres au cours de la même opération.

Avant de commencer

L'accès à des emplacements différents est régi par des stratégies de sécurité différentes. Vous ne pouvez déplacer des offres que vers un dossier pour lequel la stratégie de sécurité vous accorde le droit d'effectuer cette opération.

Procédure

1. Dans la page Offres, sélectionnez les offres ou les listes à déplacer, puis cliquez sur **Déplacer les éléments sélectionnés** .

Une autre façon de déplacer une offre (mais pas une liste) consiste à afficher sa page Récapitulatif et à cliquer sur l'icône **Déplacer dans un autre dossier**

2. Sélectionnez le dossier de destination et cliquez sur **Accepter cet emplacement**.

Retrait d'offres ou de listes d'offres

Si vous disposez des droits appropriés, vous pouvez retirer des offres et des listes d'offres pour empêcher leur utilisation ultérieure. Les offres retirées ne peuvent plus être affectées et proposées dans le cadre d'une liste d'offres.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Les offres retirées restent visibles dans la hiérarchie des offres, mais elles apparaissent grisées. Elles peuvent être localisées à l'aide de la fonctionnalité de recherche, dupliquées pour créer de nouvelles offres et sont disponibles pour la génération de rapports.

Remarque : Une offre retirée ne peut pas être réactivée. Si vous avez besoin d'une offre dotée de détails identiques, vous pouvez en créer une nouvelle en dupliquant l'offre retirée.

Le retrait d'une offre n'affecte pas les campagnes ou les diagrammes dans lesquels elle a déjà été utilisée et conserve l'intégrité des données par rapport aux informations de tables système qui ont été générées sur la base de l'offre, telles que l'historique des contacts et des réponses.

Vous pouvez nettoyer les listes d'offres statiques en supprimant les offres retirées. Les listes d'offres dynamiques ne nécessitent aucun nettoyage, car elles ne prennent en compte que les offres non retirées correspondant à leurs critères de recherche.

Les procédures de retrait d'offres et de listes d'offres étant identiques, vous pouvez retirer des offres et des listes d'offres au cours de la même opération.

Procédure

1. Sur la page Offres, sélectionnez les offres ou listes d'offres à retirer, puis cliquez sur l'icône **Retirer les offres/listes sélectionnées** .
   Une autre façon de retirer une offre consiste à afficher sa page Récapitulatif et à cliquer sur l'icône **Retirer cette offre** . Toutefois, cette méthode ne s'applique qu'aux offres, pas aux listes d'offres.
2. Cliquez sur **OK**.

Résultats

Les offres et listes d'offres sélectionnées sont retirées et s'affichent en grisé.

Suppression d'offres ou de listes d'offres

Vous devez disposer des droits appropriés pour supprimer une offre ou une liste d'offres. En outre, pour préserver l'intégrité du système, Campaign ne vous autorise pas à supprimer des offres ou des listes d'offres qui sont référencées dans les tables système.

Il s'agit des offres ou listes d'offres qui :

- sont associées à une campagne
- ont été affectées à une cible dans un processus de contact d'un diagramme dont l'historique des contacts a été rempli
- ont été affectées à une cible dans un processus d'optimisation d'un diagramme

Important : Si vous tentez de supprimer une offre ou une liste d'offres dans ces situations, un message de confirmation vous indique que l'élément sera retiré et non supprimé. Vous pouvez annuler si vous le souhaitez. Pour empêcher une utilisation ultérieure des offres ou listes référencées dans les tables système, il est préférable de les retirer plutôt que de les supprimer.

Si les offres à supprimer appartiennent à des listes d'offres statiques, vous serez invité à confirmer la suppression. Si vous choisissez de continuer, les offres sélectionnées sont automatiquement retirées des listes d'offres statiques.

Les processus de contact contenant des cibles auxquelles des offres ont été affectées avant d'être supprimées restent configurés, mais l'offre sera répertoriée comme "Offre inconnue" dans la boîte de dialogue de configuration de processus et un avertissement s'affichera lors de l'exécution du diagramme.

Les procédures de suppression d'offres et de listes d'offres étant identiques, vous pouvez supprimer des offres et des listes d'offres au cours de la même opération.

Suppression d'une offre ou d'une liste d'offres

Vous utilisez le même procédure pour supprimer une offre ou une liste d'offres.

Procédure

1. Sur la page Offres, sélectionnez la ou les offres ou listes d'offres à supprimer, puis cliquez sur l'icône **Supprimer les éléments sélectionnés** .
   OU
   Sur la page de récapitulatif de l'offre à supprimer, cliquez sur l'icône **Supprimer cette offre**. . Une fenêtre de confirmation s'ouvre.
2. Cliquez sur **OK**. Vous revenez à la page Offres. L'offre supprimée ne s'affiche plus.

Recherche d'offres

Vous pouvez rechercher des offres mais pas des listes d'offres.

Vous pouvez effectuer une recherche de base sur les offres à l'aide de l'un des critères suivants :

- Nom partiel ou complet
- Description partielle ou complète

- Code d'offre partiel ou complet
- Nom du propriétaire

En outre, vous pouvez utiliser la fonctionnalité Recherche avancée pour rechercher des offres ou des listes d'offres en utilisant des requêtes basées sur des attributs d'offre et des valeurs spécifiques.

Recherche d'offres avec la Recherche avancée

Avec l'option **Recherche avancée**, définissez une requête pour rechercher les offres qui correspondent à vos spécifications.

Procédure

1. Dans un dossier Offres, cliquez sur **Recherche avancée** .

   La fenêtre Options de recherche avancée s'ouvre.
2. Dans la section **Pour construire une requête**, sélectionnez un attribut d'offre à utiliser dans la zone **Choisir l'attribut**.
3. Selon le type d'attribut sélectionné, vous pouvez indiquer d'autres conditions de recherche. Par exemple:
   - Sur l'attribut "Coût par offre", recherchez les valeurs inférieures ou égales à 10,00 €.
   - Sur l'attribut "Date d'expiration", recherchez la date spécifiée, à savoir 30/11/2007.
   - Sur l'attribut "Description", recherchez les valeurs indiquées qui ne contiennent pas la chaîne "2005".
4. Cliquez sur **AND>>** ou **OR>>** pour déplacer vos critères vers la section **Inclure offres avec les critères suivants** et pour créer votre requête. Pour supprimer une condition dans la section **Inclure offres avec les critères suivants**, cliquez sur **<<**.

   Remarque : Selon le ou les opérateurs que vous utilisez dans votre requête (=, >, contient, commence par, etc.), vous pouvez sélectionner une seule ou plusieurs valeurs. Dans certains cas, lorsque vous choisissez plusieurs valeurs avec un opérateur, vous créez des conditions de type "OU". Par exemple, si vous créez une requête de type "Couleur =" et que vous sélectionnez les couleurs bleu, rouge et blanc, la requête créée correspond à "Couleur = bleu OU couleur = rouge OU couleur = blanc".
5. Une fois que vous avez terminé la création de votre requête, cliquez sur **Rechercher**.

   La page Résultats de la recherche affiche toutes les offres correspondant à vos critères de recherche.

Analyse des offres

Utilisez les rapports IBM Campaign pour analyser une offre individuelle ou effectuez une analyse à l'échelle du système sur plusieurs offres.

Procédure

1. Pour analyser une offre individuelle :
   a. Sélectionnez **Campagne** > **Offres**.
   b. Cliquez sur le nom d'une offre.

c. Cliquez sur l'onglet **Analyse**.
d. Sélectionnez un rapport dans la liste **Type de rapport** dans la partie supérieure droite de la page. Le rapport s'affiche dans la même fenêtre.

2. Pour analyser les résultats de plusieurs offres :
   a. Sélectionnez **Analyse** > **Outils d'analyse des campagnes**.
   b. Cliquez sur l'un des dossiers de rapport.
   c. Cliquez sur un lien de rapport.

      Si le rapport autorise le filtrage, la fenêtre Paramètres du rapport s'ouvre.
   d. Sélectionnez un ou plusieurs objets sur lesquels filtrer le rapport. Utilisez **Ctrl+clic** pour sélectionner plusieurs objets. Les objets qui s'affichent varient en fonction des droits dont vous disposez.
   e. Cliquez sur **Générer rapport**.

      Le rapport s'affiche dans la même fenêtre. La date et l'heure de génération du rapport sont affichées au bas de la page. Si le rapport comporte plus d'une page, utilisez les contrôles fournis pour vous déplacer vers le bas ou le haut du rapport ou pour afficher la page suivante ou précédente.

Listes d'offres

Les listes d'offres sont des groupes configurables d'offres que vous pouvez utiliser pour gérer les offres. La même offre peut figurer dans plusieurs listes d'offres. Vous pouvez ajouter des offres à des listes d'offre et affecter des listes d'offres à des cibles. Vous pouvez également éditer, déplacer, supprimer ou retirer des listes d'offres.

Une fois qu'une offre a été utilisée, elle ne peut pas être supprimée, mais elle peut être retirée. Les listes d'offres retirées ne peuvent plus être affectées. Les listes d'offres affectées qui ont été retirées ne seront plus proposées.

Il existe deux types de liste d'offres :

- «Listes d'offres statiques», à la page 157 : Listes prédéfinies dont le contenu ne change pas tant que vous ne les modifiez pas.
- «Listes d'offres dynamiques» : Liste dynamique d'offres spécifiée par une requête, dont le contenu peut donc changer chaque fois qu'elle est utilisée.

Les listes d'offres apparaissent dans la même hiérarchie que les offres, mais elles sont identifiées par des icônes différentes :

	Offres
	Listes d'offres statiques
	Listes d'offres dynamiques

Remarque : Pour pouvoir utiliser des listes d'offres, vous devez disposer des droits appropriés. Pour plus d'informations sur les droits, consultez le *guide d'administration de Campaign*.

Listes d'offres dynamiques

Les listes d'offres dynamiques peuvent générer différents ensembles de résultats à chaque utilisation d'une liste dynamique. Une liste d'offres dynamiques est

spécifiée par une requête qui peut être basée sur des attributs d'offre, des emplacements (dossiers ou sous-dossiers), le propriétaire de l'offre, etc.

En général, les listes d'offres dynamiques sont utilisées pour les campagnes récurrentes. Vous pouvez configurer une cible afin qu'elle reçoive une liste d'offres dynamiques, puis changer le contenu de cette liste sans qu'il soit nécessaire de modifier le diagramme. Par exemple, si vous configurez une liste d'offres dynamiques pour qu'elle figure dans un dossier spécifique, il suffit ensuite d'ajouter ou de supprimer des offres dans ce dossier pour modifier les offres proposées à chaque exécution de la campagne.

Un autre exemple d'utilisation de listes d'offres dynamiques implique la configuration de la liste d'offres dynamiques pour qu'elle renvoie automatiquement les offres que vous souhaitez proposer. Si vous souhaitez proposer à votre cible "client à valeur élevée" la "meilleure offre de carte de crédit" disponible, vous pouvez configurer une liste d'offres incluant toutes les offres de carte de crédit, triées en fonction du taux d'intérêt le plus bas et avec une taille maximale de 1. L'offre de carte de crédit avec le taux d'intérêt le plus bas disponible au moment de l'exécution du processus de contact du diagramme est automatiquement trouvée et proposée à la cible à valeur élevée.

Listes d'offres statiques

Les listes d'offres statiques sont des listes d'offres prédéfinies dont le contenu ne change pas tant que vous ne les changez pas expressément.

Dans les listes d'offres statiques, les valeurs par défaut sont utilisées pour tous les attributs d'offre paramétrés.

En général, les listes d'offres statiques sont utilisées pour réutiliser systématiquement un ensemble d'offres spécifique et figé. Par exemple, si vous disposez de 5 segments de type RFM (Fraîcheur, Fréquence, Monétaire), ce qui vous donne 125 cibles et si vous souhaitez affecter les mêmes offres à chaque cible, vous pouvez créer un seul ensemble d'offres dans une liste d'offres statique et affecter cette liste d'offres aux 125 cibles. Le même niveau de réutilisation s'applique dans les diagrammes et les campagnes.

Sécurité et listes d'offres

La sécurité au niveau objet s'applique aux listes d'offres, en fonction des dossiers dans lesquels elles se trouvent, ainsi que les offres qu'elles contiennent.

Lorsque vous créez une liste d'offres statique, vous ne pouvez ajouter que des offres auxquelles vous avez accès. Toutefois, toute personne disposant d'un droit d'accès à une liste d'offres reçoit automatiquement les permissions d'accès aux offres incluses dans cette liste. Par conséquent, toute personne pouvant accéder à votre liste peut également l'utiliser, ainsi que toutes les offres qu'elle contient, même si ses droits de sécurité ne devraient pas, en principe, lui donner accès à ces offres.

De même, les utilisateurs qui ont accès à un dossier contenant une liste d'offres dynamiques peuvent utiliser cette dernière. Ils obtiennent les mêmes résultats que les autres personnes qui exécutent cette liste d'offres, même s'ils ne devraient pas, en principe, pouvoir accéder à des offres (par exemple, dans les dossiers d'une autre division).

Création de listes d'offres statiques

Pour créer une liste d'offres statique, sélectionnez les différentes offres à inclure dans la liste.

Procédure

1. Sélectionnez **Campagne** > **Offres**.
2. Cliquez sur **Ajouter une liste** .
3. Entrez un nom, une stratégie de sécurité et une description facultative.

   Remarque : Les noms de liste d'offres sont soumis à des restrictions au niveau des caractères. Voir Annexe A, «Caractères spéciaux dans les noms d'objet IBM Campaign», à la page 259.
4. Vérifiez que **Liste d'offres dynamiques** n'est pas cochée.
5. Dans la section **Offres incluses**, utilisez la vue **Arborescence** ou la **Vue liste** pour sélectionner les offres à ajouter dans la liste. Déplacez les offres sélectionnées vers la zone **Offres incluses** à l'aide du bouton **>>**.
6. Cliquez sur **Enregistrer les modifications.**

Création de listes d'offres dynamiques

Pour créer une liste d'offres dynamiques, vous spécifiez les caractéristiques des offres à inclure dans la liste. Le résultat est une liste dynamique pouvant donner des résultats différents chaque fois qu'elle est utilisée.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Remarque : Les offres récemment créées peuvent être automatiquement intégrées aux listes d'offres dynamiques si elles répondent aux critères de requête de ces types de liste.

Procédure

1. Sélectionnez **Campagne** > **Offres**.
2. Cliquez sur **Ajouter une liste** .

   La page Nouvelle liste d'offres s'ouvre.
3. Entrez un nom, une stratégie de sécurité et une description facultative.
4. Sélectionnez **Liste d'offres dynamiques**.
5. Dans la section **Offres incluses**, utilisez les attributs d'offre existants, leurs valeurs, ainsi que les opérateurs AND et OR pour créer les conditions permettant d’inclure des offres dans la liste.
6. Vous pouvez utiliser la vue dossier sous Limiter la recherche à (pour tous les utilisateurs) pour limiter la recherche aux dossier sélectionnés. Pour inclure des sous-dossiers dans les résultats de recherche, cochez la case **Inclure les sous-dossiers**.

   Remarque : Toutes les offres générées par cette recherche sont accessibles aux utilisateurs dotés des droits d'accès à cette liste d'offres, même s'ils ne disposent normalement pas de droits permettant d'afficher les offres ou d'y accéder.
7. Utilisez les listes situées sous **Trier les offres trouvées par** pour sélectionner l'attribut d'offre à l'aide duquel trier les offres trouvées et indiquer si le tri doit être effectué par ordre croissant ou décroissant.

8. Indiquez si vous souhaitez limiter les résultats de la recherche aux « X » premières offres trouvées. Par défaut, aucune limite n'est définie.
9. Cliquez sur **Enregistrer les modifications.**

Edition de listes d'offres

Lorsque vous modifiez une liste d'offres, les campagnes qui l'utilisent se servent de la définition de liste d'offre mise à jour lors de leur prochaine exécution.

Procédure

1. Sélectionnez **Campagne** > **Offres**.
2. Cliquez sur le lien hypertexte du nom de la liste d'offres à éditer.

   L'onglet **Récapitulatif** de la liste d'offres s'affiche.
3. Cliquez sur **Editer** .
4. Effectuez vos changements.

   Les noms de liste d'offres sont soumis à des restrictions au niveau des caractères. Pour plus d'informations, voir Annexe A, «Caractères spéciaux dans les noms d'objet IBM Campaign», à la page 259.
5. Cliquez sur **Enregistrer les modifications.**

Retrait de listes d'offres

Vous pouvez retirer une liste d'offres à tout moment pour empêcher son utilisation ultérieure. Le retrait d'une liste d'offres n'affecte pas les offres qu'elle contient.

Les listes d'offres retirées restent visibles dans la hiérarchie des offres, mais elles apparaissent grisées. Elles sont disponibles pour la génération de rapports ; cependant, elles ne peuvent plus être affectées.

Remarque : Une fois que vous avez retiré une liste d'offres, vous ne pouvez plus la réactiver. Si vous avez besoin d'une liste d'offres dotée de détails identiques à ceux de la liste retirée, vous devez la recréer manuellement.

Pour retirer des listes d'offres, procédez de la même façon que pour le retrait d'offres. En outre, vous pouvez retirer des offres et des listes d'offres au cours de la même opération.

Affectation de listes d'offres à des cibles

Pour affecter des listes d'offres à des cibles dans les processus de contact, procédez de la même façon que pour l'affectation d'offres individuelles. Vous pouvez affecter une combinaison d'offres et de listes d'offres à la même cible.

Toutefois, les attributs paramétrés dans les offres de la liste d'offres utilisent leurs valeurs par défaut. Vous ne pouvez pas affecter de valeurs de paramètres aux offres de la liste d'offres. Pour modifier des valeurs paramétrées, vous pouvez effectuer l'une de opérations suivantes :

- Changez les valeurs par défaut associées à l'offre existante, créez une copie de l'offre avec les nouvelles valeurs par défaut et assurez-vous qu'elle est utilisée dans la liste d'offres.
- Affectez l'offre individuellement, en dehors d'une liste d'offres.

Listes d'offres dans des systèmes intégrés à Marketing Operations

Si votre environnement Campaign est intégré à Marketing Operations, vous devez utiliser Marketing Operations pour affecter des offres ou des listes d'offres à des cibles générées dans la liste des populations ciblées d'un projet de campagne. Pour plus d'informations, voir «Présentation de l'intégration d'IBM Marketing Operations à IBM Campaign», à la page 11.

Listes d'offres et campagnes existantes

Si votre environnement Campaign est configuré pour accéder aux campagnes existantes, utilisez les instructions de ce guide pour affecter des offres ou des listes d'offres à des cibles générées dans les campagnes existantes. Dans les campagnes existantes, il existe deux façons d'affecter des offres à des cibles : à partir de la liste des populations ciblées de la campagne, ou dans une boîte de dialogue de configuration de processus.

Chapitre 8. Gestion des populations ciblées

Une *cible* est un groupe de personnes que vous souhaitez cibler, tels que des clients à valeur élevée. Une *population ciblée* est une cible à laquelle une offre est affectée.

Des cibles sont créées lorsque vous configurez, puis exécutez un processus de manipulation de données (sélection, fusion, échantillonnage, audience ou extraction) dans un diagramme. Par exemple, un processus de sélection peut créer une cible générée qui se compose des clients Gold. Une cible générée peut être utilisée en tant que source pour d'autres processus du même diagramme.

Vous créez une population ciblée en affectant une offre à une cible. Vous pouvez affecter des offres en configurant un processus de contact (tel qu'un processus liste d'adresses ou liste d'appels) dans un diagramme ou en éditant la liste des populations ciblées (LPC). La plupart des organisations utilisent une seule de ces deux approches :

- Ascendante : Un concepteur de campagne crée des offres, puis les affecte en configurant un processus liste d'adresses ou liste d'appels dans un diagramme.
- Descendante : Un directeur marketing crée des offres, puis les affecte dans une liste des populations ciblées. Un concepteur de campagne crée ensuite un diagramme pour sélectionner des destinataires pour les offres, puis lie les cibles du diagramme à des cibles de la liste des populations ciblées.

Chaque cible possède :

- Un **nom de cible** généré par le système et unique au sein du diagramme en cours.
- Un **code de cible** généré par le système. Le code de cible est dans un format standard qui est déterminé par votre administrateur système et est unique lorsqu'il est généré. L'unicité des codes de cible n'est pas vérifiée à moins que la valeur "No" ne soit affectée au paramètre de configuration du diagramme `AllowDuplicateCellCodes`. Dans ce cas, les codes de cible ne doivent être uniques qu'au sein du diagramme en cours.

  Les codes cibles et leurs générateurs sont expliqués dans le *guide d'administration de Campaign*. Les paramètres de configuration sont présentés dans le *guide d'administration de Marketing Platform*.

Génération de cibles dans un diagramme

Lorsque vous exécutez un processus de manipulation de données dans un diagramme, le processus génère une ou plusieurs cibles en sortie. Une cible est une liste d'ID. La sortie générée peut être utilisée comme entrée dans des processus en aval.

Les processus de manipulation de données incluent les processus de sélection, de fusion, de segmentation, d'échantillonnage, d'audience et d'extraction. Lorsque vous exécutez un processus configuré, une ou plusieurs cibles sont créées en sortie. Le nombre de cibles qui est généré dépend du type de processus et de ses détails de configuration. Par exemple, vous pouvez configurer, puis exécuter un processus de sélection pour produire une cible générée de foyers à revenus élevés. Vous pouvez utiliser cette cible en entrée dans un processus segment pour répartir les

© Copyright IBM Corp. 1998, 2013

contacts par âge. La sortie résultante du processus segment est constituée de plusieurs cibles, segmentées en groupes d'âge.

Si l'organisation utilise une gestion descendante pour définir des campagnes, vous pouvez lier des cibles générées dans un diagramme pour placer des cibles générées qui ont été définies dans la liste des populations ciblées (LPC). Le concepteur de campagne génère ainsi une sortie répondant aux objectifs définis dans la liste des populations ciblées.

Limitation de la taille des cibles générées

Pour limiter le nombre d'ID générés par les processus de manipulation de données tels que Audience, Extraction, Fusion ou Sélection, utilisez l'onglet **Effectif maximum de la cible** dans la boîte de dialogue de configuration de processus.

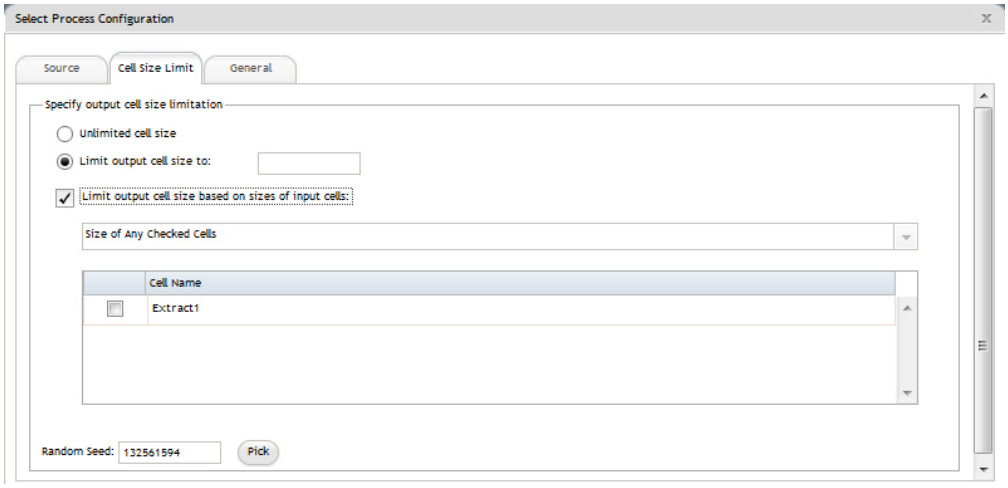
Les options permettant de limiter la taille de la cible générée varient selon que le processus accepte des données en entrée provenant d'une cible ou d'une table. Dans les processus acceptant les deux types de source, la fenêtre Effectif maximum de la cible change dynamiquement pour présenter les options adaptées au type de source.

- Processus acceptant des données en entrée d'une cible générée
- Processus acceptant des données en entrée d'une table

Pour ces deux types de source, vous pouvez également changer la valeur aléatoire de départ. La valeur aléatoire de départ représente le point de départ utilisé par Campaign pour sélectionner les ID de manière aléatoire.

Processus acceptant des données en entrée d'une cible générée

Si un processus utilise des données en entrée provenant d'une cible générée, l'onglet Effectif maximum de la cible inclut les options décrites ci-dessous. Utilisez ces options pour limiter le nombre d'ID générés par le processus.



Utilisez les commandes suivantes pour modifier l'effectif de la cible générée :

- **Ne pas limiter effectif de cible** : renvoie tous les ID répondant aux critères de recherche ou de sélection. Cette option représente la valeur par défaut.

- **Limiter taille de la cible générée à** : renvoie exactement le nombre d'ID uniques spécifié, sélectionnés de façon aléatoire parmi tous ceux qui répondent aux critères de recherche. Dans la zone de texte, saisissez le nombre maximum d'ID à renvoyer. Campaign met en correspondance les enregistrements dédupliqués renvoyés par la base de données avec ceux des cibles source, puis effectue une sélection aléatoire pour atteindre la taille de cible finale. La liste d'ID figurant dans les cibles transmises d'un processus à un autre est toujours unique.

  Remarque : Utilisez l'option **Aléatoire** uniquement s'il est important de renvoyer exactement *N* enregistrements. Cette option utilise une grande quantité d'espace temporaire et dure très longtemps, car tous les ID doivent être récupérés sur le serveur Campaign.
- **Limiter taille de la cible générée en fonction de celle des cibles sources** : Pour plus d'informations sur cette option, voir «Limitation de la taille de la cible générée en fonction de la taille de la cible source».

Limitation de la taille de la cible générée en fonction de la taille de la cible source

Dans les processus utilisant des cibles en entrée, vous pouvez vous servir des tailles des cibles des processus entrants connectés comme attributs pour limiter la taille de la cible générée, même si vous n'utilisez pas les données ou ID de cible réels.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Par exemple, si vous connectez à un processus Sélection 3 processus possédant chacun une cible générée, vous pouvez n'utiliser qu'une des trois cibles entrantes comme source de données réelle pour le processus Sélection, mais vous pouvez utiliser les *attributs* des autres cibles entrantes pour indiquer la taille de la cible générée pour le processus Sélection. Une ligne continue connecte le processus dont la cible générée est réellement utilisée par le processus Sélection ; des lignes en pointillés connectent les processus dont les cibles générées ne sont pas utilisées comme source de données et qui ont seulement une relation temporaire avec le processus Sélection.

Cochez la case **Limiter effectif de la cible générée en fonction de celui des cibles sources** pour spécifier les cibles source dont vous souhaitez utiliser les attributs de taille pour limiter la taille de la cible générée de votre processus en cours. Certaines de ces options agissent conjointement avec la valeur indiquée pour **Limiter effectif de la cible à**.

Procédure

1. Cliquez sur l'onglet **Effectif maximum de la cible** dans la boîte de dialogue de configuration de processus.

   La fenêtre Effectif maximum de la cible s'affiche.
2. Choisissez la méthode de calcul des limites :
   - **La cible contrôlée la plus importante** : Indique que la taille de la cible générée ne doit pas dépasser celle de la cible source sélectionnée la plus volumineuse. Par exemple, si les cibles A et B sont contrôlées et si leurs effectifs respectifs sont égaux à 100 et 200, la taille de la cible générée pour ce processus sera limitée à 200.
   - **L'effectif max. (ci-dessus) moins la somme des cibles contrôlées** : Utilisez cette option conjointement avec la valeur spécifiée dans la zone **Limiter effectif de la cible à** ci-dessus. Elle indique que la taille de la cible générée

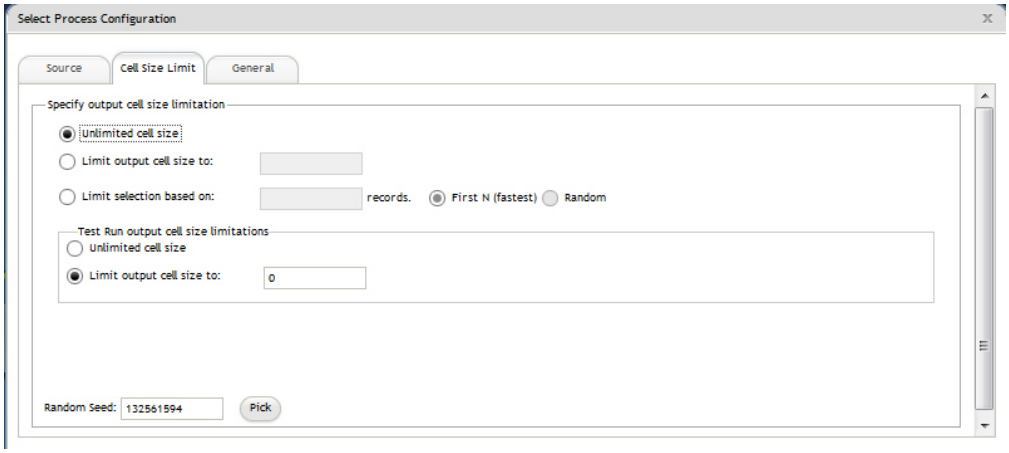
ne doit pas dépasser la valeur *N*, *N* étant la différence entre le nombre spécifié dans la zone **Limiter effectif de la cible à** ci-dessus et la somme de toutes les cibles sources sélectionnées. Par exemple, si vous avez indiqué la valeur 1 000 pour **Limiter effectif de la cible à** et que vous avez contrôlé les cibles sources A et B en leur attribuant des effectifs respectifs de 100 et 200, la taille de la cible générée pour ce processus sera limité à 1 000 – (100+200) = 700.

- **L'effectif des cibles contrôlées** : Indique que la taille de la cible générée ne doit pas dépasser celle des cibles sources sélectionnées. Par exemple, si les cibles A, B et C sont contrôlées et si leurs effectifs respectifs sont égaux à 100, 200 et 500, la taille de la cible générée pour ce processus sera limitée à 100.
- **La somme des cibles contrôlées** : Indique que la taille de la cible générée ne doit pas dépasser le total (somme) de l'ensemble des cibles sources sélectionnées. Par exemple, si les cibles A, B et C sont contrôlées et si leurs effectifs respectifs sont égaux à 100, 200 et 500, la taille de la cible générée pour ce processus sera limitée à 800, c'est-à-dire la somme des effectifs des trois cibles sources.

3. Dans la liste des cibles sources, cochez les cases correspondant à celles dont vous souhaitez utiliser la taille comme base pour les critères d'effectif des cibles générées.

Processus acceptant des données en entrée d'une table

Si un processus utilise des données en entrée provenant d'une table ou d'un segment stratégique, l'onglet Effectif maximum de la cible inclut les options décrites ci-dessous. Utilisez ces options pour limiter le nombre d'ID générés par le processus lors des exécutions en production ou en mode test.



Vous pouvez contrôler au cas par cas la taille de la sortie des exécutions en production et en mode test.

Indiquer la taille maximum de la cible générée

Ces options affectent affectent les exécutions en production du processus. La principale différence entre les options **Effectif maximum** réside dans leur impact sur les ressources et le nombre final d'enregistrements générés lorsque votre source de données n'est pas normalisée.

- **Ne pas limiter effectif de cible** : renvoie tous les ID répondant aux critères de recherche ou de sélection. Cette option représente la valeur par défaut.

- **Limiter taille de la cible générée à** : renvoie exactement le nombre d'ID uniques spécifié, sélectionnés de façon aléatoire parmi tous ceux qui répondent aux critères de recherche. Dans la zone de texte, saisissez le nombre maximum d'ID à renvoyer. Campaign déduplique l'ensemble complet des ID avant la sélection aléatoire, puis conserve uniquement le nombre d'enregistrements spécifié, de façon à ce qu'une liste d'ID uniques soit renvoyée, même lorsque des doublons existent dans les zones d'ID. Cette option utilise une grande quantité d'espace temporaire et dure très longtemps, car tous les ID doivent être récupérés sur le serveur Campaign. Utilisez uniquement cette option si les données ne sont pas normalisées dans la zone d'ID et qu'il est important que *N* enregistrements soient renvoyés.
- **Limiter sélection sur la base de** : utilisez cette option pour limiter les enregistrements qui répondent à vos critères de recherche. Cette option réduit le temps et la mémoire nécessaires pour sélectionner l'ensemble final d'enregistrements. Toutefois, elle peut entraîner l'obtention d'un nombre d'ID inférieur au nombre d'ID uniques spécifié.
  - **N premiers (plus rapide)** : Campaign extrait de la base de données uniquement les *N* premiers enregistrements répondant à vos critères de recherche. Campaign déduplique ensuite ces ID. Si les données ne sont pas normalisées, le résultat final contient moins d'enregistrements que le nombre requis d'enregistrements uniques. Cette méthode est la plus rapide car la récupération des données prend moins de temps et elle utilise moins d'espace temporaire.
  - **Aléatoire** : Campaign extrait de la base de données tous les enregistrements répondant à vos critères de recherche, puis sélectionne de façon aléatoire le nombre d'enregistrements requis. Campaign déduplique ensuite ces ID. Si les données ne sont pas normalisées, le résultat final contient moins d'enregistrements que le nombre requis d'enregistrements uniques. Cette option utilise moins d'espace temporaire, car seuls les enregistrements sélectionnés de manière aléatoire sont extraits et stockés par Campaign.

Limiter taille de la cellule générée lors d'une exécution en test

Certains processus, notamment Audience et Sélection, permettent de limiter la taille de la cible, en particulier pour les exécutions en mode test. Utilisez ces options pour contrôler la quantité de données renvoyées, puis traitées lors des exécutions en mode test. Pour plus d'informations, voir «Limitation de la taille de la cible générée lors d'une exécution en mode test».

Limitation de la taille de la cible générée lors d'une exécution en mode test

Certains processus, notamment Audience et Sélection, permettent de limiter la taille de la cible, en particulier pour les exécutions en mode test.

Utilisez les options de cette section pour contrôler la quantité de données renvoyées, puis traitées lors d'une exécution en mode test.

- **Ne pas limiter effectif de cible** : Il s'agit de l'option par défaut. Le nombre d'ID renvoyés en fonction des critères de recherche ou de sélection de l'onglet **Source** de ce processus ne change pas. Avec cette option, l'exécution en mode test s'effectue sur l'ensemble des données qui seraient normalement traitées lors d'une exécution en production, mais les historiques des offres et des contacts ne sont pas remplis.
- **Limiter effectif de la cible générée à** : Renvoie exactement le nombre d'ID spécifié, sélectionnés de façon aléatoire parmi tous ceux qui répondent à vos

critères de recherche. Dans la zone de texte, saisissez le nombre d'ID à renvoyer. Cette méthode permet à Campaign de dédupliquer l'ensemble complet des ID avant la sélection aléatoire, puis de conserver uniquement le nombre d'enregistrements spécifié, de façon à ce qu'une liste d'ID uniques soit renvoyée, même lorsque des doublons existent dans les zones d'ID.

Remarque : La sélection d'enregistrements à l'aide de cette option utilise une grande quantité d'espace temporaire et dure très longtemps, car tous les ID doivent être récupérés sur le serveur Campaign. Utilisez cette option uniquement lorsque les données ne sont pas normalisées dans la zone d'ID et qu'il est important de renvoyer exactement *N* enregistrements.

Modification de la valeur aléatoire de départ pour la sélection d'enregistrements

La valeur aléatoire de départ représente le point de démarrage utilisé par Campaign pour sélectionner des enregistrements de manière aléatoire.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Si vous sélectionnez des enregistrements de manière aléatoire, vous pouvez parfois choisir de modifier la valeur aléatoire de départ. Par exemple:

- Votre échantillon aléatoire produit des résultats faussés (par exemple, dans vos données, tous les hommes sont regroupés dans un groupe et toutes les femmes, dans un autre).
- Vous avez le même nombre d'enregistrements dans la même séquence et utiliser la même valeur de départ chaque fois que vous exécutez ce processus génère des enregistrements dans les mêmes échantillons.

Suivez les étapes ci-dessous afin de générer un autre point de départ pour la sélection d'enregistrements aléatoire.

Procédure

1. Cliquez sur l'onglet **Effectif maximum de la cible** de la boîte de dialogue de configuration de processus.
2. Utilisez l'une des méthodes suivantes :
   - Entrez une valeur numérique dans la zone de texte **Valeur aléatoire de départ**.
   - Cliquez sur le bouton **Sélect.** pour sélectionner de manière aléatoire une nouvelle valeur de départ.

Noms et codes de cible

Les noms et les codes de cible sont importants parce qu'ils établissent les liens entre les processus qui génèrent ou utilisent des cibles en tant que source.

Codes de cible

Une fois générés, les codes de cible sont uniques et disposent d'un format standard déterminé par votre administrateur système. Les codes de cible ne peuvent pas être édités. Par conséquent, leur unicité n'est pas vérifiée sauf si la valeur `False` est affectée à la propriété de configuration de diagramme **AllowDuplicateCellCodes** ; dans ce cas, les codes de cible ne doivent être uniques qu'au sein du diagramme en cours. Il n'y a aucun contrôle d'unicité dans la liste des populations ciblées. Pour

plus d'informations sur les codes de cible et leurs générateurs, voir le document *Campaign - Guide d'administration*.

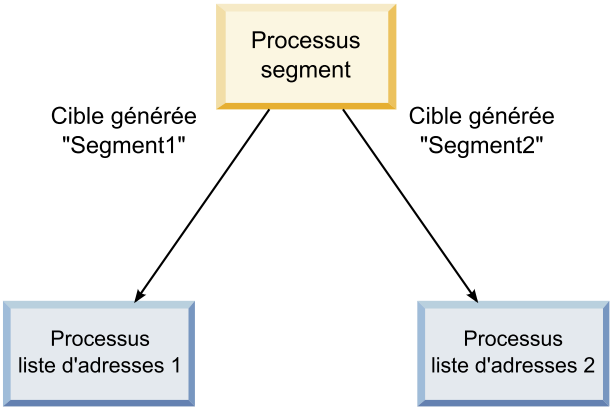
Noms de cible

Remarque : Les noms de cible sont soumis à des restrictions au niveau des caractères. Pour plus d'informations, voir Annexe A, «Caractères spéciaux dans les noms d'objet IBM Campaign», à la page 259.

Par défaut, les noms de cible se fondent sur le processus à partir duquel ils sont générés. Par exemple, si une cible est générée par un processus appelé "Sélection1", le nom de cible par défaut est "Sélection1". Vous pouvez modifier le nom de la cible. Si vous changez un nom de processus, les noms des cibles générées par ce processus sont automatiquement changées également, à la fois dans ce processus et dans tous les processus en aval connectés au sein du même diagramme. Le changement d'un nom de cible peut également affecter les liens entre cette cible et tous les processus en aval qui l'utilisent comme source.

Par exemple, si un processus segment génère deux cibles nommées Segment1 et Segment2 et que ces cibles sont utilisées comme source dans deux processus liste d'adresses différents (liste d'adresses 1 et liste d'adresses 2), si vous changez les noms des cibles segment une fois que vous avez déjà connecté les processus liste d'adresses, vous devez comprendre la façon dont Campaign gère les nouveaux noms de cible.

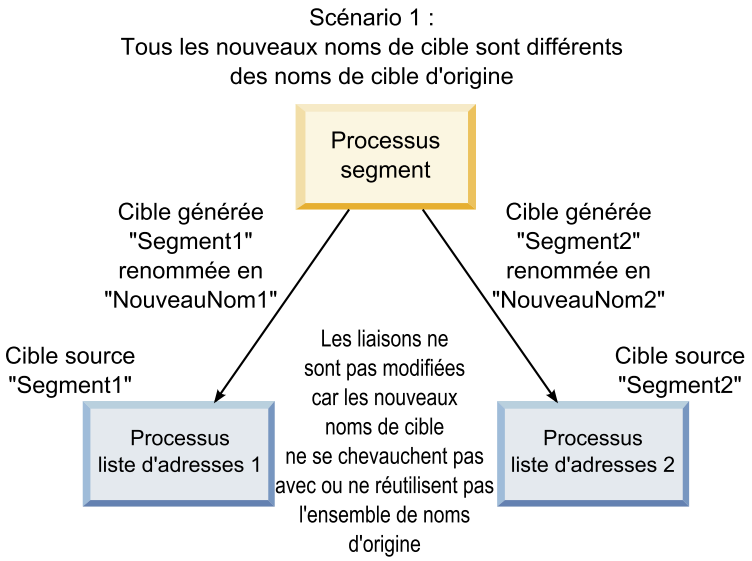
le diagramme suivant illustre un exemple de base de processus segment générant deux cibles, qui servent ensuite chacune de source aux processus liste d'adresses en aval.



Exemples : scénarios de renommage de cibles

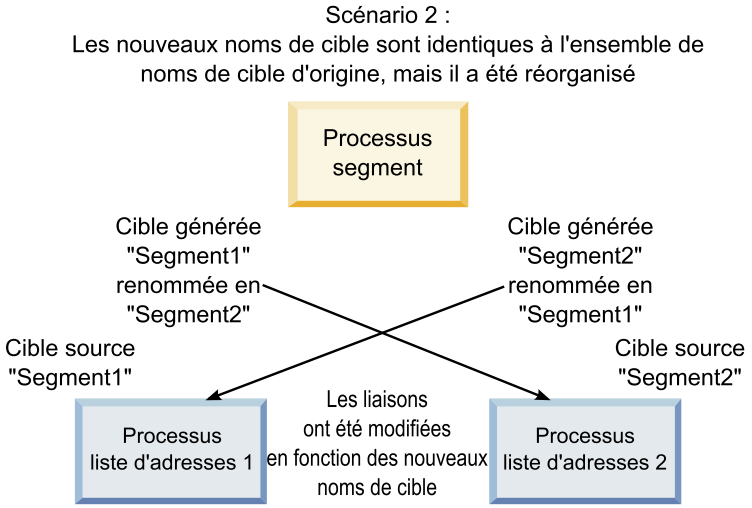
Scénario 1 : Tous les nouveaux noms de cible sont différents des noms d'origine

Si aucun nouveau nom de cible ne vient se superposer aux noms par défaut d'origine (à savoir, si vous n'utilisez pas "Segment1" ou "Segment2" comme nom pour les cibles générées Segment dans l'exemple), Campaign peut conserver les liaisons d'origine basées sur "l'ordre" d'origine des cibles. Dans cette situation, comme il n'y a pas de superposition ou de réutilisation des noms de cible d'origine, la liaison entre les cibles générées par le processus Segment et les deux Processus Liste d'adresses respectifs demeure inchangée, comme le montre le diagramme suivant.

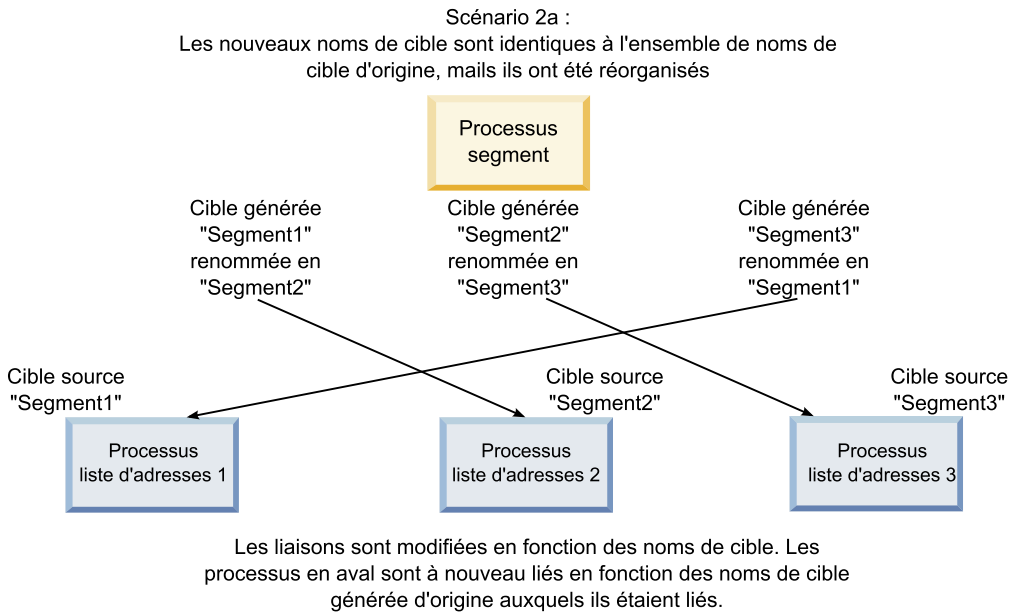


Scénario 2 : L'ensemble de nouveaux noms de cible est identique à l'ensemble de noms de cible d'origine, mais il a été réorganisé

Si les nouveaux noms que vous choisissez pour vos cibles sont strictement identiques aux noms de l'ensemble d'origine mais s'ils sont simplement réorganisés, les processus en aval rechercheront les cibles générées disponibles en se basant sur le nom (à savoir les nouveaux noms de cible) et les liaisons seront permutées, le cas échéant. Dans cet exemple, la cible générée Segment2 qui vient d'être renommée est désormais la cible source de Liste d'adresses 2 et la nouvelle cible Segment1 est maintenant la cible source de la Liste d'adresses 1, comme indiqué dans le diagramme suivant.

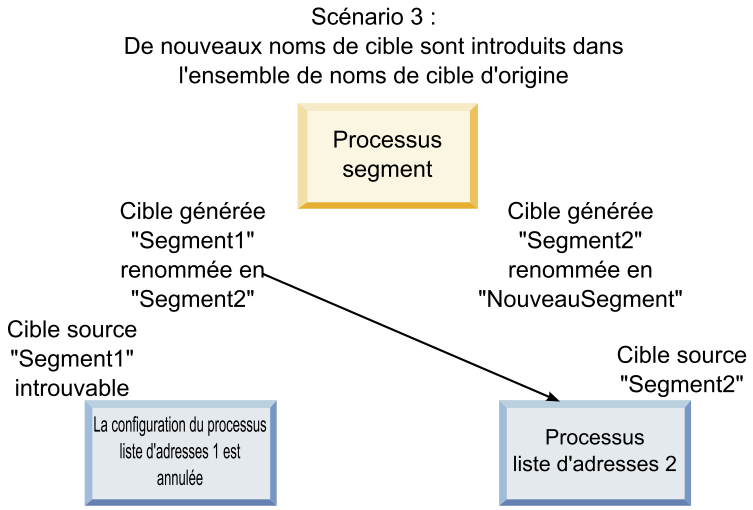


le diagramme suivant illustre la même situation avec trois cibles source et trois cibles générées.



Scénario 3 : L'ensemble de nouveaux noms de cible se superpose à certains noms de cible d'origine et de nouveaux noms de cible sont introduits

Si les nouveaux noms reprennent certains noms d'origine et si de nouveaux noms de cible sont ajoutés, les liens faisant appel aux noms de cible contenus dans l'ensemble d'origine peuvent être reconnus ; sinon, ils sont brisés. Par exemple, si vous renommez la cible "Segment1" en "Segment2" et que vous renommez la cible "Segment2" en "NouveauSegment", le nouveau "Segment2" sera lié à la Liste d'adresses 2 et la configuration de la Liste d'adresses1 sera annulée, car la cible source portant le nom "Segment1" est introuvable.



Changement du nom de la cible

Par défaut, le nom d'une cible créée dans un processus correspond au nom de ce dernier. Pour les processus créant plusieurs cibles, les noms des cibles générées sont une concaténation du nom de processus et du nom de segment. Par exemple,

un processus Segment nommé "Segment1" et créant 3 segments générera des cibles dont les noms par défaut seront "Segment1.Segment1", "Segment1.Segment2" et "Segment1.Segment3".

Les noms de cible sont conçus pour être liés au nom du processus à partir duquel ils ont été créés. Si vous éditez un nom de processus, les noms de cible seront automatiquement changés également.

Toutefois, si vous éditez les noms de cible, vous supprimez leur lien au nom de processus. Cela signifie que si vous changez ultérieurement le nom du processus, le ou les noms de cible ne changeront plus automatiquement.

Changement du nom d'une cible dans un processus des diagrammes

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Remarque : Lorsque vous enregistrez les changements dans le nom de cible générée, si l'option **Générer automatiquement** est sélectionnée pour le code de cible, ce dernier est régénéré. Si vous ne souhaitez pas que le code de cible soit changé, désélectionnez la case à cocher **Générer automatiquement** avant d'éditer le nom de la cible.

Procédure

1. Dans un diagramme en mode **Edition**, cliquez deux fois sur le processus dont vous voulez changer le nom de cible générée. La boîte de dialogue de configuration de processus apparaît.
2. Cliquez sur l'onglet **Général**. Les informations générales relatives au processus s'affichent, notamment le nom de processus et le nom de cible générée.
3. Placez le curseur dans la zone **Nom cible générée** afin de sélectionner le texte, puis éditez le nom de la cible.
4. Cliquez sur **OK**. Vos changements sont enregistrés. Si vous avez modifié le nom de la cible de telle sorte qu'il ne corresponde plus au nom du processus, ces noms ne sont plus liés.

   Remarque : L'enregistrement d'un diagramme ne déclenche aucun type de validation. Pour vérifier que votre diagramme a été configuré sans erreur, vous pouvez effectuer une validation manuelle du diagramme.

Réinitialisation du nom de la cible

Par défaut, le nom d'une cible créée dans un processus correspond au nom de ce dernier. Pour les processus créant plusieurs cibles, les noms des cibles générées sont une concaténation du nom de processus et du nom de segment. Par exemple, un processus Segment nommé "Segment1" et créant 3 segments générera des cibles dont les noms par défaut seront "Segment1.Segment1", "Segment1.Segment2" et "Segment1.Segment3".

Si vous renommez le processus, les noms de cible seront automatiquement changés afin que le nom de la cible et celui du processus restent liés.

Toutefois, si vous changez le nom de la cible manuellement et s'il diffère du nom de processus, les noms de cible et de processus ne sont plus liés. Vous pouvez restaurer le lien en renommant la cible comme le processus.

Réinitialisation du nom de la cible

Procédure

1. Dans un diagramme en mode **Edition**, cliquez deux fois sur le processus dont vous voulez réinitialiser le nom de cible générée. La boîte de dialogue de configuration de processus apparaît.
2. Cliquez sur l'onglet **Général**. Les informations générales relatives au processus s'affichent.
3. L'étape suivante varie selon que vous modifiez un processus générant une ou plusieurs cibles :
   - Dans les processus générant une cible unique, modifiez le texte de la zone **Nom cible générée** afin qu'il soit identique au nom de processus affiché dans la zone Nom du processus.
   - Dans les processus générant plusieurs cibles, cliquez sur **Réinitialisation des noms cibles**. Le format par défaut des noms de cible, qui est une concaténation du nom du processus en cours et du nom de segment, est restauré.

   Les noms de processus et de cible sont désormais à nouveau liés. Si vous changez maintenant le nom du processus, le nom de cible générée sera automatiquement changé également.
4. Cliquez sur **OK**. Vos changements sont enregistrés et la boîte de dialogue de configuration de processus se ferme.

Changement du code de cible

Par défaut, le système génère automatiquement un code de cible, en fonction du format défini pour tous les codes de cible par vos administrateurs système. L'unicité des codes de cible est garantie dans les diagrammes et les campagnes, mais les codes de cible peuvent être dupliqués dans les diagrammes si la valeur "Yes" est affectée au paramètre de configuration du diagramme `AllowDuplicateCellCodes`.

Pour davantage de détails sur les paramètres de configuration du paramètre de configuration central fournis par IBM EMM, consultez le *Marketing Platform Guide de l'administrateur*.

Remarque : Bien qu'il soit possible de remplacer le code de cible généré par défaut par le système, chaque code de cible saisi manuellement doit toujours être conforme au format défini pour les codes de cible. Ce format s'affiche sous la zone **Code cible** dans la boîte de dialogue de configuration du processus. Les formats de code sont représentés par des constantes et des variables comme suit : les lettres majuscules représentent des constantes alphabétiques, tandis qu'un "n" minuscule représente un caractère numérique. Par exemple, un format de code de cible "Annn" indique que le code de cible doit comporter 4 caractères, le premier étant la majuscule "A", suivie de 3 chiffres. Un échantillon de code de cible conforme à ce format : "A454".

Changement du code d'une cible dans un processus des diagrammes

Procédure

1. Dans un diagramme en mode **Edition**, cliquez deux fois sur le processus dont vous voulez changer le nom de cible générée. La boîte de dialogue de configuration de processus apparaît.
2. Cliquez sur l'onglet **Général**. Les informations générales relatives au processus s'affichent.

3. Désélectionnez la case **Générer automatiquement** si elle est cochée. La zone **Code cible** devient modifiable.
4. Modifiez le code de cible dans la zone **Code cible**. N'oubliez pas que le code modifié doit être conforme au format de code de cible affiché sous la zone **Code cible**.
5. Une fois que vous avez terminé la modification du code de cible, cliquez sur **OK**. La boîte de dialogue de configuration des processus se ferme et vos changements sont enregistrés.

A propos de la copie et du collage des noms et des codes de cible

Dans les processus générant plusieurs cibles, vous pouvez utiliser la fonctionnalité de copie et de collage pour éditer plusieurs noms et codes de cibles générées dans la grille Cibles générées.

Copie et collage de la totalité des cibles d'une grille

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Dans les processus générant plusieurs cibles, vous pouvez utiliser la fonctionnalité de copie et de collage pour éditer plusieurs noms et codes de cibles générées dans la grille **Cibles générées**.

Procédure

1. Dans un diagramme en mode **Edition**, cliquez deux fois sur le processus pour lequel vous souhaitez copier et coller des noms et codes de cible. La boîte de dialogue de configuration de processus apparaît.
2. Cliquez sur l'onglet **Général**. Les informations générales relatives au processus s'affichent, notamment la grille **Cibles générées**.
3. Dans la grille **Cibles générées**, cliquez à n'importe quel endroit pour sélectionner toutes les cibles. Toutes les cibles sont toujours sélectionnées pour le collage, quelle que soit la position du curseur.

   Remarque : La colonne **Code cible** n'est ni sélectionnable, ni modifiable si la case à cocher **Générer codes de cible auto.** n'est pas désélectionnée.
4. Cliquez sur **Copier**. Toutes les cibles sont copiées dans le presse-papiers.
5. Cliquez à l'intérieur de la cible qui se trouvera dans la partie supérieure gauche de la zone où vous souhaitez coller les cibles.
6. Cliquez sur **Coller**. Le contenu des cibles copiées remplace le contenu d'origine d'un bloc de cibles de taille identique à celui qui a été copié.

Collage de noms et de codes de cible à partir d'une feuille de calcul externe

Procédure

1. Sélectionnez et copiez des cibles ou du texte à partir d'une feuille de calcul externe ou d'une autre application, à l'aide de la fonctionnalité de copie de l'application.
2. Dans Campaign, dans un diagramme en mode **Edition**, cliquez deux fois sur le processus pour lequel vous souhaitez copier et coller des noms et codes de cible. La boîte de dialogue de configuration de processus apparaît.
3. Cliquez sur l'onglet **Général**. Les informations générales relatives au processus s'affichent, notamment la grille **Cibles générées**.

Remarque : La colonne **Code cible** n'est ni sélectionnable, ni modifiable si la case à cocher **Générer codes de cible auto.** n'est pas désélectionnée. Si vous souhaitez coller le contenu dans la colonne **Code cible**, n'oubliez pas de désélectionner cette case à cocher.

4. Cliquez à l'intérieur de la cible où vous souhaitez coller les éléments copiés. Si vous copiez et collez un groupe de cibles rectangulaire, cliquez à l'intérieur de la cible qui se trouvera dans l'angle supérieur gauche du rectangle.
5. Cliquez sur **Coller**. Le contenu des cibles copiées remplace le contenu d'origine d'un bloc de cibles de taille identique.

Liste des populations ciblées

Chaque campagne marketing comporte une liste des populations ciblées qui fournit une matrice visuelle des segments et des offres. La liste des populations ciblées permet de générer et d'examiner les relations entre les populations ciblées et leurs offres ou contrôles associés. (Les contrôles ne sont pas contactés pour l'offre, même s'ils sont susceptibles de se voir attribuer l'offre.)

Remarque : Pour utiliser la liste des populations ciblées, vous devez être autorisé dans les règles globales à **gérer les populations ciblées Campaign**.

La liste des populations ciblées inclut une ligne par population ciblée et, si vous utilisez des groupes de contrôle disponibles, une ligne pour chaque cible de contrôle correspondante. Une population ciblée est une cible à laquelle une offre est affectée. Une cible de contrôle est qualifiée pour l'offre mais elle est exclue de la réception de l'offre à des fins d'analyse. Les contrôles disponibles ne reçoivent pas de communications, mais sont mesurés par rapport au groupe cible à des fins de comparaison.

Lorsque vous travaillez avec la liste des populations ciblées, vous pouvez utiliser une approche de gestion descendante ou ascendante. La plupart des organisations utilisent une seule des méthodes de gestion suivantes.

Tableau 13. Gestion descendante et ascendante d'une liste des populations ciblées

Descendante	Cette approche est généralement utilisée dans des organisations de grande taille, dans lesquelles une personne crée la liste des populations ciblées et une autre personne conçoit le diagramme. La première personne crée une liste des populations ciblées qui contient les populations ciblées et les cibles de contrôle. Par exemple, une liste des populations ciblées pour une campagne de publipostage peut inclure quatre lignes : Une ligne pour une cible qui obtient une offre à 10 %, une ligne pour une cible qui obtient une offre à 20 %, une ligne pour les groupes de contrôle disponibles à 10 % et une ligne pour les groupes de contrôle disponibles à 20 %. Ensuite, le concepteur de diagramme crée des processus pour sélectionner les ID qui répondent aux offres à 10 % et 20 %, et les critères de groupe de contrôle disponible. Pour lier la sortie du processus de manipulation de données à une cible prédéfinie dans la liste des populations ciblées, le concepteur de diagramme sélectionne **Lier à population ciblée** dans chaque boîte de dialogue de configuration de processus.

Tableau 13. Gestion descendante et ascendante d'une liste des populations ciblées (suite)

Ascendante	Créez un diagramme qui inclut un processus liste d'adresses ou liste d'appels. Lorsque vous enregistrez le diagramme, une liste des populations ciblées est générée. La liste des populations ciblées inclut une ligne pour chaque population ciblée qui fournit la source pour le processus de liste d'adresses ou de liste d'appels. Des cibles du bas ne peuvent pas être associées ou dissociées. Le concept de liaison s'applique uniquement à la gestion descendante.

Lorsque vous utilisez une liste des populations ciblées, gardez à l'esprit les informations suivantes :

- Une liaison est basée sur des codes de cible. Vous devez donc éviter de modifier des codes de cible après avoir lié des cibles.
- Vous pouvez dissocier ou ré-associer une cible à tout moment, dans la mesure où la cible n'a pas été enregistrée dans l'historique des contacts.
- Si le lien d'une cible associée à un historique est supprimé, cette cible est "retirée". Les cibles retirées ne peuvent pas être liées à nouveau. Elles n'apparaissent pas dans la liste des populations ciblées et elles ne peuvent pas être sélectionnées dans une boîte de dialogue de configuration de processus. (Si Campaign est intégré à Marketing Operations, les cibles retirées continuent de s'afficher dans la liste des populations ciblées, mais elles ne peuvent pas être réutilisées.)

Important : Des données incorrectes peuvent être enregistrées si différents utilisateurs modifient simultanément le diagramme et la liste des populations ciblées. Pour éviter les conflits, définissez des règles métier qui réduisent les possibilités de modification d'une liste des populations ciblées lorsque son diagramme est modifié ou exécuté. Par exemple, ne modifiez pas un processus de contact de diagramme alors qu'un autre utilisateur modifie des affectations d'offre dans la liste des populations ciblées.

Remarque : Si Campaign est intégré à Marketing Operations, vous devez utiliser Marketing Operations pour travailler avec des listes de populations ciblées.

Tâches associées :

«Liaison de cibles de diagrammes à des offres ciblées définies dans une LPC», à la page 181

«Dissociation de cibles de diagrammes des offres ciblées définies dans une LPC», à la page 184

«Utilisation de Faire correspondre et lier pour supprimer une association», à la page 184

«Utilisation de Faire correspondre et lier pour associer des cibles d'un diagramme à une liste LPC», à la page 182

Gestion des listes des populations ciblées

La liste des populations ciblées d'une campagne marketing fournit une matrice visuelle des segments et des offres. La liste des populations ciblées permet de générer et d'examiner les relations entre les populations ciblées et leurs offres associées et des groupes de contrôle disponibles.

Edition d'une liste des populations ciblées

Vous pouvez modifier une liste des populations ciblées (LPC) pour qu'elle contienne les populations ciblées et les cibles de contrôle pour les offres que vous prévoyez d'effectuer.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Par exemple, une liste des populations ciblées pour une campagne de publipostage peut inclure quatre lignes : Une ligne pour une offre à 10 %, une ligne pour les groupes de contrôle disponibles à 10 %, une ligne pour une offre à 20 % et une ligne pour les groupes de contrôle disponibles à 20 %.

Important : Ne modifiez jamais les attributs des cibles dans la liste des populations ciblées pendant l'édition ou l'exécution de l'un des diagrammes de la campagne associée. Mettez en oeuvre des pratiques métier pour empêcher des utilisateurs d'éditer ou d'exécuter un diagramme pendant que la liste des populations ciblées est éditée.

Procédure

1. Ouvrez une campagne et cliquez sur l'onglet **Populations ciblées**.
2. Cliquez sur l'icône **Editer** .

   La liste s'ouvre en mode **Edition**. Les cibles existantes qui sont utilisées dans des diagrammes sont mises en évidence à l'aide de couleurs.
3. Cliquez sur les zones de cible à éditer, puis effectuez vos modifications. Vous trouverez ci-après des descriptions des modifications les plus courantes.

Pour	Opération
Ajouter une ligne au bas de la liste.	Cliquez sur l'icône **Ajouter une cible** .
Ajouter plusieurs lignes au bas de la liste.	1. Cliquez sur l'icône **Ajouter plusieurs cibles** . 2. Sélectionnez **Nb de lignes à créer** et saisissez le nombre de lignes à ajouter. 3. Cliquez sur **Créer populations ciblées**.
Dupliquer une ou plusieurs lignes.	1. Sélectionnez au moins une ligne. 2. Cliquez sur l'icône **Ajouter plusieurs cibles** et sélectionnez **Dupliquer lignes**. 3. Entrez le nombre de lignes à ajouter. 4. Cliquez sur **Créer populations ciblées**. Les nouvelles lignes sont ajoutées sous la ligne sélectionnée avec le code et le nom de cible déjà remplis. Toutes les autres valeurs de colonne, à l'exception de **Utilisée dans diagramme**, sont copiées à partir de la ligne sélectionnée.

Pour	Opération
Effectuer une recherche dans la liste des populations ciblées	1. Entrez une chaîne de recherche dans la fenêtre **Chercher**. Vous pouvez saisir une chaîne partielle afin de trouver des occurrences dans les colonnes de la liste. Par exemple, "924" trouve une ligne qui contient le code de cible "A0000000924", ainsi qu'une ligne avec "Offre9242013" affecté. 2. Cliquez sur **Chercher la ligne**. La ligne qui contient la première occurrence est mise en évidence. 3. Cliquez sur **Suivant** pour poursuivre la recherche.
Coller des données à partir d'une source externe.	1. Copiez du contenu depuis une autre application. 2. Cliquez sur une cellule de la liste des populations ciblées pour la rendre modifiable. 3. Utilisez le menu contextuel pour **Coller**.
Importer des données de population ciblée à partir d'un fichier .csv.	1. Obtenez un fichier CSV au format requis. Voir «Format d'importation et d'exportation pour les données d'une LPC», à la page 177. 2. Cliquez sur l'icône **Importer populations ciblées** . 3. Dans la boîte de dialogue **Importer LPC**, cliquez sur le bouton **Parcourir** pour rechercher le fichier .csv que vous voulez importer, sélectionnez le fichier et cliquez sur **Ouvrir**. 4. Cliquez sur **Importer**. Le contenu du fichier .CSV est ajouté au-dessous des cibles existantes dans la liste des populations ciblées.
Déplacer des lignes vers le haut ou vers le bas, ou supprimer des lignes.	Utilisez les icônes de la barre d'outils .

4. Cliquez sur **Enregistrer** ou sur **Enregistrer et revenir**.

Que faire ensuite

Le concepteur de diagramme peut maintenant créer des processus pour sélectionner les ID qui répondent aux offres à 10 % et 20 %, et les critères de groupe de contrôle disponible. Pour lier la sortie du processus de manipulation de données à une cible dans la liste des populations ciblées, le concepteur de diagramme sélectionne **Lier à population ciblée** dans la boîte de dialogue de configuration de processus.

spécification de cibles de contrôle dans une LPC

Les cibles qui contiennent les ID que vous excluez volontairement à des fins d'analyse sont appelées cibles de contrôle. Lorsque vous affectez des offres à des cibles, vous pouvez définir une ou plusieurs cibles de contrôle pour chaque population ciblée.

Procédure

1. Ouvrez une campagne et cliquez sur l'onglet **Populations ciblées**.
2. Cliquez sur l'icône **Editer** .
3. Pour désigner une cible en tant que cible de contrôle : Cliquez dans la colonne **Cible de contrôle** pour rendre la zone modifiable, puis sélectionnez **Oui**.

   Aucune offre ne peut être affectée aux cibles désignées comme cibles de contrôle.
4. Pour affecter une cible de contrôle à une population ciblée : Cliquez dans la colonne **Cible de contrôle** pour rendre la zone modifiable. Sélectionnez ensuite une cible de contrôle (toute cible dont la colonne **Cible de contrôle** a la valeur **Oui**) pour la population ciblée en cours.

   Important : Si vous affectez une cible de contrôle (par exemple, Cible A) à une ou plusieurs populations ciblées, puis que vous transformez la cible de contrôle (Cible A) en population ciblée, Cible A ne constitue plus une cible de contrôle pour toutes les populations ciblées qui l'utilisaient auparavant en tant que contrôle.
5. Cliquez sur **Enregistrer** ou sur **Enregistrer et revenir**.

Format d'importation et d'exportation pour les données d'une LPC

Pour importer des données dans une liste des populations ciblées (LPC), le fichier .CSV (valeurs séparées par des virgules) que vous préparez doit correspondre au format requis. Il s'agit également du format dans lequel vous exportez le contenu d'une liste des populations ciblées.

- Le fichier doit comporter une ligne d'en-tête avec des noms de colonnes correspondant aux attributs de cible prédéfinis et personnalisés.
- Chaque ligne doit posséder le nombre de colonnes qui est spécifié dans la ligne d'en-tête.
- Si une colonne ne contient pas de données, laissez-la vide.
- Les valeurs des attributs personnalisés seront converties dans le type de données approprié. Pour les dates, la chaîne doit correspondre au format des paramètres régionaux de l'utilisateur.

Nom de la colonne	Description	Obligatoire ?	Valeurs valides
CellName	Nom de la population ciblée.	Oui	
CellCode	Code cible affecté à la population ciblée. Si cette colonne est vide, Campaign génère un code de cible ; sinon, la valeur spécifiée est utilisée.	Oui	Le code de cible doit correspondre au format de code de cible défini.
IsControl	Indique si la cible figurant sur cette ligne est une cible témoin ou une population ciblée ordinaire.	Non	Oui | Non

Nom de la colonne	Description	Obligatoire ?	Valeurs valides
ControlCellCode	Code de cible d'une cible dans laquelle IsControl = Yes.	Uniquement si IsControl = Yes	Code de cible valide existant pour une cible marquée sous la forme IsControl = Yes.
AssignedOffers	Ensemble d'offres et/ou de listes d'offres, délimité par des points-virgules.	Non	Les offres peut être spécifiées à l'aide de codes d'offre. Les listes d'offres peuvent être spécifiées à l'aide de noms de listes d'offres. Le format est le suivant : `NomOffre1[CodeOffre1]; NomOffre2[CodeOffre2]; NomListeOffres1[]; NomListeOffres2[]`, où le nom de l'offre est facultatif mais le code d'offre obligatoire, et le nom de la liste d'offres est requis avec des crochets vides
FlowchartName	Nom du diagramme associé.	Non*	
CellCount	Nombre de cibles.	Non*	
LastRunType	Type de la dernière exécution diagramme.	Non*	
LastRunTime	Heure de la dernière exécution diagramme.	Non*	
Custom Attr1	Ajoutez une colonne pour chaque attribut de cible personnalisé que vous avez défini pour lequel vous importez des données.	Non	Valeurs valides requises par le type de données de l'attribut personnalisé et le format/les paramètres régionaux de l'utilisateur.
*Cette colonne est remplie par Campaign. Si elle est renseignée, elle sera ignorée. Elle est remplie pour l'exportation.			

Génération de codes de cible uniques à utiliser dans une LPC

Campaign peut générer un code de cible unique à utiliser dans la liste des populations ciblées. Une fois générés, les codes de cible sont uniques et disposent d'un format standard déterminé par votre administrateur système.

Procédure

1. Ouvrez une campagne et cliquez sur l'onglet **Populations ciblées**.
2. Cliquez sur l'icône **Editer** .
3. Cliquez sur l'icône **Générer code de cible** .
   Une fenêtre contenant le code cible généré s'ouvre.
4. Sélectionnez le code de cible généré.
5. Copiez le code de cible dans une zone de la liste des populations ciblées.
6. Cliquez sur **Enregistrer**.

Exportation de données depuis une liste des populations ciblées

Vous pouvez exporter le contenu d'une liste des populations ciblées (LPC) au format CSV vers une unité réseau ou locale. La totalité de la liste des populations ciblées est exportée ; vous ne pouvez pas sélectionner un sous-ensemble du contenu.

Procédure

1. Ouvrez une campagne et cliquez sur l'onglet **Populations ciblées** pour ouvrir la liste des populations ciblées pour la campagne.
2. Cliquez sur l'icône **Exporter populations ciblées** .
3. Dans la boîte de dialogue de téléchargement de fichier, cliquez sur **Enregistrer**.
4. Dans la boîte de dialogue **Enregistrer sous**, indiquez un nom pour le fichier, accédez au répertoire dans lequel vous souhaitez l'enregistrer et cliquez sur **Enregistrer**. La boîte de dialogue de téléchargement de fichier indique que le téléchargement est terminé.
5. Cliquez sur **Fermer** pour retourner à la liste des populations ciblées.

Résultats

Le format d'exportation est décrit dans «Format d'importation et d'exportation pour les données d'une LPC», à la page 177.

Affectation d'offres à des cibles dans une LPC

Certaines organisations créent des populations ciblées et affectent des offres dans une liste des populations ciblées (LPC). Une autre personne crée ensuite un diagramme pour sélectionner les clients qui recevront l'offre. Suivez ces instructions si vous utilisez une liste des populations ciblées pour affecter des offres.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Procédure

1. Ouvrez une campagne et cliquez sur l'onglet **Populations ciblées** pour ouvrir la liste des populations ciblées pour la campagne.
2. Cliquez sur le lien **Editer** dans la liste des populations ciblées. La liste des populations ciblées s'ouvre en mode édition et les cibles existantes qui sont utilisées dans des diagrammes sont mises en évidence à l'aide de couleurs.
3. Cliquez sur la colonne **Offre(s) affectée(s)** dans la ligne de la cible à laquelle vous souhaitez affecter des offres.
4. Cliquez sur l'icône **Sélectionner une ou plusieurs offres** dans la cible à laquelle vous souhaitez affecter des offres.
5. Dans la fenêtre Sélectionner les offres, localisez et sélectionnez une ou plusieurs offres ou listes d'offres, ou cliquez sur l'onglet **Rechercher** pour rechercher une offre par nom, description ou code.
6. Une fois que vous avez sélectionné les offres à affecter à la cible en cours, cliquez sur **Accepter et fermer**.

   La fenêtre Sélectionner les offres se ferme et la colonne **Offre(s) affectée(s)** est remplie à l'aide des offres que vous avez sélectionnées.
7. Cliquez sur **Enregistrer** ou sur **Enregistrer et revenir**.

Affichage d'offres ou de listes d'offres affectées dans une LPC

Vous pouvez afficher des offres affectées ou prévisualiser le contenu de listes d'offres affectées dans une liste des populations ciblées (LPC).

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Procédure

1. Ouvrez une campagne et cliquez sur l'onglet **Populations ciblées** pour ouvrir la liste des populations ciblées pour la campagne.
2. Cliquez sur le lien **Editer** dans la liste des populations ciblées. La liste des populations ciblées s'ouvre en mode édition et les cibles existantes qui sont utilisées dans des diagrammes sont mises en évidence à l'aide de couleurs.
3. Cliquez sur la colonne **Offre(s) affectée(s)** dans la ligne de la cible pour laquelle vous souhaitez afficher des offres ou des listes d'offres affectées.
4. Cliquez sur l'icône **Vue des offres** .

   La fenêtre Vue/ Edition du détail des offres s'ouvre avec les offres affectées ou des listes d'offres dans la section **Offres affectées**.
5. Sélectionnez une liste d'offres et cliquez sur **Aperçu liste d'offres**.

   La page Récapitulatif de la liste d'offres sélectionnée affiche l'aperçu des offres incluses.

Suppression de l'affectation d'offres à des cibles dans une LPC

Vous pouvez supprimer l'affectation d'offres à des cibles dans une liste des populations ciblées (LPC).

Procédure

1. Ouvrez une campagne et cliquez sur l'onglet **Populations ciblées** pour ouvrir la liste des populations ciblées pour la campagne.
2. Cliquez sur le lien **Editer** dans la liste des populations ciblées. La liste des populations ciblées s'ouvre en mode édition et les cibles existantes qui sont utilisées dans des diagrammes sont mises en évidence à l'aide de couleurs.
3. Cliquez sur la colonne **Offre(s) affectée(s)** dans la ligne de la cible dont vous souhaitez supprimer l'affectation d'offres.
4. Cliquez sur l'icône **Vue des offres** .

   La fenêtre Vue/ Edition du détail des offres s'ouvre avec les offres affectées ou des listes d'offres dans la section **Offres affectées**.
5. Sélectionnez les offres ou listes d'offres que vous souhaitez supprimer de la cible et cliquez sur le bouton **>>** pour déplacer les éléments sélectionnés vers la section **Offres supprimées**.
6. Cliquez sur **Accepter modifications**.

   La fenêtre Vue/ Edition du détail des offres se ferme. Les offres ou listes d'offres supprimées n'apparaissent plus dans la colonne **Offre(s) affectée(s)** pour la cible.
7. Cliquez sur **Enregistrer** ou sur **Enregistrer et revenir**.

Informations sur le statut de la cible dans la liste des populations ciblées

La liste des populations ciblées de IBM Campaign affiche le statut en cours de chaque cible, notamment le nombre de cibles, le type de la dernière exécution (exécution en production ou en mode test d'un diagramme, d'une branche ou d'un processus), ainsi que l'heure de la dernière exécution.

Le nombre de cibles correspond au nombre d'ID d'audience uniques pour chaque cible liée à une cible générée dans un diagramme exécuté. Le statut de cette cible est le résultat de la dernière exécution en production ou en mode test enregistrée pour le processus correspondant.

Les informations relatives au statut de la cible s'affichent dans la liste des populations ciblées de Campaign (autonome) ou Marketing Operations (lorsqu'il est intégré).

Mise à jour du nombre de cibles :

Si vous changez une configuration de processus, tous les résultats de l'exécution précédente sont perdus et les colonnes **Nombre de cibles**, **Type de la dernière exécution** et **Date de la dernière exécution** apparaissent vides dans la liste des populations ciblées. Vous devez exécuter le diagramme, la branche ou le processus en mode production ou test, puis enregistrer le diagramme afin de mettre à jour le nombre de cibles.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Notez la répercussion sur le nombre de cibles dans la liste de populations ciblées pour les types de changements de configuration de processus ci-dessous.

- **Liaison d'une cible générée du diagramme à une population ciblée.** Le nombre de cibles reste vide tant que l'exécution en mode test ou production suivante n'est pas enregistrée.
- **Suppression de la liaison d'une cible générée du diagramme à une population ciblée.** Les résultats de l'exécution précédente sont supprimés et le nombre de cibles est vide.

Actualisation manuelle du nombre de cibles :

Le nombre de cibles dans la liste des populations ciblées est automatiquement mis à jour lors de l'exécution du diagramme, de la branche ou du processus en production, ou lors de l'enregistrement d'une exécution en mode test. Si la liste des populations ciblées est ouverte à la fin de l'exécution, vous devez actualiser manuellement le nombre de cibles en cliquant sur l'icône **Obtenir le statut de la cible** .

Liaison des diagrammes de ciblage à la liste des populations ciblées

Souvent, dans les organisations de grande taille, une personne crée une liste des populations ciblées (LPC) pour une campagne et une autre conçoit les diagrammes. La liste des populations ciblées associe des offres à et des cibles et des contrôles. Le concepteur de diagramme configure ensuite des processus de diagramme qui sélectionnent des destinataires pour les offres. En liant les cibles générées d'un diagramme aux cibles et aux offres qui ont été prédéfinies dans la liste des populations ciblées, le concepteur de diagramme associe les diagrammes de ciblage à la liste des populations ciblées.

Liaison de cibles de diagrammes à des offres ciblées définies dans une LPC

Si votre organisation prédéfinit des offres ciblées dans une liste des populations ciblées (LPC), un concepteur de diagramme doit ensuite configurer des processus afin de sélectionner des destinataires pour les offres. Le concepteur doit lier les cibles du diagramme à des cibles prédéfinies dans la liste des populations ciblées. Cette opération effectue l'association entre les cibles de la liste des populations ciblées et les destinataires définis dans le diagramme.

Avant de commencer

Avant de commencer, quelqu'un dans votre organisation doit définir des populations ciblées dans la liste des populations ciblées. Le concepteur de diagramme peut ensuite suivre les étapes ci-dessous pour associer des cibles générées dans un diagramme aux cibles qui ont été définies dans la liste des populations ciblées.

Remarque : Une autre méthode consiste à utiliser **Options** > **Faire correspondre et lier les populations ciblées**.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Pour associer des cibles de diagramme à des cibles prédéfinies dans une liste des populations ciblées :

Procédure

1. Dans un diagramme en mode **Edition**, cliquez deux fois sur le processus dont la cible générée doit être liée à une cible de la liste des populations ciblées.
2. Cliquez sur l'onglet **Général** dans la boîte de dialogue de configuration de processus.
3. Pour ouvrir la boîte de dialogue Population ciblée :
   - Dans les processus générant une cible unique, tels que Sélection, cliquez sur **Lier à population ciblée**.
   - Dans les processus générant plusieurs cibles, tels que Segment, cliquez sur la ligne **Cible générée** ou **Code cible** pour chaque cible à lier. Cliquez sur le bouton des points de suspension.

   La boîte de dialogue Population ciblée s'affiche avec les cibles qui ont été prédéfinies dans la liste des populations ciblées pour la campagne en cours.
4. Dans la boîte de dialogue Population ciblée, sélectionnez la ligne pour la cible à laquelle vous souhaitez lier la cible générée en cours.
5. Cliquez sur **OK**.

   La boîte de dialogue Population ciblée se ferme. Le nom de la cible générée et le code de cible figurant dans la boîte de dialogue de configuration de processus sont remplacés par le nom et le code provenant de la liste des populations ciblées. Ces zones apparaissent en italiques pour indiquer qu'elles sont issues de la liste des populations ciblées.
6. Cliquez sur **OK** pour enregistrer vos modifications.
7. Enregistrez le diagramme. Les liaisons des populations ciblées ne sont pas enregistrées dans la base de données tant que vous n'enregistrez pas le diagramme. Si vous annulez les modifications dans le diagramme, les liaisons des cibles ne sont pas enregistrées.

Concepts associés :

«Liste des populations ciblées», à la page 173

Utilisation de Faire correspondre et lier pour associer des cibles d'un diagramme à une liste LPC

Utilisez la boîte de dialogue **Faire correspondre et lier les populations ciblées** pour associer des populations ciblées d'un diagramme à une liste des populations ciblées (LPC). Cette option est une alternative à l'utilisation d'une boîte de dialogue de configuration de processus de diagramme pour établir le lien.

Avant de commencer

Avant de commencer, quelqu'un dans votre organisation doit définir des populations ciblées dans la liste des populations ciblées. Le concepteur de diagramme peut ensuite suivre les étapes ci-dessous pour associer des cibles générées dans un diagramme aux cibles qui ont été définies dans la liste des populations ciblées.

Remarque : Pour utiliser une mise en correspondance automatique, assurez-vous que les noms de cible générée correspondent aux noms de cible de la liste des populations ciblées ou commencent au moins avec les mêmes trois caractères.

Procédure

1. Dans un diagramme en mode **Edition**, sélectionnez **Options** > **Faire correspondre et lier les populations ciblées**.

   La boîte de dialogue Faire correspondre et lier les cellules cibles affiche les populations ciblées disponibles dans le volet gauche et les cibles générées du diagramme dans le volet droit.
2. Utilisez l'une des méthodes suivantes pour faire correspondre les populations ciblées de la liste des populations ciblées avec les cibles du diagramme.

Pour mettre automatiquement en correspondance des cibles en fonction de leurs noms	Cliquez sur **Corresp. automatique**. Les cibles pour lesquelles une correspondance a été trouvée apparaissent à l'état **Exact** ou **Meilleure correspondance**, tandis que les populations ciblées mises en correspondance s'affichent en rouge.
Pour mettre en correspondance des cibles manuellement	Sélectionnez une ou plusieurs paires de populations ciblées et de cibles générées du diagramme, puis cliquez sur **Corresp.** . Les populations ciblées sélectionnées sont mises en correspondance avec les cibles générées du diagramme sélectionnées dans l'ordre indiqué. Les cibles générées pour lesquelles une correspondance a été trouvée apparaissent à l'état **Manuel**. Les populations ciblées qui sont mises en correspondance s'affichent en rouge.

3. Cliquez sur **OK**. Un message d'avertissement indique que les résultats de l'exécution du diagramme seront perdus.
4. Cliquez sur **OK** pour continuer.
5. Enregistrez le diagramme. Les liaisons des populations ciblées ne sont pas enregistrées tant que vous n'enregistrez pas le diagramme. Si vous annulez les modifications du diagramme, les liaisons des cibles ne sont pas enregistrées.

Résultats

Lors du prochain affichage de la boîte de dialogue **Faire correspondre et lier les cellules cibles** pour ce diagramme, l'état des cibles mises en correspondance et liées est **Associé**.

Concepts associés :

«Liste des populations ciblées», à la page 173

Dissociation de cibles de diagrammes des offres ciblées définies dans une LPC

Le concepteur de diagramme peut supprimer l'association entre les ID qui ont été sélectionnés dans un diagramme et les offres ciblées définies dans une liste des populations ciblées (LPC). Cette procédure s'applique uniquement aux organisations qui définissent des offres ciblées à l'aide d'une liste des populations ciblées.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Si une cible n'a pas d'historique de contacts, vous pouvez la dissocier (puis la lier à nouveau) à tout moment.

Remarque : Si le lien d'une cible associée à un historique est supprimé, cette cible est "retirée". Les cibles retirées ne peuvent pas être liées à nouveau. Elles n'apparaissent pas dans la liste des populations ciblées et elles ne peuvent pas être sélectionnées dans une boîte de dialogue de configuration de processus. (Si Campaign est intégré à Marketing Operations, les cibles retirées continuent de s'afficher dans la liste des populations ciblées, mais elles ne peuvent pas être réutilisées.)

Procédure

1. Dans un diagramme en mode **Edition**, cliquez deux fois sur le processus dont vous voulez dissocier la cible de la liste des populations ciblées.
2. Cliquez sur l'onglet **Général** dans la boîte de dialogue de configuration de processus.
3. Ouvrir la fenêtre Population ciblée :
   - Dans les processus générant une cible unique, tels que Sélection, cliquez sur **Lier à population ciblée**.
   - Dans les processus générant plusieurs cibles, tels que Segment, cliquez sur la ligne **Cible générée** ou **Code cible** pour la cible dont vous souhaitez supprimer le lien. Cliquez sur le bouton des points de suspension.

   La fenêtre Population ciblée affiche les cibles définies dans la liste des populations ciblées pour la campagne en cours. La cible actuellement liée est mise en évidence.
4. Sélectionnez **[Non lié]**.

   Le nom et le code de la cible ne sont plus mis en évidence.
5. Cliquez sur **OK**. Le nom de la cible générée et le code de cible figurant dans la boîte de dialogue de configuration de processus n'apparaissent plus en italique, ce qui signifie qu'ils ne sont pas liés à la liste des populations ciblées.

Concepts associés :

«Liste des populations ciblées», à la page 173

Utilisation de Faire correspondre et lier pour supprimer une association

Vous pouvez utiliser la boîte de dialogue **Faire correspondre et lier** pour supprimer l'association entre des populations ciblées d'un diagramme et une liste des populations ciblées (LPC).

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Si une cible n'a pas d'historique de contacts, vous pouvez la dissocier (puis la lier à nouveau) à tout moment.

Important : Si le lien d'une cible associée à un historique est supprimé, cette cible est retirée. Les cibles retirées ne peuvent pas être liées à nouveau. Elles n'apparaissent pas dans la liste des populations ciblées et elles ne peuvent pas être sélectionnées dans une boîte de dialogue de configuration de processus. (Si Campaign est intégré à Marketing Operations, les cibles retirées continuent de s'afficher dans la liste des populations ciblées, mais elles ne peuvent pas être réutilisées.)

Procédure

1. Dans un diagramme en mode **Edition**, sélectionnez **Options** > **Faire correspondre et lier les populations ciblées**.

   Les cibles mises en correspondance ou liées s'affichent dans le volet droit et leur statut est indiqué dans la colonne **Statut**.
2. Pour dissocier toutes les paires de cibles mises en correspondance, cliquez sur **Suppr. toutes les corresp**.

   Les populations ciblées dont les correspondances ont été supprimées sont actualisées dans le volet **Populations ciblées disponibles** et les colonnes **Etat** et **Nom population ciblée** de la cible générée sont effacées. Les paires de cibles liées ne sont pas changées.
3. Pour supprimer les liens de toutes les paires de cibles liées, cliquez sur **Tout dissocier**.

   Les liens des paires liées précédemment ont été supprimés , mais elles restent mises en correspondance. Les populations ciblées apparaissent désormais en rouge dans la liste **Populations ciblées disponibles**, sous forme de populations ciblées mises en correspondance.
4. Enregistrez le diagramme. Les liaisons des populations ciblées ne sont pas enregistrées tant que vous n'enregistrez pas le diagramme. Si vous annulez les modifications du diagramme, les liaisons des cibles ne sont pas enregistrées.

Concepts associés :

«Liste des populations ciblées», à la page 173

Chapitre 9. Historique des contacts

IBM Campaign gère un historique des contacts pour enregistrer les informations sur les offres qui sont envoyées aux contacts. Un historique des cibles de contrôle est également enregistré afin d'identifier les clients auxquels l'offre n'est volontairement pas envoyée.

Le terme général "historique des contacts" fait référence aux informations gérées par Campaign sur :

- les **offres** qui ont été envoyées ;
- à **quels clients** (ou comptes ou foyers, en fonction du niveau d'audience) ;
- par **quel canal** ;
- à **quelle date**.

Par exemple, une liste de clients cible peut être générée sous forme de la sortie d'un processus liste d'appels ou liste d'adresses dans un diagramme de campagne. Chaque client cible appartient à une cible à laquelle une ou plusieurs offres sont affectées. Lorsque le processus liste d'appels ou liste d'adresses est exécuté en mode production et que la journalisation dans l'historique des contacts est activée, les détails sont écrits dans plusieurs tables dans la base de données système Campaign.

Ensemble, ces tables constituent l'historique des contacts. L'historique des contacts enregistre la version d'offre spécifique (dont les valeurs des attributs d'offres paramétrés) attribuée à chaque ID dans chaque cible au moment de l'exécution du diagramme. Il enregistre également les membres des cibles de contrôle, qui sont exclus volontairement de tout envoi de communications. Les cibles de contrôle indiquent les groupes de contrôle disponibles (qui ne sont pas contactés). Les clients appartenant aux cibles de contrôle ne se voient donc affecter aucune offre et ne sont pas inclus dans les listes de cibles du processus de contact.

Présentation de l'historique des contacts et des niveaux d'audience

Campaign gère un historique des contacts pour chaque niveau d'audience, comme Client et Foyer. L'historique des contacts fournit un enregistrement historique de vos efforts de marketing direct, y compris les personnes contactées, les offres effectuées et les canaux utilisés.

Campaign gère l'historique des contacts dans les tables de base de données système :

- Un historique des contacts de base (UA_ContactHistory) est enregistré lorsque le même traitement est appliqué à tous les membres d'une cible (ils reçoivent tous la même version d'une offre)
- Un historique des contacts détaillé (UA_DtlContactHist) est enregistré uniquement lorsque les individus d'une même cible reçoivent des versions d'offres différentes (des offres avec des valeurs différentes pour les attributs d'offre personnalisés) ou un nombre différent d'offres.

  L'historique des contacts détaillé peut rapidement devenir très volumineux, mais il fournit des données complètes pour prendre en charge un suivi des réponses à un niveau très détaillé, et analyser les cibles et les contrôles.

© Copyright IBM Corp. 1998, 2013

- Pour chaque exécution en production, des données sont enregistrées dans les tables des traitements (UA_Treatment). Des informations de contrôle pour les groupes de contrôle disponibles sont également enregistrées dans ces tables. Les groupes de contrôle disponibles ne reçoivent pas de communications, mais sont mesurés par rapport au groupe cible à des fins de comparaison. L'historique des traitements est utilisé conjointement avec l'historique des contacts pour constituer un enregistrement historique complet des offres qui ont été envoyées.

L'historique des contacts et l'historique des réponses correspondant sont gérés pour chaque niveau d'audience.

Par exemple, supposons que vous disposiez de deux niveaux d'audience, Client et Foyer. L'implémentation de table dépend de la manière dont votre base de données est configurée :

- Chaque niveau d'audience dispose généralement de son propre ensemble de tables d'historique des contacts et des réponses dans la base de données système Campaign. En d'autres termes, le niveau d'audience Client et le niveau d'audience Foyer possèdent chacun leur propre ensemble de tables (historique des contacts, historique des contacts détaillé, historique des réponses).
- Si votre base de données est configurée pour que plusieurs niveaux d'audience écrivent dans les mêmes tables physiques sous-jacentes, chaque niveau d'audience n'a pas besoin de son propre ensemble de tables. Cependant, les tables physiques sous-jacentes (historique des contacts, historique des contacts détaillé, historique des réponses) doivent inclure une clé pour chaque niveau d'audience.

Mode de mise à jour des tables d'historique de contacts

Des entrées sont écrites dans les tables d'historique des contacts Campaign lorsqu'un processus de contact du diagramme (liste d'appels ou liste d'adresses) ou le processus de suivi s'exécute en mode production avec les options de journalisation des contacts activées. Les exécutions en mode test n'alimentent pas les tables d'historique des contacts.

Lorsque la journalisation des contacts est activée, les détails suivants sont écrits dans l'historique des contacts lors d'une exécution en production.

- la date et l'heure du contact (il s'agit par défaut de la date et de l'heure d'exécution du processus de contact) ;
- les versions d'offre affectées au processus de contact, notamment les valeurs d'attributs d'offre paramétrés ;
- les versions exactes de l'offre affectée à chaque ID ;
- pour les populations ciblées et les cibles de contrôle, les codes de traitement permettant de suivre chaque combinaison unique de version d'offre, de cible, et de date et heure.

Le tables système suivantes sont impliquées :

- Historique des contacts de base (UA_ContactHistory), si la même version d'une offre est affectée à tous les membres d'une cible
- Historique des contacts détaillé (UA_DtlContactHist), si des individus de la même cible reçoivent des versions d'offre différentes
- Historique des traitements (UA_Treatment)
- Historique d'offre (plusieurs tables système qui stockent collectivement les informations relatives aux offres qui ont été utilisées en production)

L'historique des traitements et l'historique d'offre sont utilisés conjointement avec l'historique des contacts pour constituer un enregistrement historique complet des offres qui ont été envoyées. Les contrôles auxquels aucune offre n'a été affectée sont identifiés dans la table des traitements.

L'historique est mis à jour uniquement si l'option **Consigner dans tables d'historique des contacts** est cochée dans la boîte de dialogue de configuration de processus liste d'adresses, liste d'appels ou de suivi.

Remarque : Cela n'affecte pas la manière dont eMessage et Interact chargent les données dans les tables d'historique Campaign. Ces produits utilisent leurs propres processus d'extraction, de transformation et de chargement des données dans les tables d'historiques des contacts et des réponses de Campaign.

Historique des traitements (UA_Treatment)

Des lignes sont ajoutées dans la table d'historique des traitements (UA_Treatment) lors de chaque exécution d'un diagramme en mode production.

Si un diagramme est planifié pour s'exécuter périodiquement, chaque nouvelle exécution génère un nouvel ensemble de traitements (un pour chaque offre de chaque cible), pour les cibles de contact et les cibles de contrôle, au moment de l'exécution du diagramme. Campaign effectue ainsi un suivi aussi précis que possible, en enregistrant une instance distincte chaque fois qu'un traitement est généré.

L'historique des traitements fonctionne conjointement avec l'historique des contacts de base afin de proposer une solution hautement compressée et extrêmement efficace pour stocker des informations complètes d'historique des contacts.

- La table d'historique des contacts de base (UA_ContactHistory) enregistre uniquement les informations d'appartenance aux cibles pour l'audience appropriée.
- La table d'historique des traitements (UA_Treatment) enregistre les traitements affectés à chaque cible.

Chaque instance de traitement est identifiée à l'aide d'un code de traitement globalement unique. Le code de traitement peut être utilisé dans le suivi des réponses pour attribuer chaque réponse à une instance de traitement spécifique.

Mode de traitement des contrôles dans l'historique des traitements

Une cible de contrôle est qualifiée pour une offre mais elle est exclue de la réception de l'offre à des fins d'analyse. Si des contrôles sont utilisés, l'historique des traitements enregistre également les données de cible de contrôle :

- Les lignes concernant les offres affectées à une population ciblée sont appelées traitements cible.
- Les lignes concernant les offres affectées à une cible de contrôle sont appelées traitements de contrôle.

Les traitements cible sont associés à un traitement de contrôle si une cible de contrôle a été affectée à la population ciblée dans le processus de contact. Un code de traitement unique est affecté à chaque traitement de contrôle, bien que les codes ne soient pas distribués aux membres de contrôle. Des codes de traitement de contrôle sont générés pour faciliter le suivi des réponses personnalisées lorsque la

logique du diagramme personnalisé est utilisée pour identifier un contrôle : les codes de traitement de contrôle peuvent être recherchés et associés à l'événement afin que la réponse puisse être affectée à une instance de traitement de contrôle exacte.

Historique des contacts de base (UA_ContactHistory)

Une ligne est écrite dans la table d'historique des contacts de base pour chaque combinaison d'ID de contact, de cible et de date/heure d'exécution du diagramme, pour les populations ciblées ainsi que pour les cibles de contrôle.

Appartenance à des cibles mutuellement exclusives

i vos cibles s'excluent mutuellement et disposent d'un seul identifiant, chaque identifiant se voit attribuer une ligne dans la table d'historique des contacts lors de son traitement dans un processus de contact unique, sans tenir compte du nombre d'offres affectées. Par exemple, cela se produit si vous définissez des cibles correspondant à des segments de valeur "Faible", "Moyenne" et "Haute" et si les clients ne peuvent appartenir qu'à l'un de ces segments à un moment donné. Même si trois offres sont affectées au segment portant la valeur "Haute" dans le même processus de contact, une seule ligne est écrite dans l'historique des contacts de base, car ce dernier enregistre l'appartenance aux cibles.

Appartenance à des cibles non exclusives

Bien que des individus puissent appartenir à plusieurs populations ciblées (par exemple, si chaque population ciblée reçoit des offres basées sur des règles d'éligibilité différentes et si les clients sont susceptibles de se voir attribuer zéro, une ou plusieurs offres), ils disposent chacun du nombre de lignes dans la table d'historique des contacts qui correspond au nombre de cibles dont ils sont membres.

Par exemple, si vous définissez deux cibles, "Clients ayant effectué des achats au cours des 3 derniers mois" et "Clients qui ont dépensé au moins 500 € au cours du dernier trimestre", un individu peut appartenir à l'une de ces cibles, ou aux deux. Si l'individu est membre des deux cibles, deux entrées sont écrites pour lui dans l'historique des contacts de base lors de l'exécution du processus de contact.

Même si plusieurs lignes sont écrites dans la table d'historique des contacts pour un individu parce qu'il appartient à plusieurs populations ciblées, toutes les offres proposées dans le même processus de contact sont considérées comme un seul "package" ou une seule interruption. Un "ID de package" unique regroupe, dans la table d'historique des contacts, les lignes écrites par une instance d'exécution donnée d'un processus de contact spécifique pour un individu. Une personne ou un foyer subissent plusieurs "interruptions" uniquement si l'individu ou le foyer appartient à plusieurs cibles dans des processus de contact distincts.

Ajout de zones de suivi supplémentaires à l'historique des contacts

Vous pouvez créer des zones de suivi supplémentaires et les remplir dans la table d'historique des contacts de base. Par exemple, vous pouvez ajouter le code de traitement à partir de la table de traitement, ou un attribut d'offre, en tant que zone de suivi supplémentaire dans l'historique des contacts.

Toutefois, comme l'appartenance à une cible est capturée dans l'historique des contacts de base et que chaque population ciblée ou cible de contrôle écrit une ligne par ID audience, notez que seul le premier traitement de chaque population

ciblée ou cible de contrôle est ajouté si vous renseignez des zones de suivi supplémentaires dans l'historique des contacts de base à l'aide de données d'offre ou de traitement.

Exemple

Cible	Cible de contrôle associée	Offre affectée à la cible
PopulationCiblée1	Cibledecontrôle1	OffreA, OffreB
PopulationCiblée2	Cibledecontrôle1	OffreC
Cibledecontrôle1	-	-

Lorsque le diagramme contenant le processus de contact qui affecte les offres répertoriées à PopulationCiblée1 et PopulationCiblée2 est exécuté en production (et que l'écriture dans l'historique des contacts est activée), un traitement est créé pour chaque combinaison de cible, d'offre affectée et de date/heure d'exécution. En d'autres termes, six traitements sont créés dans cet exemple :

Traitements	Code de traitement
PopulationCiblée1 recevant l'OffreA	Tr001
PopulationCiblée1 recevant l'OffreB	Tr002
Cibledecontrôle1 recevant l'OffreA	Tr003
Cibledecontrôle1 recevant l'OffreB	Tr004
PopulationCiblée2 recevant l'OffreC	Tr005
CibleTémoin1 recevant l'OffreC	Tr006

Si vous avez ajouté le code de traitement en tant que zone de suivi supplémentaire dans l'historique des contacts de base, seule la première cible ou le premier traitement de contrôle pour chaque cible est écrit. Dans cet exemple, seules trois lignes sont donc ajoutées à l'historique des contacts de base pour le premier traitement de chaque cible :

Cible	Code de traitement
PopulationCiblée1	Tr001
Cibledecontrôle1	Tr003
PopulationCiblée2	Tr005

C'est la raison pour laquelle la capture d'attributs de niveau offre dans la table d'historique des contacts de base n'est pas conseillée, car elle ne pourra fournir des informations de contact complètes que dans les cas suivants :

- une seule offre est affectée à une population ciblée ; et
- chaque cible de contrôle n'est affectée qu'à une seule population ciblée.

Pour les autres instances, seules les données associées au premier traitement (ou traitement de contrôle) sont affichées. Une autre solution consiste à utiliser une vue de base de données pour stabiliser et permettre l'accès aux informations de niveau offre en joignant les tables système UA_ContactHistory et UA_Treatment. Vous pouvez également envoyer ces informations à un historique secondaire des contacts.

Remarque : Si vous générez des informations d'attribut d'offre comme des zones de suivi supplémentaires, des informations de traitements complètes *peuvent* être affichées car l'historique des contacts détaillé et l'historique secondaire des contacts écrivent une ligne pour chaque traitement (au lieu d'une ligne pour chaque cible).

Historique des contacts détaillé (UA_DtlContactHist)

La table de l'historique des contacts détaillé n'est générée que si vous utilisez un scénario dans lequel des individus figurant dans la même cible reçoivent différentes versions d'une offre.

Par exemple, les membres de la même cible reçoivent la même offre de prêt, mais cette dernière peut être personnalisée afin que les individus A et B bénéficient respectivement d'un prêt à 5 % et 4 %. L'historique des contacts détaillé comporte une ligne pour chaque version de l'offre reçue par un individu, ainsi qu'une ligne pour chaque cible témoin en fonction des versions d'offre reçues.

Historique des offres

L'historique des offres se compose de plusieurs tables système stockant collectivement les informations relatives à une version d'offre utilisée en production.

De nouvelles lignes sont ajoutées à la table d'historique des offres uniquement si la combinaison des valeurs d'attributs d'offre paramétrés est unique. Sinon, les lignes existantes sont référencées.

Mise à jour de l'historique des contacts par le biais d'une exécution de production

Lors d'une exécution de production, vous pouvez mettre à jour l'historique des contacts pour l'ID d'exécution en cours. Utilisez la fenêtre **Options de l'historique des exécutions** pour choisir comment le nouvel historique des contacts sera enregistré dans la table d'historique des contacts.

Procédure

1. Sur une page Diagramme en mode **Edition**, cliquez sur le processus que vous souhaitez exécuter.
2. Ouvrez le menu **Exécuter** et sélectionnez **Enregistrer et exécuter branche sélectionnée**.
3. S'il existe des enregistrements d'historique des contacts, vous êtes invité à choisir des options d'historique d'exécution.

   La fenêtre **de l'historique des exécutions** s'affiche uniquement lorsque vous exécutez une branche ou un processus ayant généré précédemment l'historique des contacts pour l'ID d'exécution en cours. Vous pouvez ajouter des informations à l'historique des contacts ou remplacer ce dernier pour l'ID d'exécution.

Option	Description
Créer une nouvelle occurrence d'exécution	Réexécutez une branche ou un processus spécifique du diagramme à l'aide d'un nouvel ID exécution. Ajoutez les résultats, associés au nouvel ID exécution, à la table d'historique des contacts. L'historique des contacts existant reste intact.

Option	Description
Remplacer l'historique des contacts de l'exécution précédente	Réutilisez l'ID exécution précédent et remplacez l'historique des contacts précédemment généré pour cet ID exécution (uniquement pour le processus ou la branche en cours d'exécution). Les enregistrements de l'historique des contacts qui avaient été générés pour les autres branches ou processus du diagramme restent intacts.
Annuler	Annulez l'exécution de la branche ou du processus et ne modifiez pas l'historique des contacts existant. le diagramme reste ouvert en mode Edition.

Scénario Options de l'historique d'exécution

Dans cet exemple, vous disposez d'un diagramme avec deux branches et deux processus de contact, A et B, tous deux configurés pour se connecter à l'historique des contacts.

Vous exécutez le diagramme en entier (à partir du haut, à l'aide de la commande **Exécuter diagramme**) une fois. Cela permet de créer un nouvel ID d'exécution (par exemple, 1) et génère un historique des contacts pour cet ID.

Une fois cette première exécution terminée avec succès, vous éditez le processus de contact A pour proposer une offre de suivi aux personnes ayant reçu la première offre. Par conséquent, vous souhaitez réexécuter le processus de contact A. L'ID d'exécution en cours est "1" et l'historique des contacts existe pour le processus A et l'ID d'exécution. Vous souhaitez conserver l'historique des contacts d'origine.

Lorsque vous sélectionnez le processus de contact A et cliquez sur **Exécuter processus**. La fenêtre Options de l'historique d'exécution s'ouvre. Si vous choisissez de conserver la valeur 1 pour l'ID d'exécution, vous allez remplacer l'historique des contacts existant, or, ce n'est pas ce que vous souhaitez faire. Il est préférable de choisir **Créer une nouvelle occurrence d'exécution**. Cette option a pour effet d'incrémenter la valeur d'ID exécution à 2, de conserver l'historique des contacts associé à l'ID d'exécution 1 et d'ajouter un nouvel historique des contacts pour l'ID d'exécution 2. De cette façon, vous ne perdez pas l'historique des contacts qui est associé à la première offre.

A présent, si vous modifiez et exécutez le processus de contact B, la fenêtre Options de l'historique d'exécution ne s'ouvre pas, car vous utilisez un nouvel ID d'exécution (ID d'exécution = 2) auquel aucun historique des contacts n'est associé. Lorsque vous exécutez uniquement le processus de contact B, vous générez d'autres enregistrements d'historique des contacts pour l'ID d'exécution 2.

Définition d'une table de base de données pour la journalisation des contacts

Vous pouvez consigner les informations de contact dans une base de données lorsque vous configurez un processus de contact.

Procédure

1. Dans la boîte de dialogue Configuration du processus, sélectionnez **Nouvelle table mappée** ou **Table de base de données** dans la liste **Activer l'exportation vers** ou **Dans**. Cette option s'affiche généralement en bas de la liste, après la liste des tables mappées.

   La boîte de dialogue Indiquer la table de base de données s'ouvre.
2. Spécifiez le nom de la table.

   Remarque : Vous pouvez utiliser des variables utilisateur dans le nom de la table. Par exemple, si vous spécifiez MyTable*UserVar.a* comme nom de table et que la valeur de *UserVar.a* est "ABC" au moment où le processus est exécuté, le résultat est enregistré dans une table nommée MyTableABC. Vous devez définir la **Valeur initiale** et la **Valeur en cours** de la variable utilisateur avant d'exécuter le diagramme.
3. Sélectionnez un nom de base de données dans la liste.
4. Cliquez sur **OK**.

   La fenêtre Indiquer la table de base de données se ferme. La zone **Exporter vers/Dans** dans la boîte de dialogue de configuration de processus affiche le nom de la table de base de données que vous avez entré.
5. Si une table du nom que vous avez spécifié existe, choisissez une option d'enregistrement des données de sortie :
   - **Ajouter aux données exist.** : Si vous choisissez cette option, la table existante doit disposer d'un schéma compatible avec les données générées. En d'autres termes, les noms et types de la zone doivent correspondre et les tailles des zones doivent permettre aux données générées d'être enregistrées.
   - **Remplacer tous les enreg.** : Si vous choisissez cette option, les lignes existantes de la table sont remplacées par les nouvelles lignes générées.

Définition d'un fichier de sortie pour la journalisation des contacts

Vous pouvez éventuellement enregistrer un historique des contacts dans un fichier à plat avec un dictionnaire de données ou un fichier délimité.

Procédure

1. Ouvrez un diagramme en mode **Edition**.
2. Dans la boîte de dialogue Configuration du processus pour un processus de contact, sélectionnez **Fichier** dans la liste **Activer l'exportation vers** ou **Dans**. L'option **Fichier** s'affiche généralement en bas de la liste, après la liste des tables mappées.

   La boîte de dialogue Définition du fichier de sortie s'ouvre.
3. Sélectionnez un type de fichier de sortie :
   - **Fichier à plat avec dictionnaire données** : Permet de créer un fichier de longueur fixe et un fichier de dictionnaire de données.
   - **Fichier à plat basé sur dictionnaire de données existant** : Permet de créer un fichier de longueur fixe et de sélectionner un fichier de dictionnaire de données existant.
   - **Fichier délimité** : Permet de créer un fichier dans lequel les valeurs des zones sont délimitées par une tabulation, une virgule ou un autre caractère. Si vous sélectionnez **Autre**, entrez le caractère à utiliser comme délimiteur. Cochez **Inclure les libellés dans la ligne supérieure** si vous voulez que la première ligne du fichier contienne un en-tête de colonne pour chaque colonne de données.

4. Saisissez le chemin complet et le nom du fichier dans la zone **Nom de fichier** ou utilisez **Parcourir** pour sélectionner un fichier existant.

   Remarque : Vous pouvez inclure les variables utilisateur dans le nom du fichier de sortie (**Options** > **Variables utilisateur**). Par exemple, si vous spécifiez `MyFile`*`UserVar.a`*`.txt` comme nom de fichier et que la valeur de *UserVar.a* est "ABC" au moment où le processus est exécuté, le résultat est enregistré dans `MyFileABC.txt`. Vous devez définir la **Valeur initiale** et la **Valeur en cours** de la variable utilisateur avant d'exécuter le diagramme.
5. Campaign renseigne la zone **Dictionnaire de données** à l'aide d'un fichier .dct possédant le même nom et emplacement que le fichier que vous avez entré. Si vous souhaitez utiliser un autre dictionnaire de données ou renommer le dictionnaire de données, entrez son nom de fichier et son chemin complet dans la zone **Dictionnaire de données**.
6. Cliquez sur **OK**.

Désactivation de l'écriture dans l'historique des contacts

Si vous ne souhaitez pas que des exécutions en production mettent à jour les tables d'historique des contacts, vous pouvez configurer le processus de liste d'appels ou de liste d'adresse pour empêcher la journalisation. Cependant, la meilleure pratique consiste à ne pas désactiver la journalisation dans l'historique des contacts.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Les exécutions en mode test ne remplissent pas les tables d'historique des contacts. Par conséquent, si vous souhaitez exécuter un processus de contact sans écriture dans l'historique des contacts, vous pouvez effectuer une exécution en mode test.

L'historique des contacts est mis à jour lorsqu'un processus de contact du diagramme s'exécute en mode production et que les options de journalisation des contacts sont activées. Si vous souhaitez empêcher qu'un processus de contact écrive dans l'historique des contacts, vous pouvez configurer ce processus pour désactiver la journalisation lors des exécutions en production.

Important : La meilleure pratique consiste à ne pas désactiver la journalisation dans l'historique des contacts. Si vous exécutez une campagne en mode production sans journalisation dans l'historique des contacts, vous ne pourrez pas régénérer précisément cet historique ultérieurement en cas de changement sous-jacent des données.

Procédure

1. Cliquez deux fois sur le processus de contact (liste d'appels ou liste d'adresses) pour lequel vous souhaitez désactiver la journalisation dans l'historique des contacts.
2. Cliquez sur l'onglet **Historique**.
3. Dans la fenêtre de configuration de la journalisation des transactions de contact, décochez les cases **Consigner dans tables d'historique des contacts** et **Consigner dans autre destination**.

   Remarque : Pour que vous puissiez modifier l'option **Consigner dans tables d'historique des contacts**, le paramètre de configuration **OverrideLogToHistory** doit être défini sur `true` et vous devez disposer des droits appropriés.

4. Vous pouvez éventuellement cliquer sur **Options** pour accéder à **Options de journalisation des contacts** et sélectionner **Créer uniquement des traitements**. Cette option permet de générer de nouveaux traitements dans la table Traitements mais ne met pas à jour l'historique des contacts.
5. Cliquez sur **OK**.

Résultats

Lorsque vous exécutez le processus de contact, aucune entrée n'est écrite dans les tables d'historique des contacts, ni à un autre emplacement de journalisation.

Remarque : Cela n'affecte pas la manière dont eMessage et Interact chargent les données dans les tables d'historique Campaign. Ces produits utilisent leurs propres processus d'extraction, de transformation et de chargement des données dans les tables d'historiques des contacts et des réponses de Campaign.

Effacement de l'historique des contacts et de l'historique des réponses

L'effacement de l'historique des contacts et des réponses supprime définitivement les enregistrements d'historique des tables système. Ces données sont irrécupérables.

Avant de commencer

La procédure décrite ci-après supprime définitivement l'historique des contacts et l'historique des réponses. Si une reprise ultérieure risque d'être nécessaire, sauvegardez la base de données de la table système avant d'effacer l'historique.

Remarque : L'historique est également supprimé définitivement lorsque vous supprimez une campagne. Dans ce cas, vous êtes invité à continuer. Si vous continuez, la totalité de la campagne et tout son contenu, y compris tous les historiques des contacts et tous les historiques des réponses, sont supprimés.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Vous pouvez souhaiter effacer les enregistrements de l'historique des contacts ou de l'historique des réponses pour les raisons suivantes :

- Si une exécution en production a été exécutée par erreur.
- Si vous décidez d'annuler une campagne après une exécution en production.

Vous pouvez choisir de supprimer tous les enregistrements de l'historique des contacts et des réponses associés, ou seulement les enregistrements de l'historique des réponses. Il est généralement préférable de ne pas supprimer l'historique des contacts pour lequel des réponses ont été enregistrées. Cependant, vous avez la possibilité de le faire.

L'intégrité référentielle est toujours conservée sur l'ensemble des tables système Campaign. L'écriture se fait simultanément dans toutes les tables d'historique des contacts, ainsi que l'éventuel nettoyage de l'historique des contacts. Par exemple, il est impossible de supprimer des entrées de table de traitement si elles sont référencées dans les tables d'historique des contacts de base ou détaillé.

Pour supprimer définitivement l'historique des contacts et/ou des réponses pour un processus de contact, suivez les étapes ci-dessous.

Procédure

1. Dans un diagramme en mode édition, cliquez deux fois sur le processus de contact dont vous souhaitez supprimer définitivement l'historique.
2. Dans la boîte de dialogue de configuration des processus, sélectionnez l'onglet **Journal**. Une fenêtre permettant de configurer la journalisation des transactions de contact s'affiche.
3. Cliquez sur **Effacer l'historique**.

   Si l'historique des contacts ne contient aucune entrée, un message d'erreur indique qu'il n'y a aucune entrée à effacer.
4. S'il existe un historique des contacts, spécifiez les entrées à supprimer :
   - Toutes les entrées
   - Toutes les entrées comprises dans une plage de dates sélectionnée
   - Des exécutions diagramme spécifiques identifiés par la date et l'heure d'exécution
5. Cliquez sur **OK**.

   S'il n'existe aucun enregistrement pour les entrées que vous avez sélectionnées dans l'historique des réponses, un message de confirmation s'affiche.
6. Si l'historique des réponses contient des enregistrements correspondants aux entrées que vous avez sélectionnées, utilisez la fenêtre Effacer les options d'historique pour sélectionner une option :
   - **Effacer tous les enregistrements associés de l'historique des contacts et des réponses** : les entrées que vous avez indiquées sont effacées à la fois dans les historiques des contacts et des réponses.
   - **Effacer uniquement les enregistrements associés de l'historique des réponses** : les entrées que vous avez indiquées sont effacées uniquement dans l'historique des réponses. Les enregistrements d'historique des contacts sont conservés.
   - **Annuler** : aucun enregistrement n'est effacé dans l'historique des contacts ou des réponses.

Chapitre 10. Suivi des réponses à une campagne

Utilisez le processus réponse dans un diagramme pour suivre les actions qui se produisent après une campagne. Lorsque vous exécutez le processus réponse, les données sont enregistrées dans les tables d'historique des réponses et sont disponibles pour les rapports de performances Campaign.

Le suivi des réponses vous aide à évaluer l'efficacité de vos campagnes. Vous pouvez déterminer si les actions effectuées par des individus le sont en réponse aux offres qui leur ont été affectées. Vous pouvez évaluer les répondants et les non-répondants auxquels des offres ont été envoyées. Vous pouvez également évaluer les contrôles (individus qui n'ont pas reçu d'offres) pour voir s'ils ont exécuté l'action souhaitée même s'ils n'ont pas été contactés.

Campaign enregistre l'historique des réponses et l'utilise dans les rapports de performances Campaign pour vous permettre de déterminer facilement :

- **Qui a répondu** : Liste des entités d'audience (par exemple, clients individuels ou foyers) dont le comportement correspond aux types de réponse suivis.
- **Ce qu'ils ont fait et à quel moment** : Campaign enregistre les actions qui ont été exécutées, et la date et l'heure des actions. Il peut s'agir, par exemple, de clics sur un site Web ou de l'achat d'un article spécifique. Ces informations dépendent des types de réponse configurés et/ou de données supplémentaires qui sont capturées pendant le traitement des réponses.
- **Le traitement d'offre auquel ils ont répondu** : Codes générés par Campaign (campagne, offre, cible ou code de traitement) et attributs d'offre pour lesquels des valeurs définies ont été renvoyées par le répondant, qui correspondent au suivi des réponses.
- **La façon dont leur réponse est attribuée** : Les critères incluent les codes générés par Campaign correspondants ou des valeurs définies pour les attributs d'offre, si les répondants se trouvaient dans le groupe ciblé d'origine ou dans un groupe de contrôle, et si la réponse a été reçue avant la date d'expiration.
- **Informations supplémentaires** : Les tables d'historique des réponses enregistrent également les informations suivantes :
  - Si la réponse était directe (un ou plusieurs codes générés par Campaign ont été renvoyés) ou induite (aucun code réponse n'a été renvoyé).
  - Si le répondant faisait partie d'une population ciblée ou d'une cible de contrôle.
  - Si la réponse était unique ou s'il s'agissait d'un doublon.
  - Les scores d'attribution de type Meilleure correspondance, Correspondance fractionnelle et Correspondances multiples.
  - Le type de réponse (action) attribué à la réponse.
  - Si la réponse a été reçue avant ou après la date d'expiration de la version d'offre spécifique. (Ces informations dépendent de la propriété suivante : **Paramètres > Configuration > Campagne > partitions > partition[n] > server > flowchartConfig > AllowResponseNDaysAfterExpiration**. La valeur par défaut est 90 jours.)

© Copyright IBM Corp. 1998, 2013

Comment procéder au suivi des réponses à une campagne

Pour effectuer le suivi des réponses, créez un diagramme qui inclut le processus réponse. Le processus réponse prend les entrées d'un processus de sélection ou d'extraction et utilise généralement une table d'action comme source de données.

Utilisation d'une table d'action comme entrée pour le processus réponse

Une *table d'action* est une table ou fichier de base de données facultatif qui contient les données de réponse collectées une fois les offres présentées aux clients. Il existe généralement une table d'action par niveau d'audience.

Une table d'action sert de source de données pour la cible source pour le processus réponse. Une table d'action n'est pas obligatoire pour le traitement des réponses, mais elle est considérée comme une meilleure pratique.

Une table d'action inclut l'identification du client, les codes de réponse et les attributs utiles. En fonction de la manière dont le suivi des réponses est effectué dans votre organisation, les réponses peuvent être directement liées à des données transactionnelles, telles que des achats, ou des contrats et des abonnements.

Lorsque vous utilisez une table d'action comme source pour un processus réponse, les actions ou les événements de la table sont évalués pour voir s'ils doivent être être attribués en tant que réponses à des traitements de contact ou de contrôle. Campaign lit la table d'action et si une correspondance est trouvée entre les attributs pertinents et/ou les codes de réponse, Campaign remplit les tables d'historique des réponses pour le suivi des réponses.

Les tables système Campaign incluent une table d'action exemple pour le niveau d'audience Client appelée `UA_ActionCustomer`. Les administrateurs peuvent personnaliser la table si nécessaire.

Important : Les administrateurs doivent s'assurer que les tables d'action utilisées pour le suivi des réponses sont verrouillées au cours du traitement des réponses. Ils doivent également effacer les lignes après chaque exécution du processus de réponse afin de s'assurer que les réponses ne sont pas créditées plusieurs fois. Par exemple, Campaign peut être configuré pour exécuter SQL après le processus réponse pour purger la table d'action.

Vous trouverez des informations importantes sur les tables d'action dans le *guide d'administration de Campaign*.

Fonctionnement du processus réponse

Vous configurez le processus réponse dans un diagramme pour évaluer et générer les identifiants que vous considérez comme des réponses à votre offre. L'évaluation est effectuée en mettant en correspondance des combinaisons de codes de réponse, ou d'autres attributs d'offre standard ou personnalisés qui proviennent de la table d'action.

La logique de traitement des réponses utilise les codes réponse pertinents et les attributs de réponse pertinents pour déterminer les réponses directes et induites :

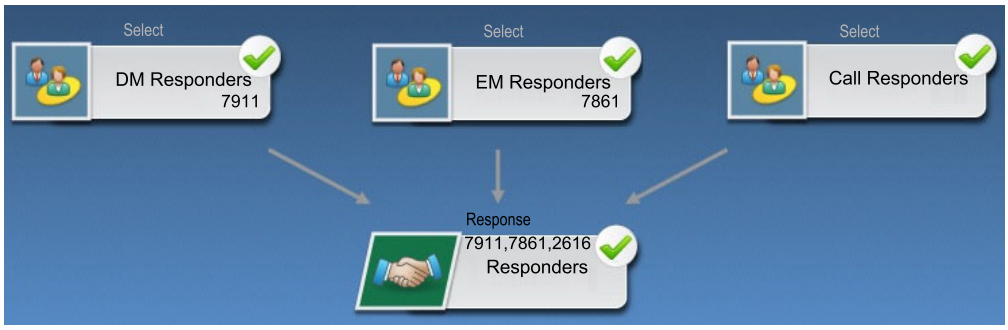
- Codes de réponse pertinents : Les codes générés par Campaign (campagne, offre, cible ou code de traitement) qui sont mappés dans le processus réponse sont considérés comme des "codes réponse pertinents".

- Attributs de réponse pertinents : Les autres attributs d'offre, standard ou personnalisés, qui sont mappés dans le processus réponse sont considérés comme des "attributs de réponse pertinents". Par exemple, vous pouvez utiliser la zone "Produits liés" comme attribut d'offre pour suivre les réponses induites.

Ces réponses sont écrites dans la table d'historique des réponses (`UA_ResponseHistory`, ou son équivalent pour chaque niveau d'audience) lorsque vous exécutez le processus réponse. Il existe une table système d'historique des réponses pour chaque niveau d'audience suivi.

Les données d'historique des réponses sont ensuite disponibles pour être utilisées et analysées par les rapports de performances de Campaign.

L'exemple suivant montre un diagramme simple qui effectue le suivi des réponses au publipostage, aux e-mails et aux offres par téléphone.



Tâches associées :

«Mise à jour de l'historique des réponses», à la page 117

Référence associée :

«Rapports de performances pour IBM Campaign», à la page 253

Utilisation de plusieurs diagrammes de suivi des réponses

De nombreuses organisations choisissent d'utiliser plusieurs diagrammes de suivi des réponses pour différentes raisons.

Il est possible d'utiliser un seul diagramme de suivi des réponses pour toutes les campagnes de votre société. Si une seule table d'action est utilisée, votre administrateur système configure généralement des diagrammes de session pour écrire des données dans la table d'action en vue de leur traitement.

Toutefois, votre mise en oeuvre de Campaign peut utiliser une ou plusieurs tables d'action pour plus de commodité, chacune étant liée à un diagramme de suivi des réponses distinct.

Les sections suivantes expliquent pour quelles raisons vous pouvez utiliser plusieurs diagramme de suivi des réponses.

Vous effectuez le suivi des réponses pour différents niveaux d'audience.

(Obligatoire) Il vous faut un diagramme de suivi des réponses pour chaque niveau d'audience pour lequel vous recevez et suivez des réponses. Le processus Réponse s'exécute sur le niveau d'audience de la cible entrante et écrit automatiquement dans la table d'historique des réponses appropriée du niveau d'audience. Pour suivre les réponses de deux niveaux d'audience différents (par exemple, client et foyer), vous avez besoin de deux processus Réponse différents, de préférence dans deux diagrammes de suivi des réponses distincts.

Vous avez des exigences en matière de traitement par lots et de traitement en temps réel.

(Obligatoire) La plupart de vos sessions de suivi des réponses font appel à des diagrammes de traitement par lots, qui traitent périodiquement les événements figurant dans une table d'action (par exemple, traitement nocturne des achats client). La fréquence des exécutions de suivi des réponses dépend de la disponibilité des données de transaction utilisées pour remplir la table d'action.

Par exemple, si vous traitez des réponses provenant de différents canaux (par Internet et par courrier), vous aurez peut-être besoin de sessions de traitement des réponses distinctes, car la fréquence de disponibilité des données de transaction entrantes varie selon le canal.

Vous voulez éviter de dupliquer des volumes de données importants.

(Facultatif) Si vous devez évaluer d'importants volumes de transactions (par exemple, des millions de transactions de vente par jour), vous voudrez peut-être générer un diagramme de suivi des réponses qui sera mappé directement sur les données source plutôt que l'extraire, le transformer et le charger dans une table d'action.

Par exemple, vous pouvez créer un diagramme de suivi des réponses dans lequel un processus Extraction extrait des transactions directement à partir de la table d'historique des transactions d'achat d'un système de commerce électronique (en fonction d'une plage de dates spécifique) et un processus Réponse qui établit une correspondance directe entre les données extraites et les colonnes de cette table.

Vous voulez coder des données spécifiques pour différentes situations.

(Facultatif) Vous pouvez souhaiter coder des données spécifiques (comme des types de réponse) en fonction de diverses situations, telles que des canaux différents. Par exemple, si vous voulez suivre un type de réponse spécifique (tel qu'une "interrogation") propre à un canal (comme un "centre d'appels"), vous pouvez créer une zone dérivée pour filtrer ces réponses et l'utiliser dans un diagramme de traitement des réponses pour extraire toutes les interrogations de la base de données des centres d'appels. Il peut être plus pratique de créer les données nécessaires au suivi des réponses à l'aide de zones dérivées, puis d'extraire directement les données de la source, plutôt que d'écrire les données dans une seule table d'action.

Vous avez besoin d'une logique de traitement des réponses personnalisée.

(Facultatif) Si vous devez écrire vos propres règles d'attribution des réponses, vous pouvez créer un diagramme de suivi des réponses distinct pour implémenter une logique de suivi des réponses personnalisée. Par exemple, pour identifier les répondants à une offre de type "1 offert pour 3 achetés", vous devez examiner plusieurs transactions pour déterminer si un individu fait partie des répondants. Une fois les répondants identifiés, vous pouvez les intégrer au processus Réponse pour enregistrer les réponses comportant le code de traitement et le type de réponse approprié.

Vous souhaitez un diagramme de réponses pour chaque produit ou groupe de produits qui a été promu

(Facultatif) Vous pouvez créer un diagramme de réponses distinct pour chaque produit ou groupe de produits qui a été promu via des offres. Vous pouvez ainsi analyser facilement les réponses par produit.

Vous souhaitez un diagramme de réponses par campagne

(Facultatif) Dans ce scénario, vous disposez d'un ou plusieurs diagrammes qui génèrent une sortie, mais d'un seul diagramme par campagne pour le suivi des répondants. Si les données sont disponibles campagne par campagne, cette méthode s'avère pratique pour configurer le traitement des réponses.

Suivi des réponses à l'aide de codes d'offre à plusieurs parties

Vous pouvez effectuer le suivi des réponses à l'aide d'une zone dérivée qui comprend un code d'offre à plusieurs parties (à savoir un code d'offre composé d'au moins deux codes). Toutes les parties du code d'offre doivent être concaténées à l'aide de la propriété de configuration `offerCodeDelimiter` au niveau partition. L'exemple suivant crée une zone dérivée appelée `MultipleOfferCode` composé de deux parties concaténées à l'aide du délimiteur par défaut "-" :

```
MultipleOfferCode = string_concat(OfferCode1, string_concat("-",
OfferCode2))
```

Lorsque vous configurez le processus Réponse pour qu'il utilise la zone dérivée en tant que zone d'action disponible, vous devez mettre en correspondance la zone dérivée avec l'attribut d'offre ou de traitement de chaque code d'offre figurant dans le code à plusieurs parties.

Période de validité pour le suivi des réponses

Le suivi des réponses enregistre non seulement le fait que les réponses ont été envoyées pendant la plage de temps de validité de l'offre (à savoir entre la date d'effet et la date d'expiration comprise), mais aussi qu'elles ont été envoyées en dehors de la plage de date de validité de toutes les offres. Campaign suit les réponses tardives pour toutes les offres basées sur une plage de temps configurable après la date d'expiration d'une offre pour fournir des données sur la fréquence de remboursement de vos offres après leur date de fin officielle.

La période de validité pour le suivi des réponses dans Campaign est définie globalement et s'applique à toutes les offres de la campagne. Votre administrateur système définit le nombre de jours pendant lequel les réponses seront suivies après la date d'expiration de l'offre.

Ce paramètre de date limite automatiquement les instances de traitement correspondant à un événement. Plus la période de validité est courte, meilleures sont les performances car le nombre d'instances correspondantes renvoyées par la table de traitement est moins élevé.

Pour plus de détails sur la définition de la période de validité, consultez la section relative à la définition du nombre de jours après la fin d'une campagne pour l'enregistrement des réponses dans le *Guide d'administration de Campaign*.

Suivi des réponses des contrôles

Les réponses des groupes de contrôle sont suivies parallèlement aux réponses aux offres, à l'aide du processus Réponse.

Les réponses des cibles de contrôle sont traitées de la même manière que les réponses induites, à ceci près que les codes réponse sont supprimés au préalable. Pour les réponses émanant de membres de cibles de contrôle, les codes de suivi des réponses sont ignorés et les correspondances entre les attributs pertinents (par exemple, les produits liés) et les instances de traitement témoin sont recherchées. Campaign utilise un code de traitement interne unique, qui est généré pour tous les traitements témoin ; toutefois, les codes de traitement témoin ne sont pas utilisés, car les traitements témoin sont toujours des contrôles disponibles et sans contact.

Il est possible qu'un même événement crédite à la fois des instances de traitement cible et des instances de traitement témoin. Par exemple, un client donné est ciblé par une offre proposant 10 % de réduction pour tout achat dans le rayon femmes et est également membre d'un groupe de contrôle disponible surveillant tous les achats dans le magasin. Si ce client fait un achat en utilisant le bon de réduction, cet événement sera associé à la fois à l'instance de traitement cible (au moyen du code de traitement du bon) et à l'instance de traitement témoin. Les instances de traitement témoin sont également signalées dans la plage de dates valide ou après la date d'expiration, de la même manière que les instances de traitement cible ; cela permet de comparer l'activité tardive de la population ciblée.

L'attribution de type Meilleure correspondance ou Correspondance fractionnelle n'est pas utilisée pour les réponses des cibles de contrôle ; c'est l'attribution de type Plusieurs correspondances qui est toujours utilisée. En d'autres termes, si un répondant figure dans une cible témoin d'une offre et si son action est considérée comme une réponse induite pour plusieurs traitements témoin, tous les traitements témoin correspondants sont crédités pour la réponse.

Suivi des réponses des offres personnalisées

Si vous avez utilisé des zones d'offre gérées par données, personnalisées, dérivées ou paramétrées pour générer différentes versions d'offre, votre table d'action doit contenir des zones représentant les attributs d'offre paramétrés afin que les réponses à ces offres personnalisées puissent être correctement attribuées. Lorsque ces zones sont mappées dans un processus Réponse en tant qu'attributs pertinents et remplis, elles peuvent être utilisées pour comparer les réponses à la version d'offre ou à l'instance de traitement. Pour l'attribution à ce traitement, les réponses

comportant des valeurs pour ces "attributs pertinents" doivent correspondre exactement aux valeurs enregistrées pour cet individu dans l'historique des versions de l'offre.

Par exemple, si l'on vous a proposé des offres personnalisées de billets d'avion avec un aéroport de départ et un aéroport d'arrivée, votre table d'action doit contenir les zones "Aéroport de départ" et "Aéroport d'arrivée". Chaque transaction d'achat de billet d'avoir doit contenir ces valeurs et le suivi des réponses associera le billet d'avion acheté par un individu aux versions d'offre qu'il a reçues. Ces zones doivent aussi pouvoir être utilisées pour le suivi des réponses induites des membres du groupe de contrôle, afin de contrôler s'ils ont acheté des billets d'avion pour lesquels ils avaient reçu une offre promotionnelle.

Types de réponse

Les types de réponse sont les actions spécifiques que vous suivez, telles que les clics publicitaires, les interrogations, les achats, les activations, les utilisations, etc. Chaque type de réponse est représenté par un code réponse unique. Les types de réponse et les codes réponse sont définis globalement dans la table système Type de réponse de Campaign et sont disponibles pour toutes les offres, bien que tous les types de réponse ne soient pas pertinents pour toutes les offres. Par exemple, ne vous attendez pas à trouver une réponse de type clic publicitaire pour une offre par courrier.

Lorsque des événements sont écrits dans la table d'action, chaque ligne d'événement ne peut recevoir qu'un seul type de réponse. Si la zone Type de réponse est vide (nul) pour une action, elle sera suivi en tant que type de réponse par défaut ("inconnu").

Si un seul événement doit être associé à plusieurs types de réponse, plusieurs lignes doivent être écrites dans la table d'action, une pour chaque type de réponse. Par exemple, si une institution financière suit le taux d'utilisation d'une nouvelle carte de crédit pour des achats pendant le mois suivant son activation en se basant sur des types de réponse tels que "Achat100", "Achat500" et "Achat1000", un achat de 500 € peut générer un événement basé sur les types de réponses "Achat100" et "Achat500", car l'achat remplit ces deux conditions.

Si vous avez besoin de détecter des séquences complexes de transactions distinctes qui constitueront un événement de réponse une fois regroupées, il vous faudra une session de contrôle séparée qui recherchera les transactions éligibles et soumettra ensuite un événement à la table d'action, le cas échéant. Par exemple, si la promotion proposée par une enseigne récompense les clients qui ont acheté trois DVD au cours du mois de décembre, vous pouvez générer un diagramme pour calculer le nombre de DVD achetés par chaque client, sélectionner les clients qui ont effectué au moins trois achats et inscrire ces clients dans la table d'action avec un type de réponse spécial (comme "Achat3DVD").

Pour plus d'informations sur les types de réponse, voir le *Guide d'administration de Campaign*.

Catégories de réponses

Dans Campaign, les réponses se divisent en deux catégories :

- Réponse directe : un ou plusieurs codes de suivi générés par Campaign et envoyés avec l'offre ont été renvoyés, et les attributs pertinents renvoyés doivent correspondre.

- Réponse induite : aucun code de suivi n'a été renvoyé, mais au moins un attribut d'offre utilisé pour le suivi des réponses a été renvoyé et correspond. Les réponses émanant de groupes de contrôle disponibles sont toujours des réponses induites.

Réponses directes

Une réponse est considérée comme directe si :

- Le répondant a renvoyé au moins un code généré par Campaign (campagne, cible, offre ou code de traitement) qui correspond exactement à une ou plusieurs des instances de traitement cibles possibles générées par Campaign.

ET

- Les attributs pertinents renvoyés (à savoir, un attribut d'offre, standard ou personnalisé, qui était mappé dans le processus Réponse pour le suivi) ont une valeur exactement identique à la valeur d'attribut du traitement.

Par exemple, si le code de traitement est un code réponse pertinent et que "Canal de réponse" est un attribut pertinent, une réponse entrante dotée du code de traitement "XXX123" et du canal de réponse "Magasin de vente au détail" n'est pas considérée comme une correspondance directe pour un traitement doté respectivement des valeurs "XXX123" et "Web".

Une réponse dont la valeur d'attribut pertinent est nulle ne peut pas correspondre à un traitement comportant l'attribut de l'offre concernée. Par exemple, si la valeur du "taux d'intérêt" ne figure pas dans une réponse, celle-ci ne peut correspondre à aucune offre créée à l'aide d'un modèle comportant le taux d'intérêt comme attribut.

En revanche, une correspondance est possible si un attribut pertinent figure dans une réponse, mais n'existe pas dans un traitement. Par exemple, si une offre Livraison gratuite a été créée à partir d'un modèle sans attribut d'offre "taux d'intérêt" et que "taux d'intérêt" est un attribut pertinent, la valeur de l'attribut "taux d'intérêt" pour une réponse entrante n'a pas d'importance si Campaign prend en compte les correspondances possibles par rapport aux traitements associés à l'offre Livraison gratuite.

Le suivi des réponses détermine si la réponse a été envoyée pendant la plage de temps de validité de l'offre (à savoir entre la date d'effet et la date d'expiration comprise) ou en dehors de sa plage de date de validité. Campaign suit les réponses tardives pendant une plage de temps configurable après la date d'expiration d'une offre.

Le suivi des réponses détermine également si une réponse directe provient d'un répondant faisant partie du groupe contacté initialement, à savoir la population ciblée.

Remarque : Si une réponse directe n'émane pas du groupe ciblé initialement, elle est considérée comme "virale" ou "secondaire", ce qui signifie que le répondant a obtenu un code réponse valide bien qu'il n'ait pas reçu l'offre à l'origine.

Il peut être intéressant de connaître le nombre de réponses émanant du groupe cible, en particulier si vous essayez de fidéliser une clientèle à valeur élevée. Ces valeurs peuvent être utilisées dans les rapports de performances pour voir le nombre de réponses directes provenant du groupe cible d'origine, ainsi que le nombre de réponses virales.

Les réponses directes peuvent être des correspondances exactes ou inexactes.

Tâches associées :

«Mise à jour de l'historique des réponses», à la page 117

Référence associée :

«Rapports de performances pour IBM Campaign», à la page 253

Correspondances exactes directes

Une réponse est considérée comme une correspondance exacte directe si Campaign peut identifier de manière unique une seule instance de traitement cible à créditer.

Remarque : Il est recommandé d'utiliser des codes de traitement générés par Campaign pour le suivi, car Campaign peut toujours identifier de manière unique une instance de traitement à créditer si le code de traitement est renvoyé.

Par exemple, si vous avez utilisé les codes de traitement générés par un diagramme de contact comme codes de bon dans une offre et qu'un code de traitement est renvoyé par un répondant appartenant à l'une des populations ciblées par l'offre, la réponse est une correspondance exacte directe pour cette offre.

Si plusieurs attributs ou codes de suivi pertinents sont reçus, tous les codes et toutes les valeurs d'attribut doivent correspondre exactement à l'instance de traitement à comptabiliser. En d'autres termes, si un répondant fournit un code d'offre, un code de traitement et un attribut d'offre dont la valeur est définie, ils doivent tous correspondre exactement aux codes et valeurs d'attribut d'offre du traitement.

Correspondances inexactes directes

Une réponse est considérée comme une correspondance inexacte directe si Campaign ne peut pas identifier de manière unique une instance de traitement à créditer, mais que le ou les codes de suivi renvoyés correspondent à plusieurs instances de traitement cibles possibles.

Pour limiter le nombre d'instances de traitement cibles qui recevront un crédit pour cette réponse, si une instance de traitement cible a contacté le répondant, Campaign supprime les instances de traitement qui n'ont pas effectué cette opération. Si aucune instance de traitement cible n'a contacté le répondant, elles sont toutes conservées et reçoivent un crédit pour une réponse virale.

Par exemple, si un client appartenant à un segment à valeur élevée a reçu une offre d'une campagne destinée à la fois aux clients à valeur élevée et à faible valeur et s'il a retourné le code d'offre, deux instances de traitement cibles correspondent : une pour la cible à valeur élevée et l'autre pour la cible à faible valeur. Si l'on applique cette règle de suivi des réponses, comme l'instance de traitement destinée à la cible à valeur élevée visait en fait le répondant contrairement à l'instance de traitement destinée à la cible à faible valeur, cette dernière est supprimée. Seule l'instance de traitement associée au groupe de clients à valeur élevée est créditée pour cette réponse.

En outre, si la date de réponse se trouvait dans la période de validité de l'une des instances de traitement restantes, les instances de traitement non comprises entre les dates d'effet et d'expiration sont supprimées.

Par exemple, si un client a été contacté à la fois dans les instances de janvier et de février de la même campagne et que le code d'offre a été renvoyé, deux instances de traitement cibles correspondent (celle de janvier et celle de février). Si chaque version d'offre a expiré à la fin du mois au cours duquel elle a été émise, une réponse envoyée en février provoquera la suppression de l'instance de traitement de janvier pour cause d'expiration. Seule l'instance de traitement de février sera créditée pour cette réponse.

Une fois que les règles de suivi des réponses ont été appliquées et que toutes les instances de traitement cibles non valides ont été supprimées, Campaign utilise des méthodes d'attribution différentes pour calculer le crédit à affecter aux instances de traitement restantes.

Réponses induites

Une réponse est considérée comme induite lorsque les conditions suivantes sont réunies :

- aucun code de suivi généré par Campaign (campagne, cible, offre ou code de traitement) n'est renvoyé ;
- le répondant appartient à une population ciblée ou une cible témoin ;
- au moins un attribut d'offre utilisé pour le suivi des réponses a été renvoyé ;
- tous les attributs d'offre renvoyés correspondent.

Une réponse dont la valeur d'attribut pertinent est nulle ne peut pas correspondre à un traitement comportant l'attribut de l'offre concernée. Par exemple, si la valeur du "taux d'intérêt" ne figure pas dans une réponse, celle-ci ne peut correspondre à aucune offre créée à l'aide d'un modèle comportant le taux d'intérêt comme attribut.

En revanche, une correspondance est possible si un attribut pertinent figure dans une réponse, mais n'existe pas dans un traitement. Par exemple, si une offre Livraison gratuite a été créée à partir d'un modèle sans attribut d'offre "taux d'intérêt" et que "taux d'intérêt" est un attribut pertinent, la valeur de l'attribut "taux d'intérêt" pour une réponse entrante n'a pas d'importance si Campaign prend en compte les correspondances possibles par rapport aux traitements associés à l'offre Livraison gratuite.

En outre, le répondant doit avoir été contacté (c'est-à-dire qu'il doit figurer dans la population ciblée ou dans un groupe contacté) pour que sa réponse soit considérée comme induite.

Par exemple, si un client a reçu un bon pour une remise de 1 € sur une lessive et qu'il a acheté de la lessive (même s'il n'a pas utilisé le bon), Campaign induit une réponse positive à cette instance de traitement cible.

Réponses induites provenant de groupes de contrôle

Toutes les réponses provenant de membres de groupes de contrôle (qui sont toujours des contrôles disponibles dans Campaign) sont des réponses induites. Les réponses induites correspondantes constituent le seul mécanisme permettant de créditer des réponses à partir de membres de groupes de contrôle disponibles.

Etant donné que les membres d'un groupe de contrôle n'ont reçu aucune communication, ils ne peuvent renvoyer aucun code de suivi.

Le suivi des réponses surveille les membres des groupes de contrôle pour voir s'ils exécutent l'action souhaitée sans avoir reçu aucune offre. Par exemple, une

campagne peut cibler un groupe de clients ne possédant pas de compte-chèques avec une offre de compte-chèques. Les membres du groupe de contrôle sont suivis pour voir s'ils ouvrent un compte-chèques pendant la plage de temps au cours de laquelle l'offre de compte-chèques est proposée.

Tous les événements entrants sont évalués pour déterminer s'il s'agit éventuellement de réponses induites pour des instances de traitement témoin. Les codes réponse sont supprimés et les attributs pertinents restants sont évalués par rapport aux instances de traitement témoin en vue d'un éventuel crédit pour la réponse.

Méthodes d'attribution

Campaign prend en charge trois méthodes à l'aide desquelles les réponses sont créditées dans les offres :

- Meilleure correspondance
- Correspondance fractionnelle
- Correspondances multiples

Ces trois méthodes d'attribution des réponses sont utilisées simultanément et enregistrées dans le cadre de l'historique des réponses. Vous pouvez choisir d'en utiliser une seule, une combinaison de ces méthodes ou les trois à la fois dans les différents rapports pour évaluer les performances de votre campagne et de l'offre.

L'attribution des réponses s'effectue sur les instances de traitement cibles qui demeurent après la suppression des réponses non valides (soit parce que l'instance de traitement n'a pas contacté le répondant, soit parce que l'instance cible a expiré).

Par exemple, un répondant appartenant à une population ciblée qui a reçu trois offres renvoie un code de cible ; aucune instance de traitement exacte ne peut être identifiée. L'attribution de type meilleure correspondance permet de choisir l'une des trois offres pour lui affecter la totalité du crédit ; l'attribution d'une correspondance fractionnelle permet d'affecter le tiers du crédit à chacune des trois offres et l'attribution de correspondances multiples permet d'affecter la totalité du crédit pour la réponse aux trois offres.

Tâches associées :

«Mise à jour de l'historique des réponses», à la page 117

Référence associée :

«Rapports de performances pour IBM Campaign», à la page 253

Meilleure correspondance

Avec une attribution de type meilleure correspondance, une seule instance de traitement cible reçoit la totalité du crédit pour une réponse, alors que les autres instances de traitement correspondantes n'obtiennent aucun crédit. Lorsque plusieurs instances de traitement correspondent à une réponse, Campaign choisit l'instance de traitement avec la date de contact la plus récente comme meilleure correspondance. S'il existe plusieurs instances de traitement avec les mêmes date et heure de contact, Campaign crédite l'une d'elles de façon arbitraire.

Remarque : Dans le cas de plusieurs instances de traitement avec les mêmes date et heure de contact, la même instance est créditée à chaque fois, mais Campaign ne sélectionne pas d'instance de traitement spécifique.

Correspondance fractionnelle

L'attribution de correspondances fractionnelles permet à toutes les *n* instances de traitement correspondantes de recevoir un crédit de 1/*n* pour la réponse, de sorte que la somme de tous les scores attribués soit égale à 1.

Correspondances multiples

L'attribution de correspondances multiples permet à toute les *n* instances de traitement correspondantes de recevoir la totalité du crédit pour la réponse. Les correspondances multiples pouvant générer un surplus de crédit pour les traitements, il convient de les utiliser avec précaution. Les groupes de contrôle sont toujours suivis à l'aide de l'attribution de correspondances multiples : chaque réponse provenant d'un membre d'un groupe de contrôle reçoit la totalité du crédit.

Chapitre 11. Objets stockés

Si vous utilisez souvent certains composants de la campagne, vous pouvez les enregistrer en tant qu'objets stockés. La réutilisation d'objets stockés dans des diagrammes et des campagnes permet de gagner du temps et d'assurer une cohérence.

Les types d'objets stockés dans IBM Campaign sont les suivants :

- «Zone dérivées»
- «Variables utilisateur», à la page 217
- «Macros personnalisées», à la page 218
- «Modèles», à la page 223
- «Catalogues des tables stockées», à la page 225

Remarque : Pour obtenir des informations connexes, lisez les rubriques sur les sessions et les segments stratégiques qui peut être réutilisés dans les différentes campagnes.

Zone dérivées

Les zones dérivées sont des variables qui n'existent pas dans une source de données et sont créés à partir d'une ou de plusieurs zones existantes, provenant parfois de sources de données différentes.

Dans de nombreux processus, la boîte de dialogue de configuration comporte un bouton **Zones dérivées** que vous pouvez utiliser pour créer une nouvelle variable afin d'interroger, de segmenter, de trier, de calculer ou de générer des enregistrements dans une table.

Pour que les zones dérivées que vous créez de façon explicite soient disponibles pour un processus suivant, activez l'option **Rendre permanent** lors de sa création.

Les zones dérivés disponibles dans le cadre d'un processus sont répertoriés dans le dossier **Zones dérivés**. Les zones dérivées ne sont accessibles qu'à partir du processus dans lequel elles ont été créées. Si vous n'avez créé aucune zone dérivée dans un processus, le dossier **Zones dérivées** n'apparaît pas dans la liste.

Pour pouvoir utiliser une zone dérivée dans un autre processus non consécutif, stockez l'expression de la zone dérivée dans la liste **Bibliothèque zones dérivées** pour rendre cette zone dérivée disponible dans tous les processus de tous les diagrammes.

Restrictions de dénomination pour les zones dérivées

Les noms de la zone dérivée sont soumis aux restrictions suivantes :

- Ils ne peuvent pas être identiques à l'un des types de nom suivants :
  - Mot-clé de base de données (INSERT, UPDATE, DELETE ou WHERE, par exemple)
  - Zone d'une table de base de données mappée
- Ils ne peuvent pas utiliser les mots `Yes` ou `No`.

© Copyright IBM Corp. 1998, 2013

Respectez ces restrictions de dénomination, sous peine d'entraîner des erreurs et des déconnexions de la base de données lors de l'appel de ces zones dérivées.

Remarque : Les noms de zones dérivées sont également soumis à des restrictions spécifiques au niveau des caractères. Pour plus d'informations, voir Annexe A, «Caractères spéciaux dans les noms d'objet IBM Campaign», à la page 259.

Création de zones dérivées

Vous pouvez créer des zones à partir d'une ou de plusieurs zones existantes, même de sources de données différentes.

Procédure

1. Dans la fenêtre de configuration d'un processus prenant en charge les zones dérivées, cliquez sur **Zones dérivées**.

   La fenêtre Création de zone dérivée apparaît.
2. Tous les zones dérivées créées précédemment dans ce processus apparaissent dans la liste **Nom de zone**. Pour créer une zone dérivée, saisissez un nom différent.
3. Cochez la case **Rendre permanent** si vous voulez stocker et transmettre les valeurs calculées pour cette zone. Cette option rend la zone dérivée disponible pour un processus ultérieur.
4. Définissez la zone dérivée directement dans la zone Expressions ou utiliser l'Assistant de formule. Cliquez deux fois sur une zone disponible pour l'ajouter à la zone Expressions.

   Seuls les zones provenant de tables sélectionnées dans la boîte de dialogue de configuration de processus peuvent être utilisés dans une expression de la zone dérivée. Si la table souhaitée ne s'affiche pas, assurez-vous que vous l'avez sélectionnée en tant que table source.

   Une zone dérivée peut avoir la valeur NULL. Utilisez la valeur NULL pour renvoyer une valeur nulle pour un instantané. Utilisez NULL_STRING pour renvoyer une valeur nulle avec un type de données chaîne si vous voulez que la zone dérivée soit utilisée avec une macro Campaign.

   Vous pouvez saisir une chaîne dans une zone dérivée sous forme de constante. Si vous utilisez une chaîne, elle doit être placée entre guillemets. Par exemple, "ma chaîne". Les guillemets ne sont pas obligatoires pour les chaînes numériques.
5. (Facultatif) Cliquez sur **Zones dérivées stockées** si vous voulez pouvoir utiliser la zone dérivée dans un autre processus ou diagramme. Vous pouvez également utiliser cette option pour charger une zone dérivée existante ou organiser la liste des zones dérivées stockées.
6. Cliquez sur **Vérifier syntaxe** pour détecter d'éventuelles erreurs.
7. Cliquez sur **OK** pour enregistrer les zones dérivées.

Création d'une zone dérivée à partir d'un zone dérivée existante

Vous pouvez créer une zone dérivée à partir d'une zone dérivée existante, puis modifier l'expression.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Seuls les zones provenant de tables sélectionnées dans la boîte de dialogue de configuration de processus peuvent être utilisés dans une expression de la zone

dérivée. Si la table souhaitée ne s'affiche pas, assurez-vous que vous l'avez sélectionnée en tant que table source.

Procédure

1. Dans la fenêtre de configuration d'un processus prenant en charge les zones dérivées, cliquez sur **Zones dérivées**.

   La boîte de dialogue Création de zone dérivée apparaît.
2. Dans la liste **Nom de zone**, sélectionnez une zone dérivée existante.

   L'expression pour la zone sélectionnée apparaît dans la zone **Expression**.
3. Remplacez le nom de la zone dérivée existante par le nom souhaité pour la nouvelle zone dérivée.

   Important : Vous ne pouvez pas utiliser les mots "Yes" ou "No" comme noms de zones dérivée. Cela entraînerait des déconnexions de base de données lors de l'appel de ces zones dérivées.
4. Modifiez l'expression de la zone dérivée.
5. Cliquez sur **OK**.

Création d'une zone dérivée basée sur une macro

Vous pouvez créer une zone dérivée à partir d'une macro.

Procédure

1. Dans la boîte de dialogue de configuration d'un processus prenant en charge les zones dérivées, cliquez sur **Zones dérivées**.
2. Dans la boîte de dialogue Création de zone dérivée, cliquez sur **Assistant de formule**.
3. Sélectionnez une macro dans la liste en cliquant deux fois dessus.

   La déclaration et la description de la macro s'affichent, et la macro est insérée dans **Assistant de formule**.
4. Sélectionnez ensuite les zones appropriées dans la liste **Zones disponibles pour expression** afin de compléter votre expression.
5. Cliquez sur **OK**.

Rendre des zones dérivées persistantes

Lorsque vous rendez une zone dérivée permanente, vous demandez à Campaign de stocker ses valeurs calculées et de les mettre à disposition des processus suivants. Cela permet de gagner du temps et d'économiser des ressources, car Campaign n'a pas besoin de recalculer ces valeurs en aval dans le diagramme.

Procédure

1. Dans la fenêtre de configuration d'un processus prenant en charge les zones dérivées, cliquez sur **Zones dérivées**.

   La fenêtre Création de zone dérivée apparaît.
2. Cochez la case **Rendre permanent** pour stocker et transmettre les valeurs calculées pour cette zone.

Exemple : zone dérivée permanente

Un processus Sélection configuré pour choisir les ID en fonction d'une contrainte sur une zone dérivée peut être connectée à un processus d'instantané pour générer les enregistrements sélectionnés incluant cette zone dérivée. Si vous marquez la

zone dérivée pour qu'elle soit permanente, la valeur calculée est transmise du processus Sélection au processus d'instantané.

Une autre utilisation des zones dérivées permanentes consiste à les employer avec des zones dérivées de type agrégat (par exemple, AVG ou GROUPBY). Ces zones agrégées sont calculées en fonction des diverses lignes de données figurant dans la cible en cours, afin que la valeur de ces zones agrégées soit changée en même temps que le contenu de la cible. Les zones dérivées permanentes vous permettent de conserver la valeur calculée d'origine, puis de la transmettre à d'autres processus. Si vous choisissez plutôt de recalculer la zone dérivée, la valeur est calculée en fonction des enregistrements restants dans la cible en cours.

Lorsqu'un processus comporte plusieurs sources, comme un processus d'instantané utilisant des sources provenant de deux processus Sélection, tous les zones dérivées permanentes sont mises à la disposition des processus en aval.

Si une zone dérivée permanent n'est pas disponible dans tous les processus Sélection entrants et qu'elle est incluse dans la source d'un processus d'instantané, ce dernier affiche une valeur NULL pour cette zone dérivée permanente dans toutes les lignes générées par les processus Sélection qui ne contiennent pas cette zone.

Si une zone dérivée permanente n'est pas disponible dans tous les processus Sélection entrants et si vous l'utilisez pour définir un processus Segment, ce dernier comporte des segments vides pour les processus Sélection qui ne contiennent pas cette zone.

Le processus Segment n'est pas configuré si vous tentez de définir un segment avec une expression utilisant plusieurs zones dérivées permanentes qui ne sont pas disponibles dans tous les processus Sélection.

Les instructions suivantes s'appliquent aux zones dérivées permanentes :

- Les zones dérivées permanentes se connectent à une cible entrante (vecteur).
- Les zones dérivées permanentes sont calculées avant l'exécution de la requête.
- Plusieurs zones dérivées permanentes sont disponibles dans les processus suivants :
  - Instantané : si une zone dérivée permanente n'est pas défini pour une cible, sa valeur est NULL. Si un seul ID est supérieur à une cible, une ligne est générée pour chaque cible.
  - Segment : les zones dérivées permanentes ne sont pas disponibles pour la segmentation par zone lorsque plusieurs cibles sources sont sélectionnées. Toutes les cibles sources sélectionnées doivent comporter des zones dérivées permanentes en vue de leur utilisation par la requête dans un segment.
- Les zones dérivées permanentes ne conservent qu'une seule valeur (sélectionnée de manière aléatoire) par valeur d'ID, quel que soit le nombre d'occurrences de cette valeur dans les données. Par conséquent, lorsque le résultat n'inclut aucune zone table (mais un ID IBM), il n'y aura qu'un seul enregistrement par valeur d'ID.

  Toutefois, lorsque vous utilisez une zone dérivée basée sur une zone table, le résultat inclut indirectement une zone table. Par conséquent, il y aura un enregistrement pour chaque instance d'une valeur d'ID. (En d'autres termes, si la valeur d'ID revient sept fois dans les données, sept enregistrements seront générés.)

Les zones dérivées permanentes ne stockent qu'une *seule* valeur pour chaque ID audience, qui est sélectionnée de manière aléatoire parmi les valeurs disponibles. En d'autres termes, lorsque vous travaillez sur des données non normalisées, vous devez faire appel à la fonction macro GROUPBY pour obtenir le comportement souhaité.

Supposons que vous souhaitiez trouver dans la table des transactions d'achat le montant de la transaction en euros la plus élevée effectuée par un client et l'enregistrer sous forme de zone dérivée permanente pour un traitement en aval. Vous pouvez créer une zone dérivée (puis en faire une zone dérivée permanent) comme suit :

```
Highest_purchase_amount = groupby(CID, maxof, Purch_Amt)
```

Cela donnerait les calculs suivants à partir des transactions d'achat non normalisées illustrées ci-après :

CID	DATE	PURCH_AMT	HIGHEST_PURCHASE_AMOUNT
A	01/01/2007	200 €	300 €
A	15/03/2007	100 €	300 €
A	30/04/2007	300 €	300 €

Lorsque la zone dérivée est permanente, il choisit de façon aléatoire une valeur (toutes sont égales à 300 €) et rend cette valeur de 300 € permanente pour le client A.

Un deuxième exemple moins évident peut consister à sélectionner un score de modèle prédictif dans une table d'évaluation pour un modèle X donné. Dans ce cas, la zone dérivée peut se présenter comme suit :

```
ModelX_score = groupby(CID, maxof, if(Model = 'X', 1, 0), Score)
```

Et les données peuvent prendre la forme suivante :

CID	MODEL	SCORE	MODELX_SCORE
A	A	57	80
A	B	72	80
A	X	80	80

Si vous rendez permanent la zone dérivée ModelX_Score, la valeur de score 80 souhaitée est fournie. L'instruction suivante est incorrecte pour créer une zone dérivée :

```
Bad_ModelX_score = if(Model = 'X', Score, NULL)
```

Les données suivantes seraient alors générées :

CID	MODEL	SCORE	BAD_MODELX_SCORE
A	A	57	NULL
A	B	72	NULL
A	X	80	80

Ensuite, lorsque vous rendez permanent la zone dérivée Bad_ModelX_score, la valeur permanente peut être NULL ou 80. Si vous utilisez des données non normalisées et que les valeurs de la zone dérivée ne sont pas toutes identiques, *n'importe quelle* valeur peut être renvoyée si vous rendez permanent cette zone dérivée. Par exemple, le fait de définir Derived_field_Score = SCORE et de le rendre permanent pourrait renvoyer la valeur 57, 72 ou 80 pour le client A. Pour être sûr d'obtenir le comportement voulu, vous devez utiliser la macro GROUPBY sur l'ID client et vous assurer que la valeur de la zone dérivée est *identique* pour toutes les données de ce client.

Stockage de zones dérivées

Stockez une zone dérivée si vous souhaitez pouvoir l'utiliser dans un autre processus dans le même ou un autre diagramme.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Les zones dérivées sont des variables qui n'existent pas dans une source de données ; elles sont créées à partir d'une ou de plusieurs zones existantes, provenant parfois de sources de données différentes. Une zone dérivée n'est disponible que dans le processus dans lequel elle a été créée. Elle n'est disponible dans aucun autre processus (à l'exception d'un processus immédiatement consécutif si l'option **Rendre permanent** est activée).

Si vous souhaitez stocker une définition de zone dérivée de manière à pouvoir l'utiliser dans d'autres processus et diagrammes, suivez la procédure décrite ci-après.

Procédure

1. Dans la fenêtre de configuration d'un processus prenant en charge les zones dérivées, cliquez sur **Zones dérivées** et créez la zone dérivée à stocker. Par exemple, définissez une expression telle que (Balance / Credit_limit) * 100.
2. Dans la boîte de dialogue **Création de zone dérivée**, ouvrez la liste **Zones dérivées stockées** et sélectionnez **Enregistrer expression actuelle dans bibliothèque**.
3. Utilisez la boîte de dialogue Enregistrer l'expression de la zone dérivée pour spécifier si l'expression doit être enregistrée dans un dossier. Vous pouvez affecter une stratégie de sécurité et éventuellement modifier l'expression et lui donner un autre nom. L'expression que vous enregistrez est stockée dans une liste à laquelle vous avez accès lorsque vous configurez d'autres processus et diagrammes.
4. Cliquez sur **Enregistrer**.

Utilisation et gestion des zones dérivées stockées

Une zone dérivée qui a été stockée peut être utilisée dans un autre diagramme. Une zone dérivée est constituée d'une expression, telle que AccountType='gold'. Les zones dérivées sont des variables qui n'existent pas dans une source de données et sont créés à partir d'une ou de plusieurs zones existantes, provenant parfois de sources de données différentes.

Procédure

1. Pour utiliser une expression enregistrée dans un processus de diagramme :
   a. Ouvrez la boîte de dialogue de configuration d'un processus prenant en charge les zones dérivées et cliquez sur **Zones dérivées**.

b. Ouvrez le menu **Zones dérivées stockées** et sélectionnez **Extraire expression de la bibliothèque**.
c. Sélectionnez une expression dans la liste et cliquez sur **Utiliser expression**.

2. Pour créer, éditer, déplacer ou supprimer des expressions stockées :
   a. Ouvrez le menu **Options** et sélectionnez **Zones dérivées stockées**.
   b. Utilisez la boîte de dialogue Bibliothèque d'expressions de la zone dérivée pour créer ou éditer des expressions, supprimer des expressions ou déplacer une expression vers un autre dossier.

Variables utilisateur

Campaign prend en charge les variables utilisateur, qui peuvent être utilisées au cours de la configuration des processus, lors de la création de requêtes et d'expressions.

Instructions d'utilisation des variables utilisateur

Les instructions suivantes s'appliquent aux variables utilisateur :

- Les variables utilisateur sont limitées au diagramme dans lequel elles sont définies et utilisées, mais ont une portée globale à l'intérieur de ce diagramme.
- Les variables utilisateur utilisent la syntaxe suivante : VarUtilisateur.NomVarUtilisateur
- Les variables utilisateur possèdent des **valeurs initiales**, qui sont les valeurs affectées aux variables utilisateur lorsqu'elles sont initialement définies dans la boîte de dialogue **Variables utilisateur**. La **valeur initiale** n'est utilisée que pour définir la **valeur courante** avant l'exécution diagramme. Il s'agit de la **valeur courante** utilisée par Campaign lors de l'exécution diagramme.

  Remarque : Si la **valeur courante** d'une variable utilisateur n'est pas définie et que vous exécutez un processus ou une branche, Campaign ne sera pas capable de résoudre la variable utilisateur. Campaign n'affecte la **valeur courante** d'une variable utilisateur à la **valeur initiale** qu'avant l'exécution diagramme.
- Vous pouvez changer la **valeur courante** d'une variable utilisateur dans la fenêtre zone dérivée d'un processus Sélection.
- Les variables utilisateur peuvent être définies comme constantes ou comme expressions, telles qu'UserVar.myVar = Avg(UserTable.Age).

  Remarque : Si vous utilisez une expression qui renvoie des valeurs multiple (comme UserTable.Age+3 qui renvoie une valeur pour chaque enregistrement de la table), la variable utilisateur est définie sur la première valeur renvoyée.
- Si vous utilisez des variables utilisateur dans des instructions SQL, ne placez pas les variables utilisateur entre guillemets (simples ou doubles).
- Si vous transmettez des noms d'objet à votre base de données (par exemple, si vous utilisez une variable utilisateur contenant un nom du diagramme), vous devez vérifier que le nom d'objet ne contient que des caractères pris en charge par votre base de données. Dans le cas contraire, vous recevez une erreur de base de données.
- Les valeurs des variables utilisateur peuvent être transmises lors de l'exécution des processus.
- Les variables utilisateur sont prises en charge dans les déclencheurs sortants.
- Les variables utilisateur sont prises en charge dans les macros personnalisées.

Création de variables utilisateur

Vous pouvez définir des variables à utiliser dans les processus que vous ajoutez à un diagramme.

Procédure

1. Ouvrez un diagramme en mode **Edition**.
2. Cliquez sur **Options** et sélectionnez **Variables utilisateur**.

   La boîte de dialogue Variables utilisateur s'ouvre.
3. Dans la colonne **Nom de variable**, entrez un nom pour la nouvelle variable utilisateur : Cliquez sur la zone sensible **<Cliquez ici pour ajouter un élément>**.
4. Dans la colonne **Type de données**, sélectionnez un type de donnée dans la liste. Si vous ne sélectionnez pas de type de données, l'application choisit **Aucun** lorsque vous cliquez sur **OK**.

   Le type de données **Aucun** peut générer des résultats imprévisibles. Il est donc préférable de spécifier le type de données approprié.
5. Dans la colonne **Valeur initiale**, entrez une valeur de début. Vous pouvez également analyser les zones pour rechercher les valeurs disponibles en cliquant sur le bouton des points de suspension (...) qui s'affiche lorsque vous cliquez dans la colonne.
6. Dans la colonne **Valeur courante**, entrez une valeur courante pour la variable utilisateur. Vous pouvez également analyser les zones pour rechercher les valeurs disponibles en cliquant sur le bouton des points de suspension (...) qui s'affiche lorsque vous cliquez dans la colonne.
7. Répétez ces étapes pour chaque variable utilisateur que vous souhaitez créer.
8. Cliquez sur **OK**.

   L'application stocke les nouvelles variables utilisateur. Vous pouvez y accéder par la suite lorsque vous configurez les processus.

Résultats

Une fois que l'exécution d'un diagramme est terminée, la **Valeur en cours** de chaque variable utilisateur s'affiche dans la section **Valeur en cours** de chaque variable utilisateur. Si la valeur en cours est différente de la valeur initiale, vous pouvez restaurer cette dernière en cliquant sur **Restaurer valeurs par défaut**.

Remarque : Si la **Valeur en cours** d'une variable utilisateur est redéfinie dans un processus de sélection, la redéfinition manuelle de la **Valeur en cours** en **Valeur initiale** n'aura aucun impact sur la valeur de la variable utilisateur lors de l'exécution d'un diagramme, d'une branche ou d'un processus.

Macros personnalisées

Une macro personnalisée est une requête que vous créez à l'aide d'une expression IBM , de SQL brut ou de SQL brut incluant une valeur. Les macros personnalisées prennent en charge l'utilisation de variables.

Vous pouvez enregistrer une macro personnalisée pour qu'elle soit disponible pour configurer des processus dans un diagramme et pour définir des zones dérivées.

La prise en charge de SQL brut améliore les performances, en autorisant l'exécution de transactions complexes dans la base de données plutôt que le filtrage et la manipulation de données brutes sur le serveur d'applications.

Campaign prend en charge les types de macros personnalisées suivants, qui acceptent à leur tour un nombre illimité de variables :

- Macros personnalisées qui utilisent une expression IBM
- Macros personnalisées qui utilisent SQL brut
- Macros personnalisées qui utilisent SQL brut et incluent une valeur spécifique

Important : Etant donné que des utilisateurs non techniques peuvent utiliser des macros personnalisées, nous vous conseillons, lorsque vous les créez, de décrire très précisément leur fonctionnement, de placer les macros de même type dans des dossiers spéciaux et ainsi de suite. Cette approche peut réduire les risques d'utilisation incorrecte et d'extraction de données inattendues.

Création de macros personnalisées

Les macros personnalisées que vous créez peuvent être utilisées dans des processus de diagramme et dans des définitions pour des zones dérivées.

Procédure

1. Ouvrez un diagramme en mode **Edition**.
2. Cliquez sur **Options** et sélectionnez **Macros personnalisées**.
3. Dans la boîte de dialogue Macros personnalisées, cliquez sur **Nouvel élément**.
4. Dans la liste **Enregistrer sous**, sélectionnez le dossier dans lequel enregistrer la macro. Si aucun dossiers n'a été créé, utilisez la valeur par défaut, **Aucun(e)**.
5. Dans la zone **Nom**, saisissez un nom et une déclaration pour la macro afin qu'elle puisse être référencée.

   Utilisez la syntaxe suivante : `nom_macro(var1,var2,...)`

   Par exemple : `GenGroupBy(id,val1,table,val2)`

   Le `nom de macro` doit être unique et alphanumérique. Il peut inclure des traits de soulignement (_) mais pas d'espace.

   Remarque : Si une macro personnalisée porte le même nom qu'une macro prédéfinie, la macro personnalisée est prioritaire. Pour éviter toute confusion, ne nommez des macros personnalisées avec des noms d'opérateur ou de noms identiques à ceux des macros prédéfinies sauf si vous voulez que la nouvelle macro personnalisée soit toujours utilisée au lieu de la macro prédéfinie.

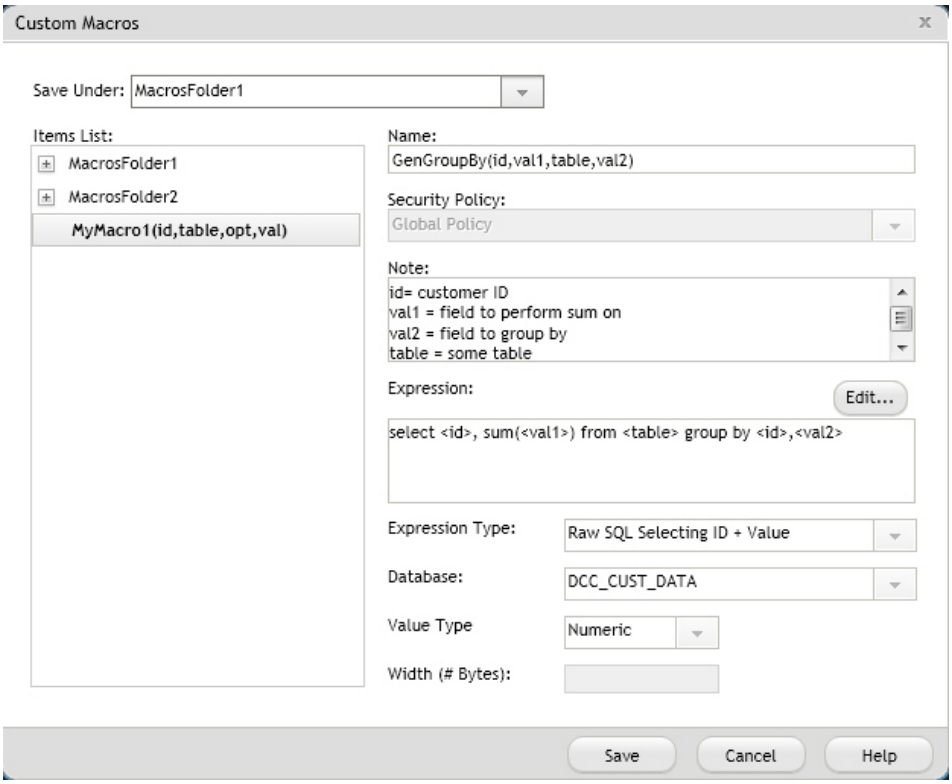
   Important : Les noms de variable doivent correspondre à ceux qui figurent dans la définition de macro personnalisée de la fenêtre Expression et doivent être indiqués sous forme de liste séparée par des virgules entre parenthèses.
6. Dans la liste **Stratégie de sécurité**, sélectionnez une stratégie de sécurité pour la nouvelle macro personnalisée.
7. Utilisez la zone **Remarque** pour décrire les objectifs de la macro personnalisée et ce que représente chaque variable.
8. Dans la liste **Type d'expression**, sélectionnez le type de macro personnalisée que vous créez :
   - Si vous sélectionnez **Sélection de liste d'ID en SQL brut**, vous devez sélectionner une base de données dans la zone **Base de données**.

- Si vous sélectionnez **Sélection d'ID + valeur en SQL brut**, vous devez sélectionner une base de données dans la zone **Base de données** et choisir un **Type de valeur**. Veillez à sélectionner le type de valeur correct. Sinon, une erreur indiquant un "type non concordant" sera générée lorsque vous tenterez d'analyser ultérieurement cette requête.
- Si vous sélectionnez **Texte** comme type de valeur, spécifiez la largeur du type de valeur en octets dans la zone **# octets**. Vous pouvez obtenir ces informations à partir de la base de données. Si vous n'avez pas accès à la base de données ou si vous ne parvenez pas à obtenir cette information, indiquez 256, qui représente la largeur maximale.

9. Cliquez dans la zone **Expression** pour ouvrir la boîte de dialogue Définition des critères de sélection.
10. Créez votre expression de requête. Vous pouvez utiliser autant de variables que vous le souhaitez. La syntaxe de la variable est alphanumérique et la variable doit être placée entre des signes supérieur et inférieur (< >). Les opérandes (valeurs et chaînes) et les opérateurs peuvent être des variables.

    Important : N'utilisez pas de variables utilisateur de diagrammes dans les définitions de macros personnalisées, car les macros personnalisées sont globales, contrairement aux variables utilisateur du diagramme.

    L'exemple suivant illustre une nouvelle définition de macro personnalisée.



11. Cliquez sur **Enregistrer**.

    La macro personnalisée est enregistrée dans la Liste des éléments.

Résultats

La macro est maintenant accessible par son nom et peut être utilisée dans des processus de diagramme et dans des définitions pour des zones dérivées.

Instructions d'utilisation des macros personnalisées

Tenez compte des instructions suivantes lors de la création ou de l'utilisation d'une macro personnalisée :

- Le nom de la macro personnalisée doit être alphanumérique. Vous ne pouvez pas utiliser d'espaces dans la chaîne nom. En revanche, vous pouvez vous servir de traits de soulignement (_).
- Si une source de données a été configurée avec la propriété ENABLE_SELECT_SORT_BY = TRUE, vous *devez* écrire des macros personnalisées en SQL brut avec une clause **ORDER BY** afin de trier les enregistrements renvoyés en fonction des zones de clé d'audience dans laquelle vous travaillez. En effet, si l'ordre de tri est différent, une erreur se produit lors de l'utilisation de la macro personnalisée dans une zone dérivée d'un processus d'instantané.
- Si vous ne comparez pas une valeur renvoyée par une macro personnalisée et que la valeur est numérique, les valeurs différentes de zéro sont traitées comme TRUE (et les ID qui leur sont associés sont donc sélectionnés) et les valeurs nulles sont traitées comme FALSE. Les valeurs de chaîne sont toujours traitées comme FALSE.
- Lors de la création d'une macro personnalisée utilisant le langage SQL brut, l'emploi d'une table temporaire peut améliorer de façon significative les performances de SQL brut en se concentrant sur le volume de données nécessaire.

  Lorsqu'une macro personnalisée utilise des tables temporaires dans sa logique sous-jacente, une des tables temporaires est créée dans la base de données afin que la logique aboutisse.

  Cependant, si une macro personnalisée est utilisée dans une propriété SELECT de niveau supérieur, Campaign ne peut utiliser aucun historique pour créer une table temporaire dans la base de données et la logique échoue.

  Par conséquent, lorsque vous créez une macro personnalisée utilisant SQL brut, vous pouvez avoir besoin de créer deux versions de la même macro : l'une utilisant des jetons de table temporaire et l'autre non.

  La macro personnalisée sans jetons de table temporaire peut être utilisée au niveau supérieur d'une arborescence (par exemple, dans la première propriété SELECT). La macro contenant des jetons de table temporaire peut être utilisée à tout autre endroit de l'arborescence où l'inclusion d'une table temporaire peut s'avérer bénéfique.
- Des auto-jointures indésirables peuvent se produire lors de la combinaison des valeurs renvoyées par les macros personnalisées quand la requête se fait sur des données non normalisées.

  Par exemple, si vous utilisez une macro personnalisée basée sur SQL brut qui renvoie une valeur et que (dans un processus d'instantané, par exemple) vous générez la macro personnalisée et une autre zone à partir de la table sur laquelle se fonde la macro personnalisée, Campaign effectue une auto-jointure sur cette table. Si la table n'est pas normalisée, vous obtiendrez un produit cartésien (à savoir, le nombre d'enregistrements affiché sera supérieur au nombre attendu).
- Les macros personnalisées sont désormais automatiquement triées par référence, car leur définition n'est pas copiée dans le processus en cours.

  Lors de l'exécution, une macro personnalisée est résolue en recherchant sa définition dans la table système **UA_CustomMacros** (dans laquelle les définitions sont stockées), puis utilisée/exécutée.
- Contrairement aux requêtes enregistrées, les noms des macros personnalisées doivent être uniques et indépendants du chemin d'accès au dossier. Dans les

éditions antérieures à la version 5.0, une requête enregistrée nommée A, par exemple, peut se trouver à la fois dans les dossiers D1 et D2.

Campaign prend en charge les requêtes enregistrées provenant d'éditions antérieures. Toutefois, les références à des requêtes enregistrées non uniques doivent utiliser l'ancienne syntaxe :

storedquery(<nom requête>)

- Lors de la résolution de variables utilisateur dans des macros personnalisées, Campaign utilise la valeur en cours de la variable utilisateur au moment de la vérification de la syntaxe. Si la valeur en cours est laissée à blanc, Campaign génère une erreur.
- Le jeton de table temporaire est une fonctionnalité avancée d'optimisation des performances qui délimite le volume de données extrait de la base de données à l'aide de l'ensemble d'ID audience figurant dans la table temporaire qui sera ensuite utilisé par le processus en cours. Cette liste d'ID dans la table temporaire peut être un sur-ensemble des identifiants de la cible en cours. Par conséquent, les fonctions d'agrégation exécutées sur la table temporaire (par exemple, moyenne ou somme) n'étant pas supportées, elles risquent de générer des résultats incorrects.
- Si vous avez l'intention d'utiliser la macro personnalisée sur plusieurs bases de données différentes, vous pouvez utiliser une expression IBM plutôt que SQL brut, car ce dernier peut être spécifique à une base de données particulière.
- Si une macro personnalisée comporte du SQL brut ainsi qu'une autre macro personnalisée, cette dernière est résolue, exécutée et renvoie une valeur avant l'exécution de SQL brut.
- Campaign traite les virgules comme des séparateurs de paramètres. Si vous utilisez des virgules en tant que caractères littéraux dans un paramètre, placez le texte entre accolades ({}), comme indiqué dans l'exemple suivant :

  TestCM({STRING_CONCAT(UserVar.Test1, UserVar.Test2) })
- Campaign prend en charge la substitution simple de paramètres dans les macros personnalisées utilisant du code SQL brut. Par exemple, si vous configurez un processus Sélection dans un diagramme contenant cette requête :

  ```
  exec dbms_stats.gather_table_stats(tabname=> <temptable>,ownname=>
  'autodcc')
  ```

  Campaign substitue la table temporaire réelle à la place du jeton <temptable>. Notez que les guillemets simples autour du nom de table sont requis.

Les tableaux suivants indiquent la façon dont Campaign traite les macros personnalisées dans les requêtes et les zones dérivées.

Macros personnalisées dans les requêtes et les zones dérivées (processus Sélection, Segment et Audience)

Type de macro personnalisée	Mode d'utilisation
SQL brut : ID	S'exécute en tant que requête distincte. La liste d'ID est fusionnée avec d'autres résultats. Si une macro personnalisée comporte d'autres macros personnalisées plus du code SQL brut, les macros personnalisées sont résolues et exécutées, puis le code SQL brut est exécuté.

Type de macro personnalisée	Mode d'utilisation
SQL brut : ID + valeur	La valeur renvoyée doit normalement être utilisée dans une expression ou comme comparaison. Si la valeur n'est pas utilisée de cette manière, Campaign traite une valeur différente de zéro comme TRUE pour la sélection d'ID, tandis qu'une valeur zéro et une chaîne sont traitées comme FALSE.
Expression IBM	L'expression est résolue et la syntaxe est vérifiée. Une requête est prise en charge pour chaque table et les ID sont mis en correspondance/fusionnés.

Dans une requête en SQL brut (processus Sélection, Segment et Audience)

Type de macro personnalisée	Mode d'utilisation
SQL brut : ID	La macro personnalisée est résolue, puis la requête est exécutée.
SQL brut : ID + valeur	Non pris en charge
Expression IBM	L'expression est résolue, mais la syntaxe n'est pas vérifiée. Si l'expression est incorrecte, l'erreur est détectée par le serveur de base de donnée au moment de l'exécution.

Organisation et édition de macros personnalisées

Vous pouvez créer une structure de dossiers afin d'organiser vos macros personnalisées. Vous pouvez déplacer les macros personnalisées d'un dossier à un autre. Vous pouvez modifier le nom, la description et l'expression d'une macro.

Procédure

1. Ouvrez un diagramme en mode **Edition**.
2. Cliquez sur **Options** et sélectionnez **Macros personnalisées**.
   La boîte de dialogue Macros personnalisées s'ouvre.
3. Sélectionnez une macro dans la **Liste des éléments**.
   La zone **Info.** présente les détails relatifs à la macro sélectionnée.
4. Cliquez sur **Editer/Déplacer** pour éditer ou déplacer la macro sélectionnée.
   La boîte de dialogue Editer/Déplacer Macros personnalisées s'ouvre.
5. Vous pouvez changer le nom de la macro, éditer la remarque, changer le dossier/l'emplacement de stockage de la macro, ou cliquer sur **Editer** pour éditer l'expression.
6. Cliquez sur **Enregistrer** pour enregistrer vos changements.
7. Cliquez sur **Fermer**.

Modèles

Un modèle est un groupe de processus sélectionnés et enregistrés à partir des diagrammes.

Les modèles ne vous permettent de concevoir et de configurer un ou plusieurs processus qu'une seule fois, puis de les enregistrer dans la bibliothèque de modèles. Les modèles conservent les configurations de processus et les mappages de tables et sont accessibles à partir de n'importe quelle session ou campagne.

Copie d'un modèle vers la bibliothèque de modèles

Vous pouvez ajouter des modèles à la bibliothèque de modèles en les y copiant.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Procédure

1. Ouvrez un diagramme en mode **Edition**.
2. Sélectionnez les processus à enregistrer comme un modèle. Pour sélectionner plusieurs processus, utilisez les touches **Ctrl+Clic**. Pour sélectionner tous les processus d'un diagramme, utilisez les touches **Ctrl+A**.
3. Cliquez avec le bouton droit de la souris sur le processus sélectionné, puis cliquez sur **Copier vers bibliothèque modèles**.

   La fenêtre Enregistrer modèle apparaît.
4. Indiquez le nom du modèle dans la zone **Nom**.

   Les espaces sont interdits dans le nom. Les modèles stockés sont identifiés par leur nom, qui doit être unique dans le dossier où ils se trouvent.
5. (Facultatif) Saisissez une description dans la zone **Remarque**.
6. (Facultatif) Sélectionnez un dossier pour le modèle dans la liste **Enregistrer sous** ou utilisez **Nouveau dossier** pour créer un nouveau dossier. Vous pouvez créer un nombre quelconque de dossiers (notamment des dossiers parent dans une hiérarchie) pour organiser et stocker vos modèles.
7. Cliquez sur **Enregistrer**.

Collage d'un modèle à partir de la bibliothèque de modèles

Vous pouvez coller un modèle de la bibliothèque de modèles dans un diagramme que vous créez.

Procédure

1. Dans une page Diagramme en mode **Edition**, cliquez sur **Options** et sélectionnez **Bibliothèque modèles**.

   La boîte de dialogue Bibliothèque modèles s'ouvre.
2. Sélectionnez un modèle dans la **Liste des éléments**.
3. Cliquez sur **Coller modèle**.

Résultats

Le modèle sélectionné est collé dans l'espace de travail de diagramme.

Remarque : Les processus insérés peuvent apparaître superposés à d'autres processus figurant déjà dans le diagramme. Tous les processus insérés sont initialement sélectionnés afin de faciliter leur déplacement en tant que groupe.

Les modèles sont accessibles par toute autre session ou campagne via la bibliothèque de modèles. Si un modèle est collé dans un diagramme comportant des mappages de tables différents, le mappage résultant est augmenté, mais pas remplacé par le nouveau mappage, à moins que les noms de table soient identiques.

Organisation et édition de modèles

Vous pouvez créer des dossiers, et modifier, déplacer et supprimer une bibliothèque de modèles.

Procédure

1. Ouvrez un diagramme en mode **Edition**.
2. Cliquez sur **Options** et sélectionnez **Bibliothèque modèles**.
3. Dans la **Liste des éléments**, sélectionnez le modèle à éditer ou déplacer.
4. Cliquez sur **Editer/Déplacer**.
   La boîte de dialogue Editer/Déplacer Bibliothèque modèles s'ouvre.
5. Dans la zone **Enregistrer sous**, indiquez un nouvel emplacement pour le modèle.
6. Vous pouvez également changer le nom de la bibliothèque de modèles ou la remarque qui lui est associée.
7. Cliquez sur **Enregistrer**.
8. Cliquez sur **Fermer**.

Catalogues des tables stockées

Un catalogue de tables est une collection de tables utilisateur mappées.

Les catalogues de tables stockent les informations de métadonnées sur les mappages de table utilisateur pour permettre une réutilisation dans les différents diagrammes. Par défaut, les catalogues de tables sont stockés dans un format binaire avec l'extension `.cat`.

Pour plus d'informations sur la création et l'utilisation des catalogues de tables, voir le *Guide d'administration de Campaign*.

Accès à des catalogues de tables stockées

Accédez à des catalogues de tables stockées depuis un diagramme. Un catalogue de tables est une collection de tables utilisateur mappées.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Remarque : Si vous disposez de droits d'administration, vous pouvez également accéder à des catalogues de tables stockées à partir de la page Paramètres des campagnes. Pour plus d'informations, voir le *guide d'administration de Campaign*.

Procédure

1. Ouvrez un diagramme en mode **Edition**.
2. Cliquez sur **Options** et sélectionnez **Catalogues des tables stockées**. La fenêtre Catalogues des tables stockées s'ouvre.

Edition des catalogues de tables

Dans un diagramme, vous pouvez modifier le nom ou la description d'un catalogue de tables, ou déplacer ce dernier vers un autre emplacement.

Procédure

1. Ouvrez un diagramme en mode **Edition**.
2. Cliquez sur **Options** et sélectionnez **Catalogues des tables stockées**.
   La fenêtre Catalogues des tables stockées s'ouvre.
3. Sélectionnez un catalogue de tables dans la **Liste des éléments**.

La zone **Info.** présente les détails relatifs au catalogue de tables sélectionné, en particulier le nom et le chemin d'accès au fichier.

4. Cliquez sur **Editer/Déplacer**.
5. Vous pouvez changer le nom du catalogue des tables stockées, éditer la description du catalogue de tables ou changer le dossier/l'emplacement de stockage du catalogue de tables.
6. Cliquez sur **Enregistrer**.
7. Cliquez sur **Fermer**.

Suppression des catalogues de tables

Vous pouvez supprimer définitivement un catalogue de tables afin qu'il ne soit plus disponible pour les diagrammes des différentes campagnes.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

La suppression d'un catalogue de tables supprime le fichier .cat, qui pointe vers des tables de base de données et éventuellement vers des fichiers à plat. La suppression d'un catalogue de tables n'affecte pas les tables sous-jacentes dans la base de données. Cependant, cela supprime définitivement le fichier catalogue.

Important : Utilisez uniquement l'interface Campaign pour supprimer des catalogues de tables ou effectuer des opérations sur les tables. Si vous supprimez des tables ou changez des catalogues de tables directement dans le système de fichiers, Campaign ne peut pas garantir l'intégrité des données.

Procédure

1. Ouvrez un diagramme en mode **Edition**.
2. Cliquez sur l'icône **Options** et sélectionnez **Catalogues des tables stockées**.

   La fenêtre Catalogues des tables stockées s'ouvre.
3. Sélectionnez un catalogue de tables dans la **Liste des éléments**.

   La zone **Info.** présente les détails relatifs au catalogue de tables sélectionné, en particulier son nom et son chemin d'accès.
4. Cliquez sur **Supprimer**.

   Un message s'affiche, vous demandant de confirmer la suppression du catalogue de tables sélectionné.
5. Cliquez sur **OK**.
6. Cliquez sur **Fermer**.

Résultats

Le catalogue est supprimé de la **Liste des éléments** et n'est plus disponible pour les diagrammes des différentes campagnes.

Chapitre 12. Diagrammes de session

Les sessions permettent de créer des "artefacts de données" globaux persistants à utiliser dans toutes les campagnes. Chaque session contient un ou plusieurs diagrammes. L'exécution d'un diagramme de session produit le résultat de la session (artefacts de données) disponible globalement pour toutes les campagnes.

Les diagrammes de session ne sont pas conçus pour être utilisés dans des campagnes marketing. Aucune offre, ni date de de début ou de fin ne leur est associées.

Pour travailler avec des sessions, utilisez le menu Sessions. Les utilisateurs avancés peuvent créer des diagrammes de session pour effectuer des calculs en dehors d'une campagne, et exécuter des tâches d'extraction, de transformation et de chargement qui ne sont pas associées à une initiative ou un programme marketing spécifique.

Souvent, un diagramme de session commence par un processus de planification pour s'assurer que les données sont actualisées régulièrement.

Lorsque vous exécutez un diagramme de session, les artefacts de données qui sont créés sont ensuite disponibles pour être utilisés dans un nombre quelconque de diagrammes de campagne.

Voici quelques exemples typiques :

- Utilisez le processus de création de segment CreateSeg dans un diagramme de session pour créer des *segments stratégiques*, qui sont des segments qui peuvent être utilisés dans plusieurs campagnes.

  Par exemple, démarrez par un processus de planification et utilisez un processus de sélection, puis un processus de création de segment CreateSeg pour générer des segments stratégiques pour les inclusions, les exclusions ou les suppressions globales. Le processus de planification met à jour périodiquement le segment qui est enregistré en tant que liste de membres statiques. Le segment résultant est ensuite disponible pour être sélectionné dans des diagrammes de campagne.
- Effectuez la préparation des données pour des tables complexes de grande taille. Un diagramme de session peut créer un instantané des données pour les fractionner en blocs de données plus petits à réutiliser dans Campaign.
- Configurez des tâches de modélisation périodiques pour évaluer les données, ou créer des zones dérivées pour des tâches d'extraction, de transformation et de chargement ou des cumuls. Par exemple, si un diagramme de session crée et enregistre des scores de modèle qui sont ensuite mappés dans un mappage/catalogue de tables, ces scores de modèle peuvent être utilisés dans les diagrammes de campagne pour la sélection et le ciblage.

Remarque : Lorsque vous définissez des diagrammes, veillez à ne pas créer de dépendances cycliques entre des processus. Par exemple, si un processus de sélection fournit une entrée pour un processus de création de segment CreateSeg, n'utilisez pas un segment créé par ce processus CreateSeg comme entrée pour le processus de sélection. Cette situation génère une erreur lorsque vous essayez d'exécuter le processus.

© Copyright IBM Corp. 1998, 2013

Présentation des sessions

Chaque session contient un ou plusieurs des diagrammes. Exécutez un diagramme de session pour produire le résultat de la session (artefacts de données) disponible globalement pour toutes les campagnes. Vous pouvez créer, afficher, éditer, déplacer et supprimer des sessions, et organiser les sessions dans des dossiers. Pour utiliser les sessions, vous devez disposer des droits appropriés.

Vous ne copiez pas les sessions, mais plutôt les diagrammes figurant dans les sessions.

Vous n'exécutez pas une session ; vous exécutez chacun de ses diagrammes individuellement.

Création de sessions

Créez une session si vous prévoyez de créer un ou plusieurs diagrammes de session.

Procédure

1. Sélectionnez **Campagne > Sessions**.

   La page Toutes les sessions affiche la structure de dossiers utilisée pour l'organisation des sessions de votre société.
2. Naviguez dans la structure des dossiers pour afficher le contenu du dossier auquel vous souhaitez ajouter votre session.
3. Cliquez sur l'icône **Ajouter une session** .

   La page Nouvelle session apparaît.
4. Entrez un nom, une stratégie de sécurité et une description.

   Remarque : Les noms de session sont soumis à des restrictions au niveau des caractères. Pour plus d'informations, voir Annexe A, «Caractères spéciaux dans les noms d'objet IBM Campaign», à la page 259.
5. Cliquez sur **Enregistrer les modifications**.

   Remarque : Vous pouvez également cliquer sur **Enregistrer et ajouter diagramme** pour commencer immédiatement la création d'un diagramme de session.

Ajout de diagrammes à des sessions

Une session peut comporter un ou plusieurs diagrammes. Vous créez un diagramme de session de la même manière que vous créez un diagramme de campagne, sauf que vous commencez par ouvrir une session.

Procédure

1. Sélectionnez **Campagne** > **Sessions**.
2. Cliquez sur le nom d'une session.
3. Cliquez sur Ajouter diagramme .
4. Créez le diagramme comme vous le feriez normalement.

Diagrammes de session d'édition

Pour éditer un diagramme de session, utilisez le menu Sessions.

Procédure

1. Sélectionnez **Campagne** > **Sessions**.

   La page Toutes les sessions s'ouvre.
2. Cliquez sur l'icône **Editer onglet** située en regard du nom de la session dont vous souhaitez modifier les diagrammes.
3. Dans le menu, cliquez sur le nom du diagramme à éditer.
4. Apportez vos modifications au diagramme :
   - Utilisez la palette et l'espace de travail pour ajouter et modifier des configurations de processus.
   - Pour modifier le nom ou la description du diagramme, cliquez sur l'icône **Propriétés** dans la barre d'outils de la fenêtre de diagramme.
5. Lorsque vous avez terminé, cliquez sur **Enregistrer** ou **Enregistrer et quitter** pour fermer la fenêtre de diagramme.

Organisation de sessions dans des dossiers

Sélectionnez **Campaign > Sessions**, puis utilisez la page Toutes les sessions pour créer des dossiers pour des sessions et déplacer des sessions d'un dossier à un autre.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Vous pouvez effectuer les opérations suivantes après avoir sélectionné **Campagne > Sessions**.

Tâche	Description
Ajouter un dossier de session	Sélectionnez un dossier existant et cliquez sur l'icône **Ajouter un sous-dossier** . Pour ajouter un dossier au niveau supérieur, cliquez sur l'icône sans sélectionner de dossier existant. Entrez un nom, une stratégie de sécurité et une description. **Remarque :** Les noms de dossier sont soumis à des restrictions au niveau des caractères. Pour plus d'informations, voir Annexe A, «Caractères spéciaux dans les noms d'objet IBM Campaign», à la page 259.
Editer un nom ou une description de dossier de session	Sélectionnez un dossier et cliquez sur l'icône **Renommer** .

Tâche	Description
Déplacer un dossier de session et tout son contenu	**Important :** Si un autre utilisateur est en train d'éditer un diagramme dans la session que vous prévoyez de déplacer, les résultats du diagramme ou la totalité du diagramme risquent d'être perdus lors du déplacement de la session. Assurez-vous qu'aucun diagramme de la session n'est ouvert pour modification avant de déplacer la session. 1. Sélectionnez le dossier contenant le sous-dossier que vous voulez déplacer. 2. Cochez la case en regard du ou des dossiers que vous souhaitez déplacer. 3. Cliquez sur l'icône **Déplacer** . 4. Cliquez deux fois sur un dossier de destination, ou ouvrez un dossier de destination, puis cliquez sur **Accepter cet emplacement**.
Supprimer un dossier de session	Vous pouvez supprimer des dossiers de session vides et tous ses sous-dossiers vides. (Si vous êtes autorisé à supprimer un dossier, vous pouvez également supprimer tous ses sous-dossiers.) 1. Si nécessaire, déplacez ou supprimez le contenu du dossier de session. 2. Ouvrez le dossier contenant le sous-dossier que vous voulez supprimer. 3. Cochez la case en regard du ou des dossiers que vous souhaitez supprimer. 4. Cliquez sur l'icône **Supprimer la sélection** , puis confirmez la suppression.

Déplacement de sessions

Pour des raisons d'organisation, il est possible de déplacer les sessions d'un dossier à un autre.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Remarque : Si un autre utilisateur est en train de modifier un diagramme dans la session que vous voulez déplacer, ce diagramme risque d'être perdu lors du déplacement de la session. Vous devez vous assurer qu'aucun diagramme de la session n'est ouvert pour édition avant de déplacer la session.

Procédure

1. Sélectionnez **Campagne > Sessions**.

   La page Toutes les sessions s'ouvre.
2. Ouvrez le dossier contenant la session que vous voulez déplacer.
3. Cochez la case en regard de la session à déplacer. Vous pouvez sélectionner plusieurs sessions.

4. Cliquez sur l'icône **Déplacer** .

   La fenêtre Déplacer éléments vers s'ouvre.
5. Sélectionnez un dossier de destination et cliquez sur **Accepter cet emplacement**, ou cliquez deux fois sur le dossier pour le sélectionner et l'accepter en une seule étape.

Résultats

La session est placée dans le dossier de destination.

Affichage de sessions

Ouvrez une session en lecture seule pour accéder aux diagrammes qui lui sont associés.

Procédure

1. Sélectionnez **Campagne** > **Sessions**.
2. Lorsque la page Toutes les sessions apparaît, utilisez l'une des méthodes suivantes :
   - Cliquez sur le nom d'une session pour afficher son onglet récapitulatif, ainsi que les onglets de diagramme.
   - Cliquez sur l'icône **Afficher onglet** en regard du nom de la session que vous voulez afficher, puis sélectionnez Récapitulatif ou un diagramme dans le menu.

Modification de sessions

Vous pouvez modifier le nom, la stratégie de sécurité ou la description d'une session.

Procédure

1. Sélectionnez **Campagne** > **Sessions**.
2. Cliquez sur le nom d'une session.
3. Dans l'onglet Récapitulatif, cliquez sur l'icône **Editer le récapitulatif** .
4. Modifiez le nom de session, la stratégie de sécurité ou la description.

   Remarque : Les noms de session sont soumis à des restrictions au niveau des caractères. Pour plus d'informations, voir Annexe A, «Caractères spéciaux dans les noms d'objet IBM Campaign», à la page 259.
5. Cliquez sur **Enregistrer les modifications.**

Suppression de sessions

Lorsque vous supprimez une session, elle est supprimée avec tous ses fichiers de diagramme. Si vous souhaitez conserver des parties de votre session pour les réutiliser, enregistrez-les en tant qu'objets stockés avant de supprimer la session.

Procédure

1. Sélectionnez **Campagne** > **Sessions**.
2. Ouvrez le dossier contenant la session que vous voulez supprimer.

3. Cochez la case en regard de la ou des sessions à supprimer.
4. Cliquez sur l'icône **Supprimer la sélection**.
5. Cliquez sur **OK** pour confirmer.

A propos des segments stratégiques

Un segment stratégique est une liste d'ID globalement permanente, disponible pour être utilisée dans plusieurs campagnes. Un segment stratégique est une liste statique d'ID valable jusqu'à la prochaine exécution du diagramme l'ayant créé.

Les segments stratégiques sont créés à l'aide du processus de création de segment CreateSeg dans un diagramme de session. Un segment stratégique ne diffère pas des segments créés par un processus segment dans un diagramme, à part le fait qu'il est disponible de manière globale. La disponibilité dépend de la stratégie de sécurité appliquée au dossier dans lequel le segment stratégique est stocké.

Campaign prend en charge plusieurs segments stratégiques. La liste d'ID qui est créée pour chaque segment stratégique et niveau d'audience est stockée dans les tables système Campaign. Vous pouvez associer un nombre quelconque de segments stratégiques à une campagne.

Les segments stratégiques peuvent être utilisés pour la suppression globale. Un segment de suppression globale définit la liste des ID qui sont automatiquement exclus des cibles du diagramme pour un niveau d'audience donné.

Les segments stratégiques sont également utilisés dans des cubes. Un cube peut être créé à partir de n'importe quelle liste d'ID, mais les cubes fondés sur des segments stratégiques sont globaux et peuvent être analysés par les différents rapports de segmentation.

Les segments stratégiques peuvent, le cas échéant, indiquer une ou plusieurs sources de données IBM dans lesquelles ce segment stratégique sera mis en cache (stocké dans la base de données de sorte que le téléchargement des ID de segment stratégique n'est pas requis pour chaque diagramme utilisant le segment). Cela peut permettre d'améliorer les performances de façon significative. Les segments stratégiques en cache sont stockés dans des tables temporaires auxquelles est affecté le paramètre de configuration `SegmentTempTablePrefix`.

Remarque : Pour pouvoir utiliser des segments stratégiques, vous devez disposer des droits appropriés. Pour plus d'informations sur les droits, voir le *guide d'administration de Campaign*.

Tâches associées :

«Création de segments pour une utilisation globale dans plusieurs campagnes», à la page 105

Amélioration des performances des segments stratégiques

Par défaut, le processus de création de segment (CreateSeg) crée un fichier binaire sur le serveur d'applications. Cette opération peut prendre un certain temps pour les segments stratégiques volumineux. Lorsque Campaign met à jour le fichier binaire, il supprime les lignes, puis les insère à nouveau dans une table mise en cache ; la totalité du fichier est réécrite en vue du tri. Pour des segments

stratégiques de très grande taille (par exemple, 400 millions d'ID), la réécriture de la totalité du fichier prend du temps, même si la plupart des identifiants n'a pas été changée.

Pour améliorer les performances, définissez la propriété `doNotCreateServerBinFile` dans la page Configuration sur `TRUE`. La valeur `TRUE` indique que les segments stratégiques créent une table temporaire dans la source de données au lieu de créer un fichier binaire sur le serveur d'applications. Lorsque cette propriété a pour valeur `TRUE`, vous devez spécifier au moins une source de données valide dans l'onglet Définition des segments de la configuration du processus de création de segment.

D'autres optimisations de performances, comme la création d'index et la génération de statistiques, qui ne peuvent pas être appliquées aux tables de segments mises en cache, peuvent être utilisées dans le cadre de tables temporaires de segments. Les propriétés `PostSegmentTableCreateRunScript`, `SegmentTablePostExecutionSQL` et `SuffixOnSegmentTableCreation` de la page Configuration prennent en charge ces optimisations de performances.

Pour plus d'informations sur les propriétés de la page Configuration, consulter le *Guide d'administration de Campaign*.

Conditions préalables requises pour la création de segments stratégiques

Avant de créer un segment stratégique, vous devez effectuer les opérations suivantes :

- Déterminer la façon dont vos segments stratégiques seront organisés, ainsi que l'arborescence de dossiers et les conventions de dénomination à utiliser.
- Déterminer exactement quels segments stratégiques sont importants pour vous.
- Déterminer la logique qui se cache derrière vos segments stratégiques.
- Identifier la relation entre les différents segments stratégiques.
- Identifier les niveaux d'audience adaptés à vos segments stratégiques.
- Déterminer la fréquence de rafraîchissement des segments stratégiques.
- Déterminer le niveau de détail défini dans chaque segment stratégique. Par exemple, un segment doit-il inclure toutes les suppressions ?
- Déterminer si vous souhaitez conserver les segments stratégiques successifs dans un dossier d'archivage.
- Tenir compte de la taille des segments stratégiques que vous souhaitez créer, ainsi que de leur impact potentiel sur les performances. Voir «Amélioration des performances des segments stratégiques», à la page 232.

Création de segments stratégiques

Un segment stratégique est disponible pour être utilisé dans plusieurs campagnes. Créez des segments stratégiques dans un diagramme de session, exécutez le diagramme en mode production et enregistrez le diagramme. Les segments obtenus peuvent ensuite être utilisés dans des campagnes marketing.

Avant de commencer

La propriété de configuration `saveRunResults` `(Campaign|partitions|partition[n]|server|flowchartRun)` doit être définie avec la valeur `TRUE`.

De plus, vous devez disposer des droits appropriés pour gérer des segments stratégiques.

Procédure

1. Créez une session ou ouvrez une session existante pour l'éditer.
2. Créez un diagramme dont le processus de sortie finale est le processus de création de segment CreateSeg.

   Pour les instructions, voir «Création de segments pour une utilisation globale dans plusieurs campagnes», à la page 105.
3. Exécutez le diagramme en mode production et cliquez sur **Enregistrer et quitter**. L'exécution du processus en mode test ne crée pas de segment stratégique et ne met pas non plus à jour un segment existant. Vous devez exécuter le processus en mode production dans un diagramme de session.

   le diagramme est enregistré.

Résultats

Les segments stratégiques sont répertoriés sur la page Tous les segments et peuvent être utilisés dans toutes les campagnes.

Exemple : diagramme de session créant des segments stratégiques

Dans un diagramme situé dans la zone Sessions de Campaign, ajoutez deux processus Sélection, un pour sélectionner tous les enregistrements provenant d'une zone donnée dans une table mappée de votre magasin de données, et l'autre pour sélectionner tous les enregistrements provenant du même magasin de données qui ont été classés en tant qu'exclusions et ont donc besoin d'être supprimés de la liste totale des ID.

Utilisez ensuite un processus Fusion dont la source se compose des cibles générées des deux processus Sélection, afin d'éliminer les ID d'exclusion et de produire une cible générée d'ID éligibles.

Puis, ajoutez un processus Segment auquel sont transmis les ID éligibles provenant du processus Fusion, dans lequel ils sont répartis en trois groupes discrets d'ID.

Enfin, ajoutez un processus de création de segment CreateSeg. pour afficher les trois segments sous forme de liste d'ID audience globalement permanente.

Exécutez le diagramme en mode production pour créer le segment stratégique afin qu'il puisse être utilisé dans plusieurs campagnes.

Affichage de segments stratégiques

Vous pouvez afficher des informations sur les segments stratégiques qui ont été créés avec le processus de création de segment CreateSeg dans un diagramme de session. Le diagramme de session doit s'exécuter en mode production pour générer les segments qui sont ensuite disponibles globalement.

Procédure

Utilisez l'une des méthodes suivantes :

- Accédez à la page de récapitulatif d'une campagne utilisant des segments stratégiques, puis cliquez sur le nom du segment dans la liste **Segments liés**.

- Sélectionnez **Campagne** > **Segments**, puis cliquez sur le nom du segment que vous souhaitez afficher.

Résultats

La page de récapitulatif fournit des informations sur le segment.

Elément	Description
Description	Description du segment fournie dans le processus de création de segment CreateSeg.
Diagramme source	Nom du diagramme de session dans lequel le segment a été défini.
Niveau d'audience	Niveau d'audience du segment.
Effectif courant	Nombre d'ID dans ce segment et date de sa dernière exécution.
Utilisé dans les campagnes suivantes	Liste des campagnes qui utilisent le segment, avec des liens vers chacune d'elles.

Edition des détails du récapitulatif d'un segment

Procédure

1. Sélectionnez **Campagne > Segments**.

   La page Tous les segments s'affiche.
2. Cliquez sur le nom du segment dont vous souhaitez éditer les détails du récapitulatif.

   Le segment s'ouvre sur l'onglet **Récapitulatif**.
3. Apportez les éditions souhaitées au nom ou à la description du segment.

   Remarque : Les noms de segment sont soumis à des restrictions au niveau des caractères. Pour plus d'informations, voir Annexe A, «Caractères spéciaux dans les noms d'objet IBM Campaign», à la page 259.
4. Lorsque vous avez terminé vos changements, cliquez sur **Enregistrer les changements**.

   Vos changements sont sauvegardés et le segment se ferme.

Edition du diagramme source d'un segment stratégique

Procédure

1. Sélectionnez **Campagne > Segments**.

   La page Tous les segments s'affiche.
2. Cliquez sur le nom du segment dont vous souhaitez éditer le diagramme.

   La page de récapitulatif du segment s'affiche.
3. Sous **Diagramme source**, cliquez sur le lien vers le diagramme.

   La page Diagramme s'ouvre en mode **Lecture seule**.
4. Cliquez sur **Editer** pour ouvrir le diagramme en mode **Edition**.
5. Apportez les changements souhaités au diagramme.
6. Lorsque vous avez terminé vos changements, cliquez sur **Enregistrer** ou sur **Enregistrer et quitter**.

Résultats

Important : Le segment stratégique existant n'est pas mis à jour tant que vous ne réexécutez pas le diagramme mis à jour en mode production.

Exécution de segments stratégiques

Vous devez régénérer les segments stratégiques si le contenu de votre magasin de données a été changé. Pour régénérer un segment stratégique, exécutez en mode production le diagramme dans lequel il a été créé. Le paramètre Générer les sorties de l'exécution en mode test ne produit aucun effet ; les segments stratégiques sont générés uniquement en mode production.

Remarque : Lorsqu'un processus de création de segment CreateSeg. est réexécuté en mode production, le segment stratégique existant créé par ce processus est supprimé. Cela signifie que les utilisateurs du segment stratégique existant (y compris des suppressions globales) risquent de voir s'afficher une erreur de type "segment non valide" si la nouvelle exécution du processus de création de segment CreateSeg. échoue ou s'il est encore en cours d'exécution.

Organisation de segments stratégiques

Vous pouvez organiser vos segments stratégiques en créant un dossier ou une série de dossiers. Vous pouvez ensuite déplacer les segments stratégiques d'un dossier à un autre à l'intérieur de la structure de dossiers que vous avez créée.

Remarque : Le dossier dans lequel se trouve un segment stratégique spécifie la stratégie de sécurité qui s'applique à ce segment et détermine ses droits d'accès, d'édition ou de suppression.

Ajout d'un dossier de segment

Vous pouvez ajouter, déplacer et supprimer des dossiers afin d'organiser vos segments. Vous pouvez également éditer le nom et la description d'un dossier.

Procédure

1. Sélectionnez **Campagne > Segments**.

   La page Tous les segments s'ouvre.
2. Cliquez sur le dossier auquel vous souhaitez ajouter le sous-dossier.
3. Cliquez sur l'icône **Ajouter un sous-dossier** .

   La page Ajouter un sous-dossier s'ouvre.
4. Saisissez le nom, la stratégie de sécurité et la description du dossier.

   Remarque : Les noms de dossier sont soumis à des restrictions au niveau des caractères. Pour plus d'informations, voir Annexe A, «Caractères spéciaux dans les noms d'objet IBM Campaign», à la page 259.
5. Cliquez sur **Enregistrer les changements**.

   Vous revenez à la page Tous les segments. Le nouveau dossier ou sous-dossier que vous avez créé s'affiche.

Edition du nom et de la description d'un dossier de segment

Procédure

1. Sélectionnez **Campagne > Segments**.

   La page Tous les segments s'affiche.
2. Cliquez sur le dossier à renommer.

3. Cliquez sur **Renommer**.

   La page Renommer un sous-dossier s'affiche.
4. Editez le nom et la description du dossier.

   Remarque : Les noms de dossier sont soumis à des restrictions au niveau des caractères. Pour plus d'informations, voir Annexe A, «Caractères spéciaux dans les noms d'objet IBM Campaign», à la page 259.
5. Cliquez sur **Enregistrer les changements**.

   Vous retournez à la page Tous les segments. Le dossier ou sous-dossier est renommé.

Déplacement d'un dossier de segment

Vous pouvez organiser vos segments stratégiques en créant des dossiers pour ceux-ci et en déplaçant les dossiers dans une structure hiérarchique.

Avant de commencer

Important : Si un autre utilisateur est en train d'éditer le diagramme source d'un segment que vous prévoyez de déplacer, la totalité du diagramme risque d'être perdue lors du déplacement du segment. Assurez-vous qu'aucun diagramme source n'est ouvert pour édition lorsque vous déplacez le sous-dossier.

Procédure

1. Sélectionnez **Campagne > Segments**.

   La page Tous les segments s'ouvre.
2. Ouvrez le dossier contenant le sous-dossier que vous voulez déplacer.

   Naviguez dans la structure des dossiers en cliquant sur un nom de dossier pour l'ouvrir, en cliquant sur **Tous les segments** pour revenir à la page Tous les segments, ou en cliquant sur un nom de dossier pour ouvrir les dossiers dans l'arborescence.
3. Cochez la case en regard du dossier à déplacer. Vous pouvez sélectionner plusieurs dossiers à déplacer au même endroit simultanément.
4. Cliquez sur l'icône **Déplacer** .

   La fenêtre Déplacer éléments vers s'ouvre.
5. Cliquez sur le dossier vers lequel vous souhaitez déplacer le sous-dossier.

   Pour naviguer dans la liste, cliquez sur le signe **+** situé en regard du dossier que vous souhaitez ouvrir.
6. Cliquez sur **Accepter emplacement**.

   Remarque : Vous pouvez également cliquer deux fois sur un dossier pour sélectionner et accepter l'emplacement en une seule opération.

   Le sous-dossier est déplacé vers le dossier de destination avec la totalité de son contenu.

Suppression d'un dossier de segment

Vous devez déplacer ou supprimer le contenu d'un dossier avant de pouvoir le supprimer. Si vous disposez des droits requis pour la suppression d'un dossier, vous pouvez également supprimer les sous-dossiers de ce dernier.

Procédure

1. Sélectionnez **Campagne > Segments**.

   La page Tous les segments s'ouvre.
2. Ouvrez le dossier contenant le sous-dossier que vous voulez supprimer.

   Naviguez dans la structure des dossiers en cliquant sur un nom de dossier pour l'ouvrir, en cliquant sur **Tous les segments** pour revenir à la page Tous les segments, ou en cliquant sur un nom de dossier pour ouvrir les dossiers dans l'arborescence.
3. Cochez la case en regard du dossier à supprimer. Vous pouvez sélectionner plusieurs dossiers à supprimer simultanément.
4. Cliquez sur l'icône **Supprimer la sélection** .
5. Cliquez sur **OK** dans la fenêtre de confirmation.

   Le dossier et tous ses sous-dossiers vides sont supprimés.

Déplacement d'un segment

Pour des raisons d'organisation, il est possible de déplacer les segments stratégiques d'un dossier à un autre.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Important : Si un diagramme source pour le segment que vous prévoyez de déplacer est ouvert pour modification, ce dernier risque d'être entièrement perdu lors du déplacement. Assurez-vous qu'aucun diagramme source n'est ouvert pour modification avant de déplacer le sous-dossier.

Procédure

1. Sélectionnez **Campagne > Segments**.

   La page Tous les segments s'ouvre.
2. Ouvrez le dossier contenant le segment que vous voulez déplacer.
3. Cochez la case en regard du segment à déplacer. Vous pouvez sélectionner plusieurs segments à déplacer au même endroit simultanément.
4. Cliquez sur l'icône **Déplacer** .

   La fenêtre Déplacer éléments vers s'ouvre.
5. Cliquez sur le dossier vers lequel vous souhaitez déplacer le segment.

   Pour naviguer dans la liste, cliquez sur le signe **+** situé en regard du dossier que vous souhaitez ouvrir.
6. Cliquez sur **Accepter emplacement**.

   Remarque : Vous pouvez également cliquer deux fois sur un dossier pour sélectionner et accepter l'emplacement en une seule opération.

   Le segment est déplacé vers le dossier de destination.

Suppression de segments stratégiques

Les segments stratégiques peuvent être supprimés comme suit :

- En supprimant le segment stratégique lui-même de son emplacement de dossier sur la page Tous les segments. Les segments stratégiques supprimés à l'aide de cette méthode sont recréés lorsque les processus de création de segment CreateSeg. qui les ont créés à l'origine sont réexécutés en mode production.

- En supprimant le processus de création de segment CreateSeg. qui a créé le segment stratégique. Le segment stratégique n'est supprimé que lors de l'enregistrement du diagramme. Les segments stratégiques supprimés de cette manière ne peuvent pas être récupérés. Pour plus de détails, consultez la rubrique relative à la suppression de processus dans les diagrammes.
- En supprimant le diagramme qui contient le processus de création de segment CreateSeg. qui a créé le segment stratégique. Les segments stratégiques supprimés de cette manière ne peuvent pas être récupérés. Pour plus de détails, consultez la rubrique relative à la suppression des diagrammes.

Suppression d'un segment

La procédure suivante permet de supprimer un segment stratégique directement à partir de la page Tous les segments.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

La procédure suivante permet de supprimer un segment stratégique directement à partir de la page Tous les segments.

Remarque : Les segments stratégiques supprimés à l'aide de cette méthode sont recréés lorsque les processus de création de segment CreateSeg qui les ont créés à l'origine sont réexécutés en mode production.

Procédure

1. Sélectionnez **Campagne > Segments**.

   La page Tous les segments s'ouvre.
2. Ouvrez le dossier contenant le segment que vous voulez supprimer.
3. Cochez la case en regard du segment à supprimer. Vous pouvez sélectionner plusieurs segments à supprimer simultanément.
4. Cliquez sur l'icône **Supprimer la sélection** .
5. Cliquez sur **OK** dans la fenêtre de confirmation.

   Le segment est supprimé.

   Remarque : Si des diagrammes actifs contiennent le segment, celui-ci peut être recréé lors de l'exécution de ces diagrammes. Si un diagramme contenant le segment était ouvert pour modification lorsque vous avez supprimé le segment, il est également recréé.

À propos des segments de suppression globaux

Utilisez la suppression globale pour exclure une liste d'ID d'un niveau d'audience unique de toutes les cibles dans tous les diagrammes Campaign.

Pour définir la suppression globale, un administrateur crée une liste d'ID uniques en tant que segment stratégique dans un diagramme de session et exécute ce diagramme. Les concepteurs de campagne peuvent ensuite spécifier ce segment en tant que segment de suppression globale pour un niveau d'audience spécifique dans un diagramme de campagne. Seul un segment de suppression global peut être configuré pour chaque niveau d'audience.

Si un segment de suppression globale est configuré pour un niveau d'audience, tous les processus de niveau supérieur de sélection, d'extraction ou d'audience associés à ce niveau d'audience excluent automatiquement les ID de leurs résultats

en sortie, sauf si la suppression globale est désactivée pour un diagramme spécifique. Par défaut, la suppression globale est activée pour tous les diagrammes (excepté les diagrammes de session).

Remarque : La spécification et la gestion des segments de suppression globale nécessitent le droit "Gérer les suppressions globales" et sont généralement exécutés par un administrateur Campaign. Pour plus d'informations, voir le document *IBM Campaign - Guide d'administration*.

Application des suppressions globales

Si un segment de suppression globale a été défini pour un niveau d'audience, tous les processus Sélection, Extraction ou Audience de niveau supérieur associés à ce niveau d'audience excluent automatiquement les ID figurant dans le segment de suppression globale de leurs cibles générées (sauf si la suppression globale est désactivée explicitement pour un diagramme spécifique). Par défaut, la suppression globale est activée dans les diagrammes, si bien qu'aucune action n'est nécessaire pour appliquer une suppression globale configurée.

le diagramme contenant le processus de création de segment CreateSeg. qui a créé le segment stratégique global constitue une exception à l'activation par défaut de la suppression globale. Dans ce cas, la suppression globale est toujours désactivée (seulement pour le niveau d'audience pour lequel le segment de suppression globale a été créé).

Remarque : Veuillez également noter que l'exécution du test de la requête dans les processus Sélection, Extraction ou Audience ne prend pas en compte les suppressions globales.

Permutation des audiences avec des suppressions globales

Si vous passez d'une Audience 1 à une Audience 2 dans un diagramme et qu'une suppression globale est définie pour chacun de ces niveaux d'audience, le segment de suppression globale pour l'audience 1 est appliqué à la table en entrée et le segment de suppression globale pour l'audience 2 est appliqué à la table de sortie.

Désactivation des suppressions globales

Vous ne pouvez désactiver des suppressions globales pour des diagrammes individuels que si vous disposez des droits appropriés. Si tel n'est pas le cas, vous ne pouvez pas changer le paramètre et vous devez exécuter le diagramme avec le paramètre existant.

Un administrateur peut accorder à des utilisateurs spécifiques des droits permettant de remplacer des suppressions globales afin qu'ils puissent concevoir et exécuter des campagnes spéciales qui sont autorisées à contacter des ID normalement supprimés, par exemple des ID dans un groupe disponible universel.

Désactivation des suppressions globales pour un diagramme

Par défaut, la suppression globale est activée pour les diagrammes. Vous pouvez désactiver cette fonction.

Procédure

1. Ouvrez le diagramme pour l'éditer.
2. Cliquez sur l'icône **Admin** et sélectionnez **Paramètres avancés**.

3. Dans la fenêtre Paramètres avancés, cochez la case **Désactiver les suppressions globales pour ce diagramme**.
4. Cliquez sur **OK**.

A propos des hiérarchies de dimensions

Une hiérarchie de dimensions est un ensemble de requêtes de sélection SQL pouvant être appliquées à n'importe quelle liste d'ID. Comme les segments stratégiques, les hiérarchies de dimensions peuvent être mises à disposition de façon globale dans un processus Sélection, ou utilisées comme base de construction des cubes.

Parmi les dimensions spécifiées le plus fréquemment figurent la date et l'heure, la zone géographique, le produit, le service et le canal de distribution. Toutefois, vous pouvez également créer un type de dimension mieux adapté à votre activité ou à votre campagne.

A l'instar des blocs de construction des cubes, les dimensions constituent la base d'un grand nombre de rapports (ventes totales de tous les produits à des niveaux d'agrégation croissants, analyse des tableaux croisés des dépenses et des ventes par zone géographique, etc.). Les dimensions ne se limitent pas à un seul cube mais peuvent être utilisées dans de nombreux cubes.

Une hiérarchie de dimensions est constituée de plusieurs *niveaux*, qui sont à leur tour composés d'*éléments de dimension*, ou *éléments* en abrégé.

Certaines de vos dimensions peuvent être composées d'un nombre illimité de niveaux et d'éléments et :

- de points de données qui servent de sources à la génération de rapports d'analyse client et à la sélection visuelle ;
- de cumuls en un nombre illimité de catégories afin de prendre en charge la fonction d'exploration en aval. (Les dimensions doivent être cumulées proprement sur les limites, afin que les éléments s'excluent mutuellement et ne se chevauchent pas).

Tâches associées :

«Création d'un cube multidimensionnel d'attributs», à la page 103

Exemples : hiérarchies de dimensions

Les deux exemples suivants illustrent une hiérarchie de dimensions de base qui serait créée dans votre magasin de données, puis mappée dans Campaign.

Exemple : hiérarchie de dimensions Age

Niveau le plus bas : (21-25), (26-30), (31-35), (36-45), (45-59), (60+)

Groupements : *Jeunes* (18 à 35 ans), *Age moyen* (35 à 59 ans), *Seniors* (60+)

Exemple : hiérarchie de dimensions Revenu

Niveau le plus bas : >100 000, 80 000 à 100 000, 60 000 à 80 000, 40 000 à 60 000

Groupements : *Elevé (> 100 000), Moyen (60 000 à 100 000), Faible (< 60 000)* (> 100 000), (60 000 à 100 000), (< 60 000)

Création de hiérarchies de dimensions

Pour utiliser des dimensions dans Campaign, vous devez procéder comme suit :

- définir et créer une dimension hiérarchique dans une table ou un fichier à plat délimité dans votre magasin de données ;
- mapper cette table de dimensions hiérarchiques ou le fichier à plat sur une dimension dans Campaign.

Remarque : Une dimension hiérarchique est créée dans le magasin de données, soit par l'administrateur système Campaign, soit par des membres de votre équipe de consultants IBM . Il s'agit d'une opération externe à Campaign. Notez également que le niveau le plus bas de la dimension hiérarchique doit utiliser SQL brut ou une expression IBM *pure* (sans macros personnalisées, segments stratégiques, ni zones dérivées) pour définir les éléments individuels.

Lorsque cette dimension hiérarchique est ensuite mappée dans Campaign, Campaign exécute ce code pour effectuer les différents cumuls.

Mappage d'une dimension hiérarchique sur une dimension Campaign

Pour mapper des dimensions, vous créez la dimension dans Campaign et vous indiquez le fichier ou la table qui contient la dimension hiérarchique. La dimension hiérarchique doit exister dans votre magasin de données pour que vous puissiez effectuer cette tâche.

Avant de commencer

Remarque : Etant donné que dans presque tous les cas, les dimensions sont utilisées pour créer des cubes, vous pouvez souhaiter créer des dimensions à partir d'un diagramme dans la zone **Sessions** de l'application.

Procédure

1. Ouvrez une fenêtre Hiérarchies de dimensions de l'une des manières suivantes.
   - Dans un diagramme en mode **Edition**, cliquez sur l'icône **Admin** et sélectionnez **Hiérarchies de dimensions**.
   - Sur la page Paramètres d'administration, sélectionnez **Gérer les hiérarchies de dimensions**.

   La fenêtre Hiérarchies de dimensions s'ouvre.
2. Cliquez sur **Nouvelle dimension**.

   La fenêtre Edition de la dimension s'ouvre.
3. Saisissez les informations suivantes sur la dimension que vous créez :
   - Nom de la dimension.
   - Description.
   - Nombre de niveaux dans la dimension. (Dans la plupart des cas, ce nombre correspond au nombre de niveaux de la dimension hiérarchique du magasin de données sur laquelle vous mappez cette dimension.)
   - Si vous utilisez cette dimension comme base pour un cube, vérifiez que la case **Exclusion mutuelle entre éléments** est cochée (Campaign coche cette option par défaut). Dans le cas contraire, une erreur se produit lorsque vous

utiliserez cette dimension pour la création d'un cube, puisque les valeurs des éléments ne peuvent pas se chevaucher dans un cube.

4. Cliquez sur **Mapper table**.

   La fenêtre Edition de la définition de table s'ouvre.

5. Sélectionnez l'une des options suivantes :
   - Mapper un fichier existant.
   - Mapper une table de la base de données sélectionnée.

   Exécutez ensuite la procédure permettant de mapper une table. Pour plus d'informations, voir le *guide d'administration de Campaign*.

   Remarque : Lorsque vous mappez des tables pour des hiérarchies de dimensions, les noms de zone "Nom_Niveau1", "Nom_Niveau2", etc. doivent exister dans la table pour que le mappage aboutisse.

   Une fois que vous avez terminé le mappage de la table pour la dimension, la fenêtre Edition de la dimension s'ouvre avec les informations relatives à la nouvelle dimension.

6. Cliquez sur **OK**.

   La fenêtre Hiérarchies de dimensions s'ouvre avec la dimension que vous venez de mapper.

7. Pour stocker une hiérarchie de dimensions afin qu'elle soit disponible pour une utilisation ultérieure et qu'il ne soit pas nécessaire de la recréer, cliquez sur **Enregistrer** dans la fenêtre Hiérarchies de dimensions.

Mise à jour d'une hiérarchie de dimensions

Campaign ne prend pas en charge les mises à jour automatiques des hiérarchies de dimension. En cas de changement des données sous-jacentes, vous devez mettre à jour manuellement les hiérarchies de dimensions.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Remarque : Les cubes étant composés de dimensions basées sur des segments stratégiques, les dimensions doivent être mises à jour chaque fois que les segments stratégiques sont actualisés.

Procédure

1. Ouvrez une fenêtre Hiérarchies de dimensions de l'une des manières suivantes.
   - Dans un diagramme en mode **Edition**, cliquez sur l'icône **Admin** et sélectionnez **Hiérarchies de dimensions**.
   - Sur la page Paramètres d'administration, sélectionnez **Gérer les hiérarchies de dimensions**.

   La fenêtre Hiérarchies de dimensions s'ouvre.

2. Cliquez sur **Tout mettre à jour**.

   Vous pouvez également mettre à jour une dimension en la sélectionnant et en cliquant sur **Mettre à jour**.

Chargement d'une hiérarchie de dimensions stockée

Une fois que vous avez défini une hiérarchie de dimensions, vous la rendez accessible dans Campaign en la chargeant.

Procédure

1. Ouvrez une fenêtre Hiérarchies de dimensions de l'une des manières suivantes.
   - Dans un diagramme en mode **Edition**, cliquez sur l'icône **Admin** et sélectionnez **Hiérarchies de dimensions**.
   - Sur la page Paramètres d'administration, sélectionnez **Gérer les hiérarchies de dimensions**.

   La fenêtre Hiérarchies de dimensions s'ouvre.
2. Mettez en évidence les hiérarchies de dimensions que vous souhaitez charger et cliquez sur **Charger**.

A propos des cubes

Un cube est la segmentation simultanée d'une liste d'ID (généralement un segment stratégique) à l'aide des requêtes fournies par un certain nombre de hiérarchies de dimensions. Une fois que le cube est créé, vous pouvez consulter à tout moment les rapports croisés des segments qui explorent deux dimensions du cube.

Avant de créer un cube, vous devez effectuer les tâches préliminaires suivantes :

- Créer un segment stratégique
- Créer des dimensions basées sur ce segment stratégique
- Les instructions suivantes s'appliquent aux cubes :
- Les indicateurs de cube peuvent être définis comme toute expression Campaign avec les restrictions suivantes :
  - Vous pouvez spécifier un nombre illimité d'indicateurs NUMERIQUES supplémentaires pour lesquels Campaign calculera les valeurs minimale, maximale, totale et moyenne. Les indicateurs sélectionnés peuvent être des zones dérivées simples ou permanentes.
  - La fonction d'agrégation sur le nombre de cibles (min, max, moy, % du total, etc.) est calculée automatiquement.
  - La fonction d'agrégation sur une valeur d'attribut (par exemple, moy(age)) calcule automatiquement les valeurs minimale, maximale, totale et moyenne.
  - Les expressions contenant plusieurs valeurs d'attribut (par exemple (attribut1 + attribut2)) sont prises en charge dans les zones dérivées.
  - Le processus Cube prend en charge les zones dérivées simples et permanentes.
  - Les expressions Groupby (par exemple, (groupby_where (ID, solde, moy, solde, (date_trxn > date_référence)))) sont prises en charge dans les zones dérivées.
  - Les expressions impliquant des variables utilisateur (définies dans le même diagramme que le processus Cube ET affichées dans Distributed Marketing) sont prises en charge dans les zones dérivées simples et permanentes. (Pour plus d'informations sur Distributed Marketing, voir le *Guide d'utilisation de Distributed Marketing*.)
  - Les expressions faisant appel à SQL brut sont prises en charge dans une zone dérivée utilisant une macro personnalisée en SQL brut.
  - Les expressions utilisant une macro personnalisée sont prises en charge dans une zone dérivée.
- Bien que les cubes soient composés de trois dimensions au maximum, les indicateurs ne peuvent s'afficher que pour deux dimensions à la fois. La

troisième dimension non affichée est toujours calculée et stockée sur le serveur, mais n'est pas utilisée dans la génération de rapports/sélection visuelle pour ce rapport spécifique.

- Les cubes peuvent être construits sur des cibles ainsi que sur des segments (qui peuvent être créés, par exemple, au niveau de la transaction). Toutefois, si un cube est construit sur une cible, il n'est disponible que dans ce diagramme. C'est la raison pour laquelle vous pouvez être amené à utiliser des segments stratégiques comme base pour les cubes.
- Si vos tables ne sont pas normalisées, la définition de dimensions à l'aide d'une relation plusieurs-à-plusieurs avec le niveau d'audience peut produire des résultats inattendus. L'algorithme de cube se fonde sur des tables normalisées. Avant de sélectionner et de construire un cube, normalisez ses données en les agrégeant (par exemple au niveau client via une session de préparation de données).

  Remarque : Si vous construisez un cube sur des dimensions non normalisées, les totaux seront erronés dans les rapports croisés, car Campaign traite les ID de dimension. Si vous devez utiliser des dimensions non normalisées, générez des cubes avec seulement deux dimensions et utilisez les transactions comme indicateur de niveau le plus bas pour les dimensions non normalisées, plutôt que les ID de client, puisque le montant de la transaction sera correct.
- Lorsque vous créez une dimension de cube, vous devez lui attribuer un nom, un niveau d'audience et une table correspondante. Ensuite, lors de l'utilisation d'une session ou d'un diagramme de campagne, mappez cette dimension comme une table de base de données.
- Il est recommandé de construire les cubes à des moments où les utilisateurs ne risquent pas d'y accéder, par exemple en hors des heures ouvrables ou le week-end.

Tâches associées :

«Création d'un cube multidimensionnel d'attributs», à la page 103

Chapitre 13. Présentation des rapports IBM Campaign

IBM Campaign fournit des rapports qui apportent une aide dans la gestion de la campagne et des offres.

Certains rapports sont conçus pour être utilisés lors de la phase de conception du diagramme. D'autres rapports vous aident à analyser les réponses des contacts et l'efficacité d'une campagne après son déploiement.

Les rapports IBM Campaign fournissent différents types d'informations :

- Les **rapports spécifiques à un objet** analysent une campagne, une offre, une cible ou un segment spécifique. Pour accéder à ces rapports, cliquez sur l'onglet **Analyse** pour une campagne ou une offre.
- Les **rapports système** fournissent une analyse pour plusieurs campagnes, offres, cibles ou segments. Pour accéder à ces rapports, sélectionnez **Analyse** > **Analyses Campaign**.
- Les **rapports de cible** fournissent des informations sur les clients ou les prospects qui sont ciblés ou utilisés en tant que contrôles. Les rapports de cible s'avèrent utiles lors de la création de diagrammes de campagne. Pour accéder à ces rapports, cliquez sur l'icône **Rapports** lors de l'édition d'un diagramme.

Les rapports qui sont disponibles dépendent de plusieurs facteurs :

- Vos droits d'accès, qui sont définis par l'administrateur IBM Campaign.
- Certains rapports sont uniquement disponibles si vous avez installé le groupe de rapports IBM Campaign et intégré IBM Campaign à Cognos. Pour plus d'informations, voir le *guide d'installation et de configuration des rapports IBM EMM*. Reportez-vous également aux *spécifications de rapport IBM Campaign*, qui sont fournies sous la forme d'un fichier compressé avec le groupe de rapports.
- Les groupes de rapports Cognos pour eMessage, Interact et Distributed Marketing sont également disponibles si vous disposez de licences pour ces produits supplémentaires. Vous pouvez accéder aux rapports à partir de la page **Analyse** de chaque produit ou de l'onglet **Analyse** d'une campagne ou d'une offre. Pour plus d'informations, reportez-vous à la documentation de ces produits.

Tâches associées :

«Utilisation de rapports pour analyser des campagnes et des offres», à la page 248

«Utilisation de rapports lors du développement de diagrammes»

Référence associée :

«Liste des rapports IBM Campaign», à la page 250

Utilisation de rapports lors du développement de diagrammes

IBM Campaign fournit des rapports de cible à utiliser lors du développement de diagrammes. Une cible est une liste d'identificateurs générée par un processus de manipulation de données (sélection, fusion, échantillonnage, audience ou extraction) en tant que sortie. Les rapports de cible fournissent des informations sur les clients ou des prospects qui sont ciblés ou utilisés en tant que contrôles.

© Copyright IBM Corp. 1998, 2013

Avant de commencer

Votre accès aux rapports de cible de diagramme varie en fonction des droits dont vous disposez. Par exemple, vous devez disposer des droits d'édition ou de revue des diagrammes, et d'affichage ou d'exportation des rapports de cible. Pour plus d'informations sur les droits d'accès aux rapports de cible pour le rôle d'administration défini par le système, voir le *guide d'administration de Campaign*.

Procédure

1. Ouvrez un diagramme en mode **Edition**.
2. Cliquez sur l'icône **Rapports** dans la barre d'outils de la fenêtre de diagramme.

   La fenêtre Rapports spécifiques cible s'ouvre. Le rapport Liste des cibles est affiché par défaut.
3. Sélectionnez un autre rapport dans la liste **Rapport à afficher**.
4. Utilisez les commandes situées en haut du rapport pour imprimer, exporter ou effectuer d'autres opérations spécifiques sur ce rapport.

   Pour obtenir des descriptions des rapports et des commandes disponibles, voir «Analyse de la qualité de vos sélections de diagramme», à la page 39.

Concepts associés :

Chapitre 13, «Présentation des rapports IBM Campaign», à la page 247

Référence associée :

«Liste des rapports IBM Campaign», à la page 250

Utilisation de rapports pour analyser des campagnes et des offres

IBM Campaign fournit des rapports destinés à vous aider à analyser les informations sur vos campagnes et vos offres. Certains rapports peuvent être exécutés au cours du développement des campagnes dans le cadre du processus de planification : D'autres rapports affichent des résultats de campagne et vous permettent d'analyser et d'affiner vos offres et votre stratégie de campagne.

Avant de commencer

Avant d'exécuter une campagne, utilisez les rapports de diagramme de ciblage IBM Campaign pour analyser vos sélections. Pour utiliser les rapports de cible, ouvrez un diagramme en mode Edition et cliquez sur le lien **Rapports** en haut de la page. Pour plus d'informations, voir «Utilisation de rapports lors du développement de diagrammes», à la page 247.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Les rapports IBM Campaign contiennent des informations détaillées sur les offres, les segments et les campagnes. En visualisant des rapports, vous pouvez analyser les offres de campagne, les taux de réponses, le revenu, le profit par répondant et d'autres données afin de calculer vos revenus et profits totaux et incrémentiels, ainsi que votre retour sur investissement.

Procédure

1. Pour analyser individuellement une campagne, une offre ou un segment, utilisez l'onglet **Analyse** :
   a. Ouvrez le menu **Campagne** et sélectionnez **Campagnes**, **Offres**, ou **Segments**.
   b. Cliquez sur le nom d'une campagne, d'une offre ou d'un segment.
   c. Cliquez sur l'onglet **Analyse**.
   d. Sélectionnez un rapport dans la liste **Type de rapport** dans la partie supérieure droite de la page. Le rapport s'affiche dans la même fenêtre.
2. Pour analyser des résultats sur plusieurs campagnes, offres, cibles ou segments, utilisez la page **Analyse des campagnes** :
   a. Sélectionnez **Analyse > Outils d'analyse des campagnes**.
   b. Cliquez sur l'un des dossiers de rapport.
   c. Cliquez sur un lien de rapport.

      Si le rapport autorise le filtrage, la fenêtre Paramètres du rapport s'ouvre.
   d. Sélectionnez un ou plusieurs objets sur lesquels filtrer le rapport. Utilisez **Ctrl+clic** pour sélectionner plusieurs objets. Les objets qui s'affichent varient en fonction des droits dont vous disposez.
   e. Cliquez sur **Générer rapport**.

      Le rapport s'affiche dans la même fenêtre. La date et l'heure de génération du rapport sont affichées au bas de la page. Si le rapport comporte plus d'une page, utilisez les contrôles fournis pour vous déplacer vers le bas ou le haut du rapport ou pour afficher la page suivante ou précédente.

Résultats

La barre d'outils Reports s'affiche pour les rapports générés par Cognos. Elle n'est pas disponible pour les rapports de calendrier ou de segment, ni pour les rapports de diagramme de ciblage.

Vous pouvez utiliser la barre d'outils Rapports pour effectuer les tâches suivantes :

- **Conserver cette version** : Envoyer le rapport par e-mail.
- **Explorer en aval/en amont** : Utilisée pour les rapports qui prennent en charge l'exploration dimensionnelle.
- **Liens connexes** : Utilisée pour les rapports qui prennent en charge l'exploration dimensionnelle.
- **Format d'affichage** : Le format d'affichage par défaut pour les rapports est HTML. Vous pouvez choisir d'autres formats d'affichage dans la liste. L'icône se transforme pour représenter l'option d'affichage sélectionnée.

  Remarque : Tous les rapports ne peuvent pas être affichés dans tous les formats. Par exemple, les rapports qui utilisent plusieurs requêtes ne peuvent pas être affichés au format CSV ou XML.
  - **View in HTML Format** : Après l'actualisation de la page, vous pouvez utiliser les contrôles du rapport pour vous déplacer dans le rapport, si ce dernier compte plusieurs pages.
  - **View in PDF Format** : Vous pouvez enregistrer ou imprimer ce rapport à l'aide des contrôles du lecteur PDF.

– **View in Excel Options** : Vous pouvez afficher le rapport sous la forme d'une page unique au format Excel. Pour afficher le rapport sans l'enregistrer, cliquez sur **Ouvrir**. Pour enregistrer le rapport, cliquez sur **Enregistrer** et suivez les invites.
– **View in CSV Format** : Pour afficher le rapport au format CSV, sélectionnez **View in CSV Format** dans **View in Excel Options**. Pour afficher le rapport sans l'enregistrer, cliquez sur **Ouvrir**. Le rapport s'affiche sur une seule page dans une feuille de calcul. Pour enregistrer le rapport, cliquez sur **Enregistrer**, puis entrez un nom lorsque vous y êtes invité. Par défaut, le fichier est enregistré au format .xls.
– **View in XML Format** : Le rapport s'affiche au format XML dans la même fenêtre.

Concepts associés :

Chapitre 13, «Présentation des rapports IBM Campaign», à la page 247

Référence associée :

«Liste des rapports IBM Campaign»

Liste des rapports IBM Campaign

Les rapports IBM Campaign ont été créés pour vous aider à concevoir des campagnes marketing efficaces et analyser leurs résultats.

Rapports standard

Les administrateurs et les concepteurs de campagne utilisent les rapports suivants pour planifier et analyser des campagnes.

Tableau 14. Rapports standard pour le développement de campagne

Rapport	Description	Comment y accéder
Analyse croisée des segments	Les administrateurs de campagne utilisent ce rapport pour explorer des cibles et créer un processus de sélection à utiliser dans un diagramme de campagne ou de session. Ce rapport calcule des données détaillées portant sur deux dimensions d'un cube et affiche les résultats sous forme de tableau. Seuls les segments stratégiques ou les cibles qui font partie d'un cube peuvent être analysés dans ce rapport.	Utilisez l'onglet **Analyse** de la campagne.
Analyse des profils de segment	Les administrateurs de campagne utilisent ce rapport pour générer des segments stratégiques et construire des cubes à utiliser dans plusieurs campagnes. e rapport calcule et affiche le nombre de dimensions d'un segment stratégique. Les informations sont affichées sous forme de tableau et de graphique. Seuls les segments stratégiques qui font partie d'un cube peuvent être analysés dans ce rapport.	Utilisez l'onglet **Analyse** de la campagne.
Récapitulatif des diagrammes par statut de campagne	Les concepteurs de campagne utilisent ce rapport après une exécution en mode test ou en production pour déterminer si des erreurs se sont produites dans l'exécution du diagramme.	Utilisez l'onglet **Analyse** de la campagne.

Tableau 14. Rapports standard pour le développement de campagne (suite)

Rapport	Description	Comment y accéder
Calendrier des campagnes	Les concepteurs de campagne utilisent des rapports de calendrier lors de la planification et de l'exécution de campagnes. Ces rapports affichent des campagnes et des offres dans un calendrier basé sur les dates d'effet et d'expiration définies dans la campagne. Les flèches doubles indiquent les dates de début (>>) et de fin (<<) d'une campagne.	Sélectionnez **Analyse > Analyse Campaign**.

Rapports Diagramme de ciblage

Utilisez les rapports de diagramme de ciblage lors de la conception de diagrammes de campagne pour vous aider à identifier les cibles prévues d'une campagne marketing. Une cible est une liste d'identificateurs générée par un processus de manipulation de données (sélection, fusion, échantillonnage, audience ou extraction) en tant que sortie. Pour accéder à des rapports de cible, cliquez sur l'icône **Rapports** lors de l'édition d'un diagramme.

Tableau 15. Rapports de cible de diagramme de campagne

Rapport	Description
Liste des cibles	Affiche des informations sur toutes les cibles figurant dans le diagramme en cours. Chaque cible représente un groupe cible potentiel. Pour plus d'informations : Voir «Affichage d'informations sur toutes les cibles d'un diagramme (rapport Liste de cibles)», à la page 40.
Profil de cellule	Affiche des informations démographiques permettant d'identifier des cibles potentielles pour votre campagne. Vous pouvez afficher les données pour une variable d'une cible. Par exemple, vous pouvez afficher la tranche d'âge de tous les clients disposant de cartes de crédit Gold. Pour plus d'informations : Voir «Analyse d'une caractéristique d'une cible (rapport Profil de cible)», à la page 40.
Tableau croisé de cible	Affiche des informations démographiques permettant d'identifier des cibles potentielles pour votre campagne. Vous pouvez afficher les données pour deux variables d'une cible. Par exemple, en utilisant Âge et Montant pour la cible de cartes de crédit Gold, vous pouvez identifier visuellement les groupes d'âge qui ont dépensé le plus d'argent. Pour plus d'informations : Voir «Analyse simultanée de deux caractéristiques d'une cible (rapport de type tableau croisé de variable de cible)», à la page 41.
Contenu de la cible	Affiche des détails sur les enregistrements d'une cible. Par exemple, vous pouvez afficher des adresses électroniques, des numéros de téléphone et d'autres données démographiques pour chaque client d'une cible. Utilisez ce rapport pour vérifier les résultats des exécutions et vous assurer que vous sélectionnez le jeu de contacts prévu. Pour plus d'informations : Voir «Affichage du contenu de cibles (rapport Contenu de la cible)», à la page 42.
Cible en cascade	Analyse la réduction du nombre de membres de l'audience à mesure que les cibles sont traitées pour vous permettre d'affiner vos sélections et d'identifier les erreurs possibles. Par exemple, vous pouvez déterminer combien d'ID sont sélectionnés initialement, puis voir ce qui se passe lorsque vous utilisez un processus de fusion pour exclure des éléments. Pour plus d'informations : Voir «Analyse de cibles en cascade dans des processus en aval (rapport Cible en cascade)», à la page 43.

Rapports Cognos

Les rapports Cognos sont fournis avec le groupe de rapports IBM Campaign. Utilisez les rapports Cognos pour planifier, ajuster et analyser des campagnes. Ces rapports sont des exemples que vous pouvez personnaliser pour votre propre utilisation. Pour accéder à ces rapports, vous devez intégrer IBM Campaign à IBM Cognos. Pour obtenir des instructions, voir le document *IBM EMM Reports - Guide d'installation et de configuration*.

Tableau 16. Rapports Cognos

Rapport	Description	Comment y accéder
Récapitulatif de la campagne	Les concepteurs de campagne utilisent ce rapport lors de la création et de l'exécution de campagnes. Ce rapport affiche des informations sur toutes les campagnes qui ont été créées. Il recense le code de campagne, la date de création, les dates de début et de fin, la dernière date d'exécution, l'initiative et l'objectif de chaque campagne. Pour plus d'informations, voir les *spécifications des rapports IBM Campaign* fournies avec le groupe de rapports.	Sélectionnez **Analyse > Analyse Campaign**.
Liste des campagnes par offre	Les concepteurs de campagne utilisent ce rapport lors de la planification d'offres, et de la création et de l'exécution de campagnes. Ce rapport affiche les offres qui ont été fournies avec différentes campagnes et répertorie les campagnes regroupées selon les offres. Il recense le code de campagne, l'initiative, les dates de début et de fin et la date de dernière exécution. Pour plus d'informations, voir les *spécifications des rapports IBM Campaign* fournies avec le groupe de rapports.	Sélectionnez **Analyse > Analyse Campaign**.
Rapports de performances	Les concepteurs de campagne et les directeurs marketing utilisent le rapport de simulation d'analyse financière par offre (Récapitulatif financier par offre "Et si") lors de la planification d'offres et de campagnes. Ils utilisent les autres rapports de performances après le déploiement d'une campagne et l'obtention de données de réponse. Ces rapports analysent les résultats des campagnes en examinant les données de contact et de réponse entre les campagnes, les offre, les cibles ou les segments. Pour plus d'informations : Voir «Rapports de performances pour IBM Campaign», à la page 253.	Sélectionnez **Analyse > Analyse Campaign** > **Rapports de performances** pour analyser des résultats entre une ou plusieurs campagnes, une ou plusieurs offres, une ou plusieurs cibles, ou un ou plusieurs segments. Pour analyser les résultats d'une campagne spécifique, ouvrez l'onglet **Analyse** de la campagne ou de l'offre.

Concepts associés :

Chapitre 13, «Présentation des rapports IBM Campaign», à la page 247

Tâches associées :

«Utilisation de rapports pour analyser des campagnes et des offres», à la page 248

«Utilisation de rapports lors du développement de diagrammes», à la page 247

Rapports de performances pour IBM Campaign

Des rapports de performances sont fournis avec le groupe de rapports IBM Campaign. Les rapports de performances sont des exemples de rapports que vous pouvez modifier pour analyser des données de contact et de réponse dans un ou plusieurs segments, campagnes, offres ou cibles.

Pour utiliser ces rapports, vous devez intégrer IBM Campaign à IBM Cognos. Pour plus d'informations, voir :

- *Guide d'installation et de configuration des rapports IBM EMM*.
- *Spécifications de rapport IBM Campaign*, qui sont fournies sous la forme d'un fichier compressé avec le groupe de rapports. La spécification fournit des exemples de sortie pour les rapports de performances.

Les rapports de performances sont disponibles comme suit :

- Dans l'onglet **Analyse** d'une campagne ou d'une offre.
- En sélectionnant **Analyse > Analyse Campaign** > **Rapports de performances** pour analyser des résultats entre une ou plusieurs campagnes, une ou plusieurs offres, une ou plusieurs cibles, ou un ou plusieurs segments.

Utilisez le rapport de simulation d'analyse financière par offre (Récapitulatif financier par offre "Et si") lors de la planification d'offres et de campagnes. Utilisez les autres rapports de performances après le déploiement d'une campagne et l'obtention de données de réponse.

Tableau 17. Rapports de performances

Rapport	Description
Récapitulatif financier de l'offre "Et si"	Ce rapport calcule les performances financières hypothétiques d'une offre en fonction votre saisie. Spécifiez des paramètres pour évaluer les différents scénarios de taux de réponse. Le rapport calcule les performances financières pour six scénarios, en effectuant une incrémentation croissante en fonction du taux de réponse que vous avez spécifié et de l'incrément du taux de réponse. Par exemple, si vous définissez un taux de réponses de 2 % et un incrément de 0,25 %, le rapport renvoie les données de performances pour six scénarios avec des taux de réponses compris entre 2 % et 3,25 %. Vous avez également la possibilité de changer les paramètres de ce rapport, comme le coût par contact, le coût fixe d'exécution d'une offre et le revenu par réponse.
Répartition des réponses par offre détaillées de campagne	Le rapport Répartition des réponses par offre détaillées de campagne fournit des données relatives aux performances de campagne pour les types de réponse d'offre. Il recense toutes les offres associées à une campagne et indique le nombre de réponses pour chaque type de réponse pour tous les canaux. Si l'intégration d'offre eMessage est configurée, ce rapport inclut des informations sur le type de réponse Clic sur le lien eMessage. Les types Page d'arrivée et Message de réponse SMS ne sont pas pris en charge actuellement. Les colonnes qui existent pour ces types de réponse ne sont pas remplies par le processus ETL (extraction, transformation et chargement) pour l'instant.
Récapitulatif financier des campagnes par offre (actuel)	Le rapport Récapitulatif financier des campagnes par offre (actuel) fournit des données financières sur les offres dans les campagnes. Il comprend des données telle que les coûts de contact, les revenus bruts, le bénéfice net et le retour sur investissement.
Performance d'offre de campagne par mois	Le rapport Performances d'offre de campagne par mois présente les performances de campagne pour un mois donné avec les données de performances pour chaque offre de la campagne. Il recense également le nombre d'offres données, le nombre de transactions de réponses et le taux de réponses pour le mois indiqué.

Tableau 17. Rapports de performances (suite)

Rapport	Description
Comparaison des performances de la campagne	Le rapport Comparaison des performances de campagnes compare les performances financières des campagnes. Il comprend des données telles que les transactions de réponses et le taux de réponses, le nombre de répondants uniques et le taux de répondants. Il comprend également des leviers sur les informations de groupe de contrôle qui affichent l'augmentation des réponses par rapport au groupe de contrôle.
Comparaison des performances de campagne (avec recette)	Le rapport Comparaison des performances de campagne (avec revenu) compare les performances financières des campagnes sélectionnées. Il comprend des données telles que le nombre de transactions de réponses, le taux de réponse, le nombre de répondants uniques, le débit des répondants et le revenu réel. Il comprend également des leviers facultatifs sur les informations de groupe de contrôle qui affichent l'augmentation des réponses par rapport au groupe de contrôle.
Comparaison des performances de campagne par initiative	Le rapport Comparaison des performances de campagne par initiative compare les performances financières des campagnes sélectionnées regroupées en fonction des initiatives. Il comprend des données telles que les transactions de réponses et le taux de réponses, le nombre de répondants uniques et le taux de répondants. Il comprend également des leviers facultatifs sur les informations de groupe de contrôle qui affichent l'augmentation des réponses par rapport au groupe de contrôle.
Récapitulatif des performances de campagne par cible	Le rapport Récapitulatif des performances de campagne par cible fournit des données de performance pour les campagnes dotées de cibles regroupées par campagnes correspondantes. Il comprend des données telles que le nombre d'offres données, le nombre de transactions de réponses, le taux de réponse, le nombre de répondants uniques et le débit des répondants. Il comprend également des leviers sur les informations de groupe de contrôle qui affichent l'augmentation des réponses par rapport au groupe de contrôle.
Récapitulatif des performances de campagne par cible (avec recettes)	Le Récapitulatif des performances de la campagne par cible (avec revenu) fournit des données de performances pour les campagnes sélectionnées dotées de cibles regroupées par campagnes correspondantes. Il comprend des données telles que le nombre d'offres données, le nombre de transactions de réponses et le taux de réponses, le nombre de répondants uniques, le taux de répondants et la recette actuelle. Il comprend également des leviers facultatifs sur les informations de groupe de contrôle qui affichent l'augmentation des réponses par rapport au groupe de contrôle. **Remarque :** Ce rapport requiert la zone de suivi supplémentaire Revenu dans la table d'historique des réponses.
Récapitulatif des performances de la campagne par cible et initiative	Le Récapitulatif des performances de la campagne par cible et initiative fournit des données de performances pour les campagnes sélectionnés dotées de cibles regroupées en fonction des campagnes et des initiatives correspondantes. Il comprend des données telles que le nombre d'offres données, le nombre de transactions de réponses et le taux de réponses, le nombre de répondants uniques et le taux de répondants. Il comprend également des leviers facultatifs sur les informations de groupe de contrôle qui affichent l'augmentation des réponses par rapport au groupe de contrôle.
Récapitulatif des performances de campagne par cible et par offre	Le Récapitulatif des performances de la campagne par cible et par offre permet d'afficher les performances de campagne à la fois par offre et par cible dans le même rapport. Chaque campagne est répertoriée, avec chaque cible et les noms d'offre qui lui sont associés. Pour chaque combinaison de cible et d'offre, le rapport affiche le nombre d'offres données, le nombre de transactions de réponses, le taux de réponse, le nombre de destinataires et de répondants uniques et le débit des répondants. Il comprend également des leviers sur les informations de groupe de contrôle qui affichent l'augmentation des réponses par rapport au groupe de contrôle.

Tableau 17. Rapports de performances (suite)

Rapport	Description
Récapitulatif des performances de campagne par cible et par offre (avec recettes)	Le Récapitulatif des performances de la campagne par cible et par offre (avec revenu) permet d'afficher les performances de campagne à la fois par offre et par cible dans le même rapport, ainsi que les informations de revenu. Chaque campagne est répertoriée, avec chaque cible et les noms d'offre qui lui sont associés. Pour chaque combinaison de cible et d'offre, le rapport affiche le nombre d'offres données, le nombre de transactions de réponses, le taux de réponse, le nombre de destinataires et de répondants uniques et le débit des répondants, plus le revenu. Il comprend également des leviers sur les informations de groupe de contrôle qui affichent l'augmentation des réponses par rapport au groupe de contrôle. **Remarque :** Ce rapport requiert la zone de suivi supplémentaire Revenu dans la table d'historique des réponses.
Récapitulatif des performances de la campagne par offre	Le Récapitulatif des performances de la campagne par offre fournit un récapitulatif des performances de la campagne et de l'offre avec les offres sélectionnées regroupées en fonctions des campagnes correspondantes. Il comprend des données telles que le nombre d'offres données, le nombre de transactions de réponses, le taux de réponse, le nombre de répondants uniques et le débit des répondants. Il comprend également des leviers sur les informations de groupe de contrôle qui affichent l'augmentation des réponses par rapport au groupe de contrôle.
Récapitulatif des performances de la campagne par offre (avec recette)	Le Récapitulatif des performances de la campagne par offre (avec revenu) fournit un récapitulatif des performances de l'offre pour les campagnes sélectionnées. Il comprend des données telles que le nombre d'offres données, le nombre de transactions de réponses et le taux de réponses, le nombre de répondants uniques, le taux de répondants et la recette actuelle. Il comprend également des leviers facultatifs sur les informations de groupe de contrôle qui affichent l'augmentation des réponses par rapport au groupe de contrôle.
Performances d'offre par jour	Le rapport Performances d'offre par jour présente les performances d'offre par une date ou une plage de dates données. Il recense le nombre d'offres données, le nombre de transactions de réponse et le taux de réponse à la date ou à la plage de dates indiquée.
Comparaison des performances des offres	Le rapport Comparaison des performances d'offres compare les performances des offres sélectionnées. Il comprend des données telles que le nombre d'offres données, le nombre de transactions de réponses, le taux de réponse, le nombre de répondants uniques et le débit des répondants. Il comprend également des leviers sur les informations de groupe de contrôle qui affichent l'augmentation des réponses par rapport au groupe de contrôle.
Indicateurs des performances d'offre	Le rapport Indicateurs de performances d'offre compare les performances des offres sélectionnées en fonction de diverses attributions de réponses, comme la meilleure correspondance, la correspondance fractionnelle et les correspondances multiples. Il comprend également des leviers facultatifs sur les informations de groupe de contrôle et des différences de pourcentages entre divers débits d'attribution.
Récapitulatif des performances des offres par campagne	Le Récapitulatif des performances des offres par campagne fournit un récapitulatif des performances des offres sélectionnées, par campagne. Il comprend des données telles que le nombre d'offres données, le nombre de transactions de réponses, le taux de réponse, le nombre de répondants uniques et le débit des répondants. Il comprend également des leviers sur les informations de groupe de contrôle qui affichent l'augmentation des réponses par rapport au groupe de contrôle.

Concepts associés :

«Comment procéder au suivi des réponses à une campagne», à la page 200

«Processus réponse», à la page 117

«Réponses directes», à la page 206

«Méthodes d'attribution», à la page 209

Tâches associées :

«Mise à jour de l'historique des réponses», à la page 117

Portlets de rapport IBM Cognos pour Campaign

Les portlets de rapport IBM Cognos sont fournis avec le package de rapports Campaign. Utilisez les portlets de rapport pour analyser les taux de réponse et l'efficacité de la campagne.

Vous pouvez activer, puis ajouter des portlets de tableau de bord prédéfinis à un tableau de bord que vous créez. Pour gérer vos tableaux de bord et y ajouter des portlets, cliquez sur **Tableau de bord > Créer un tableau de bord**.

Tableau 18. Portlets de rapport IBM Cognos pour Campaign

Rapport	Description
Comparaison des retours sur investissement Campaign	Rapport IBM Cognos qui compare, à un niveau élevé, les retours sur investissement des campagnes créées ou mises à jour par l'utilisateur qui consulte le rapport.
Comparaison des taux de réponses Campaign	Rapport IBM Cognos qui compare les taux de réponses d'une ou plusieurs campagnes créées ou mises à jour par l'utilisateur qui consulte le rapport.
Comparaison des chiffres d'affaires par offre Campaign	Rapport IBM Cognos qui compare les revenus perçus à ce jour pour les campagnes contenant des offres créées ou mises à jour par l'utilisateur qui consulte le rapport.
Réponses aux offres au cours des 7 derniers jours	Rapport IBM Cognos qui compare le nombre de réponses reçues au cours des 7 derniers jours pour chaque offre créée ou mise à jour par l'utilisateur qui consulte le rapport.
Comparaison des taux de réponses aux offres	Rapport IBM Cognos qui compare les taux de réponses pour les offres créées ou mises à jour par l'utilisateur qui consulte le rapport.
Répartition des réponses par offre	Rapport IBM Cognos affichant les offres actives créées ou mises à jour par l'utilisateur qui consulte le rapport, divisées en fonction de leur statut.

Portlets de listes de Campaign

Les portlets de liste standard de Campaign sont utilisables sur les tableaux de bord, même si le package de rapports de Campaign n'est pas installé.

Tableau 19. Portlets de listes de Campaign

Rapport	Description
Mes signets personnalisés	Liste de liens vers des sites Web ou fichiers créés par l'utilisateur qui consulte le rapport.
Mes campagnes récentes	Liste des campagnes les plus récentes créées par l'utilisateur qui consulte le rapport.
Mes sessions récentes	Liste des sessions les plus récentes créées par l'utilisateur qui consulte le rapport.
Portlet de contrôle de campagne	Une liste des campagnes qui ont été exécutées ou qui sont exécutées et qui ont été créées par l'utilisateur qui consulte le rapport.

Envoi de rapports par courrier électronique

Si votre serveur SMTP est configuré pour fonctionner avec Cognos, vous pouvez envoyer un rapport par courrier électronique directement depuis Campaign.

Avant de commencer

Si vous avez acquis votre licence Cognos en même temps que vos produits IBM , l'option permettant d'inclure un lien vers le rapport n'est pas prise en charge. Pour utiliser cette fonctionnalité, vous devez acheter une licence complète pour Cognos.

Procédure

1. Une fois l'exécution du rapport terminée, cliquez sur **Conserver cette version** dans la barre d'outils Rapports et sélectionnez l'option **Envoyer le rapport par e-mail** dans la liste. Dans la page de **définition des options d'e-mail** qui s'affiche, spécifiez les destinataires et éventuellement, le texte du message.
2. Pour envoyer le rapport sous forme de pièce jointe dans l'e-mail, cochez la case **Joindre le rapport** et désélectionnez la case **Inclure un lien vers le rapport**.
3. Cliquez sur **OK**. La demande est envoyée à votre serveur de messagerie.

Réexécution de rapports

Les rapports sont générés à partir de la source de données afin d'inclure les données les plus récentes. Si vous pensez que les données ont été changées depuis la dernière exécution du rapport que vous souhaitez afficher et si vous voulez consulter une version à jour, vous pouvez réexécuter le rapport.

Annexe A. Caractères spéciaux dans les noms d'objet IBM Campaign

Certains caractères spéciaux ne sont pas pris en charge dans les noms d'objet IBM Campaign. En outre, certains objets sont soumis à des restrictions de dénomination particulières.

Remarque : Si vous transmettez des noms d'objet à votre base de données (par exemple, si vous utilisez une variable utilisateur contenant un nom du diagramme), vous devez vérifier que le nom d'objet ne contient que des caractères pris en charge par votre base de données. Dans le cas contraire, vous recevez une erreur de base de données.

Concepts associés :

«Présentation de l'espace de travail du diagramme», à la page 25

Tâches associées :

«Création des diagrammes», à la page 28

Référence associée :

«Liste des processus Campaign», à la page 49

Caractères spéciaux non pris en charge

Les caractères spéciaux suivants ne sont pas pris en charge dans les noms de campagnes, de diagrammes, de dossiers, d'offres, de listes d'offres, de segments ou de sessions.

Tableau 20. Caractères spéciaux non pris en charge

Caractère	Description
%	Pourcentage
*	Astérisque
?	Point d'interrogation
|	Pipe (barre verticale)
:	Deux points
,	Virgule
<	Inférieur à
>	Supérieur à
&	Perluète
\	Barre oblique inverse
/	Barre oblique
"	Guillemets doubles
Tabulation	Tabulation

© Copyright IBM Corp. 1998, 2013

Objets non soumis à des restrictions de dénomination

Les objets suivants dans Campaign ne sont soumis à aucune restriction en ce qui concerne l'utilisation de certains caractères dans leur nom :

- les niveaux d'audience (les noms de *zone* sont soumis à des restrictions de dénomination)
- noms d'*affichage* des attributs personnalisés (les noms *internes* des attributs personnalisés sont soumis à des restrictions de dénomination)
- modèles d'offres

Objets soumis à des restrictions de dénomination spécifiques

Les objets suivants dans Campaign sont soumis à des restrictions de dénomination spécifiques :

- Noms *internes* des attributs personnalisés (les noms d'*affichage* des attributs personnalisés ne sont pas soumis à des restrictions de dénomination)
- Noms de *zone* des niveaux d'audience (les noms des niveaux d'audience ne sont pas soumis à des restrictions de dénomination)
- Cibles
- Zones dérivées
- Noms de zone et de table utilisateur

Pour ces objets, les noms doivent :

- contenir uniquement des caractères alphabétiques ou numériques, ou le trait de soulignement (_) ;
- commencer par un caractère alphabétique.

Pour les langues non latines, Campaign prend en charge tous les caractères pris en charge par la chaîne de codage configurée.

Remarque : Les noms de la zone dérivée sont soumis à des restrictions supplémentaires. Pour plus de détails, voir «Restrictions de dénomination pour les zones dérivées», à la page 211.

Annexe B. Conditionnement des fichiers de diagramme pour traitement des incidents

Si vous avez besoin de l'aide d'IBM pour traiter les incidents liés à un diagramme, vous pouvez collecter automatiquement les données pertinentes à envoyer au support technique IBM.

Avant de commencer

Seul un utilisateur qui dispose des droits de modification ou d'exécution d'un diagramme peut exécuter cette procédure. Si vous ne possédez pas de droits d'affichage des journaux, vous ne pouvez pas sélectionner les entrées liées au journal dans la fenêtre de sélection.

Pourquoi et quand exécuter cette tâche

Utilisez cette tâche pour conditionner les fichiers de données du diagramme de manière à pouvoir les envoyer au support technique IBM. Vous pouvez spécifier les éléments à inclure et indiquer des plages de dates afin de limiter le volume de données. Les données sont enregistrées dans le dossier de votre choix, dont le contenu pourra ensuite être compressé et envoyé au support technique IBM.

Procédure

1. Ouvrez un diagramme en mode **Edition**.
2. Sélectionnez **Admin** > **Collecter les données du diagramme**.
3. Dans la fenêtre Créer un package de données pour la résolution des problèmes, tapez un nom pour le package ou conservez le nom par défaut. Le nom du package permet de créer un sous-dossier dans lequel les éléments de données sélectionnés seront enregistrés.
4. Cliquez sur **Parcourir** et sélectionnez le dossier dans lequel le package de données sera enregistré.
5. Sélectionnez les éléments que vous souhaitez inclure dans le package ou cochez la case **Sélectionner les éléments par défaut** pour sélectionner toutes les données qui sont généralement requises. Certains éléments, une fois sélectionnés, peuvent permettre d'entrer des informations supplémentaires.

   Pour plus d'informations, voir «Options de conditionnement des données de diagramme», à la page 262.
6. Cliquez sur **OK** pour créer le package.
7. Envoyez le package de données au support technique IBM par email ou via la méthode recommandée par votre responsable de l'assistance technique. Le support technique IBM accepte les données non compressées (l'intégralité du sous-répertoire du package), mais vous pouvez les compresser, chiffrer et regrouper dans un même fichier avant de les envoyer.

Résultats

En plus des éléments de données que vous sélectionnez, Campaign crée un fichier de récapitulatif qui identifie :

- La date et l'heure actuelles
- Le numéro de version et de build du logiciel

© Copyright IBM Corp. 1998, 2013

- Votre nom d'utilisateur
- Les sélections que vous avez incluses dans le package
- Le nom et l'ID de la campagne
- Le nom et l'ID de la campagne

Options de conditionnement des données de diagramme

Sélectionnez **Admin** > **Collecter les données du diagramme** pour conditionner des fichiers de diagramme à envoyer au support technique d'IBM . Lorsque le système vous y invite, spécifiez les options décrites dans cette rubrique.

Tableau 21. Options de conditionnement des données de diagramme

Elément	Description de ce qui est inclus	Spécifications supplémentaires que vous pouvez définir
Case à cocher **Sélectionner les éléments par défaut**	Toutes les données généralement requises pour la résolution des problèmes liés aux diagrammes et notamment tous les éléments répertoriés à l'exception des fichiers journaux et du contenu de la table utilisateur et de la table de l'historique des contacts.	
Diagramme	Fichier `.ses` du diagramme.	**Inclure les résultats d'exécution ?** inclut ou exclut éventuellement les fichiers de données d'exécution, également appelés fichiers "underscore".
Journal des diagrammes	Fichier `.log` du diagramme.	Définit éventuellement des dates et heures de début et de fin. Si vous ne les définissez pas, l'intégralité du fichier journal est pris en compte par défaut.
Journal du programme d'écoute	Fichier `unica_aclsnr.log`.	Définit éventuellement des dates et heures de début et de fin. Si vous ne les définissez pas, l'intégralité du fichier journal est pris en compte par défaut.
Journal de démarrage	Fichier `AC_sess.log`.	Définit éventuellement des dates et heures de début et de fin. Si vous ne les définissez pas, l'intégralité du fichier journal est pris en compte par défaut.
Journal des messages Web	Fichier `AC_web.log`.	Définit éventuellement des dates et heures de début et de fin. Si vous ne les définissez pas, l'intégralité du fichier journal est pris en compte par défaut.
Configuration de Campaign	Fichier `.config`, qui répertorie les propriétés de configuration et les paramètres de votre environnement Campaign pour vous aider à résoudre les problèmes du diagramme.	
Attributs de campagne personnalisés	Fichier `customcampaignattributes.dat`, qui répertorie les paires de nom et de valeur d'attribut des attributs Campaign personnalisés. Seules les entrées liées à la campagne en cours sont incluses.	
Attributs de cible personnalisés	Fichier `customcellattributes.dat`, qui répertorie les paires de nom et de valeur d'attribut des attributs de cible Campaign personnalisés. Seules les entrées liées à la campagne en cours sont incluses.	

Tableau 21. Options de conditionnement des données de diagramme (suite)

Elément	Description de ce qui est inclus	Spécifications supplémentaires que vous pouvez définir
Définitions d'offres	Toutes les lignes sont incluses pour chacune des tables système suivantes liées aux offres :`UA_AttributeDef.dat`, `UA_Folder.dat`, `UA_Offer.dat`, `UA_OfferAttribute.dat`, `UA_OfferList.dat`, `UA_OfferListMember.dat`, `UA_OfferTemplate.dat`, `UA_OfferTemplAttr.dat`, `UA_OfferToProduct.dat`, `UA_Product.dat`, `UA_ProductIndex.dat`	
Données de la liste des populations ciblées	Fichier `targetcellspreadsheet.dat`, qui inclut les données de `UA_TargetCells` pour l'intégralité de la liste des populations ciblées. Inclut les données de la campagne es cours, au format texte délimité par une colonne/ligne.	
Définitions de macros personnalisées	Fichier custommacros.dat, qui inclut les zones suivantes de `UA_CustomMacros`, au format colonne/ligne : `Name`, `FolderID`, `Description`, `Expression`, `ExpressionType`, `DataScrName`, `DataVarType`, `DataVarNBytes`, `CreateDate`, `CreatedBy`, `UpdateDate`, `UPdateBy`, `PolicyIS`, `ACLID`	
Mapping de table système	Fichier `systablemapping.xml`. Inclut tous les mappages de table système, y compris la source de données.	
+ Inclure le contenu de la table système	Lorsque vous sélectionnez cette option, la liste est étendue à toutes les tables système.	Sélectionnez chacune des tables système à inclure. La table entière sera incluse (toutes les lignes et toutes les colonnes). Si vous ne sélectionnez aucune sous-option, le package ne comprendra aucune table système.
+ Inclure les tables de l'historique des contacts	Lorsque vous sélectionnez cette option, l'affichage est étendu aux tables de l'historique des contacts et d'historique des contacts détaillé pour chaque niveau d'audience.	Pour chaque ensemble que vous sélectionnez, le package inclut les enregistrements d'historique des contacts et d'historique des contacts détaillé de ce niveau d'audience. Vous pouvez éventuellement définir des horodatages de début et de fin. Si vous ne les définissez pas, tous les enregistrements sont inclus par défaut. Si vous ne sélectionnez pas de sous-option, le package ne contient pas d'informations sur les tables de l'historique des contacts.

Tableau 21. Options de conditionnement des données de diagramme (suite)

Elément	Description de ce qui est inclus	Spécifications supplémentaires que vous pouvez définir
+ Inclure les tables d'historique des réponses	Lorsque vous sélectionnez cette option, l'affichage est étendu aux tables d'historique des réponses de tous les niveaux d'audience.	Pour chaque table que vous sélectionnez, le package inclut les enregistrements d'historique des réponses de ce niveau d'audience. Pour chaque table que vous sélectionnez, vous pouvez éventuellement définir des horodatages de début et de fin. Si vous ne les définissez pas, tous les enregistrements sont inclus par défaut. Si vous ne sélectionnez pas de table, le package ne contient pas d'informations sur les tables d'historique des réponses.
+ Inclure le contenu de la table utilisateur	Lorsque vous sélectionnez cette option, l'affichage est étendu au contenu de la table utilisateur que vous pouvez sélectionner pour le package.	Sélectionnez les tables utilisateur du diagramme à inclure. Si vous ne sélectionnez aucune table, me package n'inclut aucun contenu de table utilisateur. Pour chaque table utilisateur que vous sélectionnez, vous pouvez éventuellement définir le nombre maximal de lignes à inclure. Si vous ne définissez pas un nombre maximal de lignes, le package inclut toute la table.
+ Inclure les segments stratégiques	Lorsque vous sélectionnez cette option, l'affichage est étendu à tous les segments stratégiques que vous pouvez sélectionner pour le package.	Sélectionnez les données de segment pour chaque segment stratégique depuis le diagramme que vous souhaitez inclure.
+ Inclure les fichiers de suivi de la pile	Option uniquement disponible pour les versions Unix. Lorsque vous sélectionnez cette option, l'affichage est étendu à la liste des fichiers de suivi de la pile (`*.stack`) dans le même répertoire que `unica_aclsnr.log`.	Sélectionnez les fichiers de suivi de la pile à inclure dans le package. Si vous ne sélectionnez aucune sous-option, le package n'inclut pas de fichiers de suivi de la pile.

Avant de contacter le support technique d'IBM

Si vous rencontrez un problème que vous ne parvenez pas à résoudre en consultant la documentation, le correspondant désigné pour le support technique de votre entreprise peut contacter le support technique d'IBM. Utilisez les instructions de cette section pour garantir la résolution efficace de votre problème.

Si vous n'êtes pas le correspondant désigné pour le support technique dans votre société, contactez l'administrateur IBM pour plus d'informations.

Informations à réunir

Avant de contacter le support technique d'IBM, rassemblez les informations suivantes :

- Brève description de la nature du problème rencontré
- Messages d'erreur détaillés s'affichant lorsque le problème se produit
- La liste des étapes complètes permettant de reproduire l'erreur.
- Fichiers journaux, fichiers de session, fichiers de configuration et fichiers de données connexes
- Les informations sur l'environnement de votre système et de votre produit , que vous pouvez obtenir en procédant comme indiqué dans la section "Informations système".

Informations système

Lorsque vous appellerez le support technique d'IBM, vous devrez sans doute fournir des informations relatives à votre environnement.

Si le problème rencontré ne vous empêche pas de vous connecter, vous trouverez la plupart de ces informations sur la page A propos de, qui fournit des informations sur les applications IBM installées.

Pour accéder à la page A propos de, sélectionnez **Aide > A propos de**. Si vous ne pouvez pas accéder à la page A propos de, recherchez un fichier `version.txt` situé dans le répertoire d'installation de votre application.

Informations de contact du support technique d'IBM

Pour savoir comment contacter le support technique IBM, consultez le site Web de support technique IBM : (http://www.ibm.com/support/entry/portal/open_service_request).

Remarque : Pour entrer une demande de support, vous devez vous connecter avec un compte IBM. Ce compte doit être lié à votre numéro de client IBM. Pour en savoir plus sur l'association de votre compte avec votre numéro client IBM, voir **Ressources de support>Soutien de logiciels autorisés** sur le portail de support.

© Copyright IBM Corp. 1998, 2013

Remarques

Le présent document peut contenir des informations ou des références concernant certains produits, logiciels ou services IBM non annoncés dans ce pays. Pour plus de détails, référez-vous aux documents d'annonce disponibles dans votre pays, ou adressez-vous à votre partenaire commercial IBM. Toute référence à un produit, logiciel ou service IBM n'implique pas que seul ce produit, logiciel ou service IBM puisse être utilisé. Tout autre élément fonctionnellement équivalent peut être utilisé, s'il n'enfreint aucun droit d'IBM. Il est de la responsabilité de l'utilisateur d'évaluer et de vérifier lui-même les installations et applications réalisées avec des produits, logiciels ou services non expressément référencés par IBM.

IBM peut détenir des brevets ou des demandes de brevet couvrant les produits mentionnés dans le présent document. La remise de ce document ne vous accorde aucun droit de licence sur ces brevets ou demandes de brevet. Si vous désirez recevoir des informations concernant l'acquisition de licences, veuillez en faire la demande par écrit à l'adresse suivante :

IBM Director of Licensing
IBM Corporation
North Castle Drive
Armonk, NY 10504-1785
U.S.A.
Pour le Canada, veuillez adresser votre courrier à :

IBM Director of Commercial Relations
IBM Canada Ltd
3600 Steeles Avenue East
Markham, Ontario
L3R 9Z7 Canada

Les informations sur les licences concernant les produits utilisant un jeu de caractères double octet peuvent être obtenues par écrit à l'adresse suivante :

Intellectual Property Licensing
Legal and Intellectual Property Law
IBM Japan, Ltd.
19-21, Nihonbashi-Hakozakicho, Chuo-ku
Tokyo 103-8510, Japon

Le paragraphe suivant ne s'applique ni au Royaume-Uni, ni dans aucun pays dans lequel il serait contraire aux lois locales. LE PRESENT DOCUMENT EST LIVRE EN L'ETAT SANS AUCUNE GARANTIE EXPLICITE OU IMPLICITE. IBM DECLINE NOTAMMENT TOUTE RESPONSABILITE RELATIVE A CES INFORMATIONS EN CAS DE CONTREFAÇON AINSI QU'EN CAS DE DEFAUT D'APTITUDE A L'EXECUTION D'UN TRAVAIL DONNE. Certaines juridictions n'autorisent pas l'exclusion des garanties implicites, auquel cas l'exclusion ci-dessus ne vous sera pas applicable.

Le présent document peut contenir des inexactitudes ou des coquilles. Ce document est mis à jour périodiquement. Chaque nouvelle édition inclut les mises à jour. IBM peut, à tout moment et sans préavis, changer les produits et logiciels décrits dans ce document.

© Copyright IBM Corp. 1998, 2013

Les références à des sites Web non IBM sont fournies à titre d'information uniquement et n'impliquent en aucun cas une adhésion aux données qu'ils contiennent. Les éléments figurant sur ces sites Web ne font pas partie des éléments du présent produit IBM et l'utilisation de ces sites relève de votre seule responsabilité.

IBM pourra utiliser ou diffuser, de toute manière qu'elle jugera appropriée et sans aucune obligation de sa part, tout ou partie des informations qui lui seront fournies.

Les licenciés souhaitant obtenir des informations permettant : (i) l'échange des données entre des logiciels créés de façon indépendante et d'autres logiciels (dont celui-ci), et (ii) l'utilisation mutuelle des données ainsi échangées, doivent adresser leur demande à :

IBM Corporation
170 Tracer Lane
Waltham, MA 02451
U.S.A.

Ces informations peuvent être soumises à des conditions particulières, prévoyant notamment le paiement d'une redevance.

Le logiciel sous licence décrit dans ce document et tous les éléments sous licence disponibles s'y rapportant sont fournis par IBM conformément aux dispositions du Livret contractuel (LC7), des Conditions internationales d'utilisation de logiciels IBM ou de tout autre accord équivalent.

Les données de performance indiquées dans ce document ont été déterminées dans un environnement contrôlé. Par conséquent, les résultats peuvent varier de manière significative selon l'environnement d'exploitation utilisé. Certaines mesures évaluées sur des systèmes en cours de développement ne sont pas garanties sur tous les systèmes disponibles. En outre, elles peuvent résulter d'extrapolations. Les résultats peuvent donc varier. Il incombe aux utilisateurs de ce document de vérifier si ces données sont applicables à leur environnement d'exploitation.

Les informations concernant des produits non IBM ont été obtenues auprès des fournisseurs de ces produits, par l'intermédiaire d'annonces publiques ou via d'autres sources disponibles. IBM n'a pas testé ces produits et ne peut confirmer l'exactitude de leurs performances ni leur compatibilité. Elle ne peut recevoir aucune réclamation concernant des produits non IBM. Toute question concernant les performances de produits non IBM doit être adressée aux fournisseurs de ces produits.

Toute instruction relative aux intentions d'IBM pour ses opérations à venir est susceptible d'être changée ou annulée sans préavis, et doit être considérée uniquement comme un objectif.

Tous les tarifs indiqués sont les prix de vente actuels suggérés par IBM et sont susceptibles d'être changés sans préavis. Les tarifs appliqués peuvent varier selon les revendeurs.

Le présent document peut contenir des exemples de données et de rapports utilisés couramment dans l'environnement professionnel. Ces exemples mentionnent des noms fictifs d'individus, de sociétés, de marques ou de produits à des fins

illustratives ou explicatives uniquement. Toute ressemblance avec des noms d'individus, de sociétés ou des données réelles serait purement fortuite.

LICENCE DE COPYRIGHT :

Le présent guide contient des exemples de programmes d'application en langage source destinés à illustrer les techniques de programmation sur différentes plateformes d'exploitation. Vous avez le droit de copier, de modifier et de distribuer ces exemples de programmes sous quelque forme que ce soit et sans paiement d'aucune redevance à IBM, à des fins de développement, d'utilisation, de vente ou de distribution de programmes d'application conformes aux interfaces de programmation des plateformes pour lesquels ils ont été écrits ou aux interfaces de programmation IBM. Ces exemples de programmes n'ont pas été rigoureusement testés dans toutes les conditions. Par conséquent, IBM ne peut garantir expressément ou implicitement la fiabilité, la maintenabilité ou le fonctionnement de ces programmes. Les exemples de programmes sont fournis en l'état, sans garantie d'aucune sorte. IBM ne pourra en aucun cas être tenue responsable des dommages liés à l'utilisation des exemples de programmes.

Si vous visualisez ces informations en ligne, il se peut que les photographies et illustrations en couleur n'apparaissent pas à l'écran.

Marques

IBM, le logo IBM et ibm.com sont des marques d'International Business Machines dans de nombreux pays. Les autres noms de produits et de services peuvent être des marques d'IBM ou d'autres sociétés. La liste actualisée de toutes les marques d'IBM est disponible sur la page Web «Copyright and trademark information» à l'adresse www.ibm.com/legal/copytrade.shtml.

Règles de confidentialité et conditions d'utilisation

Les Logiciels IBM, y compris les Logiciels sous forme de services ("Offres Logiciels") peuvent utiliser des cookies ou d'autres technologies pour collecter des informations sur l'utilisation des produits, améliorer l'acquis utilisateur, personnaliser les interactions avec celui-ci, ou dans d'autres buts. Un cookie est une donnée qu'un site Web peut envoyer à votre navigateur et qui peut ensuite être stockée sur votre ordinateur sous la forme d'une balise identifiant ce dernier. Bien souvent, aucune information personnelle identifiable n'est collectée par les Offres Logiciels. Si la présente Offre Logiciels utilise des cookies pour collecter des informations personnelles identifiables, des informations spécifiques sur cette utilisation sont fournies ci-dessous.

Selon la configuration déployée, la présente Offre Logiciels peut utiliser des cookies de session et des cookies persistants destinés à collecter le nom et le mot de passe des utilisateurs pour les fonctions de gestion des session et d'authentification, pour faciliter l'utilisation des produits, ou pour d'autres objectifs de suivi de l'utilisation ou fonctionnels. Ces cookies peuvent être désactivés mais leur désactivation élimine également la fonctionnalité qu'ils activent.

Diverses juridictions régulent la collecte d'informations personnelles via les cookies et autres technologies similaires. Si les configurations déployées de cette Offre Logiciels vous permettent, en tant que client, de collecter des informations permettant d'identifier les utilisateurs par l'intermédiaire de cookies ou par d'autres techniques, vous devez solliciter un avis juridique sur la réglementation applicable à ce type de collecte, notamment en termes d'information et de consentement.

IBM demande à ses clients (1) de fournir un lien clair et visible vers les conditions d'utilisation et la politique de protection des renseignements personnels du site Web du Client, ainsi qu'un lien vers la collecte de données et les pratiques d'utilisation d'IBM et du Client, (2) de signaler que les cookies et les images de pistage (clear gifs/web beacons) sont copiés sur l'ordinateur du visiteur par IBM au nom du Client, et de fournir une explication sur l'objectif et l'utilisation de ces technologies, et (3) selon les conditions requises par la loi, d'obtenir le consentement des visiteurs du site Web avant de placer les cookies et les images de pistage déposés par le Client ou par IBM au nom du Client sur leurs machines.

Pour plus d'informations sur l'utilisation à ces fins des différentes technologies, y compris celle des cookies, consultez les Points principaux de la Déclaration IBM de confidentialité sur Internet à l'adresse http://www.ibm.com/privacy/fr/fr et la section "Cookies, pixels espions et autres technologies" de la Déclaration IBM de confidentialité sur Internet à l'adresse : http://www.ibm.com/privacy/details/fr/fr.

IBM®