IBM Campaign
Versión 9 Release 1.1
18 de febrero de 2015

Guía del usuario

Note

Before using this information and the product it supports, read the information in “Notices” en la página 273.

Esta edición se aplica a la versión 9, release 1, modificación 1 de IBM Campaign y a todos los releases y modificaciones subsiguientes mientras no se indique lo contrario en nuevas ediciones.

© Copyright IBM Corporation 1998, 2014.

Contenido

Capítulo 1. Descripción general de IBM Campaign 1
conceptos de IBM Campaign 1
Requisitos previos para utilizar IBM Campaign . . . 3
Cómo empezar con IBM Campaign 4
Nombre de usuario y contraseña 4
El rol y los permisos 5
Niveles de seguridad en Campaign 5
Inicio de sesión en IBM EMM 5
Establecimiento de la página de inicio 6
Hoja de ruta de la documentación de IBM Campaign 7

Capítulo 2. Integración de IBM Campaign con otros productos de IBM . 9
Descripción general de la integración de IBM Opportunity Detect con Campaign 10
Descripción general de la integración de ofertas de eMessage con IBM Campaign 10
Visión general de la integración de IBM Silverpop Engage con IBM Campaign 11
Descripción general de la integración de IBM SPSS Modeler Advantage Marketing Edition con IBM Campaign 12
Descripción general de la integración de IBM Marketing Operations con IBM Campaign 13
Acerca de las campañas heredadas 13
Gestión de ofertas en sistemas Marketing Operations-Campaign integrados 14
Introducción a la utilización de datos de IBM Digital Analytics en campañas de marketing 14

Capítulo 3. Gestión de campañas . . . 17
Antes de empezar a crear campañas 17
Ejemplo: Campaña de retención multicanal 18
Acceso a campañas 20
Creación de campañas 21
Edición de campañas 21
Organización de campañas en carpetas 22
Impresión de campañas 23
Supresión de campañas 23
Cómo utilizar grupos de control para medir los resultados de la campaña 24
Asociación de celdas de control a celdas objetivo 25
Navegación desde una campaña heredada enlazada a un proyecto de Marketing Operations 25

Capítulo 4. Gestión de diagramas de flujo 27
Descripción general del espacio de trabajo de diagrama de flujo 27
Ajuste del aspecto del diagrama de flujo. 30
Creación de diagramas de flujo 31
Consideraciones en el diseño de diagramas de flujo 32
Anotación de diagramas de flujo 32
Ejecuciones de prueba para diagramas de flujo . . 34
Prueba de un diagrama de flujo 35
Prueba de una rama de diagrama de flujo . . . 35
Validación de diagramas de flujo 36
Validación de diagramas de flujo 36
Ejecución de diagramas de flujo 37
Ejecución de un diagrama de flujo. 37
Ejecución de una rama del diagrama de flujo . . 37
Puesta en pausa de un diagrama de flujo . . . 38
Detención de la ejecución de un diagrama de flujo 38
Continuación de un diagrama de flujo detenido 38
Continuación de la ejecución de un diagrama de flujo en pausa 39
Resolución de errores en tiempo de ejecución . . 39
Copia de diagramas de flujo. 39
Edición de diagramas de flujo 40
Apertura de un diagrama de flujo para edición 40
Edición de las propiedades de un diagrama de flujo 41
Visualización de diagramas de flujo en modo de solo lectura 41
Visualización de dos diagramas de flujo uno al lado de otro 42
Revisión de diagramas de flujo 42
Supresión de diagramas 43
Impresión de diagramas de flujo 44
Especificación de dónde guardar un archivo de registro de diagrama de flujo 44
Análisis de la calidad de sus selecciones de diagrama de flujo 44
Visualización de información acerca de todas las celdas de un diagrama de flujo (informe de lista de celdas) 45
Análisis de una característica de una celda (informe de análisis de variable de celda) . . . 46
Análisis de dos características de una celda simultáneamente (informe de tabla de referencias cruzadas de variables de celda). 47
Visualización del contenido de celdas (informe de contenido de celda). 48
Análisis de celdas en cascada en procesos en sentido descendente (informe de celdas en cascada) 48
Impresión o exportación de informes de celda de diagrama de flujo 51

Capítulo 5. Configuración del proceso 53
Visión general del proceso 53
Lista de procesos de Campaign. 53
Tipos de procesos 55
Procesos de manipulación de datos. 55
Procesos de ejecución 56
Procesos de optimización 56

© Copyright IBM Corp. 1998, 2014

Orígenes de datos para procesos 57
Manipulación de cuadros de proceso en diagramas de flujo 57
Adición de procesos a diagramas de flujo . . . 58
Cómo determinar el estado de un proceso . . . 60
Conexión de procesos en diagramas de flujo . . 60
Modificación del aspecto de las líneas de conexión 62
Supresión de una conexión entre dos procesos. . 62
Copia de procesos dentro de un diagrama de flujo 63
Copia de procesos entre diagramas de flujo. . . 63
Movimiento de procesos en diagramas de flujo 64
Supresión de procesos de diagramas de flujo . . 65
Ejecución o prueba de un proceso 65
Proceso Selección 66
Selección de una lista de contactos. 66
Segmentos de IBM Digital Analytics en campañas como objetivo 68
Proceso Fusión 71
Fusión y supresión de contactos 71
Proceso Segmentación 73
Consideraciones a la hora de segmentar 73
Segmentación de datos por campo. 75
Segmentación de datos con consultas 79
Proceso Muestreo 80
División de contactos en grupos de muestras . . 80
Acerca del calculador del tamaño de la muestra 82
Proceso Audiencia 84
Niveles de audiencia 85
Householding 85
Cuándo se conmutan niveles de audiencia . . . 86
Ejemplo: proceso Audiencia 86
Ejemplo: filtrado de registros 87
Cambio y filtro de los niveles de audiencia . . . 87
Proceso Extracción 95
Ejemplo: extracción de datos de transacciones . . 96
Requisitos previos a la extracción de datos desde las páginas de destino de eMessage. 97
Extracción de subconjuntos de datos para proceso y manipulación adicionales 97
Proceso Instantánea 101
Tomar una instantánea de datos para exportar a una tabla o archivo 101
Proceso Planificación 104
Diferencia entre el proceso Planificación de IBM Campaign y el Planificador de IBM EMM . . . 105
Desencadenantes de entrada y de salida . . . 105
Procesos Planificación en un diagrama de flujo en ejecución 107
Proceso Cubo 108
Creación de un cubo multidimensional de atributos 109
Proceso Crear segmento 110
Creación de segmentos para uso global en varias campañas 110
Asociación de segmentos estratégicos con campañas. 112
Proceso Lista de correo 113
Configuración de procesos de contacto (Lista de correo o Telemarketing) 113
Proceso Telemarketing 119
Proceso Seguimiento 119
Seguimiento del historial de contactos 120
Proceso Respuesta 122
Actualización del historial de respuestas . . . 123
Análisis de campos para obtener vistas previas de valores de sus datos de usuario 126
Renovación de recuentos de análisis 127
Restricción de la entrada en el análisis 127
Inhabilitación del análisis 128
Cambio del número máximo de segmentos de perfil 128
Análisis de valores de campo por metatipo . . 129
Inserción de una categoría de análisis en una consulta 129
Impresión de datos del perfil 130
Exportación de datos del perfil 130
Salto de ID duplicados en la salida de un proceso 131

Capítulo 6. Utilización de consultas para seleccionar datos 133

Creación de consultas con Apuntar y pulsar . . . 133
Creación de consultas con Generador de texto . . 134
Creación de consultas con Ayuda de fórmulas . . 135
Creación de consultas SQL sin formato 136
Directrices para consultas SQL 137
Especificación de sentencias SQL de pre o postprocesamiento. 138
Utilización de los tokens TempTable y OutputTempTable en las consultas en SQL sin formato 139
Referenciación de tablas de Extracción en consultas en SQL sin formato 140
Cómo se evalúan las consultas en los procesos de Campaign 141

Capítulo 7. Gestión de ofertas 143

Atributos de oferta 143
Versiones de una oferta 144
Plantillas de oferta 145
Tratamientos 145
Creación de ofertas 146
Edición de ofertas 149
Activos digitales de otros productos de IBM EMM 149
Visualización y edición de activos de eMessage que están enlazados a una oferta de Campaign . 149
Introducción a la utilización de activos de Marketing Operations en ofertas de Campaign . 150
Asignación de ofertas a celdas en un diagrama de flujo 153
Asociación de ofertas relacionadas con campañas 154
Productos relevantes para ofertas. 155
Asignación de productos relevantes a una oferta 155
Cambio de la lista de productos relevantes para una oferta 156
Duplicación de ofertas 156
Duplicación de una oferta de la página de ofertas. 157
Duplicación de una oferta de la página de resumen de la oferta 157

Agrupación de ofertas 157
utilizando atributos 158
Agrupación de ofertas en carpetas 158
Movimiento de ofertas o listas de ofertas 158
Retirada de ofertas o listas de ofertas 159
Supresión de ofertas o listas de ofertas 159
Supresión de una oferta o lista de ofertas . . . 160
Búsqueda de ofertas 160
Búsqueda de ofertas con **Búsqueda avanzada** 161
Análisis de ofertas. 161
Listas de ofertas 162
Listas de ofertas inteligentes 162
Listas de ofertas estáticas 163
Seguridad y listas de ofertas 163
Creación de listas de ofertas estáticas 163
Creación de listas de ofertas inteligentes . . . 164
Edición de listas de ofertas 165
Cómo retirar listas de ofertas 165
Asignación de listas de ofertas a celdas. . . . 165

Capítulo 8. Gestión de celdas objetivo 167
Generación de celdas en un diagrama de flujo . . 167
Limitación del tamaño de las celdas de salida . . 168
procesos que reciben entrada de una celda de salida 168
Limitación del tamaño de celda de salida en función del tamaño de celda de entrada . . . 169
procesos que reciben entrada de una tabla. . . 170
Aplicación de limitaciones en el tamaño de celda de salida en ejecuciones de prueba . . . 171
Cambio del valor de inicio aleatorio para la selección de registro 172
Nombes y códigos de celda 172
Ejemplos: escenarios de renombrado de celdas 173
Cambio del nombre de celda 176
Restablecimiento del nombre de celda 176
Modificación del código de celda. 177
Acerca de copiar y pegar nombres y códigos de celda 178
Hojas de cálculo de celdas objetivo 179
Gestión de hojas de cálculo de celdas objetivo 180
Enlace de celdas del diagrama de flujo a una TCS 187

Capítulo 9. Historial de contactos. . . 193
Descripción general del historial de contactos y los niveles de audiencia 193
Cómo se actualizan las tablas del historial de contactos 194
Historial de tratamientos (UA_Treatment) . . . 195
Historial de contactos base (UA_ContactHistory) 196
Historial de contactos detallado (UA_DtlContactHist) 198
Historial de ofertas 198
Actualización del historial de contactos realizando una ejecución de producción 198
Escenario de Opciones del historial de ejecución 199
Especificación de una tabla de base de datos para el registro de contactos 199
Especificación de un archivo de salida para el registro de contactos 200
Inhabilitación de la escritura en el historial de contactos 201
Borrado de los historiales de contactos y respuestas 202

Capítulo 10. Seguimiento de respuestas de campaña 205
Cómo realizar un seguimiento de las respuestas a una campaña 206
Utilización de varios diagramas de flujo de seguimiento de respuestas 207
Seguimiento de respuestas utilizando códigos de oferta multiparte 209
Ámbito de fecha en el seguimiento de respuestas 209
Seguimiento de las respuestas de los controles . . 210
Seguimiento de respuestas a ofertas personalizadas 210
Tipos de respuesta. 211
Categorías de respuesta 211
Respuestas directas 212
Respuestas deducidas 214
Métodos de atribución 215
La mejor coincidencia 216
Coincidencia fraccional 216
Coincidencia múltiple 216

Capítulo 11. Objetos almacenados 217
Campos derivados. 217
Restricciones de nombres para campos derivados 218
Creación de campos derivados 218
Creación de un campo derivado a partir de una existente 219
Creación de un campo derivado basado en una macro 219
Cómo hacer que los campos derivados sean persistentes 219
Almacenamiento de campos derivados 222
Utilización y gestión de campos derivados almacenados 222
Variables de usuario 223
Creación de variables de usuario 223
Macros personalizadas 224
Creación de macros personalizadas 225
Directrices para la utilización de macros personalizadas 226
Organización y edición de macros personalizadas 229
Plantillas 229
Copia de una plantilla en la biblioteca de plantillas 229
Cómo pegar una plantilla de la biblioteca de plantillas 230
Organización y edición de plantillas. 230
Catálogo de tablas almacenado 231
Acceso a catálogos de tablas almacenados . . . 231
Edición de catálogos de tablas. 231
Supresión de catálogos de tablas 231

Capítulo 12. Diagramas de flujo de sesión 233
Descripción general de las sesiones 234
Creación de sesiones 234
Adición de diagramas de flujo a sesiones 234
Edición de diagramas de flujo de sesión 234
Organización de sesiones en carpetas 235
Movimiento de sesiones 236
Visualización de sesiones 237
Edición de sesiones 237
Supresión de sesiones 237
Acerca de los segmentos estratégicos 238
Mejora del rendimiento de los segmentos estratégicos 238
Requisitos previos de la creación de segmentos estratégicos 239
Creación de segmentos estratégicos 239
Visualización de segmentos estratégicos . . . 240
Edición de los detalles del resumen de un segmento estratégico 241
Edición del diagrama de flujo de origen de un segmento estratégico 241
Ejecución de segmentos estratégicos 242
Organización de segmentos estratégicos . . . 242
Supresión de segmentos estratégicos. 245
Acerca de las supresiones globales y de los segmentos de supresión global 245
Aplicación de supresiones globales 246
Inhabilitación de supresiones globales 246
Acerca de las jerarquías de dimensiones 247
Ejemplos: jerarquías de dimensiones. 247
Creación de jerarquías de dimensiones 248
Actualización de una jerarquía de dimensiones 249
Carga de una jerarquía de dimensiones almacenada 249
Acerca de los cubos 250

Capítulo 13. Descripción general de informes de IBM Campaign 253
Utilización de informes durante el desarrollo del diagrama de flujo 254
Utilización de informes para analizar campañas y ofertas. 254
Lista de informes de IBM Campaign 256
Informes de rendimiento de IBM Campaign . . . 259
Portlets de informe de IBM Cognos para Campaign 262
Portlets de lista de Campaign 263
Envío de informes por correo electrónico 263
Nueva ejecución de un informe 264

Apéndice A. Caracteres especiales en nombres de objeto de IBM Campaign . 265
Caracteres especiales no admitidos 265
Objetos sin restricciones de nombre 266
Objetos con restricciones de nombre específicas . . 266

Apéndice B. Empaquetado de archivos de diagrama de flujo para la resolución de problemas 267
Opciones de empaquetado de los datos de diagrama de flujo 268

Before you contact IBM technical support 271

Notices 273
Trademarks 275
Privacy Policy and Terms of Use Considerations 275

Capítulo 1. Descripción general de IBM Campaign

IBM® Campaign es una solución basada en web que le permite diseñar, ejecutar y analizar campañas de marketing directas.

Normalmente los profesionales de marketing utilizan Campaign de las maneras siguientes:

- Los administradores realizan tareas iniciales y actuales como el ajuste de los valores de configuración, la correlación de las tablas de base de datos y la definición de los atributos personalizados y las plantillas de ofertas.
- Los usuarios crean y ejecutan las campañas de marketing directo.

Para realizar una campaña de marketing, empiece definiendo ofertas para audiencias de destino. Luego se crea un diagrama de flujo, que proporciona una representación visual de la lógica de la campaña. Parte de la creación de un diagrama de flujo implica asociar ofertas con público objetivo.

Para diseñar las campañas, puede utilizar datos de varios orígenes, incluyendo bases de datos relacionales y archivos sin formato. Por ejemplo, puede seleccionar datos de contactos de una base de datos, fusionarlos con datos de clientes de un archivo sin formato y, a continuación, suprimir, segmentar y realizar un muestreo de los datos. Para acceder y manipular datos, IBM Campaign, da soporte a la utilización de SQL sin formato, macros y funciones. Sin embargo, no es necesario saber SQL para utilizar Campaign.

Después de crear un diagrama de flujo y asignar ofertas a varios segmentos, ejecute el diagrama de flujo para generar una lista de contactos. Para controlar la temporización de sus campañas de marketing, puede planificar diferentes campañas para que se ejecuten en momentos diferentes.

Durante el curso de una campaña, se almacenan el historial de contactos y el historial de respuestas. Campaign utiliza estos historiales para rastrear y analizar los resultados de la campaña, para que pueda refinar sus campañas a lo largo del tiempo.

IBM Campaign consta de un servidor de programa de fondo y un servidor de aplicaciones web, además de la seguridad, la autenticación y la autorización que se suministran por IBM Marketing Platform.

Nota: IBM Marketing Platform proporciona un punto de acceso común y una interfaz de usuario para Campaign y otras aplicaciones, además de las características relacionadas con la seguridad y configuración.

conceptos de IBM Campaign

Existen varios conceptos básicos que le pueden ayudar a comprender cómo utilizar IBM Campaign para crear y gestionar campañas de marketing.

Campañas

Cada campaña se define mediante un objetivo de negocio, una iniciativa definida por la corporación específica de su plan de marketing y un rango de fechas

© Copyright IBM Corp. 1998, 2014

durante el cual la campaña es efectiva. Por ejemplo, puede crear una campaña de retención para distribuir una oferta a clientes que de lo contrario podrían perderse por deserción.

Diagramas de flujo

Cada campaña de marketing consta de uno o varios diagramas de flujo. Por ejemplo, una campaña de marketing puede constar de un diagrama de flujo que proporcione ofertas a los clientes seleccionados y otro diagrama de flujo para realizar el seguimiento de las respuestas a las ofertas, para la creación de informes y análisis.

Cada diagrama de flujo hace uso de uno o varios orígenes de datos. Un origen de datos contiene información sobre sus clientes, posibles clientes o productos, para su uso en campañas de marketing. Por ejemplo, un diagrama de flujo puede extraer los nombres y direcciones de contactos de una base de datos y obtener información de otro origen.

Un diagrama de flujo realiza una secuencia de acciones en los datos de marketing. Para definir las acciones, se utilizan bloques de construcción denominados *procesos*, que se conectan y configuran. Estos procesos componen el diagrama de flujo.

Para implementar la campaña, se ejecutan los diagramas de flujo. Puede ejecutar cada diagrama de flujo manualmente, mediante un planificador o en respuesta a algún desencadenante definido.

Los usuarios con licencia de Interact pueden utilizar IBM Campaign para ejecutar *diagramas de flujo interactivos* en tiempo real que dependen de la aparición de un evento. Para obtener más información sobre los diagramas de flujo, consulte la publicación *Interact Guía del usuario*.

Procesos

Cada diagrama de flujo se compone de procesos, o cuadros de proceso, que se han configurado y conectado para realizar tareas específicas en una campaña o sesión. Por ejemplo, un proceso Selección puede seleccionar los clientes que desea como objetivo, y un proceso Fusión puede combinar dos grupos distintos de audiencia.

Los procesos de cada diagrama de flujo se configuran y conectan para lograr objetivos de marketing específicos. Por ejemplo, un diagrama de flujo puede constar de procesos que seleccionen destinatarios cualificados para una campaña de correo directo, asignen diversas ofertas a los destinatarios y, a continuación, generen una lista de correo. Otro de diagrama de flujo puede realizar un seguimiento de las personas que responden a su campaña, por lo que puede calcular su retorno de la inversión.

Sesiones

Las sesiones proporcionan una manera de crear artefactos globales, persistentes, para su uso en todas las campañas. Cada sesión contiene al menos un diagrama de flujo. La ejecución de un diagrama de flujo de sesión hace que los resultados de la sesión (los artefactos de datos) estén disponibles globalmente para todas las campañas.

Un uso típico de un diagrama de flujo de sesión es crear *segmentos estratégicos*, que son segmentos que se pueden utilizar en varias campañas. Por ejemplo, puede

crear segmentos estratégicos para opt-ins u opt-outs, y luego utilizar esos segmentos en diversas campañas de marketing.

Ofertas

Una oferta representa un único mensaje de marketing, que puede ser entregado de diversas formas. Las ofertas pueden reutilizarse:

- en campañas diferentes
- en distintos puntos en el tiempo
- para diferentes grupos de personas (celdas) de un diagrama de flujo
- como "versiones" distintas (mediante la variación de los atributos parametrizados de la oferta)

Puede asignar ofertas a celdas objetivo en diagramas de flujo utilizando uno de los procesos de contacto, como Lista de correo o Telemarketing. Puede realizar un seguimiento de los resultados de la campaña capturando datos sobre los clientes que han recibido la oferta y los que han respondido.

Celdas

Una celda es una lista de identificadores, como los ID de clientes o de posibles clientes, de su base de datos. Las celdas se crean mediante la configuración y ejecución de procesos de manipulación de datos en diagramas de flujo. Por ejemplo, un proceso Selección puede generar una celda de salida que conste de hombres entre las edades de 25 y 34.

Una celda de salida se puede utilizar como entrada para otros procesos en el mismo diagrama de flujo.Por ejemplo, dos procesos Selección pueden seleccionar clientes de diferentes orígenes de datos. A continuación, un proceso Fusión en sentido descendente puede combinar los resultados.

Una de celdas que tiene una oferta asignada se denomina *celda objetivo*. Una celda objetivo es un grupo de personas homogéneas, tal como la define el nivel de audiencia, como clientes individuales o cuentas de unidades familiares.

Por ejemplo, se pueden crear celdas para clientes de alto valor, clientes que prefieren comprar por Internet, cuentas de pago único, clientes que han optado por recibir comunicaciones por correo electrónico o compradores fieles que repiten. Cada celda que se crea puede tratarse de forma diferente, y recibir ofertas o comunicaciones a través de canales diferentes.

Las celdas que contienen ID cualificados para recibir una oferta pero que están excluidos de recibir la oferta a efectos de análisis se denominan *celdas de control*. En IBM Campaign los controles son siempre controles de resistencia.

Requisitos previos para utilizar IBM Campaign

Antes de empezar a utilizar IBM Campaign, confirme que el entorno cumple los requisitos siguientes.

- Para obtener una experiencia de usuario mejorada, utilice al menos una pantalla de 21".
- Para obtener una experiencia de usuario mejorada, defina su resolución de pantalla a 1600 x 900. Las resoluciones más bajas pueden provocar que alguna

información no se visualice correctamente. Si utiliza una resolución menor, maximice la ventana del navegador para ver más contenido.

- Lo mejor para navegar por la interfaz de usuario es el ratón.
- No utilice los controles de navegador para navegar. Por ejemplo, evite utilizar los botones Atrás y Adelante. En lugar de esto, utilice los controles que están en la interfaz de usuario.
- Si está instalado el software bloqueador de ventanas emergentes (bloqueador de publicidad) en la máquina cliente, IBM Campaign podría no funcionar correctamente. Para obtener los mejores resultados, inhabilite el software bloqueador de ventanas emergentes al ejecutar IBM Campaign.
- Asegúrese de que el entorno técnico cumple los requisitos mínimos del sistema y las plataformas soportadas.*
- Se deben utilizar el navegador y las versiones correctos.*
- Borre la memoria caché de navegador tras actualizar o aplicar cualquier fixpack. Esto solo se debe realizar una vez, una vez actualizada la aplicación.
- Si utiliza Internet Explorer (IE) con IBM Campaign o cualquier módulo que utiliza diagramas de flujo de Campaign (eMessage, Contact Optimization, Interact, Distributed Marketing): Para iniciar sesión varias veces para ver información en paralelo, abra IE e inicie sesión en IBM EMM. A continuación, seleccione **Archivo** > **Nueva sesión** en la barra de menús de IE. En la nueva ventana del navegador IE, inicie sesión en IBM EMM como el mismo usuario o uno diferente.

  Importante: No utilice ningún otro método para abrir varias sesiones. Por ejemplo, no abra una pestaña nueva; no abra otra sesión de navegador desde el menú **Inicio** o el icono de escritorio; y no utilice **Archivo > Nueva ventana** en IE. Estos métodos pueden dañar la información que se muestra en la aplicación.

*Si desea más detalles sobre los elementos indicados mediante un asterisco, consulte *IBM Enterprise Marketing Management (EMM) Recommended Software Environments and Minimum System Requirements*.

Cómo empezar con IBM Campaign

Antes de poder realizar trabajo significativo en Campaign, se necesita alguna configuración inicial. Las tablas de base de datos deben estar correlacionadas, puede que deban crearse objetos de datos tales como segmentos, dimensiones o cubos, y deben planificarse y diseñarse campañas individuales.

Normalmente, estas tareas se completan con la ayuda de un consultor de IBM . Después de realizar el trabajo inicial, puede diseñar y ejecutar campañas adicionales usted mismo y puede refinar, expandir y construir sobre las campañas iniciales según sea necesario.

Para obtener información sobre la configuración y administración inicial y en curso, consulte la *Guía de instalación de Campaign* y *Campaign Guía del administrador*.

Nombre de usuario y contraseña

Para acceder a Campaign, debe tener una combinación de nombre de usuario y contraseña creada para usted en Marketing Platform, y también debe disponer de autorización para acceder a Campaign.

Si no tiene un nombre de usuario y contraseña válidos, póngase en contacto con su administrador del sistema.

El rol y los permisos

El nombre de usuario en Campaign está asociado con uno o varios roles, tales como Revisor, Diseñador y Gestor. Los administradores definen roles específicos de su organización. Los roles determinan las funciones que puede realizar en Campaign. La seguridad a nivel de objeto implementada por la organización determinará si se pueden realizar dichas funciones sobre objetos específicos. Si necesita acceder a objetos o realizar tareas que los permisos no permiten, póngase en contacto con su administrador del sistema.

Niveles de seguridad en Campaign

En Campaign, los valores de seguridad controlan la capacidad de acceder a las funciones y los objetos con los que puede trabajar.

La seguridad en Campaign funciona a dos niveles.

- **Funcional –** Determina las acciones que puede realizar en los tipos de objetos, en función de los roles a los que pertenece. La organización define estos roles en la implementación. Cada rol tiene un conjunto de permisos asociados que determinan qué acciones un usuario que pertenece a dicho rol puede realizar. Por ejemplo, si es un usuario al que se ha asignado un rol que se denomina "Administrador", puede tener permisos para correlacionar y suprimir tablas del sistema. Si es un usuario que tiene asignado un rol que se denomina "Revisor", se le pueden denegar los permisos para correlacionar y suprimir tablas del sistema.
- **Objeto –** Define los tipos de objeto en los que puede realizar las acciones que tiene permitidas. Es decir, incluso si pertenece a un rol que tenga permisos generales para editar campañas, la seguridad a nivel de objeto de Campaign se puede configurar de modo que no pueda acceder a campañas que estén en unas carpetas en particular. Por ejemplo, si pertenece a la división A, independientemente de sus roles funcionales, puede no tener permitido acceder al contenido de las carpetas que pertenecen a la división B.

Inicio de sesión en IBM EMM

Utilice este procedimiento para iniciar la sesión en IBM EMM.

Antes de empezar

Necesita lo siguiente.

- Una conexión de intranet (red) para acceder a su servidor de IBM EMM.
- Un navegador soportado instalado en el sistema.
- Un nombre de usuario y una contraseña para iniciar sesión en IBM EMM.
- El URL para acceder a IBM EMM en la red.

El URL es:

`http://`*`host.dominio.com:puerto`*`/unica`

donde

`host` es la máquina donde está instalado Marketing Platform.

`dominio.com` es el dominio en el que reside la máquina host

puerto es el número de puerto en el que el servidor de aplicaciones de Marketing Platform escucha.

Nota: El procedimiento siguiente supone que está iniciando la sesión en una cuenta que tiene acceso de Administrador a Marketing Platform.

Procedimiento

Acceda al URL de IBM EMM utilizando su navegador.

- Si IBM EMM se ha configurado para integrarse con Windows Active Directory o con la plataforma de control de acceso web y ha iniciado la sesión en dicho sistema, aparece la página predeterminada del panel de control. El inicio de sesión está completado.
- Si ve la pantalla de inicio de sesión, inicie la sesión utilizando las credenciales predeterminadas del administrador. En un entorno de inicio de sesión único, utilice `asm_admin` con `password` como contraseña. En un entorno con varias particiones, utilice `platform_admin` con `password` como contraseña.

  Una solicitud le pedirá que cambie la contraseña. Puede especificar la contraseña existente, pero para garantizar una buena de seguridad, debe elegir una nueva.
- Si IBM EMM se ha configurado para usar SSL, es posible que se le indique aceptar un certificado de seguridad digital, la primera vez que inicie sesión. Pulse **Sí** para aceptar el certificado.

Si el inicio de sesión resulta satisfactorio, IBM EMM muestra la página predeterminada del panel de control.

Resultados

Con los permisos predeterminados asignados a las cuentas de administrador de Marketing Platform, puede administrar las cuentas y seguridad de los usuarios mediante las opciones del menú **Configuración**. Para realizar las tareas de administración de más alto nivel para los paneles de control de IBM EMM, debe iniciar la sesión como **platform_admin**.

Establecimiento de la página de inicio

La página de inicio es la que se visualiza cuando inicia sesión en IBM EMM. La página de inicio predeterminada es el panel de control predeterminado, pero puede especificar fácilmente una página de inicio diferente.

Si no quiere visualizar una página de panel de control al iniciar sesión en IBM EMM, puede seleccionar una página de alguno de los productos IBM instalados como página de inicio.

Para establecer como página de inicio la página que está viendo, seleccione **Valores > Establecer página actual como página de inicio**. Las páginas que puede seleccionar como página de inicio están determinadas por cada producto de IBM EMM y por los permisos que tenga el usuario en IBM EMM.

En cualquier página que esté viendo, si la opción **Establecer página actual como página de inicio** está habilitada, puede establecer la página como página de inicio.

Hoja de ruta de la documentación de IBM Campaign

IBM Campaign proporciona documentación y ayuda para los usuarios, los administradores y los desarrolladores.

Tabla 1. Puesta en funcionamiento

Tarea	Documentación
Descubra nuevas características, problemas conocidos y limitaciones	*Notas del release de IBM Campaign*
Aprenda la estructura de las tablas del sistema Campaign	*IBM Campaign System Tables and Data Dictionary*
Instale o actualice Campaign	Una de las siguientes guías: • *IBM Campaign Guía de instalación* • *IBM Campaign Guía de actualización*
Implementar los informes de IBM Cognos proporcionados con Campaign	*IBM EMM Reports Guía de instalación y configuración*

Tabla 2. Configurar y utilizar Campaign

Tarea	Documentación
• Ajustar los valores de configuración y seguridad • Preparar Campaign para los usuarios • Ejecutar utilidades y realizar mantenimiento • Conozca las integraciones	*IBM Campaign Guía del administrador*
• Crear y desplegar campañas de marketing • Analizar los resultados de la campaña	*IBM Campaign Guía del usuario*
Mejorar el rendimiento del diagrama de flujo	*IBM Campaign Tuning Guide*
Utilice las funciones de Campaign	*IBM Macros para IBM EMM Guía del usuario*

Tabla 3. Integrar Campaign con otros productos

Tarea	Documentación
Integración con eMessage	Las *guías de instalación y actualización de IBM Campaign* explican cómo instalar y preparar los componentes de eMessage en el entorno local. La publicación *IBM eMessage Guía de inicio y del administrador* explica cómo conectarse a los recursos de mensajería alojados. La publicación *IBM Campaign Administrator's Guide* explica cómo configurar la integración de ofertas.
Integración con Digital Analytics	*IBM Campaign Guía del administrador*
Integración con IBM SPSS Modeler Advantage Marketing Edition	*IBM Campaign y IBM SPSS Modeler Advantage Marketing Edition Guía de integración*
Integración con Marketing Operations	*IBM Marketing Operations y IBM Campaign Guía de integración*
Integración con Opportunity Detect	*IBM Opportunity Detect Guía del usuario*
Integración con Silverpop Engage	*IBM Campaign y IBM Silverpop Engage Guía de integración*

Tabla 4. Desarrollar para Campaign

Tarea	Documentación
Desarrollar procedimientos personalizados con la API	• *IBM CampaignEspecificación de la API de servicios* • JavaDocs en `devkits\CampaignServicesAPI`
Desarrollar plugins Java™ o ejecutables de la línea de comandos para añadir validación a Campaign	• *IBM CampaignGuía PDK de validación* • JavaDocs en `devkits\validation`

Tabla 5. Obtener ayuda

Tarea	Instrucciones
Abrir la ayuda en línea	1. Elija **Ayuda > Ayuda para esta página** para abrir un tema de ayuda según contexto. 2. Pulse el icono **Mostrar navegación** en la ventana de ayuda para visualizar la ayuda completa.
Obtener PDF	Utilice cualquiera de los métodos siguientes: • Elija **Ayuda > Documentación del producto** para acceder a los PDF de Campaign. • Elija **Ayuda > Toda la documentación de IBM EMM Suite** para acceder a toda la documentación disponible. • Acceda a toda la documentación durante el proceso de instalación desde el instalador de IBM EMM.
Obtener soporte	Vaya a http://www.ibm.com/ y haga clic en **Soporte y descargas** para acceder al portal de soporte de IBM .

Capítulo 2. Integración de IBM Campaign con otros productos de IBM

IBM Campaign se integra de manera opcional con algunos otros productos de IBM EMM.

Para ver instrucciones de integración, consulte la documentación incluida con cada aplicación, además de cualquier documento mencionado a continuación.

- **IBM Digital Analytics**: utilizan los segmentos de herramientas de análisis web en diagramas de flujo de IBM Campaign. Las instrucciones de integración se incluyen en la publicación *IBM Campaign Administrator's Guide*.
- **IBM eMessage**: construye campañas de marketing por correo electrónico con un objetivo y cuantificables.Las *guías de instalación y actualización de IBM Campaign* explican cómo instalar y preparar los componentes de eMessage en el entorno local.La publicación *IBM eMessage Guía de inicio y del administrador* explica cómo conectarse a los recursos de mensajería alojados. La publicación *IBM Campaign Administrator's Guide* explica cómo configurar la integración de ofertas.
- **IBM Marketing Operations**: Integrar operaciones de gestión de recursos de marketing. Consulte *IBM Marketing Operations y la IBM Campaign Guía de integración*.
- **IBM Opportunity Detect**: Identificar comportamientos y patrones de cliente especificado en los datos de cliente y responderlos en las campañas. Opportunity Detect genera un registro de resultado para cada conjunto de transacciones que cumple los criterios especificados en el sistema desencadenante. Defina las transacciones y los patrones que busca Opportunity Detect y especifique los datos que se escriben en la base de datos cuando se cumplen estos criterios. IBM Campaign puede utilizar los datos de resultado desde IBM Opportunity Detect para comunicarse con los clientes para los cuales se ha encontrado un determinado evento. Consulte la publicación *IBM Opportunity Detect User's Guide*.
- **IBM Silverpop Engage**: combina las prestaciones de mensajería basadas en la nube de Engage con las prestaciones de segmentación de IBM Campaign. La integración proporciona a los usuarios de marketing digital la capacidad de personalizar y realizar el seguimiento de cada interacción de cliente, comunicarse a través de varios canales y proteger datos personales confidenciales. la integración se basa en un paquete de scripts que se descarga y configura para permitir un intercambio seguro y automatizado de datos de segmentación, contacto y seguimiento entre Campaign y Engage. Consulte *IBM Campaign y la Guía de integración de IBM Silverpop Engage*.
- **IBM SPSS Modeler Advantage Marketing Edition**: proporciona una solución de modelo predictivo automatizado para los usuarios de marketing de base de datos. Cuando los productos están integrados, podrá realizar el modelado y la puntuación en el diagrama de flujo de IBM Campaign. Consulte *IBM Campaign y la IBM SPSS Modeler Advantage Marketing Edition Guía de integración*.

© Copyright IBM Corp. 1998, 2014

Descripción general de la integración de IBM Opportunity Detect con Campaign

Cuando Opportunity Detect se integra con Campaign, los datos sobre las transacciones de cliente generadas por Opportunity Detect se pueden utilizar en sus diagramas de flujo de Campaign.

Opportunity Detect le permite buscar comportamientos y patrones de cliente especificados en sus datos de cliente. El usuario define las transacciones y los patrones que Opportunity Detect busca y especifica los datos que se graban en la base de datos cuando se cumplen tales criterios.

Por ejemplo, podría configurar Opportunity Detect para proporcionar datos sobre cantidades de compras no habituales o un rechazo en una actividad. Tal vez desee utilizar estos datos para indicar a los clientes de una campaña de goteo para promoción o retención.

La configuración de la integración se describe en la publicación *IBM Campaign - Guía del administrador*. Para obtener más detalles sobre Opportunity Detect consulte las publicaciones *IBM Opportunity Detect - Guía del usuario* y *IBM Opportunity Detect - Guía del administrador*.

Descripción general de la integración de ofertas de eMessage con IBM Campaign

Si el administrador de Campaign ha habilitado la integración de ofertas de eMessage, las ofertas de Campaign pueden asociarse con activos de eMessage.

Cuando la integración de ofertas está configurada:

- Los usuarios de marketing de canales cruzados pueden crear y utilizar las mismas ofertas de marketing en varios canales para medir la efectividad de las ofertas en los canales. Por ejemplo, se puede comparar el correo electrónico con el correo directo.
- Los informes de rendimiento de Campaign muestran la suma de todos los contactos o respondedores de todos los canales que se han utilizado. Puede personalizar los informes para desglosar la información por canal.
- El informe de desglose de respuestas de oferta de campaña analiza las pulsaciones de enlaces de eMessage que están asociados con ofertas. Este informe lista todas las ofertas asociadas con una campaña y el número de respuestas para cada canal.

Cuando la integración de ofertas está configurada, el flujo de trabajo básico para los usuarios de eMessage es:

1. Utilizar Campaign para crear atributos de oferta, plantillas de oferta y ofertas, como haría normalmente, con las excepciones siguientes:
   - Las listas de ofertas no están soportadas porque solo se puede asociar una oferta a un activo digital.
   - No puede utilizar Campos derivados en los atributos de oferta de eMessage porque no puede completar Campos derivados en eMessage. Sin embargo, puede utilizar Campos derivados en una oferta si esa oferta también puede ser objetivo en otro canal.

- Puede completar atributos de oferta parametrizados con un valor constante. Sin embargo, no puede utilizar Campos derivados para el canal de correo electrónico y no puede cambiar los valores por destinatario.

2. Utilizar eMessage como haría normalmente, con una adición: debe asociar una oferta de Campaign con un activo digital en la Biblioteca de contenido de eMessage.
3. Añadir el activo y su oferta asociada a una comunicación por correo electrónico.
4. Si desea modificar la oferta, abra la página de resumen en Campaign. Pulse **Enlazar a activo digital de IBM eMessage** en la parte superior de la página de resumen de la oferta para ver una lista de activos de eMessage relacionados con la oferta. Efectúe una doble pulsación en un activo para abrirlo en la Biblioteca de contenido de eMessage.
5. Enviar el envío de correos.

   Los destinatarios abren el correo electrónico y pulsan en los enlaces de la oferta.

   eMessage recibe las respuestas y las procesa utilizando un proceso de ETL configurable y acaban en la base de datos de Campaign.

   Campaign comprueba si se ha actualizado la oferta y los datos de contacto a intervalos planificados por el administrador de Campaign. Campaign procesa la información de oferta y contacto y la mueve a las tablas de informe adecuadas.
6. Utilizar los informes de eMessage como lo haría normalmente. Además, se puede utilice el comando de desglose de respuestas de oferta de campaña para analizar las respuestas a sus ofertas.

La integración de ofertas de eMessage depende de un proceso de ETL para coordinar la información de oferta y respuesta entre eMessage y Campaign:

- Para configurar Campaign para la integración de ofertas de eMessage, consulte la publicación *Campaign Guía del administrador*.
- Para utilizar eMessage, consulte la publicación *IBM eMessage Guía del usuario*.

Tareas relacionadas:

"Visualización y edición de activos de eMessage que están enlazados a una oferta de Campaign" en la página 149

Visión general de la integración de IBM Silverpop Engage con IBM Campaign

La integración de IBM Campaign con IBM Silverpop Engage combina las herramientas de segmentación de precisión de Campaign con las prestaciones de mensajería robustas y basadas en la nube de IBM Silverpop Engage. Esta solución integrada proporciona a los usuarios de marketing digital la capacidad de personalizar y realizar el seguimiento de cada interacción de cliente, comunicarse a través de varios canales y proteger datos personales confidenciales.

Mediante la integración, puede cargar datos de contacto y segmentación de Campaign en las bases de datos, listas de contactos y tablas relacionales de Engage. Las herramientas de mensajería de Engage proporcionan la capacidad de utilizar la información de Campaign para destinarla a audiencias específicas, personalizar individualmente cada mensaje y llegar a clientes actuales y potenciales a través de correo electrónico y mensajes de texto SMS. Desde Engage,

puede descargar datos de contacto y seguimiento de nuevo en Campaign para volver a establecer el destino de los respondedores de mensajes a fin de continuar la conversación de marketing.

La integración de Campaign con la solución Engage se basa en un paquete de scripts que se descarga y configura para permitir un intercambio seguro y automatizado de datos de segmentación, contacto y seguimiento entre Campaign y Engage. Puede ejecutar la carga de datos y la descarga de scripts desde una línea de mandatos o automatizar el intercambio de datos añadiendo los scripts a diagramas de flujo de Campaign.

Descripción general de la integración de IBM SPSS Modeler Advantage Marketing Edition con IBM Campaign

Cuando utilice IBM Campaign y IBM SPSS Modeler Advantage Marketing Edition en un entorno integrado, puede modelar y puntuar dentro del diagrama de flujo de IBM Campaign.

Cuando cree un modelo en IBM SPSS Modeler Advantage Marketing Edition, genera una corriente de modelado que puede utilizar en un diagrama de flujo de IBM Campaign. El diagrama de flujo define la lógica de campaña. A continuación, puede utilizar uno o varios modelos para puntuar su público objetivo para la campaña. Puede acceder a IBM SPSS Modeler Advantage Marketing Edition directamente desde de un diagrama de flujo de IBM Campaign, por lo tanto, puede crear, editar y seleccionar modelos mientras está diseñando una campaña de marketing. También puede configurar diagramas de flujo para automatizar las actualizaciones de modelo y puntuación por lotes.

Cambios de IBM PredictiveInsight

Si ha utilizado previamente IBM PredictiveInsight, ya no podrá utilizar los cuadros de proceso de modelo de legado y de puntuación. Tras instalar IBM Campaign versión 9.1.0 o posterior, los cuadros de proceso de modelo de legado y de puntuación están sin configurar en diagramas de flujo existentes.

Debe volver a crear manualmente los modelos predictivos utilizando IBM SPSS Modeler Advantage Marketing Edition o utilizando el cuadro de proceso de modelado de SPSS.

Nota: Los cuadros de proceso de modelo de legado y de puntuación están inactivos y no se pueden ejecutar. Sin embargo, se pueden visualizar para detalles de configuración.

Para migrar desde PredictiveInsight, debe completar las tareas siguientes:

- Suprima instancias del cuadro de proceso de modelado y sustitúyalas con el cuadro de proceso de modelado de SPSS.
- Suprima instancias del cuadro de proceso de Puntuación y sustitúyalas con el cuadro de proceso de puntuación de SPSS.
- Vuelva a configurar los cuadros de proceso en sentido descendente que utilizan campos de puntuación de legado para utilizar los nuevos campos de puntuación de SPSS.

Para obtener más información, consulte la publicación *IBM Campaign and IBM SPSS Modeler Advantage Marketing Edition Integration Guide*.

Descripción general de la integración de IBM Marketing Operations con IBM Campaign

Campaign puede integrarse con Marketing Operations para utilizar sus características de gestión de recursos de marketing para crear, planificar y aprobar campañas.

Cuando se integra Campaign con Marketing Operations, muchas de las tareas que antes se hacían en un entorno autónomo de Campaign se realizan en Marketing Operations. Puede realizar las siguientes tareas de Campaign en Marketing Operations cuando los productos están integrados.

- Trabajo con campañas:
  - Creación de campañas
  - Visualización de campañas
  - Supresión de campañas
  - Trabajo con los detalles del resumen de campañas
- Trabajo con hojas de cálculo de celdas objetivo
- Asignación de ofertas a celdas
- Especificación de celdas de control
- Creación y completado de atributos de campaña personalizados
- Creación y completado de atributos de celda personalizados

Estas tareas se explican en la *Guía de integración de Marketing Operations y de Campaign*.

Las siguientes tareas se realizan en Campaign tanto en entornos autónomos como integrados:

- Creación de diagramas de flujo
- Ejecución de diagramas de flujo
- Análisis detallado de campañas/ofertas/celdas
- Creación de informes de rendimiento de campañas (dependiendo del paquete de informes instalado)

Si la integración de ofertas también está habilitada, puede realizar las tareas siguientes en Marketing Operations:

- Diseño de ofertas
  - Definición de atributos de oferta
  - Creación de plantillas de oferta
- Creación, aprobación, publicación, edición y retirada de ofertas
- Organización de ofertas en listas de ofertas y carpetas de ofertas

Acerca de las campañas heredadas

Las campañas heredadas son campañas que se han creado en Campaign (o Affinium Campaign 7.x) antes de habilitar la integración entre Marketing Operations y Campaign. En un entorno integrado, Campaign puede configurarse para acceder a los siguientes tipos de campañas heredadas:

- Las campañas creadas en Campaign autónomo (tanto si es en la versión actual como en una versión anterior de Campaign) antes de que se habilitara la integración. Estas campañas no pueden enlazarse a los proyectos de Marketing Operations.

- Las campañas creadas en Affinium Campaign 7.x y enlazadas a proyectos de Affinium Plan 7.x. La funcionalidad de estas campañas no ha cambiado desde la versión 7.x de estos productos, basándose en la correlación de datos entre los atributos en ambos productos.

Puede utilizar Campaign para acceder a ambos tipos de campañas heredadas y trabajar con ellos, incluso después de que la integración esté habilitada.

Tareas relacionadas:

"Navegación desde una campaña heredada enlazada a un proyecto de Marketing Operations" en la página 25

Gestión de ofertas en sistemas Marketing Operations-Campaign integrados

Si su entorno de IBM Campaign está integrado con IBM Marketing Operations, se trabaja con las ofertas de una de las dos formas.

- Si el sistema está configurado para que las ofertas se gestionen por Marketing Operations, se utiliza la opción **Ofertas** del menú **Operaciones**. Para obtener información sobre la creación de ofertas de esta manera, consulte *IBM Marketing Operations y IBM Campaign Guía de integración*.
- Si el sistema está configurado de modo que las ofertas se gestionan a través de Campaign, se utiliza la opción **Ofertas** del menú **Campaña**.

Pregunte al administrador del sistema qué opción de gestión de ofertas está configurada en su sistema.

Introducción a la utilización de datos de IBM Digital Analytics en campañas de marketing

Si tiene IBM Digital Analytics, puede definir segmentos basados en criterios de visita y de nivel de vista. Si se integra IBM Digital Analytics con IBM Campaign, los segmentos pueden estar disponibles en Campaign para su uso en diagramas.

Luego puede emplear Campaign para utilizar los segmentos como objetivo en campañas de marketing. Esta funcionalidad de "segmentación en línea" proporciona una forma automática de incorporar datos de IBM Digital Analytics en las campañas.

Los usuarios de Campaign que adquieren y configuran eMessage y las herramientas de análisis de post-click también pueden utilizar los segmentos de IBM Digital Analytics. Las herramientas de análisis de post-click hacen el seguimiento del comportamiento de los clientes a partir del click-through de un correo electrónico o página de destino hospedada y la navegación posterior por el sitio web (dentro de la misma visita o sesión) para examinar o comprar. Los diseñadores de Campaign pueden utilizar las herramientas de análisis para determinar cómo crear campañas de seguimiento.

Nota: eMessage requiere pasos de integración independientes. Consulte la documentación que se proporciona con eMessage.

- La configuración de la integración se explica en la publicación *Campaign Guía del administrador*.

- La utilización de los segmentos definidos por IBM Digital Analytics en Campaign se explica en “Segmentos de IBM Digital Analytics en campañas como objetivo” en la página 68.

Capítulo 3. Gestión de campañas

Puede crear, ver, editar, suprimir, organizar y realizar operaciones similares en campañas de marketing. Cada campaña está definida por su objetivo de negocio, iniciativa y rango de fechas efectivas. Una campaña siempre consta de al menos un diagrama de flujo, donde se seleccionan los destinatarios y se asignan ofertas.

Por ejemplo, puede tener un diagrama de flujo que identifique una lista de posibles clientes que recibirán una o más ofertas. Cuando ejecuta el diagrama de flujo, se genera una lista de contactos (por ejemplo, una lista de envío de correos) y la información se registra en el historial de contactos.

Una campaña típica también tiene un diagrama de flujo independiente que realiza un seguimiento de las respuestas a la campaña. Después de que la campaña se ejecute, cree o actualice el diagrama de flujo de respuestas para registrar y analizar las respuestas a sus ofertas.

Puede añadir más diagramas de flujo a una campaña al analizar y refinar los resultados. Las campañas más complejas pueden constar de varios diagramas de flujo para gestionar varios flujos de ofertas.

Nota: Si Campaign está integrado con Marketing Operations, puede utilizar proyectos de campaña en Marketing Operations para trabajar con campañas. Si el sistema integrado está configurado para acceder a campañas heredadas, puede abrirlas seleccionando **Campaña > Campañas** y pulsando la carpeta **Proyectos de campaña**. Las campañas heredadas son campañas que se han creado en IBM Campaign antes de habilitar la integración. Para obtener más información, consulte el apartado "Descripción general de la integración de IBM Marketing Operations con IBM Campaign" en la página 13.

Para poder trabajar con las campañas es necesario tener los permisos adecuados. Para obtener información sobre los permisos, consulte la *Campaign Guía del administrador*.

Tareas relacionadas:

"Creación de campañas" en la página 21

"Edición de campañas" en la página 21

Antes de empezar a crear campañas

Antes de empezar a utilizar IBM Campaign para crear campañas de marketing, se deben realizar algunas tareas iniciales importantes. Algunas de estas tareas iniciales, como la creación de plantillas de ofertas, las realizan normalmente los administradores.

Una de las tareas iniciales más importantes es hacer que la información acerca de los clientes y los productos esté disponible para Campaign. Para acceder a los datos de usuario, Campaign necesita saber qué tablas o archivos del origen de datos se deben utilizar. Para hacer que los datos estén disponibles para su uso en Campaign, las tablas de base de datos y archivos de la empresa deben estar correlacionados con Campaign. Generalmente, un administrador realiza este paso.

© Copyright IBM Corp. 1998, 2014

Un administrador también crea plantillas de oferta, segmentos estratégicos y otros objetos de datos para utilizarlos en campañas. Para obtener más información, consulte la publicación *Campaign Guía del administrador*.

Después de crear los objetos iniciales y de correlacionar las tablas, puede empezar a crear campañas de marketing.

Con frecuencia, el primer paso es diseñar la campaña en papel o en IBM Marketing Operations para poder determinar el flujo de trabajo. Identifique los objetivos de la campaña, decida las ofertas que desea realizar, los clientes que se deben incluir o excluir y si se van a utilizar grupos de control. Después de este diseño inicial, puede utilizar Campaign para crear campañas de marketing para conseguir sus objetivos.

Cada campaña de marketing se compone de uno o varios diagramas de flujo. Cada diagrama de flujo realiza una secuencia de acciones en los datos de cliente. Un diagrama de flujo se compone de cuadros de proceso interconectados, que se pueden configurar para realizar la selección de datos reales, la manipulación y el seguimiento de respuestas necesarios para su campaña. Cada cuadro de proceso realiza una acción específica, como seleccionar clientes, segmentarlos, fusionar los datos o generar una lista de correo o telemarketing. Al configurar y conectar los cuadros de proceso en un diagrama de flujo, puede determinar la lógica de su campaña.

Las ofertas se crean fuera del diagrama de flujo, y se asignan cuando se configura un cuadro de proceso de contacto, como una lista de correo o telemarketing, en un diagrama de flujo. Las ofertas también se pueden asignar en una hoja de cálculo de celdas objetivo (TCS), que proporciona una matriz visual de los segmentos y ofertas.

Se utiliza Campaign para definir las ofertas. A continuación, se crea un diagrama de flujo donde se seleccionan clientes o posibles clientes, se asignan ofertas a las selecciones y se genera una lista de contactos. Cuando los clientes responden, se puede utilizar otro diagrama de flujo para realizar un seguimiento de los resultados de la campaña.

Para obtener un ejemplo de dos diagramas de flujo diseñados para una campaña de retención utilizando varios canales para entregar una oferta, consulte “Ejemplo: Campaña de retención multicanal”.

Ejemplo: Campaña de retención multicanal

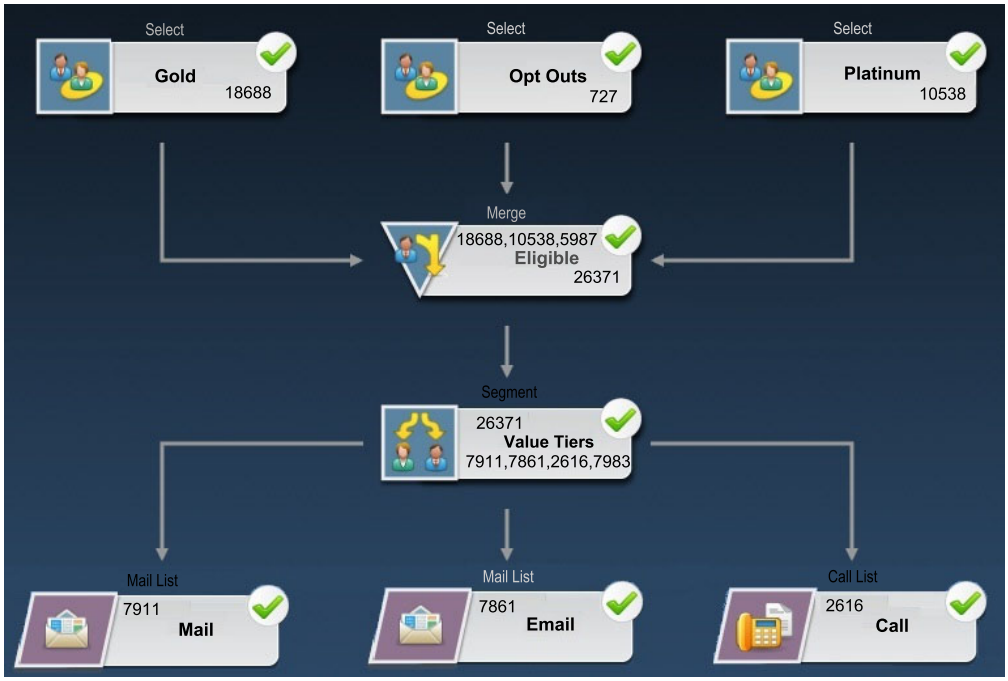
Este ejemplo muestra dos diagramas de flujo que se han diseñado para una campaña de marketing.

Esta campaña de retención utiliza varios canales para enviar una oferta a clientes que de lo contrario podrían perderse por deserción. Se utilizan dos diagramas de flujo:

- Un diagrama de flujo de contactos genera una lista de los clientes a los que se enviará la oferta, utilizando un canal distinto para cada segmento.
- Un diagrama de flujo de respuestas hará el seguimiento de las respuestas a la oferta y hará que los datos de las respuestas estén disponibles para informes y análisis.

Diagrama de flujo de contactos

Este ejemplo muestra un diagrama de flujo de contactos de campaña de retención de muestra. Este diagrama de flujo selecciona los clientes elegibles en cada segmento de valor y genera listas de contactos para un canal distinto para cada segmento.



En el primer nivel del diagrama de flujo, se utilizan procesos Selección para seleccionar clientes de los segmentos Gold y Platinum, así como clientes que se han dado de baja de las comunicaciones de marketing.

En el segundo nivel, un proceso Fusión combina los clientes Gold y Platinum y excluye los clientes que se han dado de baja.

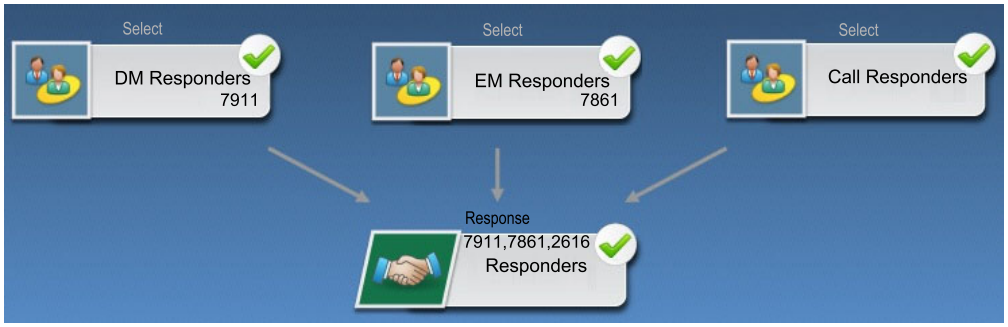
A continuación, un proceso Segmentación divide todos los clientes elegibles en niveles de valor en función de sus puntuaciones.

Finalmente se asigna cada cliente a una lista. Los clientes de alto valor se colocan en Telemarketing, de forma que se pueda contactar con ellos sobre la oferta por teléfono. Los clientes de valor medio se colocan en una lista de correo y recibirán una oferta de correo directo. Los clientes de valor bajo recibirán la oferta por correo electrónico.

Diagrama de flujo de respuesta

Un segundo diagrama de flujo en esta misma campaña realiza un seguimiento de las respuestas a correo directo, correo electrónico y ofertas telefónicas capturadas por el centro de llamadas y los sistemas de captura de respuestas. La información de respuesta se compila fuera de la aplicación de Campaign. Por ejemplo, un centro de asistencia telefónica puede grabar las respuestas en una base de datos o archivo sin formato. Cuando la información de las respuestas se pone a disposición de Campaign, el diagrama de flujo de respuestas puede consultar los datos.

El ejemplo siguiente muestra el diagrama de flujo de seguimiento de respuestas de la campaña de retención.El cuadro de proceso Respuesta evalúa qué respuestas se consideran válidas, y cómo se les da crédito en campañas u ofertas. La salida del proceso Respuesta se graba en varias tablas del sistema del historial de respuestas, donde puede accederse a los datos para su análisis utilizando los informes de rendimiento y rentabilidad de Campaign.



Acceso a campañas

Acceda a las campañas de marketing para verlas o editarlas, según lo que permitan sus permisos. La forma de acceder a las campañas difiere, en función de si Campaign está integrado con Marketing Operations.

Procedimiento

1. Elija **Campaña > Campañas** para abrir la página Todas las campañas.

   La información sobre la página Todas las campañas depende de cómo está configurado el entorno.
2. Realice una de las acciones siguientes:
   - En caso de un **entorno autónomo de Campaign**: la página Todas las campañas lista todas las campañas y las carpetas de campañas para las que tiene al menos acceso de lectura. Pulse el nombre de cualquier campaña para abrirla.
   - En el caso de un **entorno integrado de Marketing Operations–Campaign**: pulse el enlace para la carpeta **Proyectos de campaña** para acceder a los proyectos de campaña que se han creado en Marketing Operations. Siempre se accede a las campañas que se han creado con Marketing Operations a través de proyectos de campaña, a menos que sean campañas heredadas.

     Los proyectos disponibles dependen de la vista de proyectos predeterminada que se establece en Marketing Operations. Puede configurar esta vista para visualizar todos los proyectos de campaña si lo desea.

     Nota: La carpeta **Proyectos de campaña** no puede suprimirse, moverse o copiarse.
   - En el caso de un **entorno integrado Marketing Operations–Campaign** con acceso habilitado a las campañas heredadas: la página Todas las campañas visualiza las campañas heredadas, que se han creado antes de integrar el entorno. Pulse el nombre de cualquier campaña heredada para abrirla. También puede utilizar el enlace de la carpeta **Proyectos de campaña** para acceder a las campañas creadas con Marketing Operations.

Qué hacer a continuación

- Para obtener información sobre los proyectos de campaña, consulte la publicación *IBM Marketing Operations and IBM Campaign Guía de integración*.
- Para obtener información sobre las vistas de proyecto, consulte la publicación *IBM Marketing Operations Guía del usuario*.
- Para obtener información sobre las campañas heredadas, consulte "Acerca de las campañas heredadas" en la página 13.
- Para obtener información sobre cómo configurar Campaign para habilitar el acceso a campañas heredadas, consulte la documentación de la actualización.

Creación de campañas

Siga estas instrucciones para crear una campaña. Cada campaña de marketing tiene un objetivo de negocio, una iniciativa definida por la corporación específica de su plan de marketing y un rango de fechas durante las que la campaña es efectiva.

Acerca de esta tarea

Nota: Si Campaign está integrado con Marketing Operations, las campañas se crean desde el menú **Operaciones > Proyectos**. Consulte la documentación de Marketing Operations para obtener más información.

Procedimiento

1. Seleccione **Campaña > Campañas**.

   La página Todas las campañas visualiza las carpetas o campañas de la partición actual.

2. Pulse el icono **Añadir una campaña** .
3. Complete los campos **Resumen de campañas** en la página Nueva Campaña. Elija **Ayuda > Ayuda para esta página** para ver las explicaciones de cada campo.
4. Realice una de las acciones siguientes.
   - Pulse **Guardar y finalizar** para guardar la campaña sin añadir un diagrama de flujo todavía. Utilice este enfoque si desea realizar otros pasos iniciales antes de crear diagramas de flujo. Por ejemplo, puede crear y asociar ofertas y segmentos estratégicos a una campaña antes de crear diagramas de flujo.
   - Pulse **Guardar y añadir un diagrama de flujo** para iniciar inmediatamente la creación de un diagrama de flujo para la campaña.

Conceptos relacionados:

Capítulo 3, "Gestión de campañas", en la página 17

Edición de campañas

Los usuarios con los permisos adecuados pueden utilizar la página Resumen de campañas para editar los detalles de una campaña y acceder a sus diagramas de flujo, informes y hojas de cálculo de celdas objetivo. Además, si tiene los permisos adecuados, puede realizar acciones tales como añadir diagramas, segmentos u ofertas a una campaña.

Procedimiento

1. Elija **Campaña > Campañas**.
2. En la página Todas las campañas, pulse el nombre de una campaña.

   La campaña se abrirá en su pestaña **Resumen**.

   Como alternativa, pulse el icono **Editar una pestaña** junto al nombre de campaña para abrir una pestaña específica para su edición.
3. Elija **Ayuda > Ayuda para esta página** para ver las descripciones de cada campo en la pestaña Resumen.
4. Puede realizar muchas acciones desde la página Resumen de campañas.
   - Para editar los detalles acerca de la campaña, pulse el icono **Editar resumen** en la barra de herramientas y luego pulse el botón **Guardar y finalizar** cuando haya terminado.
   - Para añadir un diagrama de flujo a la campaña, pulse el icono **Añadir un diagrama de flujo** en la barra de herramientas.
   - Para añadir o eliminar segmentos u ofertas, utilice los iconos adecuados de la barra de herramientas.
   - Para editar un diagrama de flujo, pulse una pestaña de diagrama de flujo y, a continuación, pulse el icono **Editar** en esa pestaña.
   - Para editar la hoja de cálculo de celdas objetivo de la campaña, pulse **Celdas objetivo** y luego pulse el icono **Editar** .
   - Para acceder a los informes, pulse la pestaña **Análisis**.

Conceptos relacionados:

Capítulo 3, “Gestión de campañas”, en la página 17

Organización de campañas en carpetas

Las carpetas proporcionan una manera de mantener sus campañas organizadas. Puede crear carpetas y mover campañas de una carpeta a otra.

Acerca de esta tarea

Los nombres de carpeta tienen restricciones de caracteres. Consulte Apéndice A, “Caracteres especiales en nombres de objeto de IBM Campaign”, en la página 265.

Siga los pasos siguientes para organizar las campañas en carpetas.

Procedimiento

1. Elija **Campaign** > **Campañas**.
2. Utilice la página Todas las campañas para realizar cualquiera de las operaciones siguientes.

Opción	Descripción
Añadir una carpeta en el nivel superior	Pulse el icono **Añadir una subcarpeta** .

Opción	Descripción
Añadir una subcarpeta	Seleccione una carpeta y, a continuación, pulse el icono **Añadir una subcarpeta**
Editar un nombre de carpeta o descripción	Seleccione una carpeta y, a continuación, pulse el icono **Renombrar** .
Mover una carpeta	Seleccione una carpeta, seleccione la casilla de verificación situada junto a la carpeta que desea mover y, a continuación, pulse el icono **Mover** .
Mover una campaña	Seleccione la casilla de verificación situada junto a la campaña que desea mover, luego pulse el icono **Mover** .
Suprimir una carpeta vacía	Seleccione la casilla de verificación situada junto a las carpetas que desea suprimir, pulse el icono **Suprimir seleccionados** y, a continuación, confirme la supresión.

Impresión de campañas

Puede imprimir cualquier página en una campaña utilizando el icono **Imprimir**.

Procedimiento

1. Elija **Campaña** > **Campañas**.
2. Seleccione la pestaña de la campaña que desea imprimir.
3. Pulse el icono **Imprimir** .

Supresión de campañas

Cuando se suprime una campaña, dicha campaña y todos los archivos de diagrama de flujo se suprimen. Si desea mantener partes de la campaña para su reutilización, guárdelos como objetos almacenados (plantillas) antes de suprimir la campaña. Si suprime una campaña que tiene asociados registros de historial de respuestas o contactos, todos los registros del historial de respuestas y contactos correspondientes se suprimen.

Acerca de esta tarea

Importante: No suprima la campaña si desea conservar el historial asociado de contactos y respuestas.

Procedimiento

1. Elija **Campaña** > **Campañas** y localice la campaña que desea suprimir.
2. Seleccione la casilla de verificación que aparece junto a la campaña que desea suprimir.

3. Pulse el icono **Suprimir este elemento** .

   Importante: Si intenta suprimir una campaña que tiene registros de historial de contactos o de respuestas, un mensaje de advertencia indica que se suprimirán todos los registros de historial de contactos y de respuestas correspondientes. Si desea conservar el historial de contactos y de respuestas correspondiente, pulse **Cancelar**.
4. Pulse **Aceptar** para suprimir permanentemente la campaña.

Resultados

Se suprime la campaña seleccionada.

Nota: También puede suprimir una campaña mientras la visualiza pulsando el icono **Suprimir**.

Cómo utilizar grupos de control para medir los resultados de la campaña

Puede excluir deliberadamente una muestra aleatoria de posibles clientes o clientes de una campaña de marketing para asegurarse de que no reciben la oferta. Después de ejecutar la campaña, puede comparar la actividad del grupo de control con aquellos que recibieron la oferta, para determinar la efectividad de su campaña.

Los controles se aplican a nivel de celda. Las celdas que contienen ID que se excluyen deliberadamente a efectos de análisis se denominan celdas de control. Cuando asigna ofertas a celdas, ya sea en un proceso de contacto en un diagrama de flujo o en una hoja de cálculo de celdas objetivo (TCS), puede opcionalmente especificar una celda de control para cada celda objetivo.

En Campaign los controles son siempre controles de resistencia.Es decir, no están en contacto con una oferta, aunque pueden estar cualificados para la oferta. A los contactos que pertenecen a celdas de control no se les asignan ofertas y no se incluyen en las listas de salida del proceso de contacto.Las resistencias ("no contactos") no reciben comunicaciones, pero se miden con el grupo de destino para comparación.

Campaign proporciona los siguientes métodos para trabajar con grupos de control:

- Para crear grupos de control, utilice el proceso Muestreo. El proceso Muestreo proporciona varias opciones para excluir los ID (Aleatorio, Uno de cada X, Partes secuenciales).
- Para excluir grupos de control de ofertas, configure un proceso Lista de correo o Telemarketing en un diagrama de flujo. Cuando configura el proceso para asignar ofertas a celdas, si lo desea puede excluir del contacto grupos de control.
- Si trabaja con una hoja de cálculo de celdas objetivo (TCS), puede utilizar las columnas Celda de control y Código de celda de control para identificar las celdas de control. No se puede asignar ofertas a las celdas que están designadas como controles.
- Las tablas del historial de contactos se completan cuando se ejecuta el diagrama de flujo en modo de producción. El historial de contactos identifica los miembros de las celdas de control y las ofertas que se han retenido (no se han

enviado a los controles). Esta información permite el análisis y comparación de las celdas objetivo y de control para los cálculos de elevación y ROI.

- Utilice el proceso Respuesta en un diagrama de flujo para realizar un seguimiento de las respuestas del grupo de control simultáneamente con las respuestas de la oferta.
- Los informes Rendimiento de campaña y Rendimiento de oferta indican la elevación, o diferencia, de respuesta de una celda objetivo activa que ha recibido una oferta.

Al planificar una oferta, considere si desea utilizar grupos de control de resistencia para las celdas a las que se asigna la oferta. Los grupos de control son una herramienta de análisis poderosa para medir la efectividad de la campaña.

Asociación de celdas de control a celdas objetivo

Una única celda de control puede utilizarse como control de varias celdas objetivo. No obstante, cada celda objetivo solo puede tener una única celda de control, donde la celda está definida por su CellID.

Cuando una única celda de control se utiliza en varios procesos de contacto, debe configurarse la relación de la celda de control para la celda objetivo de la misma forma en cada proceso de contacto.

Navegación desde una campaña heredada enlazada a un proyecto de Marketing Operations

Las campañas heredadas son campañas que se han creado en IBM Campaign antes de habilitar la integración con IBM Marketing Operations.

Acerca de esta tarea

Siga este procedimiento si está utilizando un sistema integrado y desea acceder a campañas que se han creado antes de la integración.

Procedimiento

1. Seleccione **Campaña > Campañas**.

   Se abre la página Todas las campañas, que visualiza las carpetas o las campañas de la partición actual. Solo se listan las campañas heredadas.

   Para visualizar campañas creadas con la integración de Marketing Operations–Campaign habilitada, pulse la carpeta **Proyectos de campaña**. Si no hay campañas heredadas o las campañas heredadas no se han habilitado en la configuración, esta página está vacía.
2. Pulse el nombre de la campaña que previamente ha enlazado a un proyecto de Marketing Operations o Affinium Plan.

   La campaña se abrirá en su pestaña **Resumen**.
3. Pulse el nombre del proyecto en el campo **Elementos padre y código**.

   Marketing Operations se abre y muestra la pestaña **Resumen** del proyecto enlazado.
4. Para volver a Campaign, pulse el nombre del proyecto en el campo **Proyectos y solicitudes de soporte** en Marketing Operations.

Conceptos relacionados:

"Acerca de las campañas heredadas" en la página 13

Capítulo 4. Gestión de diagramas de flujo

IBM Campaign utiliza diagramas de flujo para definir la lógica de las campañas. En una campaña, cada diagrama de flujo realiza una secuencia de acciones en los datos almacenados en los archivos sin formato o bases de datos del cliente.

Cada campaña de marketing consta de al menos un diagrama de flujo. Cada diagrama de flujo consta de un proceso como mínimo. Los procesos se deben configurar y a continuación conectar para realizar la manipulación de datos, crear listas de contactos y registrar el seguimiento de contactos y respuestas en la campaña.

Mediante la conexión de una serie de procesos en un diagrama de flujo y luego la ejecución de ese diagrama de flujo, se define e implementa la campaña.

Por ejemplo, un diagrama de flujo podría incluir un proceso Selección, conectado a un proceso Segmentación, conectado a un proceso Telemarketing. El proceso Selección se puede configurar para seleccionar todos los clientes de la base de datos que vivan en el noreste. El proceso Segmentación puede segmentar estos clientes en niveles de valores, como por ejemplo Gold, Silver o Bronze. El proceso Telemarketing asigna ofertas, genera una lista de contactos para una campaña de telemarketing y registra los resultados en el historial de contactos.

Nota: Para trabajar con diagramas de flujo, un administrador le debe haber asignado los permisos adecuados.

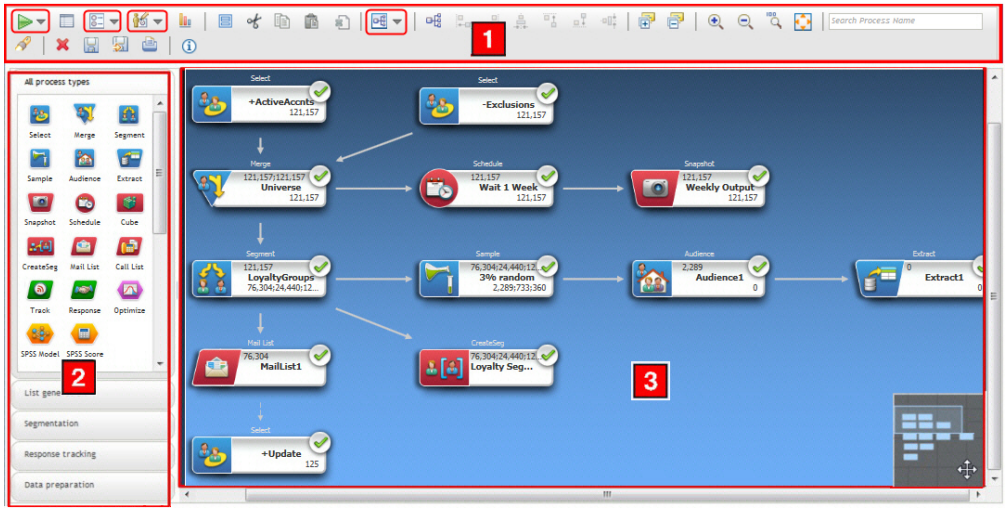
Descripción general del espacio de trabajo de diagrama de flujo

El espacio de trabajo del diagrama de flujo proporciona las herramientas y el espacio para diseñar los diagramas de flujo de las campañas de marketing.

Puede abrir sólo un diagrama de flujo cada vez. Si intenta abrir otro diagrama de flujo mientras ya hay uno abierto, se le solicitará que guarde los cambios.Para abrir dos diagramas de flujo a la vez, consulte “Visualización de dos diagramas de flujo uno al lado de otro” en la página 42.

La figura siguiente muestra un diagrama de flujo abierto para la edición.

© Copyright IBM Corp. 1998, 2014



La ventana de diagrama de flujo consta de los elementos siguientes.

Tabla 6. Elementos de la ventana de diagrama de flujo

Elemento	Descripción
1 Menús de barra de herramientas	Los elementos dentro de un círculo son menús. Detenga el ratón encima de un menú para ver su nombre. Para abrir un menú, haga clic en la flecha situado al lado. • Utilice el menú **Ejecutar** para realizar ejecuciones de prueba y producción de un diagrama de flujo. • Utilice el menú **Opciones** para trabajar con macros personalizadas, objetos almacenados, registro y realizar funciones similares. • Los administradores pueden utilizar el menú **Admin** para realizar acciones en diagramas de flujo individuales. Consulte la publicación *Campaign Administrator's Guide* para obtener detalles. • Utilice el menú **Cambiar diseño** para volver a situar todos los procesos en un diagrama de flujo. Para obtener más información, consulte "Ajuste del aspecto del diagrama de flujo" en la página 30.

Tabla 6. Elementos de la ventana de diagrama de flujo (continuación)

Elemento	Descripción
1 Iconos de barra de herramientas	La barra de herramientas proporciona opciones para trabajar con diagramas de flujo. Deje el cursor sobre cada icono para ver lo que hace. Algunas de las opciones utilizadas con más frecuencia se describen a continuación. Por ejemplo: • **Ayuda**: Haga clic en el icono de información para ver una lista de temas que explican cómo trabajar con diagramas de flujo. • Utilice los iconos **Anotación** para mostrar u ocultar todas las anotaciones que se han añadido al diagrama de flujo. Haga clic con el botón derecho ratón en un cuadro de proceso para añadir, eliminar, mostrar u ocultar anotaciones individuales. • Pulse **Ajustar contenido** para redimensionar el diagrama de flujo para que quepa en el espacio de trabajo. • Utilice los iconos **Zoom** para acercar y alejar. • Busque un proceso especificando cualquier parte del nombre en el campo **Buscar nombre de proceso**. • Guarde el diagrama de flujo con frecuencia, pulsando **Guardar cambios y continuar editando** . • Cuando haya terminado, pulse **Guardar y salir** .
2 Paleta	La paleta en el lado izquierdo de la ventana contiene procesos que se utilizan para crear el diagrama de flujo. Arrastre un proceso de la paleta al espacio de trabajo y, a continuación, configure y conecte los procesos en el espacio de trabajo. De forma predeterminada se visualizan todos los tipos de proceso. Utilice los botones de categoría (**Generación de lista**, **Segmentación**, **Seguimiento de respuestas**, **Preparación de datos**) para ver un subconjunto de los procesos por categoría.
3 Espacio de trabajo	El espacio de trabajo es donde se configuran y conectan los procesos para determinar el flujo de trabajo y el comportamiento del diagrama de flujo. Para configurar un proceso, efectúe una doble pulsación en él. Para conectar un proceso con otro, deje el cursor sobre un cuadro de proceso hasta que se visualicen cuatro flechas, luego arrastre una flecha de conexión a otro cuadro de proceso. Pulse el botón derecho del ratón en cualquier cuadro de proceso para abrir un menú de opciones. Pulse el botón derecho del ratón en el espacio de trabajo para ver más opciones. Utilice el área panorámica (el área pequeña en la esquina inferior derecha del espacio de trabajo) para resaltar la parte del diagrama de flujo que desea ver. Esta representación visual del espacio de trabajo es útil cuando no todos los cuadros de proceso caben en la pantalla simultáneamente.

Conceptos relacionados:

Apéndice A, “Caracteres especiales en nombres de objeto de IBM Campaign”, en la página 265

Tareas relacionadas:

“Creación de diagramas de flujo” en la página 31

Ajuste del aspecto del diagrama de flujo

Puede ajustar la posición y alineación de los cuadros de proceso para mejorar el aspecto del diagrama de flujo. Todos estos cambios son visuales. No afectan al flujo de datos. La dirección de las líneas de conexión entre los procesos determina el flujo de datos.

Antes de empezar

En este procedimiento se presupone que tiene un diagrama de flujo abierto para editarlo.

Acerca de esta tarea

Siga estos pasos para ajustar el aspecto de un diagrama de flujo.

Procedimiento

1. Para ajustar la posición de todos los procesos en un diagrama de flujo, pulse el icono **Cambiar diseño** y seleccione una opción.
   - **Árbol**: organiza los cuadros de proceso en un formato de árbol. Es útil cuando cada cuadro de proceso tiene una sola entrada.
   - **Gráfico de organización**: organiza diagramas de flujo simples y es efectivo para diagramas de flujo con una sola entrada en la parte superior.
   - **Circular**: organiza cuadros de proceso de forma radial. Es útil para diagramas de flujo basados en una única conexión que conduce a una salida.
   - **Jerárquico**: organiza los cuadros de proceso en niveles horizontales o verticales de modo que la mayoría de los enlaces fluyen uniformemente en la misma dirección. Este diseño a menudo proporciona la opción más simple y sencilla visualmente.
2. Para ajustar la posición de todos los cuadros de proceso en un diseño horizontal o vertical:
   a. Pulse el botón derecho del ratón en el espacio de trabajo del diagrama de flujo.
   b. Elija **Ver** > **Horizontal/Vertical** o pulse el icono **Horizontal/Vertical** en la barra de herramientas.

      Si esta opción hace que las líneas de conexión se solapen, seleccione dos veces**Ver** > **Conexiones en ángulo** para volver a trazar las líneas de conexión.

      Para que las líneas de conexión aparezcan detrás de los cuadros de procesos, marque **Solapar conexiones** en el menú **Ver**.
3. Para alinear dos o más cuadros de proceso, arrastre un cuadro de selección alrededor de al menos dos procesos y, a continuación, utilice los iconos de alineación en la barra de herramientas del diagrama de flujo.
   - Para alinear los cuadros en una fila: utilice el icono **Alinear arriba** , el icono **Alinear abajo** o el icono **Alinear al centro (vertical)** .
   - Para alinear los cuadros en una columna: utilice el icono **Alinear a la izquierda** , el icono **Alinear a la derecha** , o el icono **Alinear al centro (horizontal)** .

Si elige una alineación incorrecta, seleccione una opción del menú **Cambiar diseño** para restaurar el diseño. En muchos casos, el diseño **Jerárquico** arregla el solapamiento de cuadros de proceso.

También puede seleccionar un cuadro de proceso individual y arrastrarlo a una nueva ubicación.

Creación de diagramas de flujo

Siga estas instrucciones para añadir un diagrama de flujo a una campaña de marketing. Un diagrama de flujo determina la lógica de la campaña.

Acerca de esta tarea

Puede añadir un diagrama de flujo a su campaña creando uno nuevo o copiando otro existente. Otra forma de crear diagramas de flujo es utilizar la biblioteca de plantillas para guardar y reutilizar lógica de campaña común y secuencias de cuadros de proceso. Para obtener más información, lea acerca de las plantillas. El procedimiento que sigue explica cómo crear un diagrama de flujo nuevo.

Nota: Si está creando un diagrama de flujo interactivo interactivo, consulte la documentación de IBM Interact para obtener información.

Procedimiento

1. En la campaña o sesión a la que desea añadir un diagrama de flujo, pulse el icono **Añadir un diagrama de flujo** .

   Se abre la página Propiedades de diagrama de flujo.
2. Especifique un nombre y una descripción para el diagrama de flujo.

   Nota: En **Tipo de diagrama de flujo**, **Diagrama de flujo por lotes estándar** será la única opción a menos que sea un usuario con licencia de Interact. Si ha instalado una versión con licencia de Interact, también puede seleccionar **Diagrama de flujo interactivo**.
3. Pulse **Guardar y editar el diagrama de flujo**.

   Se abre la ventana del diagrama de flujo, que incluye la paleta del proceso a la izquierda, una barra de herramientas en la parte superior y un espacio de trabajo de diagrama de flujo en blanco.
4. Añada un proceso al diagrama de flujo arrastrando un cuadro de proceso de la paleta al espacio de trabajo.

   Un diagrama de flujo suele comenzar con uno o más procesos Selección o Audiencia para definir los clientes, u otras entidades susceptibles de recibir una acción de marketing, con los que trabajar.
5. Efectúe una doble pulsación en un proceso en el espacio de trabajo para configurarlo.

   Importante: Pulse **Guardar cambios y continuar editando** con frecuencia mientras añade y configura procesos.
6. Conecte los procesos configurados para determinar el diagrama de flujo de la campaña.
7. Pulse **Guardar y salir** para cerrar la ventana de diagrama de flujo.

Conceptos relacionados:

"Descripción general del espacio de trabajo de diagrama de flujo" en la página 27

Apéndice A, “Caracteres especiales en nombres de objeto de IBM Campaign”, en la página 265

Referencia relacionada:

“Lista de procesos de Campaign” en la página 53

Consideraciones en el diseño de diagramas de flujo

Tenga en cuenta las siguientes consideraciones cuando cree diagramas de flujo.

- **Evite dependencias cíclicas.** Tenga cuidado de no crear dependencias cíclicas entre procesos. Considere este ejemplo de una dependencia cíclica: (a) Su diagrama de flujo contiene un proceso Selección cuya salida proporciona entrada a un proceso Crear segmento. (b) El proceso Crear Segmento genera un segmento estratégico como salida. (c) Se utiliza ese segmento como entrada para el proceso Selección. Esta situación produce como resultado un error al intentar ejecutar el proceso.
- **Aplicación de supresiones globales** Si su organización utiliza la característica de supresión global, es posible que un determinado conjunto de ID se excluyan automáticamente del uso en celdas objetivo y en campañas. El archivo de registro del diagrama de flujo indica si se aplica la supresión global.

Anotación de diagramas de flujo

Puede anotar un diagrama de flujo para comunicarse con otros usuarios del diagrama de f lujo y aclarar la intención y las funciones de procesos. Las anotaciones aparecen como notas adhesivas amarillas.

Acerca de esta tarea

Utilice anotaciones para hacer y contestar preguntas entre miembros del equipo o comunicar detalles de implementación cuando se desarrolla un diagrama de flujo. Por ejemplo, un analista puede añadir una anotación para explicar la lógica de la selección para un proceso y el director de marketing puede utilizar la anotación para pedir cambios.

Las anotaciones pueden complementar la información del botón derecho del ratón que proporciona el campo Nota en la pestaña General del diálogo de configuración del proceso. Por ejemplo, el campo Nota podría describir los criterios de selección, pero se puede añadir una anotación para hacer preguntas.

Cada cuadro de proceso de un diagrama de flujo puede tener un máximo de una anotación. Un cuadro de proceso que tiene una anotación incluye un icono de anotación pequeño. El icono ayuda a identificar qué procesos tienen anotaciones, si las anotaciones están ocultas.

Procedimiento

1. Abra un diagrama de flujo para editarlo.
2. Haga clic con el botón derecho del ratón y elija **Anotaciones** > **Añadir anotación**.
3. Escriba la información que desea transmitir. Se añade un icono de anotación pequeño al cuadro de proceso, de forma que puede decir que el proceso tiene anotaciones, aunque las anotaciones estén ocultas.
4. Cuando haya acabado, guarde el diagrama de flujo.

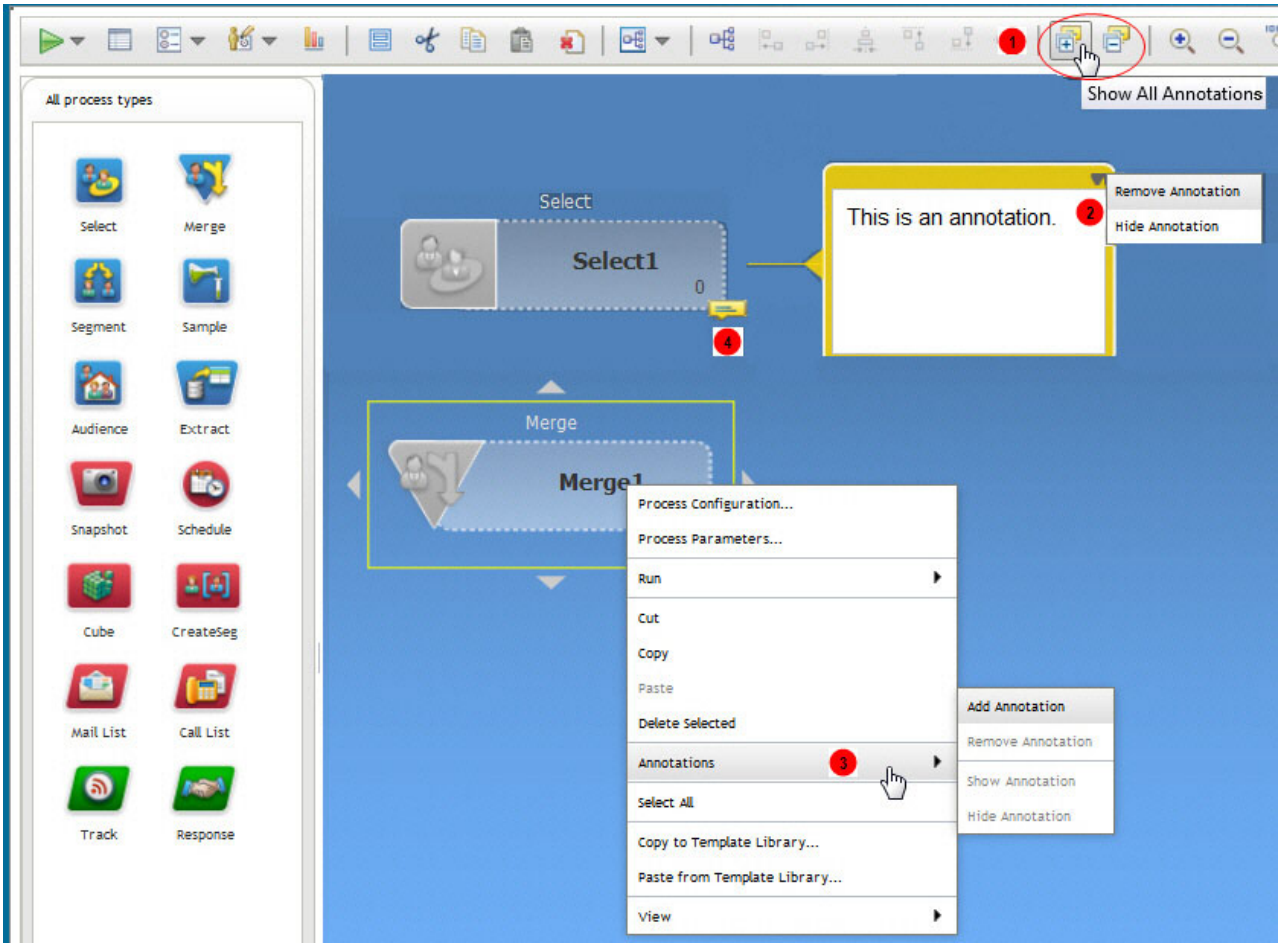
Cuando guarde un diagrama de flujo, el estado mostrar/ocultar para las anotaciones se conserva y se elimina cualquier anotación en blanco (vacía).

La tabla siguiente explica cómo trabajar con anotaciones.

Acción	Detalles
Añadir una anotación	En el modo de edición del diagrama de flujo, haga clic con el botón derecho del ratón en un cuadro de proceso y elija **Anotaciones** > **Añadir anotación**. Puede utilizar un máximo de 1024 caracteres. Cada cuadro de proceso pueden tener solo una anotación. Las anotaciones no se guardan hasta que guarde el diagrama de flujo.
Editar una anotación	En el modo de edición del diagrama de flujo, muestre la anotación. Haga clic en la anotación y realice los cambios. Cualquiera que tenga permiso para editar el diagrama de flujo puede editar una anotación.
Eliminar una anotación	Utilice cualquier método en el modo de edición del diagrama de flujo: • Haga clic con el botón derecho del ratón en un cuadro de proceso y elija **Anotaciones** > **Eliminar anotación**. • Cuando se muestra una anotación, utilice el menú en la anotación para **Eliminar anotación**. Cualquiera que tenga permiso para editar el diagrama de flujo puede eliminar una anotación. Una anotación se elimina automáticamente si se suprime un cuadro de proceso.
Mostrar u ocultar todas las anotaciones	En el modo de vista o edición, haga clic en el botón **Mostrar todas las anotaciones** u **Ocultar todas las anotaciones** en la barra de herramientas del diagrama de flujo. Si está en el modo de edición, el estado se conserva cuando se guarda el diagrama de flujo.
Mostrar u ocultar una anotación específica	Utilice cualquier método en el modo de edición del diagrama de flujo: • Haga clic con el botón derecho del ratón en un cuadro de proceso y elija **Mostrar anotación** u **Ocultar anotación** desde el menú Anotaciones. • Cuando se muestra una anotación, utilice el menú en la anotación para **Ocultar anotación**. El estado se conserva cuando se guarda el diagrama de flujo.
Mover una anotación	Las anotaciones siempre aparecen a la derecha del cuadro de proceso asociado. Si mueve un cuadro de proceso, la anotación también se mueve. En el modo de vista o edición, puede arrastrar una anotación a una nueva posición, pero la posición no se guardará después de salir del diagrama de flujo.
Copiar anotaciones	Las anotaciones se copian en las situaciones siguientes: a. Si corta/copia/pega un cuadro de proceso que tiene una anotación. b. Si guarda un cuadro de proceso en una plantilla y pega la plantilla. c. Si copia un diagrama de flujo. Para el método c, se conservar el estado de visualización original de las anotaciones.
Seleccionar o redimensionar una anotación	Las anotaciones no se pueden seleccionar o redimensionar y no se ven afectadas por el zoom.
Guardar anotaciones	Debe guardar el diagrama de flujo o las anotaciones no se guardarán.
Imprimir anotaciones	Cuando se imprime un diagrama de flujo, también se imprimen las anotaciones visibles. Muestre cualquier anotación que desee imprimir. Solo se imprimen las anotaciones que están visibles en el espacio de trabajo. Las anotaciones que están fuera del área de la pantalla se podrían no imprimir.

Ejemplo

La imagen siguiente muestra los menús e iconos de anotación.



Elemento	Descripción
1	Utilice los iconos de la barra de herramientas para mostrar u ocultar todas las anotaciones del diagrama de flujo.
2	Utilice el menú en una anotación para eliminar (suprimir) u ocultar la anotación. Para acceder al menú, debe mostrar la anotación.
3	Haga clic con el botón derecho del ratón en un proceso y utilice el menú Anotaciones para añadir, eliminar, mostrar u ocultar una anotación.
4	El icono de anotación que procesa tiene anotaciones.

Ejecuciones de prueba para diagramas de flujo

Puede realizar una ejecución de prueba de un diagrama de flujo o de una rama si no desea generar datos de salida o actualizar tablas o archivos.

Al realizar una ejecución de prueba de un diagrama de flujo o una rama, tenga en cuenta lo siguiente.

- Los desencadenantes se ejecutan al completarse ambas ejecuciones, de prueba y producción.

- La supresión global se aplica cuando se prueban procesos, ramas o diagramas de flujo.
- La opción **Configuración avanzada** > **Valores de ejecución de prueba** > **Habilitar salida** determina si se genera salida durante las ejecuciones de prueba.

Realice ejecuciones de prueba en procesos y ramas a medida que vaya construyendo diagramas de flujo, de modo que pueda resolver los errores cuando se vayan produciendo. Recuerde guardar cada diagrama de flujo antes de ejecutarlo o de probarlo.

Prueba de un diagrama de flujo

Cuando se prueba un diagrama de flujo, los datos no se graban en ninguna tabla. A continuación, puede ver un informe de los errores en el diagrama de flujo.

Antes de empezar

Guarde siempre un diagrama de flujo editado antes de probarlo.

Procedimiento

1. Abra un diagrama de flujo en modo de **Edición**.
2. Abra el menú **Ejecutar** y seleccione **Ejecutar en prueba el diagrama de flujo**.

   El diagrama de flujo se ejecuta en modo de prueba, de modo que los datos no se escribirán en ninguna tabla.

   Cada proceso se visualiza con una marca de selección si se ejecuta correctamente. Si hay errores, el proceso muestra una "X " roja.
3. Utilice una de las opciones de **Guardar** de la barra de herramientas.

   Si pulsa **Guardar y salir** antes de que el diagrama de flujo finalice la ejecución de prueba, el diagrama de flujo sigue en ejecución y se guarda cuando finaliza. Si alguien vuelve a abrir el diagrama de flujo mientras este sigue ejecutándose, los cambios realizados en el diagrama de flujo se perderán. Por este motivo, guarde siempre un diagrama de flujo antes de ejecutarlo.

   Para poner en pausa la ejecución, pulse el botón derecho del ratón en el cuadro de proceso y seleccione **Ejecutar** > **Poner en pausa este**.

   Para detener la ejecución, pulse el botón derecho del ratón en el cuadro de proceso y seleccione **Ejecutar** > **Detener este**.
4. Para determinar si ha habido algún error durante la ejecución del diagrama de flujo, pulse la pestaña **Análisis** y visualice el informe **Resumen de estado de diagramas de flujo de campaña**.

Prueba de una rama de diagrama de flujo

Cuando se prueba una rama de diagrama de flujo, los datos no se graban en ninguna tabla. Si la ejecución detecta errores, puede corregir los procesos que los contengan.

Procedimiento

1. En una página de diagrama de flujo en modo **Edición**, pulse en un proceso de la rama que desee probar.
2. Abra el menú **Ejecutar** y seleccione **Probar ejecución de rama seleccionada**.

Resultados

El diagrama de flujo se ejecuta en modo de prueba. Los datos no se graban en tablas.

Cada proceso que se ejecuta satisfactoriamente se visualiza con una marca de selección verde. Si hay errores, el proceso muestra una "X " roja.

Validación de diagramas de flujo

Puede utilizar la característica **Validar diagrama de flujo** para comprobar la validez de un diagrama de flujo en cualquier momento excepto cuando el diagrama de flujo se está ejecutando.

La validación comprueba en un diagrama de flujo que:

- Los procesos de diagrama de flujo están configurados.
- Los códigos de celda son exclusivos en el diagrama de flujo, si el parámetro de configuración AllowDuplicateCellCodes está establecido en **No**. Si este parámetro está establecido en **Yes**, los códigos de celda duplicados en diagramas de flujo están permitidos.
- Los nombres de celda son exclusivos en el diagrama de flujo.
- Las ofertas y listas de ofertas a los que se hace referencia mediante procesos de contacto son válidas (no se han retirado ni suprimido). Las listas de ofertas a las que se hace referencia pero están vacías generan avisos, no errores.
- Las celdas que estaban enlazadas a una entrada de arriba a abajo desde la hoja de cálculo de celdas objetivo siguen conectadas.

La herramienta de validación informa del primer error encontrado en el diagrama de flujo. Puede ser necesario ejecutar la herramienta de validación varias veces sucesivamente (después de corregir cada error visualizado) para asegurarse de que se han arreglado todos los errores.

Nota: Una práctica recomendada es ejecutar la validación en diagramas de flujo antes de efectuar una ejecución de producción. Esto es especialmente importante si ejecuta diagramas de flujo planificados; utiliza el modo de proceso por lotes; o no tiene previsto supervisar activamente la ejecución.

Validación de diagramas de flujo

Cuando se valida un diagrama de flujo, cada proceso se comprueba para ver si hay errores. Cada error que se encuentra, se visualiza de forma sucesiva para que pueda ver y corregir cada uno de ellos.

Procedimiento

1. En una página del diagrama de flujo en modo de **Edición**, abra el menú **Ejecutar** y seleccione **Validar diagrama de flujo**.
   Campaign comprueba el diagrama de flujo.
2. Si existen errores, un cuadro de mensaje visualiza el primer error que se ha encontrado. A medida que va corrigiendo cada error y vuelve a ejecutar la validación, los errores restantes se visualizan sucesivamente.

Ejecución de diagramas de flujo

Puede optar por ejecutar un diagrama de flujo completo, una rama o un proceso individual del diagrama de flujo. Para obtener los mejores resultados, realice las ejecuciones de prueba a medida que va construyendo los diagramas de flujo, de modo que pueda ir resolviendo los errores según se vayan produciendo, y asegúrese de guardar cada diagrama de flujo antes de probarlo o de ejecutarlo.

Importante: En los diagramas de flujo que contengan procesos de contacto, tenga en cuenta que cada ejecución de producción de un diagrama de flujo puede generar un historial de contactos solo una vez. Para generar varios contactos de la misma lista de ID, haga una instantánea de la lista de ID y lea dicha lista en cada ejecución del diagrama de flujo.

Nota: Los usuarios con privilegios de administración pueden acceder a la página Supervisión, que muestra todos los diagramas de flujo en ejecución y sus estados, y proporciona controles para suspender, reanudar o detener las ejecuciones de diagrama de flujo.

Ejecución de un diagrama de flujo

Cuando se ejecuta todo un diagrama de flujo, los datos que genera se guardan en las tablas del sistema. Después de ejecutar y guardar el diagrama de flujo, puede ver los resultados de la ejecución en informes.

Procedimiento

1. Si está visualizando un diagrama de flujo, abra el menú **Ejecutar** y seleccione **Ejecutar este**.

   Si está editando un diagrama de flujo, abra el menú **Ejecutar** y seleccione **Guardar y ejecutar diagrama de flujo**.
2. Si el diagrama de flujo ya se ha ejecutado, pulse **Aceptar** en la ventana de confirmación.

   Los datos resultantes de la ejecución se guardan en las tablas del sistema adecuadas. Cada proceso visualiza un marca de comprobación cuando se ha ejecutado satisfactoriamente. Si hay errores, el proceso muestra una cruz roja.
3. Pulse **Guardar y salir** (o pulse **Guardar** para continuar la edición).

   Debe guardar el diagrama de flujo después de ejecutarlo para ver los resultados de la ejecución en cualquier informe. Después de guardar el diagrama de flujo, los resultados de las ejecuciones repetidas pasan a estar inmediatamente disponibles.

   Nota: Si pulsa **Guardar y salir** antes de que el diagrama de flujo finalice la ejecución, el diagrama de flujo sigue en ejecución y se guarda cuando finaliza.
4. Pulse la pestaña **Análisis** y visualice el informe **Resumen de estado de diagramas de flujo de Campaign** para determinar si ha habido algún error durante la ejecución del diagrama de flujo.

Ejecución de una rama del diagrama de flujo

Cuando selecciona y ejecuta un proceso o una rama de un diagrama de flujo, el ID de ejecución del diagrama de flujo no se incrementa.

Procedimiento

1. En una página del diagrama de flujo en modo de **Edición**, pulse el proceso de la rama que desea ejecutar.
2. Abra el menú **Ejecutar** y seleccione **Guardar y ejecutar rama seleccionada**.

   Nota: Cuando ejecute solo un proceso o una rama, si existen registros del historial de contactos, se le solicitará que elija las opciones del historial de ejecución antes de poder continuar. Para obtener información detallada, consulte “Actualización del historial de contactos realizando una ejecución de producción” en la página 198.

   Cada proceso visualiza un marca de comprobación cuando se ha ejecutado satisfactoriamente. Si hay errores, el proceso muestra una "X " roja.

Puesta en pausa de un diagrama de flujo

Cuando se pone en pausa un diagrama de flujo, una rama o un proceso en ejecución, el servidor deja de ejecutarse pero guarda todos los datos que ya se habían procesado.

Acerca de esta tarea

Puede poner en pausa una ejecución para liberar recursos informáticos en el servidor, por ejemplo. Después de poner en pausa una ejecución, puede continuar la ejecución o detenerla.

Nota: Si tiene los permisos adecuados, también puede controlar los diagramas de flujo desde la página Supervisión.

Procedimiento

1. En una página de diagrama de flujo, abra el menú **Ejecutar** .
2. Seleccione **Poner en pausa este**.

Detención de la ejecución de un diagrama de flujo

Cuando se detiene la ejecución de un diagrama de flujo, los resultados de los procesos actualmente en ejecución se pierden y una " X " roja aparece en dichos procesos.

Procedimiento

1. En una página de diagrama de flujo, abra el menú **Ejecutar** .
2. Seleccione **Detener este**.

   Nota: Si tiene los permisos adecuados, también puede controlar los diagramas de flujo desde la página Supervisión.

Continuación de un diagrama de flujo detenido

Para ejecutar un diagrama de flujo a partir donde se había detenido, puede ejecutar la rama del diagrama de flujo que empieza con el proceso en el que se había detenido el diagrama de flujo. Este proceso se vuelve a ejecutar junto con todos los procesos en sentido descendente.

Procedimiento

1. En la página del diagrama de flujo en modo **Edición**, pulse el proceso que tiene una "X" roja.
2. Abra el menú **Ejecutar** y seleccione **Guardar y ejecutar rama seleccionada**.

   Nota: Si tiene los permisos adecuados, también puede controlar los diagramas de flujo desde la página Supervisión. Para obtener detalles, consulte la publicación *Campaign Guía del administrador*.

Continuación de la ejecución de un diagrama de flujo en pausa

Cuando se continúa una ejecución en pausa, la ejecución se reanuda en el punto exacto en que se detuvo. Por ejemplo, si un proceso Selección se pone en pausa después de procesar 10 registros, reanuda su proceso en el registro undécimo.

Procedimiento

1. En una página de diagrama de flujo, abra el menú **Ejecutar** .
2. Seleccione **Continuar con este**.

   Nota: Si tiene los permisos adecuados, también puede controlar los diagramas de flujo desde la página Supervisión. Para obtener detalles, consulte la publicación *Campaign Guía del administrador*.

Resolución de errores en tiempo de ejecución

Los procesos configurados correctamente se muestran coloreados (el color concreto indica el tipo de proceso). Un proceso gris con su nombre en cursiva tiene un error de configuración. Para obtener más información sobre el error, mantenga el cursor del ratón sobre el proceso para mostrar un mensaje descriptivo del error.

Si un diagrama de flujo se detiene debido a un error, los procesos que estaban ejecutando muestran una **X** roja. mantenga el cursor del ratón sobre el proceso para ver un mensaje de error.

Nota: Si Campaign se configura de modo que las tablas del sistema se almacenen en una base de datos, no está viendo el diagrama de flujo y la ejecución se detiene debido a un error de conexión con la base de datos, los procesos no mostrarán una **X** roja. En su lugar, el diagrama de flujo aparece como lo hizo cuando se guardó por última vez.

También debería consultar el archivo de registro para obtener información sobre errores del sistema y revisar los informes de Análisis y rendimiento/Rentabilidad de la campaña para comprobar que los resultados son los esperados.

Copia de diagramas de flujo

La copia de un diagrama de flujo existente ahorra tiempo porque se puede comenzar con un diagrama de flujo completado y modificarlo para satisfacer sus necesidades.

Procedimiento

1. Visualice el diagrama de flujo que desea copiar.

Por ejemplo, pulse una pestaña del diagrama de flujo mientras visualiza su campaña.

2. Pulse el icono **Copiar** .
3. En el diálogo Duplicar diagrama de flujo, seleccione la campaña en la que desea copiar el diagrama de flujo.
4. Pulse **Aceptar esta ubicación**.

   Nota: También puede hacer una doble pulsación en la carpeta para seleccionar y aceptar la ubicación en un solo paso.

Resultados

El diagrama de flujo se copia en la campaña que ha seleccionado.

Los valores de configuración del proceso se copian al diagrama de flujo nuevo. Sin embargo, los archivos o tablas temporales que se han creado como resultado de ejecutar el diagrama de flujo original no se copian en el nuevo diagrama de flujo.

Si el diagrama de flujo copiado incluye procesos de contacto (Lista de correo o Telemarketing) con celdas objetivo enlazadas a una hoja de cálculo de celdas objetivo, se generan nuevos códigos de celda para las celdas en el nuevo diagrama de flujo, para que no se produzcan códigos de celda duplicados. Si las celdas objetivo se han definido en el diagrama de flujo, y si la opción **Generar automáticamente código de celda** del proceso de contacto no está activada, NO se generan códigos de celda nuevos para el nuevo diagrama de flujo.

Nota: Si la lógica del diagrama de flujo utiliza campos derivados que hacen referencia a los códigos de celda del diagrama de flujo anterior, la lógica no se lleva a cabo en el nuevo diagrama de flujo.

Edición de diagramas de flujo

Un diagrama de flujo se edita para añadir o eliminar procesos, o para configurar dichos procesos. También puede editar el nombre y la descripción del diagrama de flujo.

Apertura de un diagrama de flujo para edición

Para cambiar un diagrama de flujo, debe abrirlo en modo de **Edición**.

Procedimiento

1. Utilice uno de los métodos siguientes para abrir un diagrama de flujo para editarlo:
   - En la página Campañas, pulse el icono **Editar una pestaña** junto a la campaña y seleccione el diagrama de flujo en el menú.
   - Abra la campaña y, a continuación, pulse en la pestaña Diagrama de flujo. En la página del diagrama de flujo, pulse el icono **Editar** .

     También puede pulsar **Control** y pulsar la pestaña diagrama de flujo para abrir el diagrama de flujo directamente en modo de **Edición**.
   - Abra la pestaña **Análisis** de la campaña, pulse el enlace para el diagrama de flujo que desea editar, luego pulse el icono **Editar** .

     También puede pulsar **Control** y pulsar en el nombre del diagrama de flujo para abrir el diagrama de flujo directamente en modo de **Edición**.

2. Si intenta editar un diagrama de flujo que ya está siendo editado por otro usuario, Campaign avisará de que el diagrama de flujo está abierto por otro usuario.

   Importante: Si continúa con la apertura del diagrama de flujo, los cambios del otro usuario se perderán de forma inmediata y permanente. Para evitar la pérdida de trabajo, no continúe con la apertura del diagrama de flujo sin hablarlo antes con el otro usuario.

Edición de las propiedades de un diagrama de flujo

Para cambiar el nombre o la descripción de un diagrama de flujo, puede editar las propiedades del diagrama de flujo.

Procedimiento

1. Abra el diagrama de flujo para editarlo.
2. Pulse **Propiedades** en la barra del diagrama de flujo.

   Se abre la página Editar propiedades del diagrama de flujo.
3. Modifique el nombre de diagrama de flujo o la descripción.

   Nota: Los nombres de diagrama de flujo tienen determinadas restricciones de caracteres. Consulte Apéndice A, “Caracteres especiales en nombres de objeto de IBM Campaign”, en la página 265.
4. Pulse **Guardar cambios**.

   Se guardarán los detalles del diagrama de flujo modificados.

Visualización de diagramas de flujo en modo de solo lectura

Si tiene los permisos de visualización para un diagrama de flujo, puede abrirlo en modo de solo lectura para ver qué procesos se utilizan y cómo están conectados. Sin embargo, no puede abrir diálogos de configuración del proceso ni realizar cambios.

Procedimiento

1. Elija **Campaña** > **Campañas**.
2. Utilice uno de los métodos siguientes para abrir un diagrama de flujo.
   - Pulse **Ver una pestaña** junto al nombre de la campaña y seleccione un diagrama de flujo en el menú.
   - Abra la campaña y, a continuación, pulse en la pestaña Diagrama de flujo.
   - Abra la pestaña Análisis de la campaña y, a continuación, pulse el nombre del diagrama de flujo que desee ver.

Qué hacer a continuación

Si desea ver más detalles del diagrama de flujo, como la forma en que el proceso está configurado, debe abrir el diagrama de flujo para revisión o edición: pulse el icono **Editar** en la barra del diagrama de flujo. Los permisos determinan si el diagrama de flujo se abre en modo de revisión o de edición.

Visualización de dos diagramas de flujo uno al lado de otro

Algunos diseñadores de campañas prefieren ver dos diagramas de flujo uno al lado de otro al desarrollar nuevos diagramas de flujo. Cuando utiliza Internet Explorer, debe utilizar **Archivo** > **Nueva sesión** para abrir ventanas del navegador adicionales.

Acerca de esta tarea

No utilice ningún otro método para abrir varias sesiones de navegador. Por ejemplo, no utilice una nueva pestaña; no abra otra sesión del navegador desde el menú **Inicio**; y no utilice **Archivo** > **Nueva ventana**. Si utiliza estos métodos puede liar o dañar la información que se visualiza en Campaign.

Nota: Cuando se utiliza el método de más abajo, no se pueden copiar procesos de un diagrama de flujo en otro. Para copiar procesos configurados en diagramas de flujo, utilice las opciones de la biblioteca de plantillas disponibles en el menú de comandos del botón derecho del ratón, tal como se explica en "Copia de procesos entre diagramas de flujo" en la página 63.

Procedimiento

1. Abra Internet Explorer.
2. Inicie sesión en IBM Enterprise Marketing Management (EMM) Suite y navegue hasta un diagrama de flujo de Campaign en modo de solo vista.
3. En la ventana del navegador que ha abierto en el paso 1, seleccione **Archivo** > **Nueva sesión** en la barra de menús de Internet Explorer.

   Se abre una nueva instancia de Internet Explorer.
4. En la nueva ventana del navegador, inicie sesión en IBM Enterprise Marketing Management (EMM) como el mismo usuario u otro diferente, y navegue hasta un diagrama de flujo de Campaign en modo de solo vista.

   Recuerde: Debe inhabilitar los bloqueadores de ventanas emergentes del navegador o los complementos del navegador como, por ejemplo, las barras de herramientas. Los bloqueadores de ventanas emergentes impiden que se abra la ventana del diagrama de flujo.

Revisión de diagramas de flujo

En función de sus permisos, es posible que pueda revisar, pero no editar, los diagramas de flujo. La revisión de un diagrama de flujo significa que puede examinar las configuraciones de proceso y realizar cambios, pero no puede guardar los cambios ni realizar ejecuciones de producción. La opción de autoguardado del diagrama de flujo está inhabilitada y no se puede habilitar. Para guardar los cambios en un diagrama de flujo, debe tener permisos de Edición.

Acerca de esta tarea

Si tiene permitido revisar, pero no editar diagramas de flujo, puede verificar el contenido de un diagrama de flujo sin cambiar accidentalmente el diagrama de flujo.

Un diagrama de flujo se abre en modo de revisión de la misma manera que se abre un diagrama de flujo en modo de edición. Los permisos aseguran que solo pueda acceder a diagramas de flujo en modo de revisión si no cuenta además con permisos de edición.

Siga estos pasos para revisar un diagrama de flujo.

Procedimiento

1. Utilice uno de los métodos siguientes para abrir un diagrama de flujo:
   - En la página Campañas, **Editar una pestaña** junto a la campaña y seleccione un diagrama de flujo en el menú.
   - Abra una campaña, pulse la pestaña del diagrama de flujo, luego pulse **Editar** en la barra de herramientas del diagrama de flujo.
   - Abra la pestaña **Análisis** de la campaña, pulse el enlace del diagrama de flujo, luego pulse **Editar** .

   Un mensaje indica que el diagrama de flujo está en modo de revisión y que los cambios que realice no se podrán guardar. La cabecera de la página dice "Revisión" y solo está visible la opción **Cancelar**.
2. Puede realizar las acciones siguientes en modo de revisión:
   - Guardar procesos como una plantilla.
   - Guardar el diagrama de flujo como una plantilla.
   - Modificar el diagrama de flujo (pero no se pueden guardar los cambios).
   - Realizar ejecuciones de prueba, si tiene los permisos adecuados.

   Importante: Incluso en modo de revisión, las ejecuciones de prueba pueden grabar salida y ejecutar desencadenantes. Además, si tiene los permisos adecuados, puede editar macros personalizadas y desencadenantes en el diagrama de flujo y, por lo tanto, puede cambiar el diagrama de flujo.

Supresión de diagramas

Puede suprimir un diagrama de flujo si decide que ya no lo necesita.

Acerca de esta tarea

La supresión de un diagrama de flujo elimina de forma permanente dicho diagrama de flujo y todos sus archivos asociados, incluido el archivo de registro. Si desea conservar partes de su diagrama de flujo para reutilizarlas, guárdelas como objetos almacenados.

Los archivos de salida (como los archivos grabados por un proceso Instantánea, Optimización o de contacto) no se suprimen, y los historiales de contactos y respuestas se conservan.

Utilice el procedimiento siguiente para suprimir un diagrama de flujo.

Procedimiento

1. Abra un diagrama de flujo en modo de **Vista**.
2. Pulse el icono **Suprimir diagrama de flujo** .

   Importante: Si intenta suprimir un diagrama de flujo que está siendo editado por otro usuario, Campaign avisa de que el diagrama de flujo está abierto por otro usuario. Si continúa, se pierden los cambios de otros usuarios. Para evitar la pérdida del trabajo, no continúe sin comprobarlo primero con el otro usuario.
3. Si está seguro de que desea suprimir permanentemente el diagrama de flujo, pulse **Aceptar** para confirmar la supresión.

   Se suprime el diagrama de flujo y todos sus archivos asociados.

Impresión de diagramas de flujo

Puede imprimir diagramas de flujo de IBM Campaign.

Acerca de esta tarea

Nota: No utilice el comando **Archivo > Imprimir** del navegador web. Este procedimiento no siempre imprime los diagramas de flujo correctamente.

Procedimiento

1. Abra un diagrama de flujo en modo de **Vista** o **Edición**.
2. Pulse el icono **Imprimir** .

Especificación de dónde guardar un archivo de registro de diagrama de flujo

Siga este procedimiento para especificar la ubicación del archivo de registro para cualquier diagrama de flujo que puede editar.

Acerca de esta tarea

Los archivos de registro de diagrama de flujo se guardan en una ubicación predeterminada. Si el administrador define Campaign | partitions | partition[n] | server | logging | AllowCustomLogPath en **TRUE**, y tiene los permisos de registro apropiados, podrá especificar una ubicación de archivo de registro diferente para cualquier diagrama de fluoj que puede editar.

Procedimiento

1. Abra un diagrama de flujo para editarlo.
2. Abra el menú **Opciones** y seleccione **Cambiar vía de acceso de registro**. Se abrirá la ventana Seleccione la ruta del registro.
3. Seleccione una ubicación en la lista **Directorio**. Opcional: Haga clic dos veces en cualquier nombre de directorio para ver los subdirectorios que contiene.
4. Si lo prefiere, puede crear un directorio nuevo en el servidor de Campaign, pulsando en el icono **Nueva carpeta** sobre la lista **Directorio**.
5. Cuando haya seleccionado el directorio en la lista, pulse **Abrir** para aceptar su elección.

Análisis de la calidad de sus selecciones de diagrama de flujo

Al crear un diagrama de flujo de campaña de marketing, puede utilizar informes de celda de diagrama de flujo para analizar la precisión de cada proceso. Los informes de celda de diagrama de flujo proporcionan información sobre qué ID están seleccionados y cómo cada proceso en sentido descendente afecta a la lista de selecciones.

Antes de empezar

Para acceder a los informes de celda, debe tener permiso para editar o revisar los diagramas de flujo y ver o exportar informes de celda. Consulte la publicación *IBM Campaign Guía del administrador* para obtener información sobre los permisos de

informe de celda para el rol administrativo definido por el sistema.

Acerca de esta tarea

Algunos informes examinan cada celda, o lista de identificadores, que un proceso de manipulación de datos (Selección, Fusión, Segmentación, Muestreo, Audiencia o Extracción) genera como salida. Otros informes muestran el flujo de datos en todo el diagrama de flujo, de un proceso al siguiente. Mediante el análisis de los datos de celda, puede refinar sus selecciones e identificar posibles errores. También puede confirmar que cada proceso esté produciendo la salida que esperaba. Por ejemplo, el informe de contenido de celda muestra los valores de los campos, tales como nombres, números de teléfono y direcciones de correo electrónico, para cada ID en la celda.

Procedimiento

1. Abra un diagrama de flujo en modo de edición.
2. Pulse **Informes** en la barra de herramientas del diagrama de flujo.
3. Seleccione un informe en la lista para realizar la acción apropiada.
   - "Visualización de información acerca de todas las celdas de un diagrama de flujo (informe de lista de celdas)"
   - "Análisis de una característica de una celda (informe de análisis de variable de celda)" en la página 46
   - "Análisis de dos características de una celda simultáneamente (informe de tabla de referencias cruzadas de variables de celda)" en la página 47
   - "Visualización del contenido de celdas (informe de contenido de celda)" en la página 48
   - "Análisis de celdas en cascada en procesos en sentido descendente (informe de celdas en cascada)" en la página 48

Visualización de información acerca de todas las celdas de un diagrama de flujo (informe de lista de celdas)

Utilice el informe **Lista de celdas** para obtener información sobre todas las celdas que se encuentran en el diagrama de flujo actual. El informe proporciona información sobre los procesos que se han ejecutado.

Procedimiento

1. Abra un diagrama de flujo en modo de **Edición**.
2. Pulse **Informes** en la barra de herramientas.

   Se abre la ventana Informes específicos de celda. Cada celda del diagrama de flujo se corresponde con una fila del informe.

   El informe muestra los datos de la última ejecución del diagrama de flujo. La columna Estado indica el tipo de ejecución de diagrama de flujo, por ejemplo, ejecución de prueba o ejecución de producción.
3. Para ordenar la visualización, pulse una cabecera de columna del informe.
4. Para cambiar la visualización, pulse **Opciones** y seleccione una de las opciones siguientes:

- **Vista de árbol**: visualice las celdas del diagrama de flujo en una jerarquía de carpetas. Los niveles representan los niveles y las relaciones en el diagrama de flujo. Expanda o contraiga cada nivel para mostrar u ocultar los elementos situados debajo.

  Si el diagrama de flujo contiene procesos Fusión, se utiliza codificación por colores en todo el informe. Por ejemplo, Merge1 aparece en rojo y Merge2 en azul. Las celdas hijo y padre de cada proceso Fusión también se codifican con colores, así que se pueden identificar fácilmente independientemente de cómo se ordene la lista. Por ejemplo, si Merge1 aparece en rojo, el campo **ID de celda** aparecerá en rojo para todos los procesos hijo y todos los procesos padre Merge1.
- **Vista de tabla**: visualice las celdas del diagrama de flujo con un formato de tabla (valor predeterminado).

Análisis de una característica de una celda (informe de análisis de variable de celda)

Utilice el informe **Análisis de variable de celda** para visualizar los datos que están asociados a una variable de una celda especificada. Por ejemplo, puede seleccionar la celda Gold.out y especificar Edad como la variable para ver el rango de edad de todos los clientes con tarjetas de crédito oro.

Acerca de esta tarea

El informe de análisis de variable de celda visualiza información demográfica que puede servir para identificar posibles objetivos para la campaña.

Procedimiento

1. Abra un diagrama de flujo en modo de **Edición**.
2. Pulse **Informes** .
3. Seleccione **Análisis de variable de celda** en la lista **Informe a visualizar**.
4. Seleccione la celda que desea analizar en la lista **Celda para análisis**.
5. Seleccione un campo de la lista **Campo**.
6. (Opcional) Para modificar la visualización, pulse **Opciones** y, a continuación, utilice la ventana Opciones de informe para seleccionar las opciones siguientes.
   - **Número de intervalos**: IBM Campaign agrupa valores de campo para crear segmentos de igual tamaño, o intervalos. Los valores de campo a lo largo del eje horizontal se organizan en agrupamientos. Por ejemplo, si especifica cuatro intervalos para Edad, los valores pueden agruparse en intervalos de 20 a 29 y de 30 a 39, de 40 a 49 y de 50 a 59. Si el número que especifica es inferior al número de los distintos valores de campo, algunos campos se unirán en un intervalo. El número máximo predeterminado de intervalos es 25.
   - **Análisis por metatipo**: esta opción está habilitada de forma predeterminada. Esta opción garantiza que los valores de campo que representan fechas, dinero, números de teléfono y otros datos numéricos se ordenan y agrupan correctamente, más que con la ordenación en texto ASCII. Por ejemplo, cuando analiza por metatipo, las fechas se ordenan como fechas, no como valores numéricos.

- **Ver tabla**: visualiza el informe en un formato de tabla. Cada agrupamiento se representa como una fila, y el recuento de cada agrupamiento aparece como una columna.
- **Gráfico**: visualiza el informe como un gráfico. Esta opción es el valor predeterminado. Pulse el botón derecho en el informe para acceder a más opciones de visualización.
- **Mostrar 2ª celda**: si hay más de una celda disponible para el análisis, seleccione esta opción para ver una segunda celda en el informe. Las dos celdas se muestran una junto a la otra en formato gráfico.

Análisis de dos características de una celda simultáneamente (informe de tabla de referencias cruzadas de variables de celda)

Utilice el informe **Tabla de referencias cruzadas de variables de celda** para analizar los datos de dos campos simultáneamente para la celda especificada. Por ejemplo, puede seleccionar Edad e Importe para la celda Gold.out para ver el importe relativo de las compras por edad para clientes con tarjetas de crédito oro.

Acerca de esta tarea

Cada campo que selecciona representa un eje de la cuadrícula. Por ejemplo, podría seleccionar Edad para el eje X e Importe para el eje Y. El informe divide los valores de campo en una serie de intervalos a lo largo de cada eje. El tamaño del cuadro en cada intersección representa el número relativo de los ID de cliente que tienen ambos atributos. Por ejemplo, utilizando Edad e Importe, puede identificar visualmente qué grupos de edad han gastado más dinero.

Procedimiento

1. Abra un diagrama de flujo en modo de **Edición**.
2. Configure y ejecute el proceso que genera la celda que desea analizar.
3. Pulse **Informes** en la barra de herramientas.
4. Seleccione **tabla de referencias cruzadas de variables de celda** en la lista **Informe a visualizar**.
5. Seleccione una celda en la lista **Celda**.
6. Seleccione campos (variables) para analizar en las listas **Campo 1** y **Campo 2**.
7. (Opcional) Para modificar la visualización, pulse **Opciones** y, a continuación, utilice la ventana Opciones de informe para seleccionar las opciones siguientes:
   - **Número de intervalos**: IBM Campaign agrupa los valores de campo a lo largo de cada eje para crear segmentos de igual tamaño, o intervalos. Por ejemplo, si especifica cuatro intervalos para Edad, los valores pueden agruparse en intervalos de 20 a 29 y de 30 a 39, de 40 a 49 y de 50 a 59. Si el número que especifica es inferior al número de los distintos valores de campo, algunos campos se unirán en un intervalo. El número predeterminado de intervalos es 10.
   - **Análisis por metatipo**: esta opción está habilitada de forma predeterminada. Esta opción garantiza que los valores de campo que representan fechas, dinero, números de teléfono y otros datos numéricos se ordenan y agrupan correctamente, más que con la ordenación en texto ASCII. Por ejemplo, cuando analiza por metatipo, las fechas se ordenan como fechas, no como valores numéricos.

- **Ver tabla**: visualiza el informe en un formato de tabla.
- **Gráfico 2-D**: visualiza el informe como un gráfico 2-D (predeterminado). Pulse el botón derecho en el informe para acceder a más opciones de visualización.
- **Gráfico 3-D**: visualiza el informe como un gráfico 3-D. Pulse el botón derecho en el informe para acceder a más opciones de visualización.
- **Mostrar celda 1**: especifique cómo se visualiza la información de celda en el eje X. En el caso de ciertos campos numéricos, puede seleccionar campos con los que operar en el menú Campo de valor.
- **Campo de valor** (para Mostrar celda 1 y Mostrar celda 2): añada una variable a la variable existente que se está analizando. Esta segunda variable aparecerá como un cuadro dentro del cuadro que representa a la primera variable.

Visualización del contenido de celdas (informe de contenido de celda)

Utilice el informe **Contenido de celda** para visualizar los detalles de los registros de una celda. Con las opciones de informe, puede visualizar los valores reales de campos, como las direcciones de correo electrónico, los números de teléfono y otros datos demográficos para cada cliente de la celda.

Acerca de esta tarea

El informe puede visualizar valores de cualquier origen de tabla definido en el nivel de audiencia actual. Este informe es útil para verificar el resultado de las ejecuciones y para confirmar que está seleccionando el conjunto de contactos previsto.

Procedimiento

1. Abra un diagrama de flujo en modo de **Edición**.
2. Pulse **Informes** en la barra de herramientas.
3. Seleccione **Contenido de celda** en la lista **Informe a visualizar**.
4. Seleccione una celda en el menú desplegable **Celda a visualizar**.
5. (Opcional) Para modificar la visualización, pulse **Opciones** y, a continuación, especifique las opciones siguientes en la ventana Opciones de informe:
   - **Número de filas para ver**: cambia el número máximo de filas que el informe visualizar. El valor predeterminado es 100.
   - **Campos para ver**: seleccione campos en el área Campos disponibles y añádalos al área Campos para ver.
   - **Omitir registros con ID duplicados**: elija omitir registros con campos duplicados. Esto resulta útil cuando se están utilizando tablas sin normalizar. Esta opción está inhabilitada de forma predeterminada.

   Nota: El campo de número de registros está limitado a 10000.

Análisis de celdas en cascada en procesos en sentido descendente (informe de celdas en cascada)

Utilice el informe **Celdas en cascada** para ver cuántas personas se eliminan con cada proceso en sentido descendente de su diagrama de flujo. El informe

proporciona información sobre la salida de cada proceso de manipulación de datos, de modo que puede ver cómo cada proceso subsiguiente afecta a sus selecciones. A continuación, puede refinar los recuentos objetivo basándose en la visualización de la disminución en que se incurre por cada uno de los criterios sucesivos.

Acerca de esta tarea

Mediante el análisis de la disminución de los miembros de audiencia a medida que se procesan las celdas, puede refinar sus selecciones e identificar posibles errores. También puede confirmar que cada proceso esté produciendo la salida que esperaba. Por ejemplo, puede ver cuántos ID están seleccionados inicialmente y luego ver qué ocurre cuando se utiliza un proceso Fusión en esos resultados. De esta forma, puede ver la disminución en que se incurre por cada uno de los criterios sucesivos. Si el diagrama de flujo es complejo y contiene varias rutas de proceso, puede seleccionar la ruta que desea analizar.

Procedimiento

1. Abra un diagrama de flujo en modo de **Edición**.
2. Pulse **Informes** en la barra de herramientas de la ventana del diagrama de flujo.
3. Seleccione **Celdas en cascada** en la lista **Informe a visualizar**.
4. Seleccione la celda que desea analizar en la lista **Celda**.
5. Si la celda está conectada a varios procesos en sentido descendente, utilice la lista **Ruta** para indicar qué ruta del diagrama de flujo que desea analizar.

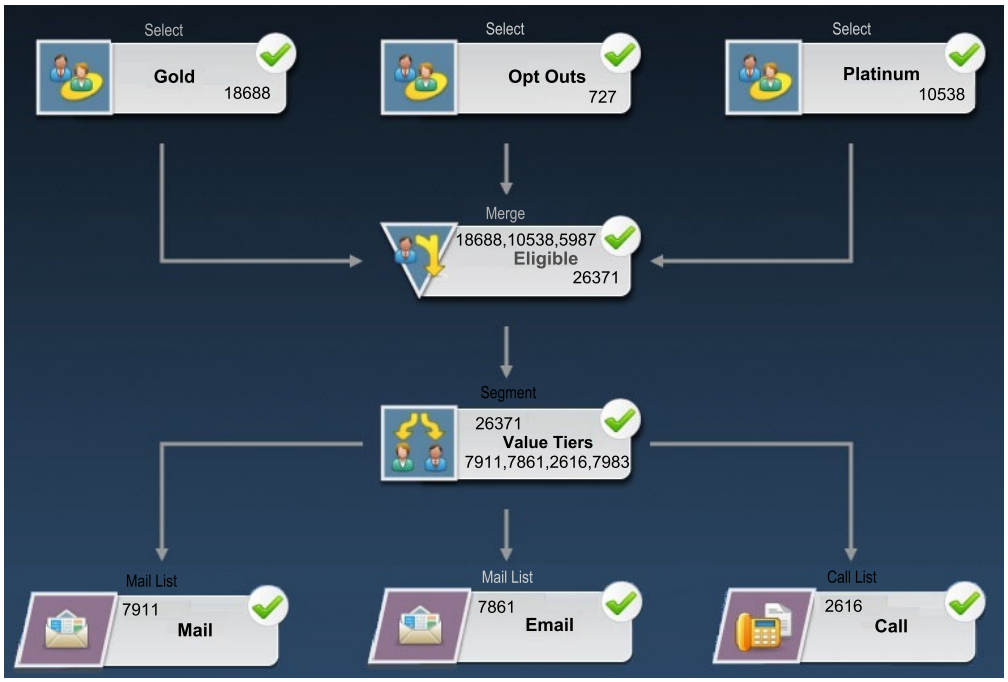
Ejemplo

Para obtener más información, consulte “Ejemplo de informe de celdas en cascada”.

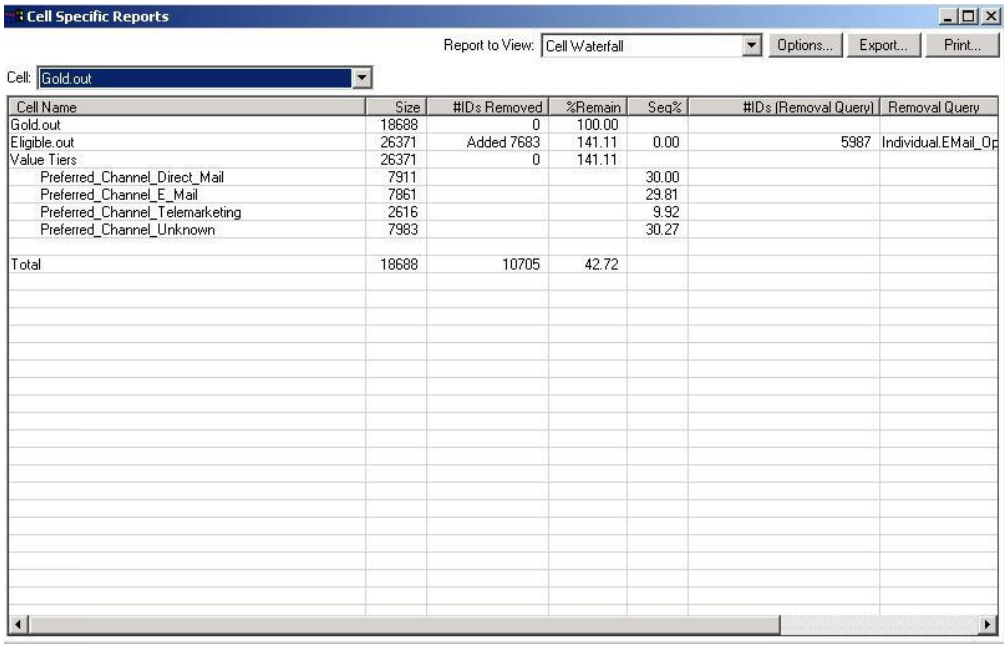
Ejemplo de informe de celdas en cascada

Este ejemplo muestra cómo puede utilizar un informe de celdas en cascada para identificar los procesos que afectan al volumen de salida. El informe proporciona detalles sobre la salida por porcentaje y cantidad.

Este ejemplo analiza la salida de un proceso Selección denominado "Gold" en el diagrama de flujo de campaña Retención de varios canales.



El informe de celdas en cascada para este diagrama de flujo se muestra en la figura siguiente. La celda Gold está seleccionada en la lista **Celda** en la parte superior del informe. Por lo tanto, el informe analiza la salida del proceso Selección "Gold". La lista **Ruta** no es relevante en este ejemplo debido a que la célula Gold sólo tiene una ruta en este diagrama de flujo (de Gold a Elegible). Si el cuadro de proceso Gold ha proporcionado salida a otros procesos del diagrama de flujo, podría utilizar la lista **Ruta** en otras secuencias.



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			

Cada celda se identifica por su nombre de celda de salida, además de un [Nombre de proceso] que se muestra entre corchetes. Estos nombres se han asignado en la pestaña General del diálogo de configuración del proceso.

Este informe de ejemplo muestra la siguiente progresión:

1. Los ID en la celda Gold se pasan a un proceso Fusión denominado Elegible.
2. Puede ver que algunos ID se han añadido y algunos se han eliminado.
3. Al examinar el diagrama de flujo, puede ver que el proceso Platinum (Selección) ha añadido algunos ID y el proceso Opt Outs (Selección) ha eliminado algunos ID.
4. Los ID elegibles (Gold y Platinum, menos Opt-Outs) se pasan a un proceso Segmentación denominado Niveles de valores.
5. El proceso Segmentación divide los ID Elegible en varios canales de contacto.

La fila Total muestra cuántos ID ha seleccionado originalmente el proceso Gold. Esta fila también muestra el número y el porcentaje de ID Gold que se mantienen.

Impresión o exportación de informes de celda de diagrama de flujo

Puede imprimir cualquier informe de celda de diagrama de flujo o exportarlo a otro formato.

Procedimiento

1. Abra un diagrama de flujo.
2. Pulse **Informes** .
3. Seleccione un informe de la lista y establezca los controles específicos del informe.
4. Pulse **Imprimir** para imprimir el informe.
5. Pulse **Exportar** para guardar o abrir el informe como un archivo de valores separados por comas (CSV). Asigne un nombre de archivo, pero no incluya una ruta o extensión. Si desea incluir cabeceras de columna en el archivo CSV, seleccione **Incluir etiquetas de columna**.

   Si opta por guardar el archivo, se le solicitará una ruta y tendrá la oportunidad de cambiar el nombre de archivo.

Capítulo 5. Configuración del proceso

Campaign utiliza *procesos* en un diagrama de flujo para realizar varias acciones en los datos de cliente. Al añadir cuadros de proceso a un diagrama de flujo y, a continuación, configurar y conectar los procesos, se determina la lógica para la campaña de marketing.

La mayoría de procesos determinan cómo Campaign selecciona y manipula los ID de los datos de usuario. Por ejemplo, puede configurar un proceso Selección para identificar los posibles clientes de alto valor, configurar otro proceso Selección para identificar los posibles clientes de mediano valor y, a continuación, utilizar un proceso Fusión para combinar las dos listas. La configuración de un proceso determina lo que ocurre cuando se ejecuta el proceso.

Existen muchos tipos de procesos, y cada uno realiza una función distinta. Algunos procesos están pensados para utilizarse al implementar su campaña. Por ejemplo, se utiliza un proceso Telemarketing para asignar ofertas y generar una lista de llamadas, que se puede enviar a un centro de llamadas.

Los otros procesos se utilizan después de desplegar la campaña. Por ejemplo, se utiliza el proceso Seguimiento para actualizar el historial de contactos después de desplegar la campaña y ver quién responde.

Visión general del proceso

Los procesos de Campaign son los bloques de construcción de diagramas de flujo. Los procesos están visibles en la paleta de procesos del diagrama de flujo en la parte izquierda del espacio de trabajo.

Para crear un diagrama de flujo, puede mover cuadros de proceso de la paleta al espacio de trabajo del diagrama de flujo. En el espacio de trabajo, se configuran y conectan cuadros de proceso para crear el diagrama de flujo. Normalmente, cada proceso de un diagrama de flujo tiene una o más celdas de entrada, transforma los datos y genera una o más celdas de salida. Una *celda* es una lista de destinatarios de mensajes de marketing, como ID de clientes o posibles clientes.

Mediante la configuración de cada proceso y luego su conexión a un proceso subsiguiente, puede lograr los resultados que desea.

Por ejemplo, puede utilizar el proceso Selección para seleccionar los clientes y posibles clientes en una base de datos o archivo sin formato. La salida de un proceso Selección es una celda, que puede utilizar como entrada en un proceso posterior. Por lo tanto, en su diagrama de flujo puede conectar el proceso Selección con un proceso Fusión para eliminar opt-outs de la lista de ID. A continuación, puede segmentar la lista fusionada y utilizar el proceso Telemarketing para asignar ofertas y generar una lista de contactos.

Lista de procesos de Campaign

Configure y conecte procesos en diagramas de flujo para lograr sus objetivos de campaña. Cada proceso realiza una operación específica, como por ejemplo seleccionar, fusionar o segmentar clientes.

© Copyright IBM Corp. 1998, 2014

Nota: Interact, Contact Optimization, eMessage y IBM SPSS Modeler Advantage Marketing Edition proporcionan procesos adicionales para utilizarlos en diagramas de flujo. Puede obtener información adicional consultando la documentación de dichos productos.

Tabla 7. Lista de procesos de Campaign en diagramas de flujo por lotes

Proceso	Descripción general	Instrucciones
	"Proceso Selección" en la página 66	"Selección de una lista de contactos" en la página 66
	"Proceso Fusión" en la página 71	"Fusión y supresión de contactos" en la página 71
	"Proceso Segmentación" en la página 73	"Segmentación de datos por campo" en la página 75 "Segmentación de datos con consultas" en la página 79
	"Proceso Muestreo" en la página 80	"División de contactos en grupos de muestras" en la página 80
	"Proceso Audiencia" en la página 84	"Cambio y filtro de los niveles de audiencia" en la página 87
	"Proceso Extracción" en la página 95	"Extracción de subconjuntos de datos para proceso y manipulación adicionales" en la página 97
	"Proceso Instantánea" en la página 101	"Tomar una instantánea de datos para exportar a una tabla o archivo" en la página 101
	"Proceso Planificación" en la página 104	"Procesos Planificación en un diagrama de flujo en ejecución" en la página 107
	"Proceso Cubo" en la página 108	"Creación de un cubo multidimensional de atributos" en la página 109
	"Proceso Crear segmento" en la página 110	"Creación de segmentos para uso global en varias campañas" en la página 110
	"Proceso Lista de correo" en la página 113	"Configuración de procesos de contacto (Lista de correo o Telemarketing)" en la página 113
	"Proceso Telemarketing" en la página 119	"Configuración de procesos de contacto (Lista de correo o Telemarketing)" en la página 113
	"Proceso Seguimiento" en la página 119	"Seguimiento del historial de contactos" en la página 120
	"Proceso Respuesta" en la página 122	"Actualización del historial de respuestas" en la página 123
	El proceso de eMessage define la lista de destinatarios para un envío de correos de eMessage.	Requiere IBM eMessage. Consulte la publicación *eMessage User's Guide*.
	El proceso Lista de interacción determina qué ofertas el servidor de tiempo de ejecución de Interact presenta a los clientes.	Requiere IBM Interact. Consulte la publicación *Interact User's Guide*.
	El proceso Optimización asocia una campaña de marketing con una sesión de Contact Optimization.	Requiere IBM Contact Optimization. Consulte la publicación *Contact Optimization User's Guide*.

Tabla 7. Lista de procesos de Campaign en diagramas de flujo por lotes (continuación)

Proceso	Descripción general	Instrucciones
	El proceso Modelado de SPSS genera modelos predictivos para prever los respondedores probables en función del comportamiento pasado.	Requiere IBM SPSS Modeler Advantage Marketing Edition. Consulte *IBM Campaign y la IBM SPSS Modeler Advantage Marketing Edition Guía de integración*.
	El proceso Puntuación de SPSS calcula la probabilidad que existe de que los clientes respondan a las ofertas, para identificar los mejores posibles clientes para una campaña.	Requiere IBM SPSS Modeler Advantage Marketing Edition. Consulte *IBM Campaign y la IBM SPSS Modeler Advantage Marketing Edition Guía de integración*.

Conceptos relacionados:

Apéndice A, “Caracteres especiales en nombres de objeto de IBM Campaign”, en la página 265

Tareas relacionadas:

“Creación de diagramas de flujo” en la página 31

Tipos de procesos

Los procesos de Campaign se dividen en tres tipos por función, y se distinguen por el color en la paleta de procesos del diagrama de flujo.

- Procesos de manipulación de datos - azul
- Procesos de ejecución - rojo
- Procesos de optimización - verde

Nota: Interact, Contact Optimization, eMessage y IBM SPSS Modeler Advantage Marketing Edition proporcionan procesos adicionales para utilizarse en diagramas de flujo de campaña. Para obtener información sobre estos procesos, consulte la documentación aparte de estos productos.

Procesos de manipulación de datos.

Utilice procesos de manipulación de datos para seleccionar ID de contacto de los orígenes de datos y trabajar con estos ID para crear grupos con significado o públicos objetivo.

Algunos ejemplos de las tareas que puede completar utilizando procesos de manipulación de datos son los siguientes.

- Puede seleccionar posibles contactos que cumplan los criterios que defina, por ejemplo clientes de repetición dentro de un determinado rango de ingresos.
- Puede fusionar listas para incluir o excluir contactos.
- Puede segmentar clientes en grupos con significado, por ejemplo, por idioma o género.
- Puede configurar grupos de prueba o de control.
- Puede cambiar el público objetivo de su campaña, por ejemplo de unidad familiar a persona.
- Puede extraer conjuntos de datos para proceso adicional a fin de mejorar el rendimiento.

Están disponibles los siguientes procesos de manipulación de datos:

- “Proceso Selección” en la página 66
- “Proceso Fusión” en la página 71
- “Proceso Segmentación” en la página 73
- “Proceso Muestreo” en la página 80
- “Proceso Audiencia” en la página 84
- “Proceso Extracción” en la página 95

Procesos de ejecución

Tras crear el diagrama de flujo para seleccionar la audiencia que desea, tendrá que utilizar un proceso de ejecución para generar los resultados de una forma utilizable. Los procesos de ejecución controlan la ejecución del diagrama de flujo e inician el contacto del cliente real.

Los procesos de ejecución controlan la verdadera ejecución de campañas completadas, lo que incluye la gestión de listas de contactos y la generación de una salida con las mismas, el tratamiento de públicos objetivo, el seguimiento de respuestas y contactos, el registro de datos y la planificación de ejecución de campañas o de sesiones.

Los procesos de ejecución son:

- “Proceso Instantánea” en la página 101
- “Proceso Planificación” en la página 104
- “Proceso Cubo” en la página 108
- “Proceso Crear segmento” en la página 110
- “Proceso Lista de correo” en la página 113
- “Proceso Telemarketing” en la página 119

Nota: Los procesos Lista de correo y Lista de llamadas, que son procesos de ejecución, también son conocidos como procesos de contacto.

Procesos de optimización

Utilice los procesos de optimización como ayuda para determinar la efectividad de una campaña y refinar sus campañas de marketing a lo largo del tiempo.

Los procesos Seguimiento y Respuesta sirven de ayuda para realizar el seguimiento de con quién se contacta y quién responde. De esta forma, puede evaluar la respuesta a sus campañas y modificarlas a lo largo del tiempo.

El proceso Modelado automatiza la creación de un modelo de respuesta que puede utilizarse para prever los respondedores y los no respondedores.

El proceso Puntuación puntúa los contactos con respecto a un modelo de datos para valorar la probabilidad de cada cliente de hacer una compra o responder a una oferta. La puntuación precisa identifica los mejores clientes y posibles clientes para una campaña. De esta forma, puede determinar la campaña, la oferta y los canales más efectivos.

Para obtener más información, consulte los temas siguientes:

- “Proceso Seguimiento” en la página 119
- “Proceso Respuesta” en la página 122

- Los procesos Puntuación de SPSS Model and SPSS requieren IBM SPSS Modeler Advantage Marketing Edition. Para obtener información, consulte la publicación *IBM Campaign y IBM SPSS Modeler Advantage Marketing Edition Guía de integración*.

Orígenes de datos para procesos

Cuando configure la mayoría de procesos en un diagrama de flujo, debe especificar el origen de los datos en los que el proceso va a actuar. El origen de datos de un proceso puede ser una o más celdas de entrada, segmentos, archivos o tablas. Por ejemplo, el origen de datos para un proceso Selección puede ser una tabla de base de datos donde su organización almacena información del cliente como el nombre, la dirección, la edad y los ingresos.

Las tablas disponibles dependen de qué orígenes de datos ha correlacionado el administrador. (La correlación de tablas es el proceso de hacer que las tablas de cliente externo estén accesibles en IBM Campaign. Solo las tablas que el administrador ha correlacionado están disponibles para selección).

Si se han correlacionado varias tablas, puede seleccionar más de una tabla como entrada para un proceso. Por ejemplo, un proceso Selección puede tomar entrada de las bases de datos "A" y "B" de la compañía. Las tablas que seleccione deben tener el mismo nivel de audiencia, como cliente o unidad familiar.

Es habitual utilizar la salida de un proceso como entrada para un proceso posterior. Por ejemplo, puede conectar un proceso Selección a un proceso Segmentación. Cuando configure el proceso Segmentación, la salida del proceso Selección podría servir como entrada para el proceso Segmentación.

Si selecciona varias celdas como entrada, todas ellas deben tener el mismo nivel de audiencia. Por ejemplo, si dos procesos Selección proporcionan entrada a un proceso Fusión, ambos procesos Selección deben tener el mismo nivel de audiencia. No puede mezclar unidad familiar y cliente, por ejemplo.

Para especificar el origen de datos para un proceso, configure el proceso en un diagrama de flujo. En la mayoría de los casos, se utiliza el campo **Entrada** en la primera pestaña del diálogo de configuración de proceso. El campo **Entrada** muestra todas las tablas base que están correlacionadas actualmente en el catálogo de tablas junto con sus niveles de audiencia. El campo **Entrada** también indica cualquier proceso conectado (en sentido ascendente).

Si hay una celda de entrada (por ejemplo, si un proceso Selección está conectado a un proceso Segmentación), entonces solo se visualizan las tablas con el mismo nivel de audiencia que la celda.

Para obtener más información sobre la selección de orígenes de datos, consulte las instrucciones de configuración de cada proceso.

Manipulación de cuadros de proceso en diagramas de flujo

Los cuadros de proceso son los bloques de construcción de los diagramas de flujo. Los procesos están visibles en la paleta de procesos del diagrama de flujo en la parte izquierda del espacio de trabajo.Cada campaña de marketing consta de al menos un diagrama de flujo y, cada diagrama de flujo consta de procesos que están configurados y conectados.

Acerca de esta tarea

Para crear un diagrama de flujo de campaña, arrastre cuadros de proceso de la paleta al espacio de trabajo. A continuación, configure cada cuadro de proceso para que realice una operación específica, como seleccionar clientes objetivo para un envío de correos. Al arrastrar líneas de conexión de un cuadro a otro, se conectan los procesos en el espacio de trabajo en un flujo lógico para determinar el orden de los eventos.

Por ejemplo, utilice procesos Selección para elegir clientes objetivo en la campaña. Luego utilice un proceso Fusión para combinar las selecciones y termine con un proceso Telemarketing, que genere una lista de clientes para ponerse en contacto por teléfono.

Puede mover y suprimir cuadros de proceso para experimentar con distintos escenarios de diagrama de flujo. Para confirmar que el diagrama de flujo está avanzando correctamente, puede ejecutar en prueba cada uno de los procesos a medida que crea el diagrama de flujo. Guarde con frecuencia el diagrama de flujo a medida que trabaja.

Los pasos siguientes proporcionan una visión general de alto nivel de cómo crear un diagrama de flujo añadiendo, configurando y conectando procesos.

Procedimiento

1. Abra un diagrama de flujo para editarlo.
2. Añada un proceso al diagrama de flujo arrastrándolo desde la paleta al espacio de trabajo. Por ejemplo, añada un proceso Selección.
3. Configure el proceso efectuando una doble pulsación en él en la paleta. Por ejemplo, configure el proceso Selección para seleccionar todos los clientes de alto valor con una edad de 25 a 34 años ("Gold").
4. Añada y configure el siguiente proceso en su diagrama de flujo. Por ejemplo, añada otro proceso Selección y configúrelo para seleccionar todos los clientes de valor mediano con una edad de 25 a 34 años ("Silver").
5. Siga añadiendo, configurando y conectando procesos del diagrama de flujo para determinar el flujo lógico de datos. Por ejemplo:
   a. Conecte ambos procesos Selección (clientes "Gold" y "Silver") a un proceso Fusión.
   b. Configure el proceso Fusión para fusionar los clientes Gold y Silver en una sola lista.
   c. Conecte el proceso Fusión para un proceso Lista de correo.
   d. Cuando configure el proceso Lista de correo, puede asignar ofertas predefinidas. Por ejemplo, puede asignar un descuento del 10% a los clientes Silver y un descuento del 20% a los clientes Gold.
6. Pruebe la ejecución de cada proceso mientras lo configura para confirmar que produce los resultados esperados.

Adición de procesos a diagramas de flujo

Puede añadir un proceso a un diagrama de flujo arrastrando un cuadro de proceso de la paleta al espacio de trabajo.

Acerca de esta tarea

El procedimiento que sigue explica cómo arrastrar procesos a un diagrama de flujo. Otros métodos de adición de procesos pueden ser copiar un proceso existente (pulsar con el botón derecho, copiar y pegar), o pegar una plantilla de la biblioteca de plantillas. Las plantillas contienen al menos un proceso y al menos una conexión configurados. Para obtener más información, lea acerca de la utilización de plantillas.

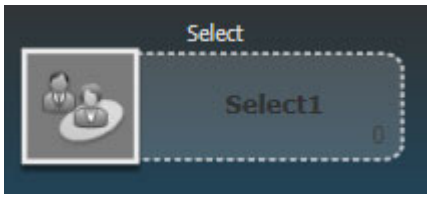
Siga estos pasos para añadir procesos a un diagrama de flujo.

Procedimiento

1. Seleccione **Campaña** > **Campañas**.
2. Utilice uno de los métodos siguientes para abrir un diagrama de flujo:
   - Pulse el nombre de una campaña, a continuación, pulse una pestaña de diagrama de flujo y luego pulse el icono **Editar** en la barra de herramientas.
   - Utilice el icono **Editar una pestaña** junto a un nombre de campaña para abrir un diagrama de flujo en esa campaña.

   Se abre la ventana de diagrama de flujo y la paleta aparece en la parte izquierda del espacio de trabajo.
3. Arrastre el cuadro de proceso de la paleta al diagrama de flujo. Puede descartar el cuadro de proceso en el espacio de trabajo tan pronto como el cuadro pase a visualizarse en color verde y muestre un signo de suma.

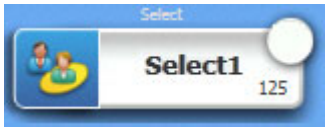
   Los cuadros de proceso que se acaban de añadir son transparentes hasta que se configuran.

   Normalmente, el siguiente paso será configurar el proceso, efectuando una doble pulsación en el espacio de trabajo para abrir el diálogo de configuración.

   Para ver una lista de las acciones disponibles, puede pulsar el botón derecho del ratón en un cuadro de proceso en el espacio de trabajo.

   Los cuadros de proceso configurados tienen un fondo y borde sólidos. El icono redondo de estado está en blanco para indicar que el proceso aún no se ha ejecutado.

4. Pulse el icono **Guardar y continuar** con frecuencia para guardar los cambios.

Resultados

Al desarrollar el diagrama de flujo, coloque los cuadros posteriores en una posición lógica, como de izquierda a derecha o de arriba a abajo, y conecte los cuadros para indicar el flujo de datos. Algunos procesos deben conectarse antes de configurarse ya que requieren una entrada del proceso de origen.

Por ejemplo, configure un proceso Selección para seleccionar unidades familiares en una franja de ingresos específica y a continuación conéctelo a un proceso Audiencia o Fusión. Finalmente, ejecute una ejecución de prueba del proceso o rama.

Qué hacer a continuación

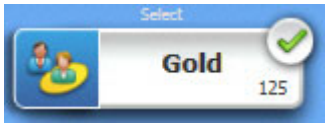
Consulte los otros temas disponibles para obtener información sobre la configuración, conexión y ejecución de procesos.

Cómo determinar el estado de un proceso

Cada cuadro de proceso de un diagrama de flujo visualiza un icono que indica su estado.

	Proceso no iniciado (no se ha ejecutado)
	Proceso en ejecución
	Ejecución de proceso completada
	Advertencia
	Error
	El proceso Planificación está listo para iniciar los procesos subsiguientes. (Este icono aparece sólo en un proceso Planificación, una vez que se ha ejecutado el diagrama de flujo.)
	En pausa

A continuación se muestra un cuadro de proceso con el icono de ejecución de proceso completada.



Conexión de procesos en diagramas de flujo

Conecte los procesos en un diagrama de flujo para especificar la dirección del flujo de datos y el orden en que los procesos se ejecutan. Si mueve procesos dentro del espacio de trabajo, las conexiones existentes se mantendrán y se ajustarán visualmente a la nueva ubicación. Este ajuste visual no afecta al flujo de datos. Solo puede afectar al flujo de datos mediante la adición o supresión de conexiones.

Procedimiento

1. Abra un diagrama de flujo de campaña para editarlo.
2. Mueva el cursor sobre el cuadro de proceso que desea conectar a otro cuadro.
   Aparecerán cuatro flechas alrededor del cuadro.

3. Arrastre una de las flechas desde el proceso de origen hasta el proceso de destino.

Cuando aparezcan cuatro flechas en el proceso de destino, suelte el botón del ratón para completar la conexión.

Resultados

Los procesos están ahora conectados. Una flecha indica la dirección del flujo de datos (de – a). El proceso de origen se ejecutará antes que el proceso de destino. A continuación, los datos que genera el proceso de origen estarán disponibles como entrada del proceso de destino. Por ejemplo, un proceso Selección genera salida, que luego puede servir como entrada para un proceso Segmentación.

Ejemplo: conexiones de proceso

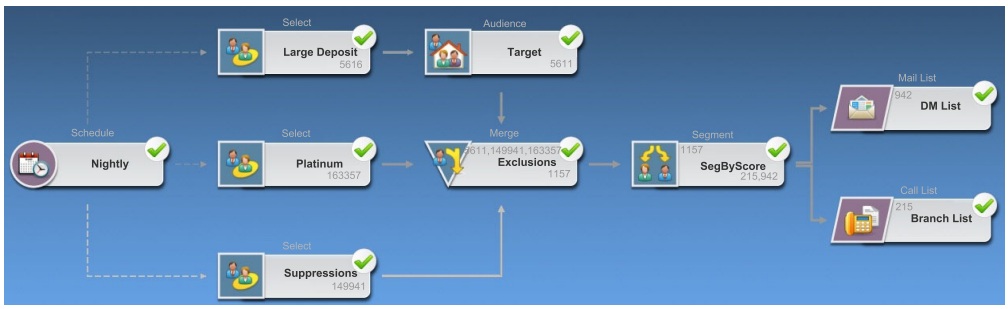
La forma en que los procesos se conectan en un diagrama de flujo determina el flujo de los datos.

Diagrama de flujo planificado para ejecutarse cada noche

Cuando un proceso de destino recibe datos de un proceso de origen, la conexión se muestra como una línea sólida. Las relaciones temporales se muestran como líneas de puntos.

El diagrama de flujo siguiente se inicia con un proceso Planificación que está configurado para ejecutarse automáticamente cada noche. Las líneas de puntos que van del proceso de planificación a los tres procesos de selección indican una dependencia temporal, lo que significa que los procesos de selección no se ejecutarán hasta que el proceso de planificación haya acabado de ejecutarse. Sin embargo, no se pasan datos desde el proceso Planificación a los procesos Selección.

Las líneas continuas entre los demás procesos muestran el flujo de datos. Por ejemplo, las selecciones fusionadas fluyen desde el proceso Fusión (con la etiqueta "Exclusions") hasta un proceso Segmentación ("SegByScore"). Luego las selecciones segmentadas fluyen hasta los procesos Lista de correo y Telemarketing, por lo tanto, las ofertas pueden entregarse por distintos canales.



Modificación del aspecto de las líneas de conexión

Hay varias opciones para controlar el aspecto de las líneas del conector entre cuadros de proceso en un diagrama de flujo.

Acerca de esta tarea

Puede especificar si las líneas de conexión forman un ángulo (en diagonal) o son rectas (solo ángulos rectos). También puede controlar si las líneas del conector aparecen delante o detrás de los cuadros de proceso.

Si las líneas de conexión son seguidas o están punteadas depende de las relaciones del cuadro de proceso. Cuando un proceso de destino recibe datos de un proceso de origen, la línea de conexión es seguida. Cuando un proceso de destino depende de un proceso de origen, pero no recibe datos de este destino, la línea de conexión es una línea de puntos. Una línea de puntos indica que el proceso de destino no se puede ejecutar satisfactoriamente hasta que el proceso de origen se completa. De esta forma, puede identificar procesos temporales, que dependen del tiempo entre sí.

Procedimiento

1. Abra un diagrama de flujo para editarlo.
2. Haga clic con el botón derecho del ratón en el espacio de trabajo de diagrama de flujo para abrir el menú contextual.
3. Para cambiar entre en ángulo (diagonal) o recto (solo ángulos rectos), elija **Ver** y marque o desmarque **Conexiones en ángulo**.
4. Para que las líneas de conexión aparezcan detrás de los cuadros de proceso, elija **Ver** y desmarque **Solapar conexiones**.

Supresión de una conexión entre dos procesos

Si dos procesos ya no están conectados, o si la dirección del flujo de datos entre ellos cambia, puede suprimir la conexión.

Procedimiento

1. Dentro de una campaña, abra un diagrama de flujo para su edición.

   Verá la paleta de procesos y el espacio de trabajo.
2. Pulse en la conexión que desee suprimir.
3. Realice una de las siguientes acciones:
   - Pulse el botón derecho del ratón en la conexión y seleccione **Suprimir seleccionados** en el menú.
   - Pulse la tecla **Suprimir**.

- Pulse el icono **Cortar** en la ventana de diagrama de flujo.
- Pulse **Ctrl+X**.

Resultados

La conexión se suprime.

Copia de procesos dentro de un diagrama de flujo

La copia de un proceso configurado puede ahorrar tiempo al crear diagramas de flujo de campaña. Puede pegar el proceso en otro lugar del espacio de trabajo.

Procedimiento

1. Dentro de una campaña, abra un diagrama de flujo para su edición.
2. En el espacio de trabajo, pulse el proceso que desee copiar.

   Nota: Para seleccionar varios procesos, puede efectuar **Ctrl+Pulsación** en los procesos, arrastrar un cuadro de selección alrededor de ellos o utilizar **Ctrl+A** para seleccionar todos los procesos de un diagrama de flujo.
3. Pulse el icono **Copiar** .

   También puede seleccionar **Copiar** del menú o pulsar **Control+C.**
4. Pulse el icono **Pegar** .

   También puede seleccionar **Pegar** del menú o pulsar **Control+V**.

   Una copia del proceso aparece en el espacio de trabajo.
5. Pulse y arrastre el proceso copiado en la ubicación que desee.

Copia de procesos entre diagramas de flujo

Utilice la biblioteca de plantillas para copiar procesos configurados de un diagrama de flujo en otro. Una plantilla contiene uno o varios procesos configurados y conexiones. La copia de cuadros de proceso configurados puede ahorrarle tiempo al diseñar diagramas de flujo complejos.

Acerca de esta tarea

Debido a ciertas limitaciones, no puede utilizar dos ventanas de navegador independientes para copiar los procesos configurados de un diagrama de flujo en otro. En su lugar, utilice el siguiente procedimiento.

Procedimiento

La mejor forma de copiar procesos configurados de un diagrama de flujo en otro es utilizar la biblioteca de plantillas:

1. Abra un diagrama de flujo para editarlo.
2. Seleccione procesos en el diagrama de flujo. Puede utilizar **Ctrl+pulsación**, arrastrar un cuadro de selección alrededor de ellos o utilizar **Ctrl+A** para seleccionar todos los procesos del diagrama de flujo.
3. Pulse el botón derecho del ratón en cualquier cuadro de proceso seleccionado y seleccione **Copiar en biblioteca de plantillas**.
4. Cuando se le solicite, especifique un **Nombre** y una **Nota** para ayudarle a identificar la plantilla más adelante.

5. Ahora puede pegar los cuadros de proceso en cualquier otro diagrama de flujo, seleccionando **Pegar plantilla de biblioteca** en el menú que aparece al pulsar el botón derecho del ratón o utilizando **Opciones > Plantillas almacenadas**.
6. Como alternativa a utilizar la biblioteca de plantillas, puede realizar los pasos siguientes:
   a. Seleccione uno o más procesos.
   b. Utilice el icono **Copiar** , **Ctrl+C** o el menú de copiar que aparece al pulsar el botón derecho del ratón para copiar el proceso.
   c. Cierre el diagrama de flujo.
   d. Abra otro diagrama de flujo en modo de edición.
   e. Pegue el proceso pulsando el icono **Pegar** o utilizando **Ctrl+V** o el menú que aparece al pulsar el botón derecho del ratón.

Movimiento de procesos en diagramas de flujo

Puede mover cualquier proceso en un diagrama de flujo arrastrando el proceso a una ubicación diferente en el espacio de trabajo. El movimiento de un proceso no afecta al flujo de trabajo; solo afecta al aspecto visual del diagrama de flujo.

Antes de empezar

En este procedimiento se presupone que tiene un diagrama de flujo abierto para editarlo.

Acerca de esta tarea

Puede que desee mover procesos para poder ver los cuadros de proceso y conexiones más claramente. En general, es mejor evitar colocar un proceso sobre otro porque es más difícil de ver el flujo general. Si tiene un diagrama de flujo grande con muchos procesos, puede mover los procesos y luego utilizar la función de zoom para ver todos ellos.

La posición de los procesos en el espacio de trabajo de diagrama de flujo no afecta al flujo lógico de datos. Las conexiones entre los procesos determinan el flujo de datos.

Realice los pasos siguientes para mover cuadros de proceso en un diagrama de flujo.

Procedimiento

1. En el espacio de trabajo de diagrama de flujo, arrastre un proceso a una nueva ubicación.

   Las conexiones existentes hacia el proceso y desde él se mantienen y se vuelven a dibujar para la nueva ubicación.
2. Pulse **Guardar**.

Tareas relacionadas:

"Ajuste del aspecto del diagrama de flujo" en la página 30

Supresión de procesos de diagramas de flujo

Cuando diseñe y construya diagramas de flujo, puede suprimir procesos si decide que ya no los necesita. Si suprime un proceso que tiene una anotación, la anotación también se suprime.

Antes de empezar

En este procedimiento se presupone que tiene un diagrama de flujo abierto para editarlo.

Procedimiento

1. En el espacio de trabajo de diagrama de flujo, pulse el botón derecho del ratón en el proceso que desea suprimir y seleccione **Suprimir** en el menú.

   Puede seleccionar más de un proceso cada vez manteniendo pulsada la tecla **Ctrl**.
2. Pulse **Aceptar** para confirmar la supresión.

Resultados

Los procesos seleccionados se eliminan del espacio de trabajo y todas las conexiones con y desde los procesos se suprimen. Las anotaciones relacionadas con los procesos también se suprimen.

Ejecución o prueba de un proceso

Para asegurarse de que su configuración es satisfactoria y que los resultados son los que espera, efectúe una ejecución de prueba de cada proceso después de configurarlo y conectarlo.

Acerca de esta tarea

Nota: Cuando se ejecuta un proceso, los resultados de las ejecuciones anteriores se pierden.

Procedimiento

1. Abra un diagrama de flujo para editarlo.
2. Pulse en el proceso que desee ejecutar.

   Si el proceso requiere datos de un proceso origen, asegúrese de que el proceso origen ya ha ejecutado satisfactoriamente, de modo que sus datos están disponibles.
3. Abra el menú **Ejecutar** en la barra de herramientas, o pulse el botón derecho del ratón en el cuadro de proceso y seleccione una opción:
   - **Ejecutar en prueba el proceso seleccionado**: utilice esta opción al crear su diagrama de flujo, para resolver los errores a medida que se producen. Las ejecuciones de prueba no generan datos de salida ni actualizan tablas ni ficheros. (sin embargo, los desencadenantes se ejecutan cuando terminan las ejecuciones de prueba y se aplica la supresión global).

     Consejo: Cuando se ejecuta en prueba un proceso de manipulación de datos (Selección, Fusión, Extracción, Audiencia), puede limitar el número de registros que se seleccionan para la salida. Utilice la opción **Limitar tamaño de celda de salida** en la pestaña Límite de tamaño de celda en el diálogo de configuración del proceso.

- **Guardar y ejecutar el proceso seleccionado**: realizar una ejecución de producción. Los procesos de contacto, Lista de correo y Telemarketing, graban entradas en el historial de contactos. Cada ejecución de producción puede generar un historial de contactos solo una vez. Los procesos de contacto que ya se han ejecutado para esa producción solo se pueden volver a ejecutar si primero se suprime el historial de contactos de la ejecución actual. Los desencadenantes ejecutan una vez completada la ejecución de producción.

Nota: La mera ejecución de un proceso o rama de un diagrama de flujo no incrementa el ID de ejecución de un diagrama de flujo. Cuando solo ejecute un proceso o una rama, si existen registros del historial de contactos, se le solicitará que elija las opciones del historial de ejecución antes de poder continuar. Para obtener información detallada, consulte "Actualización del historial de contactos realizando una ejecución de producción" en la página 198.

4. Cuando el proceso finalice la ejecución, pulse **Aceptar**.

Resultados

El proceso muestra una marca de selección verde después de ejecutarse correctamente. Si hay errores, el proceso muestra una X roja.

Proceso Selección

El proceso Selección se utiliza para definir los criterios de construcción de listas de contactos, tales como clientes, cuentas o unidades familiares, a partir de los datos de marketing.

Selección es uno de los procesos que se utiliza con más frecuencia en Campaign. La mayoría de los diagramas de flujo comienzan con uno o más procesos Selección. El proceso Selección genera como salida una celda que contiene una lista de ID, como los ID de cliente, que otros procesos pueden modificar y refinar.

Selección de una lista de contactos

Configure un proceso Selección para seleccionar contactos a partir de los datos de marketing.

Acerca de esta tarea

Para seleccionar contactos, puede especificar todos los ID de un segmento o tabla, o puede utilizar una consulta para buscar solo los contactos que desee. Luego pueden utilizarse uno o más procesos Selección como entrada a otro proceso. Por ejemplo, puede seleccionar todos los clientes Gold, luego crear otra selección de clientes Silver. A continuación, puede utilizar un proceso Fusión para crear una única lista de contactos elegibles.

Procedimiento

1. Abra una campaña y pulse una pestaña del diagrama de flujo.
2. Pulse el icono **Editar** en la ventana del diagrama de flujo.
3. Arrastre el proceso Selección de la paleta al diagrama de flujo.
4. Efectúe una doble pulsación en el cuadro de proceso Selección del diagrama de flujo.

Se abre el cuadro de diálogo Configuración del proceso Selección.

5. En la pestaña Origen, utilice la lista **Entrada** para seleccionar un Segmento o Tabla para proporcionar el origen de datos para el proceso.

   Puede seleccionar un segmento, o una o varias tablas.Para seleccionar varias tablas, seleccione la primera tabla de la lista **Entrada** y luego utilice el botón de puntos suspensivos situado junto al campo.

   Nota: Si IBM Digital Analytics está integrado con Campaign, puede seleccionar segmentos **IBM Digital Analytics** como entrada.

6. Elija una de las opciones de **Seleccionar** . Los nombres de opción varían según el nivel de audiencia que se especifica en el origen de datos de entrada.
   - **Seleccionar ID de *audiencia***: incluye todas las filas del segmento o tabla que ha seleccionado en el paso anterior.
   - **Seleccionar ID de *audiencia* con**: selecciona los ID especificando una consulta.

7. Si ha elegido **Seleccionar ID de *audiencia* con**, utilice uno de los métodos siguientes para crear una consulta:
   - **Apuntar y Pulsar**: pulse en las celdas **Nombre de campo**, **Oper.** y **Valor** para seleccionar valores para crear una expresión. Utilice **Y/o** para combinar las expresiones. Este método constituye la forma más simple de crear una consulta y le ayuda a evitar errores de sintaxis.
   - **Generador de texto**: utilice esta herramienta para escribir SQL sin formato o utilizar las macros proporcionadas. Puede utilizar el **Asistente de Fórmula** del Generador de texto para seleccionar macros proporcionadas, incluyendo operadores lógicos y funciones de cadena.

   Con cualquiera de estos métodos puede seleccionar campos de la lista **Campos disponibles**, incluyendo los Campos Generados y los Campos derivados de IBM Campaign.

   Nota: Si la consulta incluye un campo de tabla que tiene el mismo nombre que un campo generado de Campaign, debe calificar el nombre de campo. Utilice la sintaxis siguiente: `<nombre_tabla>.<nombre_campo>`

8. Si desea limitar el número de ID generados por el proceso, utilice la pestaña **Límite de tamaño de celda**.

9. Utilice la pestaña **General** como se indica a continuación.
   a. **Nombre de proceso**: asigne un nombre descriptivo, como Select_Gold_Customers. El nombre de proceso se utiliza como la etiqueta del cuadro del diagrama de flujo. También se utiliza en diversos diálogos e informes para identificar el proceso.
   b. **Nombre de celda de salida**: de forma predeterminada, este nombre coincide con el nombre de proceso. Se utiliza en diversos diálogos e informes para identificar la celda de salida (el conjunto de ID que recupera el proceso).
   c. (Opcional) **Enlazar a celda objetivo**: realice este paso si su organización define previamente celdas objetivo en una hoja de cálculo de celdas objetivo (TCS). Para asociar la celda objetivo predefinida con la salida del proceso de diagrama de flujo, pulse **Enlazar a celda objetivo** y, a continuación, seleccione una celda objetivo en la hoja de cálculo. El **Nombre de celda de salida** y el **Código de celda** se heredan de la TCS, y ambos valores de campo se muestran en cursiva para indicar que hay una relación de enlace. Para obtener más información, lea acerca de la utilización de hojas de cálculo de celdas objetivo.

d. **Código de celda**: el código de celda tiene un formato estándar que determina el administrador del sistema y es exclusivo cuando se genera. No cambie el código de celda a menos que comprenda las implicaciones de hacerlo.

e. **Nota**: utilice el campo **Nota** para explicar la finalidad del proceso Selección. Un método habitual es hacer referencia a los criterios de selección.

10. Pulse **Aceptar**.

    El proceso queda ahora configurado. Puede efectuar una ejecución de prueba del proceso para verificar que devuelve los resultados esperados.

Segmentos de IBM Digital Analytics en campañas como objetivo

IBM Digital Analytics permite a los usuarios definir segmentos basados en criterios de visita y de nivel de vista. Al configurar un proceso Selección en IBM Campaign, puede utilizar estos segmentos como origen de datos.

Antes de empezar

La opción **Segmentos de IBM Digital Analytics** solo estará disponible si IBM Digital Analytics y Campaign están integrados. La configuración de la integración se explica en la publicación *IBM Campaign Guía del administrador*.

Una vez configurada la integración, podrá seguir los pasos siguientes para utilizar los segmentos exportados de IBM Digital Analytics en la campaña.

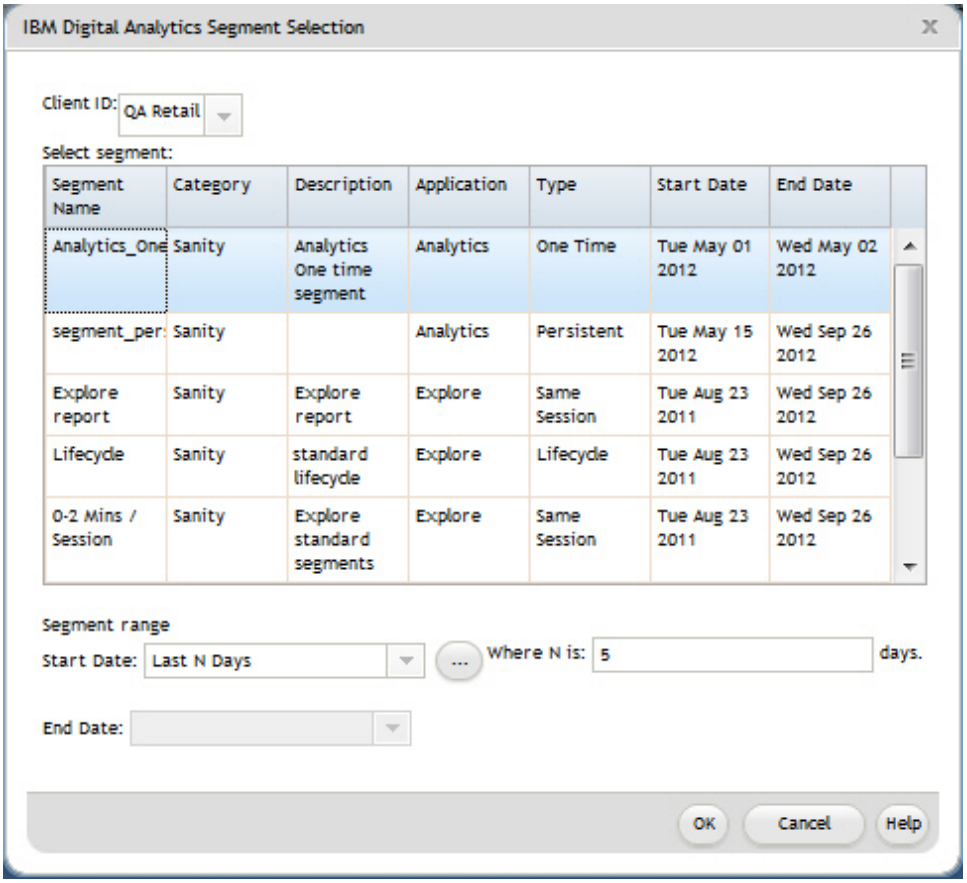
Procedimiento

1. Efectúe una doble pulsación en un proceso Selección de un diagrama de flujo de Campaign para abrir el diálogo de configuración del proceso Selección.

   Si el proceso Selección contiene un segmento de IBM Digital Analytics definido previamente, el cuadro **Entrada** en la pestaña **Origen** muestra el nombre del segmento existente.

2. Abra la lista **Entrada** y haga clic en **Segmentos Digital Analytics**.

   Se abrirá el diálogo Selección de segmentos de IBM Digital Analytics.



3. Seleccione un **ID de cliente** para ver una lista de los segmentos publicados para dicho cliente de IBM Digital Analytics.

   Nota: La lista **Segmentos de selección** muestra solo los segmentos que se han creado para el ID de cliente que se ha seleccionado. Para ver otros segmentos publicados, seleccione un ID de cliente diferente.

4. En la lista **Seleccionar segmento**, elija el segmento que desea utilizar:
   - La lista **Segmento de selección** indica la aplicación donde se ha creado el segmento, su tipo y sus fechas de inicio y finalización, tal como se define en IBM Digital Analytics.
   - La **Descripción** debería ayudarle a determinar la finalidad del segmento. Si necesita más información sobre un segmento, haga doble clic para ver la expresión del segmento y otra información.
   - La **Fecha de inicio** y la **Fecha de finalización** que aparecen junto a cada segmento indican el rango de fechas definido por IBM Digital Analytics para encontrar visitantes que coincidan con los criterios del segmento. Por ejemplo, un segmento puede encontrar a todos los que han visitado un sitio determinado al menos 3 veces entre el 12 de enero de 2012 y el 12 de abril de 2012, y otro segmento puede encontrar visitantes en un rango de fechas diferente. El rango de fechas definido por IBM Digital Analytics no se puede modificar aquí. Sin embargo, se pueden utilizar los controles de fechas del **Rango del segmento** en la parte inferior del diálogo para definir un rango de fechas que esté incluido en el rango definido en IBM Digital Analytics.
5. Utilice los controles de fecha y calendario del **Rango del segmento** de la parte inferior del diálogo para especificar el rango de fechas en el que desee obtener

datos para el segmento seleccionado. Si se está modificando un proceso Selección (y no creándolo), se mostrará el rango de segmento existente.

- El rango que especifique debe estar dentro de la fecha de inicio y de la fecha de finalización definidas para el segmento en IBM Digital Analytics (mostradas junto a cada segmento en la lista).
- Además de tener en cuenta las fechas de inicio y finalización, Campaign también tiene en cuenta la **restricción de fechas** (si la hay). La restricción de fechas se define en IBM Digital Analytics pero no aparece en el diálogo Selección de segmentos. La restricción de fecha limita los datos extraídos de un segmento, en términos de días, para asegurar IBM Digital Analytics no se sobrecargue con la exportación de un conjunto de datos grande.

  Por ejemplo, supóngase que se ha definido un segmento en IBM Digital Analytics que abarca 3 meses (fechas de inicio y finalización) y una restricción de fecha de 7 días. El rango de fechas definido en Campaign tiene en cuenta ambas restricciones. Si se especifica un rango de fechas fuera del rango de 3 meses, no se podrá guardar la definición del segmento. De igual modo, si especifica un rango de fecha que supera los 7 días, la definición del segmento no se podrá guardar.
- Puede especificar fechas absolutas o relativas siempre que entren dentro del rango definido por IBM Digital Analytics y de la restricción de fecha.
- Si se especifica una fecha de inicio absoluta, también deberá proporcionarse una fecha de finalización. Por ejemplo, si el segmento definido por IBM Digital Analytics define un intervalo de 3 meses, la campaña puede dirigirse a visitantes cuya información se ha recopilado en un solo día, mes o semana dentro de dicho intervalo.
- Ejemplos de fechas relativas:
  - Si el segmento definido por IBM Digital Analytics es para un intervalo de 3 meses, puede especificar una fecha relativa como, por ejemplo, **Ayer** o **Los últimos 7 días**, para encontrar visitantes recientes de forma continua. La campaña ejecutará satisfactoriamente hasta que se alcance la fecha de finalización definida por IBM Digital Analytics.
  - Si especifica **ESTE MES**, el mes completo de datos debe estar disponible hasta el día antes de utilizar esta fecha relativa. Por ejemplo, si hoy es 28 de marzo, los datos desde el 1 de marzo al 27 de marzo deben estar disponibles para el segmentos seleccionado.
  - Si especifica **ÚLTIMO MES**; deben estar disponibles los datos de todo el mes anterior. Ejemplo número 1: si el segmento definido por IBM Digital Analytics tiene una fecha de inicio del 1 de marzo y una fecha de finalización del 31 de marzo, ÚLTIMO MES se puede utilizar a partir del 1 de abril, hasta el 30 de abril inclusive (para obtener datos del mes de marzo). Ejemplo número 2: si el segmento definido por IBM Digital Analytics tiene una fecha de inicio del 1 de marzo y una fecha de finalización del 30 de marzo, no se puede utilizar ÚLTIMO MES, porque no hay un mes completo de datos. Ejemplo número 3: si el segmento definido por IBM Digital Analytics tiene una fecha de inicio del 2 de marzo y una fecha de finalización del 31 de marzo, no se puede utilizar ÚLTIMO MES, porque no hay un mes completo de datos. En estos casos, un mensaje indica que ÚLTIMO MES no cae dentro de las fechas del segmento. En su lugar, debe utilizar fechas absolutas.

6. Pulse **Aceptar** para volver al diálogo de configuración del proceso Selección.

Resultados

Cuando ejecuta el proceso Selección, extrae datos de IBM Digital Analytics para los segmentos dentro del rango de fechas especificado y teniendo en cuenta la restricción de fecha. La tabla de correlación utilizada para el diagrama de flujo le indica a Campaign cómo convertir los ID de IBM Digital Analytics a ID de audiencia de Campaign. Los ID de audiencia quedan así disponibles para su utilización en los procesos subsiguientes. Para obtener información técnica sobre cómo funciona esto, consulte la publicación *Campaign Guía del administrador*

En raras ocasiones, al ejecutar un diagrama de flujo, el número de ID de IBM Digital Analytics de un segmento seleccionado podría no coincidir con el número de ID de audiencia encontrados en Campaign. Por ejemplo, podría haber 100 claves de IBM Digital Analytics, pero solo 95 ID coincidentes en Campaign. Campaign advierte de esta situación, pero continua ejecutando el diagrama de flujo. Se escribirá un mensaje en el archivo de registro de dicho diagrama de flujo en el que se le solicita que verifique que la tabla de conversión correlacionada contiene registros actualizados. Un administrador puede resolver este problema volviendo a emparejar las claves que están en línea y las que están fuera de línea conforme a la política de la empresa, y volver a rellenar la tabla de conversión con datos actualizados. Deberá volver a ejecutar el diagrama de flujo una vez se haya actualizado la tabla de conversión correlacionada.

Proceso Fusión

Utilice el proceso Fusión para especificar que celdas de entrada se incluyen y combinan, y qué celdas de entrada se excluyen (suprimen).

De esta forma, puede incluir o excluir celdas de los procesos subsiguientes en el diagrama de flujo. Por ejemplo, utilice el proceso Fusión para suprimir los clientes "opt-out" que han solicitado no recibir ningún material de marketing.

Fusión y supresión de contactos

El proceso Fusión acepta entrada de varias celdas y produce una celda de salida combinada. Cuando fusiona varias celdas, puede elegir si desea incluir o excluir contenido.

Procedimiento

1. Abra una campaña y pulse una pestaña del diagrama de flujo.
2. Pulse el icono **Editar** en la ventana del diagrama de flujo.
3. Configure al menos dos procesos cuya salida desee fusionar. Por ejemplo, configure dos procesos Selección.
4. Arrastre el proceso Fusión de la paleta al diagrama de flujo.
5. Arrastre una flecha desde un proceso en sentido ascendente (por ejemplo, un proceso Selección) al proceso Fusión, para conectar los cuadros. Debe conectar desde el proceso en sentido ascendente al proceso Fusión. Repita la conexión a cualquier otro proceso en sentido ascendente al proceso Fusión. Consulte “Conexión de procesos en diagramas de flujo” en la página 60.

   Nota: Todas las celdas que proporcionan entrada al proceso Fusión deben tener el mismo nivel de audiencia. Por ejemplo, varios procesos Selección deben utilizar la audiencia de unidad familiar.
6. Efectúe una doble pulsación en el proceso Fusión del diagrama de flujo.

Se abre el cuadro de diálogo de configuración del proceso. Las celdas de procesos conectados al proceso Fusión se muestran en la lista **Entrada**.

7. Si desea excluir ID de la salida fusionada, seleccione una celda en la lista **Entrada** y añádala a la lista **Registros que se excluyen**. Por ejemplo, utilice esta opción para excluir las bajas.
8. Si desea incluir ID en la salida fusionada, seleccione una celda en la lista **Entrada** y añádala a la lista **Registros que se incluyen**. Los ID en las celdas que añade a esta lista se combinarán en una lista de ID exclusivos.
9. Especifique cómo se fusionarán las listas de las celdas de entrada que están en la lista **Registros para incluir**:
   - **Fusionar/depurar al incluir**: esta opción genera una lista de ID exclusivos que existen en al menos una celda de entrada. Los ID duplicados se incluyen sólo una vez. Este método utiliza un "OR" o "ANY" lógico. Por ejemplo: Incluir un cliente A si dicho cliente está en la celda **Gold.out** *O* en la celda **Platinum.out**.
   - **Correlacionar (AND) al incluir**: incluye sólo los ID que existen en todas las celdas de entrada. Este método utiliza un "AND" o "ALL" lógico. Por ejemplo: Incluir un cliente A sólo si dicho ID existe en la celda **Gold.out** *Y* en la celda **LoyaltyProgram.out**. Esta opción es útil cuando desea incluir clientes que satisfacen varios criterios. Si un ID no existe en todas las celdas de entrada del proceso Fusión, el ID no se incluirá.
10. Si desea limitar el número de ID generados por el proceso, utilice la pestaña **Límite de tamaño de celda**.

    Consulte “Limitación del tamaño de las celdas de salida” en la página 168.
11. Utilice la pestaña **General** como se indica a continuación.
    a. **Nombre de proceso**: asigne un nombre descriptivo. El nombre de proceso se utiliza como la etiqueta del cuadro del diagrama de flujo. También se utiliza en diversos diálogos e informes para identificar el proceso.
    b. **Nombre de celda de salida**: de forma predeterminada, este nombre coincide con el nombre de proceso. Se utiliza en diversos diálogos e informes para identificar la celda de salida (el conjunto de ID que genera el proceso).
    c. (Opcional) **Enlazar a celda objetivo**: realice este paso si su organización define previamente celdas objetivo en una hoja de cálculo de celdas objetivo (TCS). Para asociar la salida del proceso del diagrama de flujo con celdas en la TCS, pulse **Enlazar a celda objetivo** y, a continuación, seleccione una celda objetivo en la hoja de cálculo. El **Nombre de celda de salida** y el **Código de celda** se heredan de la TCS, y ambos valores de campo se muestran en cursiva para indicar que hay una relación de enlace. Para obtener más información, lea acerca de la utilización de hojas de cálculo de celdas objetivo.
    d. **Código de celda**: el código de celda tiene un formato estándar que determina el administrador del sistema y es exclusivo cuando se genera. Consulte “Modificación del código de celda” en la página 177.
    e. **Nota**: describe la finalidad o resultado del proceso. Por ejemplo, indica qué registros se incluyen o excluyen.
12. Pulse **Aceptar**.

Resultados

El proceso queda ahora configurado. Puede efectuar una ejecución de prueba del proceso para verificar que devuelve los resultados esperados.

Proceso Segmentación

Utilice el proceso Segmentación para dividir los datos en grupos distintos, o segmentos. Conecte un proceso Segmentación a un proceso de contacto, como Telemarketing o Lista de correo, para asignar tratamientos u ofertas a los segmentos.

Por ejemplo, puede dividir los clientes en segmentos de valor alto, valor medio y valor bajo en función de su historial de compras anteriores. Cada segmento puede recibir una oferta diferente cuando se entra el segmento en un proceso de contacto. No hay ningún límite en el número de segmentos que se pueden crear.

Puede segmentar datos de dos formas: utilizando valores distintos en un campo o mediante una consulta para filtrar los datos en un campo. Además de los campos de tabla de base de datos, puede utilizar los campos derivados para segmentar los datos. De esta forma, puede realizar agrupaciones personalizadas, para segmentar los clientes de la forma en que desea.

Nota: Los segmentos que se crean por el proceso Segmentación no son persistentes entre diagramas de flujo o sesiones. Para crear un segmento "permanente" (que también se denomina segmento estratégico), un administrador puede utilizar el proceso Crear segmento.

Consideraciones a la hora de segmentar

Tenga en cuenta las siguientes opciones y directrices al configurar un proceso Segmentación en un diagrama de flujo de campaña.

Elección de un método de segmentación

Puede segmentar por campo o por consulta cuando configure un proceso Segmentación en un diagrama de flujo de campaña.

En algunos casos pueden obtenerse los mismos resultados al segmentar tanto por campo como por consulta. Por ejemplo, suponga que el campo `TipoCuenta` de la base de datos divide sus cuentas de clientes en los niveles Estándar, Preferido y Premier. Una segmentación por el campo `TipoCuenta` creará tres segmentos para dichos tipos de cuenta.

Podría obtenerse el mismo resultado utilizando consultas, aunque para ello sería necesario escribir tres consultas diferentes. Determine el método más eficaz en función de los datos que está segmentando.

Creación de segmentos mutuamente exclusivos

Puede especificar que los segmentos sean mutuamente excluyentes, lo que significa que se garantiza que cada registro cualificado se colocará en un único segmento. Cuando los segmentos se asignan a ofertas, cada cliente recibirá solo una oferta.

Los registros se colocan en el primer segmento cuyos criterios satisfacen, en función del orden de prioridad que usted defina. Por ejemplo, si un cliente cualifica para los segmentos 1 y 3, y el segmento 1 va por delante del segmento 3 en el orden de prioridad, dicho cliente solo aparecerá en el segmento 1.

Restricción del tamaño de segmento

Al configurar un proceso Segmentación, el tamaño predeterminado del número de registros por segmento es Ilimitado. Cuando desee restringir el tamaño del segmento creado si, por ejemplo, se están realizando ejecuciones de prueba de un diagrama de flujo o proceso de campaña.

Se puede limitar el tamaño del segmento a cualquier número entero positivo. Al limitar el tamaño del segmento, los registros de calificación se eligen al azar.

El conjunto aleatorio de registros se utilizará para cada ejecución posterior del proceso (a menos que cambie la entrada en el proceso). Esto es importante si tiene previsto utilizar los resultados del segmento para la creación de modelos, porque se deben comparar distintos algoritmos de modelado en el mismo conjunto de registros para determinada la efectividad de cada modelo.

Si no tiene previsto utilizar los resultados para la creación de modelos, puede hacer que el proceso de segmentación seleccione un conjunto aleatorio de registros diferente cada vez que se ejecuta. Para ello, utilice un valor inicio aleatorio de cero (0) en el proceso en sentido ascendente que proporciona la entrada al proceso de segmentación. Un valor de 0 garantiza que se seleccionará un conjunto aleatorio diferente de registros cada vez que se ejecuta el proceso.

Selección de celdas de origen

Al configurar un proceso Segmentación en un diagrama de flujo de campaña, todas las celdas seleccionadas deben estar definidas en el mismo nivel de audiencia. Si se ha seleccionado más de una celda de origen, se realizará la misma segmentación en cada celda de origen.

Utilización de segmentos como entrada a otro proceso Segmentación

Los segmentos pueden utilizarse como celdas de entrada para otro proceso Segmentación en un diagrama de flujo de campaña. Por ejemplo, puede segmentar por rango de edad y, a continuación, segmentar más por canal preferido.

Para este ejemplo, supongamos que desea segmentar los clientes en los rangos de edad. La base de datos contiene el campo `RangoEdad`, que asigna a cada cliente un rango de edad (por ejemplo, 26-30) entre seis posibles. Segmente por el campo `RangoEdad` para crear seis segmentos.

Luego podría utilizar esos seis segmentos como entrada de otro proceso Segmentación que vuelva a dividir los clientes en función de otro campo o de otra consulta. Por ejemplo, suponga que la base de datos contiene un campo denominado `CanalPreferido` que especifica el canal de contacto preferido de cada cliente: correo directo, telemarketing, fax o correo electrónico. Utilizando los seis segmentos de rango de edad como entrada, podría crear un segundo proceso Segmentación para segmentar por el campo `CanalPreferido`. Cada uno de los seis segmentos de rango de edad se vuelve a segmentar en cuatro segmentos de canal preferido, dando lugar a un total de 24 segmentos de salida.

Segmentación de datos por campo

Cuando se segmentan datos por un campo de una tabla de base de datos, cada valor distinto del campo da lugar a un segmento separado. Esta opción resulta especialmente útil cuando los valores del campo se corresponden con los segmentos que desea crear.

Acerca de esta tarea

Por ejemplo, suponga que desea asignar un oferta diferente a los clientes de 10 regiones. La base de datos de clientes contiene un campo que se denomina `regionID` que indica la región a la que pertenece cada cliente. Segmente por el campo `regionID` para crear los 10 segmentos regionales.

Siga estos pasos para segmentar los datos por campo.

Procedimiento

1. Abra una campaña y pulse una pestaña del diagrama de flujo.
2. Pulse el icono **Editar** en la ventana del diagrama de flujo.
3. Arrastre el proceso Segmentación de la paleta al diagrama de flujo.
4. Conecte al menos un proceso configurado como entrada para el proceso Segmentación.
5. Efectúe una doble pulsación en el proceso Segmentación del diagrama de flujo.

   Se abre el cuadro de diálogo Configuración del proceso Segmentación. Las celdas de los procesos que están conectados al proceso Segmentación se visualizan en la lista **Entrada**.
6. En la pestaña **Segmentar**, abra la lista **Entrada** y seleccione la entrada para el proceso Segmentación. Para seleccionar varias celdas, utilice el botón de puntos suspensivos (...) junto a la lista **Entrada**.
7. Seleccione **Segmentar por campo** y utilice la lista para seleccionar el campo que desea utilizar para crear los segmentos.

   Se abre la ventana Analizar campo seleccionado y se inicia automáticamente el análisis del campo seleccionado.
8. Espere a que finalice el análisis, para asegurarse de que todos los segmentos se han creado correctamente. A continuación, pulse **Aceptar**.

   La lista de segmentos y el campo **nº de segmentos** se actualizan en función del resultado del análisis del campo seleccionado. Pulse **Analizar** para repetir el análisis en cualquier momento después de haber hecho la selección inicial.
9. Establezca las demás opciones de configuración:
   - “Proceso Segmentación: pestaña Segmentar”
   - “Proceso Segmentación: pestaña Extraer” en la página 77
   - “Proceso Segmentación: pestaña General” en la página 78
10. Pulse **Aceptar**.

    El proceso queda ahora configurado. Puede probar el proceso para verificar que devuelve los resultados esperados.

Proceso Segmentación: pestaña Segmentar

Utilice la pestaña Segmentar del diálogo Configuración del proceso Segmentación para indicar cómo se deben dividir los datos entrantes en grupos distintos, o segmentos.

La tabla siguiente describe los controles de la pestaña Segmentar del diálogo **Configuración del proceso Segmentación**.

Tabla 8. Pestaña Segmentar

Control	Descripción
Entrada	Especifica la entrada del proceso Segmentación. La lista desplegable contiene todas las celdas de salida de cualquier proceso conectado al proceso Segmentación. Seleccione **Varias celdas** si desea seleccionar más de una entrada.
Segmentar por campo	Especifica el campo que se utilizará para la segmentación de los datos. Los datos se segmentarán utilizando los valores distintos que tiene el campo seleccionado. Cada valor distinto del campo dará lugar a un nuevo segmento.
Botón Analizar	Abre la ventana **Analizar campo seleccionado**, que calcula los valores y distribuciones de los registros del campo seleccionado. Solo está activo cuando se segmenta por campo.
Botón Campos derivados	Abre la ventana **Crear campo derivado**. Solo está activo cuando se segmenta por campo.
Segmentar por consulta	Segmenta los datos a partir de una consulta que se crea
Nº de segmentos	Especifica el número de segmentos a crear. Solo está activo cuando se segmenta por consulta. De forma predeterminada, se crean tres segmentos con los nombres predeterminados "Segment1", "Segment2" y "Segment3". Cuando se segmenta por campo: el campo **Nº de segmentos** se actualiza en función del resultado del análisis del campo seleccionado. El campo Número de segmentos no le permite especificar un valor mayor que 1000 porque este es el número máximo de segmentos que se pueden crear en un diagrama de flujo.
Segmentos mutuamente exclusivos	Especifica si el segmento tiene que ser mutuamente excluyente (es decir, se garantiza que cualquier registro que cualifique no entrará en más de un segmento).
Crear tablas de Extracción	Indica si el segmento debe crear tablas de Extracción para cada celda de salida. La selección de esta opción asegura que Campaign pueda proporcionar a un proceso posterior la información necesaria para poder identificar los públicos objetivo duplicados entre segmentos. La selección de esta casilla de verificación habilita las opciones de la pestaña Extraer. Esta casilla de verificación se inhabilita al seleccionarse **Segmentos mutuamente excluyentes**.
Nombre de segmento	Lista todos los segmentos por su nombre. De forma predeterminada, se crean tres segmentos con los nombres predeterminados "Segment1", "Segment2" y "Segment3". Cuando se segmenta por campo, los nombres de segmento se actualizan en función de los resultados del análisis del campo seleccionado. Por ejemplo, si está segmentando por un campo denominado "Acct_Status" que tiene dos valores distintos, "A" y "B", se crearán dos segmentos denominados "Acct_Status_A" y "Acct_Status_B".
Máx.Tamaño	Número máximo de registros permitidos en cada segmento.

Tabla 8. Pestaña Segmentar (continuación)

Control	Descripción
Tamaño	Número de registros que cumplen los criterios del segmento. Antes de ejecutarse el proceso, este número es, de forma predeterminada, el número total de registros de la celda de salida.
Consulta	La consulta que define los criterios de este segmento. Solo aparece cuando se segmenta por consulta.
Subir 1, Bajar 1	Reordena el segmento seleccionado. Los segmentos se procesan en el orden en que aparecen listados en la tabla.
Botón Nuevo segmento	Abre la ventana **Segmento nuevo**. Solo está activo cuando se segmenta por consulta.
Botón Editar	Abre la ventana **Editar segmento** para editar el segmento seleccionado.
Eliminar	Elimina el segmento seleccionado. Cuando se elimina un segmento, el campo **Nº de segmentos** se actualiza de forma automática. Si solo hay un segmento disponible, el botón **Eliminar** está inhabilitado para evitar suprimir el único segmento.
No ejecutar procesos subsiguientes para segmentos vacíos	Impide que los procesos que están por debajo de este proceso en la secuencia de ejecución se ejecuten con segmentos vacíos.

Proceso Segmentación: pestaña Extraer

Utilice la pestaña Extraer del diálogo Configuración del proceso Segmentación para seleccionar los campos que desea extraer. De esta forma, puede permitir la salida del proceso Segmentación para que sea accesible como entrada para los procesos Lista de correo o Telemarketing en un diagrama de flujo.

La siguiente tabla describe los campos, botones y controles de la pestaña Extraer.

Tabla 9. Pestaña Extraer

Campo	Descripción
Origen de datos de destino	Ubicación en la que la salida de este proceso se graba. El servidor de Campaign y cualquier otro origen de datos al que se esté conectado estarán disponibles en la lista desplegable **Origen de datos de destino**.
Campos de candidatos	Lista de campos que están disponibles para la extracción, incluidos el nombre de campo y el tipo de datos, en función del origen de datos de entrada. Si el origen de entrada es una página de destino de eMessage, cada nombre de campo será un atributo de dicha página de destino. Si el atributo contiene caracteres especiales o espacios, se convertirá en un nombre de campo válido. Los tipos de datos de los atributos de la página de destino se listan como texto. **Nota:** Los nombres de objeto del esquema se limitan a 30 caracteres. Limite los nombres de los atributos a 30 caracteres o menos para producir nombres de columna válidos en la salida extraída.
Campos a extraer	Los campos que ha elegido extraer de la lista **Campos candidatos**. El Nombre de salida predeterminado es el nombre de campo de la columna **Campos a extraer**.

Tabla 9. Pestaña Extraer (continuación)

Campo	Descripción
Botón Analizar	Abre la ventana Analizar campo seleccionado, que calcula los valores y distribuciones de los registros del campo seleccionado. Solo está activo cuando se ha seleccionado un nombre de campo en la lista **Campos candidato**.
Botón Campos derivados	Abre la ventana Crear campo derivado.
Botón Más	Abre la ventana Configuración avanzada, que incluye la opción para omitir los registros duplicados y para especificar cómo Campaign identifica los duplicados.

Proceso Segmentación: pestaña General

Utilice la pestaña General del diálogo Configuración del proceso Segmentación para modificar el **Nombre de proceso**, el **Nombre de celda de salida** o el **Código de celda**, o para escribir una **Nota** sobre el proceso.

Para obtener más información, consulte los siguientes temas:

- "Cambio del nombre de celda" en la página 176
- "Restablecimiento del nombre de celda" en la página 176
- "Copia y pegado de todas las celdas de la cuadrícula" en la página 178
- "Modificación del código de celda" en la página 177

Proceso Segmentación: controles Nuevo segmento y Editar segmento

La tabla siguiente describe los controles de los cuadros de diálogo Nuevo segmento y Editar segmento. Puede acceder a estos cuadros de diálogo al configurar un proceso Segmentación.

Nota: Solo se puede acceder al cuadro de diálogo Segmento nuevo cuando se segmenta por consulta. Cuando se segmenta por campo, solo se puede acceder a los campos **Nombre** y **Tamaño máx** en el cuadro de diálogo Editar segmento.

Tabla 10. Controles Segmento nuevo y Editar segmento del cuadro de diálogo

Control	Descripción
Nombre	Nombre del segmento.
Máx.Tamaño	El número máximo de registros que están permitidos en el segmento.
Selección basada en	Especifica un origen de datos en el que basar la consulta.
Seleccione Todos los *tipos de origen de datos*	Incluye todos los ID del origen de datos en la lista desplegable **Entrada**.
Seleccione *tipo de origen datos* con	Proporciona acceso a las funciones para crear una consulta para seleccionar solo determinados ID en función de los criterios definidos.

Tabla 10. Controles Segmento nuevo y Editar segmento del cuadro de diálogo (continuación)

Control	Descripción
Botón Avanzadas	Abre la pestaña Avanzadas, que proporciona las siguientes opciones: • Utilizar SQL sin formato: utilizar una consulta en SQL sin formato para segmentar los datos. • Utilizar ámbito de consulta de la celda de origen: solo está disponible si una celda de origen de este proceso Segmentación utilizar una consulta. Seleccione la casilla de verificación para que la consulta de la celda de origen se combine (mediante "AND") con los criterios de selección actuales.
Botón Campos derivados	Abre la ventana Crear campo derivado.
Cuadro de texto y botones de consulta.	Para obtener información sobre cómo utilizar el cuadro de texto de consulta, así como los campos y botones relacionados, consulte "Creación de consultas en procesos" en la publicación *Guía del administrador de IBM Campaign*.

Segmentación de datos con consultas

Puede segmentar datos en función de los resultados de una consulta que cree. Esta opción resulta especialmente útil cuando es necesario filtrar los datos de un campo para crear los segmentos necesarios.

Acerca de esta tarea

Por ejemplo, suponga que desea dividir los clientes en segmentos de alto valor (más de $500), valor medio (de $250 a $500) y valor bajo (menos de $250) en función de su historial de compras durante el año pasado. El campo `PurchaseHistory` de la base de datos de clientes almacena la cantidad total en dólares de las compras de cada cliente. Utilice una consulta aparte para crear cada segmento seleccionando registros cuyos valores en el campo `PurchaseHistory` se ajustan a los criterios del segmento.

Nota: También puede utilizar SQL sin formato para segmentar datos.

Procedimiento

1. Abra una campaña y pulse una pestaña del diagrama de flujo.
2. Pulse el icono **Editar** en la ventana del diagrama de flujo.
3. Arrastre el proceso Segmentación de la paleta al diagrama de flujo.
4. Conecte uno o más procesos configurados como entrada en el proceso Segmentación.
5. Efectúe una doble pulsación en el proceso Segmentación del diagrama de flujo.

   Se abre el cuadro de diálogo Configuración del proceso Segmentación. Las celdas de los procesos que están conectados al proceso Segmentación se visualizan en la lista **Entrada**.
6. En la pestaña **Segmentar**, abra la lista **Entrada** y seleccione la entrada para el proceso Segmentación. Para seleccionar varias celdas, utilice el botón de puntos suspensivos situado junto a la lista **Entrada**.

7. Seleccione **Segmentar por consulta**.
8. Determine el número de segmentos que desea crear y especifique dicho número en el campo **nº de segmentos**.
9. Para construir una consulta para cada segmento, seleccione el segmento y pulse **Editar** para acceder a la ventana Editar segmento. Para obtener información detallada, consulte "Proceso Segmentación: controles Nuevo segmento y Editar segmento" en la página 78.
10. Establezca las demás opciones de configuración:
    - "Proceso Segmentación: pestaña Segmentar" en la página 75
    - "Proceso Segmentación: pestaña Extraer" en la página 77
    - "Proceso Segmentación: pestaña General" en la página 78
11. Pulse **Aceptar**.

    El proceso queda ahora configurado. Puede efectuar una ejecución de prueba del proceso para verificar que devuelve los resultados esperados.

Proceso Muestreo

Utilice el proceso Muestreo para dividir los contactos en grupos. El uso clásico del muestreo es establecer grupos objetivo y de control que se pueden utilizar para medir la efectividad de la campaña de marketing.

División de contactos en grupos de muestras

Para crear grupos objetivo y de control, utilice el proceso Muestreo. Hay varios métodos de muestreo: **Aleatorio** crea grupos de control y conjuntos de prueba válidos estadísticamente. **Uno de cada X** asigna un registro sí otro no a un grupo de muestra. **Partes secuenciales** asigna un número de registros a muestras subsiguientes.

Procedimiento

1. Abra una campaña y pulse una pestaña del diagrama de flujo.
2. Pulse el icono **Editar** en la ventana del diagrama de flujo.
3. Arrastre el proceso Muestreo de la paleta al diagrama de flujo.
4. Conecte al menos un proceso configurado (como un proceso Selección) como entrada para el cuadro de proceso Muestreo.
5. Efectúe una doble pulsación en el proceso Muestreo del diagrama de flujo.

   Aparecerá el diálogo de configuración del proceso.
6. Utilice la lista **Entrada** para seleccionar las celdas que desea muestrear. La lista incluye todas las celdas de salida procedentes de los procesos conectados al proceso Muestreo. Para utilizar más de una celda de origen, seleccione la opción **Varias celdas**. Si se ha seleccionado más de una celda de origen, se realizará el *mismo* muestreo en *cada* celda de origen.

   Nota: Todas las celdas seleccionadas deben estar definidas en el mismo nivel de audiencia, como cliente o unidad familiar.
7. Utilice el campo **Nº de muestreos/Celdas de salida** para especificar cuántas muestras hay que crear para cada celda de entrada. De forma predeterminada, se crean tres muestras para cada celda de entrada, con los nombres predeterminados Sample1, Sample2 y Sample3.
8. Para cambiar los nombres de muestra predeterminados, efectúe una doble pulsación en la muestra en la columna **Nombre de salida** y a continuación

especifique un nuevo nombre. Puede utilizar cualquier combinación de letras, números y espacios. No utilice puntos (.) ni barras inclinadas (/ o \).

Importante: Si cambia el nombre de una muestra, deberá actualizar todos los procesos subsiguientes que utilicen esta muestra como celda de entrada. Cambiar el nombre de una muestra podría desconfigurar procesos subsiguientes conectados. En general, debe editar los nombres de las muestras antes de conectar los procesos subsiguientes.

9. Utilice uno de los métodos siguientes para definir el tamaño de muestra:
   - Para dividir registros por porcentajes: seleccione **Especificar tamaño por %**, luego efectúe una doble pulsación en el campo **Tamaño** para indicar el porcentaje de registros que se debe utilizar para cada muestra. Utilice el campo **Tamaño máx.** si desea limitar el tamaño de la muestra. El valor predeterminado es **Ilimitado**. Repita esto para cada muestra que se liste en la columna Nombre de salida, o utilice la casilla de verificación **Todos los restantes** para asignar todos los registros restantes a esa muestra. Puede seleccionar **Todos los restantes** para sólo una celda de salida.
   - Para especificar el número de registros para cada tamaño de muestra: seleccione **Especificar tamaño por nº de registros** y a continuación efectúe una doble pulsación en el campo **Tamaño máx.** para especificar el número máximo de registros que se asignarán al primer grupo de muestra. Especifique el **Tamaño máx.** para la siguiente muestra de la columna Nombre de salida o utilice la casilla de verificación **Todos los restantes** para asignar todos los registros restantes a esa muestra. Puede seleccionar **Todos los restantes** para sólo una celda de salida.

     Opcional: Haga clic en **Calculador del tamaño de la muestra** y, a continuación, utilice el calculador para determinar el tamaño óptimo de la muestra. Copie el valor del campo **Tamaño mínimo de la muestra** en el calculador, pulse **Listo** para cerrar el calculador, luego pegue el valor en el campo **Tamaño máximo** para **Especificar tamaño por número de registros**.
10. Asegúrese de que cada muestra en la lista **Nombre de salida** tiene un Tamaño definido o tiene seleccionado **Todos las restantes** .
11. En la sección **Método de muestreo**, especifique cómo crear las muestras:
    - **Muestra aleatoria**: utilice esta opción para crear grupos de control o conjuntos de prueba estadísticamente válidos. Esta opción asigna al azar registros a grupos de muestras utilizando un generador de números aleatorios a partir del valor de inicio especificado. Los valores de inicio se explican más adelante en estos pasos.
    - **X sí, X no**: esta opción pone el primer registro en la primera muestra, el segundo registro en la segunda muestra, hasta el número de muestras especificado. Este proceso se repite hasta que todos los registros están asignados a un grupo de muestras. Para utilizar esta opción, debe especificar las opciones **Ordenados por** para determinar cómo se ordenan los registros en grupos. Las opciones **Ordenados por** se explican más adelante en estos pasos.
    - **Porciones secuenciales**: esta opción asigna los primeros *N* registros a la primera muestra, el siguiente conjunto de registros a la segunda muestra, y así sucesivamente. Esta opción es útil para crear grupos basados en el decil superior (u otro tamaño) basado en algún campo ordenado (por ejemplo, compras acumuladas o puntuaciones de modelos). Para utilizar esta opción, debe especificar las opciones **Ordenados por** para determinar cómo se ordenan los registros en grupos. Las opciones **Ordenados por** se explican más adelante en estos pasos.

12. Si ha seleccionado **Muestra aleatoria**, en la mayoría de los casos, puede aceptar el valor de inicio predeterminado. El valor inicial aleatorio representa el punto de inicio que utiliza IBM Campaign para seleccionar los ID de forma aleatoria.

    Para generar un nuevo valor inicial aleatorio, haga clic en **Elegir** o especifique un valor en el campo **Valor inicial aleatorio**. Estos son algunos ejemplos en los que podría ser necesario utilizar un valor de inicio nuevo:

    - Tiene exactamente el mismo número de registros en la misma secuencia y, si utiliza el mismo valor de inicio, los registros se crean en la misma muestra cada vez.
    - La muestra aleatoria produce resultados no deseados (por ejemplo, todos los hombres se han asignado a un grupo y todas las mujeres a otro).

    Nota: Se utilizará el mismo conjunto aleatorio de registros para cada ejecución posterior del proceso de muestreo (a menos que cambie la entrada del proceso). Esto es importante si tiene previsto utilizar los resultados para crear modelos, porque se deben comparar distintos algoritmos de modelado en el mismo conjunto de registros para determinar la eficacia de cada modelo. SI no tiene previsto utilizar los resultados para crear modelos, puede hacer que el proceso de muestreo seleccione un conjunto aleatorio diferente de registros cada vez que se ejecuta. Para ello, utilice un valor aleatorio inicial de cero (0). Un valor de 0 garantiza que se seleccionará un conjunto aleatorio diferente de registros cada vez que se ejecuta el proceso.
13. Si ha seleccionado **Uno de cada X** o **Partes secuenciales**, debe especificar un orden de clasificación para determinar cómo se asignarán los registros a los grupos de muestras:
    a. Seleccione un campo **Ordenado por** en la lista desplegable o utilice un campo derivado pulsando **Campos derivados**.
    b. Seleccione **Ascendente** para ordenar los campos numéricos en orden ascendente (de menor a mayor) y ordenar los campos alfabéticos en orden alfabético. Si elige **Descendente**, el orden de clasificación se invierte.
14. Pulse en la pestaña **General** si desea modificar el valor predeterminado de **Nombre de proceso** y **Nombres de celda de salida**. De forma predeterminada, los nombres de celda de salida constan del nombre del proceso seguido del nombre de la muestra y de un dígito. Puede aceptar el valor predeterminado de los **Códigos de celda** o no marcar la casilla **Generación automática de códigos de celda** y asignar los códigos manualmente. Escriba una **Nota** para describir claramente la finalidad del proceso Muestreo.
15. Pulse **Aceptar**.

Resultados

El proceso está configurado y habilitado en el diagrama de flujo. Puede efectuar una ejecución de prueba del proceso para verificar que devuelve los resultados esperados.

Acerca del calculador del tamaño de la muestra

Campaign proporciona un calculador del tamaño de la muestra que ayuda a determinar la relevancia estadística de los tamaños de las muestras en la evaluación de los resultados de una campaña.

Hay dos maneras de especificar el nivel de precisión que desea. Puede especificar un límite de error y calcular el tamaño de la muestra mínimo necesario, o puede especificar un tamaño de la muestra mínimo y calcular el límite de error que resultará. Los resultados se muestran con un nivel de fiabilidad del 95%.

Determinación del tamaño de la muestra adecuado

El calculador del tamaño de la muestra determina el número mínimo de contactos que se deben incluir en la muestra, en función de lo que se considera un margen aceptable de error. Los resultados se informan a un nivel de fiabilidad del 95%.

Acerca de esta tarea

La determinación del tamaño de la muestra adecuado es importante cuando el objetivo es realizar inferencias sobre un grupo de personas en función de una muestra. En general, un tamaño de la muestra mayor produce un menor margen de error. Utilice el calculador de tamaño de la muestra para calcular el tamaño de la muestra necesario para un límite de error determinado, o para determinar el límite de error de muestreo de distintos tamaños.

Procedimiento

1. En la pestaña **Muestra** del diálogo de configuración del proceso Muestreo, pulse **Calculador del tamaño de la muestra**.

   Se abre el calculador de tamaño de la muestra.
2. En **Cálculo de la tasa de respuesta**, escriba su mejor suposición para las tasas de respuesta **Mínima** y **Máxima** que espera de su campaña de marketing.

   Estos dos valores deben ser porcentajes entre 0% y 100%. Cuanto más baja sea la tasa de respuesta esperada, mayor deberá ser el tamaño de la muestra para alcanzar el mismo nivel de precisión para la tasa de respuesta medida.
3. Si no utiliza un modelo predictivo, seleccione **Sin modelos** bajo **Cálculo de modelos**.
4. Si utiliza un modelo predictivo, seleccione **Rendimiento del modelo**, luego introduzca los porcentajes para **Profundidad del archivo** y **Ganancias acumuladas**.

   Para obtener estos valores:

   a. Abra los informes de evaluación en IBM SPSS Modeler Advantage Marketing Edition, y abra la partición de prueba.
   b. Seleccione la pestaña **Ganancias** y visualice la información como una **Tabla**.
   c. Utilice un valor de la primera columna (Segmento) de la tabla como **Profundidad de archivo**, para indicar el porcentaje de clientes que desea contactar.
   d. Utilice el valor correspondiente a partir de la última columna (Ganancias acumuladas) de la tabla como las **Ganancias acumuladas**.

      El calculador utiliza esta información para determinar el número de muestras que necesita utilizar, en función de la tasa de respuestas esperada y el rendimiento del modelo.
5. Utilice cualquiera de los enfoques:
   - Para determinar el tamaño mínimo de la muestra basado en el margen de error que está dispuesto a aceptar: especifique un valor de 0% a 100% en el campo **Tasa de error (+ o -)** para indicar el porcentaje de margen de error que está dispuesto a aceptar para esta muestra. A continuación, pulse **Calcular tamaño de la muestra**. El campo **Tamaño mínimo de la muestra** indica la muestra más pequeña que cumplirá la tasa de error especificada. Un porcentaje de tasa de error más pequeña requiere un tamaño de muestra

mayor. Por el contrario, una tasa de error mayor requiere un tamaño de muestra más pequeño. Por ejemplo, una tasa de error del 3% requiere un tamaño de muestra mayor que si permite una tasa de error del 10%.

- Para determinar el margen de error que dará como resultado un tamaño de muestra específico: especifique un valor en el **Tamaño mínimo de la muestra** para indicar el tamaño de muestra que tiene previsto utilizar, pulse **Calcular tasa de error**. En función de los resultados, puede decidir si desea incrementar o reducir el tamaño de la muestra. Tamaños de la muestra mayores dan como resultado tasas de error más pequeñas. Si la tasa de error resultante es demasiado alta, utilice un tamaño de la muestra mayor.

6. Después de determinar el tamaño óptimo de la muestra:
   a. Copie el valor del campo **Tamaño mínimo de la muestra**.
   b. Pulse **Listo** para cerrar el calculador.
   c. Confirme que **Especificar tamaño por número de registros** está seleccionado.
   d. Pegue el valor en el campo **Tamaño máximo** en el cuadro de proceso Muestreo.

Proceso Audiencia

Los niveles de audiencia definen la entidad objetivo con la que desea trabajar, como una cuenta, un cliente, una unidad familiar, un producto o una división de negocio. Utilice el proceso Audiencia en un diagrama de flujo para conmutar entre los niveles de audiencia o para filtrar los ID por nivel de audiencia.

Un administrador define los niveles de audiencia durante el proceso de correlación de tablas. Cuando se utiliza el proceso Audiencia en un diagrama de flujo, se puede especificar qué niveles de audiencia se desean como objetivo de la campaña. Por ejemplo, puede configurar el proceso Audiencia para:

- Seleccionar un cliente por unidad familiar en función de alguna regla de negocio (por ejemplo, el varón de más edad o la persona con el mayor saldo)
- Seleccionar todas las cuentas que pertenezcan a un determinado conjunto de clientes
- Seleccionar todas las cuentas con un saldo negativo que pertenezcan a un determinado conjunto de clientes
- Seleccionar todas las unidades familiares que tengan individuos titulares de cuentas corrientes
- Seleccionar clientes con tres o más compras en un determinado espacio de tiempo

El proceso Audiencia puede seleccionar en cualquier tabla o tablas definidas, por lo que puede utilizarse como proceso de nivel superior en el diagrama de flujo para seleccionar datos inicialmente.

Para utilizar el proceso Audiencia, debe trabajar con tablas para las que se han definido varios niveles de audiencia. Estos niveles, definidos dentro de una única tabla, proporcionan una relación que permite "traducir" de un nivel a otro.

- Una clave se define como clave "primaria" o la clave "predeterminada" para la tabla. (Esta clave representa la audiencia utilizada más frecuentemente para este origen de datos). El nivel predeterminado asociado a una tabla se especifica durante el proceso de correlación de tablas. Para obtener más información acerca de las tablas de correlación, consulte *Campaign Guía del administrador*.

- El resto de claves son claves "alternativas" que están disponibles para cambiar de nivel de audiencia.

Después de conmutar niveles de audiencia, Campaign muestra solo aquellas tablas cuya clave predeterminada está definida en el mismo nivel de audiencia. Si trabaja habitualmente con distintos niveles de audiencia, podría necesitar correlacionar la misma tabla más de una vez en Campaign, cada vez con una clave primaria/predeterminada diferente.

Niveles de audiencia

Los niveles de audiencia los definen administradores de IBM Campaign para representar diferentes objetivos potenciales de las campañas, como cuenta, cliente, unidad familiar, producto o unidad de negocio.

Los niveles de audiencia se organizan con frecuencia jerárquicamente, aunque no siempre. A continuación se muestran algunos ejemplos de niveles de audiencia jerárquicos que se encuentran habitualmente en las bases de datos de marketing de clientes:

- Unidad familiar > Cliente > Cuenta
- Compañía > División > Cliente > Producto

Su organización puede definir y utilizar un número ilimitado de niveles de audiencia. Si está utilizando varios niveles de audiencia (por ejemplo, cliente y unidad familiar) es importante comprender cómo utilizar el proceso Audiencia para alcanzar sus objetivos de negocio de la mejor manera.

Los niveles de audiencia se crean y mantienen por un administrador Para moverse de un nivel de audiencia a otro es necesario que todos los niveles de audiencia usados tengan claves definidas en la misma tabla. Esto proporciona un mecanismo de "búsqueda" para cambiar de un nivel a otro.

Los niveles de audiencia son globales y van unidos a cada tabla base correlacionada. Así, cuando se carga un diagrama de flujo, los niveles de audiencia se cargan junto con las correlaciones de tablas dentro de dicho diagrama de flujo.

Si tiene permisos para correlacionar tablas en IBM Campaign, puede correlacionar una nueva tabla a uno o más niveles de audiencia existentes, pero no puede crear nuevos niveles de audiencia. Solo los usuarios con los permisos adecuados, normalmente los administradores de sistema, pueden crear niveles de audiencia.

En el proceso Audiencia se especifica un nivel de audiencia de entrada y un nivel de audiencia de salida. Los niveles de audiencia de entrada y de salida pueden ser iguales (por ejemplo, Cliente) o distintos (por ejemplo, Cliente y Unidad familiar). Utilice el proceso Audiencia para mantenerse dentro del mismo nivel de audiencia o para cambiar los niveles de audiencia.

Householding

Householding es un término general que significa la reducción del número de miembros en el nivel de audiencia actual mediante la acotación de un ámbito utilizando otro nivel de audiencia.

Uno de los ejemplos más habituales de householding es la identificación de un individuo objetivo dentro de cada unidad familiar. Podría seleccionarse una persona dentro de cada unidad familiar en función de una regla de negocio de marketing como, por ejemplo:

- La persona con el mayor valor económico de todas las cuentas
- La persona con el mayor número de compras dentro de una determinada categoría de producto
- La persona con la mejor ocupación
- El varón más joven por encima de los 18 años en la unidad familiar

Se puede utilizar el proceso Audiencia para cambiar los niveles de audiencia y filtrar los ID conforme a criterios especificados por el usuario..

Cuándo se conmutan niveles de audiencia

Algunas campañas complejas necesitan un procesamiento a diferentes niveles de audiencia para llegar a la lista final de entidades de destino. Esto puede suponer empezar en un nivel de audiencia, realizar algunos cálculos y recoger la salida, moverse después a otro nivel de audiencia y realizar otros cálculos.

Por ejemplo, podría necesitar soportar supresiones complejas a distintos niveles. Por lo tanto, en un modelo de datos donde hay una relación uno-a-muchos o muchos-a-muchos entre clientes y cuentas, a un analista de marketing podría interesarle construir una campaña que haga lo siguiente:

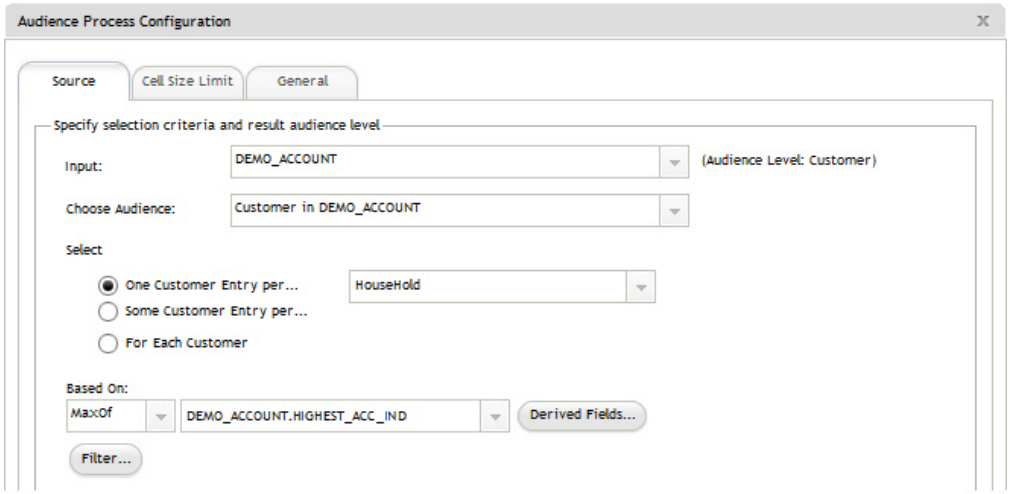
- Elimina todas las cuentas de clientes que satisfagan ciertos criterios (por ejemplo, eliminar las cuentas de impagos)
- Elimina cuentas particulares que satisfagan ciertos criterios (por ejemplo, eliminar todas las cuentas de baja rentabilidad)

En este ejemplo, la campaña podría comenzar a nivel de cliente, realizar supresiones a nivel de cliente (suprimir las cuentas de impagos), cambiar al nivel de cuenta, aplicar las supresiones a nivel de cuenta (suprimir las cuentas de baja rentabilidad) y luego volver al nivel de cliente para obtener la información final de contacto.

Ejemplo: proceso Audiencia

Este ejemplo muestra cómo configurar un proceso Audiencia en un diagrama de flujo.

La siguiente figura muestra un proceso Audiencia configurado.



El proceso se configura de la siguiente manera:

- El nivel de audiencia seleccionado es **Cliente**, el nivel de audiencia predeterminado de la tabla `DEMO_ACCOUNT` (este nivel de audiencia se muestra a la derecha del campo **Entrada**.
- El nivel de audiencia de salida es el mismo: **Cliente**, tal y como se define en la tabla `DEMO_ACCOUNT`. La tabla `DEMO_ACCOUNT` tiene otros dos niveles de audiencia definidos: `Rama` y `Unidad familiar` .
- El proceso está configurado para seleccionar una **Entrada de cliente por unidad familiar** en función del máximo del campo `HIGHEST_ACC_IND` .

Ejemplo: filtrado de registros

En este ejemplo se explica cómo utilizar el filtrado en un proceso Audiencia en un diagrama de flujo.

Cuando se configura un proceso Audiencia para seleccionar ID según una cuenta o una función estadística (**MaxOf**, **MedianOf**, **MinOf**) o **Any One**, el botón **Filtro** pasa a estar disponible. Cuando se hace clic en **Filtro**, aparece la ventana Especificar criterios de selección, que le permite especificar una expresión de consulta para especificar qué registros se utilizarán en el cálculo **Basado en**.

Nota: Los criterios de filtrado se aplican antes de que se realice el cálculo Basado en, permitiéndole eliminar registros para que no se tengan en cuenta.

Por ejemplo, podría interesarle limitar el rango de fechas en el que se lleva a cabo una operación. Para utilizar solo aquellas transacciones de compra realizadas el año pasado, puede especificar una expresión de consulta de filtrado como esta:

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

Luego, si está realizando un cálculo **Basado en** que selecciona la suma del campo **Importe**, solo se sumarán los importes de las transacciones efectuadas durante el año pasado.

Cambio y filtro de los niveles de audiencia

Configure un proceso Audiencia para cambiar entre niveles de audiencia o para filtrar los ID por un nivel de audiencia específico.

Antes de empezar

Para utilizar el proceso Audiencia, debe trabajar con tablas para las que se han definido varios niveles de audiencia.

Acerca de esta tarea

Las opciones que están disponibles en el diálogo de configuración del proceso Audiencia dependen de varias selecciones que puede realizar:

- Si los niveles de audiencia de entrada y de salida son iguales o diferentes
- Si los valores del nivel de audiencia están normalizados en estas tablas
- Si hay varios niveles de audiencia definidos para las tablas seleccionadas

Por este motivo, no todas las opciones descritas a continuación están disponibles para todos los pares de selecciones de tablas de entrada y salida.

Procedimiento

1. Abra una campaña y pulse una pestaña del diagrama de flujo.
2. Pulse el icono **Editar** en la ventana del diagrama de flujo.
3. Arrastre el proceso Audiencia de la paleta al diagrama de flujo.

   El proceso Audiencia puede seleccionar entre las tablas definidas, por lo que puede utilizarlo como un proceso de nivel superior en el diagrama de flujo para seleccionar inicialmente los datos. También puede utilizar un proceso como Selección o Fusión para proporcionar entrada al proceso Audiencia.
4. Efectúe una doble pulsación en el proceso Audiencia del diagrama de flujo.
5. En la pestaña Origen, abra la lista **Entrada** y especifique el origen de datos para el proceso. Puede seleccionar un segmento, una tabla o la celda de salida de cualquier proceso que proporciona entrada al proceso Audiencia.

   El nivel de audiencia para la entrada seleccionada se muestra junto al campo **Entrada**. Si no hay ninguna entrada, el nivel de audiencia se muestra como **no seleccionado**.

   Consejo: Tenga en cuenta que las opciones de **Seleccionar** indican el nivel de audiencia de entrada. Por ejemplo, si el nivel de audiencia es Cliente, puede seleccionar **Una entrada por cliente**. Si el nivel de audiencia es unidad familiar, puede seleccionar **Una entrada por unidad familiar**.
6. Seleccione un nivel de audiencia de salida de la lista **Elegir audiencia**.

   Nota: Si no ve el nivel de audiencia esperada, puede intentar volver a correlacionar una tabla.

   Las opciones de **Seleccionar** ahora reflejan los niveles de audiencia de entrada y de salida.

   Por ejemplo, si la entrada es la unidad familiar y la salida es cliente, las opciones de **Seleccionar** tienen la etiqueta **Entradas de todos los ID de cliente**, **Entradas de algunos ID de cliente**, **Entrada de un ID de cliente por ID de unidad familiar**.
7. Utilice las opciones **Selección** y **Filtro** para especificar cómo se deben seleccionar los registros. Las opciones disponibles dependen de si está seleccionando Todos los ID (en cuyo caso el filtrado no está permitido),

alternando niveles o permaneciendo en el mismo nivel. Para obtener más información sobre cómo seleccionar y filtrar en función de si está cambiando los niveles de audiencia, consulte:

- *Utilización de los mismos niveles de audiencia de entrada y de salida*
- *Utilización de distintos niveles de audiencia de entrada y de salida*

8. Utilice la pestaña **Límite del tamaño de la celda** si desea limitar el número de ID generados por el proceso. Esto puede ser útil para las ejecuciones de prueba.
9. Utilice la pestaña **General** como se indica a continuación.
   a. **Nombre de proceso**: asigne un nombre descriptivo para identificar el proceso en el diagrama de flujo y en diversos diálogos e informes.
   b. **Nombre de celda de salida**: de forma predeterminada, este nombre coincide con el nombre de proceso. Se utiliza en diversos diálogos e informes para identificar la celda de salida (el conjunto de ID que genera el proceso).
   c. (Opcional) **Enlazar a celda objetivo**: realice este paso si su organización define previamente celdas objetivo en una hoja de cálculo de celdas objetivo (TCS). Para asociar la celda objetivo predefinida con la salida del proceso de diagrama de flujo, pulse **Enlazar a celda objetivo** y, a continuación, seleccione una celda objetivo en la hoja de cálculo. El **Nombre de celda de salida** y el **Código de celda** se heredan de la TCS, y ambos valores de campo se muestran en cursiva para indicar que hay una relación de enlace. Para obtener más información, lea acerca de la utilización de hojas de cálculo de celdas objetivo.
   d. **Código de celda**: el código de celda tiene un formato estándar que determina el administrador del sistema y es exclusivo cuando se genera. Consulte “Modificación del código de celda” en la página 177.
   e. **Nota**: describa la finalidad o resultado del proceso, como *Contactar con una persona por unidad familiar*.
10. Pulse **Aceptar**.

    El proceso queda ahora configurado. Puede probar la ejecución del proceso para verificar que devuelve los resultados que espera.

Opciones disponibles cuando se utilizan los mismos niveles de audiencia de entrada y de salida

Cuando los niveles de audiencia de entrada y salida son iguales en un proceso Audiencia de un diagrama de flujo, puede utilizar las siguientes selecciones para identificar la audiencia.

Las opciones de **Seleccionar** varían en función de la relación de los niveles de audiencia de entrada y de salida seleccionados (**Seleccionar audiencia**). Las opciones que no son relevantes se inhabilitan.

Nota: El nombre del nivel de audiencia seleccionado se utiliza en las etiquetas de la opción **Seleccionar**. Por ejemplo, si el nivel de audiencia de entrada es Cliente, la opción **Una entrada por** aparece como **Una entrada de Cliente por**.

Las opciones **Seleccionar** incluyen:

Uno por	Un miembro del nivel de audiencia de entrada/salida, con el ámbito de otro nivel de audiencia. Por ejemplo: un cliente por unidad familiar. Consulte “Selección de una entrada de <Audiencia de entrada/salida> por <Audiencia diferente>”.
Algunos por	Algunos miembros del nivel de audiencia de entrada/salida, con el ámbito de otro nivel de audiencia. Por ejemplo: todos los clientes de la unidad familiar con compras por encima del promedio. Consulte “Selección de algunos registros <Audiencia> por <Audiencia diferente>” en la página 91.
Para cada	Selecciona miembros si el número de miembros en el nivel de audiencia seleccionado cumple alguna condición. Por ejemplo: número de cuentas > 1 o número de compras > 3. Consulte “Selección de entradas para cada entrada en un nivel de audiencia dado” en la página 92.

Selección de una entrada de <Audiencia de entrada/salida> por <Audiencia diferente>:

Elija esta opción si los niveles de audiencia de entrada y de salida son iguales, pero se utiliza un nivel de audiencia distinto para establecer el ámbito de la salida.

Acerca de esta tarea

Un ejemplo es seleccionar el cliente de cada unidad familiar que tenga la cuenta con más antigüedad. (El nivel de audiencia de entrada es cliente, el nivel de audiencia de salida es cliente, con ámbito de nivel de unidad familiar, utilizando `MinOf(BaseInfo.AcctStartDt)` para seleccionar.)Especifique una regla de negocio para indicar cómo se selecciona la entidad individual (por ejemplo, el mínimo, el máximo o la mediana de algún campo), o seleccione **Cualquiera** (en este caso no hay opciones de campo disponibles).

Procedimiento

1. En el proceso Audiencia, seleccione un origen de entrada para **Entrada**. Seleccione el mismo nivel de audiencia para la audiencia de salida.

   Las opciones pertinentes de **Seleccionar** se vuelven disponibles.
2. Seleccione la opción **Una entrada por**.
3. Seleccione un nivel de audiencia de la lista.

   En la lista aparecen todos los niveles de audiencia alternativa definidos (que no sean la audiencia de entrada).
4. Elija un valor de la lista **Basado en**:
   - **Cualquiera** elimina la necesidad de elegir un valor **Basado en**
   - **MáximoDe** devuelve el valor máximo del campo seleccionado
   - **MedianaDe** devuelve la mediana del campo seleccionado
   - **MínimoDe** devuelve el valor mínimo del campo seleccionado

Cada una de estas funciones devolverá exactamente un miembro del nivel de audiencia de entrada. Si hubiera más de una entrada vinculada al máximo, al mínimo o a la mediana, se devolverá la primera entrada que se encuentre.

5. Si ha seleccionado cualquier criterio **Basado en** que no sea **Cualquiera**, seleccione un campo sobre el que opere la función. Esta lista incluye todos los campos de la tabla seleccionada en el campo **Elegir audiencia** y cualquier tabla de dimensiones correlacionada. Expanda una tabla pulsando el signo "+". Los campos derivados creados aparecen al final.

   Por ejemplo, para seleccionar el titular de la cuenta de cada unidad familiar con el mayor saldo, seleccione **MaxOf** para el criterio **Basado en** y `Saldo` en la lista de campos de tabla.

   También puede crear o seleccionar campos derivados pulsando **Campos derivados**.

6. (Opcional) Si ha seleccionado un recuento en el que basarse, el botón **Filtro** pasa a estar disponible.

   Utilice la función **Filtro** para reducir el número de ID que estarán disponibles para el cálculo **Basado en** . Por ejemplo, puede interesarle seleccionar clientes en función de su saldo promedio en los últimos 6 meses, pero antes de hacerlo, querrá descartar todos los clientes cuyas cuentas están inactivas.

   Para filtrar registros antes de realizar el cálculo **Basado en**, pulse **Filtrar**. Aparecerá la ventana Especificar criterios de selección. Puede especificar una expresión de consulta para especificar qué registros se utilizarán en el cálculo **Basado en**. El criterio de filtrado se aplica antes de realizar el cálculo **Basado en**, lo que le permite eliminar registros para que no se tengan en cuenta.

7. Pulse **Aceptar** para guardar la consulta y cierre la ventana Especificar criterios de selección.
8. Siga configurando el proceso Audiencia completando los campos del resto de pestañas.

Selección de algunos registros <Audiencia> por <Audiencia diferente>:

Esta selección indica que hay varias entradas por audiencia.

Acerca de esta tarea

En esta situación, los niveles de audiencia de entrada y de salida son iguales, pero se utiliza un nivel de audiencia distinto para establecer el ámbito de la salida. Por ejemplo, seleccione todos los clientes de una unidad familiar que han realizado compras superiores a 100$ (el nivel de audiencia de entrada es cliente, el nivel de audiencia de salida es cliente, el ámbito se establece en el nivel de unidad familiar, utilizando `Máximo valor de compra>$100`).

Además de crear una consulta, el criterio Basado en también soporta palabras clave que permiten llevar a cabo el equivalente funcional de una macro GROUPBY.

Procedimiento

1. Seleccione un origen de entrada para Entrada y el mismo nivel de audiencia para la audiencia de salida en el proceso Audiencia. Las opciones pertinentes de Seleccionar se vuelven disponibles.
2. Seleccione la opción Algunas entradas por... Aparece una lista junto a la opción seleccionada.

3. Seleccione un nivel de audiencia de la lista. En la lista aparecen todos los niveles de audiencia alternativa definidos (que no sean la audiencia de entrada).
4. Pulse en el campo Basado en para especificar una consulta. Se abrirá la ventana Especificar criterios de selección.
5. Escriba o cree una expresión de consulta válida y, a continuación, pulse Aceptar para guardarla y cierre la ventana Especificar criterios de selección.
6. Siga configurando el proceso completando los campos del resto de pestañas.

Selección de entradas para cada entrada en un nivel de audiencia dado:

Esta selección indica que hay varias selecciones de varios niveles de audiencia.

Acerca de esta tarea

Seleccione esta opción si el número de miembros en los niveles de audiencia seleccionados cumple alguna condición (por ejemplo, `Número de cuentas > 1` o `Número de compras > 3`).

Nota: Esta opción solo está disponible si el nivel de audiencia de entrada no está normalizado (es decir, el ID de registro no es exclusivo en la tabla elegida en Seleccionar nivel) y los niveles de audiencia de entrada y salida son iguales. Es la única opción disponible si no se han definido claves alternativas para la tabla de audiencias de salida.

Procedimiento

1. Seleccione un origen de entrada para **Entrada** y el mismo nivel de audiencia para la audiencia de salida en el proceso Audiencia.

   Las opciones pertinentes de **Seleccionar** se vuelven disponibles.
2. Seleccione la opción **Para cada**.

   Nota: Esta opción solo está disponible si el nivel de audiencia de entrada no está normalizado (es decir, el ID de registro no es exclusivo en la tabla elegida en Seleccionar nivel).

   Aparece una lista junto a la opción seleccionada.
3. Elija una selección **Basado en**.

   Si la tabla seleccionada en **Seleccionar audiencia** (es decir, la audiencia de salida) no está normalizada, podría haber duplicaciones en el resultado. Puede utilizar un método **Basado en** para Campaign para utilizar al seleccionar registros, para evitar la duplicación. (Por ejemplo, si es posible que los resultados incluyan más de una persona en la misma unidad familiar, puede utilizar **Basado en** para seleccionar sólo una persona de esa unidad familiar, en función de los criterios que se configuran en esta característica.)

   Debe seleccionar uno de los métodos **Basado en**, ya sea **Recuento** o **Condición**:

   - Especifique un **Recuento** para utilizarlo en **Basado en**:

   Esta opción le permite seleccionar el ID del `<Nivel de audiencia de entrada>`, donde el número de apariciones de ID del `<Nivel de audiencia de entrada>` cumple la condición especificada.

   Para alternar entre distintas relaciones (<,<=,>,>=,=), pulse el botón del operador repetidamente hasta que se visualice la relación deseada.

   -- O BIEN --

   - Especifique una **Condición** para utilizarla en **Basado en**:

Pulse en el cuadro de texto a la derecha de **Condición**.

Aparecerá la ventana Especificar criterios de selección.

Escriba o construya una expresión de consulta válida y después pulse **Aceptar** para guardar la entrada y cerrar la ventana Especificar criterios de selección.

4. (Opcional) Si ha seleccionado un recuento en el que basarse, **Filtro** pasa a estar disponible.

   Utilice la función **Filtro** para reducir el número de ID que estarán disponibles para el cálculo **Basado en** . Por ejemplo, puede interesarle seleccionar ID de clientes en función de su saldo promedio en los últimos seis meses, pero, antes de hacerlo, querrá descartar todos los clientes cuyas cuentas están inactivas.

   Para filtrar registros antes de realizar el cálculo **Basado en**, pulse **Filtrar**. Aparecerá la ventana Especificar criterios de selección. Puede especificar una expresión de consulta para especificar qué registros se utilizarán en el cálculo **Basado en**. El criterio de filtrado se aplica antes de realizar el cálculo **Basado en**, lo que le permite eliminar registros para que no se tengan en cuenta.

5. Pulse **Aceptar** para guardar la consulta y cierre la ventana Especificar criterios de selección.
6. Siga configurando el proceso completando los campos del resto de pestañas.

Opciones disponibles cuando se utilizan distintos niveles de audiencia de entrada y de salida

Cuando los niveles de audiencia de entrada y salida son diferentes en un proceso Audiencia de un diagrama de flujo, puede utilizar las siguientes selecciones para identificar la audiencia.

Nota: El nombre del nivel de audiencia seleccionado se utiliza en las etiquetas de la opción **Seleccionar**. Por ejemplo, si el nivel de audiencia de entrada es Cliente, la opción **Una entrada por** aparece como **Una entrada de Cliente por**. En las secciones siguientes, esta parte del texto de la opción que cambia de forma dinámica se indicará con <Audiencia de Entrada/Salida> cuando sea pertinente.

Las opciones **Seleccionar** incluyen:

Todos	Selecciona todos los miembros del nivel de audiencia de entrada, con el ámbito de otro nivel de audiencia.Por ejemplo: todos los clientes por unidad familiar. Consulte “Selección de todas las entradas de <Nivel de audiencia de salida>” en la página 94.
Algunos	Selecciona algunos miembros del nivel de audiencia de salida, manteniendo solo aquellos ID que satisfagan una condición especificada.Por ejemplo: todos los clientes de 18 años o más, dentro de una unidad familiar. Consulte “Selección de algunas entradas de <Nivel de audiencia de salida diferente>” en la página 94
Uno por	Selecciona exactamente un registro de audiencia de salida para cada registro de audiencia de entrada. Por ejemplo: un cliente por unidad familiar. Consulte “Selección de una <Audiencia de salida> por <Audiencia de entrada diferente>” en la página 94.

Selección de todas las entradas de <Nivel de audiencia de salida>:

Seleccione esta opción para cambiar al nivel de audiencia de salida sin realizar ningún filtrado. Por ejemplo, puede seleccionar todos los clientes de una unidad familiar o todas las cuentas que pertenezcan a un cliente.

Acerca de esta tarea

Esta opción crea una celda de salida con todas las entradas del nivel de audiencia de salida asociadas a los ID de entrada. Cambia los niveles de audiencia sin aplicar selección alguna ni criterios de filtrado.

Si cambia de un nivel de audiencia primaria a otro nivel de audiencia, ya no podrá utilizar campos derivados en procesos en sentido descendente.

Procedimiento

1. Seleccione un origen de entrada para **Entrada** y una audiencia de salida diferente para **Seleccionar audiencia**.

   Las opciones de **Seleccionar** se vuelven disponibles.
2. Seleccione **Todas las entradas de <Nivel de audiencia de salida>**
3. Pulse **Aceptar**.

Selección de algunas entradas de <Nivel de audiencia de salida diferente>:

Seleccione esta opción para cambiar el nivel de audiencia de entrada a un nivel de audiencia de salida diferente, manteniendo solo aquellos ID que cumplan una determinada condición. Por ejemplo, podría seleccionar todos los clientes de 18 años o más en una unidad familiar, o seleccionar todas las cuentas de un cliente con balances positivos.

Procedimiento

1. Seleccione un origen de entrada para **Entrada** y una audiencia de salida diferente para **Seleccionar audiencia**.

   Las opciones de **Seleccionar** se vuelven disponibles.
2. Pulse para seleccionar **Algunas entradas de <Nivel de audiencia de salida>**

   El campo **Basado en** se vuelve disponible.
3. Pulse en el campo **Basado en** para especificar una consulta.

   Aparecerá la ventana Especificar criterios de selección. Los criterios **Basado en** permiten especificar una expresión de consulta para limitar las entradas seleccionadas del nivel de audiencia de salida.
4. Escriba o construya una expresión de consulta válida y después pulse **Aceptar** para guardar la consulta y cerrar la ventana Especificar criterios de selección.
5. Pulse **Aceptar** para cerrar el diálogo de configuración del proceso Audiencia, guardando las entradas.

Selección de una <Audiencia de salida> por <Audiencia de entrada diferente>:

Seleccione esta opción para elegir exactamente un registro de audiencia de salida para cada registro de audiencia de entrada (por ejemplo, elegir una dirección de correo electrónico por cliente).

Acerca de esta tarea

Debe especificar una regla de negocio para indicar cómo debería seleccionarse la entidad única (mín/máx/mediana de algún campo) o seleccionar **Cualquiera** (en este caso, no hay selecciones de campo disponibles).

Esta opción solo está disponible si el nivel de audiencia de entrada no está normalizado (es decir, el ID de registro no es exclusivo en la tabla **Seleccionar nivel**).

Además de crear una consulta, el criterio **Basado en** también soporta palabras clave que permiten realizar el equivalente funcional de una función macro `GROUPBY`.

Procedimiento

1. Seleccione un origen de entrada para **Entrada** y una audiencia de salida para el proceso Audiencia.

   Las opciones de **Seleccionar** se vuelven disponibles.
2. Seleccione **Un <Nivel de audiencia de salida> por <Nivel de audiencia de entrada>**.
3. Seleccione un valor de la lista desplegable de **Basado en**.

   (La selección de campo, mediante la lista desplegable de la derecha, pasa a estar inactiva cuando se selecciona **Cualquiera**. Si esta es su selección, salte al paso 5.)
4. Seleccione un campo en la siguiente lista desplegable con la que se relaciona la función **Basado en**:
   a. Pulse en el cuadro de texto **Basado en**.

      Aparecerá la ventana Seleccionar campo. Aparecerán todos los campos de la tabla seleccionada en la lista desplegable **Seleccionar audiencia**, incluidas las tablas de dimensiones correlacionadas.

      Puede expandir una tabla pulsando en el signo "+". Los campos derivados creados aparecen al final.
   b. Seleccione un campo y pulse **Aceptar**.
   c. (Opcional) Cree campos derivados pulsando **Campos derivados**.
5. (Opcional) Para filtrar registros antes de realizar el cálculo **Basado en**, utilice **Filtrar**.
6. Pulse **Aceptar**.

Proceso Extracción

Utilice el proceso Extracción seleccionar campos de una tabla y grabarlos en otra tabla para su procesamiento posterior. El proceso Extracción está diseñado para reducir grandes cantidades de datos a un tamaño manejable para operaciones subsiguientes, lo que mejora enormemente el rendimiento.

El proceso Extracción puede tomar la entrada de una celda, una única tabla, un segmento estratégico, una lista optimizada (solo Contact Optimization) o una página de destino de eMessage (solo eMessage). Si selecciona un segmento estratégico como entrada, deberá unirlo a una tabla antes de poder extraer los campos.

Si se utilizan varios procesos Extracción en serie, solo se escriben los campos del proceso Extracción final.

Si se utilizan varios procesos Extracción en paralelo (en ramas diferentes del mismo diagrama de flujo) se comportan de la misma forma que los campos derivados persistentes:

- Los campos extraídos se adjuntan a la celda de entrada
- Los campos extraídos se calculan antes de la ejecución de la consulta en ese proceso
- Varios campos extraídos están disponibles en procesos subsiguientes
- Cuando los campos extraídos se envían a un proceso de contacto:
  - Si un campo extraído no está definido para una celda, su valor es igual a NULL
  - Si un único ID está en más de una célula, una fila es la salida para cada célula
- Cuando se envían campos extraídos a un proceso Segmentación o Decisión, el campo extraído debe existir en todas las celdas de entrada seleccionadas para que se pueda utilizar en la segmentación por consulta.

Tablas extraídas

Los datos se extraen como un archivo binario en el servidor de Campaign o como una tabla con un prefijo **UAC_EX**.

Las tablas de extracción *no* se suprimen al final de la ejecución de un diagrama de flujo. Una tabla de extracción persiste para que los usuarios puedan continuar accediendo a ella para realizar operaciones tales como la creación de perfiles de sus campos.

Una tabla de extracción solo se suprime cuando se suprime su proceso Extracción asociado, diagrama de flujo, campaña o sesión.

Nota: Para conservar espacio, los administradores del sistema puede suprimir periódicamente las tablas con el prefijo **UAC_EX**. Sin embargo, si estas tablas se eliminan, debe volver a ejecutar los procesos Extracción afectados antes de volver a ejecutar diagramas de flujo o campos de perfil en las tablas que faltan ahora. De lo contrario, Campaign generará errores "Tabla no encontrada".

Ejemplo: extracción de datos de transacciones

En este ejemplo se explica cómo utilizar el proceso Extracción para obtener datos sobre transacciones de compra.

Supongamos que ha diseñado una campaña para realizar selecciones o cálculos basados en los últimos tres meses de transacciones de compra de todos los clientes que no son morosos (aproximadamente el 90% de su base de clientes), lo que da como resultado 4 Gb de datos.

Incluso si IBM Campaign hubiera creado una tabla temporal para esos clientes, la unión con la tabla de transacciones de compras implicaría recuperar aproximadamente el 90% de los 4 GB de filas (y descartar todas las transacciones menos las de los últimos tres meses) para ejecutar una macro `GROUPBY` por ejemplo.

En vez de esto, se puede configurar un proceso Extracción (colocado al nivel de transacción de compra) para sacar todas las transacciones de los últimos tres meses, ponerlas en una tabla de la base de datos y después ejecutar varias macros `GROUPBY` y otros cálculos contra él (por ejemplo, mín/máx y promedio).

Requisitos previos a la extracción de datos desde las páginas de destino de eMessage.

Varios requisitos previos deben cumplirse antes de poder configurar un proceso Extracción para que acepte entrada de las páginas de destino de eMessage.

- eMessage debe estar instalado, ejecutando y habilitado.
- Las páginas de destino de eMessage deben estar configuradas adecuadamente.
- Debe ejecutarse el envío de correos y deben recibirse respuestas de los destinatarios del envío de correos.

Para obtener información acerca de las páginas de destino de eMessage, consulte *eMessage Guía del usuario*.

Extracción de subconjuntos de datos para proceso y manipulación adicionales

Utilice el proceso Extracción para reducir grandes cantidades de datos a un tamaño manejable para operaciones subsiguientes, lo que mejora el rendimiento.

El procedimiento para configurar el proceso Extracción difiere en función de si está extrayendo datos de una celda, tabla o segmento estratégico o desde una página de destino de eMessage.

Para extraer datos de una lista optimizada, consulte *Contact Optimization Guía del usuario*.

Extracción de datos de una celda, tabla o segmento estratégico

Siga este procedimiento para obtener datos de una celda de entrada, como un proceso Selección, una única tabla o un segmento estratégico. De esta forma, puede reducir grandes cantidades de datos a un tamaño manejable para operaciones subsiguientes, lo que mejora el rendimiento.

Procedimiento

1. Dentro de una campaña, abra un diagrama de flujo para su edición.
2. Arrastre el proceso Extracción de la paleta al diagrama de flujo.
3. Efectúe una doble pulsación en el proceso Extracción en el diagrama de flujo.

   Se abrirá el diálogo de configuración del proceso.
4. En la pestaña **Origen**, seleccione una celda de entrada, una sola tabla o un segmento estratégico de la lista **Entrada**. Si selecciona un segmento estratégico, asócielo con una tabla seleccionando una tabla de la lista **Selección basada en**.
5. Especifique los registros que hay que utilizar como entrada:
   - Elija **Seleccionar todos los registros** para incluir todos los registros del origen de datos de entrada.
   - Elija **Seleccionar registros con** para seleccionar registros mediante una consulta.
6. Si ha elegido **Seleccionar registros con**, cree una consulta utilizando uno de los métodos siguientes.

   Nota: Para obtener las instrucciones completas, consulte Capítulo 6, “Utilización de consultas para seleccionar datos”, en la página 133.
   - **Apuntar y Pulsar**: pulse en las celdas **Nombre de campo**, **Oper.** y **Valor** para seleccionar valores para crear una expresión. Utilice **Y/o** para combinar

las expresiones. Este método constituye la forma más simple de crear una consulta y le ayuda a evitar errores de sintaxis.

- **Generador de texto**: utilice esta herramienta para escribir SQL sin formato o utilizar las macros proporcionadas. Puede utilizar el **Asistente de Fórmula** del Generador de texto para seleccionar macros proporcionadas, incluyendo operadores lógicos y funciones de cadena.

Con cualquiera de los dos métodos, puede seleccionar campos de la lista Campos disponibles, que incluye Campos generados y Campos derivados de IBM Campaign.

Nota: Si la consulta incluye un campo de tabla que tiene el mismo nombre que un campo generado de Campaign, debe calificar el nombre de campo. Utilice la sintaxis siguiente: `<nombre_tabla>.<nombre_campo>`

7. En la pestaña **Extracción**, utilice el campo **Origen de datos de destino** para seleccionar una ubicación de salida:
   - Para almacenar los datos en formato binario, seleccione **Servidor de IBM Campaign**.
   - Para almacenar los datos en una tabla de nombre exclusivo con un prefijo `UAC_EX`, seleccione una base de datos disponible.
8. En la pestaña **Extracción**, seleccione campos de la lista **Campos candidatos** y añádalos a la lista **Campos para extraer**. Utilice los controles para eliminar o reordenar los campos. Para obtener información sobre la utilización de la pestaña Extracción, consulte "Referencia de la pestaña Extracción" en la página 100.
9. Opcionalmente, utilice la pestaña **Límite tamaño celda** para limitar el número de ID generados por el proceso. Consulte "Limitación del tamaño de las celdas de salida" en la página 168.
10. De forma opcional, utilice la pestaña **Dimensión** para añadir tablas de dimensiones existentes a la tabla de extracción y especificar los campos clave de los que se debe realizar la unión. La tabla de extracción se convierte en una tabla base para las tablas de dimensiones seleccionadas y se puede utilizar en procesos subsiguientes.
11. Utilice la pestaña **General** como se indica a continuación.
    a. **Nombre de proceso**: el nombre de proceso se utiliza como etiqueta del cuadro en el diagrama de flujo. También se utiliza en diversos diálogos e informes para identificar el proceso.
    b. **Nombre de celda de salida**: de forma predeterminada, este nombre coincide con el nombre de proceso. Se utiliza en diálogos e informes para identificar la celda de salida (el conjunto de ID que el proceso recupera).
    c. (Opcional) **Enlazar a celda objetivo**: realice este paso si su organización define previamente celdas objetivo en una hoja de cálculo de celdas objetivo (TCS). Para asociar la celda objetivo predefinida con la salida del proceso de diagrama de flujo, pulse **Enlazar a celda objetivo** y, a continuación, seleccione una celda en la hoja de cálculo. El **Nombre de celda de salida** y el **Código de celda** se heredan de la TCS, y ambos valores de campo se muestran en cursiva para indicar que hay una relación de enlace. Para obtener más información, lea acerca de la utilización de hojas de cálculo de celdas objetivo.
    d. **Código de celda**: el código de celda tiene un formato estándar que se determina mediante el administrador del sistema y es exclusivo cuando se genera. Consulte "Modificación del código de celda" en la página 177.

e. **Nota**: describe la finalidad o resultado del proceso. Un método habitual es hacer referencia a los criterios de selección.

12. Pulse **Aceptar**.

Resultados

El proceso queda ahora configurado. Puede efectuar una ejecución de prueba del proceso para verificar que devuelve los resultados esperados.

Extracción de datos de una página de destino de eMessage

Puede utilizar el proceso Extracción en un diagrama de flujo para extraer datos de una página de destino de eMessage. El proceso Extracción selecciona campos de una tabla y los escribe en otra para su posterior proceso.

Antes de empezar

Asegúrese de que el entorno de IBM cumple los requisitos antes de intentar extraer datos de la página de destino de eMessage. Puede obtener información adicional consultando "Requisitos previos a la extracción de datos desde las páginas de destino de eMessage." en la página 97.

Procedimiento

1. En un diagrama de flujo en modo **Edición**, efectúe una doble pulsación en el proceso Extracción del espacio de trabajo del diagrama de flujo.

   Aparecerá el diálogo de configuración del proceso.
2. En la pestaña **Origen**, seleccione Páginas de destino de **eMessage**.
3. En la ventana emergente, seleccione una página de destino de eMessage como entrada.

   Nota: Solo se puede seleccionar una página de destino de eMessage como entrada a un proceso Extracción. Para poder extraer datos de más de una página de destino, configure varios procesos Extracción.
4. Si hubiera más de un nivel de audiencia disponible para la página de destino, seleccione el nivel de audiencia apropiado de la lista desplegable. Si solo hubiera un nivel de audiencia disponible, se seleccionará de forma automática.
5. Pulse **Aceptar**.
6. En la pestaña **Extraer**, seleccione una ubicación de salida.
   - Para almacenar los datos en formato binario, seleccione **Servidor de IBM de Campaign**.
   - Para almacenar los datos en una tabla de nombre exclusivo con un prefijo `UAC_EX`, seleccione una base de datos disponible.
7. Seleccione campos a extraer en la lista **Campos candidatos**.
   - Pulse **Añadir** para añadir los campos seleccionados a la lista de **Campos a extraer**.
   - Para eliminar campos de la lista de **Campos a extraer**, selecciónelos y pulse **Eliminar**.
   - Utilice los botones **Subir 1** y **Bajar 1** para cambiar el orden de los campos en la lista **Campos a extraer**.
   - Para cambiar el nombre de salida predeterminado de un campo a extraer, seleccione el campo en la lista **Campos a extraer**, pulse el nombre en la columna **Nombre de salida** y luego especifique el nombre nuevo.

Para obtener más información sobre los campos de la pestaña Extraer, consulte "Referencia de la pestaña Extracción".

8. Realice cualquiera de las siguientes tareas opcionales:
   - Añadir un campo derivado a la lista de campos candidato. Consulte "Campos derivados" en la página 217
   - Especificar que se excluyan de la salida los ID duplicados. Consulte "Salto de ID duplicados en la salida de un proceso" en la página 131.
   - Limitar el tamaño de la celda de salida (es decir, limitar el número de ID generados por el proceso). Consulte "Limitación del tamaño de las celdas de salida" en la página 168.
   - Pulse la pestaña **General** para modificar el **Nombre de proceso** y el nombre de la **Celda de salida**, o los **Códigos de celda**, enlazar a una celda objetivo o especificar una **Nota** relativa al proceso.

     Puede obtener información adicional sobre el enlazado a celdas objetivo consultando "Enlace de celdas de diagrama de flujo a ofertas con objetivo definidas en una TCS" en la página 187.

   Nota: El análisis no está disponible para los atributos de la página de destino de eMessage.
9. Pulse **Aceptar**.

Resultados

Se ha configurado el proceso. Puede probar el proceso para verificar que devuelve los resultados esperados.

Nota: Durante el proceso de extracción, Campaign crea una vista intermedia en la base de datos de las tablas del sistema con un prefijo `UCC_LPV`. Esta vista interna permanece en la base de datos hasta que el cuadro de proceso se suprime. Si elimina la vista, deberá reconfigurar su proceso Extracción correspondiente antes de volver a ejecutar el proceso o diagrama; de lo contrario, Campaign generará un error de tabla inexistente.

Referencia de la pestaña Extracción

Utilice los campos de la pestaña Extracción cuando configure un proceso Extracción en un diagrama de flujo.

Tabla 11. Campos de la pestaña Extracción

Campo	Descripción
Origen de datos de destino	Ubicación en la que se escribirá la salida de este proceso. El servidor de IBM Campaign y cualquier otro origen de datos al que se esté conectado están disponibles en la lista desplegable de Orígenes de de datos de destino.

Tabla 11. Campos de la pestaña Extracción (continuación)

Campo	Descripción
Campos de candidatos	Lista de campos disponibles para extraer, incluido el nombre de campo y el tipo de datos, en función del origen de datos de entrada. Para ver la lista de los campos, es posible que deba pulsar la flecha situada junto a un elemento para expandirlo. Si el origen de entrada es una página de destino en eMessage, cada nombre de campo será un atributo de la página de destino. Si el atributo contiene caracteres especiales o espacios, se convertirá en un nombre de campo válido. Los tipos de datos de todos los atributos de la página de destino aparecen listados como texto. **Nota:** Los nombres de objeto del esquema se limitan a 30 caracteres. Limite los nombres de los atributos a 30 caracteres o menos para producir nombres de columna válidos en la salida extraída.
Campos a generar	Los campos que ha elegido extraer en la lista Campos candidatos. El Nombre de salida toma el valor predeterminado del nombre de campo en la columna Campos a extraer.
Botón Analizar	Pulse **Analizar** para obtener una lista previa de los valores en el campo candidato seleccionado.
Botón Campos derivados	Pulse **Campos derivados** para crear una variable en la lista de campos candidatos. Los campos derivados son variables que no existen en un origen de datos y que se crean a partir de uno o más campos existentes, incluso entre diferentes orígenes de datos.
Botón Más	Pulse **Más** para abrir el diálogo Configuración avanzada. Este diálogo incluye la opción para excluir ID duplicados de la salida y especificar cómo Campaign identifica los duplicados.

Proceso Instantánea

Utilice el proceso Instantánea para capturar datos para exportarlos a una tabla o archivo.

Para asegurarse de que no se exportan filas duplicadas, establezca **Omitir registros con ID duplicados** en **Yes** en la configuración de la instantánea. O puede utilizar un proceso Extracción y luego tomar una instantánea de los resultados.

Para asociar o seguir las ofertas con la lista, utilice la instantánea como entrada a un proceso Lista de correo o Telemarketing. Cuando configure el proceso Lista de correo o Telemarketing, exporte los datos necesarios a una ubicación alternativa (un archivo o una tabla).

Tomar una instantánea de datos para exportar a una tabla o archivo

Utilice el proceso Instantánea para capturar datos para exportar a una tabla o archivo. Seleccione el origen de los valores que desea capturar y defina la tabla o un archivo de salida para estos valores.

Procedimiento

1. Abra una campaña y pulse una pestaña del diagrama de flujo.
2. Haga clic en el icono **Editar** en la barra de herramientas del diagrama de flujo.
3. Arrastre el proceso Instantánea de la paleta al diagrama de flujo.
4. Conecte uno o más procesos para proporcionar entrada para el proceso Instantánea.

   Nota: Todas las celdas que seleccione como entrada deben tener el mismo nivel de audiencia.
5. Efectúe una doble pulsación en el proceso Instantánea del espacio de trabajo de diagrama de flujo.

   Se abre el cuadro de diálogo Configuración del proceso.
6. Utilice la pestaña Instantánea para especificar cómo capturar datos.
   a. Utilice la lista **Entrada** para especificar qué celdas se utilizarán como origen de datos de la instantánea.

      Nota: Si el proceso Instantánea no está conectado a un proceso que proporciona celdas de salida, no hay celdas entre las que seleccionar en la lista **Entrada**. La opción **Múltiples celdas** sólo está disponible si el proceso de entrada genera varias celdas.
   b. Utilice la lista **Exportar a** para especificar la tabla o el archivo para la salida de instantánea.

      Nota: Puede probar el proceso Instantánea ejecutando dicho proceso con la salida exportada a un archivo temporal que se pueda revisar.
      - Si la tabla que desea utilizar no está en la lista, o si desea grabar la salida en una tabla no correlacionada, seleccione **Tabla de base de datos**. Utilice el cuadro de diálogo Especificar tabla de base de datos para especificar los nombres de tabla y de base de datos. Las variables de usuario están soportadas en el nombre de tabla especificado aquí.
      - Si selecciona **Archivo** en la lista **Exportar a**, puede especificar el tipo de archivo donde desea grabar la salida, el nombre de archivo y el diccionario de datos correspondiente.
      - Si desea crear una nueva tabla de usuario, seleccione **Nueva tabla correlacionada** en la lista **Exportar a**. Si desea obtener instrucciones, consulte la publicación *IBM Campaign Guía del administrador*.
      - También puede exportar a una tabla de extracción, que tenga un prefijo UAC_EX. Una tabla de extracción persiste para que los usuarios puedan continuar accediendo a ella para realizar operaciones tales como la creación de perfiles de sus campos.
   c. Seleccione una opción para especificar cómo se manejan las actualizaciones a la tabla o archivo de salida:
      - **Añadir a datos existentes**. Añada la nueva información al final del archivo o tabla. Si selecciona esta opción para un archivo delimitado, las etiquetas no se exportan como la primera fila. Esto es un procedimiento recomendado para las tablas de base de datos.
      - **Sustituir todos los registros**. Elimina los datos existentes en la tabla o en el archivo, y los sustituye con la nueva información.

- **Actualizar registros**. Solo está disponible si se está exportando a una tabla. Todos los campos que están especificados para la instantánea se actualizan con los valores de la ejecución actual del proceso.
- **Crear archivo nuevo**. Solo está disponible si se está exportando a un archivo. Esta opción se selecciona de forma predeterminada si está exportando a un archivo. Cada vez que ejecuta el proceso, se crea un archivo nuevo con "_1 ", "_2" y así sucesivamente, añadidos al nombre de archivo.

7. Especifique los campos a incluir en la instantánea.
   a. Utilice la lista **Campos candidatos** para seleccionar los campos que desea incluir en la salida.

      Puede utilizar Campos generados de Campaign expandiendo la lista Campos generados de Campaign, o utilizar campos derivados pulsando **Campos derivados**. Seleccione varios campos utilizando **Ctrl+Pulsación**, o seleccione un rango continuo de campos utilizando **Mayús+Pulsación**.
   b. Mueva los campos seleccionados a la lista **Campos para instantánea** pulsando **Añadir**.
   c. Si ha seleccionado una tabla como destino de la instantánea, los campos de la tabla se visualizan en la lista **Campos candidatos** en la columna **Nombre de campo**. Puede encontrar de forma automática campos coincidentes pulsando **Emparejar**. Aquellos campos que presenten una coincidencia exacta con los nombres de campo de la tabla se añaden de forma automática a la lista **Campos de exportación** . Si hay varios campos coincidentes, se toma la primera coincidencia. Puede modificar manualmente los pares pulsando **Eliminar** o **Añadir**.
   d. Puede reordenar los campos en la lista **Campos para instantánea** seleccionando un campo y pulsando **Subir1** o **Bajar1** para mover hacia arriba o abajo en la lista.

      Nota: Para ver los valores de un campo, seleccione el campo en la lista **Campos candidatos** y pulse **Perfil**.
8. Para omitir registros con ID duplicados o para especificar el orden en el que aparecerán los registros, pulse **Más**.

   Se abre la ventana Configuración avanzada.
   a. Para eliminar los ID duplicados dentro de la misma celda de entrada, seleccione **Omitir registros con ID duplicados**. A continuación seleccione los criterios para determinar qué registros se mantendrán si se encuentran ID duplicados. Por ejemplo, puede seleccionar MaxOf y Household_Income para especificar que cuando se encuentren ID duplicados Campaign exporte solo el ID con los ingresos más altos por unidad familiar.

      Nota: Esta opción elimina los duplicados solo dentro de la misma celda de entrada. Los datos de instantánea aún pueden contener ID duplicados si el mismo ID aparece en varias celdas de entrada. Para eliminar todos los ID duplicados, utilice un proceso Fusión o Segmentación en sentido ascendente del proceso Instantánea para depurar los ID duplicados o crear segmentos mutuamente excluyentes.
   b. Para ordenar la salida de instantánea, seleccione la casilla de verificación **Ordenar por** y a continuación seleccione el campo por el que se ordenará y el orden de clasificación. Por ejemplo, puede seleccionar **Apellido** y **Ascendente** para ordenar los ID por apellido en orden ascendente.
9. Pulse **Aceptar**.

10. (Opcional) Pulse la pestaña **General** para asignar un nombre y una nota descriptiva.

    El nombre aparece en el cuadro de proceso en el diagrama de flujo. La nota aparece cuando se pasa el cursor sobre el cuadro de proceso en el diagrama de flujo.

11. Pulse **Aceptar**.

Resultados

El proceso queda ahora configurado. Puede efectuar una ejecución de prueba del proceso para verificar que devuelve los resultados esperados.

Proceso Planificación

El proceso Planificación se utiliza para iniciar un proceso, una serie de procesos o todo un diagrama de flujo. El proceso Planificación solo funciona si el diagrama de flujo está en ejecución.

Un proceso Planificación está activo durante un período de tiempo definido. Durante este tiempo, se podrían producir sucesos especificados que causen que los procesos conectados inicien su ejecución. El proceso Planificación se utiliza principalmente para controlar la temporización de un diagrama de flujo completo.

Nota: Un diagrama de flujo puede incluir varios cuadros del proceso Planificación mientras estén en ramas independientes. Sin embargo, se pueden producir errores si un proceso tiene más de un ancestro Planificación en diferentes ramas ancestro que conducen al mismo proceso.

Puede configurar un proceso Planificación para definir el periodo total de planificación configurando un límite de tiempo en días, horas y minutos a partir del inicio de la ejecución del proceso.

- Puede planificar un proceso para que se ejecute de diversas formas, incluyendo repetitivamente, por desencadenante y por calendario.
- Puede combinar varias opciones de planificación. Por ejemplo, puede planificar un proceso para que se ejecute cada lunes a las 09:00, y siempre que se desencadene por un evento específico, como una visita a la página web.
- Puede planificar un proceso por lotes, por ejemplo, para ejecutarse tarde durante la noche cuando no interferirá con los trabajos diarios.

No hay límites en el número de opciones que puede utilizar simultáneamente en la planificación de un diagrama de flujo, siempre y cuando las selecciones no entren en conflicto. (por ejemplo, no se puede planificar un diagrama de flujo para que ejecute "Solo una vez" y "Cada lunes")

En general, un proceso sólo se ejecuta cuando todas las entradas han ejecutado satisfactoriamente (es decir, cuando todos los procesos conectados al proceso actual han ejecutado, aunque la dependencia solo sea temporal). Sin embargo, cuando existen varias entradas de planificación en una rama, el proceso se ejecutará siempre que se complete **cualquiera** de sus entradas (un "OR" en lugar de un "AND" de sus entradas).

Un proceso de contacto que tenga el seguimiento habilitado contendrá un planificador implícito. La utilización de un proceso Planificación en medio de un diagrama de flujo es una característica avanzada. Asegúrese de que obtiene el comportamiento que desea y corrija los resultados.

Nota: Si el proceso Planificación del diagrama de flujo le dice a dicho diagrama de flujo que ejecute antes de que haya completado una ejecución anterior, Campaign retendrá la ejecución hasta que haya finalizado la ejecución anterior. Solo puede retenerse una ejecución de esta forma. En algunos casos, esto puede significar que el diagrama no ejecute tantas veces como se esperaba.

Por ejemplo, si un diagrama de flujo tarda dos horas en ejecutar, y se tiene un proceso Planificación que intenta desencadenar tres ejecuciones espaciadas en 10 minutos solo, Campaign iniciará la primera ejecución. Cuando el proceso Planificación intente iniciar la segunda ejecución, Campaign la pondrá en cola. Cuando el proceso Planificación intente iniciar la tercera ejecución, Campaign la ignorará. Cuando finalice la primera ejecución, Campaign iniciará la segunda ejecución. La tercera ejecución no se iniciará nunca.

Diferencia entre el proceso Planificación de IBM Campaign y el Planificador de IBM EMM

A partir del release 8.0 de Marketing Platform, el Planificador de IBM EMM tiene como objeto reemplazar al proceso Planificación de Campaign para planificar ejecuciones de un diagrama de flujo entero. El Planificador de IBM EMM es más eficiente, ya que no consume recursos del sistema del servidor cuando el diagrama de flujo no se está ejecutando.

El Planificador de IBM EMM inicia un diagrama de flujo aun si no se está ejecutando, mientras que el proceso Planificación de Campaign de un diagrama de flujo funciona sólo si el diagrama de flujo se está ejecutando.

El proceso Planificación de Campaign se conserva para que haya compatibilidad total con versiones anteriores y para otros casos de uso no manejados por el Planificador de IBM EMM. Por ejemplo, puede que desee utilizar el proceso Planificación de Campaign para enviar desencadenantes de Campaign o para retardar la ejecución de procesos dependientes.

No utilice el Planificador de IBM EMM para planificar un diagrama de flujo que utilice el proceso Planificación de Campaign como el proceso de nivel superior que inicia una ejecución de diagrama de flujo. Generalmente, con uno solo es suficiente. Sin embargo, si aparece el proceso Planificación en un diagrama de flujo iniciado por el Planificador de IBM EMM, funciona según como esté configurado: deben reunirse las condiciones requeridas por el Planificador de IBM EMM y por el proceso Planificación antes de que se ejecuten los procesos subsiguientes.

A diferencia del Planificador de IBM EMM, el proceso Planificación de Campaign puede enviar desencadenantes externos para llamar scripts de línea de comandos. El Planificador de IBM EMM puede enviar desencadenantes solamente a sus propias planificaciones.

Desencadenantes de entrada y de salida

Puede configurar el proceso Planificación para que un evento lo desencadene y para desencadenar eventos cuando finalice. Utilice **Herramientas** > **Desencadenantes almacenados** para definir desencadenantes y, a continuación, llamar a los desencadenantes configurando el proceso Planificación en un diagrama de flujo.

Nota: Para obtener ventajas de rendimiento, utilice el Planificador de IBM EMM para enviar desencadenantes a Campaign. Para obtener más información sobre el Planificador, consulte la *Guía del administrador de Marketing Platform*.

Desencadenantes de entrada: eventos que activan el proceso Planificación

Un desencadenante de entrada es un evento externo que establece un diagrama de flujo o campaña en marcha. Un desencadenante puede ser cualquier cosa que defina. Por ejemplo, pulsar un enlace de sitio web, recibir un mensaje de correo electrónico, un indicador de respuesta de un teleoperador, la finalización de una carga de base de datos o cualquier otro evento definido.

Para especificar desencadenantes de entrada que activan el proceso Planificación, configure el proceso Planificación y seleccione **Ejecución personalizada** en la lista **Planificar para ejecutar** y, a continuación, utilice la opción **Ejec. desencadenantes**.

La opción **Ejec. desencadenantes** utiliza **unica_actrg** (que se incluye en la instalación de Campaign) para ejecutarse. Para comprender los entresijos de cómo funciona **Ejec. desencadenantes**, es útil consultar un ejemplo: "Ejemplo: ejecución desencadenada".

Desencadenantes de salida: eventos activados por el proceso Planificación

Un desencadenante de salida ejecuta una línea de comandos, que puede ser un archivo por lotes o un script. Campaign puede ejecutar uno o más desencadenantes cada vez que el proceso Planificación activa los nombres de desencadenantes del campo **Enviar desencadenantes tras ejecución**. Si especifica varios nombres de desencadenante, deberán estar separados por coma.

Esta función permite enviar un desencadenante de salida a un archivo ejecutable. La ruta completa y el nombre del archivo deben estar definidos en el diálogo Definiciones de desencadenantes almacenados. Cada vez que el proceso Planificación se activa, Campaign ejecuta el archivo ejecutable especificado.

Utilización de desencadenantes con otras opciones de planificación

Los desencadenantes pueden utilizarse con cualquier otra opción de planificación o de forma aislada. Cuando se utilizan de forma combinada, se puede, por ejemplo, configurar un diagrama de flujo para que ejecute cada lunes a las 9:00 de la mañana, así como cada vez que alguien pulse en un báner de internet.

Por ejemplo, si ha planificado el diagrama de flujo para **Ejec. desencadenantes** en función de los accesos a un sitio web, y también especifica una **Demora antes de ejecutar**, el diagrama de flujo no comenzará hasta que el evento (acceso web) se produzca y que haya transcurrido la demora.

Ejemplo: ejecución desencadenada

Un minorista en línea tiene una campaña de venta cruzada que ejecuta mediante un desencadenante, de modo que, cuando un cliente realiza una compra, se desencadenan ofertas de venta cruzada.

Más concretamente, cuando el cliente realiza una compra:

- El sitio web lanza el ejecutable unica_actrg pasándole el código de campaña y el nombre de desencadenante.
- El escucha de Campaign comprueba que la campaña esté activa y que exista el nombre de desencadenante, y después ejecuta el proceso Planificación, con lo que se desencadena el diagrama de flujo de campaña.

Puede obtener detalles adicionales sobre los desencadenantes consultando la *Guía del administrador de Campaign*.

Procesos Planificación en un diagrama de flujo en ejecución

Configure el proceso Planificación para iniciar procesos en un diagrama de flujo en ejecución. El proceso Planificación solo funciona si el diagrama de flujo está en ejecución.

Procedimiento

1. Abra una campaña y pulse una pestaña del diagrama de flujo.
2. Haga clic en el icono **Editar** en la barra de herramientas del diagrama de flujo.
3. Arrastre el proceso Planificación de la paleta al diagrama de flujo.
4. En la pestaña Planificar, especifique las condiciones de planificación.
   a. Especifique un valor para el **Período total de planificación** escribiendo los valores adecuados en los campos **Días**, **Horas** y **Minutos**. El período total de planificación es el tiempo total en que el proceso Planificación permanece activo. El período total de planificación tiene un valor predeterminado de 30 días.
   b. Seleccione una frecuencia de ejecución de la lista desplegable **Planificar para ejecutar** para especificar exactamente cuándo va a activar el proceso Planificación los procesos conectados subsiguientes.
      - Si selecciona la opción **Una sola vez**, el diagrama de flujo se ejecutará exactamente una vez, independientemente de qué opciones adicionales de planificación se hayan añadido. Si cualquier otro valor está seleccionado, las opciones de planificación se conectan como sentencias OR y el proceso Planificación lanza cualquier proceso al que esté conectado cuando se cumpla cualquiera de las opciones.
      - La primera opción que se cumpla iniciará la ejecución de Planificación. Si **Planificar para ejecutar** es la única opción habilitada y la configuración es **Una sola vez**, el proceso ejecutará inmediatamente (a menos que se haya habilitado un retardo o una autorización de usuario).
      - Los campos **Horas** y **Minutos** permiten especificar el momento en que se desea que ejecute la planificación. El formulario de entrada de la hora se basa en un reloj de 24 horas (también conocida como "hora militar"). En otras palabras, 9 horas 30 minutos es 9:30 a.m. y 22 horas 45 minutos es 10:45 p.m. Puesto que la base horaria es de 24 horas, no son necesarias las designaciones a.m. o p.m.
5. Si selecciona **Ejecución personalizada** en la lista **Planificar para ejecutar**, puede utilizar una o las dos opciones siguientes para especificar cuándo se ejecuta la planificación:
   - Elija **Ejecución puntual** y, a continuación, especifique las fechas y horas para que el proceso se ejecute. Si hay varias entradas, estas deben separarse por coma. Pulse **Calendario** para seleccionar las fechas y horas en un calendario.
   - Elija **Ejec. desencadenantes** si desea que la planificación se desencadene por un evento.

     Los desencadenantes nombrados deben definirse utilizando **Herramientas > Desencadenantes almacenados**. Especifique el nombre de cada desencadenante que pueda activar este proceso Planificación. Separe varios desencadenantes con comillas. El nombre de desencadenante puede contener cualquier carácter salvo comas. No es necesario que un nombre de

desencadenante sea exclusivo. Puede utilizar el mismo desencadenante en varias campañas o diagramas de flujo y activar todos ellos simultáneamente.

Para obtener más información, consulte “Desencadenantes de entrada y de salida” en la página 105.

6. Utilice una de las opciones siguientes o ambas si desea especificar un retardo o requerir autorización.
   - Si elige **Esperar autorización de usuario antes de cada ejecución**, aparecerá una solicitud de autorización de usuario cada vez que se cumpla cualquier otra condición de planificación, y el proceso Planificación no se activará a menos que se proporcione una autorización específica. Esta opción tiene prioridad sobre cualquier otro indicador de planificación; el proceso no se iniciará a menos que se dé autorización.

     Nota: Cuando un diagrama de flujo está ejecutando con un cliente conectado, la autorización de usuario solo puede tener lugar a través de dicho cliente. Si no hay ningún cliente conectado, cualquier usuario con privilegios de lectura/escritura en la campaña podrá autorizarlo para que continúe.
   - Si selecciona **Demora antes de ejecutar**, especifique la cantidad de tiempo que se debe esperar después de que una condición de planificación se haya satisfecho antes de que el proceso se ejecute, utilizando los campos **Días**, **Horas** y **Minutos**. Este retardo se aplica a todas las demás opciones de planificación especificadas. Por ejemplo, si un proceso Planificación está configurado para ejecutarse a las 9:00 a.m. el lunes por la mañana con un retardo de una hora, los procesos subsiguientes comenzarán a ejecutarse a las 10:00 a.m.
7. (Opcional) Especifique los desencadenantes que se deben enviar después de que la ejecución de la planificación se haya completado.

   Si selecciona la casilla de verificación **Enviar desencadenante(s) después de cada ejecución**, Campaign ejecutará al menos un desencadenante cada vez que se active el proceso Planificación. Un desencadenante de salida ejecuta una línea de comandos, que puede ser un archivo por lotes o un archivo de script. Los desencadenantes nombrados deben definirse utilizando **Herramientas > Desencadenantes almacenados**. Si se especifican varios nombres de desencadenante, deberán ir separados por coma.
8. (Opcional) Pulse la pestaña **General** para asignar un nombre y una nota descriptiva.

   El nombre aparece en el cuadro de proceso en el diagrama de flujo. La nota aparece cuando se pasa el cursor sobre el cuadro de proceso en el diagrama de flujo.
9. Pulse **Aceptar**.

Resultados

El proceso está configurado y aparece habilitado en el diagrama de flujo. Puede probar el proceso para verificar que devuelve los resultados esperados.

Proceso Cubo

Los administradores utilizan el proceso Cubo para permitir a los usuarios ver los detalles de datos procedentes de varios orígenes. Los cubos de datos constan de dimensiones basadas en segmentos estratégicos.

El proceso Cubo está pensado para usuarios técnicos o consultores de IBM . Una práctica recomendada es crear todas las construcciones globales, como cubos y segmentos estratégicos, en el área **Sesiones** de la aplicación.

Los usuarios pueden seleccionar uno o más segmentos definidos, crear un cubo y luego ver los detalles de los datos para seleccionar un público objetivo. La audiencia se puede convertir en los procesos adecuados, como Selección, para incluirlos en un diagrama de flujo.

Creación de un cubo multidimensional de atributos

Configure un proceso Cubo para crear un cubo multidimensional de atributos. Los cubos creados en el área **Sesiones** estarán disponible globalmente.

Antes de empezar

Antes de poder crear un cubo utilizando un proceso Cubo, debe crear un segmento estratégico o jerarquía de dimensiones.

Procedimiento

1. Abra un diagrama de flujo de sesión.
2. Haga clic en el icono **Editar** en la barra de herramientas del diagrama de flujo.
3. Arrastre el proceso de cubo desde la paleta hasta el diagrama de flujo.
4. Efectúe una doble pulsación en el proceso Cubo del espacio de trabajo de diagrama de flujo.
5. En la pestaña **Origen**, utilice la lista **Segmentos de entrada** para seleccionar uno o varios segmentos como entrada para el cubo.

   Importante: Si selecciona más de un segmento de origen, asegúrese de que todos tengan el mismo nivel de audiencia.
6. Pulse la pestaña **Definiciones de cubo** para definir el cubo.

   En la ventana Definiciones de cubo se puede:
   - Pulsar **Añadir** para añadir un cubo nuevo.
   - Seleccione un cubo y haga clic en **Editar** para modificarlo.
   - Seleccione un cubo y haga clic en **Eliminar** para eliminarlo.
7. Para añadir un cubo:
   a. Pulse **Añadir**.
   b. Entre un nombre y una descripción.
   c. Seleccione hasta tres dimensiones en las listas correspondientes. Las dimensiones deben estar relacionadas con los segmentos estratégicos en los que se basa el origen del cubo.
   d. Pulse **Aceptar**. La ventana Editar Cubo se cierra y la nueva definición de cubo se visualiza en la lista de cubos en la pestaña **Definiciones de Cubo**.
8. Pulse la pestaña **Seleccionar campos adicionales a rastrear** para especificar campos adicionales para el seguimiento.

   En la ventana Seleccionar definiciones adicionales se puede:
   - seleccionar y mover los campos de los que se quiere hacer un seguimiento de la lista **Campos disponibles** a la lista **Campos seleccionados** utilizando el botón **Añadir>>**.

- Pulsar **Campos derivados** para seleccionar o crear los campos derivados de los que hacer un seguimiento.
- Pulsar **Perfil** para ver el contenido del campo seleccionado.

9. (Opcional) Pulse la pestaña **General** para asignar un nombre y una nota descriptiva.

   El nombre aparece en el cuadro de proceso en el diagrama de flujo. La nota aparece cuando se pasa el cursor sobre el cuadro de proceso en el diagrama de flujo.

10. Pulse **Aceptar**.

    Se ha configurado el proceso. Puede probar el proceso para verificar que devuelve los resultados esperados.

Conceptos relacionados:

"Acerca de los cubos" en la página 250

"Acerca de las jerarquías de dimensiones" en la página 247

Proceso Crear segmento

Utilice el proceso Crear segmento para crear listas de ID de audiencia a partir de tablas de base de datos de clientes. Defina el proceso Crear segmento en el área **Sesiones** de Campaign de forma que los segmentos estén globalmente disponibles para su uso en todas las campañas.

El proceso Crear Segmento está pensado para que lo utilicen los administradores de Campaign. Un proceso Crear segmento que está definido en un diagrama de flujo de sesión crea un *segmento estratégico*, que luego se puede utilizar en cualquier diagrama de flujo. A continuación, los segmentos se pueden utilizar como entrada para los procesos. También pueden utilizarse para crear dimensiones y cubos, o como segmento de supresión global para un nivel de audiencia.

Nota: Una práctica recomendada es crear todas las construcciones globales en un diagrama de flujo de sesión.

Para trabajar con segmentos estratégicos, haga lo siguiente:

- Cree segmentos en el área **Sesiones**, utilizando Crear segmento.
- Gestione los segmentos desde el área **Segmentos**.
- Utilice los segmentos en campañas de la sección **Campaña**.

Tareas relacionadas:

"Creación de segmentos para uso global en varias campañas"

Creación de segmentos para uso global en varias campañas

Los administradores utilizan el proceso Crear segmento en los diagramas de flujo de sesión para crear segmentos que se pueden utilizar en varias campañas. Los segmentos resultantes se denominan *segmentos estratégicos*.

Antes de empezar

La configuración de la propiedad `saveRunResults` se debe establece en `TRUE` para los diagramas de flujo que incluyen procesos Crear segmento. De lo contrario, los segmentos estratégicos no persistirán.

Acerca de esta tarea

Defina un proceso Crear segmento en el área Sesiones de la aplicación para que los segmentos estén disponibles globalmente. A continuación, los usuarios pueden utilizar los segmentos en cualquier campaña.

Procedimiento

1. Abra un diagrama de flujo de sesión.
2. Haga clic en el icono **Editar** en la barra de herramientas del diagrama de flujo.
3. Arrastre el proceso Crear segmento desde la paleta al diagrama de flujo.
4. Conecte uno o más procesos de manipulación de datos (por ejemplo, un proceso Selección) como entrada para el proceso Crear segmento.
5. Efectúe una doble pulsación en el proceso Crear segmento.
6. En la pestaña **Definir segmentos**:
   a. Seleccione una o más celdas de origen en la lista **Entrada**. Estas celdas de origen se convertirán en segmentos.
   b. Seleccione **Crear segmentos mutuamente exclusivos** si desea asegurarse de que cada registro de calificación no pertenezca a más de un segmento.
   c. En el área **Segmentos resultado**, resalte una celda de entrada y pulse **Editar** para configurar el segmento.

   Se abrirá el diálogo Editar segmento.
7. En el diálogo Editar segmento:
   a. Dé al segmento un nombre que describa su finalidad. Proporcione una breve descripción del contenido del segmento (por ejemplo, qué entrada se ha utilizado para crear el segmento).
   b. En la lista **Crear bajo**, seleccione una carpeta donde se almacenará el segmento.
   c. En la lista **Origen de datos de tabla temporal**, seleccione un origen de datos en el que se guardará en memoria caché el segmento estratégico. Utilice la tecla **Ctrl** para seleccionar varios orígenes de datos.

      Si prefiere almacenar las tablas temporales en un archivo binario en el servidor, y no en un origen de datos de usuario, no seleccione un origen de datos. Para deseleccionar un origen de datos (por ejemplo, para revertir a ninguna selección de origen de datos), vuelva a utilizar **Ctrl+pulsación** en el elemento.

      Nota: Sólo es necesario seleccionar un origen de datos si la propiedad `doNotCreateServerBinFile` de la página de Configuración `Campaign|partitions|partition[n]|Server|Optimization` está establecida en `TRUE`. Si esta propiedad está establecida en `TRUE`, al menos se debe seleccionar un origen de datos válido.
   d. En la lista **Política de seguridad**, seleccione una política de seguridad, si corresponde, para aplicar al nuevo segmento.

e. Pulse **Aceptar** para volver a la pestaña **Definir segmentos**.

8. (Opcional) Utilice la pestaña **General** para asignar un nombre y una nota descriptiva.
9. Pulse **Aceptar**.

Qué hacer a continuación

Para crear o actualizar segmentos estratégicos, ejecute el proceso Crear segmento en modo de producción. Las ejecuciones de prueba no crean ni actualizan segmentos estratégicos. Recuerde que `Campaign|partitions|partition[n]|server|flowchartRun|saveRunResults` debe establecerse en `TRUE`. Después de guardar el diagrama de flujo, los segmentos estratégicos estarán disponibles para su uso en otros diagramas de flujo.

Conceptos relacionados:

"Proceso Crear segmento" en la página 110

"Acerca de los segmentos estratégicos" en la página 238

Asociación de segmentos estratégicos con campañas

Un segmento estratégico es una lista de ID creada por un administrador o usuario avanzado en una sesión y disponible para todas las campañas. Un segmento estratégico no se diferencia de otros segmentos (tales como las creadas por el proceso Segmentación) salvo en que está disponible globalmente para ser utilizado en cualquier campaña.

Acerca de esta tarea

La asociación de un segmento estratégico a una campaña facilita la selección de dicho segmento cuando se crean los diagramas de flujo. La asociación de los segmentos estratégicos relevantes a una campaña también proporciona mayor capacidad de creación de informes.

Procedimiento

1. En la pestaña **Resumen de campañas**, pulse el icono **Añadir/Eliminar segmentos** .
2. Localice los segmentos que desea añadir.
   - Pulse en las carpetas para navegar por ellas.
   - Pulse **Vista de árbol/vista de lista** para cambiar la vista.
   - Pulse **Buscar** para buscar por nombre o descripción.
3. Seleccione los segmentos que desea añadir y pulse **>>** para moverlos a la lista **Segmentos incluidos**. Utilice **Mayús+Pulsación** o **Ctrl+Pulsación** para seleccionar varios segmentos.
4. Pulse **Guardar cambios**.

Resultados

Los segmentos que ha añadido se listan en la página Resumen de campañas bajo **Segmentos relevantes**.

Nota: Cuando se utiliza el proceso Selección para seleccionar clientes en los diagramas de flujo de campaña, los segmentos que están asociados a la campaña aparecen en la parte superior de la lista, para que sean fáciles de localizar.

Proceso Lista de correo

Utilice el proceso Lista de correo para asignar ofertas a contactos, generar una lista de contactos para una campaña de correo directo y registrar el historial de contactos. El proceso Lista de correo a menudo se denomina *proceso de contacto*.

Configuración de procesos de contacto (Lista de correo o Telemarketing)

Siga estas instrucciones para configurar un proceso de Lista de correo o Telemarketing en un diagrama de flujo de Campaign. Configure un proceso Lista de correo o Telemarketing para asignar ofertas a contactos, generar una lista de contactos para una campaña de correo directo o telemarketing, y grabar los resultados en el historial de contactos.

Procedimiento

1. Abra una campaña y pulse una pestaña del diagrama de flujo.
2. Haga clic en el icono **Editar** en la barra de herramientas del diagrama de flujo.
3. Arrastre un proceso de contacto (Lista de correo o Telemarketing) de la paleta al diagrama de flujo.
4. Conecte uno o más procesos configurados como entrada del proceso de contacto.

   Los procesos que se conecta deben producir celdas de salida, que sirven como entrada para el proceso de contacto. Por ejemplo, un proceso Selección genera una lista de ID, por lo que su salida puede servir como entrada a un proceso de contacto.

   Importante: Todas las celdas que seleccione como celdas de entrada deben tener el mismo nivel de audiencia.
5. Efectúe una doble pulsación en el proceso de contacto del espacio de trabajo de diagrama de flujo.

   Se abrirá el diálogo de configuración del proceso.
6. Utilice la pestaña **Cumplimiento** para especificar qué entrada se utiliza para crear la lista de contactos y para especificar si la salida se genera en una lista o en una tabla.
   a. En la lista **Entrada**, especifique las celdas que se van a utilizar como origen de datos para la lista de contactos.

      Nota: La opción **Múltiples celdas** sólo está disponible si el proceso de entrada genera varias celdas o si hay más procesos que proporcionan datos al proceso de contacto.
   b. La casilla de verificación **Habilitar exportación a** está seleccionada de forma predeterminada. Para exportar los datos de lista a una tabla o archivo, deje **Habilitar exportación a** seleccionado y a continuación utilice las opciones adecuadas:

- Para grabar la salida en una tabla de base de datos, seleccione una tabla de la lista **Habilitar Exportar a**.
- Si la tabla de base de datos que desea utilizar no está en la lista, o si desea grabar la salida en una tabla no correlacionada, seleccione **Tabla de base de datos**. Utilice el diálogo Especificar tabla de base de datos para indicar el nombre de base de datos y tabla. Las variables de usuario están soportadas en el nombre de tabla que especifique.
- Para grabar la salida en un archivo, seleccione **Archivo** en la lista **Habilitar Exportar a** y, a continuación, proporcione un nombre de archivo y otros detalles. Puede grabar en un archivo para probar la salida del proceso de contacto. Una vez que haya ejecutado el proceso, revise el archivo para confirmar que los resultados son los que esperaba.
- Para crear una tabla de usuario, seleccione **Nueva tabla correlacionada** en la lista **Habilitar exportación a**. Si desea obtener instrucciones, consulte la publicación *Campaign Guía del administrador*.
- Especifique cómo se manejarán las actualizaciones de la tabla de salida:
  - **Añadir a datos existentes**. Añada la nueva información al final del archivo o tabla. Esta opción es el método recomendado para tablas de base de datos. Si selecciona esta opción para un archivo delimitado, las etiquetas no se exportan como la primera fila.
  - **Sustituir todos los registros**. Elimine los datos existentes del archivo o tabla y sustitúyalos por la nueva información.
  - **Crear archivo nuevo**. Esta opción está disponible si especifica el nuevo archivo en el campo **Habilitar exportación a**.

c. Si solo desea grabar en el historial de contactos, y no desea generar salida en una tabla o archivo, borre la opción **Habilitar Exportar a**. (Utilice la pestaña Registro, que se explica más adelante en estos pasos, para especificar cómo se registrará en las tablas del historial de contactos.)

d. (Opcional) **Archivo de resumen**: especifique una ruta y nombre de archivo en el campo **Archivo de resumen** o vaya a la ubicación pulsando el botón de puntos suspensivos. Un archivo de resumen es un archivo de texto con la extensión .sum. Este archivo contiene información sobre el contenido de la lista. Normalmente, puede incluir este archivo con la lista al enviarlo en el centro de distribución. Solo se genera un archivo de resumen si selecciona la opción **Habilitar Exportar a**.

e. (Opcional) Para enviar un desencadenante cuando el proceso finalice la ejecución, seleccione la opción **Enviar desencadenantes**, y elija el desencadenante que desea enviar. Para enviar varios desencadenantes, utilice **Ctrl+Pulsación** para seleccionar más de un desencadenante. Los desencadenantes seleccionados se muestran en el campo **Enviar desencadenante(s)** y están separados por comas.

7. Utilice la pestaña **Tratamiento** para asignar una o más ofertas o listas de ofertas a cada celda objetivo:

   a. Pulse el campo **Oferta** junto a la celda y luego seleccione una oferta. Para asignar ofertas a varias celdas, seleccione todas las filas a las que desea asignar ofertas y pulse **Asignar ofertas**.

      Nota: Si las celdas de entrada están enlazadas a una celda de arriba a abajo definida en la hoja de cálculo de celdas objetivo (TCS), y ya hay ofertas asignadas en la TCS, las ofertas se visualizan aquí. Puede alterar temporalmente estas asignaciones. Los cambios que realiza aquí se reflejan en la TCS después de guardar el diagrama de flujo.

b. Si desea excluir algunos ID de la lista de contactos, seleccione **Utilizar grupos de control de resistencia** y, a continuación, cambie el campo **¿Control?** a **S** para cada celda que desee utilizar como control. Estas celdas aparecen en la lista **Celda de control** y no se les puede asignar ofertas.

c. Para cada celda que no sea de control, puede especificar una celda de control y una oferta.

8. Utilice la pestaña **Parámetros** si su organización utiliza ofertas parametrizadas. Por ejemplo, una oferta puede estar parametrizada con valores de 10% y 20%. La pestaña **Parámetros** muestra los valores para cada oferta que se ha asignado en la pestaña Tratamiento. Si no hay ofertas parametrizadas, puede omitir esta pestaña.

   a. Utilice la lista **Para la(s) celda(s)** para seleccionar las celdas a las que desea que afecte.

      Para guardar la hora de entrada de datos, seleccione **[Todas las celdas]** para asignar valores que se apliquen a la mayoría de las celdas y, a continuación, seleccione celdas individuales para sustituir los valores.

      Cuando se selecciona **[Todas las celdas]**, se ve una fila por oferta por parámetro. Los valores que se especifican en el campo **Valor asignado** se aplican a cada celda que obtiene esa oferta.

      Si ha asignado la misma oferta a varias celdas de la pestaña Tratamiento, pero asigna valores de parámetro distintos para cada celda, la vista **[Todas las celdas]** visualiza el texto **[Varios valores]** en la columna **Valor asignado** y la lista **Para la(s) celda(s)** muestra el valor asignado a cada celda.

      Cuando se selecciona una celda individual, solo se ven las ofertas asignadas a la celda seleccionada. Los valores que especifica en el campo **Valores asignados** se aplicarán sólo a dicha celda.

   b. Pulse en el campo **Valor asignado** (o seleccione una fila en la tabla y pulse **Asignar valor**) y a continuación seleccione o especifique un valor para asignar al parámetro.

      El valor de configuración `Campaign | particiones | partición[n] | servidor | flowchartConfig | disallowAdditionalValForOfferParam` determina si tiene permitido especificar valores adicionales o si está limitado a los valores de la lista para los atributos de oferta de tipo **desplegable de única selección**.

      Nota: no utilice un campo generado de Unica Campaign (UCGF) en un campo derivado de Lista de correo a menos que el campo generado sea constante. Campaign asume valores constantes para los campos generados y no los vuelve a calcular para los registros del conjunto de resultados. Por lo tanto, puede ver resultados en blanco o incorrectos de campos derivados que llaman a un campo generado que cambie de valor. En lugar de utilizar un campo derivado, utilice el campo generado necesario directamente en el archivo o tabla de cumplimiento de Lista de correo. A continuación, lea dicha tabla o archivo de nuevo en Campaign como una Selección y utilice un proceso Instantánea para manipular un nuevo archivo o tabla de cumplimiento utilizando datos del anterior.

9. Utilice la pestaña **Personalización** para especificar qué campos se deben escribir en la lista de contactos. Por ejemplo, si está creando una lista de envío de correos, incluya nombres de contacto y direcciones.

   - La lista de campos de exportación indica qué campos se grabarán en la lista de salida.

- Si ha seleccionado una tabla en la pestaña Cumplimiento, la lista de campos de exportación incluye todos los campos de esa tabla. Debe correlacionar cada campo de datos con una columna de tabla correspondiente. Para encontrar automáticamente campos coincidentes, pulse **Emparejar**. Los campos con coincidencias exactas para los nombres de campo de la tabla se añadirán automáticamente a la lista. Si hay varios campos coincidentes, se toma la primera coincidencia.
- Si ha seleccionado un archivo en la pestaña Cumplimiento, la lista de campos de exportación estará vacía y deberá especificar qué campos se generarán en la salida.
- Al seleccionar Campos candidatos, puede pulsar en la flecha junto a un elemento para expandirlo. Por ejemplo, puede expandir la lista **Campos generados de IBM Campaign** y a continuación seleccionar **Código de tratamiento**. Si se incluye **Código de tratamiento** en la salida, puede utilizarlo para realizar el seguimiento de respuestas. El seguimiento de respuestas directas requiere que los clientes proporcionen el mismo código cuando respondan a la oferta (por ejemplo, utilizando un cupón). Utilice **Ctrl+Pulsación** o **Mayús+Pulsación** para seleccionar varios campos.
- Para ver los valores de un campo, seleccione el campo y pulse **Analizar**.
- Utilice los controles **Añadir** y **Eliminar** para ajustar el contenido de la lista.
- El orden de los campos en la lista de campos de exportación determina el orden en el que se graban los datos.

10. Para ordenar la salida y especificar cómo manejar ID duplicados en la lista, pulse **Más** en la pestaña **Personalización**.

    Verá el diálogo Configuración avanzada.

    a. Decida si la lista incluirá u omitirá ID duplicados. Por ejemplo, si el ID de audiencia es Unidad familiar, podría haber ID de audiencia duplicados para cada persona de dicha unidad familiar. Puede que desee o no que se incluya cada una de las personas en la lista. Para omitir los ID duplicados, elija **Omitir registros con ID duplicados** y especifique qué registros se mantendrán si se devuelven ID duplicados. Por ejemplo, para mantener sólo el miembro de la familia con los ingresos más altos de la unidad familiar, seleccione **MaxOf** y **Household_Income**.

       Nota: Esta opción elimina los duplicados que se producen en la misma celda de entrada. Si existe el mismo ID en varias celdas de entrada, la lista de contactos aún puede contener duplicados. Si su objetivo es eliminar todos los duplicados de la lista, utilice un proceso Fusión o Segmentación previo al proceso de contacto para depurar los ID duplicados o crear manualmente segmentos exclusivos.

       Nota: Esta opción corresponde sólo a la tabla de cumplimiento (la lista) y no al historial de contactos. Las tablas del historial de contactos contienen siempre sólo ID exclusivos. Por ejemplo, supongamos que la lista de salida incluye varios miembros de la familia (ID duplicados para Unidades familiares). El historial de contactos contendrá sólo un registro para Unidad familiar, utilizando el primer CustomerID encontrado. El diseñador de diagrama de flujo debe asegurarse de que el conjunto de resultados obtenga los registros correctos antes de que los registros lleguen a las tablas del historial de contactos. Utilice el proceso Extracción para eliminar duplicados de los resultados antes del cuadro de proceso de contacto para asegurarse de que los registros correctos se graban en la tabla de cumplimiento y en el historial de contactos.

b. Para ordenar la salida, utilice las opciones **Ordenar por**. Por ejemplo, para ordenar por apellido en orden inverso, seleccione el campo **Apellido** y **Descendente**.

c. Pulse **Aceptar** para cerrar la ventana Configuración avanzada.

11. Utilice la pestaña **Registro** para controlar lo que se graba en el historial de contactos.

    Debe tener los permisos adecuados para habilitar o inhabilitar las opciones de registro del historial de contactos.

    a. Para registrar el historial de contactos en las tablas del sistema, seleccione **Registrar en las tablas de historial de contactos**. Esta opción hace que la información de contacto esté disponible para el seguimiento y la creación de informes en Campaign.

       Nota: Al crear una lista de envío de correos, no registre en el historial de contactos si tiene previsto enviar la lista a una empresa de envíos por correo para su proceso (como la validación de direcciones). En su lugar, considere utilizar un proceso Seguimiento para registrar la información después de que se devuelva de la empresa de envíos por correo. De esta forma, puede capturar sólo la lista de clientes a los que se ha enviado una oferta. Otro enfoque es permitir que la lista de correo actualice el historial de contactos y a continuación utilizar el proceso Seguimiento para actualizar los registros del historial de contactos creados por el proceso Lista de correo.

    b. (Opcional) Para almacenar información de contacto en otra ubicación, además, o en lugar de, en las tablas del historial de contactos, seleccione **Registrar en otros destinos**. Esta opción es útil si su organización requiere proceso adicional de la información en otro formato, o si desea examinar la salida antes de actualizar el historial de contactos.

12. Si ha seleccionado **Registrar en otro destino** en la pestaña Registro:

    a. Utilice **Seleccionar celdas** para especificar qué entrada se utilizará (si hay varias entradas).

    b. Utilice **Registrar en** para seleccionar un archivo o tabla de destino. Si selecciona **Archivo**, defina el nombre del archivo de salida y los parámetros.

       Indique qué datos de campo se incluirán moviendo los campos candidatos a la lista **Campos para salida**. Puede encontrar de forma automática campos coincidentes pulsando **Emparejar**. Los campos con coincidencias exactas para los nombres del **Campo de tabla** se añaden automáticamente a la lista **Campo a registro**. Si hay varios campos coincidentes, se toma la primera coincidencia. El orden de los campos en la lista determina el orden de los datos en el archivo.

    c. Utilice las opciones siguientes para especificar cómo se manejarán las actualizaciones del archivo o tabla de destino:

       - **Añadir a datos existentes**: añade la nueva información de contacto al final de la tabla o del archivo. La adición de datos es una elección segura para tablas de base de datos ya que conserva los datos existentes. Si selecciona esta opción para un archivo delimitado, las etiquetas no se exportan como la primera fila.
       - **Sustituir todos los registros**: elimina los datos existentes de la tabla o del archivo, y los sustituye por la nueva información de contacto.

       Un campo informativo que indica si **Omitir registros con ID duplicados** está establecido en Sí o No. Puede establecer esta opción en la pestaña

Personalización pero también se aplica a la tabla o al archivo que ha especificado para **Registrar en otros destinos**, donde está registrando adicionalmente el historial de contactos.

13. Para personalizar la información que se graba en el historial de contactos, pulse **Más opciones** en la pestaña Registro.

    Se abre el diálogo Opciones de registro del historial de contactos.

    a. Para evitar actualizar el historial de contactos cuando se ejecute este proceso, seleccione **Crear sólo tratamientos**.

       Esta opción genera nuevos tratamientos en la tabla Tratamientos *sin* actualizar el historial de contactos, lo que permite una actualización retardada de las tablas de historial. Por ejemplo, utilice esta opción si tiene previsto eliminar direcciones duplicadas o no válidas mediante post-procesamiento. Si se espera a actualizar el historial de contactos con la lista final de ID a los que se envían las ofertas, el historial de contactos resultante será de menor tamaño y más preciso.

       Si selecciona esta opción, otras opciones de este diálogo que ya no sean aplicables se inhabilitarán.

       De forma predeterminada, esta opción *no* resulta afectada, por lo que el historial de contactos se actualiza cuando se ejecuta el proceso.

       Puede obtener información adicional sobre el registro del historial de contactos consultando Capítulo 9, “Historial de contactos”, en la página 193.

    b. Para generar nuevos tratamientos con el mismo ID de paquete que en la ejecución más reciente del proceso, seleccione **Utilizar ID del último paquete**.

       Todas las ofertas proporcionadas a una persona en el mismo proceso de contacto se considerarán un único "paquete". De forma predeterminada, **Utilizar ID del último paquete** no está seleccionado. Si no se selecciona esta opción se garantiza que cada paquete está asignado a un ID exclusivo para cada ejecución de producción del proceso de contacto.

       Si ha seleccionado **Crear sólo tratamientos** para evitar que se actualice el historial de cliente, también puede seleccionar **Utilizar último ID de paquete** para asegurarse de que el ID de paquete de la ejecución anterior está asignado a cada conjunto de ofertas. Esta acción enlaza ofertas al historial de contactos existente.

    c. Utilice **Seguimiento del nivel de audiencia** para determinar qué nivel de audiencia se graba en el historial de contactos.

       Nota: El proceso de contacto elimina registros duplicados basándose en el nivel de audiencia del proceso de entrada. El cambio del **Seguimiento del nivel de audiencia** no afecta a cómo los registros se deduplican. Por ejemplo, supongamos que el proceso de entrada para un proceso Lista de correo utiliza el nivel de audiencia 1. Sin embargo, desea registrar registros en el historial de contactos en el nivel de audiencia 2. En este caso, debe configurar un proceso Audiencia para cambiar el nivel de audiencia. A continuación, conecte el proceso Audiencia como entrada del proceso de contacto. Ahora puede seleccionar el seguimiento de un nivel de audiencia 2.

    d. Utilice el campo **Fecha de contacto** para especificar cuándo se debe contactar con las personas de la lista de contactos. Si no especifica una fecha, Campaign utiliza una fecha de ejecución de diagrama de flujo.

    e. Utilice la lista **Código de estado de contacto** para especificar un código de estado para el seguimiento.

f. Utilice los controles para añadir campos de la lista **Campos candidatos** a la lista **Campos a registrar**.
g. Pulse **Cerrar** para volver a la pestaña **Registro** del diálogo de configuración de proceso.

14. (Opcional) Para borrar algunas o todas las entradas existentes del historial de contactos y el historial de respuestas asociado antes de la siguiente ejecución del proceso de contacto, pulse **Borrar historial** en la pestaña **Registro**.

    Importante: Borrar historial borra de forma permanente los registros de los historiales de contactos y de respuestas de las tablas del sistema. Estos datos no son recuperables.
15. (Opcional) Utilice la pestaña **General** para asignar un nombre y notas descriptivas al proceso.
16. Pulse **Aceptar**.

Resultados

El proceso queda ahora configurado. Puede efectuar una ejecución de prueba del proceso para verificar que devuelve los resultados esperados.Una ejecución de prueba no gen era salida de datos ni actualiza las tablas o archivos, pero sí que ejecuta los desencadenantes que se han seleccionado en la pestaña **Cumplimiento**.

Proceso Telemarketing

Utilice el proceso Telemarketing para asignar ofertas a contactos, generar una lista de contactos para una campaña de telemarketing y registrar el historial de contactos. Con frecuencia, se hace referencia al proceso Telemarketing como *proceso de contacto*.

Un proceso Telemarketing se configura de la misma manera que se configura un proceso Lista de correo. Consulte “Configuración de procesos de contacto (Lista de correo o Telemarketing)” en la página 113.

Proceso Seguimiento

El proceso Seguimiento se utiliza para actualizar los estados de contacto o campos adicionales de seguimiento de los registros del historial de contactos. El proceso Seguimiento puede actualizar los registros del historial de contactos existentes, crear nuevos registros o realizar una combinación de ambos.

El proceso Seguimiento permite registrar información de contactos en las tablas del historial de contactos, aparte del proceso de contacto que ha generado la lista de contactos.

Por ejemplo, si su casa de correo realiza un post-procesamiento para eliminar direcciones no válidas y duplicadas, probablemente no grabará su lista generada inicialmente en el historial de contactos. En su lugar, esperará a que la casa de correo le envíe una lista de confirmación de los ID a los que realmente se han enviado ofertas.

En este caso, la entrada para el proceso Seguimiento será la lista de envío de correos final utilizada por la casa de correo después de que se realice el post-procesamiento, y el historial de contactos será más preciso. Posteriormente, si

algunos fragmentos de correo directo se devuelven como no entregable, puede utilizar el proceso Seguimiento para actualizar el estado de contacto para los contactos como "No entregable".

Además, a veces la lista de público objetivo es grande y no es necesario cargar toda esta información en el historial de contactos. En su lugar, puede registrar sólo los contactos con los que se ha contactado realmente. A menudo, no se sabe quién ha sido o no contactado hasta que se reciben comentarios de los centros de llamadas o casas de correo. Puede utilizar el proceso Seguimiento de modo que cuando se reciba la información de las distintas fuentes pueda insertarla en las tablas del historial de contactos.

Para obtener más información sobre el registro de contactos en el historial de contactos, consulte Capítulo 9, “Historial de contactos”, en la página 193.

Ejemplo 1

Cree dos diagramas de flujo independientes para aprovechar la grabación retardada del proceso Seguimiento en el historial de contactos.

Cree su lista de contactos en el diagrama de flujo 1: un proceso Selección selecciona datos y proporciona entrada a un proceso Segmentación, donde los datos se segmentan por nivel de valor. Los datos segmentados del proceso Segmentación sirven de entrada para un proceso Lista de correo. Configure el proceso Lista de correo para generar una lista de ID en un archivo, sin registrar en el historial de contactos, ya que desea que la casa de correo lleve a cabo un post-procesamiento de la lista de contactos.

Cree el diagrama 2 para manejar la lista de contactos que la casa de correo le devuelva, y para grabar la lista final de contactos en el historial de contactos. El diagrama de flujo 2 consta de un proceso Selección cuya entrada es la lista de clientes con los que la casa de correo ha contactado realmente, conectados a un proceso Seguimiento que a continuación graba la información en el historial de contactos.

Ejemplo 2

En una variación del ejemplo anterior, la casa de correo devuelve una lista de ID con los que *no* se ha podido contactar. Para obtener la lista de ID contactados, seleccione la lista de contactos de salida original del diagrama de flujo 1 y utilice un proceso Fusión para suprimir los ID con los que no se ha podido contactar. La salida del proceso Fusión es la lista de los ID contactados y estos ID se pueden pasar a un proceso Seguimiento para grabarlos en el historial de contactos.

Nota: En ambos ejemplos, el código de tratamiento es necesario para correlacionar los datos actualizados de la lista original.

Seguimiento del historial de contactos

Configure un proceso Seguimiento para actualizar filas existentes del historial de contactos o crear nuevas filas.

Acerca de esta tarea

Para ver ejemplos, consulte “Proceso Seguimiento” en la página 119.

Procedimiento

1. Abra una campaña y pulse una pestaña del diagrama de flujo.
2. Pulse el icono **Editar** en la ventana del diagrama de flujo.
3. Arrastre el proceso Seguimiento de la paleta al diagrama de flujo.
4. Conecte uno o más procesos configurados como entrada en el proceso Seguimiento.
5. Efectúe una doble pulsación en el proceso Seguimiento del diagrama de flujo.
6. Utilice la pestaña **Origen** para seleccionar las celdas de entrada que contengan respondedores potenciales. Las celdas de procesos que están conectados al proceso Seguimiento aparecen en la lista **Entrada**.
   a. Utilice la lista **Entrada** para seleccionar celdas de origen diferentes o adicionales.
   b. Utilice el campo **Fecha de contacto** para seleccionar una fecha para asociar a registros que el proceso Seguimiento actualizará. Se selecciona el valor "Hoy" de forma predeterminada. También puede utilizar campos derivados para completar la **Fecha de contacto**.
   c. Seleccione un **Código de estado de contacto** para asociar a los registros que se actualicen en el historial de contactos.
7. Pulse la pestaña **Correlación con tratamientos**.

   Utilice la lista **Campos de acción candidatos** para elegir el campo relevante con el que correlacionar el código de tratamiento. El código de tratamiento identifica de forma exclusiva la fila que hay que actualizar en el historial de contactos.

   Seleccione un campo para utilizarlo para la correlación, y pulse **Añadir** para moverlo a la lista **Oferta/Campos de tratamiento correlacionados**, de forma que esté emparejado con un Código de tratamiento.
8. Pulse la pestaña **Registro** para especificar cómo actualizar el historial de contactos.

   Nota: Debe tener los permisos adecuados para habilitar o inhabilitar las actualizaciones a las tablas del historial de contactos.
   a. Para actualizar el historial de contactos en las tablas del sistema, seleccione la casilla de verificación **Registrar en tablas del historial de contactos**.
   b. Especifique cómo se deben actualizar las tablas del historial de contactos:
      - **Actualizar registros existentes**: si un registro existe, lo actualiza. Si un registro no existe, no lo crea.
      - **Crear sólo nuevos registros**: si un registro no existe, lo crea. No actualiza los registros existentes.
      - **Actualizar existentes y crear nuevos**: si un registro existe, lo actualiza. Si un registro no existe, lo añade.
   c. Para escribir campos adicionales en el historial de contactos, pulse **Campos adicionales** para visualizar el diálogo Opciones de registro del historial de contactos. Utilice los botones **Añadir**, **Eliminar**, **Correlacionar**, **Subir 1** y **Bajar 1** para seleccionar y mover campos de la lista **Campos candidatos** a la lista **Campos a registrar**. Los campos no correlacionados no se actualizarán.
   d. Pulse **Aceptar**.

9. Si desea realizar el registro en un destino distinto de, o además de, el historial de contactos de las tablas del sistema, seleccione la casilla de verificación **Registrar en otro destino**. Esta opción le permite grabar en una tabla o archivo alternativos.
   a. Utilice la lista **Registrar en** para especificar si la salida debe grabarse en un archivo o una tabla nueva o existente en la base de datos:

      Si selecciona **Archivo**, utilice el diálogo Especificar archivo de salida para especificar el tipo de archivo de salida, el nombre de archivo, y el diccionario de datos correspondiente.

      Si selecciona **Tabla nueva**, utilice el diálogo Definición de tabla nueva para especificar información sobre la tabla nueva en la que desea grabar la salida del registro.
   b. Para especificar qué campos aparecerán en la salida, seleccione campos en la lista **Campos candidatos** y muévalos a la lista **Campos a generar**. Si no ve los campos que desea seleccionar, expanda los elementos de la lista Campos candidatos. También puede utilizar campos derivados como Campos candidato.
   c. Puede encontrar de forma automática campos coincidentes pulsando **Emparejar**. Los campos con coincidencias exactas para los nombres del **Campo de tabla** se añaden automáticamente a la lista **Campo a registro**. Si hay varios campos coincidentes, se toma la primera coincidencia.
   d. Seleccione una opción para especificar cómo se manejarán las actualizaciones del archivo o tabla de salida:
      - **Añadir a datos existentes**: añade la nueva información de contacto al final de la tabla o del archivo. Si selecciona esta opción para un archivo delimitado, las etiquetas no se exportarán como primera fila. Esto es el procedimiento recomendado para las tablas de base de datos.
      - **Sustituir todos los registros**: elimina los datos existentes de la tabla o del archivo, y los sustituye por la nueva información de contacto.
10. (Opcional) Pulse la pestaña **General** para asignar un nombre y notas descriptivas al proceso.
11. Pulse **Aceptar**.

Resultados

El proceso queda ahora configurado. Puede efectuar una ejecución de prueba del proceso para verificar que devuelve los resultados esperados.

Proceso Respuesta

El proceso Respuesta hace un seguimiento de las respuestas de clientes contactados en un proceso de contacto, como Lista de correo o Telemarketing.

En función de las reglas definidas durante la configuración del proceso, el proceso Respuesta evalúa qué respuestas se consideran válidas, y cómo se les da crédito en las campañas u ofertas. La salida del proceso Respuesta se escribe en varias tablas del sistema del historial de respuestas, donde pueden accederse los datos para su análisis utilizando los informes de rendimiento y rentabilidad de Campaign.

En su forma más simple, el proceso Respuesta puede aparecer en su propio diagrama de flujo conectado a un proceso Selección (y opcionalmente a un proceso Segmentación). En un diagrama de flujo como ese, el proceso Selección selecciona ID de una tabla correlacionada que contiene datos de respondedores y sus acciones

de respuesta. El proceso Segmentación segmenta estos ID en grupos significativos y luego se pasan a un proceso Respuesta donde se aplican las reglas de seguimiento de respuestas y se escribe una salida en las tablas de historial de respuestas.

Un proceso Respuesta está estrechamente alineado con sus procesos de contacto correspondientes, en los que los respondedores de los que ahora se está haciendo un seguimiento fueron quizás miembros de celdas a las que se dirigieron determinadas ofertas.

Tareas relacionadas:

"Actualización del historial de respuestas"

Referencia relacionada:

"Informes de rendimiento de IBM Campaign" en la página 259

Actualización del historial de respuestas

Utilice el proceso Respuesta para actualizar el historial de respuestas. El proceso Respuesta compara la información de respuesta de la campaña con el historial de contactos y graba la información en las tablas del historial de respuestas para el nivel de audiencia adecuado.

Antes de empezar

Un proceso Respuesta está estrechamente alineado con sus procesos de contacto correspondientes, en los que los respondedores de los que ahora se está haciendo un seguimiento fueron quizás miembros de celdas a las que se dirigieron determinadas ofertas. Por lo tanto, antes de poder configurar un proceso Respuesta, deberá:

- Conocer el nivel de audiencia de la lista de contactos.
- Asegurarse de que las tablas del sistema del historial de contactos y de respuestas están correlacionadas para cada nivel de audiencia al que se conecta y sigue. Esto lo suele realizar el administrador de Campaign.
- Configurar un proceso Respuesta aparte para cada nivel de audiencia en el que se esté haciendo un seguimiento de respondedores.
- Conocer los códigos que representan los tipos de respuesta de las que se quiere hacer un seguimiento.
- Conocer qué códigos generados por Campaign (códigos de campaña, celda, oferta o tratamiento) se han enviado a la lista de contactos, para que pueda correlacionarlos para el seguimiento.
- Habilitar la capacidad de crear tablas temporales en la base de datos de tablas del sistema Campaign (establecer la propiedad de configuración `AllowTempTables` en true).

Acerca de esta tarea

Siga los pasos siguientes para configurar un proceso Respuesta.

Procedimiento

1. Navegue hasta la lista de campañas donde ha creado los diagramas de flujo de contactos (los diagramas de flujo que han asignado las ofertas que tiene previsto analizar).

2. Normalmente, se crea un diagrama de flujo independiente para manejar el proceso Respuesta. También podría tener un diagrama de flujo de respuestas por canal o un diagrama de flujo de seguimiento de respuestas global para todas las campañas.
3. Pulse el icono **Editar** en la ventana del diagrama de flujo.
4. Arrastre el proceso Respuesta de la paleta al diagrama de flujo.
5. Conecte un proceso Selección o Extracción como entrada para el proceso Respuesta.

   El proceso Selección o Extracción normalmente lee de una tabla de acciones. Una *tabla de acciones* es una tabla de base de datos opcional o archivo que contiene los datos de respuesta recopilados después de que las ofertas se presenten a los clientes. Con frecuencia, los datos se originan en varias tablas como información de transacciones o de ventas.

   Nota: Los administradores deben asegurarse de que la tabla de acciones esté bloqueada durante el proceso Respuesta. Los administradores también deben borrar las filas después de la ejecución de cada proceso Respuesta para asegurarse de que no se acreditan las respuestas varias veces. Por ejemplo, utilice Campaign para ejecutar SQL después del proceso Respuesta para depurar la tabla de acciones. Para obtener información importante, consulte la *Guía del administrador de Campaign*.
6. Haga una doble pulsación en el proceso Respuesta en el diagrama de flujo para abrir el diálogo de configuración del proceso.
7. Utilice la pestaña **Origen** como se indica a continuación.
   a. Si ha seguido los pasos de este procedimiento, la lista **Entrada** ya visualizará la entrada correcta. La entrada debe originarse en la tabla de acciones correlacionada que contiene la información de respuesta de los clientes.

      Nota: Si está utilizando un archivo sin formato con delimitadores como entrada del proceso Respuesta, debe asegurarse de que todos los tipos de datos en los archivos de entrada estén correlacionados correctamente, ya que el proceso Respuesta no lo impone. La utilización de un tipo de datos no coincidente (por ejemplo, un código de tratamiento correlacionado como "numérico" cuando el campo `UA_Treatment.TreatmentCode` es de tipo "cadena") provoca un error de base de datos en algunas bases de datos (por ejemplo, las tablas de sistema en DB2).
   b. Para **Fecha de respuesta**, seleccione una fecha en la tabla de acciones para asociar con los registros que serán la salida del proceso Respuesta. Se selecciona el valor "Hoy" de forma predeterminada.
   c. Para **Código de tipo de respuesta**, seleccione un campo de la tabla de acciones. Los códigos de tipo de respuesta se definen de forma global y están disponibles a todas las campañas. Los tipos de respuesta son las acciones específicas de las que se realiza un seguimiento, tales como pulsaciones, consulta, compra, activación y uso. Cada tipo de respuesta se representa mediante un código de respuesta exclusivo.
8. Utilice la pestaña **Correlación con tratamientos** para seleccionar los campos de los que se realizará un seguimiento y correlacionarlos con una lista de atributos de oferta y tratamiento.
   a. En la lista **Campos de acción candidatos**, expanda la tabla de acciones que esté utilizando de forma que pueda ver la lista de campos.

b. Utilice el botón **Añadir** para correlacionar **Campos de acción candidatos** con los atributos correspondientes de la lista **Campos de oferta/tratamiento correlacionados**. La columna **Atributo de oferta/tratamiento** muestra todos los atributos de oferta o tratamiento del sistema.

   Es mejor correlacionar al menos un atributo de interés y un código de respuesta.

   Nota: Los campos no correlacionados y los campos para los que no hay valores disponibles (o son NULL) no se utilizan para la atribución de respuestas. Para que una instancia de tratamiento reciba crédito de respuesta, todos los campos completados deben coincidir salvo los controles. Se ignoran todos los códigos para los controles.

9. Pulse la pestaña **Registro** para especificar campos adicionales para registrar en el historial de respuestas.

   Utilice los controles para correlacionar campos de la lista **Campos candidatos** con campos de la lista **Campos a registrar**.

   Puede correlacionar automáticamente campos pulsando **Emparejar**. Los campos con coincidencias exactas para los nombres del **Campo de tabla** se añaden automáticamente a la lista **Campos a registrar**. Si hay varios campos coincidentes, se toma la primera coincidencia.

10. Pulse la pestaña **General** para asignar un nombre y nota descriptiva al proceso.
11. Pulse **Aceptar**.

Resultados

El proceso queda ahora configurado. Puede probar la ejecución del proceso para verificar que devuelve los resultados que espera.

Cuando guarde y ejecute el diagrama de flujo, la información se grabará en las tablas del sistema del historial de respuestas. Los administradores de Campaign deben asegurarse de borrar las filas después de la ejecución de cada proceso Respuesta para asegurarse de que las respuestas no se acreditan varias veces.

Conceptos relacionados:

"Cómo realizar un seguimiento de las respuestas a una campaña" en la página 206

"Proceso Respuesta" en la página 122

"Respuestas directas" en la página 212

"Métodos de atribución" en la página 215

Referencia relacionada:

"Informes de rendimiento de IBM Campaign" en la página 259

Análisis de campos para obtener vistas previas de valores de sus datos de usuario

Puede utilizar la característica **Analizar** para obtener una vista previa de los valores de campo al configurar un proceso en un diagrama de flujo. Esta característica le permite ver valores reales de campos en sus datos de usuario. Puede analizar cualquier campo de un origen de datos correlacionado. Puede también analizar campos derivados.

Antes de empezar

Debe tener los permisos adecuados para analizar campos. Si tiene dudas sobre su acceso a esta característica, pregunte a un administrador del sistema. Además, tenga en cuenta que el administrador puede impedir que los campos se analicen. Al intentar analizar un campo que es también una audiencia verá un aviso, ya que el análisis de una audiencia puede devolver muchos registros y potencialmente afectar al rendimiento.

Acerca de esta tarea

Cuando analiza un campo, puede ver y seleccionar valores para utilizarlos en la operación actual, por ejemplo para genera una consulta para un proceso Selección.

Además de listar los valores, la característica **Analizar** indica la frecuencia de aparición de cada valor en el campo seleccionado. Puede utilizar esta información para asegurarse de que el objetivo al que se dirige son los contactos previstos.Solo se incluyen en el recuento los registros de la celda actual, a menos que los recuentos se hayan precalculado.

Procedimiento

1. En la ventana de configuración de un proceso que incluye el botón **Analizar**, seleccione el campo que desee analizar.
2. Pulse **Analizar** .

Resultados

Campaign analizará los datos del campo seleccionado. Las categorías y los recuentos de frecuencia se actualizan a medida que el análisis progresa.

Nota: Espere hasta que el análisis se complete antes de utilizar los resultados, para asegurarse de que todas las categorías se procesan y los recuentos se completan.

Cuando el análisis se completa, la ventana Analizar campo seleccionado muestra la siguiente información:

- La lista de valores en el campo seleccionado, mostrada en la columna **Categoría** y correspondiente al **Recuento** de ID con ese valor.

  Nota: Campaign organiza los valores por categoría, agrupándolos para crear segmentos de tamaños aproximadamente iguales. El número máximo predeterminado de categorías (distintos intervalos de valores) que se muestra es 25. Puede cambiar el número máximo de categorías.
- El panel **Estadísticas** a la derecha muestra el recuento total de ID y otros detalles sobre los datos para ese campo, incluyendo:
  - El número de valores NULOS que se han encontrado.

– El número total de categorías o valores para dicho campo.
– Valores estadísticos de los datos, que incluyen el promedio, la desviación estándar, y los valores mínimo y máximo.

Nota: Promedio, **Desviación estándar**, **Mínimo** y **Máximo** no están disponibles para campos ASCII. Cuando se analizan campos de texto, estos valores aparecen como ceros.

Renovación de recuentos de análisis

Renueve el recuento de análisis cuando ocurra algo que pueda cambiar los resultados. Por ejemplo, puede renovar el recuento cuando se añadan valores nuevos a un campo o cuando se actualice una tabla de base de datos.

Procedimiento

Siga estos pasos para renovar los resultados del análisis para un campo.

1. Abra cualquier diálogo de configuración del proceso en el que esté disponible la opción Analizar.
2. Seleccione un campo y pulse **Analizar**.
3. En el diálogo Analizar campo seleccionado, pulse **Recalcular**.

   Nota: Cuando se analiza por primera vez un campo a partir de tabla de dimensiones, Campaign devuelve recuentos que corresponden al campo de la tabla de dimensiones. Cuando se pulsa **Recalcular** para renovar los resultados del análisis, Campaign devuelve recuentos que corresponden a la unión resultante con la tabla base enlazada a la tabla de dimensiones. Si desea analizar un campo de tabla de dimensiones sin unirlo a una tabla base, correlacione la tabla de dimensiones como una tabla base.

Restricción de la entrada en el análisis

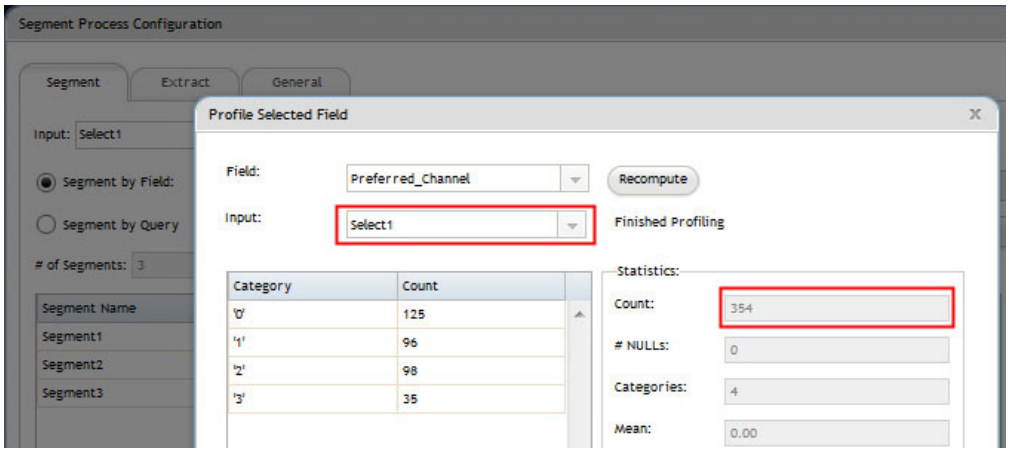
Cuando Campaign analiza un campo, crea sólo aquellos segmentos que están disponibles en la entrada del proceso donde se está realizando el análisis.

En otras palabras, si restringe la entrada del proceso Segmentación, y analiza un campo en función de la entrada restringida, el Análisis sólo visualiza los segmentos que estaban disponibles en la entrada restringida.

Considere este ejemplo:

1. Configura un proceso Selección que realiza una consulta que devuelve sólo 354 registros.
2. Utiliza ese proceso Selección como entrada de un proceso Segmentación.
3. En el diálogo de configuración del proceso Segmentación, utiliza la característica **Analizar** para ver qué valores están disponibles en distintos campos.
4. La selección que realiza en la lista **Entrada** del diálogo **Analizar campo seleccionado** determina cuántos registros se analizan. Si elige **Ninguno**, Campaign analiza todos los registros. Si elige el cuadro Selección entrante como **Entrada**, Campaign analiza sólo los registros que ha seleccionado ese proceso. Si la consulta del proceso Selección ha resultado en sólo 354 registros, Campaign analiza sólo estos registros.

El ejemplo siguiente muestra un perfil restringido, donde la **Entrada** se establece en Select1.



Nota: Para el proceso de extracción, debe seleccionar la celda de entrada a la que está asociada la tabla de extracción para crear perfiles de los campos extraídos porque los campos extraídos se añaden a la celda de entrada. Puede elegir **Ninguno** solo para una sola celda de entrada. Para varias celdas de entrada, debe seleccionar la celda de entrada a la que está asociada la tabla de extracción.

Inhabilitación del análisis

El análisis en tiempo real permite ver y utilizar las características de un campo seleccionado. Sin embargo, puede afectar al rendimiento cuando se trabaja con bases de datos grandes. Por esta razón, Campaign permite la inhabilitación de esta opción.

Cuando el análisis en tiempo real está inhabilitado y pulsa **Perfil**, un mensaje en la parte inferior de la ventana Analizar campo seleccionado indica que se ha inhabilitado el análisis en tiempo real.

Si el análisis está inhabilitado y el campo no está configurado para ser precalculado, la ventana Analizar campo seleccionado indicará que no hay datos disponibles, no mostrará recuentos ni categorías, y todos los contadores de **Estadísticas** estarán a cero.

Si hay disponible valores precalculados para un campo, éstos se visualizarán en lugar de los valores activos cuando se lleva a cabo un análisis. La ventana Analizar campo seleccionado indica que el origen de datos es "Importado" y muestra la fecha y hora en que se calcularon por última vez los valores.

Puede obtener información adicional sobre la inhabilitación del análisis en tiempo real consultando la *Guía del administrador de IBM Campaign*.

Cambio del número máximo de segmentos de perfil

Al analizar campos en los cuadros de proceso de diagrama de flujo, IBM Campaign crea automáticamente un número máximo de 25 segmentos. Puede cambiar este valor para la sesión actual del diagrama de flujo.

Acerca de esta tarea

Cuando se utiliza la opción **Analizar** en un diálogo de configuración del proceso, puede especificar el número máximo de segmentos que se deben generar al obtener una vista previa de valores de campo. El nuevo valor se utiliza por todos

los cuadros de proceso en el diagrama de flujo actual. Sin embargo, el valor se aplica solo al diagrama de flujo y sesión actuales. Cuando se abre otro diagrama de flujo o se cierra y vuelve a abrir el mismo diagrama de flujo, el valor vuelve al valor predeterminado de 25.

Procedimiento

1. Abra cualquier diálogo de configuración del proceso en el que esté disponible la opción Analizar.
2. Seleccione un campo para el análisis y pulse **Analizar**.
3. En el diálogo Analizar campo seleccionado, pulse **Opciones**.
4. En el diálogo Opciones de análisis, especifique un nuevo valor en el campo **Número de segmentos** para indicar el número máximo de segmentos en los que se desea agrupar los valores de campos.

Resultados

El análisis se recalcula con el nuevo valor.

Si el número de valores distintos del campo supera el número máximo de segmentos permitido, el perfil agrupa los valores de segmentos de igual tamaño para evitar superar el número máximo de segmentos.

Análisis de valores de campo por metatipo

El análisis por metatipo afecta a cómo se ordenan los datos al analizar un campo en un diálogo de configuración del proceso.Puede ordenar los valores de campo para tipos de datos como fechas, dinero y otros datos numéricos.

Procedimiento

1. Abra cualquier diálogo de configuración del proceso en el que esté disponible la opción Analizar.
2. Seleccione un campo para el análisis o pulse **Analizar**.
3. Analizar campo seleccionado La opción **Análisis por metatipo** está habilitada de forma predeterminada, de modo que los valores de campo que representan fechas, dinero, números de teléfono y tipos de datos similares se ordenan y agrupan correctamente. Por ejemplo, las fechas se ordenan como fechas, no como valores numéricos. Si inhabilita esta opción, los valores se ordenan como texto ASCII.

   El ejemplo siguiente muestra cómo este valor afecta a un campo de fecha. El análisis por metatipo reconoce que el tipo de datos es Fecha y ordena las fechas en consecuencia.

Análisis por metatipo habilitado	**Análisis por metatipo inhabilitado**
(ordenado por fecha)	**(ordenado numéricamente)**
25-DIC-2011	20-FEB-2012
20-FEB-2012	20-MAR-2012
20-MAR-2012	25-DIC-2011

Inserción de una categoría de análisis en una consulta

Durante la creación de una expresión de consulta en un diálogo de configuración del proceso, puede insertar un valor de campo en dicha expresión de consulta.

Procedimiento

1. Al configurar un proceso, seleccione un campo y pulse el botón **Analizar** .
2. Cuando finalice el análisis, en el diálogo Analizar campo seleccionado, efectúe una doble pulsación en una categoría para insertar el valor en la ubicación actual del cursor en el cuadro de texto de consulta.

   Nota: Si no ve el valor que desea, es posible que varios valores se hayan agrupado en un segmento de análisis. Si establece el número máximo de segmentos de análisis a un número mayor que el número de categorías (informado en la ventana Analizar campo seleccionado), cada valor del campo se listará en una categoría aparte. Esto posibilita el acceso a todas las categorías existentes.

Impresión de datos del perfil

Después de analizar un campo, puede imprimir los datos del perfil.

Procedimiento

1. Pulse **Imprimir** en el diálogo Analizar campo seleccionado.

   Aparece la página Configuración de página, en la que se puede especificar la impresora y las opciones de impresión.
2. Pulse **Aceptar**.

Exportación de datos del perfil

Tras analizar un campo, puede exportar los datos del perfil a un archivo de texto de valores separados por comas (CSV).

Procedimiento

1. Analice un campo al configurar un proceso en un diagrama de flujo.
2. En el diálogo Analizar campo seleccionado, pulse **Exportar**.

   Nota: El botón **Exportar** solo está disponible cuando se finaliza el análisis.
   Se abre el diálogo Exportar datos de informes.
3. Entre un nombre de archivo en el campo **Nombre de archivo** o acepte el valor predeterminado. No especifique una ruta o extensión. Se utilizará la extensión .csv al crear el archivo.
4. (Opcional) Seleccione **Incluir etiquetas de columna** si desea incluir cabeceras de columna en el archivo para identificar cada campo.
5. Pulse **Exportar**. Si este botón está inhabilitado, debe especificar un nombre de archivo primero.
6. Utilice el cuadro de diálogo resultante para abrir o guardar el archivo .csv.
7. Si guarda el archivo, se le solicitará una ubicación. También puede cambiar el nombre de archivo en cualquier momento.

Qué hacer a continuación

Puede abrir el archivo CSV en cualquier editor de texto. Si se abre el archivo en Microsoft Excel, los valores de Excel determinan cómo se visualizarán los datos. Por ejemplo, Excel puede interpretar un valor de rango, como por ejemplo "1-5", como una fecha (5 de enero).

Salto de ID duplicados en la salida de un proceso

Los procesos Extracción, Telemarketing, Lista de correo e Instantánea le permiten especificar de qué forma se van a tratar los ID duplicados en la salida del proceso. El tratamiento predeterminado consiste en permitir ID duplicados en la salida.

Acerca de esta tarea

Siga estos pasos para excluir registros con ID duplicados de la salida.

Procedimiento

1. En la ventana de configuración del proceso, pulse **Más**.

   Verá la ventana Configuración avanzada.

   a. Seleccione **Omitir registros con ID duplicados** y especifique los criterios para determinar qué registros se van a conservar si se devuelven ID duplicados. Por ejemplo, seleccione **MaxOf** y **Household_Income** para exportar solamente el ID con los mayores ingresos de la unidad familiar.

      Nota: Esta opción solo elimina los duplicados del mismo campo de entrada. Sus datos todavía pueden contener ID duplicados si el mismo ID aparece en varios campos. Para eliminar todos los ID duplicados, deberá utilizar un proceso Fusión o Segmentación por delante del proceso Extracción a fin de depurar los ID duplicados o crear segmentos mutuamente excluyentes.

2. Pulse **Aceptar** para cerrar la ventana Configuración avanzada.

   Los valores de ID duplicados se muestran en la ventana de configuración.

   Nota: En el cuadro de proceso Lista de correo o Telemarketing, la opción **Omitir registros con ID duplicados** corresponde sólo a la tabla de cumplimiento creada por el proceso y no a los registros grabados en el historial de contactos. Las tablas del historial de contactos solamente gestionan ID exclusivos. El diseñador de diagramas de flujo debe asegurarse de que el conjunto de resultados obtenga los registros correctos antes de llegar a las tablas del historial de contactos. Utilice el proceso Extracción para eliminar duplicados en el conjunto de resultados antes del recuadro Lista de correo o Proceso de telemarketing para asegurarse de que los registros correctos se graban en la tabla cumplimiento y en el historial de contactos.

Capítulo 6. Utilización de consultas para seleccionar datos

Puede utilizar una consulta para identificar los contactos de las bases de datos o archivos sin formato al configurar un proceso Selección o Extracción en un diagrama de flujo. Hay varios métodos de consulta diferentes.

Creación de consultas con Apuntar y pulsar

Estas instrucciones explican cómo crear una consulta utilizando el método **Apuntar y pulsar** predeterminado en un diálogo de configuración del proceso. También puede seguir estas instrucciones para editar una consulta. Al seleccionar un nuevo elemento de la lista **Selección basada en** se eliminará la consulta existente.

Procedimiento

1. Empiece a configurar un proceso que utilice consultas, como Segmentación, Selección o Extracción.
2. Acceda a la opción de consulta para el proceso:
   - Para un proceso Selección, elija **Seleccionar ID de <audiencia> con**.
   - Para un proceso Segmentación, utilice **Segmentar por consulta**, efectúe una doble pulsación en el segmento para editarlo y a continuación utilice **Seleccionar ID con**.
   - Para un proceso Extracción, utilice **Seleccionar registros con**.

   Se visualizará el editor de consultas Apuntar y pulsar.
3. Cree la consulta creando una expresión:
   a. Para especificar qué campo desea consultar, pulse en la celda **Nombre de campo**. Debería aparecer la lista **Campos disponibles**. Si la lista no aparece, pulse de nuevo en la celda **Nombre de campo**. Seleccione un campo disponible efectuando una doble pulsación en él o resaltándolo y pulsando **Utilizar**. Al decidir qué campo disponible utilizar, puede resaltar un campo y pulsar **Analizar** para ver una lista de los valores de campo.
   b. Puede utilizar el botón **Campos derivados** si desea crear o seleccionar una variable existente para consultar.
   c. Pulse en la celda **Oper** y a continuación efectúe una doble pulsación en un operador de comparación en la lista **Operadores** (por ejemplo, =, <, >, Entre).
   d. Pulse en la celda **Valor** y a continuación efectúe una doble pulsación en un valor. Si no aparecen valores, pulse en **Analizar** para ver una lista de valores de campo. También puede efectuar una doble pulsación en la celda **Valor** para editar el valor directamente.

      Nota: Si no ve la lista esperada (**Campos disponibles**, **Operadores**, **Valores**, **Para expresión seleccionada**), intente pulsar, o efectuar una doble pulsación, en una celda del área **Expresiones**.

   Ahora tiene una expresión que consta de un nombre de campo, operador y valor, como por ejemplo **Estado=Activo**.
4. Para añadir y combinar varias expresiones, siga las directrices siguientes:
   a. Para añadir otra expresión, pulse la celda **Y/o** y a continuación efectúe una doble pulsación en **Y** u **O** en la lista **Valores** para indicar cómo combinar las expresiones.

© Copyright IBM Corp. 1998, 2014

b. Cree la expresión siguiente, consistente en un nombre de campo, operador y valor.
c. Para añadir paréntesis para controlar el orden de evaluación, efectúe una doble pulsación en el Nombre de campo en cualquier fila para visualizar la lista **Para expresiones seleccionadas**. En la lista de expresiones, haga doble clic en **Añadir(...)** para añadir un conjunto de paréntesis, **Eliminar (...)** para eliminar un único conjunto de paréntesis, o **Borrar todo(...)** para eliminar todos los paréntesis en la expresión seleccionada. Los paréntesis le permiten agrupar expresiones al definir consultas complejas. Por ejemplo, (AcctType = 'Gold' AND Rank = 'A') OR NewCust = 'Yes' is different from AcctType = 'Gold' AND (Rank = 'A' OR NewCust = 'Yes').
d. Para reordenar la expresión seleccionada, efectúe una doble pulsación en **Mover arriba** o **Mover abajo**.
e. Para añadir una fila en blanco debajo de las expresiones seleccionadas, efectúe una doble pulsación en **Insertar**.
f. Para suprimir la expresión seleccionada, efectúe una doble pulsación en **Suprimir**.

5. Pulse **Comprobar sintaxis** para confirmar si la sintaxis de la consulta es válida. La comprobación de la sintaxis no supone carga alguna en el servidor de base de datos.

   Campaign indica si la sintaxis contiene errores.
6. (Opcional) Utilice **Probar consulta** para ver cuántos ID devuelve la consulta.

   Se muestra una barra de progreso mientras la consulta se prueba. Cierre la ventana de progreso si desea cancelar la prueba. Cuando se ha completado la prueba, Campaign indica el número de filas que ha devuelto la consulta.

   Importante: Las supresiones globales y los límites en el tamaño de las celdas no se aplican en los recuentos de la función Probar consulta. Las consultas de prueba también pueden devolver datos no normalizados. Para obtener un recuento de resultados preciso, realice una ejecución de prueba del proceso.
7. Pulse **Aceptar**.

Creación de consultas con Generador de texto

Estas instrucciones explican cómo crear una consulta utilizando la característica Generador de texto en un diálogo de configuración de proceso. Para editar una consulta existente, edite el texto de la consulta directamente en el cuadro de texto de consulta, después de pulsar el botón **Generador de texto**.

Procedimiento

1. Empiece a configurar un proceso que utilice consultas, como Segmentación, Selección o Extracción.
2. Acceda a la opción de consulta para el proceso:
   - Para un proceso Selección, elija **Seleccionar ID de <audiencia> con**.
   - Para un proceso Segmentación, utilice **Segmentar por consulta**, efectúe una doble pulsación en el segmento para editarlo y a continuación utilice **Seleccionar ID con**.
   - Para un proceso Extracción, utilice **Seleccionar registros con**.
3. Pulse **Generador de texto** para cambiar el método Apuntar y pulsar predeterminado.

   Las columnas de consulta Apuntar y pulsar se sustituyen por un cuadro de texto de consulta. Las consultas existentes se visualizan en el cuadro de texto.

4. Elija un origen de datos **Entrada** y un origen de datos para consultar en la lista **Seleccionar en función de**. Las selecciones determinan qué campos se pueden utilizar para crear la consulta:
5. Cree la consulta haciendo lo siguiente:
   - Seleccione el/los nombre(s) de campo o tabla en la lista **Campos disponibles** y efectúe una doble pulsación para entrarlos en el cuadro de texto de consulta. También puede pulsar una vez y luego pulsar **<-Usar** para moverlo al cuadro de texto de consulta.
   - Especifique los valores y operadores necesarios. Para ver los valores de un campo seleccionado, puede pulsar **Analizar**.

   Nota: Aunque se pueden especificar los nombres de campo y tabla directamente en el cuadro de texto de consulta, la selección de los mismos en la lista ayuda a evitar errores de sintaxis.
6. Para comprobar la sintaxis de la consulta, pulse **Comprobar sintaxis**. La comprobación de la sintaxis no supone carga alguna en el servidor de base de datos.
7. (Opcional) Utilice **Probar consulta** para ver cuántos ID devuelve la consulta.

   Se muestra una barra de progreso mientras la consulta se prueba. Cierre la ventana de progreso si desea cancelar la prueba. Cuando se ha completado la prueba, Campaign indica el número de filas que ha devuelto la consulta.

   Importante: Las supresiones globales y los límites en el tamaño de las celdas no se aplican en los recuentos de la función Probar consulta. Las consultas de prueba también pueden devolver datos no normalizados. Para obtener un recuento de resultados preciso, realice una ejecución de prueba del proceso.
8. Cuando haya terminado de crear la consulta, pulse **Aceptar**.

   El cuadro de configuración del proceso se cerrará y volverá a la página del diagrama de flujo en el modo de **Edición**.

Creación de consultas con Ayuda de fórmulas

Estas instrucciones explican cómo utilizar la Ayuda de fórmulas para crear una consulta en un diálogo de configuración de proceso. Utilice la Ayuda de fórmulas para seleccionar macros y funciones de listas predefinidas. Utilice los botones proporcionados para insertar operadores y puntuación.

Procedimiento

1. Empiece a configurar un proceso que utilice consultas, como Segmentación, Selección o Extracción.
2. Acceda a la opción de consulta para el proceso:
   - Para un proceso Selección, elija **Seleccionar ID de <audiencia> con**.
   - Para un proceso Segmentación, utilice **Segmentar por consulta**, efectúe una doble pulsación en el segmento para editarlo y a continuación utilice **Seleccionar ID con**.
   - Para un proceso Extracción, utilice **Seleccionar registros con**.
3. Pulse **Generador de texto** para cambiar el método Apuntar y pulsar predeterminado.
4. Pulse **Asistente de Fórmula**.

   Se abrirá la ventana Asistente de Fórmula. Contiene un conjunto de botones para insertar operadores utilizados habitualmente y una lista de macros y funciones.

5. (Opcional) Para trabajar sólo con operadores y funciones de SQL, seleccione **SQL**.
6. Cree su consulta seleccionando campos en la lista **Campos disponibles** como lo haría normalmente. Adicionalmente, utilice la ventana **Ayudante de Fórmula**:
   a. Expanda la lista de macros o funciones para localizar el elemento que desea utilizar. Seleccione un elemento para ver una descripción y un ejemplo de sintaxis. Efectúe una doble pulsación en un elemento para añadirlo al cuadro de texto de consulta.

      Nota: Si selecciona una macro personalizada, la descripción y la sintaxis fueron creadas por la persona que escribió la macro.
   b. Utilice los botones del Asistente de Fórmula para añadir operadores y puntuación. El botón **Borrar** actúa como una tecla de retroceso (borrar).
   c. También puede editar la consulta directamente. Sin embargo, puede evitar errores de sintaxis seleccionando elementos, como los nombres de campo y tabla, en las listas proporcionadas.
   d. Pulse **Cerrar**.
7. Utilice **Comprobar sintaxis** para detectar cualquier error. La comprobación de la sintaxis no supone carga alguna en el servidor de base de datos.
8. (Opcional) Utilice **Probar consulta** para ver cuántos ID devuelve la consulta.

   Se muestra una barra de progreso mientras la consulta se prueba. Cierre la ventana de progreso si desea cancelar la prueba. Cuando se ha completado la prueba, Campaign indica el número de filas que ha devuelto la consulta.

   Importante: Las supresiones globales y los límites en el tamaño de las celdas no se aplican en los recuentos de la función Probar consulta. Las consultas de prueba también pueden devolver datos no normalizados. Para obtener un recuento de resultados preciso, realice una ejecución de prueba del proceso.

Creación de consultas SQL sin formato

Los usuarios de SQL con experiencia pueden escribir sus propias consultas SQL o copiar y pegar consultas SQL de otras aplicaciones. La escritura de SQL sin formato es una operación avanzada; los usuarios son responsables de que la sintaxis y los resultados de consulta sean correctos.

Procedimiento

1. Empiece a configurar un proceso Selección o Segmentación.
2. Para un proceso Selección, debe cambiar al Generador de texto para escribir una consulta SQL:
   a. Seleccione **Seleccionar ID de <audiencia> con**.
   b. Cambie al **Generador de texto** (en lugar del método Apuntar y pulsar predeterminado).
   c. Pulse **Avanzado**.
   d. En el diálogo Configuración avanzada, seleccione **Utilizar SQL sin formato para selección de registro**. Esta opción habilita la utilización de SQL sin formato en el Generador de texto cuando se especifican los criterios de selección. Si no selecciona esta opción, sólo puede utilizar expresiones de IBM EMM y macros personalizadas.
   e. Seleccione un origen de datos para consultar en la lista **Base de datos**. Seleccione el público objetivo en la lista **Nivel de audiencia**.

f. Si desea ejecutar comandos SQL antes y después del proceso **Selección**, puede especificar SQL sin formato en el área **Pre-procesamiento** o **Post-procesamiento**. Consulte "Especificación de sentencias SQL de pre o postprocesamiento" en la página 138.

g. Pulse **Aceptar** para cerrar el diálogo Configuración avanzada.

h. Especifique SQL sin formato en el área de entrada de texto. Puede utilizar el **Asistente de Fórmula** como ayuda para crear el SQL. Seleccione **SQL** en el Asistente de Fórmula para restringir la lista de operadores y funciones a opciones específicas de SQL.

3. Para un proceso Segmentación:

   a. Seleccione **Segmentar por consulta** y a continuación cree o edite un segmento.

   b. Elija **Seleccionar ID con**, pulse **Generador de texto** y a continuación pulse **Avanzado**.

   c. En el diálogo Configuración avanzada, seleccione **Utilizar SQL sin formato**, seleccione un origen de datos y pulse **Aceptar**.

   d. Especifique SQL sin formato en el área de entrada de texto. Opcionalmente, utilice el **Asistente de Fórmula** como ayuda para crear el SQL. Seleccione **SQL** en el Asistente de Fórmula para restringir la lista de operadores y funciones a opciones específicas de SQL.

Directrices para consultas SQL

La escritura de SQL sin formato es una operación avanzada; los usuarios son responsables de que la sintaxis y los resultados de consulta sean correctos.

Siga estas directrices al utilizar SQL sin formato para crear consultas en una configuración de proceso:

- Una consulta SQL debe devolver una lista *only* de ID exclusivos tal y como los defina la clave de una tabla base.
- Una consulta SQL debe utilizar la sintaxis siguiente:

  ```
  SELECT DISTINCT(<clave1> [<clave2>,...]) FROM <tabla> WHERE <condición>
  ORDERBY <id_exclusivo>
  ```

  Esta consulta indica la base de datos para realizar la ordenación de los datos y la eliminación de duplicados. Si se omite la cláusula `DISTINCT` o `ORDERBY`, Campaign ordenará los datos y eliminará los duplicados en el servidor de aplicaciones, así que aún puede recibir los resultados correctos, pero el rendimiento será más lento.
- Si la optimización en base de datos está habilitada y hay una celda de entrada al proceso Selección, debe utilizar el token `<TempTable>` para obtener la lista correcta de ID de audiencia.
- Para mejorar significativamente el rendimiento con tablas grandes, utilice el token `<TempTable>` incluso cuando no se utilice la optimización en base de datos.
- Si la base de datos permite que se pasen varios comandos, especifique tantos comandos SQL válidos como necesite, con las reglas siguientes:
  - Separe los comandos mediante el delimitador adecuado.
  - El último comando deberá ser un comando `select`.
  - Este comando `select` seleccionará todos los campos relevantes necesarios para definir el nivel de audiencia en el mismo orden en que se define el nivel de audiencia.
  - No se utilizan otras sentencias `select`.

- Los filtros de datos no se aplican a consultas SQL sin formato ni a macros personalizadas que utilizan SQL sin formato. Para obtener más información sobre los filtros de datos, consulte la publicación *IBM Marketing Platform Guía del administrador*.

Especificación de sentencias SQL de pre o postprocesamiento

Si utiliza un proceso Selección o Extracción, puede incluir opcionalmente sentencias SQL sin formato para ejecutarlas antes o después del proceso.

Antes de empezar

Para obtener importe información, consulte "Directrices para consultas SQL" en la página 137.

Acerca de esta tarea

Puede incluir procedimientos SQL como parte de la ejecución del proceso, lo que puede ser útil para la ETL, las actualizaciones rutinarias de la despensa de datos, los ajustes del rendimiento y la seguridad. Puede especificar SQL de pre o postprocesamiento:

- **Pre-procesamiento**: especifique SQL sin formato para que se procese antes de que se ejecute la consulta.
- **Post-procesamiento**: especifique SQL sin formato para que se procese después de que se ejecute la consulta.

Por ejemplo, puede utilizar sentencias SQL pre- y post-procesamiento para:

- ejecutar procedimientos almacenados en la base de datos
- crear, descartar y volver a crear tablas e índices
- otorgar o modificar privilegios a otros usuarios o grupos
- organizar comandos de base de datos de varios pasos
- ejecutar rutinas complejas de base de datos sin tener que utilizar scripts externos para conectarse a la base de datos

Nota: Para obtener importe información, consulte "Directrices para consultas SQL" en la página 137.

Procedimiento

1. Empiece a configurar un proceso Selección o Extracción.

   Puede seleccionar todos los registros o utilizar una consulta para seleccionar ID específicos. Para el proceso Selección, puede aplicar pre- o post-procesamiento independientemente del tipo de consulta (consulta estándar o **Utilizar SQL sin formato para la selección de registros**).
2. Pulse el botón **Avanzada**.

   Aparecerá la ventana Configuración avanzada.
3. Efectúe una doble pulsación en el área **Pre-procesamiento** y especifique una sentencia SQL sin formato para que se ejecute antes del proceso.
4. Pulse la celda **Base de datos** y seleccione la base de datos en la que desea ejecutar esta sentencia.

   La lista **Base de datos** muestra todas las bases de datos disponibles (aquellas para las que se ha configurado una categoría de origen de datos en la página Configuración de Marketing Platform). Si la base de datos no aparece en la

lista, póngase en contacto con su administrador de sistema de Campaign. Debe especificar una sentencia SQL para poder seleccionar una base de datos.

Las sentencias SQL se procesan en el orden en que aparecen.

5. Siga el mismo procedimiento para especificar cualquier sentencia SQL **Post-procesamiento** que se deba ejecutar después del proceso.

   Las sentencias SQL se procesan en el orden en que aparecen.

   Nota: Para obtener información sobre la opción **Utilizar SQL sin formato para selección de registro** del diálogo Configuración avanzada, consulte "Creación de consultas SQL sin formato" en la página 136.

Utilización de los tokens TempTable y OutputTempTable en las consultas en SQL sin formato

Las tablas temporales proporcionan un espacio de trabajo para los resultados intermedios cuando se procesan o pasan datos. Cuando la operación finaliza, las tablas temporales se descartan automáticamente.

- Para obtener el mejor rendimiento, utilice el token `<TempTable>` en consultas SQL sin formato, especialmente al consultar tablas grandes.
- Si está utilizando la optimización en base de datos y especifica una consulta SQL sin formato en un proceso Selección con una celda de entrada, debe utilizar el token `<TempTable>` para garantizar un comportamiento correcto. Consulte a continuación la una explicación completa.
- Si utiliza la optimización en base de datos, utilice también el token `<OutputTempTable>` para evitar que se copien innecesariamente los ID de audiencia de la base de datos en el servidor de Campaign.

Cuando se utiliza una consulta SQL sin formato en un proceso Selección con una celda de entrada, el comportamiento del proceso depende de si está utilizando la optimización en base de datos. (La optimización en base de datos se controla globalmente con el valor de configuración **Usar en optimización de base de datos**. Se controla para diagramas de flujo individuales con la opción **useInDbOptimization durante la ejecución del diagrama de flujo** en el menú **Administración**).

- Cuando la optimización en base de datos está desactivada: la lista de ID de la consulta SQL sin formato se compara automáticamente con la lista de ID de la celda de entrada. La lista resultante de ID es un subconjunto de la celda, tal como se esperaba.
- Cuando la optimización en base de datos está activada: Campaign presupone que la lista de ID generada desde el proceso Selección es la lista final. Campaign no correlaciona esta lista con la lista de ID de ninguna celda de entrada. Por lo tanto, la consulta SQL sin formato escrita para un proceso Selección intermedio (un proceso Selección con una celda de entrada) deben utilizar el token `<TempTable>` para unirse correctamente con la celda de entrada. La unión con la celda de entrada asegura resultados correctos y mejora el rendimiento al evitar el proceso extraño de ID de audiencia que no están en la celda de entrada.

La optimización en base de datos se explica en la publicación *IBM Campaign Guía del administrador*.

Ejemplo: utilización de los tokens TempTable y OutputTempTable

Este ejemplo muestra cómo utilizar los tokens TempTable y OutputTempTable en una consulta en SQL sin formato.

Suponga que tiene un proceso Selección1 que selecciona 10.000 clientes "Gold" (por ejemplo, Indiv.AcctType = 'Gold'). Después conecta Selección1 a un segundo proceso Selección ("Selección2") utilizando una consulta en SQL sin formato:

```
Select p.CustID from Indiv p, <TempTable> where p.CustID =
<TempTable>.CustID group by p.CustID having sum(p.PurchAmt) > 500
```

Este ejemplo selecciona aquellos clientes cuya suma de compras supere 500 $ y que estén en la celda de entrada (es decir, clientes con una cuenta de tipo "Gold").

Por contra, una consulta en SQL sin formato que omita el token `<TempTable>` y la unión:

```
Select p.CustID from Compras p group by p.CustID having sum(p.PurchAmt) >
500
```

calcula en primer lugar la suma de las compras de todos los clientes de la tabla Compras (que podrían ser millones) y después selecciona todos clientes cuya suma de compras supere 500 $, independientemente de que sean clientes "Gold" o no.

Por tanto, a fin de lograr el mejor rendimiento, incluso estando inhabilitada la optimización en base de datos, escriba las consultas en SQL sin formato utilizando el token <TempTable> cuando haya una celda de entrada.

Por motivos de simplicidad, este ejemplo no utiliza el token <OutputTempTable>, pero, a fin de mantener la optimización en base de datos e impedir que los ID de audiencia se extraigan de la base de datos y se lleven hasta el servidor de Campaign, deberá incluir el token <OutputTempTable> en la consulta en SQL sin formato. Por ejemplo:

```
Create table <OutputTempTable> as Select p.CustID from Compras p,
<TempTable> where p.CustID = <TempTable>.CustID group by p.CustID having
sum(p.PurchAmt) > 500
```

Referenciación de tablas de Extracción en consultas en SQL sin formato

Pueden referenciarse tablas de Extracción en procesos en sentido descendente mediante SQL sin formato utilizando el token `<Extract>`. Utilice este token para especificar subconjuntos de datos a procesar posteriormente, lo que puede mejorar el rendimiento cuando se trabaja con tablas muy grandes.

El ejemplo siguiente consulta una tabla de Extracción para seleccionar los ID de cliente de todos los clientes cuyo saldo de cuenta sobrepasa 1.000 $.

```
Select p.CUSTOMERID from USER_TABLE p, <Extract> where p.CUSTOMERID =
<Extract>.CUSTOMERID group by p.CUSTOMERID having sum(p.BALANCE) > 1000
```

En los diagramas de flujo que contengan varios procesos Extracción, el token `<Extract>` siempre se referirá a la tabla de Extracción disponible más reciente.

Nota: Después de una fusión, el token `<Extract>` puede ser válido o no serlo. Realice una ejecución de prueba del diagrama de flujo para determinar si el token funciona como estaba previsto.

Cómo se evalúan las consultas en los procesos de Campaign

Las consultas en los procesos de Campaign se evalúan de izquierda a derecha utilizando reglas matemáticas.

Por ejemplo, la siguiente sentencia:

```
[VarUsuario.1] < PDF < [VarUsuario.2]
```

se evalúa así:

```
([VarUsuario.1] < PDF) < [VarUsuario.2]
```

Es decir, la primera parte de la sentencia **([VarUsuario.1] < PDF)** se evalúa como true o false (1 ó 0) y el resultado se pasa a la segunda sentencia:

```
[1 | 0 ] < [VarUsuario.2]
```

Para que el ejemplo se evaluara como PDF mayor que [VarUsuario.1] y menor que [VarUsuario.2], habría que construir la siguiente consulta:

```
[VarUsuario.1] < PDF AND PDF < [VarUsuario.2]
```

Esta sentencia es equivalente a la siguiente:

```
([VarUsuario.1] < PDF) AND (PDF < [VarUsuario.2])
```

Capítulo 7. Gestión de ofertas

Las ofertas son comunicaciones específicas de marketing que se envían a grupos concretos de personas utilizando uno o más canales. Cada oferta está basada en una plantilla de oferta que un administrador de Campaign define.

Una oferta simple de un minorista en línea podría consistir en el envío gratuito de todas las compras en línea efectuadas en el mes de abril. Una oferta más compleja podría consistir en una tarjeta de crédito de una institución financiera con una combinación personalizada de diseño gráfico, tipo de interés introductorio y fecha de caducidad que varíe en función de la calificación crediticia y de la región del destinatario.

En Campaign se crean ofertas que pueden utilizarse en una o más campañas.

Las ofertas pueden reutilizarse:

- en campañas diferentes
- en distintos momentos
- para diferentes grupos de personas (celdas)
- como "versiones" distintas mediante la variación de los campos parametrizados de la oferta.

El flujo de trabajo general es el siguiente:

1. (Opcional) Un administrador define atributos personalizados.
2. Un administrador crea plantillas de oferta (necesario) y les añade atributos personalizados (opcional).
3. Un usuario crea ofertas basadas en las plantillas.
4. Un diseñador de diagramas de flujo asigna las ofertas mediante la configuración de un proceso de contacto en un diagrama de flujo o relacionando ofertas con celdas objetivo que se han definido en la hoja de cálculo de celdas objetivo.
5. La campaña se ejecuta, y se hace la oferta al cliente.

Después de que una oferta se ha utilizado en una campaña que se ha ejecutado en modo de producción, la oferta no se puede suprimir. Sin embargo, se puede retirar. Las ofertas retiradas no se pueden asignar, y las ofertas asignadas que se han retirado ya no se enviarán. Las ofertas retiradas aparecen en gris en la jerarquía de ofertas. Están aún disponibles para la creación de informes y el seguimiento de respuestas.

Nota: Para poder trabajar con ofertas es necesario tener los permisos adecuados. Para obtener información sobre los permisos, consulte la *Campaign Guía del administrador*.

Atributos de oferta

Los atributos de oferta son la información que define una oferta. El nombre de oferta, la descripción y el canal son ejemplos de atributos de oferta.

© Copyright IBM Corp. 1998, 2014

Algunos atributos son específicos de un tipo de oferta. Por ejemplo, el tipo de interés podría ser un atributo de una oferta de tarjeta de crédito, pero no de una oferta de envío gratis.

Hay tres tipos de atributos de oferta:

- **Básico**: los campos que son necesarios para definir una oferta, como el nombre de oferta, la política de seguridad, un código de oferta exclusivo, la descripción y los productos relevantes.
- **Estándar**: los atributos de oferta que se suministran con Campaign, que se pueden incluir opcionalmente en una oferta. Algunos ejemplos son el canal, la fecha efectiva y la fecha de caducidad.
- **Personalizado**: los atributos que se crean para la organización, como el departamento, el patrocinador, el tipo de interés y SKU.

Cuando los administradores definen atributos de ofertas en una plantilla de oferta, cada atributo se define como *estático* o *parametrizado*. El mismo atributo de oferta (por ejemplo, canal), puede ser estático en una plantilla de oferta, pero parametrizado en otra.

- **Atributos estáticos**: los atributos de oferta cuyos valores no cambian al crear una versión distinta de la oferta. Algunos ejemplos son el código de oferta, el nombre de oferta y la descripción.
- **Atributos estáticos ocultos**: los atributos estáticos se incluyen en una plantilla de oferta pero están ocultos para la persona que crea la oferta. Se puede buscar, hacer seguimiento e informar de los atributos ocultos. Por ejemplo, si una plantilla incluye el coste de oferta (el coste para la organización de la administración de la oferta), puede buscar todas las ofertas que cuestan menos de 1,00 $ de administrar. La información puede utilizarse en los informes para el análisis del ROI de rendimiento.
- **Atributos parametrizados**: los atributos de oferta cuyos valores se pueden proporcionar cuando se asigna la oferta. Por ejemplo, cuando escribe un valor, selecciona una opción de la lista desplegable predefinida o selecciona un campo de base de datos. Cuando se define la plantilla de oferta, el administrador puede configurar cualquier atributo de oferta estándar o personalizado como atributo parametrizado.

Los atributos parametrizados de las plantillas de ofertas tienen valores predeterminados que pueden sustituirse cuando la oferta se crea y cuando se asigna. Por ejemplo, el tipo de interés promocional de una oferta de tarjeta de crédito podría parametrizarse en su plantilla de oferta con valores del 5%, 8% y 12%. Cuando se utiliza la plantilla para crear una oferta, puede seleccionar uno de estos valores como el tipo de interés predeterminado. Cuando la oferta se utiliza posteriormente en un diagrama de flujo y se asigna a una celda, el diseñador de diagramas de flujo puede cambiar el tipo de interés a un valor diferente.

Versiones de una oferta

Una versión de oferta se crea cada vez que se cambian los atributos parametrizados de una oferta para crear una combinación exclusiva.

Por ejemplo, puede cambiar los siguientes atributos en una oferta de tarjeta de crédito:

- Diseño gráfico (faro, gatitos o coches de carreras)
- Tasas promocionales (5,99%, 8,99% o 12,99%)
- Fechas de validez de la oferta (enero, junio o septiembre)

Por lo tanto, una tarjeta de crédito con la imagen de un faro, la tasa promocional del 5,99% y la oferta válida desde el 1 al 31 de septiembre es una versión distinta de la oferta de una tarjeta de crédito con una imagen, tasa o fecha de validez diferente.

Nota: Para identificar de forma exclusiva instancias específicas de utilización de ofertas, utilice códigos de tratamiento.

Plantillas de oferta

Cuando crea una oferta, se basa en una plantilla de oferta. Las plantillas de ofertas se crean por un administrador con anterioridad.

Cada plantilla de oferta incluye varios campos necesarios, como el nombre de oferta y la política de seguridad. Además, las plantillas pueden incluir atributos personalizados que se han definido por separado. Por ejemplo, una plantilla para crear ofertas de "tarjeta de recompensa" puede incluir una lista desplegable "Descuento" (atributo personalizado) que contenga los valores 10%, 15% y 20%.

Al crear una oferta basada en esa plantilla, rellena los campos definidos en la plantilla. Por ejemplo, puede proporcionar un nombre de oferta, seleccionar una política de seguridad y elegir un valor predeterminado de la lista desplegable "Descuento". Si tiene permitido añadir valores a la lista, verá un botón **Añadir** junto al atributo cuando cree la oferta. Por ejemplo, si añade el valor 25%, la lista contendrá cuatro valores (10%, 15%, 20% y 25%).

Cuando guarda la oferta, esta pasa a estar disponible para su uso en diagramas de flujo de la campaña. El diseñador de diagramas de flujo puede asignar ofertas configurando un proceso de contacto, como Lista de correo, Telemarketing u Optimización.

El comportamiento de las listas desplegables en procesos de contacto está controlado por el parámetro de configuración genérico `disallowAdditionalValForOfferParam`. Este parámetro determina si los diseñadores de diagramas de flujo están limitados a seleccionar un valor de la lista cuando se configura un proceso de contacto. Si el parámetro es true, los diseñadores solo pueden seleccionar valores de la lista desplegable. Si el parámetro es false, los diseñadores pueden seleccionar valores fuera de la lista, por ejemplo de una tabla de base de datos.

Tratamientos

Las tratamientos son combinaciones exclusivas de una celda y una versión de oferta en un determinado punto en el tiempo. Puesto que permiten el seguimiento de respuestas de una forma muy concreta, la utilización de códigos de tratamiento para realizar seguimientos de respuestas es un procedimiento recomendado.

Los tratamientos se crean automáticamente cuando se ejecuta un diagrama de flujo con procesos de contacto (Telemarketing o Lista de correo) asociados a ofertas. Cada tratamiento se identifica de forma exclusiva mediante un código de tratamiento, generado por el sistema, cuyo formato se especifica en la(s) plantilla(s) de oferta a partir de las cuales se produjeron las ofertas. Los códigos de tratamiento no pueden ser alterados por los usuarios.

Cada vez que un proceso de contacto se ejecuta (salvo en el modo de pruebas), Campaign registra los siguientes detalles:

- la versión o versiones de oferta asignadas en el proceso de contacto
- la(s) celda(s) a las que están asignadas las ofertas
- el código de tratamiento para cada combinación exclusiva de versión de oferta, celda y fecha/hora
- la fecha de ejecución del proceso de contacto

La ejecución del mismo proceso de contacto dos veces (en ejecuciones de producción) crea dos instancias de tratamiento, cada una con un código de tratamiento exclusivo. Esto permite realizar un seguimiento de las respuestas de una forma muy concreta, a nivel de una instancia de contacto exacta. Por ejemplo, podría ejecutarse la misma promoción del 15 de enero el 15 de febrero, y si ha utilizado códigos de seguimiento para efectuar un seguimiento, las personas que respondan al envío de correos del 15 de febrero podrán distinguirse de las que respondieron al envío de correos del 15 de enero mediante sus códigos de tratamiento, incluso si fueron el objetivo de ambas promociones.

Los códigos de tratamiento no están disponibles antes de la ejecución de diagrama de flujo, porque solo se generan en tiempo de ejecución y, por lo tanto, no son apropiados para requisitos de códigos preimpresos. Sin embargo, pueden sacarse como campos generados por Campaign a efectos de seguimiento o de impresión a petición.

Creación de ofertas

Cree ofertas para representar los mensajes de marketing que desea comunicar a sus clientes o posibles clientes.

Antes de empezar

Antes de poder crear una oferta, un administrador debe crear al menos una plantilla de oferta y debe tener permiso para utilizar dicha plantilla. Para poder crear ofertas en una carpeta, debe tener los permisos adecuados en la política de seguridad que rija en esa carpeta.

Acerca de esta tarea

En función de cómo haya definido el administrador las plantillas de oferta, creará una oferta nueva o una nueva versión de una oferta existente. Debe crear una oferta nueva en los casos siguientes:

- Cuando cambien los campos de una oferta no parametrizada.
- Cuando necesite un código de oferta nuevo a efectos de seguimiento (por ejemplo, para la preimpresión de códigos de respuesta en los sistemas de envío de correos).

Para crear una oferta puede seguir este procedimiento, o puede duplicar una oferta existente y editarla.

Procedimiento

1. Seleccione **Campaña > Ofertas**.
2. Pulse el icono **Añadir una oferta** .
3. Si solo existe una plantilla de oferta, se abre la página Oferta nueva. Si hay más de una plantilla de oferta, se le solicita que seleccione una plantilla de oferta en la que basar la nueva oferta.

Nota: Los nombres de plantilla que se visualizan en gris están retirados y no se pueden utilizar para la creación de ofertas.

4. Pulse **Continuar**.
5. Utilice la página Oferta nueva para definir la oferta. Los campos que se visualizan dependen de la plantilla de oferta que se está utilizando. Sin embargo, los campos siguientes siempre se incluyen:

Opción	**Descripción**
Nombre de la oferta	Los nombres de oferta tienen determinadas restricciones de caracteres. Consulte Apéndice A, "Caracteres especiales en nombres de objeto de IBM Campaign", en la página 265.
Política de seguridad	Una política que se define por el administrador.
Descripción	Opcional.
Código de oferta	Las ofertas se identifican con códigos de oferta exclusivos asignados por el sistema y basados en un formato especificado por la compañía. Si sustituye o vuelve a generar códigos de oferta, Campaign no puede garantizar que el código de oferta nuevo sea exclusivo. Si utiliza un código de oferta no exclusivo para el seguimiento de respuestas, los resultados pueden ser inexactos Para obtener detalles sobre los códigos de oferta, consulte la publicación *Campaign Guía del administrador*.
Productos relevantes	De forma opcional, liste los ID de productos que se van a utilizar para el seguimiento de respuestas inferidas. Por ejemplo, puede que desee que la compra de un chicle se considere una respuesta a la oferta de dulces.

Opción	Descripción
Atributos parametrizados	Opcionalmente, seleccione valores y especifique valores predeterminados. Los valores que se pueden ver y cambiar en la sección **Atributos parametrizados** están definidos por la plantilla de oferta que está utilizando. Los atributos parametrizados son atributos de oferta cuyos valores se pueden proporcionar cuando se asigna la oferta. La sección **Atributos parametrizados** puede contener campos, botones o menús desplegables, en los que puede seleccionar valores predefinidos o especificar sus propios valores predeterminados. Puede modificar la sección **Atributos parametrizados** solo si la plantilla de oferta tiene definidos atributos parametrizados. Si está disponible una lista de valores y se pueden añadir valores a ella, verá un botón **Añadir** junto al atributo. Por ejemplo, puede añadir el valor 25% a una lista de ofertas "Descuento". Si añade elementos de la lista, las adiciones se guardan en el atributo personalizado para que estén disponibles para todos los usuarios. Después de guardar los cambios, no puede eliminar ningún elemento que ha añadido. Solo los administradores pueden eliminar elementos de las listas modificando el atributo personalizado.
Supresión de oferta para interacciones en tiempo real	De forma opcional, determine si desea dejar de presentar esta oferta en interacciones en tiempo real basándose en criterios que especifique. Esta sección solo se muestra si está definiendo una oferta utilizando una plantilla que tenga seleccionada la opción **Permitir ofertas creadas con esta plantilla para utilizarlas en interacciones en tiempo real**. Por ejemplo, puede suprimir la presentación de esta oferta a los visitantes que la han rechazado explícitamente, o puede suprimir la oferta después de que se haya presentado a un visitante de un determinado número de veces. Para obtener información detallada sobre la utilización de la sección **Supresión de oferta para interacciones en tiempo real**, consulte la publicación *Interact Guía del usuario*.

6. Pulse **Guardar cambios**.

Qué hacer a continuación

Para utilizar la oferta, asígnela a una celda en un diagrama de flujo o una hoja de cálculo de celdas objetivo (TCS).

Edición de ofertas

Puede editar una oferta en cualquier momento, independientemente de si se ha utilizado en un proceso de contacto o no, en función de sus roles y permisos.

Acerca de esta tarea

Después de utilizar una oferta en producción (una vez que se ha asignado a una celda en un diagrama de flujo que se ha ejecutado en producción y ha registrado en un historial de contactos), solo puede editar el nombre de oferta, la descripción y los valores predeterminados de los atributos de oferta parametrizados. Esta restricción asegura que Campaign pueda realizar un seguimiento de los detalles de oferta exactos de las ofertas que ya se han realizado.

Procedimiento

1. Seleccione **Campaña > Ofertas**.
2. Pulse en el nombre de la carpeta.
3. Pulse el icono **Editar** en la página Resumen de la oferta.
4. Efectúe los cambios.
5. Pulse **Guardar cambios**.

Activos digitales de otros productos de IBM EMM

Campañas de marketing creadas en IBM Campaign pueden incluir activos digitales de otros productos de IBM EMM , incluido eMessage y Marketing Operations.

Visualización y edición de activos de eMessage que están enlazados a una oferta de Campaign

Puede ver todos los activos digitales de eMessage relacionados para una oferta desde la página Resumen de la oferta y opcionalmente editar los activos en la Biblioteca de contenido.

Antes de empezar

Antes de poder ver los activos de eMessage en una oferta, debe utilizar eMessage Document Composer para asociar la oferta con al menos un activo en la Biblioteca de contenido. Cada activo puede estar asociado con solo una oferta cada vez, pero una oferta puede estar asociada a más de un activo. Para obtener más información, consulte la documentación de eMessage.

Acerca de esta tarea

Después de establecer la relación entre una oferta en Campaign y los activos en eMessage, puede ver los activos en la página Resumen de la oferta de Campaign.

Procedimiento

1. Pulse **Campaign > Ofertas**.
2. Localice una oferta que tenga activos de eMessage.
3. Pulse en el nombre de la carpeta.

   Aparece la página Resumen de la oferta.
4. Pulse **Enlazar a activo digital de IBM eMessage** en la parte superior de la página Resumen.

   La Biblioteca de contenido de eMessage se abre y muestra una lista de todos los activos de eMessage que están relacionados con la oferta.
5. Puede efectuar una doble pulsación en un activo para abrirlo.

Conceptos relacionados:

"Descripción general de la integración de ofertas de eMessage con IBM Campaign" en la página 10

Introducción a la utilización de activos de Marketing Operations en ofertas de Campaign

Si Marketing Operations y Campaign están instalados y dispone de la licencia del complemento de gestión de activos de marketing de IBM para Marketing Operations, las campañas pueden incluir activos digitales de las bibliotecas de activos de Marketing Operations. Campaign no necesita estar integrado con Marketing Operations, aunque puede estarlo.

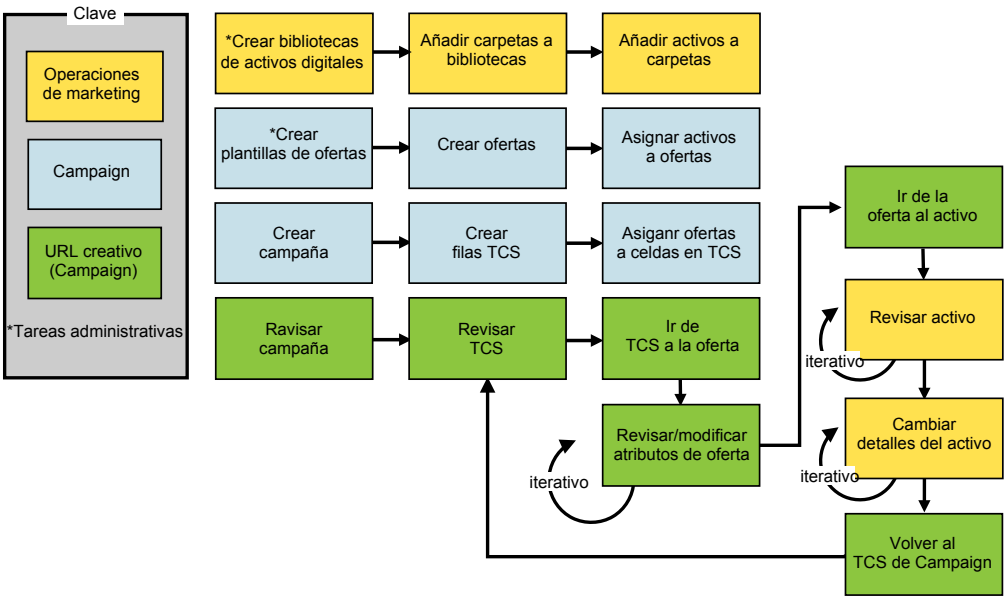
Un ejemplo de esta funcionalidad es crear una oferta que incluya un logotipo de producto almacenado en una biblioteca de activos de Marketing Operations.

Para incluir un activo de Marketing Operations en una oferta, un usuario crea una oferta basada en una plantilla que incluye el atributo **CreativeURL**. Un "URL creativo" es un puntero que indica la ubicación de un activo en Marketing Operations. El activo al que apunta el atributo **CreativeURL** se incluye en la oferta.

El atributo **CreativeURL** permite a los usuarios moverse de Campaign a Marketing Operations cuando configuren ofertas, plantillas de oferta o campañas.

Por ejemplo, cuando se crea o edita una campaña, puede ir de una hoja de cálculo de celdas objetivo (TCS) a la oferta relacionada con la celda. Desde esa oferta, puede navegar al activo relacionado en Marketing Operations, donde podrá verlo o modificarlo. También puede subir un activo nuevo a la biblioteca, para su uso inmediato en la campaña.

El ejemplo siguiente muestra un posible flujo de trabajo para un sistema. Este ejemplo es para un sistema que no está integrado. El flujo de trabajo puede ser diferente.



Utilización de activos de Marketing Operations en ofertas de Campaign

En este tema se explica cómo relacionar un activo digital de Marketing Operations con una oferta de Campaign, para sistemas que no se han integrado. Si Marketing Operations está integrado con Campaign, y la integración de ofertas está habilitada, debe seguir un proceso ligeramente distinto. Consulte *IBM Marketing Operations y la Campaign Guía de integración*.

Acerca de esta tarea

Un activo es un archivo electrónico diseñado para su uso en un programa de marketing. Ejemplos de activos pueden ser logotipos, imágenes de marcas, documentos de investigación de marketing, materiales de referencia, material auxiliar corporativo o plantillas de documentos. Si utiliza Marketing Operations y también Campaign, puede incluir un archivo de una biblioteca de activos de Marketing Operations como parte de una oferta de Campaign. Para incluir un activo en una oferta, utilice el atributo **CreativeURL**. Un "URL creativo" es un puntero a un archivo en una biblioteca de activos de Marketing Operations.

Tabla 12. Utilización de activos de Marketing Operations en ofertas de Campaign

Tarea	Detalles
Requisito previo: crear y rellenar una biblioteca de activos en Marketing Operations.	Los administradores de Marketing Operations crean bibliotecas de activos que sirven de repositorios para los archivos. Los usuarios de Marketing Operations pueden cargar activos digitales y organizarlos en carpetas dentro de las bibliotecas de activos. Para obtener una lista de requisitos previos y de directrices, consulte la publicación *Campaign - Guía del administrador.*
Requisito previo: añadir el atributo **CreativeURL** a una plantilla de oferta.	Los administradores de Campaign añaden el atributo **CreativeURL** a una plantilla de oferta cuando definen la plantilla. Para obtener más información, consulte la publicación *Campaign - Guía del administrador.*

Tabla 12. Utilización de activos de Marketing Operations en ofertas de Campaign (continuación)

Tarea	Detalles
Cree una oferta que se base en una plantilla que incluya el atributo **CreativeURL** y relacione un activo con la oferta.	1. Seleccione **Campaña > Ofertas**, pulse **Añadir una oferta** y seleccione una plantilla que incluya el atributo **CreativeURL**. 2. Utilice la página Oferta nueva para definir la oferta (nombre, política de seguridad y otra información) y luego pulse **Examinar biblioteca** en el **URL creativo**. (Los pasos 2 a 5 también se pueden llevar a cabo desde el modo de vista Hoja de cálculo de celdas objetivo. 3. En el diálogo, pulse una biblioteca para abrirla. Se abrirá la ventana de la biblioteca. 4. En la ventana de la biblioteca, vaya a una carpeta de la biblioteca de activos y seleccione el activo que desee utilizar en esta oferta. 5. Para añadir un activo, pulse **Añadir activo** y, a continuación, defina el nombre del activo, el propietario y demás información. En el campo **Archivo**, pulse **Cargar** y, a continuación, busque el activo. Puede cargar un archivo, obtener una vista previa de un archivo o una miniatura. 6. Siga las indicaciones para seleccionar y cargar activos en la biblioteca, guarde los cambios y acepte el activo. 7. Pulse **Guardar cambios** para guardar la oferta. Ahora se incluirá un enlace al activo especificado en el campo **URL creativa**.
Asignar ofertas a celdas en la hoja de cálculo de celdas objetivo (TCS en sus siglas inglesas) de Campaign.	1. Vaya a la página Todas las campañas, pulse una campaña, seleccione la pestaña **Celdas objetivo** y edite la TCS. 2. Pulse la columna **Ofertas asignadas** y pulse **Seleccionar una o más ofertas**. 3. Utilice la ventana Seleccionar ofertas para seleccionar la oferta que ha creado. 4. Guarde la TCS y salga. Su campaña ahora incluye un activo digital de Marketing Operations. Normalmente, una campaña pasa ahora por un proceso de revisión y ajuste que se explica en los pasos siguientes.

Tabla 12. Utilización de activos de Marketing Operations en ofertas de Campaign (continuación)

Tarea	Detalles
Modificar la oferta (opcionalmente)	1. Vaya a la página Todas las campañas, pulse una campaña, seleccione la pestaña **Celdas objetivo** y edite la TCS. 2. Pulse la columna **Ofertas asignadas** y pulse **Ver ofertas** . Se abre la ventana Ver/editar oferta. 3. Seleccione la oferta y pulse **Obtener vista previa**. (Si decide eliminar una oferta, selecciónela y pulse **Eliminar**). 4. Para abrir la oferta para editarla, pulse el icono **Editar** en la parte superior de la ventana. 5. Con la oferta abierta para editarla, puede editar los valores de los atributos parametrizados. También puede acceder a activos de Marketing Operations: a. Pulse el enlace **Examinar biblioteca** en el campo **URL creativa**. b. En la ventana que se abre, pulse en una biblioteca. c. En la ventana resultante, vaya a una carpeta en la biblioteca de activos y seleccione un activo para utilizarlo en esta oferta. d. Si desea añadir un activo, pulse **Añadir activo** y, a continuación, proporcione la información necesaria. En el campo **Archivo**, pulse **Cargar** y, a continuación, busque el activo. Puede cargar un archivo, una vista previa de un archivo o una miniatura. Siga las indicaciones para completar la acción. e. Pulse **Guardar cambios** para guardar la oferta. Ahora se incluirá un enlace al activo seleccionado en el campo **URL creativa**.
Guardar y salir.	Cierra las ventanas de IBM Marketing Operations y vuelve a la Campaign TCS. Guarde la TCS y salga.

Asignación de ofertas a celdas en un diagrama de flujo

Los diseñadores de diagramas de flujo asignan ofertas a celdas mediante la configuración de un proceso de contacto en un diagrama de flujo. Una *celda* es una lista de clientes con los que desea ponerse en contacto con una oferta específica. Una *celda objetivo* es una celda que tiene una oferta asignada. Opcionalmente puede excluir grupos de control del contacto, para fines de análisis.

Antes de empezar

Antes de empezar, debe crear una oferta que esté disponible para la asignación. También puede elegir asociar ofertas con campañas utilizando la pestaña Resumen de campaña. Las ofertas que están asociadas a una campaña aparecen en la parte superior de las listas de selección como ofertas "relevantes".

Acerca de esta tarea

Nota: Las organizaciones que utilizan un enfoque de gestión de "arriba a abajo " asignan ofertas a celdas en una hoja de cálculo de celdas objetivo (TCS). Luego un diseñador de diagramas de flujo selecciona destinatarios para esas ofertas. Para obtener más información, consulte “Asignación de ofertas a celdas en una TCS” en la página 185

Nota: Si Campaign está integrado con Marketing Operations, utilice Marketing Operations para asignar ofertas a celdas de salida en formato de hoja de cálculo de

celdas objetivo (TCS) de un proyecto de campaña. No puede asignar ofertas en un proceso de contacto a menos que trabaje con campañas heredadas.

Siga estos pasos para asignar ofertas a celdas en un diagrama de flujo.

Procedimiento

1. Abra una campaña y pulse una pestaña del diagrama de flujo.
2. Pulse **Editar** en la ventana del diagrama de flujo.
3. Efectúe una doble pulsación en el proceso de contacto, como Lista de correo o Telemarketing, que contiene los destinatarios de la oferta.
4. Utilice la pestaña **Tratamiento** para asignar al menos una oferta a cada celda.
5. Pulse la pestaña **Parámetros** para ver los nombres y los valores de cada oferta parametrizada que se ha asignado en la pestaña **Tratamiento** y para ajustar los valores de parámetro de oferta.

   Por ejemplo, si un proceso Lista de correo incluye una oferta de tarjeta de crédito, puede ajustar los términos que se ofrecen.En función de cómo se ha definido la oferta, es posible que pueda seleccionar valores de una lista. Si está disponible una lista, el valor de configuración `Campaign | particiones | partición[n] | servidor | flowchartConfig | disallowAdditionalValForOfferParam` determina si puede especificar más valores o si está restringido a seleccionar valores de la lista.

Qué hacer a continuación

Para obtener más información, consulte “Configuración de procesos de contacto (Lista de correo o Telemarketing)” en la página 113.

Asociación de ofertas relacionadas con campañas

Puede asociar ofertas con campañas para que sea más fácil para los usuarios seleccionar ofertas relevantes cuando configuran procesos de contacto en diagramas de flujo relevantes (asignan ofertas a celdas).

Procedimiento

1. En la pestaña **Resumen de campañas**, pulse el icono **Añadir/Eliminar ofertas** .
2. Seleccione las ofertas que desea añadir y muévalas a la lista **Ofertas que se incluyen**.

   Puede utilizar **Buscar** para buscar ofertas, o puede navegar por las carpetas. Utilice **Mayús+Pulsación** o **Ctrl+Pulsación** para seleccionar varias ofertas.
3. Pulse **Guardar cambios**.

Resultados

El área **Ofertas relevantes** de la pestaña Resumen de campañas muestra todas las ofertas que están asociadas con la campaña. Las ofertas están en gris hasta que alguien las utiliza en un diagrama de esta campaña.

Un asterisco junto a un nombre de oferta indica que la oferta se ha asociado con una campaña (asociación "de arriba a abajo "). Las ofertas que se han utilizado directamente en un diagrama de flujo ("de abajo arriba") sin que primero se hayan asociado a una campaña no tienen un asterisco.

Cuando los usuarios configuran un proceso de contacto para crear listas de contactos en los diagramas de flujo de campaña, las ofertas relevantes aparecen en la parte superior de la lista, para que sean fáciles de localizar y seleccionar para su asignación a una o más celdas objetivo.

Productos relevantes para ofertas

Los productos relevantes son productos que se pueden utilizar en el seguimiento de respuestas inferidas para determinar si un evento (por ejemplo, una compra) se considera una respuesta. Por ejemplo, si se lista Chicle como producto relevante para su oferta de dulces, entonces si un cliente compra Chicle, se considera una respuesta.

Cuando se crea una oferta, hay dos formas de definir los productos relevantes.

- Puede utilizar el botón **Editar consulta** para crear una consulta que devuelva la lista de ID de productos que considere relevantes.
- Puede utilizar **Importar ID de productos** para escribir o pegar una lista de ID de un archivo de origen y, a continuación, pegar la lista resultante en el campo Productos relevantes.

Nota: Cuando se realiza la gestión de ofertas de IBM Marketing Operations, la funcionalidad de los productos relevantes, que relaciona los ID de producto con ofertas, no está disponible.

Asignación de productos relevantes a una oferta

Puede asignar una lista de ID de productos "relevantes" a una oferta. Los productos relevantes son productos que no forman parte explícitamente de la oferta, pero que tiene la intención de contar como respuestas.

Procedimiento

1. Elija **Campaign > Ofertas**, y cree una nueva oferta.
2. Pulse **Importar ID de productos** en la página Oferta nueva. Se abre el diálogo Seleccionar productos.
3. Copie los ID de productos de su archivo de origen.

   Nota: El contenido de origen puede incluir uno o más de los siguientes delimitadores: tabulador, coma o salto de línea/nueva línea. Se ignorarán varios delimitadores consecutivos. Si los ID de producto son cadenas de texto, no se eliminarán los espacios, y el tratamiento de mayúsculas y minúsculas se conservará.
4. Pegue los ID en la lista **Importar ID de productos**.
5. Pulse en **Importar**.

   La característica Importar crea una lista en el lado derecho del diálogo. Puede editar el contenido de la lista **Importar ID de productos** (pegar elementos adicionales y editar elementos existentes) y, a continuación, vuelva a pulsar Importar para continuar la construcción de la lista **Seleccionar productos donde**.

   La característica Importar no permite duplicados; las apariciones duplicadas del mismo valor se eliminan.
6. Cuando la lista Seleccionar productos donde contiene las entradas que desea, pulse **Guardar cambios** para cerrar el diálogo.

Nota: Después de cerrar el diálogo, puede importar ID adicionales. Si pulsa **Importar ID de productos** de nuevo, los ID existentes se borran a menos que pulse **Cancelar**.

Qué hacer a continuación

Los ID de productos de la lista **Seleccionar productos donde** se guardan como consulta para la oferta, y los ID se añaden a la lista **Productos relevantes**.

Cambio de la lista de productos relevantes para una oferta

Al asignar productos relevantes a una oferta, la lista se guarda como una consulta. Puede editar la oferta si desea cambiar la consulta o eliminar elementos de la lista.

Procedimiento

1. Elija **Campaign > Ofertas**, y abra la oferta que desea editar.
2. Si desea eliminar elementos de la lista de **Productos relevantes**, utilice **Ctrl+pulsación** o **Mayús+pulsación** para seleccionar los elementos y, a continuación, pulse **Eliminar**.
3. Si desea borrar la lista, haga clic en **Importar ID de producto**. Puede salir o volver a crear la lista.
4. Si desea editar la consulta que ha generado la lista, pulse **Editar consulta**. Se abre el diálogo **Seleccionar productos** y la lista **Seleccionar productos donde** muestra la lista de productos relevantes.

   La lista **Añadir una condición** a la izquierda del diálogo muestra campos de la tabla `UA_Products`, como ID de producto. Edite la consulta añadiendo o eliminando condiciones:

   - Para crear una consulta AND: Especifique al menos dos valores en la lista **Añadir una condición**, haga clic en **>>** para moverlos a la lista **Seleccionar productos donde**. Por ejemplo: Color = 'Rojo' AND Marca = 'XYZ'. Cuando se añaden varios valores (campos) en un solo paso, se combinan como AND.
   - Para crear una consulta OR: Mueva un valor a la lista **Seleccionar productos donde**, mueva otro valor. Un ejemplo de la consulta resultante es Color = 'Rojo' OR Marca = 'XYZ'. Cuando se añaden valores de uno en uno, se combinan con OR.

   Guardar cambios para cerrar el diálogo y guardar la consulta.
5. En la página Editar oferta, pulse **Guardar cambios** para guardar la oferta.

Duplicación de ofertas

Puede crear ofertas nuevas duplicando las ofertas existentes, para ahorrarse el tiempo de entrada de datos. Puede duplicar ofertas retiradas u ofertas activas.

Acerca de esta tarea

A las ofertas que se crean mediante duplicación se asignan automáticamente códigos de oferta exclusivos. Se denominan "Copia de <nombre de oferta original>" y tienen la misma descripción, política de seguridad y valores de atributo de oferta que la oferta original.

Nota: Las ofertas duplicadas se crean en la misma carpeta que sus originales, pero pueden moverse a una ubicación distinta después. Debe tener los permisos adecuados para poder duplicar y mover ofertas.

Duplicación de una oferta de la página de ofertas

Para ahorrar tiempo, puede duplicar una oferta de una lista de ofertas. A continuación, puede cambiar la nueva oferta de forma que se ajuste a sus necesidades.

Procedimiento

1. Seleccione **Campaña** > **Ofertas**. Se abre la página Ofertas.
2. Navegue hasta la carpeta que contiene la oferta o las ofertas que desea duplicar.
3. Seleccione la casilla de verificación junto a cada oferta que desee duplicar.
4. Pulse **Duplicar ofertas seleccionadas** .
5. Pulse **Aceptar** para confirmar. Las ofertas seleccionadas se duplican y visualizan en la lista de ofertas.

Duplicación de una oferta de la página de resumen de la oferta

Para ahorrar tiempo, puede duplicar una oferta mientras está visualizando o editando su información de resumen. A continuación, puede cambiar la nueva oferta de forma que se ajuste a sus necesidades.

Procedimiento

1. En la página Resumen de oferta de la oferta que desea copiar, pulse **Crear oferta duplicada** . Se abre una ventana de confirmación.
2. Pulse **Aceptar** para confirmar. Verá la página Oferta nueva en modo de **Edición**, con los campos completados con valores de la oferta original pero con un código de oferta nuevo.
3. Edite los valores que desee cambiar, incluidos el nombre y la descripción de la oferta.

   Nota: Los nombres de oferta tienen determinadas restricciones de caracteres. Puede obtener los detalles consultando Apéndice A, “Caracteres especiales en nombres de objeto de IBM Campaign”, en la página 265
4. Pulse **Guardar cambios** para crear la oferta nueva.

Agrupación de ofertas

Puede agrupar ofertas a efectos de creación de informes o análisis.

Por ejemplo, es posible que desee ver las tasas de respuesta a una oferta de "envío gratuito" enviada a través de varios canales y hecha en distintos momentos del año.

Nota: Para que un informe pueda utilizar un atributo de oferta a efectos de agrupación o de acumulación, el administrador de informes debe personalizar dicho informe.

Puede agrupar las ofertas de dos formas:

- utilizando atributos

- en carpetas

utilizando atributos

Puede crear cualquier número de atributos personalizados en sus ofertas para utilizarlos como "campos de agrupación de ofertas". Por ejemplo, si tiene varias promociones de tarjeta de crédito de afiliación a universidades, podría crear un atributo personalizado denominado "región" para poder utilizarlo luego en los informes. Esto le permitiría agrupar las ofertas dirigidas a alumnos de universidades en Nueva Inglaterra separándolas de aquellas dirigidas a los de la costa oeste.

Al crear ofertas que utilizan atributos personalizados, debe especificar los valores manualmente. También puede duplicar una oferta similar para reducir el esfuerzo de la entrada de datos, ya que los valores de los atributos parametrizados también se copian.

Los atributos de oferta también pueden utilizarse dentro de listas de ofertas inteligentes para identificar y agrupar las ofertas.

Agrupación de ofertas en carpetas

La agrupación de ofertas en carpetas puede ser útil a efectos de creación de informes. Si mantiene todas las ofertas relacionadas en la misma carpeta, y especifique la carpeta como destino cuando se le soliciten las ofertas sobre las que hay que crear el informe, todas las ofertas en esa carpeta (y en cualquiera de sus subcarpetas) se seleccionan automáticamente para la creación de informes.

Nota: La inclusión de carpetas y subcarpetas para la creación de informes de esta manera no logra la creación de informes de "acumulación" para las ofertas. Es una mera selección basada en la inclusión dentro de una estructura de carpetas.

Movimiento de ofertas o listas de ofertas

Puede mover uno o más ofertas entre carpetas. El procedimiento para mover ofertas es el mismo que para mover listas de ofertas, y se pueden mover ofertas y listas de ofertas en la misma operación.

Antes de empezar

El acceso a distintas ubicaciones está regido por distintas políticas de seguridad. Solo se pueden mover ofertas a aquellas carpetas en cuya política de seguridad se tengan permisos para poder hacerlo.

Procedimiento

1. En la página Ofertas, seleccione las ofertas o listas que desea mover y pulse **Mover elementos seleccionados** .
   Una forma alternativa de mover una oferta (pero no una lista) es visualizar su página Resumen de oferta y pulsar **Mover a otra carpeta** .
2. Seleccione la carpeta de destino y pulse **Aceptar esta ubicación**.

Retirada de ofertas o listas de ofertas

Si tiene los permisos adecuados, puede retirar ofertas y listas de ofertas para impedir que sigan utilizándose. Las ofertas retiradas ya no se pueden asignar y no se pueden distribuir como parte de una lista de ofertas.

Acerca de esta tarea

Las ofertas retiradas permanecen visibles en la jerarquía de ofertas, pero están en gris. Se pueden encontrar utilizando la característica de búsqueda, pueden duplicarse para crear ofertas nuevas y están disponibles para la creación de informes.

Nota: Una oferta retirada no se puede volver a habilitar. Si necesita una oferta con los mismos detalles, puede crear una nueva duplicando la oferta retirada.

Retirar una oferta no afecta a las campañas o diagramas de flujo en los que la oferta ya se ha utilizado, y mantiene la integridad de datos con cualquier dato de las tablas del sistema que se haya generado a partir de dicha oferta, como el historial de contactos y de respuestas.

Las listas de ofertas estáticas pueden limpiarse suprimiendo en ellas las ofertas retiradas. Las listas de ofertas inteligentes no requieren limpieza, ya que solo resuelven a ofertas no retiradas que coincidan con los criterios de la consulta.

El procedimiento para retirar ofertas es el mismo que para retirar listas de ofertas, y se pueden retirar ofertas y listas de ofertas en la misma operación.

Procedimiento

1. En la página Ofertas, seleccione las ofertas o listas de ofertas que desea retirar y pulse el icono **Retirar listas seleccionadas** .
   Otra forma de retirar una oferta es visualizar su página Resumen de oferta y pulsar el icono **Retirar esta oferta** . Sin embargo, este método solamente está disponible para ofertas, no para listas de ofertas.
2. Pulse **Aceptar**.

Resultados

Las ofertas y listas de ofertas seleccionadas se retiran y se visualizan en gris.

Supresión de ofertas o listas de ofertas

Debe disponer de los permisos adecuados antes de poder suprimir una oferta o lista de ofertas. Además, para preservar la integridad del sistema, Campaign no le permitirá suprimir ofertas o listas de ofertas a las que se hace referencia en tablas del sistema.

Esto incluye aquellas ofertas o listas de ofertas que:

- estén asociadas a una campaña
- se hayan asignado a una celda en un proceso de contacto en un diagrama de flujo para el que se haya completado un historial de contactos

- se hayan asignado a una celda en un proceso Optimización en un diagrama de flujo

Importante: Si se intenta suprimir una oferta o lista de ofertas en estas situaciones, aparece un mensaje de confirmación que indica que la oferta o la lista de ofertas se retirarán en lugar de suprimirse. Puede restituirla, si lo desea. Para evitar que las ofertas o listas de ofertas que han sido referenciadas en las tablas del sistema sigan utilizándose, es preferible retirarlas antes que suprimirlas.

Si las ofertas que desea suprimir pertenecen a alguna lista de ofertas estática, se le solicitará que confirme la supresión. Si elige continuar, la(s) oferta(s) suprimida(s) se eliminan automáticamente de cualquier lista de ofertas estática.

Los procesos de contacto que contengan celdas asignadas a ofertas que después se hayan suprimido permanecerán configurados, pero la oferta aparecerá como "oferta desconocida" en el diálogo de configuración del proceso, y se generará una advertencia al ejecutarse el diagrama de flujo.

El procedimiento para suprimir ofertas es el mismo que para suprimir listas de ofertas, y se pueden suprimir ofertas y listas de ofertas en la misma operación.

Supresión de una oferta o lista de ofertas

Se utiliza el mismo procedimiento para suprimir una oferta o una lista de ofertas.

Procedimiento

1. En la página Ofertas, seleccione la oferta u ofertas o la lista o listas de ofertas que desea suprimir y pulse el icono **Suprimir elementos seleccionados** .
   O BIEN
   En la página Resumen de oferta de la oferta que desea suprimir, pulse el icono **Suprimir esta oferta** . Se abre una ventana de confirmación.
2. Pulse **Aceptar**. Volverá a la página Ofertas. La oferta suprimida ya no se visualiza.

Búsqueda de ofertas

Puede buscar ofertas, pero no listas de ofertas.

Puede realizar una búsqueda básica de ofertas utilizando cualquiera de los siguientes criterios:

- nombre o nombre parcial
- descripción o descripción parcial
- código de oferta o código de oferta parcial
- nombre del propietario

Además, puede utilizar la característica Búsqueda avanzada para encontrar ofertas o listas de ofertas utilizando consultas basadas en atributos de oferta y valores especificados.

Búsqueda de ofertas con Búsqueda avanzada

Con la opción **Búsqueda avanzada**, puede definir una consulta para encontrar las ofertas que coincidan con sus especificaciones.

Procedimiento

1. En una carpeta Ofertas, pulse **Búsqueda avanzada** .

   Se abre la ventana Opciones de búsqueda avanzada.
2. En la sección **Crear una condición**, seleccione un atributo de oferta para utilizarlo en el campo **En este atributo**.
3. En función del tipo de atributo que ha seleccionado, puede especificar más condiciones para la búsqueda. Por ejemplo:
   - en el atributo "Coste por oferta", buscar valores menores que o iguales a 10,00 $
   - en el atributo "Fecha de caducidad", buscar la fecha 30/11/2007
   - en el atributo "Descripción", buscar valores que no contengan la cadena "2005"
4. Pulse **AND>>** u **OR>>** para mover sus criterios a la sección **Buscar ofertas donde** y construir la consulta. Para eliminar una condición de la sección **Buscar ofertas donde**, pulse **<<**.

   Nota: En función del operador u operadores que utilice en la consulta (es decir, =, >, contiene, empieza por, etc.), es posible que pueda seleccionar varios valores o un único valor. En algunos casos, cuando selecciona varios valores con un operador, crea condiciones "OR". Por ejemplo, si crea una consulta donde "Color =" y selecciona azul, rojo y blanco como los colores, la consulta que crea es "Color = azul OR color = rojo OR color = blanco".
5. Cuando haya terminado de construir la consulta, pulse **Aceptar**.

   La página Resultados de la búsqueda lista las ofertas que coinciden con los criterios de búsqueda.

Análisis de ofertas

Utilice informes de IBM Campaign para analizar una oferta individual o hacer un análisis en todo el sistema de varias ofertas.

Procedimiento

1. Para analizar una oferta individual:
   a. Seleccione **Campaña** > **Ofertas**.
   b. Pulse el nombre de una oferta.
   c. Pulse la pestaña **Análisis**.
   d. Seleccione un informe en la lista **Tipo de informe** en la parte superior derecha de la página. El informe se mostrará en la misma ventana.
2. Para analizar los resultados de varias ofertas:
   a. Seleccione **Herramientas de análisis** > **Herramientas de análisis de Campaign**.
   b. Pulse una de las carpetas de informes.
   c. Pulse un enlace de informe.

      Si el informe permite filtrado, se abrirá la ventana Parámetro del informe.

d. Seleccione uno o más objetos sobre los que filtrar el informe. Utilice **Ctrl+pulsación** para seleccionar varios objetos. Los permisos determinan qué objetos aparecen.
e. Pulse **Generar el informe**.

   El informe se mostrará en la misma ventana. La fecha y hora de generación del informe se visualizan en la parte inferior de la página. Si el informe abarca más de una página, utilice los controles proporcionados para moverse a la parte superior o inferior del informe o para paginar hacia arriba y hacia abajo.

Listas de ofertas

Las listas de ofertas son grupos de ofertas configurables que puede utilizar para gestionar ofertas. Una misma oferta puede existir en más de una lista de ofertas. Puede añadir ofertas a listas de ofertas y asignar listas de ofertas a celdas. También puede editar, mover, suprimir o retirar listas de ofertas.

Después de utilizar una lista de ofertas, no puede suprimirse, pero puede retirarse. Las listas de ofertas retiradas ya no se pueden asignar. Las listas de ofertas asignadas que se han retirado ya no se distribuirán.

Hay dos tipos de lista de ofertas:

- "Listas de ofertas estáticas" en la página 163: listas predefinidas cuyo contenido no cambia a menos que se edite la lista.
- "Listas de ofertas inteligentes": una lista dinámica de ofertas que se especifica mediante una consulta, por lo que su contenido puede cambiar cada vez que se utiliza.

Las listas de ofertas aparecen en la misma jerarquía que las ofertas, pero se identifican mediante iconos diferentes:

	Ofertas
	Listas de ofertas estáticas
	Listas de ofertas inteligentes

Nota: Para poder trabajar con las las listas de ofertas es necesario tener los permisos adecuados. Para obtener información sobre los permisos, consulte la *Campaign Guía del administrador*.

Listas de ofertas inteligentes

Las listas de ofertas inteligentes son listas dinámicas de ofertas que pueden resolver a distintos conjuntos de resultados cada vez que se utiliza una lista inteligente. Una lista de ofertas inteligentes se especifica mediante una consulta que puede basarse en los atributos de oferta, las ubicaciones de oferta (carpetas o subcarpetas), el propietario de la oferta, etc.

Por lo general las listas de ofertas inteligentes se utilizan en campañas recurrentes. Puede configurar una celda para recibir una lista de ofertas inteligentes y luego cambiar el contenido de la lista de ofertas inteligentes sin tener que modificar el diagrama de flujo. Por ejemplo, si configura una lista de ofertas inteligentes para

que sea el contenido de una determinada carpeta, entonces bastará con añadir o eliminar ofertas de dicha carpeta para modificar las ofertas hechas cada vez que se ejecute la campaña.

Otro ejemplo de utilización de listas de ofertas inteligentes consiste en configurar la lista de ofertas inteligentes para que devuelva de forma automática las ofertas que quieran hacerse. Si desea dar a la celda "cliente de alto valor" la "mejor oferta de tarjeta de crédito" disponible, puede configurar una lista de ofertas inteligentes que incluya todas las ofertas de tarjeta de crédito, ordenadas por el tipo de interés más bajo y con el tamaño máximo establecido en 1. La oferta de tarjeta de crédito con el tipo de interés más bajo disponible en el momento en que se ejecute el proceso de contacto del diagrama de flujo se encontrará de forma automática y se dará a la celda de alto valor.

Listas de ofertas estáticas

Las listas de ofertas estáticas son listas predefinidas de ofertas cuyo contenido no cambia a menos que la lista se edite explícitamente.

Una limitación de las listas de ofertas dinámicas consiste en que los valores predeterminados se utilizan para cualquier atributo de oferta parametrizado.

Por lo general, las listas de ofertas estáticas se utilizan para utilizar de forma repetitiva un conjunto de ofertas específico y fijo. Por ejemplo, si tiene 5 de cada segmento RFM (Compras recientes, Frecuencia de compra, Valor monetario en sus siglas inglesas) que dan lugar a un total de 125 celdas, y desea asignar las mismas ofertas a cada celda, puede crear un único conjunto de ofertas en una lista de ofertas estática y asignar dicha lista de ofertas a las 125 celdas. El mismo tipo de reutilización se aplica a todos los diagramas de flujo y campañas.

Seguridad y listas de ofertas

La seguridad a nivel de objeto se aplica a las listas de ofertas en función de las carpetas en que residen las listas de ofertas y las ofertas incluidas en las listas.

Cuando se crea una lista de ofertas estática, solo se pueden añadir ofertas a las que se tenga acceso. Sin embargo, a cualquier persona con permiso para acceder a una lista de ofertas se le otorgan automáticamente permisos para acceder a las ofertas incluidas en dicha lista. Por lo tanto, cualquiera que pueda acceder a la lista también podrá utilizar la lista de ofertas y todas las ofertas contenidas en ella, aunque en condiciones normales no tuvieran acceso a dichas ofertas en función de sus permisos de seguridad.

De forma similar, los usuarios que puedan acceder a una carpeta que contenga una lista de ofertas inteligentes, podrán utilizar dicha lista de ofertas inteligentes. Obtendrán el mismo resultado que cualquiera que ejecute dicha lista de ofertas, incluso si en condiciones normales no tuvieran acceso a ofertas concretas (por ejemplo, en carpetas de otra división).

Creación de listas de ofertas estáticas

Para crear una lista de ofertas estática, seleccione ofertas individuales para incluirlas en la lista.

Procedimiento

1. Seleccione **Campaña** > **Ofertas**.
2. Pulse **Añadir una lista** .
3. Entre un nombre, la política de seguridad y una descripción opcional.

   Nota: Los nombres de lista de ofertas tienen determinadas restricciones de caracteres. Consulte Apéndice A, “Caracteres especiales en nombres de objeto de IBM Campaign”, en la página 265.
4. Verifique que la opción **Esta es una lista de ofertas "inteligente"** no esté seleccionada.
5. En la sección **Ofertas incluidas**, utilice **Vista de árbol** o **Vista de lista** para seleccionar las ofertas que se deben añadir a la lista. Mueva las ofertas seleccionadas al cuadro **Ofertas incluidas** utilizando el botón **>>**.
6. Pulse **Guardar cambios**.

Creación de listas de ofertas inteligentes

Para crear una lista de ofertas inteligentes, especifique las características de las ofertas que se deben incluir en la lista. El resultado es una lista dinámica que se puede resolver con distintos resultados cada vez que se utiliza la lista inteligente.

Acerca de esta tarea

Nota: Las ofertas recién creadas pueden pasar a formar parte de listas de ofertas inteligentes sin necesidad de emprender acción alguna, siempre y cuando se ajusten a los criterios de consulta de las listas de ofertas inteligentes.

Procedimiento

1. Seleccione **Campaña** > **Ofertas**.
2. Pulse **Añadir una lista** .

   Se abre la página Nueva lista de ofertas.
3. Entre un nombre, la política de seguridad y una descripción opcional.
4. Seleccione **Esta es una lista de ofertas "inteligente"**.
5. En la sección **Ofertas incluidas**, utilice los atributos de oferta existentes, sus valores y los operadores AND y OR a fin de crear condiciones para incluir ofertas en la lista.
6. Puede utilizar la vista de carpetas de Restringir acceso de búsqueda (para todos los usuarios) para limitar la búsqueda a las carpetas seleccionadas. Para incluir las subcarpetas en los resultados de búsqueda, seleccione la casilla de verificación **Incluir subcarpetas**.

   Nota: Las ofertas que se eligen como resultado de esta búsqueda están disponibles para cualquier usuario con permisos de acceso para esta lista de ofertas, incluso si normalmente no tienen permisos para ver o acceder a las ofertas.
7. Utilice las listas de **Ordenar las ofertas coincidentes por** para seleccionar el atributo de oferta por el que desea que se ordenen las ofertas coincidentes, y especifique si el orden es ascendente o descendente.
8. Indique si se deben limitar los resultados de búsqueda a las "X" primeras ofertas que coincidan. De forma predeterminada, no hay límite.

9. Pulse **Guardar cambios**.

Edición de listas de ofertas

Cuando cambia una lista de ofertas, las campañas que utilizan la lista usan la definición de lista de ofertas actualizada la próxima vez que se ejecutan.

Procedimiento

1. Seleccione **Campaña** > **Ofertas**.
2. Pulse el hiperenlace del nombre de la lista de ofertas que desee editar.

   Aparecerá la pestaña **Resumen** de la lista de ofertas.
3. Pulse **Editar** .
4. Efectúe los cambios.

   Los nombres de lista de ofertas tienen determinadas restricciones de caracteres. Puede consultar los detalles en Apéndice A, "Caracteres especiales en nombres de objeto de IBM Campaign", en la página 265.
5. Pulse **Guardar cambios**.

Cómo retirar listas de ofertas

Puede retirar una lista de ofertas en cualquier momento para evitar su uso posterior. La retirada de una lista de ofertas no afecta a las ofertas contenidas en dicha lista.

Las listas de ofertas retiradas permanecen visible en la jerarquía de ofertas, pero aparecen difuminadas en gris. Están disponibles para la creación de informes, pero ya no pueden asignarse.

Nota: Después de retirar una lista de ofertas, no podrá volver a habilitarla. Si necesita una lista de ofertas con los mismos detalles que los de una retirada, deberá volver a crearla manualmente.

Las listas de ofertas se retiran siguiendo los mismos pasos que para retirar ofertas, y se pueden retirar ofertas y listas de ofertas en la misma operación.

Asignación de listas de ofertas a celdas

Puede asignar listas de ofertas a celdas en procesos de contacto de la misma forma que asigna ofertas individuales. Puede asignar cualquier combinación de ofertas y listas de ofertas a la misma celda.

Sin embargo, los atributos parametrizados en las ofertas que están en la lista de ofertas utilizan sus valores predeterminados. No se pueden asignar valores de parámetro para las ofertas que están en la lista de ofertas. Para cambiar los valores parametrizados, puede realizar una de las siguientes acciones:

- Cambie los valores predeterminados asociados a la oferta existente, cree una copia de la oferta con los nuevos valores predeterminados y asegúrese de que se utiliza en la lista de ofertas.
- Asigne la oferta individualmente, fuera de la lista de ofertas.

Listas de ofertas en sistemas integrados con Marketing Operations

Si su entorno de Campaign está integrado con Marketing Operations, deberá utilizar Marketing Operations para asignar ofertas o listas de ofertas a celdas de salida en el formulario de la hoja de cálculo de celdas objetivo de un proyecto de campaña. Para obtener más información, consulte el apartado “Descripción general de la integración de IBM Marketing Operations con IBM Campaign” en la página 13.

Listas de ofertas y campañas heredadas

Si el entorno de Campaign está configurado para acceder a campañas heredadas, utilice las instrucciones de esta guía para asignar ofertas o listas de ofertas a celdas de salida en campañas heredadas. En las campañas heredadas hay dos formas de asignar ofertas a celdas: desde la hoja de cálculo de celdas objetivo de la campaña o en el diálogo de configuración del proceso.

Capítulo 8. Gestión de celdas objetivo

Una *celda* es un grupo de personas que desea como objetivo, por ejemplo, clientes de alto valor. Una *celda objetivo* es una celda que tiene una oferta asignada.

Las celdas se crean cuando se configura y luego ejecuta un proceso de manipulación de datos (Selección, Fusión, Segmentación, Muestreo, Audiencia o Extracción) en un diagrama de flujo. Por ejemplo, un proceso Selección puede generar una celda de salida que conste de clientes Gold. Una celda de salida se puede utilizar como entrada para otros procesos en el mismo diagrama de flujo.

Una celda objetivo se crea asignando una oferta a una celda. Puede asignar ofertas configurando un proceso de contacto (como Lista de correo o Telemarketing) en un diagrama de flujo o mediante la edición de la hoja de cálculo de celdas objetivo (TCS). La mayoría de organizaciones utilizan solo uno de los dos enfoques:

- De abajo a arriba: un diseñador de campaña crea ofertas, luego asigna las ofertas mediante la configuración un proceso Lista de correo o Telemarketing en un diagrama de flujo.
- De arriba a abajo: un gestor de marketing crea ofertas y, a continuación, asigna las ofertas en una hoja de cálculo de celdas objetivo (TCS). Luego un diseñador de campaña crea un diagrama de flujo para seleccionar destinatarios para las ofertas, y enlaza las celdas del diagrama de flujo con celdas de la TCS.

Cada celda tiene:

- Un **nombre de celda** generado por el sistema, exclusivo dentro del diagrama de flujo actual.
- Un **código de celda** generado por el sistema. El código de celda tiene un formato estándar que determina el administrador del sistema y es exclusivo cuando se genera. No se comprueba la exclusividad de los códigos de celda a menos que el parámetro de configuración del diagrama de flujo `AllowDuplicateCellCodes` se establezca en "No". En este caso, la exclusividad de los códigos de celda se impone solo dentro del diagrama de flujo actual.

  Los códigos de celda y generadores de códigos de celda se explican en la publicación *Campaign Guía del administrador*. Los parámetros de configuración se explican en la publicación *Marketing Platform Guía del administrador*.

Generación de celdas en un diagrama de flujo

Cuando se ejecuta un proceso de manipulación de datos en un diagrama de flujo, el proceso genera una o más celdas como salida. Una celda es una lista de ID. La salida generada puede utilizarse como entrada en procesos en sentido descendente.

Los procesos de manipulación de datos incluyen Selección, Fusión, Segmentación, Muestreo, Audiencia y Extracción. Cuando se ejecuta un proceso configurado, se crea una o más celdas como la salida. El número de celdas que se generan depende del tipo de proceso y sus detalles de configuración. Por ejemplo, puede configurar y, a continuación, ejecutar un proceso Selección para generar una celda de salida de unidades de familia de altos ingresos. Puede utilizar dicha celda como entrada en un proceso Segmentación para dividir los contactos por edad. La salida resultante del proceso Segmentación será varias celdas, segmentadas en grupos de edad.

© Copyright IBM Corp. 1998, 2014

Si su organización utiliza la gestión de arriba a abajo para definir las campañas, puede enlazar las celdas de salida en un diagrama de flujo a las celdas objetivo del marcador de posición que se han definido en la hoja de cálculo de celdas objetivo (TCS). De esta forma, el diseñador de la campaña genera salida que satisface los objetivos que están definidos en la TCS.

Limitación del tamaño de las celdas de salida

Para limitar el número de ID generados por procesos de manipulación de datos como Audiencia, Extracción, Fusión o Selección, utilice la pestaña **Límite tamaño celda** del diálogo de configuración de proceso.

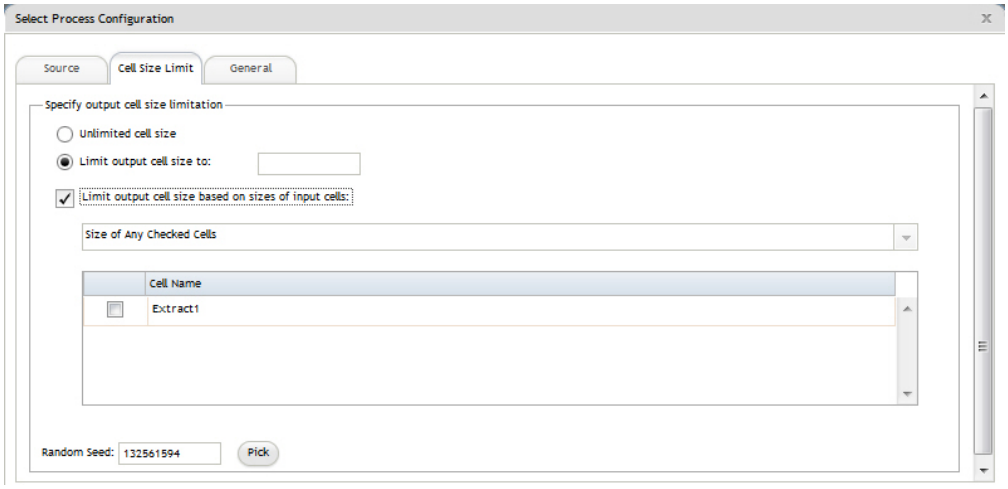
Las opciones para limitar el tamaño de la celda de salida dependen de si el proceso acepta entrada de una celda o una tabla. En procesos que pueden aceptar cualquier tipo de entrada, la ventana Límite de tamaño de la celda cambia dinámicamente para presentar las opciones adecuadas al tipo de entrada.

- procesos que reciben entrada de una celda de salida
- procesos que reciben entrada de una tabla

Para cualquiera de los tipos de entrada, también puede cambiar el valor de inicio aleatorio. El valor de inicio aleatorio representa el punto de partida que utiliza Campaign para seleccionar los ID al azar.

procesos que reciben entrada de una celda de salida

Si un proceso toma la entrada de una celda de salida, la pestaña Límite de tamaño de celda incluye las opciones que se describen a continuación. Utilice estas opciones para limitar el número de ID que el proceso generará como salida.



Utilice los controles siguientes para afectar al tamaño de celda de salida:

- **Tamaño de celda ilimitado** devuelve todos los ID que satisfacen los criterios de consulta o selección. Esta opción es el valor predeterminado.
- **Limitar tamaño de celda de salida a** no devuelve más que el número especificado de ID exclusivos, seleccionados aleatoriamente de todos los ID que se ajustan a los criterios de consulta. En el cuadro de texto, especifique el número máximo de ID que desea que se devuelvan. Campaign correlaciona los registros de los que se han eliminado los duplicados que se devuelven de la base de datos con los de las celdas de entrada y a continuación realiza una selección

aleatoria para llegar al tamaño de celda final. La lista de ID en las celdas que se pasan de proceso a proceso siempre es exclusiva.

Nota: Utilice la opción **Aleatorio** sólo cuando sea importante que se devuelvan exactamente *N* registros. Esta opción utiliza una gran cantidad de espacio temporal y tarda más tiempo porque se deben llevar todos los ID al servidor de Campaign.

- **Limitar tamaño de celda de salida basado en tamaños de celdas de entrada**: para obtener más información sobre esta opción, consulte "Limitación del tamaño de celda de salida en función del tamaño de celda de entrada".

Limitación del tamaño de celda de salida en función del tamaño de celda de entrada

En los procesos que reciben entrada de celdas, puede utilizar los tamaños de las celdas de procesos conectados entrantes como atributos para limitar el tamaño de celda de salida, incluso si no se están utilizando los datos o ID de celda reales.

Acerca de esta tarea

Por ejemplo, si conecta 3 procesos, con una celda de salida cada uno, a un proceso Selección, podría utilizar solo una de las tres celdas de entrada como entrada real de datos del proceso Selección, pero puede utilizar los *atributos* de las demás celdas de entrada para especificar el tamaño de celda de salida del proceso Selección. Una línea continua conecta el proceso cuya celda de salida es utilizada realmente por el proceso Selección; una línea discontinua conecta los procesos cuyas celdas de salida no se usan como entrada de datos, sino que solo tienen una relación temporal con el proceso Selección.

Utilice la casilla de verificación **Limitar tamaño de celda de salida basado en tamaños de celdas de entrada** para especificar las celdas de entrada cuyos atributos de tamaño desea utilizar para limitar el tamaño de celda de salida del proceso actual. Algunas de estas opciones actúan en combinación con el valor **Limitar tamaño de salida a** especificado.

Procedimiento

1. Pulse la pestaña **Límite de tamaño de celda** en el diálogo de configuración del proceso.

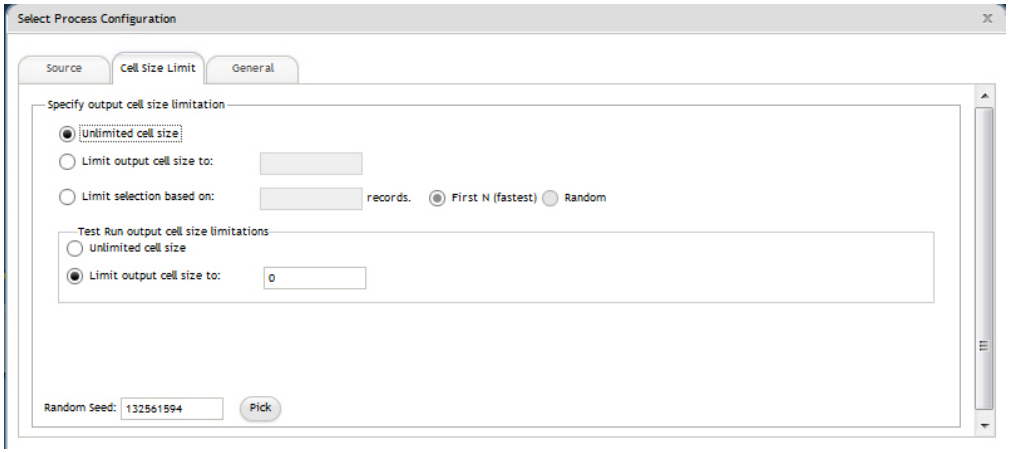
   Verá la ventana Límite del tamaño de celda.
2. Elija el método mediante el cual se calcularán los límites:
   - **Celda seleccionada de mayor tamaño**: especifica que el tamaño de celda de salida no debe superar el tamaño de la mayor celda de entrada seleccionada. Por ejemplo, si están seleccionadas las celdas A y B, con tamaños de 100 y 200, el tamaño de la celda de salida para este proceso se limitaría a 200.
   - **Tamaño máximo (arriba) menos la suma de todas las celdas seleccionadas**: utilice esta opción junto con el valor **Limitar tamaño de celda de salida a** especificado arriba. Esta opción especifica que el tamaño de la celda de salida no debe superar *N*, donde *N* es la diferencia entre el número especificado en el campo **Limitar tamaño de celda de salida a** de arriba y la suma de todas las celdas de entrada seleccionadas. Por ejemplo, si se ha especificado un valor de 1000 en **Limitar tamaño de celda de salida a** y se han seleccionado las celdas de entrada A y B con tamaños 100 y 200 respectivamente, el tamaño de celda de salida de este proceso se limitará a 1000 – (100+200) = 700.

- **Tamaño de cualquier celda seleccionada**: especifica que el tamaño de celda de salida no debe superar el tamaño de cualquiera de las celdas de entrada seleccionadas. Por ejemplo, si están seleccionadas las celdas A, B y C, con tamaños de 100, 200 y 500 respectivamente, el tamaño de la celda de salida de este proceso se limitaría a 100.
- **Suma de todas las celdas seleccionadas**: especifica que el tamaño de celda de salida no deberá superar el total (suma) de todas las celdas de entrada seleccionadas. Por ejemplo, si están seleccionadas las celdas A, B y C, con tamaños de 100, 200 y 500, el tamaño de la celda de salida de este proceso se limitaría a 800, la suma de los tamaños de las tres celdas de entrada.

3. En la lista de celdas de entrada, seleccione las casillas de verificación de las celdas de entrada en cuyos tamaños desee que se base el criterio del tamaño de celda de salida.

procesos que reciben entrada de una tabla

Si un proceso recibe entrada de una tabla o segmento estratégico, la pestaña Límite de tamaño de celda incluye las opciones que se describen a continuación. Utilice estas opciones para limitar el número de ID que se generan como salida del proceso en ejecuciones de producción o de prueba.



Puede controlar individualmente el tamaño de salida para ejecuciones de producción y las ejecuciones de prueba.

Especificar limite de tamaño de celda de salida

Estas opciones afectan a las ejecuciones de producción del proceso. La diferencia principal entre las opciones de **Límite** es su impacto en los recursos y el número final de registros cuando el origen de datos no está normalizado.

- **Tamaño de celda ilimitado**: devuelve todos los ID que cumplen los criterios de la selección o consulta. Esta opción es el valor predeterminado.
- **Limitar el tamaño de celda de salida a**: no devuelve más que el número especificado de ID exclusivos, seleccionados aleatoriamente entre todos los ID que cumplen los criterios de la consulta. En el cuadro de texto, especifique el número máximo de ID que desea que se devuelvan. Campaign elimina los duplicados de todo el conjunto de ID antes de la selección aleatoria y a continuación conserva sólo el número especificado de registros, de forma que se devuelve una lista de ID exclusivos incluso cuando existen duplicados en los campos de ID. Esta opción utiliza una gran cantidad de espacio temporal y tarda

más tiempo porque se deben llevar todos los ID al servidor de Campaign. Utilice esta opción sólo cuando los datos estén normalizados en el campo de ID y si sea importante que se devuelvan exactamente *N* registros.

- **Limitar selección en función de**: utilice esta opción para limitar los registros que cumplen los criterios de la consulta. Esta opción reduce el tiempo y la memoria que se requieren para seleccionar el conjunto final de registros. Sin embargo, puede producir un número menor al especificado de ID exclusivos.
  - **Primeros N (más rápidos)**: Campaign recupera de la base de datos sólo los primeros *N* registros que cumplen los criterios de la consulta. A continuación, Campaign elimina los duplicados de estos ID. Si los datos no están normalizados, el resultado final contiene un número menor al solicitado de registros exclusivos. Este método es el más rápido ya que requiere menos tiempo para recuperar los datos y utiliza menos espacio de tabla temporal.
  - **Aleatorio**: Campaign recupera de la base de datos todos los registros que cumplen los criterios de la consulta y a continuación selecciona aleatoriamente el número de registros solicitado. A continuación,Campaign elimina los duplicados de estos ID. Si los datos no están normalizados, el resultado final contiene un número menor al especificado de registros exclusivos. Esta opción utiliza menos espacio temporal porque Campaign solo recupera y almacena los registros seleccionados aleatoriamente.

Limitar tamaño de celda de salida durante una ejecución de prueba

En algunos procesos, incluidos Audiencia y Selección, puede limitar el tamaño de celda específicamente para las ejecuciones de prueba. Utilice estas opciones para controlar la cantidad de datos devueltos y procesados durante las ejecuciones de prueba. Para obtener información, consulte “Aplicación de limitaciones en el tamaño de celda de salida en ejecuciones de prueba”.

Aplicación de limitaciones en el tamaño de celda de salida en ejecuciones de prueba

En algunos procesos, incluidos Audiencia y Selección, puede limitar el tamaño de celda específicamente para las ejecuciones de prueba.

Utilice las opciones de esta sección para controlar la cantidad de datos devueltos y posteriormente procesados durante una ejecución de prueba.

- **Tamaño de celda ilimitado**: esta es la opción predeterminada. El número de ID devueltos a partir de los criterios de consulta o selección en la pestaña **Origen** de este proceso no cambia. Con esta opción, la ejecución de prueba opera sobre los mismos datos que en una ejecución de producción, pero no se completan los historiales de ofertas y contactos.
- **Limitar el tamaño de celda de salida a**: devuelve un número exacto especificado de ID seleccionados aleatoriamente de todos los ID que se ajustan a los criterios de consulta. En el cuadro de texto, especifique el número de ID que desea que se devuelvan. Con este método, Campaign elimina los duplicados de todo el conjunto de ID antes de la selección aleatoria, y luego retiene el número especificado de registros, de modo que se devuelve una lista de ID exclusivos incluso si existen duplicaciones en los campos de ID.

Nota: La selección de registros con esta opción utiliza una gran cantidad de espacio temporal y es la que lleva más tiempo, porque todos los ID deben llevarse al servidor de Campaign. Utilice esta opción sólo cuando los datos no estén normalizados en el campo ID y sea importante devolver exactamente *N* registros.

Cambio del valor de inicio aleatorio para la selección de registro

El valor de inicio aleatorio representa el punto de partida de IBM Campaign para la selección aleatoria de registros.

Acerca de esta tarea

Algunos procesos proporcionan la capacidad de seleccionar un conjunto de registros aleatorio. Si decide seleccionar registros aleatorios, hay veces en las que puede desear cambiar el valor de inicio aleatorio. Por ejemplo:

- El muestreo aleatorio produce resultados muy distorsionados (por ejemplo, si todos los hombres en los datos pertenecen a un grupo y todas las mujeres a otro).
- Tiene el mismo número de registros en la misma secuencia, y la utilización del mismo valor de inicio cada vez que se ejecuta este proceso da como resultado la creación de registros en las mismas muestras.

Siga los pasos siguientes para generar un punto de partida diferente para la selección de registro aleatoria.

Procedimiento

1. Haga clic en la pestaña **Límite de tamaño de celda** del diálogo de configuración de audiencia, extracción, fusión, selección o muestra.
2. Realice una de las operaciones siguientes:
   - Haga clic en el botón **Elegir** junto a la opción **Valor inicial aleatorio** para seleccionar aleatoriamente un nuevo valor inicial aleatorio.

     Se utilizará el mismo conjunto aleatorio de registros para cada ejecución posterior del proceso (a menos que la entrada del proceso cambie). Esto es importante si tiene previsto utilizar los resultados del proceso para el modelado, porque se deben comparar distintos algoritmos de modelado en el mismo conjunto de registros para determinar la efectividad de cada modelo.
   - Si no tiene previsto utilizar los resultados para el modelado, puede hacer que el proceso seleccione un conjunto de registro aleatorio diferente cada vez que se ejecuta. Para hacer esto, especifique un cero (0) como el **Valor inicial aleatorio**. Un valor de 0 garantiza que se seleccionará un conjunto aleatorio diferente de registros cada vez que se ejecuta el proceso.

   Consejo: El proceso Segmentar no incluye un control de valor inicial aleatorio. Para que el proceso Segmentar seleccione un conjunto de registros aleatorio diferente cada vez que se ejecuta, defina el valor inicial aleatorio en 0 en el proceso en sentido ascendente que proporciona la entrada para el proceso Segmentar.

Nombes y códigos de celda

Los nombres y códigos de celda son importantes porque establecen los enlaces entre procesos que generan celdas o que reciben celdas de entrada.

Códigos de celda

Los códigos de celda tienen un formato estándar determinado por el administrador del sistema, y son exclusivos cuando se generan. Los códigos de celda pueden editarse. Por lo tanto, no se comprueba la exclusividad a menos que la propiedad

AllowDuplicateCellCodes del diagrama de flujo de configuración sea `False`, en cuyo caso se fuerza a que los códigos de celda sean exclusivos solo dentro del diagrama de flujo actual. No hay comprobación de exclusividad en la hoja de cálculo de celdas objetivo (TCS). Para obtener detalles sobre los códigos de celda y los generadores de código de celda, consulte en la publicación *Campaign Guía del administrador*.

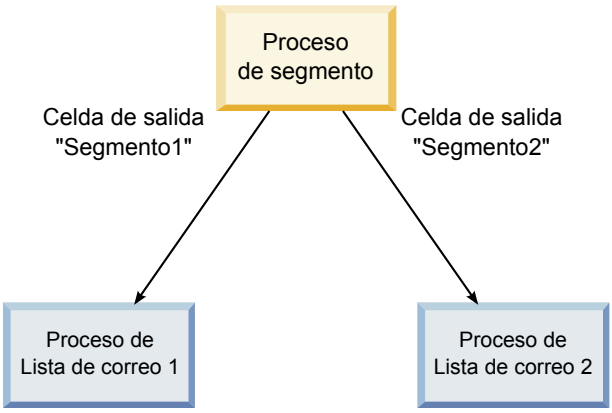
Nombres de celda

Nota: Los nombres de celda tienen determinadas restricciones de caracteres. Puede consultar los detalles en Apéndice A, “Caracteres especiales en nombres de objeto de IBM Campaign”, en la página 265.

De forma predeterminada, los nombres de celda se basan en el proceso a partir del cual se generan. Por ejemplo, si una celda se genera por un proceso denominado "Select1", el nombre de celda predeterminado es "Select1". Puede cambiar el nombre de celda. Si cambia un nombre de proceso, los nombres de las celdas generadas por dicho proceso también cambiarán automáticamente, tanto en ese proceso como en cualquier proceso conectado a continuación dentro del mismo diagrama de flujo. Si cambia un nombre de celda, también podría estar afectando a los enlaces entre dicha celda y cualquier proceso que esté a continuación y que utilice dicha celda como entrada.

Por ejemplo, si un proceso Segmentación genera dos celdas de salida denominadas Segmento1 y Segmento2, y estas celdas se utilizan como entrada en dos procesos Lista de correo (Lista de correo 1 y Lista de correo 2), si cambia los nombres de las celdas Segmento después de que ya estén conectadas a los procesos Lista de correo, debe comprender cómo Campaign maneja los nuevos nombres de celda.

El siguiente diagrama muestra un ejemplo básico de un proceso Segmentación que genera dos celdas de salida que, a su vez, son la entrada de procesos Lista de correo que aparecen a continuación.

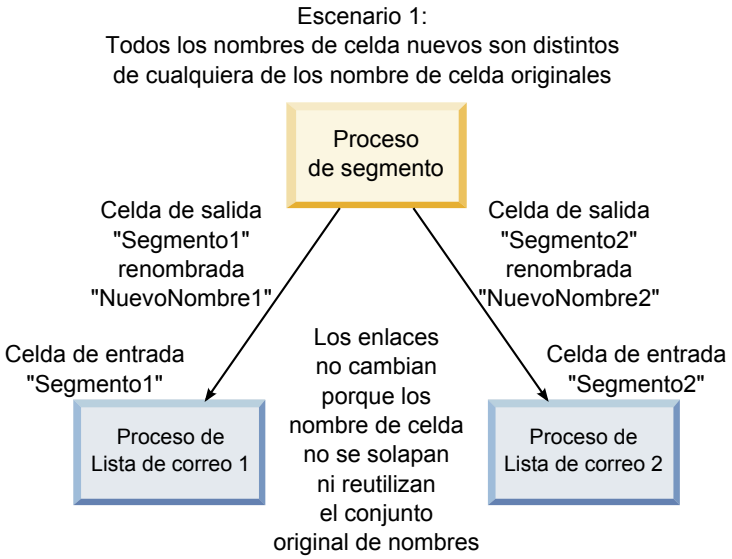


Ejemplos: escenarios de renombrado de celdas

Escenario 1: todos los nombres de celda nuevos son distintos de los nombres originales

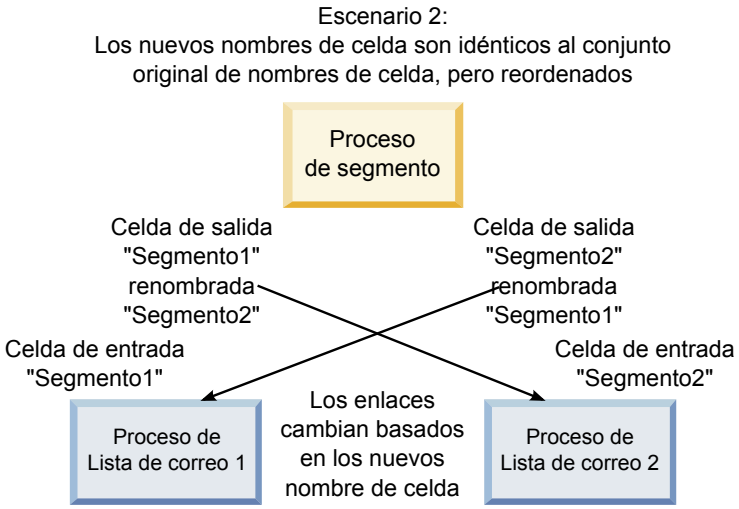
Si ningún nombre de celda nuevo se solapa con los nombres predeterminados originales (es decir, en el ejemplo, si no se utiliza "Segmento1" ni "Segmento2" como nombre de ninguna de las celdas de salida de Segmentación), entonces Campaign podrá mantener los enlaces originales basándose en el "orden" original

de las celdas. En esta situación, y puesto que no hay solapamiento o reutilización de ninguno de los nombres originales, el enlazado entre las celdas de salida del proceso Segmentación y los dos procesos Lista de correo respectivos permanece intacto, tal y como se muestra en el siguiente diagrama.

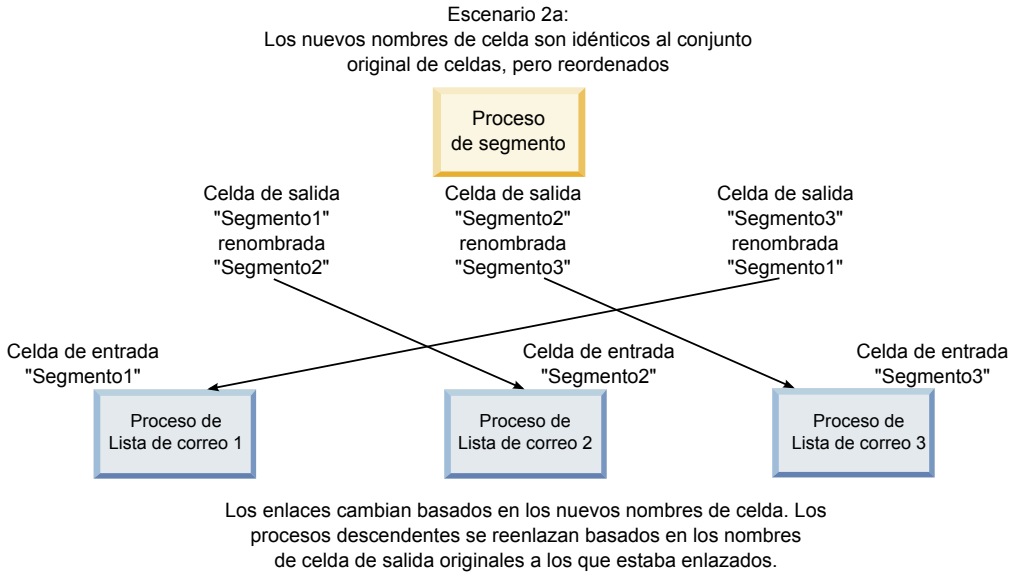


Escenario 2: el conjunto de nombres de celda nuevos es idéntico al conjunto original de nombres de celda, pero con el orden cambiado

Si los nombres nuevos elegidos para las celdas son exactamente los mismos que los nombres del conjunto original y solamente se les ha cambiado el orden, los procesos que hay a continuación buscarán las celdas disponibles por su nombre (es decir, los nombres de celda nuevos) y los enlaces se intercambiarán según sea necesario. En el ejemplo, la celda de salida recién renombrada Segmento2 es ahora la celda de entrada de Lista de correo 2, y la celda recién nombrada Segmento1 es ahora la celda de entrada de Lista de Correo 1, tal y como se muestra en el siguiente diagrama.

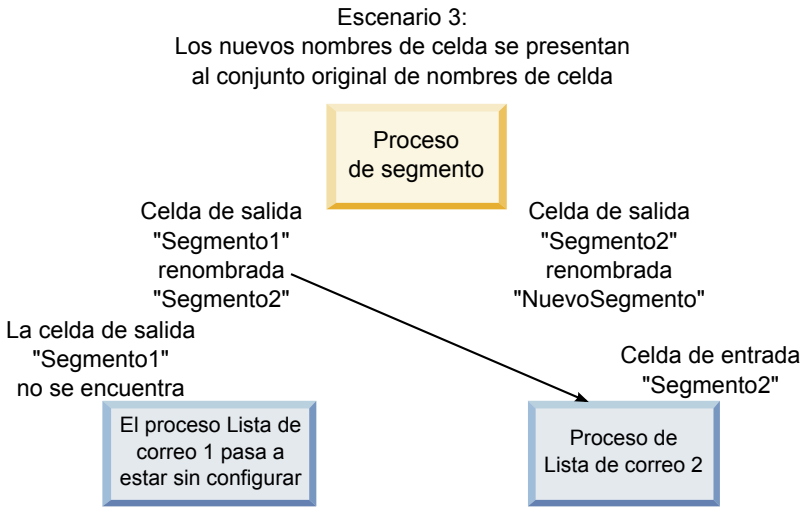


El siguiente diagrama ilustra la misma situación con tres celdas de salida y entrada.



Escenario 3: el conjunto de nombres de celda nuevos se solapa con algunos de los nombres de celda originales, y se añaden nombres de celda nuevos

Si los nuevos nombres se solapan con algunos de los nombres originales y se han añadido nombres de celda nuevos, se podrán reorganizar aquellos enlaces que utilicen nombres que estén en el conjunto original de nombres de celda, pero el resto quedarán rotos. Por ejemplo, si se renombra la celda "Segmento1" a "Segmento2" y se renombra la celda "Segmento2" a "SegmentoNuevo", la nueva "Segmento2" se enganchará a Lista de Correo 2, mientras que Lista de Correo 1 quedará sin configurar, ya que no se puede encontrar una celda de entrada con el nombre "Segmento1".



Cambio del nombre de celda

De forma predeterminada, el nombre de una celda creada en un proceso coincide con el nombre de proceso. En los procesos que crean más de una celda, los nombres de las celdas de salida son una concatenación del nombre de proceso y del nombre de segmento. Por ejemplo, un proceso Segmentación llamado "Segmento1" que cree 3 segmentos tendrá celdas de salida cuyos nombres predeterminados son "Segmento1.Segmento1", "Segmento1.Segmento2" y "Segmento1.Segmento3."

Los nombres de célula están diseñados para ser enlazados al nombre del proceso que los creó. Si edita un nombre de proceso, los nombres de celda cambiarán también de forma automática.

Sin embargo, si edita los nombres de celda, se eliminará su enlace al nombre de proceso. Esto significa que si posteriormente se cambia el nombre del proceso, el/los nombre(s) de celda ya noo cambiarán automáticamente.

Cambio del nombre de una celda en un proceso de diagrama de flujo

Acerca de esta tarea

Nota: Cuando guarde los cambios del nombre de celda de salida, si **Autogenerar** está seleccionado para el código de celda, este se volverá a generar. Si no desea que el código de celda cambie, deseleccione **Autogenerar** antes de editar el nombre de celda.

Procedimiento

1. En un diagrama de flujo en modo **Edición**, efectúe una doble pulsación en el proceso cuyo nombre de celda de salida desee cambiar. Verá el diálogo de configuración del proceso.
2. Pulse la pestaña **General**. Verá la información general del proceso, incluyendo el nombre de proceso y el nombre de celda de salida.
3. Coloque el cursor en el campo **Nombre de celda de salida** de modo que el texto quede seleccionado, y edite el nombre de celda.
4. Pulse **Aceptar**. Los cambios se han guardado. Si ha editado el nombre de celda de modo que ya no coincida con el nombre de proceso, estos nombres ya no estarán enlazados.

   Nota: Guardar un diagrama de flujo no desencadenará ningún tipo de validación. Para comprobar que el diagrama de flujo se ha configurado correctamente sin errores, puede realizar manualmente una validación del diagrama de flujo.

Restablecimiento del nombre de celda

De forma predeterminada, el nombre de una celda creada en un proceso coincide con el nombre de proceso. En los procesos que crean más de una celda, los nombres de las celdas de salida son una concatenación del nombre de proceso y del nombre de segmento. Por ejemplo, un proceso Segmentación llamado "Segmento1" que cree 3 segmentos tendrá celdas de salida cuyos nombres predeterminados son "Segmento1.Segmento1", "Segmento1.Segmento2" y "Segmento1.Segmento3."

Si renombra el proceso, el/los nombre(s) de celda también cambiará(n) automáticamente, de modo que el nombre de celda y el nombre de proceso permanecen enlazados.

Sin embargo, si ha cambiado el nombre de celda manualmente, quedando así distinto del nombre de proceso, los nombres de celda y de proceso ya no estarán enlazados. Puede restaurar el enlace renombrando el nombre de celda para que quede igual que el nombre de proceso.

Restablecimiento del nombre de celda

Procedimiento

1. En un diagrama de flujo en modo **Edición**, efectúe una doble pulsación en el proceso cuyo nombre de celda de salida desee restablecer. Verá el diálogo de configuración del proceso.
2. Pulse la pestaña **General**. Verá la información general del proceso.
3. El siguiente paso varía en función de si está editando un proceso que genera una sola celda o varias celdas:
   - En los procesos que generen una sola celda, edite el texto del campo **Nombre de celda de salida** de modo que quede idéntico al nombre de proceso que se muestra en el campo Nombre de proceso.
   - En los procesos que generen varias celdas, pulse **Restablecer nombres de celda**. Los nombres de celda se revertirán al formato predeterminado, que es una concatenación del nombre de proceso actual y del nombre de segmento.

   Los nombres de proceso y de celda volverán a estar enlazados. Si ahora cambia el nombre de proceso, el nombre de celda de salida también cambiará automáticamente.
4. Pulse **Aceptar**. Los cambios se guardarán y el diálogo de configuración del proceso se cerrará.

Modificación del código de celda

De forma predeterminada, el código de una celda lo genera el sistema automáticamente conforme al formato que los administradores hayan definido para todos los códigos de celda. La exclusividad de los códigos de celda se impone a través de todos los diagramas de flujo y campañas, pero puede haber duplicaciones de códigos de celda dentro de los diagramas de flujo si se establece a "Yes" el parámetro de configuración del diagrama de flujo `AllowDuplicateCellCodes`.

Para obtener más detalles sobre los parámetros de configuración en el parámetro de configuración central proporcionado por IBM EMM, consulte la *Guía del administrador de Marketing Platform*.

Nota: Aunque se puede sustituir el código de celda predeterminado que genera el sistema, cualquier código de celda especificado de forma manual deberá seguir ajustándose al formato de código de celda. Este formato se visualiza debajo del campo **Código de celda** en el diálogo de configuración del proceso. Los formatos de código se representan mediante constantes y variables de la siguiente forma: las letras mayúsculas representan constantes alfabéticas, y una "n" minúscula representa un carácter numérico. Por ejemplo, un formato de código de celda "Annn" indica que el código de celda debe tener una longitud de 4 caracteres, siendo el primer carácter una "A" mayúscula seguida de 3 números. Un código de celda de muestra con este formato sería "A454."

Modificación del código de una celda en un proceso de diagrama de flujo

Procedimiento

1. En un diagrama de flujo en modo **Edición**, efectúe una doble pulsación en el proceso cuyo nombre de celda de salida desee cambiar. Verá el diálogo de configuración del proceso.
2. Pulse la pestaña **General**. Verá la información general del proceso.
3. Deseleccione la casilla de verificación **Autogenerar** en caso de estar seleccionada. El campo **Código de celda** pasará a ser editable.
4. En el campo **Código de celda**, edite el código de celda. Recuerde que el código modificado debe ajustarse al formato de código de celda mostrado bajo el campo **Código de celda** .
5. Cuando haya terminado de editar el código de celda, pulse **Aceptar**. El diálogo de configuración del proceso se cerrará y los cambios se guardarán.

Acerca de copiar y pegar nombres y códigos de celda

En los procesos que generan más de una celda, puede utilizarse la característica de copiar y pegar para editar varios nombres y códigos de celdas de salida en la cuadrícula de celdas de salida.

Copia y pegado de todas las celdas de la cuadrícula

Acerca de esta tarea

En los procesos que generan más de una celda, puede utilizarse la característica de copiar y pegar para editar varios nombres y códigos de celdas de salida en la cuadrícula de **Celdas de salida**.

Procedimiento

1. En un diagrama de flujo en modo **Edición**, efectúe una doble pulsación sobre el proceso cuyos nombres y códigos de celda desee copiar. Verá el diálogo de configuración del proceso.
2. Pulse la pestaña **General**. Verá la información general del proceso, incluida la cuadrícula de **Celdas de salida**.
3. En la cuadrícula de **Celdas de salida**, pulse en cualquier lugar para seleccionar todas las celdas. Siempre se seleccionan todas las celdas para el pegado independientemente de la posición del cursor.

   Nota: La columna **Código de celda** no podrá editarse ni seleccionarse a menos que deseleccione la casilla de verificación **Generación automática de códigos de celda**.
4. Pulse **Copiar**. Se copiarán todas las celdas al portapapeles.
5. Pulse dentro de la celda que queda en la parte superior izquierda de donde desea pegar las celdas.
6. Pulse **Pegar**. El contenido de las celdas copiadas sustituye el contenido original de un bloque de celdas del mismo tamaño que el copiado.

Pegado de nombres y códigos de celda procedentes de una hoja de cálculo externa

Procedimiento

1. Seleccione y copie celdas o texto procedentes de una hoja de cálculo externa u otra aplicación utilizando la característica de copia de dicha aplicación.

2. En Campaign, en un diagrama de flujo en modo **Edición**, efectúe una doble pulsación sobre el proceso cuyos nombres y códigos de celda desee copiar. Verá el diálogo de configuración del proceso.
3. Pulse la pestaña **General**. Verá la información general del proceso, incluida la cuadrícula de **Celdas de salida**.

   Nota: La columna **Código de celda** no podrá editarse ni seleccionarse a menos que deseleccione la casilla de verificación **Generación automática de códigos de celda**.Si desea pegar contenido en la columna **Código de celda**, asegúrese de que deselecciona esta casilla de verificación.
4. Pulse dentro de la celda en la que desea pegar lo que haya copiado. Si está copiando y pegando un grupo rectangular de celdas, pulse dentro de la celda que quedará en la parte superior izquierda del rectángulo.
5. Pulse **Pegar**. El contenido de la(s) celda(s) copiada(s) sustituye el contenido original de un bloque de celdas del mismo tamaño.

Hojas de cálculo de celdas objetivo

Cada campaña de marketing tiene una hoja de cálculo de celdas objetivo (TCS), que proporciona una matriz visual de los segmentos y las ofertas. La TCS proporciona la capacidad de crear y examinar relaciones entre las celdas objetivo y sus ofertas asociadas o controles. (Los controles no están en contacto con una oferta, aunque pueden estar cualificados para la oferta).

Nota: Para utilizar la hoja de cálculo de celdas objetivo, debe tener permiso de política global para **Gestionar celdas objetivo de Campaign** .

La TCS incluye una fila por cada celda objetivo y, si utiliza grupos de control, una fila por cada celda de control correspondiente. Una celda objetivo es una celda que tiene una oferta asignada. Una celda de control está cualificada para las ofertas, pero se excluye de recibir la oferta a efectos de análisis.Los controles no reciben comunicaciones, pero se miden con el grupo objetivo para comparación.

Cuando trabaja con la TCS, puede utilizar un enfoque de gestión de arriba a abajo o de abajo a arriba. La mayoría de organizaciones utilizan solo uno de los métodos de gestión siguientes.

Tabla 13. Gestión de la TCS de arriba a abajo y de abajo a arriba

De arriba hacia abajo	Este enfoque normalmente se utiliza en grandes organizaciones, donde una persona crea la TCS y otra persona diseña el diagrama de flujo. La primera persona crea una TCS que contiene celdas objetivo y de control. Por ejemplo, la TCS para una campaña de correo directo puede incluir 4 filas: una fila para una celda que obtiene una oferta del 10%, una fila para una celda que obtiene una oferta del 20%, una fila para la resistencia del 10% y una fila para la resistencia del 20%. A continuación, el diseñador del diagrama de flujo crea procesos para seleccionar los ID que se ajustan a la oferta del 10% y del 20% y los criterios de resistencia. Para enlazar la salida del proceso de manipulación de datos a una celda predefinida en la TCS, el diseñador del diagrama de flujo selecciona **Enlazar a celda objetivo** en cada cuadro de diálogo de configuración del proceso.

Tabla 13. Gestión de la TCS de arriba a abajo y de abajo a arriba (continuación)

De abajo hacia arriba	Crea un diagrama que incluye un proceso Lista de correo o Telemarketing. Cuando se guarda el diagrama de flujo, se genera una TCS. La TCS incluye una fila por cada celda objetivo que proporciona entrada al proceso Lista de correo o Telemarketing. Las celdas de abajo a arriba no se pueden enlazar ni desenlazar. El concepto de enlace solo se aplica a la gestión de arriba a abajo.

Cuando trabaje con una hoja de cálculo de celdas objetivo, tenga en cuenta las directrices siguientes:

- El enlace se basa en códigos de celda, por lo tanto, evite cambiar códigos de celda después de enlazar celdas.
- Puede desenlazar o volver a enlazar una celda en cualquier momento, siempre que la celda no haya grabado en el historial de contactos.
- Si desenlaza una celda que tiene un historial de contactos, se "retira". Las celdas retiradas no se pueden volver a enlazar. No aparecen en la hoja de cálculo de celdas objetivo y no pueden seleccionarse en un cuadro de diálogo de configuración de proceso. (Si Campaign está integrado con Marketing Operations, las celdas retiradas continúan visualizándose en la hoja de cálculo de celdas objetivo, pero no se pueden reutilizar).

Importante: Podrían guardarse datos incorrectos si se realizan ediciones en el diagrama de flujo y la TCS por usuarios distintos a la vez. Para evitar conflictos, defina reglas empresariales que minimicen la posibilidad de editar una TCS cuando su diagrama de flujo se está editando o ejecutando. Por ejemplo, no edite un proceso de contacto del diagrama de flujo mientras otro usuario está cambiando las asignaciones de oferta en la TCS.

Nota: Si Campaign está integrado con Marketing Operations, debe utilizar Marketing Operations para trabajar con hojas de cálculo de celdas objetivo.

Tareas relacionadas:

"Enlace de celdas de diagrama de flujo a ofertas con objetivo definidas en una TCS" en la página 187

"Desenlazando de celdas de diagrama de flujo de ofertas con objetivo definidas en una TCS" en la página 190

"Utilización de Corresponder y enlazar para eliminar una asociación" en la página 190

"Utilización de Corresponder y enlazar para asociar las celdas del diagrama de flujo con una TCS" en la página 188

Gestión de hojas de cálculo de celdas objetivo

La hoja de cálculo de celdas objetivo (TCS) para una campaña de marketing proporciona una matriz visual de segmentos y ofertas. La TCS proporciona la capacidad de crear y examinar relaciones entre las celdas objetivo y sus ofertas asociadas y resistencias.

Edición de una hoja de cálculo de celdas objetivo

Puede editar una TCS para que contenga celdas objetivo y de control de las ofertas que tiene la intención de hacer.

Acerca de esta tarea

Por ejemplo, la TCS para una campaña de correo directo puede incluir cuatro filas: una para una oferta del 10%, una para la resistencia del 10%, una para una oferta del 20% y otra para la resistencia del 20%.

Importante: No edite nunca los atributos de celdas en la hoja de cálculo de celdas objetivo (TCS) al mismo tiempo que se editan o ejecutan los diagramas de flujo de la campaña asociada. Coloque las prácticas comerciales en su lugar para asegurarse de que los usuarios no editan ni ejecutan un diagrama de flujo al mismo tiempo que se edita la TCS.

Procedimiento

1. Abra una campaña y pulse la pestaña **Celdas objetivo**.
2. Pulse el icono **Editar** .

   Se abre la hoja de cálculo en modo de **Edición**. Las celdas existentes utilizadas en diagramas de flujo aparecen coloreadas.
3. Pulse los campos de la celda que desea editar y realice los cambios. A continuación encontrará las descripciones de los campos más comunes.

Para	Realice esta acción
Añadir una fila a la parte inferior de la hoja de cálculo.	Pulse el icono **Añadir una celda** .
Añadir varias filas a la parte inferior de la hoja de cálculo.	1. Pulse el icono **Agregar muchas celdas** . 2. Seleccione **N filas vacías** y especifique el número de filas que se deben añadir. 3. Pulse **Crear celdas objetivo**.
Duplicar una o más filas.	1. Seleccione como mínimo una fila. 2. Pulse el icono **Agregar muchas celdas** y seleccione **N filas duplicadas**. 3. Escriba el número de filas que desea añadir. 4. Pulse **Crear celdas objetivo**. Las nuevas filas se añaden debajo de la fila seleccionada, con el código de celda y el nombre de celda ya completados. Todos los demás valores de columna salvo los **Utilizados en diagrama de flujo** se copian de la fila seleccionada.

Para	Realice esta acción
Buscar en la TCS	1. Escriba una serie de búsqueda en la ventana **Buscar**. Puede especificar parte de una serie para buscar coincidencias en cualquier columna de la hoja de cálculo. Por ejemplo, "924" encuentra una fila que contiene el código de celda "A0000000924" y también encuentra una fila a la que se ha asignado "Offer9242013". 2. Pulse **Buscar serie**. La fila que contiene la primera coincidencia se resalta. 3. Pulse **Buscar siguiente** para continuar buscando.
Pegar datos desde un origen externo	1. Copie el contenido de otra aplicación. 2. Pulse una celda en la TCS para que sea editable. 3. Utilice el menú que aparece al pulsar el botón derecho del ratón para **Pegar**.
Importar datos de celda objetivo de un archivo .csv	1. Obtenga un archivo de valores separados por comas en el formato necesario. Consulte “Formato de importación y exportación para los datos de TCS” en la página 183. 2. Pulse el icono **Importar celdas objetivo** . 3. En el diálogo **Importar TCS**, pulse **Examinar** para localizar el archivo .CSV que desea importar, seleccione el archivo y pulse **Abrir**. 4. Pulse en **Importar**. El contenido del archivo .CSV se añade debajo de las celdas existentes en la TCS.
Mover filas arriba o abajo, o suprimir filas	Utilice los iconos de la barra de herramientas .

4. Pulse **Guardar** o **Guardar y volver**.

Qué hacer a continuación

El diseñador del diagrama de flujo puede crear ahora procesos para seleccionar ID que se ajustan a la oferta del 10% y el 20% y los criterios de resistencia. Para enlazar la salida del proceso de manipulación de datos a una celda en la TCS, el diseñador del diagrama de flujo selecciona **Enlazar a celda objetivo** en el cuadro de diálogo de configuración del proceso.

Especificación de celdas de control en una TCS

Las celdas que contienen ID que se excluyen expresamente a efectos de análisis se denominan celdas de control. Cuando se asignan ofertas a celdas, opcionalmente se puede especificar una celda de control para cada celda objetivo.

Procedimiento

1. Abra una campaña y pulse la pestaña **Celdas objetivo**.
2. Pulse el icono **Editar** .
3. Para designar una celda como celda de control: pulse la columna **Celda de control** para hacer que el campo sea editable y, a continuación, seleccione **Sí**.

   No se puede asignar ofertas a las celdas que están designadas como controles.
4. Para asignar una celda de control a una celda objetivo: pulse la columna **Código de celda de control** para hacer que el campo sea editable. A continuación, seleccione una celda de control (cualquier celda cuya columna **Celda de control** sea **Sí**) para la celda objetivo actual.

   Importante: Si asigna una celda de control (por ejemplo, la celda A) para una o más celdas objetivo, y luego cambia la celda de control (la celda A) a una celda objetivo, la celda A se elimina como control de las celdas objetivo que anteriormente la utilizaban como control.
5. Pulse **Guardar** o **Guardar y volver**.

Formato de importación y exportación para los datos de TCS

Para importar datos a una hoja de cálculo de celdas objetivo (TCS), el archivo de valores separados por comas (.CSV) que prepare debe coincidir con el formato requerido. Cuando se exporta el contenido de una TCS, también es el formato en el que se exportan los datos.

- El archivo debe contener una fila de cabecera con nombres de columna que coincidan con los atributos de celda predefinidos y personalizados.
- Cada fila debe tener el mismo número de columnas, tal y como se especifica en la fila cabecera.
- Si no hay datos para una columna determinada, déjela en blanco.
- Los valores de los atributos personalizados se convertirán al tipo de datos adecuado. En cuanto a las fechas, la cadena de fecha deberá ajustarse al formato del entorno local del usuario.

Nombre de la columna	Descripción	¿Necesario?	Valores válidos
CellName	El nombre de la celda objetivo	Sí	
CellCode	El código de celda asignado a esta celda objetivo. Si está vacía, Campaign genera un código de celda, de lo contrario, se utiliza el valor especificado.	Sí	El código de celda debe ajustarse al formato de código de celda definido.
IsControl	Indica si la celda de esta fila es una celda de control o una celda objetivo normal.	No	Yes | No
ControlCellCode	El CellCode de una celda donde IsControl = Yes.	Solo si IsControl = Yes	Un código de celda válido que existe para una celda marcada IsControl = Yes.

Nombre de la columna	Descripción	¿Necesario?	Valores válidos
AssignedOffers	Un conjunto de ofertas, listas de ofertas, o una combinación de ambas, separadas por punto y coma.	No	Se pueden especificar ofertas utilizando códigos de oferta. Las listas de ofertas se pueden especificar utilizando nombres de listas de ofertas. El formato es: `NombreOferta1[CódigoOferta1]; NombreOferta2[CódigoOferta2]; NombreListaOfertas1[]; NombreListaOfertas2[]`, donde el nombre de oferta es opcional, pero el código de oferta es necesario, y el nombre de lista de ofertas debe ir acompañado obligatoriamente por corchetes vacíos.
FlowchartName	El nombre del diagrama de flujo asociado.	No*	
CellCount	Los recuentos de esta celda.	No*	
LastRunType	El tipo de la última ejecución de diagrama de flujo.	No*	
LastRunTime	La hora de la última ejecución de diagrama de flujo.	No*	
Atr1 personalizado	Añade una columna por cada atributo de celda personalizado que ha definido para el que va a importar datos.	No	Valores válidos exigidos por el tipo de datos del atributo personalizado y por el formato/entorno local del usuario.
*Esta columna se completa por Campaign. Si se especifica, se ignora. Se completa para la exportación.			

Generación de códigos de celda exclusivos para su uso en una TCS

Campaign puede generar un código de celda exclusivo para su uso en la hoja de cálculo de celdas objetivo. Los códigos de celda tienen un formato estándar determinado por los administradores del sistema, y son exclusivos cuando se generan.

Procedimiento

1. Abra una campaña y pulse la pestaña **Celdas objetivo**.
2. Pulse el icono **Editar** .
3. Pulse el icono **Generar código de celda** .
   Se abre una ventana con el código de celda generado.
4. Seleccione el código de celda generado.
5. Copie el código de celda en un campo en la hoja de cálculo de celdas objetivo.
6. Pulse **Guardar**.

Exportación de datos de una TCS

Puede exportar el contenido de una hoja de cálculo de celdas objetivo (TCS) en formato de valores separados por comas (.csv) a una unidad local o de red. Se exportará todo el contenido de la TCS; no se puede seleccionar un subconjunto del mismo.

Procedimiento

1. Abra una campaña y pulse la pestaña **Celdas objetivo** para abrir la hoja de cálculo de celdas objetivo para la campaña.
2. Pulse el icono **Exportar celdas objetivo** .
3. En el diálogo Descarga de archivo, pulse **Guardar**.
4. En el diálogo **Guardar como**, especifique un nombre de archivo, navegue hasta el directorio donde desea guardarlo, y pulse **Guardar**. El diálogo Descarga de archivo indica que la descarga se ha completado.
5. Pulse **Cerrar** para volver a la hoja de cálculo de celdas objetivo.

Resultados

El formato de exportación se describe en "Formato de importación y exportación para los datos de TCS" en la página 183.

Asignación de ofertas a celdas en una TCS

Algunas organizaciones crean celdas objetivo y asignan ofertas en una hoja de cálculo de celdas objetivo (TCS). A continuación, otra persona crea un diagrama de flujo para seleccionar los clientes que van recibir las ofertas. Siga estas instrucciones si está utilizando una TCS para asignar ofertas.

Acerca de esta tarea

Procedimiento

1. Abra una campaña y pulse la pestaña **Celdas objetivo** para abrir la hoja de cálculo de celdas objetivo para la campaña.
2. Pulse en el enlace **Editar** de la hoja de cálculo. La TCS se abre en modo de edición y las celdas existentes que se utilizan en los diagramas de flujo se resaltan en color.
3. Pulse la columna **Oferta(s) asignada(s)** en la fila para la celda donde desea asignar las ofertas.
4. Pulse el icono **Seleccionar una o más ofertas** en la celda donde desea asignar ofertas.
5. En la ventana Seleccionar oferta(s), localice y seleccione una o más ofertas o listas de ofertas, o pulse la pestaña **Buscar** para buscar una oferta por nombre, descripción o código.
6. Después de seleccionar las ofertas que desea asignar a la celda actual, pulse **Aceptar y cerrar**.

   Se cierra la ventana Seleccionar oferta(s), y la columna **Oferta(s) asignada(s)** se completa con las ofertas seleccionadas.
7. Pulse **Guardar** o **Guardar y volver**.

Visualización de ofertas o listas de ofertas asignadas en una TCS

Puede ver las ofertas asignadas u obtener una vista previa del contenido de las listas de ofertas asignadas en una hoja de cálculo de celdas objetivo (TCS).

Acerca de esta tarea

Procedimiento

1. Abra una campaña y pulse la pestaña **Celdas objetivo** para abrir la hoja de cálculo de celdas objetivo para la campaña.
2. Pulse en el enlace **Editar** de la hoja de cálculo. La TCS se abre en modo de edición y las celdas existentes que se utilizan en los diagramas de flujo se resaltan en color.
3. Pulse la columna **Oferta(s) asignadas** en la fila para la celda donde desea ver las ofertas o las listas de ofertas asignadas.
4. Pulse el icono **Ver ofertas** .

   La ventana Ver/editar detalles de oferta se abre con las ofertas o listas de ofertas asignadas en la sección **Ofertas asignadas**.
5. Seleccione una lista de ofertas y pulse **Vista previa de la lista de ofertas**.

   La página Resumen para la lista de ofertas seleccionadas muestra la vista previa de las ofertas incluidas.

Desasignación de ofertas de celdas en una TCS

Puede desasignar ofertas de celdas en una hoja de cálculo de celdas objetivo.

Procedimiento

1. Abra una campaña y pulse la pestaña **Celdas objetivo** para abrir la hoja de cálculo de celdas objetivo para la campaña.
2. Pulse en el enlace **Editar** de la hoja de cálculo. La TCS se abre en modo de edición y las celdas existentes que se utilizan en los diagramas de flujo se resaltan en color.
3. Pulse la columna **Oferta(s) asignada(s)** en la fila de la celda en la que desea desasignar ofertas.
4. Pulse el icono **Ver ofertas** .

   La ventana Ver/editar detalles de oferta se abre con las ofertas o listas de ofertas asignadas en la sección **Ofertas asignadas**.
5. Seleccione las ofertas o listas de ofertas que desee eliminar de la celda y pulse el botón >> para mover los elementos seleccionados a la sección **Ofertas eliminadas**.
6. Pulse **Aceptar cambios**.

   La ventana Ver/editar detalles de oferta se cierra. Las ofertas o listas de ofertas eliminadas ya no se visualizan en la columna **Oferta(s) asignada(s)** para la celda.
7. Pulse **Guardar** o **Guardar y volver**.

Información del estado de celda en la hoja de cálculo de celdas objetivo

La hoja de cálculo de celdas objetivo en IBM Campaign muestra el estado actual de cada celda, incluidos el recuento de celda, el tipo de la última ejecución (ejecución de producción o de prueba de un diagrama de flujo, rama o proceso) y la hora de la última ejecución.

El recuento de celda es el número de ID de audiencia exclusivos en cada celda que están enlazados a una celda de salida en un diagrama de flujo que se ha ejecutado. Este estado de celda es el resultado de la última ejecución guardada, de producción o de prueba, del proceso correspondiente.

La información del estado de celda se muestra en la hoja de cálculo de celdas objetivo en Campaign (autónomo) o en Marketing Operations (cuando hay integración).

Actualización de los recuentos de celda:

Se efectúa cambios en la configuración de un proceso, se perderá cualquier resultado de ejecuciones anteriores y las columnas **Recuento de celda**, **Tipo de la última ejecución** y **Hora de la última ejecución** aparecerán en blanco en la hoja de cálculo de celdas objetivo. Para actualizar el recuento de celda, deberá ejecutar el diagrama de flujo, la rama o el proceso en modo de prueba o ejecución, y a continuación guardar el diagrama de flujo.

Acerca de esta tarea

Observe el efecto que los siguientes tipos de cambio de configuración del proceso tienen en los recuentos de celda en la TCS.

- **Enlazado de una celda de salida de diagrama de flujo con una celda objetivo.** El recuento de celda permanecerá en blanco hasta que se guarde la siguiente ejecución de producción o prueba.
- **Desenlazado de una celda de salida de diagrama de flujo de una celda objetivo.** Se eliminan todos los resultados de la ejecución anterior y el recuento de celda está en blanco.

Renovación manual de los recuentos de celda:

Los recuentos de celda en la hoja de cálculo de celdas objetivo se actualizan de forma automática cuando se ejecuta el diagrama de flujo, la rama o el proceso en producción, o cuando se guarda una ejecución de prueba. Si la TCS está abierta cuando la ejecución se completa, debe renovar los recuentos de celda manualmente pulsando el icono **Obtener estado de celda** .

Enlace de celdas del diagrama de flujo a una TCS

Las organizaciones grandes utilizan con frecuencia una persona para crear una hoja de cálculo de celdas objetivo (TCS) para una campaña, y otra persona para diseñar los diagramas de flujo. La TCS asocia las ofertas a objetivos y controles. A continuación, el diseñador de diagramas de flujo configura procesos de diagrama de flujo que seleccionan destinatarios para las ofertas. Al enlazar celdas de salida en un diagrama de flujo con las celdas y ofertas que se han predefinido en la TCS, el diseñador del diagrama de flujo completa la asociación entre las celdas del diagrama de flujo y una TCS.

Enlace de celdas de diagrama de flujo a ofertas con objetivo definidas en una TCS

Si su organización define previamente ofertas con objetivo en una hoja de cálculo de celdas objetivo (TCS), un diseñador de diagramas de flujo, debe configurar procesos para seleccionar destinatarios para las ofertas. El diseñador debe enlazar las celdas del diagrama de flujo a las celdas previamente definidas en la TCS. Con esto se completa la asociación entre las celdas en la TCS y los destinatarios definidos en el diagrama de flujo.

Antes de empezar

Antes de empezar, alguien de su organización debe definir celdas objetivo en una TCS. Después el diseñador de diagramas de flujo puede seguir los pasos que se indican a continuación para asociar las celdas de salida en un diagrama de flujo a las celdas que se han definido en la TCS.

Nota: Un método alternativo es utilizar **Opciones** > **Corresponder y enlazar celdas objetivo**.

Acerca de esta tarea

Para asociar las celdas de diagrama con celdas predefinidas en una TCS:

Procedimiento

1. En un diagrama de flujo en modo de **Edición**, efectúe una doble pulsación en el proceso cuya celda de salida desea vincular a una celda en la TCS.
2. Pulse la pestaña **General** en el diálogo de configuración del proceso.
3. Para abrir el diálogo Seleccionar destino de celda:
   - En procesos que generen una única celda, como Selección, pulse **Enlazar a celda objetivo...**.
   - En procesos que generen varias celdas, como Segmentación, pulse la fila **Nombre de celda de salida** o **Código de celda** de cada celda que desee enlazar. Pulse el botón de puntos suspensivos.

   Verá el diálogo Seleccionar celda objetivo, que muestra las celdas que se han predefinido en la TCS para la campaña actual.
4. En el diálogo Seleccionar celda objetivo, seleccione la fila para la celda con la que desea enlazar la celda de salida actual.
5. Pulse **Aceptar**.

   El diálogo Seleccionar celda objetivo se cierra. El nombre de celda de salida y el código de celda en el diálogo de configuración del proceso se sustituyen por el nombre y el código de la TCS. Estos campos están en cursiva para indicar que se obtienen de la hoja de cálculo.
6. Pulse **Aceptar** para guardar los cambios.
7. Guarde el diagrama de flujo. Los enlaces de las celdas objetivo no se guardan en la base de datos hasta que no se guarda el diagrama de flujo. Si se cancelan los cambios en el diagrama de flujo, los enlaces de celda no se guardan.

Conceptos relacionados:

"Hojas de cálculo de celdas objetivo" en la página 179

Utilización de Corresponder y enlazar para asociar las celdas del diagrama de flujo con una TCS

Utilice el diálogo **Corresponder y enlazar celdas objetivo** para asociar las celdas objetivo en un diagrama de flujo con las celdas definidas previamente en una hoja de cálculo de celdas objetivo (TCS). Esta opción es una alternativa a la utilización de un diálogo de configuración del proceso de diagrama de flujo para establecer el enlace.

Antes de empezar

Antes de empezar, alguien de su organización debe definir celdas objetivo en una TCS. Después el diseñador de diagramas de flujo puede seguir los pasos que se indican a continuación para asociar las celdas de salida en un diagrama de flujo a las celdas que se han definido en la TCS.

Nota: Para utilizar la coincidencia automática, asegúrese de que los nombres de celda de salida del diagrama de flujo coinciden con los nombres de celda de la TCS o que empiezan con al menos los mismos tres caracteres.

Procedimiento

1. En un diagrama de flujo en modo de **Edición**, seleccione **Opciones** > **Corresponder y enlazar celdas objetivo**.

   El diálogo Corresponder y enlazar celdas objetivo muestra las celdas objetivo disponibles en el panel izquierdo y las celdas de salida del diagrama de flujo en el panel derecho.
2. Utilice uno de los métodos siguientes para la coincidencia de las celdas objetivo en la TCS con las celdas del diagrama de flujo.

Para la coincidencia automática de las celdas basada en el nombre	Pulse **Coincidencia automática**. Las celdas con coincidencia automática satisfactoria tienen un estado de **Exacto** o **La mejor coincidencia**, y las celdas objetivo que coinciden se visualizan en rojo.
Para la coincidencia manual de celdas	Seleccione uno o más pares de celdas objetivo y celdas de salida del diagrama de flujo, y pulse **Coincidencia**. Se emparejarán las celdas objetivo seleccionadas, en orden, con las celdas de salida de diagrama de flujo. Las celdas de salida con coincidencia satisfactoria tienen un estado de **Manual**. Las celdas objetivo que coinciden se visualizan en rojo.

3. Pulse **Aceptar**. Se le advertirá de que se perderán los resultados de la ejecución del diagrama de flujo.
4. Pulse **Aceptar** para continuar.
5. Guarde el diagrama de flujo. Los enlaces de celdas objetivo no se guardan hasta que se guarda el diagrama de flujo. Si cancela los cambios del diagrama de flujo, los enlaces de celda no se guardan.

Resultados

La próxima vez que vea el diálogo **Corresponder y enlazar celdas objetivo** para este diagrama de flujo, el estado de las celdas coincidentes y enlazadas será **Enlazada**.

Conceptos relacionados:

"Hojas de cálculo de celdas objetivo" en la página 179

Desenlazando de celdas de diagrama de flujo de ofertas con objetivo definidas en una TCS

El diseñador de diagramas de flujo puede eliminar la asociación entre los ID que se han seleccionado en un diagrama de flujo y las ofertas con objetivo que se han predefinido en una hoja de cálculo de celdas objetivo (TCS). Este procedimiento solo pertenece a organizaciones que definen ofertas con objetivo utilizando una TCS.

Acerca de esta tarea

Si una celda no tiene historial de contactos, puede desenlazarla (y posteriormente volverla a enlazar), en cualquier momento.

Nota: Si desenlaza una celda que tiene un historial de contactos, se "retira". Las celdas retiradas no se pueden volver a enlazar. No aparecen en la TCS y no se pueden seleccionar en un cuadro de diálogo de configuración del proceso. (Si Campaign está integrado con Marketing Operations, las celdas retiradas continúan visualizándose en la TCS, pero no se pueden reutilizar).

Procedimiento

1. En un diagrama de flujo en modo de **Edición**, efectúe una doble pulsación en el proceso cuya celda de salida desea desenlazar de la TCS.
2. Pulse la pestaña **General** en el diálogo de configuración del proceso.
3. Abra la ventana Seleccionar celda objetivo:
   - En procesos que generan una sola celda como salida, como Selección, pulse **Enlazar a celda objetivo**.
   - En procesos que producen varias celdas, como Segmentación, pulse la fila **Nombre de celda de salida** o **Código de celda** de la celda que desee desenlazar. Pulse el botón de puntos suspensivos.

   La ventana Seleccionar celda objetivo muestra las celdas que están definidas en la TCS para la campaña actual. La celda enlazada actualmente aparece resaltada.
4. Seleccione **[No enlazado]**.

   El nombre y el código de la celda ya no aparecerán resaltados.
5. Pulse **Aceptar**. El nombre de celda de salida y el código de celda en el diálogo de configuración del proceso ya no están en cursiva, lo que indica que ya no están enlazados a la TCS.

Conceptos relacionados:

"Hojas de cálculo de celdas objetivo" en la página 179

Utilización de Corresponder y enlazar para eliminar una asociación

Puede utilizar el diálogo **Corresponder y enlazar** para eliminar la asociación entre las celdas objetivo en un diagrama de flujo y las celdas en la hoja de cálculo de celdas objetivo (TCS).

Acerca de esta tarea

Si una celda no tiene historial de contactos, puede desenlazarla (y posteriormente volverla a enlazar), en cualquier momento.

Importante: Si desenlaza una celda que tiene historial de contactos, se retira. Las celdas retiradas no se pueden volver a enlazar. No aparecen en la TCS y no se pueden seleccionar en un diálogo de configuración de proceso. (Si Campaign está integrado con Marketing Operations, las celdas retiradas continúan visualizándose en la TCS, pero no se pueden reutilizar).

Procedimiento

1. En un diagrama de flujo en modo de **Edición**, seleccione **Opciones** > **Corresponder y enlazar celdas objetivo**.

   Las celdas coincidentes o enlazadas se visualizan en el panel de la derecha, y su estado se indica en la columna **Estado**.
2. Para desemparejar todas las parejas de celdas, pulse **Desemparejar todas**.

   Las celdas objetivo desemparejadas se renuevan en el panel **Celdas objetivo disponibles**, y se borran las columnas **Estado** y **Nombre de celda objetivo**. Los pares de celdas enlazadas no cambian.
3. Para desenlazar todos los pares de celdas enlazados, pulse **Desenlazar todas**.

   Los pares previamente enlazados se desenlazan, pero siguen emparejados. Las celdas objetivo aparecen ahora en rojo en la lista **Celdas objetivo disponibles** como celdas objetivo emparejadas.
4. Guarde el diagrama de flujo. Los enlaces de celdas objetivo no se guardan hasta que se guarda el diagrama de flujo. Si se cancelan los cambios del diagrama de flujo, los enlaces de celda no se guardan.

Conceptos relacionados:

"Hojas de cálculo de celdas objetivo" en la página 179

Capítulo 9. Historial de contactos

IBM Campaign mantiene un historial de contactos para registrar información sobre las ofertas que se envían a los contactos. También se registra el historial sobre celdas de control, para identificar a los clientes a los que no se envía expresamente la oferta.

El término "historial de contactos" hace referencia a la información que Campaign mantiene sobre:

- **qué ofertas** se han enviado
- a **qué clientes** (o cuentas o unidades familiares, dependiendo del nivel de audiencia)
- por **qué canal**
- en **qué fecha**

Por ejemplo, una lista de clientes objetivo puede generarse como la salida de un proceso Lista de llamadas o Telemarketing en un diagrama de flujo de campaña. Cada cliente objetivo pertenece a una celda a la que se asigna una o más ofertas. Cuando el proceso Telemarketing o Lista de correo se ejecuta en modo de producción con el registro en el historial de contactos habilitado, los detalles se grabarán en varias tablas de la base de datos del sistema de Campaign.

En conjunto, dichas tablas comprenden el historial de contactos. El historial de contactos registra la versión de la oferta específica (incluyendo los valores de los atributos de oferta parametrizados) dada a cada ID en cada celda en tiempo de ejecución del diagrama de flujo. El historial de contactos también registra los miembros de las celdas de control, que se les excluye deliberadamente de recibir comunicaciones. Las celdas de control indican controles de resistencia o de sin contacto, por lo tanto a los clientes que pertenecen a celdas de control no se les asignan ofertas y no se incluyen en las listas de salida del proceso de contacto.

Descripción general del historial de contactos y los niveles de audiencia

Campaign mantiene un historial de contactos para cada nivel de audiencia, como cliente y unidad familiar. El historial de contactos proporciona un registro histórico de sus esfuerzos de marketing directo, incluyendo con quién se ha contactado, qué ofertas se han hecho, mediante qué canales.

Campaign mantiene un historial de contactos en las tablas de la base de datos del sistema:

- El historial de contactos base (UA_ContactHistory) se graba cuando todos los miembros de una celda se tratan igual (cuando se proporciona a todos la misma versión de una oferta).
- El historial de contactos detallado (UA_DtlContactHist) se graba solo cuando las personas de la misma celda reciben distintas versiones de oferta (ofertas con distintos valores para atributos de oferta personalizados) o un número diferente de ofertas.

  El historial de contactos detallado puede crecer con mucha rapidez, pero proporciona datos completos para soportar el seguimiento de respuestas detallado y para analizar los objetivos y controles.

© Copyright IBM Corp. 1998, 2014

- Para cada ejecución de producción, los datos se registran en las tablas de tratamiento (UA_Treatment). La información de control para la resistencia también se registra aquí. La resistencia no recibe comunicaciones, pero se mide con el grupo objetivo para comparación. El historial de tratamiento se utiliza junto con el historial de contactos para formar un registro histórico completo de las ofertas que se han enviado.

El historial de contactos y el historial de respuestas correspondiente se mantienen para cada nivel de audiencia.

Por ejemplo, suponga que tiene dos niveles de audiencia, cliente y unidad familiar. La implementación de la tabla depende de cómo está configurada la base de datos:

- Normalmente, cada nivel de audiencia tiene su propio conjunto de tablas de historial de contactos y respuestas en la base de datos del sistema Campaign. Es decir, el nivel de audiencia Cliente tiene un conjunto de tablas (historial de contactos, historial de contactos detallado, historial de respuestas) y el nivel de audiencia Unidad familiar tiene su propio conjunto de tablas.
- Si la base de datos está configurada de modo que varios niveles de audiencia graban en las mismas tablas físicas subyacentes, cada nivel de audiencia no requiere su propio conjunto de tablas. Sin embargo, las tablas físicas subyacentes (historial de contactos, historial de contactos detallado, historial de respuesta), deben incluir una clave para cada nivel audiencia.

Cómo se actualizan las tablas del historial de contactos

Se graban entradas en las tablas del historial de contactos de Campaign cuando un proceso de contacto del diagrama de flujo (Telemarketing o Lista de correo) o el proceso Seguimiento se ejecuta en modo de producción con las opciones de registro de historial habilitadas. Las ejecuciones de prueba no completan las tablas del historial de contactos.

Cuando el registro del historial de contactos está habilitado, los detalles siguientes se graban en el historial de contactos durante una ejecución de producción:

- fecha y hora del contacto (de forma predeterminada, es el momento de ejecución del proceso de contacto)
- Las versiones de ofertas asignadas en el proceso de contacto, incluyendo los valores de atributos de oferta parametrizados;
- Las versiones exactas de las ofertas que se han hecho a cada ID de oferta;
- Para celdas objetivo y de control, los códigos de tratamiento para hacer seguimiento de cada combinación exclusiva de oferta, celda y fecha y hora de la oferta.

Las siguientes tablas del sistema están implicadas:

- El historial de contactos base (UA_ContactHistory), si se da a todos los miembros de una celda la misma versión de una oferta
- El historial de contactos detallado (UA_DtlContactHist), si las personas de la misma celda reciben diferentes versiones de ofertas
- Historial de tratamientos (UA_Treatment)
- El historial de ofertas (varias tablas del sistema que almacenan información de manera colectiva sobre ofertas que se han utilizado en producción)

El historial de tratamientos y el historial de ofertas pueden utilizarse en combinación con el historial de contactos para formar un registro histórico

completo de las ofertas que se han enviado. Los controles, a los que no se han asignado ofertas, se identifican en la tabla Tratamiento.

El historial solo se actualiza si la opción **Registrar en tablas de historial de contactos** está seleccionada en el cuadro de diálogo de los procesos Lista de correos, Telemarketing o Seguimiento.

Nota: Esto no afecta a cómo eMessage y Interact cargan datos en las tablas del historial de Campaign. Estos productos utilizan sus propios procesos de ETL para extraer, transformar y cargar datos en las tablas de historial de contactos y respuestas de Campaign.

Historial de tratamientos (UA_Treatment)

Se añaden filas a la tabla del historial de tratamientos (UA_Treatment) cada vez que un diagrama de flujo se ejecuta en modo de producción.

Si un diagrama de flujo está planificado para ejecutarse periódicamente, cada ejecución genera un nuevo conjunto de tratamientos, uno para cada oferta por celda, tanto para las celdas de contacto como de control, en tiempo de ejecución del diagrama de flujo. Por lo tanto, Campaign proporciona el seguimiento más granular posible, al registrar como otra instancia cada vez que se genera un tratamiento.

El historial de tratamientos funciona conjuntamente con el historial de contactos base para proporcionar una forma altamente comprimida y efectiva de almacenar información completa del historial de contactos:

- La tabla del historial de contactos base (UA_ContactHistory) solo registra la información de pertenencia a la celda para la audiencia correspondiente.
- El tratamiento o tratamientos dados a cada celda se registran en la tabla del historial de tratamientos (UA_Treatment).

Cada instancia de tratamiento se identifica con un código de tratamiento exclusivo a nivel global. El código de tratamiento puede utilizarse en el seguimiento de respuestas para hacer una atribución de cada respuesta a una instancia de tratamiento específica.

Cómo se manejan los controles en el historial de tratamiento

Una celda de control está cualificada para una oferta pero se excluye de recibir la oferta a efectos de análisis. Si se utilizan controles, el historial de tratamientos también registra datos de celda de control:

- Las filas correspondientes a las ofertas que se hacen a una celda objetivo se denominan tratamientos objetivo.
- Las filas correspondientes a las ofertas que se asignan a una celda de control se denominan tratamientos de control.

Los tratamientos objetivo tienen un tratamiento de control asociado si una celda de control se ha asignado a la celda objetivo en el proceso de contacto. A cada tratamiento de control se le asigna un código de tratamiento exclusivo, aunque los códigos no se distribuyen a los miembros de control. Los códigos de tratamiento de control se generan para facilitar el seguimiento de respuestas en los casos en que se utilice lógica de diagrama de flujo personalizada para identificar un control: los códigos de tratamiento de control pueden buscarse y asociarse al evento, de

modo que la respuesta pueda atribuirse a una instancia de tratamiento de control exacta.

Historial de contactos base (UA_ContactHistory)

Se escribe una fila en la tabla del historial de contactos base por cada combinación de ID de contacto, celda y fecha/hora de la ejecución de diagrama de flujo, tanto para celdas objetivo como para celdas control.

Pertenencia a celdas mutuamente exclusivas

Si las celdas son mutuamente exclusivas, y cada ID solo puede pertenecer a una celda, entonces cada ID tendrá una fila en la tabla del historial de contactos cuando se trate dentro de un único proceso de contacto, independientemente del número de ofertas asignadas. Por ejemplo, este es el caso si se definen celdas que correspondan a segmentos de valores "bajo", "medio" y "alto" y los clientes solo pueden pertenecer a uno de dichos segmentos en cualquier momento. Incluso si se hacen tres ofertas a al segmento de "alto valor" en el mismo proceso de contacto, solo se escribirá una fila en el historial de contactos base, puesto que el historial de contactos base registra la pertenencia a celdas.

Pertenencia a celdas no exclusiva

Si las personas pueden pertenecer a más de una celda objetivo (por ejemplo, si cada una de las celdas objetivo recibe ofertas en función de distintas reglas de elegibilidad, y los clientes pueden estar cualificados para ninguna, una o más de una de las ofertas), entonces cada persona tendrá el número de filas en la tabla del historial de contactos que corresponda al número de celdas de las que esa persona es miembro.

Por ejemplo, si define dos celdas: "Clientes que han realizado compras en los últimos 3 meses" y "Clientes que han gastado al menos 500 $ en el último trimestre", una persona podría ser miembro de una de esas células, o de ambas. Si la persona es miembro de ambas células, se grabarán dos entradas en el historial de contactos base de dicha persona cuando ejecute el proceso de contacto.

Incluso si se graban varias filas en la tabla del historial de contactos para una persona porque esta pertenece a más de una celda objetivo, todas las ofertas hechas en el mismo proceso de contacto se consideran como un "paquete" o interrupción únicos. Un "ID de paquete" exclusivo en la tabla del historial de contactos agrupa las filas grabadas por una determinada instancia de ejecución de un proceso de contacto específico para una persona. Solo tendrán lugar varias "interrupciones" a una persona o unidad familiar si dicha persona o unidad familiar pertenece a varias celdas en procesos de contacto distintos.

Grabación de campos con seguimiento adicionales en el historial de contactos

Se pueden crear campos con seguimiento adicionales y completarlos en la tabla del historial de contactos. Por ejemplo, podría interesarle grabar el código de tratamiento de la tabla de tratamientos, o un atributo de oferta, en el historial de contactos como un campo con seguimiento adicional.

Sin embargo, puesto que lo que se captura en el historial de contactos base es la pertenencia a la celda, y cada celda objetivo o de control graba una fila por ID de audiencia, tenga en cuenta que si está completando campos con seguimiento adicionales en el historial de contactos base con datos de oferta o de tratamiento, solo se grabará el primer tratamiento de cada celda objetivo o de control.

Ejemplo

Celda	Celda de control asociada	Oferta hecha a la celda
CeldaObjetivo1	CeldaControl1	OfertaA, OfertaB
CeldaObjetivo2	CeldaControl1	OfertaC
CeldaControl1	-	-

Cuando el diagrama de flujo que contiene el proceso de contacto que asigna las ofertas listadas a CeldaObjetivo1 y CeldaObjetivo2 se ejecuta en producción (con la escritura en el historial de contactos habilitada), se crea un tratamiento para cada combinación de celda, oferta hecha y fecha/hora de ejecución. Es decir, en este ejemplo se crearán seis tratamientos:

Tratamientos	Código de tratamiento
CeldaObjetivo1 recibe OfertaA	Tr001
CeldaObjetivo1 recibe OfertaB	Tr002
CeldaControl1 recibe OfertaA	Tr003
CeldaControl1 recibe OfertaB	Tr004
CeldaDestino2 recibe OfertaC	Tr005
CeldaControl1 recibe OfertaC	Tr006

Si ha añadido Código de tratamiento como un campo con seguimiento adicional en el historial de contactos base, solo se graba el primer tratamiento objetivo o de control para cada celda. Por tanto, en este ejemplo solo se escribirán tres filas al historial de contactos base, las del primer tratamiento para cada celda:

Celda	Código de tratamiento
CeldaObjetivo1	Tr001
CeldaControl1	Tr003
CeldaObjetivo2	Tr005

Por este motivo, la captura de atributos a nivel de oferta en la tabla del historial de contactos puede no ser una práctica recomendada, ya que solo proporcionará una información de contacto completa si:

- a las celdas objetivo solo se les asigna una oferta, y
- a cada celda de control solo se le asigna una celda objetivo

En todos los demás casos solo se generan los datos asociados al primer tratamiento (o tratamiento de control). Una alternativa consiste en utilizar una vista de base de datos para presentar simultáneamente la información a nivel de oferta y proporcionar acceso a ella, mediante la unión de las tablas del sistema UA_ContactHistory y UA_Treatment. También se puede generar esta información en un historial de contactos alternativo.

Nota: Si genera información de atributos de oferta como campos con seguimiento adicional, *puede* visualizarse toda la información de tratamiento porque el historial de contactos detallado y el historial de contactos alternativo graban una fila para cada tratamiento (en lugar de una fila para cada celda).

Historial de contactos detallado (UA_DtlContactHist)

Solo se escribe en la tabla del historial de contactos si se está utilizando un escenario en el que las personas de una misma celda reciben distintas versiones de una oferta.

Por ejemplo, las personas de la misma celda podrían recibir la misma oferta de hipoteca, pero dicha oferta puede personalizarse de modo que la Persona A reciba una oferta de tasa del 5%, mientras que la Persona B reciba una oferta de tasa del 4%. El historial de contactos detallado contiene una fila por cada versión de oferta que recibe una persona y una fila por cada celda de control en función de las versiones de la oferta que habrían recibido.

Historial de ofertas

El historial de ofertas consta de varias tablas del sistema que almacenan de forma colectiva información acerca de una versión de oferta que se ha utilizado en producción.

Solo se añadirán filas nuevas a la tabla del historial de ofertas si la combinación de valores de atributos de oferta parametrizados es exclusiva. De lo contrario, se referenciarán las filas existentes.

Actualización del historial de contactos realizando una ejecución de producción

Al realizar una ejecución de producción, puede actualizar el historial de contactos para el ID de ejecución actual. Utilice la ventana **Opciones del historial de ejecución** para elegir cómo se grabará el nuevo historial de contactos en la tabla del historial de contactos.

Procedimiento

1. En una página del diagrama de flujo en modo de **Edición**, pulse el proceso que desea ejecutar.
2. Abra el menú **Ejecutar** y seleccione **Guardar y ejecutar rama seleccionada**.
3. Si existen registros del historial de contactos, se le solicita que elija las opciones del historial de ejecución.

   El diálogo **Opciones del historial de ejecución** solo aparece cuando se ejecuta una rama o un proceso que previamente ha generado un historial de contactos para el ID de ejecución actual. Puede añadir información al historial de contactos o sustituir el historial de contactos existente para el ID de ejecución.

Opción	Descripción
Crear una instancia de ejecución nueva	Ejecuta de nuevo una determinada rama o proceso del diagrama de flujo utilizando un ID de ejecución nuevo. Añade los resultados, asociados al nuevo ID de ejecución, a la tabla del historial de contactos. El historial de contactos existente permanece intacto.

Opción	Descripción
Sustituir el historial de contactos de la ejecución anterior	Reutiliza el ID de ejecución anterior y sustituye el historial de contactos previamente generado para dicho ID de ejecución (solo para el proceso o la rama que se está ejecutando). Los registros del historial de contactos previamente generados para otras ramas o procesos del diagrama de flujo permanecen intactos.
Cancelar	Cancela la ejecución de la rama o proceso y no hace nada al historial de contactos existentes. El diagrama de flujo permanece abierto en modo Edición.

Escenario de Opciones del historial de ejecución

En este ejemplo, dispone de un diagrama de flujo con dos ramas y dos procesos de contacto, A y B, ambos configurados para registrar en el historial de contactos.

Ejecuta todo el diagrama de flujo (desde la parte superior, utilizando el comando **Ejecutar diagrama de flujo**) una vez. Esto crea un nuevo ID de ejecución (por ejemplo, ID de ejecución = 1) y genera historial de contactos para este ID de ejecución.

Después de esta primera ejecución satisfactoria de todo el diagrama de flujo, se edita el proceso de contacto A para dar una oferta de seguimiento a los mismos individuos que recibieron la primera oferta. Por tanto, desea a ejecutar el proceso de contacto A. El ID de ejecución actual es "1" y existe el historial de contactos para el proceso A y el ID de ejecución = 1. Desea conservar el historial de contactos original.

Cuando selecciona el proceso de contacto A y pulsa **Ejecutar proceso**, se abre la ventana Opciones del historial de ejecución. Si elige no cambiar el ID de ejecución (ID de ejecución = 1), tendrá que sustituir el historial de contactos existente, que no es lo que desea hacer. En lugar de ello, seleccione **Crear una nueva instancia de ejecución**. Esta opción incrementa el ID de ejecución a 2, conserva el historial de contactos asociado con el ID de ejecución = 1 y añade nuevo historial de contactos para el ID de ejecución = 2. De esta forma, no pierde el historial de contactos que está asociado con la primera oferta.

Si ahora edita y ejecuta el proceso de contacto B, la ventana Opciones del historial de ejecución no se abre porque está utilizando un nuevo ID de ejecución (ID de ejecución = 2), que no tiene ningún historial de contactos asociado. Cuando se ejecuta solo el proceso de contacto B, puede generar más registros de historial de contactos para el ID de ejecución = 2.

Especificación de una tabla de base de datos para el registro de contactos

Puede registrar información de contacto en una base de datos cuando configure un proceso de contacto.

Procedimiento

1. En el cuadro de diálogo de configuración del proceso, seleccione **Nueva tabla correlacionada** o **Tabla de base de datos** de la lista **Habilitar exportación a** o

Registrar en. Esta opción normalmente aparece en la parte inferior de la lista, después de la lista de tablas correlacionadas.

Se abre el cuadro de diálogo Especificar tabla de base de datos.

2. Especifique el nombre de tabla.

   Nota: Puede utilizar variables de usuario en en el nombre de tabla. Por ejemplo, si especifica MiTabla*VarUsuario.a* como el nombre de tabla, y el valor de *VarUsuario.a* es "ABC" en el momento en que se ejecuta el proceso, la salida se graba en una tabla denominada MiTablaABC. Debe establecer el **Valor inicial** y el **Valor actual** de la variable de usuario antes de ejecutar el diagrama de flujo.

3. Seleccione un nombre de base de datos de la lista.
4. Pulse **Aceptar**.

   Se cierra la ventana Especificar tabla de base de datos. El campo **Exportar/Registrar en** en el diálogo de configuración del proceso muestra el nombre de la tabla de base de datos que ha especificado.

5. Si ya existe una tabla con el nombre especificado, elija una opción para grabar los datos de salida:
   - **Añadir a datos existentes**: si selecciona esta opción, la tabla existente debe tener un esquema compatible con los datos de salida. Es decir, los nombres de campo y los tipos de campo deben coincidir, y los tamaños de campo deben permitir la escritura de los datos de salida.
   - **Sustituir todos los registros**: si selecciona esta opción, las filas existentes en la tabla se sustituyen por las nuevas filas de salida.

Especificación de un archivo de salida para el registro de contactos

También puede generar el historial de contactos en un archivo sin formato con un diccionario de datos o un archivo delimitado.

Procedimiento

1. Abra un diagrama de flujo en modo de **Edición**.
2. En el cuadro de diálogo de configuración del proceso para un proceso de contacto, seleccione **Archivo** de la lista **Habilitar exportación a** o **Registrar en**. La opción **Archivo** se suele visualizar en la parte inferior de la lista, después de la lista de tablas correlacionadas.

   Se abre el cuadro de diálogo Especificar archivo de salida.

3. Seleccione un tipo de archivo de salida:
   - **Archivo sin formato con diccionario de datos**: crea un archivo de ancho fijo y un nuevo archivo del diccionario de datos.
   - **Archivo sin formato basado en un diccionario de datos existente**: crea un archivo de ancho fijo y selecciona un archivo de diccionario de datos existente.
   - **Archivo delimitado**: permite crear un archivo en el que los valores de campo están delimitados por un tabulador, una coma u otro carácter.Si selecciona **Otros**, especifique el carácter que se debe utilizar como delimitador. Marque **Incluir etiquetas en la fila superior** si desea que la primera fila del archivo contenga una cabecera de columna para cada columna de datos.
4. Entre la ruta completa y nombre de archivo en el campo **Nombre de archivo** o utilice **Examinar** para seleccionar un archivo existente.

Nota: Puede incluir variables de usuario en el nombre de archivo de salida (**Opciones** > **Variables de usuario**). Por ejemplo, si especifica `MiArchivo`*`VariableUsuario.a`*`.txt` como nombre de archivo, y el valor de *VariableUsuario.a* es "ABC" en el momento en que se ejecuta el proceso, la salida se grabará en `MiArchivoABC.txt`. Debe establecer el **Valor inicial** y el **Valor actual** de la variable de usuario antes de ejecutar el diagrama de flujo.

5. Campaign completa el campo **Diccionario de datos** con un archivo .dct con el mismo nombre y ubicación que el archivo que ha especificado. Si desea utilizar un diccionario de datos diferente, o renombrar el diccionario de datos, especifique la ruta completa y el nombre del archivo de diccionario de datos en el campo **Diccionario de datos**.
6. Pulse **Aceptar**.

Inhabilitación de la escritura en el historial de contactos

Si no desea que las ejecuciones de producción actualicen las tablas del historial de contactos, puede configurar el proceso Telemarketing o Lista de correo para impedir el registro. Sin embargo, la mejor práctica es no para inhabilitar el registro del historial de contactos.

Acerca de esta tarea

Las ejecuciones de prueba no llenan las tablas del historial de contactos, por lo tanto, si desea ejecutar un proceso de contacto sin grabar en el historial de contactos, puede realizar una ejecución de prueba.

El historial de contactos se actualiza cuando un proceso de contacto del diagrama de flujo se ejecuta en modo de producción con las opciones de registro de contactos habilitadas. Si desea impedir que un proceso de contacto grabe en el historial de contactos, puede configurar el proceso para inhabilitar el registro durante las ejecuciones de producción.

Importante: La mejor práctica es no para inhabilitar el registro del historial de contactos. Si ejecuta una campaña en modo de producción sin el registro en el historial de contactos, no podrá volver a generar el historial de contactos con precisión en una fecha posterior si cambia alguno de los datos subyacentes.

Procedimiento

1. Efectúe una doble pulsación en el proceso de contacto (Telemarketing o Lista de correo) para el que desea inhabilitar el registro en el historial de contactos.
2. Pulse la pestaña **Registro**.
3. En la ventana para configurar el registro de las transacciones de contactos, borre las casillas de verificación **Registrar en las tablas de historial de contactos** y **Registrar en otros destinos**.

   Nota: Para cambiar la opción **Registrar en las tablas de historial de contactos**, la configuración del valor de **OverrideLogToHistory** debe estar establecido en `true` y debe tener los permisos adecuados.
4. Si lo desea, también puede pulsar **Más opciones** para acceder a **Opciones de registro del historial de contactos** y seleccionar **Crear tratamientos únicamente**. Esta opción genera nuevos tratamientos en la tabla Tratamientos pero no actualiza el historial de contactos.
5. Pulse **Aceptar**.

Resultados

Cuando ejecute el proceso de contacto, no se grabarán entradas en las tablas del historial de contactos o en destinos de registro alternativos.

Nota: Esto no afecta a cómo eMessage y Interact cargan datos en las tablas del historial de Campaign. Estos productos utilizan sus propios procesos de ETL para extraer, transformar y cargar datos en las tablas de historial de contactos y respuestas de Campaign.

Borrado de los historiales de contactos y respuestas

Si se borra el historial de contactos y respuestas permanentemente, se suprimen los registros del historial de las tablas del sistema. Estos datos no son recuperables.

Antes de empezar

El procedimiento siguiente elimina permanentemente del historial de contactos y respuestas. Si pudiera ser necesaria una recuperación posterior, haga una copia de seguridad de la base de datos de las tablas del sistema antes de borrar cualquier historial.

Nota: El historial también se suprime permanentemente cuando se suprime una campaña. En este caso, se le solicitará si desea continuar. Si continúa, se suprime toda la campaña y todo su contenido, incluidos todo el historial de contactos y respuestas.

Acerca de esta tarea

Puede desear borrar los registros del historial de contactos o respuestas en las siguientes situaciones:

- Si se ha ejecutado una ejecución de producción por error.
- Si decide cancelar una campaña tras una ejecución de producción.

Puede elegir suprimir todos los registros asociados del historial de contactos y respuestas, o suprimir solo los registros del historial de respuestas. Normalmente, es mejor no suprimir un historial de contactos para el que se han registrado respuestas. Sin embargo, tiene la opción de hacerlo.

En todo momento se preservará la integridad referencial de las tablas del sistema de Campaign. Todas las tablas del historial de contactos se graban de forma simultánea, y las limpiezas del historial de contactos se realizan simultáneamente en todas las tablas del historial de contactos. Por ejemplo, las entradas de la tabla de tratamientos no pueden suprimirse si hay entradas en las tablas del historial de contactos base o detallado que hacen referencia a ellas.

Para suprimir permanentemente un historial de contactos y/o respuestas para un proceso de contacto, siga los pasos siguientes.

Procedimiento

1. En un diagrama de flujo, en modo de edición, efectúe una doble pulsación en el proceso de contacto cuyo historial desea eliminar permanentemente.
2. En el diálogo de configuración del proceso, pulse la pestaña **Registro**. Verá la ventana para configurar el registro de las transacciones de contactos.
3. Pulse **Borrar historial**.

Si no hay entradas del historial de contactos, un mensaje indica que no hay entradas que borrar.

4. Si existe el historial de contactos, especifique qué entradas se deben suprimir:
   - Todas las entradas
   - Todas las entradas dentro de un rango de fechas seleccionado
   - Ejecuciones de diagrama de flujo específicas identificadas por la fecha y la hora de ejecución
5. Pulse **Aceptar**.

   Si no existen registros en el historial de respuestas para las entradas seleccionadas, verá un mensaje de confirmación.
6. Si existen registros en el historial de respuestas para alguna de las entradas que ha seleccionado, utilice el cuadro de diálogo de opciones de borrado de historial:
   - **Borrar todos los registros asociados de los historiales de contactos y de respuestas**: las entradas especificadas se borran en el historial de contactos y en el historial de respuestas.
   - **Borrar registros asociados del historial de respuestas**: las entradas especificadas solo se borran en el historial de respuestas. Los registros del historial de contactos se retienen.
   - **Cancelar**: no se borra ningún registro, ni en historial de contactos ni en el historial de respuestas.

Capítulo 10. Seguimiento de respuestas de campaña

Utilice el proceso Respuesta en un diagrama de flujo para realizar un seguimiento de las acciones que se producen después de una campaña. Cuando se ejecuta el proceso Respuesta, los datos se graban en las tablas del historial de respuestas y están disponibles para los informes de rendimiento de Campaign.

El seguimiento de respuestas ayuda a evaluar la efectividad de las campañas. Puede determinar si las acciones tomadas por las personas son en respuesta a las ofertas que se han dado. Puede evaluar los respondedores y los no respondedores a los que se han enviado ofertas. También puede evaluar controles (personas a los que no se han enviado ofertas) para ver si han realizado la acción deseada a pesar de no haber sido contactados.

Campaign guarda el historial de respuestas y lo utiliza en los informes de rendimiento de Campaign, por lo que puede determinar fácilmente:

- **Quién ha respondido**: la lista de entidades de audiencia (como clientes individuales o unidades familiares) cuyo comportamiento ha coincidido con los tipos de respuesta de los que se realiza seguimiento.
- **Qué hicieron y cuándo**: Campaign registra las acciones que se han realizado y la fecha y hora de las acciones. Ejemplo son click-through en un sitio web o la compra de un elemento específico. Esta información depende de los tipos de respuesta que se han configurado y/o datos adicionales que se capturan durante el proceso de respuesta.
- **A qué tratamiento de oferta han respondido**: Los códigos generados por Campaign (códigos de campaña, oferta, celda o tratamiento) y los atributos de ofertas con valores no nulos devueltos por la persona que responde se emparejan para el seguimiento de respuestas.
- **Cómo se atribuye la respuesta**: los criterios incluyen la coincidencia de códigos generados por Campaign o valores no nulos para atributos de ofertas, si los respondedores estaban en el grupo objetivo original o un grupo de control, y si la respuesta se ha recibido antes de la fecha de caducidad.
- **Información adicional**: las tablas del historial de respuestas también registran la siguiente información:
  - si la respuesta ha sido directa (se han devuelto uno o más códigos generados por Campaign) o deducida (no se han devuelto códigos de respuesta).
  - si la persona estaba en una celda objetivo o celda de control
  - si la respuesta es exclusiva o duplicada
  - puntuaciones de atribución (la mejor, fraccional y múltiple)
  - tipo de respuesta (acción) atribuido a la respuesta
  - si la respuesta se ha recibido antes o después de la fecha de caducidad de la versión de oferta específica. (Esta información depende de la propiedad siguiente: **Valores > Configuración > Campaign > particiones > partición[n] > servidor > flowchartConfig > AllowResponseNDaysAfterExpiration**. El valor predeterminado es 90 días)

© Copyright IBM Corp. 1998, 2014

Cómo realizar un seguimiento de las respuestas a una campaña

Para realizar el seguimiento de respuestas, cree un diagrama de flujo que incluye el proceso Respuesta. El proceso Respuesta toma la entrada de un proceso Selección o Extracción y normalmente utiliza una tabla de acciones como los datos de origen.

Utilización de una tabla de acciones como entrada para el proceso Respuesta

Una *tabla de acciones* es una tabla de base de datos opcional o archivo que contiene los datos de respuesta recopilados después de que las ofertas se presenten a los clientes. Normalmente hay una tabla de acciones por nivel de audiencia.

Una tabla de acciones sirve normalmente como datos de origen de la celda de entrada para el proceso Respuesta. No es necesaria una tabla de acciones para procesar las respuestas, pero se considera una práctica recomendada.

Una tabla de acciones incluye datos como la identificación del cliente, los códigos de respuesta y los atributos de interés. En función de cómo se hace el seguimiento de las respuestas en la organización, estas pueden estar directamente relacionadas con datos transaccionales, como compras o contratos y suscripciones.

Cuando se utiliza una tabla de acciones como entrada para un proceso Respuesta, las acciones o los eventos de la tabla se evalúan para ver si se deben atribuir como respuestas a contactos o tratamientos de control. Campaign lee la tabla de acciones y, si encuentra una coincidencia entre los atributos relevantes y/o códigos de respuesta, Campaign completa las tablas del historial de respuestas para el seguimiento de respuestas.

Las tablas del sistema de Campaign incluyen una tabla de acciones de muestra para el nivel de audiencia Cliente, denominada `UA_ActionCustomer`. Los administradores pueden personalizar la tabla según sea necesario.

Importante: Los administradores deben asegurarse de que cualquier tabla de acciones que se utiliza para el seguimiento de respuestas está bloqueada durante el proceso Respuesta. Los administradores también deben borrar las filas después de la ejecución de cada proceso Respuesta para asegurarse de que no se acreditan las respuestas varias veces. Por ejemplo, Campaign puede estar configurado para ejecutar SQL después del proceso Respuesta para depurar la tabla de acciones.

Para obtener información importante acerca de las tablas de acciones, consulte la publicación *Campaign Guía del administrador*.

Cómo funciona el proceso Respuesta

El proceso Respuesta se configura en un diagrama de flujo para evaluar y generar la salida de los ID que se consideran respuestas a la oferta. La evaluación se realiza comparando una combinación de códigos de respuesta u otros atributos de oferta estándar o personalizados de la tabla de acciones.

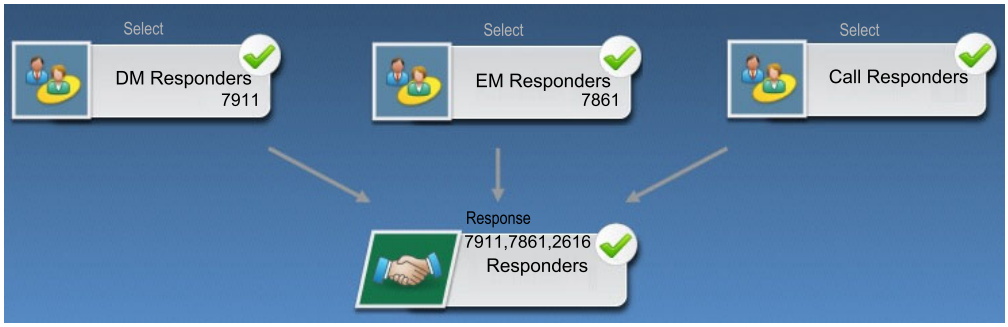
La lógica del procesamiento de respuestas utiliza códigos de respuesta de interés y atributos de respuesta de interés para determinar las respuestas directas y deducidas:

- Códigos de respuesta de interés: cualquier código generado por Campaign (código de campaña, oferta, celda o tratamiento) que está correlacionado en el proceso Respuesta se considera un "código de respuesta de interés".
- Atributos de respuesta de interés: cualquier otro atributo de oferta, estándar o personalizado, que se correlacione en el proceso Respuesta se considera un "atributo de respuesta de interés". Por ejemplo, puede utilizar el campo "Productos relevantes" como un atributo de oferta para hacer un seguimiento de las respuestas deducidas.

Estas respuestas se graban en la tabla del sistema del historial de respuestas (`UA_ResponseHistory`, o su equivalente para cada nivel de audiencia) cuando se ejecuta el proceso Respuesta. Hay una tabla del sistema del historial de respuestas para cada nivel de audiencia del que se hace seguimiento.

Los datos del historial de respuestas están entonces disponibles para que los informes de rendimiento de Campaign los utilicen y analicen.

El ejemplo siguiente muestra un diagrama de flujo simple que realiza un seguimiento de las respuestas a correo directo, correo electrónico y ofertas telefónicas.



Tareas relacionadas:

"Actualización del historial de respuestas" en la página 123

Referencia relacionada:

"Informes de rendimiento de IBM Campaign" en la página 259

Utilización de varios diagramas de flujo de seguimiento de respuestas

Muchas organizaciones eligen utilizar varios diagramas de flujo de seguimiento de respuestas, por diversas razones.

Se puede tener un diagrama de flujo de seguimiento de respuestas único para todas las campañas de la empresa. Si se utiliza una única tabla de acciones, normalmente el administrador del sistema configurará diagramas de flujo de sesión para grabar datos en la tabla de acciones para procesarlos.

Sin embargo, la implementación de Campaign puede utilizar una o varias tablas de acciones por comodidad, cada una relacionada con un diagrama de flujo de seguimiento de respuestas aparte.

Las secciones siguientes describen porqué puede utilizar varios diagramas de flujo de seguimiento de respuestas.

Hace un seguimiento de respuestas para distintos niveles de audiencia

(Obligatorio) Necesita un diagrama de flujo de seguimiento de respuestas por cada nivel de audiencia del que reciba respuestas y haga un seguimiento de las mismas. El proceso Respuesta opera al nivel de audiencia de la celda de entrada, y graba de forma automática en la tabla de historial de repuestas adecuada para dicho nivel de audiencia. Para hacer un seguimiento de las respuestas de dos niveles de audiencia distintos (por ejemplo, cliente y unidad familiar), necesitará dos procesos Respuesta distintos, que probablemente se encontrarán en dos diagramas de flujo independientes.

Existen requisitos de proceso en tiempo real frente a proceso por lotes

(Obligatorio) La mayoría de las sesiones de seguimiento de respuestas serán diagramas de flujo por lotes que procesen periódicamente los eventos grabados en una tabla de acciones (por ejemplo, el procesamiento nocturno de las compras de los clientes). La frecuencia de las ejecuciones de los seguimientos de respuestas dependerá de la disponibilidad de los datos utilizados para completar la tabla de acciones.

Por ejemplo, si procesa respuestas de distintos canales (como la web o el correo directo), podría necesitar sesiones de procesamiento de respuestas independientes, ya que la frecuencia con que los datos de las transacciones entrantes están disponibles es distinta en cada canal.

Desea evitar la duplicación de grandes volúmenes de datos

(Opcional) Si maneja grandes volúmenes de datos (millones de transacciones de ventas por día), deberá evaluar si le interesa construir un diagrama de flujo de seguimiento de respuestas que se correlacione directamente con los datos de origen en vez extraerlos, transformarlos y cargarlos (hacerles un ETL, en sus siglas inglesas) en una tabla de acciones.

Por ejemplo, puede crear un diagrama de flujo de seguimiento de respuestas en el que un proceso Extracción extraiga transacciones directamente de la tabla del historial de transacciones de compra de un sistema de comercio electrónico (en función de un determinado rango de fechas), y un proceso Respuesta que se correlacione directamente con columnas de la tabla de esta extracción.

Desea proteger datos específicos para distintas situaciones

(Opcional) Podría interesarle integrar determinados datos (como los tipos de respuesta) para situaciones diferentes, como, por ejemplo, canales diferentes. Por ejemplo, si está interesado en el seguimiento concreto de un determinado tipo de respuesta (como "consulta") que es específico de un canal (como, por ejemplo, un "call center"), puede crear un campo derivado para filtrar dichas respuestas y utilizarlo en un diagrama de flujo de seguimiento de respuestas para extraer todas las consultas de la base de datos del call center. Podría resultar más cómodo crear los datos necesarios para el seguimiento de respuestas utilizando campos derivados, y extraer los datos directamente del origen, que grabar los datos en una sola tabla de acciones.

Necesita lógica personalizada de procesamiento de respuestas

(Opcional). Si necesita escribir sus propias reglas de atribución de respuestas, puede crear un diagrama de flujo de seguimiento de respuestas aparte para implementar la lógica personalizada del seguimiento de respuestas. Por ejemplo, si necesita identificar las personas que responden a una oferta "Compre 3 obtenga 1 gratis", necesitará examinar varias transacciones para determinar si se puede considerar que una persona ha respondido. Una vez encontradas las personas que cualifican, puede pasárselas como entrada a un proceso Respuesta para registrar las respuestas utilizando el código de tratamiento y el tipo de respuesta adecuado.

Desea un diagrama de flujo de respuestas para cada producto o grupo de productos que se ha promocionado

(Opcional) Puede crear un diagrama de flujo de respuestas independiente para cada producto o grupo de productos que se ha promocionado mediante las ofertas. De esta forma, puede analizar fácilmente la respuesta por producto.

Desea un diagrama de flujo de respuestas por campaña

(Opcional) En este escenario, tiene uno o varios diagramas de flujo que generan salida, pero solo un diagrama de flujo por campaña que realiza el seguimiento por respondedores. Si los datos están disponibles por campaña, esta es una forma cómoda de configurar el procesamiento de respuestas.

Seguimiento de respuestas utilizando códigos de oferta multiparte

Se puede realizar un seguimiento de respuestas utilizando un campo derivado que conste de un código de oferta multiparte (es decir, un código de oferta que consta de dos o más códigos). Todas las partes del código de oferta deben concatenarse mediante la propiedad de configuración a nivel de partición `offerCodeDelimiter`. El ejemplo siguiente crea un campo derivado llamado `CodigoOfertaMultiple` que consta de dos partes concatenadas mediante el delimitador predeterminado "-":

```
CódigoOfertaMúltiple = string_concat(CódigoOferta1, string_concat("-",
CódigoOferta2))
```

Al configurar un proceso Respuesta para que utilice el campo derivado como un campo de acción candidato, deberá emparejar el campo derivado con el atributo de oferta/tratamiento de cada código de oferta del código multiparte.

Ámbito de fecha en el seguimiento de respuestas

Además de grabar si las respuestas se hicieron en el mismo periodo de validez de la oferta (es decir, después de la fecha efectiva y antes de la fecha de caducidad o en ella), el seguimiento de respuestas también registra si la respuesta tuvo lugar fuera de un rango de fechas válido para todas las ofertas. Campaign realiza un seguimiento de las respuestas tardías de todas las ofertas en función de un periodo de tiempo configurable después de la fecha de caducidad de una oferta para proporcionar datos sobre la frecuencia con que las ofertas se amortizan después de su fecha de finalización oficial.

El ámbito de fecha para el seguimiento de respuestas en Campaign se establece de modo global, y se aplica a todas las ofertas de la campaña. El administrador del sistema establecerá el número de días transcurridos desde la fecha de caducidad de la oferta durante los cuales se realizará un seguimiento de las respuestas.

El establecimiento de esta fecha limita de forma automática las posibles instancias de tratamiento que pueden coincidir con un evento. Cuanto menor sea el ámbito de la fecha, más mejorará el rendimiento, ya que se devolverán menos instancias de la tabla de tratamientos para obtener las posibles coincidencias.

Para obtener detalles sobre el establecimiento del ámbito de fecha, consulte "Establecimiento del número de días desde el fin de una campaña durante los cuales se registran las respuestas" en la publicación *Campaign Guía del administrador*.

Seguimiento de las respuestas de los controles

Se realiza un seguimiento de las respuestas de los grupos de control y de las respuestas de oferta de forma simultánea, utilizando el proceso Respuesta.

Las respuestas de las celdas de control se tratan de la misma forma que las respuestas deducidas, con la diferencia de que antes se descartan los códigos de respuesta. En el caso de las respuestas procedentes de los miembros de una celda de control, los códigos de seguimiento se ignoran y se comprueba cualquier atributo de interés (por ejemplo, productos relevantes) en busca de coincidencias con las instancias de tratamiento de control. Campaign utiliza un código de tratamiento interno y exclusivo a nivel global que se genera para todos los tratamientos de control; sin embargo, los códigos de tratamiento de control no se ofrecen, ya que los tratamientos de control son siempre controles de resistencia no asociados a contacto alguno.

Puede ocurrir que un mismo evento se acredite tanto para las instancias de tratamiento objetivo como para las instancias de tratamiento de control. Por ejemplo, si un determinado cliente es objetivo de una oferta del 10% de cualquier compra realizada en la sección de mujeres, y dicho cliente también es miembro de un grupo de control de resistencia que supervisa cualquier compra en la tienda, si dicho cliente realiza una compra utilizando el cupón, el evento se asociará con la instancia de tratamiento objetivo (utilizando el código de tratamiento del cupón) y con la instancia de tratamiento de control. Las instancias de tratamiento de control también se marcan dentro del rango válido de fechas o después de la fecha de caducidad, de la misma forma que las instancias de tratamiento objetivo - esto proporciona una comparación de control válida para la actividad tardía de la celda objetivo.

La atribuciones mejor o fraccional no se utilizan en las respuestas de las celdas de control - siempre se utiliza la atribución múltiple. Es decir, si una persona que responde está en una celda de control para una oferta y su acción cualifica como respuesta deducida para varios tratamientos de control, todos estas sentencias de control coincidentes se acreditarán para la respuesta.

Seguimiento de respuestas a ofertas personalizadas

Si ha utilizado campos de oferta controlados por datos, personalizados o derivados o parametrizados, en la generación de distintas versiones de ofertas, para que las ofertas puedan atribuirse correctamente a estas ofertas personalizadas, la tabla de acciones deberá contener campos que representen los campos de atributos de oferta parametrizados. Una vez que dichos campos se han correlacionado en un proceso Respuesta como atributos de interés y se han completado, podrán utilizarse para emparejar respuestas con la versión de oferta o con la instancia de tratamiento. Las respuestas que tengan valores para dichos "atributos de interés"

deberán coincidir exactamente con los valores registrados de esa persona en el historial de la versión de la oferta a fin de que se produzca la atribución a dicho tratamiento.

Por ejemplo, si tuviera ofertas de vuelos que estuvieran personalizadas con un aeropuerto de origen y otro de destino, entonces la tabla de acciones debería contener campos para "Aeropuerto de origen" y "Aeropuerto de destino". Cada transacción de compra de un vuelo contendría dichos valores, con lo que el seguimiento de respuestas sería capaz de emparejar el vuelo concreto comprado por una persona con la(s) version(es) de oferta hecha(s) en promoción a dicha persona. Estos campos también se utilizarían para realizar un seguimiento de las respuestas deducidas de los miembros del grupo de control, para ver si compraron alguno de los vuelos que se les ofrecieron en promoción.

Tipos de respuesta

Los tipos de respuesta son las acciones específicas de las que se realiza un seguimiento, tales como click-through, consulta, compra, activación, uso, etc. Cada tipo de respuesta se representa mediante un código de respuesta exclusivo. Los tipos y códigos de respuesta se definen globalmente en la tabla del sistema Tipo de respuesta de Campaign y están disponibles a todas las ofertas, aunque no todos los tipos de respuesta sean relevantes para todas las ofertas. Por ejemplo, no cabe esperar un tipo de respuesta click-through a una oferta de correo directo.

Cuando se escriben los eventos en la tabla de acciones, cada fila de evento solo puede tener un tipo de respuesta. Si el tipo de respuesta de una acción está vacío (nulo), se le realizará un seguimiento como si tuviera el tipo de respuesta predeterminado ("desconocido").

Si un único evento tiene que estar asociado a varios tipos de respuesta, deberán escribirse varias filas en la tabla de acciones, una por cada tipo de respuesta. Por ejemplo, si una institución financiera realiza un seguimiento del nivel de utilización para compras de una tarjeta de crédito nueva durante el primer mes tras la activación con tipos de respuesta "Compra100", "Compra500" y "Compra1000", una compra de 500 $ podría tener que generar un evento con los tipos de respuesta "Compra100" y "Compra500", porque la compra cumple ambas condiciones.

Si necesita detectar secuencias complejas de transacciones independientes que, en conjunto, constituyen un evento de respuesta, necesitará una sesión de supervisión aparte que busque las transacciones que cualifiquen y, una vez encontradas, envíe un evento a la tabla de acciones. Por ejemplo, si una promoción de un minorista recompensa a los clientes que compren 3 DVD cualesquiera durante el mes de diciembre, se podrá construir un diagrama de flujo para calcular el número de compras de DVD de cada cliente, seleccionar los clientes que hayan hecho tres o más compras y grabar dichos clientes a la tabla de acciones con un tipo especial de respuesta (como, por ejemplo, "Compra3DVD").

Puede obtener detalles adicionales sobre los tipos de respuesta consultando la *Guía del administrador de Campaign*.

Categorías de respuesta

Las respuestas en Campaign se clasifican en dos categorías:

- Respuesta directa – se han devuelto uno o más códigos de seguimiento generados por Campaign enviados con la oferta, debiendo coincidir todos los atributos de interés devueltos.
- Respuesta deducida - no se han devuelto códigos de seguimiento, pero al menos un atributo de oferta utilizado en el seguimiento de respuestas se ha devuelto y ha coincidido. Las respuestas de los grupos de control de resistencia son siempre respuestas deducidas.

Respuestas directas

Una respuesta se considera directa si:

- Si se devuelve a la persona que responde al menos un código generado por Campaign (código de campaña, celda, oferta o tratamiento) que coincida exactamente con una o más de las posibles instancias de tratamiento objetivo generadas por Campaign.

Y

- Los "atributos de interés" (es decir, cualquier atributo de oferta, estándar o personalizado, que se haya correlacionado en el proceso Respuesta para el seguimiento) devueltos deben tener un valor que coincida exactamente con el valor del atributo en el tratamiento.

Por ejemplo, si un código de tratamiento es un código de respuesta de interés y "canal de respuesta" es una atributo de interés, una respuesta entrante con los valores "XXX123" para el código de tratamiento y "comercio minorista" para el canal de respuesta, no se considerará una coincidencia directa para un tratamiento con los valores respectivos de "XXX123" y "web".

Una respuesta con un valor nulo para un atributo de interés no puede coincidir con un tratamiento que tenga dicho atributo de oferta. Por ejemplo, una respuesta a la que le falte un valor para "tipo de interés" no puede coincidir con ninguna oferta creada a partir de una plantilla que contenga el tipo de interés como atributo de oferta.

Sin embargo, una respuesta con un valor para un atributo de interés que no exista en un tratamiento no impide una coincidencia. Por ejemplo, si se ha creado una oferta Envío gratuito a partir de una plantilla de oferta que carezca del atributo de oferta "tipo de interés", y "tipo de interés" es un atributo de interés, el valor del atributo "tipo de interés" de una respuesta entrante no importa cuando Campaign evalúa las posibles coincidencias asociadas a la oferta Envío gratuito.

El seguimiento de respuestas tiene en cuenta si la respuesta tuvo lugar dentro del período de tiempo válido de la oferta (es decir, después de la fecha efectiva y antes de la fecha de caducidad o en ella) o si la respuesta tuvo lugar fuera del rango de fechas válido. Campaign realiza un seguimiento de las respuestas tardías durante un período de tiempo configurable después de la fecha de caducidad de una oferta.

El seguimiento de respuestas también identifica si una respuesta directa proviene de una persona que responde perteneciente al grupo contactado inicialmente, es decir, la celda objetivo.

Nota: Si una respuesta directa no procedió del grupo objetivo original, dicha respuesta se considerará una respuesta "viral", o una "transmisión", lo que significa que el respondedor obtuvo de algún modo un código de respuesta válido sin haber recibido la oferta originalmente.

Puede ser de gran utilidad comprender qué proporción de las respuestas procede del grupo objetivo, sobre todo si se está intentando atraer clientes de alto valor. Dichos valores pueden desglosarse en informes de rendimiento para ver cuántas respuestas directas procedieron del grupo objetivo original y cuántas fueron respuestas virales.

Las respuestas directas pueden ser coincidencias exactas o inexactas.

Tareas relacionadas:

"Actualización del historial de respuestas" en la página 123

Referencia relacionada:

"Informes de rendimiento de IBM Campaign" en la página 259

Coincidencias exactas directas

Una respuesta se considera una coincidencia exacta directa si Campaign puede identificar de forma exclusiva una instancia de tratamiento objetivo única para acreditarla.

Nota: Es una práctica recomendada utilizar códigos de tratamiento generados por Campaign para el seguimiento, porque Campaign siempre podrá identificar de forma exclusiva una instancia de tratamiento que acreditar si se devuelve el código de tratamiento.

Por ejemplo, si ha utilizado los códigos de tratamiento generados en un diagrama de flujo de contacto como códigos de cupón en una oferta, y una persona que responde devuelve un código de tratamiento en una de las celdas objetivo de la oferta, entonces la respuesta es una coincidencia exacta directa para esa oferta.

Si se reciben varios códigos de seguimiento o atributos de interés, todos los valores de códigos y atributos deberán coincidir exactamente para que la instancia de tratamiento se contabilice. Es decir, si una persona que responde proporciona un código de oferta y un atributo de oferta con un valor no nulo, ambos deberán coincidir exactamente con los valores de código y oferta del tratamiento.

Coincidencias inexactas directas

Una respuesta se considera una coincidencia inexacta directa si Campaign no puede identificar de forma exclusiva una instancia de tratamiento única para acreditarla, pero el/los código(s) de seguimiento devuelto(s) coincide(n) con varias instancias de tratamiento objetivo posibles.

Para acotar las instancias de tratamiento objetivo que recibirán crédito para esta respuesta, si hubo alguna instancia de tratamiento objetivo que contactase al respondedor, Campaign descartará entonces las instancias de tratamiento que no contactaron al respondedor. Si ninguna instancia de tratamiento objetivo contactó al respondedor, se conservarán todas, y todas recibirán crédito para una respuesta viral.

Por ejemplo, si un cliente en el segmento de alto valor ha recibido una oferta de una campaña hecha a clientes de alto y bajo nivel, y devolvió el código de oferta, esto coincidiría inicialmente con dos instancias de tratamiento objetivo (una para la celda de alto valor y una para la celda de bajo valor). Si se aplica esta regla de seguimiento de respuestas, puesto que la instancia de tratamiento para la celda de valor alto iba realmente dirigida a este respondedor, pero no así la instancia de

tratamiento para la celda de valor bajo, se descartará esta última. Solo se acreditará para esta respuesta la instancia de tratamiento asociada al grupo de clientes de alto valor .

Además, si la fecha de respuesta se encontraba dentro del rango de fechas válidas de cualquiera de las instancias de tratamiento restantes, se descartarán todas aquellas instancias de tratamiento que no se encuentren entre sus fechas efectiva y de caducidad.

Por ejemplo, si a un cliente le contactaron en el mes de enero y febrero instancias de la misma campaña, y se ha devuelto el código de oferta, coincidiría con dos instancias de tratamiento objetivo (una de enero y otra de febrero). Si cada versión de oferta caducase al final del mes en que se emite, una respuesta en febrero provocaría que la instancia de tratamiento de enero se descartase por haber caducado. Solo la instancia de tratamiento de febrero recibiría el crédito para esta respuesta.

Una vez aplicadas las reglas de seguimiento de respuestas y descartadas todas las instancias de tratamiento objetivo inválidas, Campaign utilizará distintos métodos de atribución para calcular el crédito que hay que dar a las instancias de tratamiento restantes.

Respuestas deducidas

Una respuesta se considera deducida cuando se cumplen las siguientes condiciones:

- no se han devuelto códigos de seguimiento generados por Campaign (código de campaña, celda, oferta o tratamiento)
- el respondedor pertenece a una celda objetivo o a una celda de control
- se ha devuelto al menos un atributo de oferta utilizado en el seguimiento de respuestas
- todos los atributos de oferta devueltos tienen coincidencia

Una respuesta con un valor nulo para un atributo de interés no puede coincidir con un tratamiento que tenga dicho atributo de oferta. Por ejemplo, una respuesta a la que le falte un valor para "tipo de interés" no puede coincidir con ninguna oferta creada a partir de una plantilla que contenga el tipo de interés como atributo de oferta.

Sin embargo, una respuesta con un valor para un atributo de interés que no exista en un tratamiento no excluye una coincidencia. Por ejemplo, si se ha creado una oferta Envío gratuito a partir de una plantilla de oferta que carezca del atributo de oferta "tipo de interés", y "tipo de interés" es un atributo de interés, el valor del atributo "tipo de interés" de una respuesta entrante no importa cuando Campaign evalúa las posibles coincidencias asociadas a la oferta Envío gratuito.

Además, la persona que responde debe haber sido contactada (es decir, debe haber estado en la celda objetivo, o en un grupo que se haya contactado) para que su respuesta cuente como deducida.

Por ejemplo, si a un cliente se le ha enviado un cupón de descuento de 1 $ en detergente de lavandería y dicho cliente compra detergente de lavandería (incluso sin haber canjeado el cupón), Campaign deducirá una respuesta positiva a dicha instancia de tratamiento objetivo.

Respuestas deducidas de grupos de control

Todas las respuestas de los miembros de los grupos de control (que son siempre controles de resistencia en Campaign) son respuestas deducidas. El emparejamiento de respuestas deducidas es el único mecanismo de acreditación de respuestas procedentes de los miembros de un grupo de control de resistencia.

Puesto que los miembros de un grupo de control no reciben comunicación alguna, no pueden tener ningún código de seguimiento que devolver.

El seguimiento de respuestas supervisa los miembros de los grupos de control para detectar si realizan la acción deseada sin haber recibido ninguna oferta. Por ejemplo, una campaña puede dirigirse a un grupo de clientes que no tienen cuentas corrientes con una oferta de cuenta corriente. A los miembros del grupo de control se les realiza un seguimiento para ver si abren una cuenta corriente en el mismo período de tiempo de la oferta de la cuenta corriente.

Todos los eventos entrantes se evalúan para comprobar si son posibles respuestas deducidas de instancias de tratamiento de control. Los códigos de respuesta se descartan y el resto de atributos de interés se evalúa contra las instancias de tratamiento de control para posibles acreditaciones de respuestas.

Métodos de atribución

Campaign soporta tres métodos por los cuales se acreditan respuestas a las ofertas:

- La mejor coincidencia
- Coincidencia fraccional
- Coincidencia múltiple

Estos tres métodos de atribución de respuestas se utilizan de forma simultánea y se registran como parte del historial de respuestas. Puede optar por utilizar un método, todos los métodos o una combinación de ellos en los distintos informes de rendimiento para evaluar el rendimiento de la campaña y de las ofertas.

La atribución de respuestas se realiza en las instancias de tratamiento objetivo que quedan una vez descartadas las respuestas no válidas (porque la instancia de tratamiento no contactó con el respondedor o porque la instancia objetivo caducó).

Por ejemplo, un respondedor de una celda objetivo recibe tres ofertas y devuelve un código de celda; no se puede identificar una instancia de tratamiento exacta. La atribución de mejor coincidencia seleccionaría una de las tres ofertas para otorgarle el crédito completo; la atribución de coincidencia fraccional le otorgaría 1/3 de crédito a cada una de las ofertas, y la atribución de coincidencia múltiple le otorgaría un crédito completo a todas y cada una de las tres ofertas por la respuesta.

Tareas relacionadas:

"Actualización del historial de respuestas" en la página 123

Referencia relacionada:

"Informes de rendimiento de IBM Campaign" en la página 259

La mejor coincidencia

En la atribución de mejor coincidencia, solo una única instancia de tratamiento objetivo recibe el crédito completo de una respuesta, mientras que cualquier otra instancia de tratamiento coincidente recibirá un crédito cero. Cuando varias instancias de tratamiento coinciden para una respuesta, Campaign selecciona como mejor coincidencia aquella instancia de tratamiento con la fecha de contacto más reciente. Si hay varias instancias de tratamiento con la misma fecha y hora de contacto, Campaign acreditará una de ellas al azar.

Nota: En el caso de varias instancias de tratamiento con la misma fecha y hora de contacto, se acreditará siempre la misma instancia, pero no es de esperar que Campaign seleccione una instancia de tratamiento específica.

Coincidencia fraccional

En la atribución de coincidencia fraccional, las *n* instancias de tratamiento coincidentes recibirán $1/n$ de crédito por la respuesta, de modo que la suma de todas las puntuaciones atribuidas es 1.

Coincidencia múltiple

En la atribución de coincidencia múltiple, *n* instancias de tratamiento coincidentes recibirán un crédito completo por la respuesta. Esto puede provocar una sobreacreditación de los tratamientos y debería utilizarse con precaución. A los grupos de control siempre se les realiza un seguimiento utilizando atribución múltiple: cada respuesta de un miembro de un grupo de control recibirá un crédito completo.

Capítulo 11. Objetos almacenados

Si hay componentes de campaña que se utilizan con frecuencia, puede guardarlos como objetos almacenados. La reutilización de objetos almacenados entre diagramas de flujo y campañas ahorra tiempo y asegura la coherencia.

Los tipos de objeto almacenado en IBM Campaign son:

- "Campos derivados"
- "Variables de usuario" en la página 223
- "Macros personalizadas" en la página 224
- "Plantillas" en la página 229
- "Catálogo de tablas almacenado" en la página 231

Nota: Para obtener información relacionada, lea sobre las sesiones y segmentos estratégicos que se pueden reutilizar entre campañas.

Campos derivados

Los campos derivados son variables que no existen en un origen de datos y que se crean a partir de uno o más campos existentes, incluso entre diferentes orígenes de datos.

En muchos procesos, la ventana de configuración incluye un botón **Campos derivados** que puede utilizarse para crear una variable nueva para consultar, segmentar, ordenar, calcular o proporcionar la salida a una tabla.

Puede hacer que los campos derivados creados queden explícitamente disponibles a un proceso subsiguiente habilitando la opción **Hacer persistente** durante la creación.

Los campos derivados que están disponibles para un proceso se listan en la carpeta **Campos derivados**. Los campos derivados sólo están disponibles al proceso en el que se han creado. Si no se ha creado ningún campo derivado en un proceso, no aparecerá ninguna carpeta de **Campos derivados** en la lista.

Para utilizar un campo derivado en otro proceso no subsiguiente, almacene la expresión del campo derivado en la lista **Campos derivados almacenados** para que esté disponible para todos los procesos y todos los diagramas de flujo.

Nota: no utilice un campo generado de Unica Campaign (UCGF) en un campo derivado de Lista de correo a menos que el campo generado sea constante. Campaign asume valores constantes para los campos generados y no los vuelve a calcular para los registros del conjunto de resultados. Por lo tanto, puede ver resultados en blanco o incorrectos de campos derivados que llaman a un campo generado que cambie de valor. En lugar de utilizar un campo derivado, utilice el campo generado necesario directamente en el archivo o tabla de cumplimiento de Lista de correo. A continuación, lea dicha tabla o archivo de nuevo en Campaign como una Selección y utilice un proceso Instantánea para manipular un nuevo archivo o tabla de cumplimiento utilizando datos del anterior.

© Copyright IBM Corp. 1998, 2014

Restricciones de nombres para campos derivados

Los nombres de los campos derivados tienen las restricciones siguientes:

- No pueden ser igual que alguno de los tipos de nombres siguientes:
  - Una palabra clave de base de datos (como INSERT, UPDATE, DELETE o WHERE)
  - Un campo en una tabla de base de datos correlacionada
- No pueden utilizar las palabras `Yes` (Sí) o `No`.

Si no cumple estas restricciones de nombres, cuando se invoque los campos derivados se producirán errores de base de datos y desconexiones.

Nota: Los nombres de campos derivados también tienen restricciones específicas de caracteres. Para obtener detalles, consulte Apéndice A, “Caracteres especiales en nombres de objeto de IBM Campaign”, en la página 265

Creación de campos derivados

Puede crear campos a partir de uno o más campos existentes, incluso entre diferentes orígenes de datos.

Procedimiento

1. En la ventana de configuración de un proceso que soporte campos derivados, pulse **Campos derivados**.

   Se abrirá la ventana Crear campo derivado.
2. Todos los campos derivados que se han creado anteriormente en este proceso aparecen en la lista **Nombre de campo**. Para crear un campo derivado nuevo, especifique un nombre distinto.
3. Seleccione la casilla de verificación **Hacer persistente** si desea almacenar y pasar los valores calculados para este campo. Esta opción hace que el campo derivado esté disponible para un proceso posterior.
4. Defina el campo derivado directamente en el área de expresiones o utilice el Ayudante de Fórmula. Puede efectuar una doble pulsación en un campo disponible para añadirlo al área de expresiones.

   Sólo los campos de las tablas que se seleccionen en el diálogo de configuración del proceso se podrán utilizar en una expresión de campo derivado. Si una tabla deseada no aparece, asegúrese de que se haya seleccionado como una tabla de origen.

   Un campo derivado puede ser un valor nulo. Utilice NULL para devolver un valor nulo para una instantánea. Utilice NULL_STRING para devolver un valor nulo con un tipo de datos de cadena si desea que el campo derivado se utilice con una macro de Campaign.

   Puede especificar una cadena en un campo derivado como constante. Si utiliza una serie, debe estar rodeada por comillas dobles. Por ejemplo, "mi serie". Las comillas no son necesarias para las cadenas numéricas.
5. (Opcional) Pulse **Campos derivados almacenados** si desea poder utilizar el campo derivado en otro proceso o diagrama de flujo. También puede utilizar esta opción para cargar un campo derivado existente u organizar la lista de campos derivados almacenados.
6. Pulse **Comprobar sintaxis** para detectar cualquier error.
7. Pulse **Aceptar** para guardar el campo derivado.

Creación de un campo derivado a partir de una existente

Puede crear un nuevo campo derivado basándolo en un campo derivado existente y, a continuación, cambiando la expresión.

Acerca de esta tarea

Sólo los campos de las tablas que se seleccionen en el diálogo de configuración del proceso se podrán utilizar en una expresión de campo derivado. Si una tabla deseada no aparece, asegúrese de que se haya seleccionado como una tabla de origen.

Procedimiento

1. En la ventana de configuración de un proceso que soporte campos derivados, pulse **Campos derivados**.

   Se abre el diálogo Crear campo derivado.
2. En la lista **Nombre de campo**, seleccione un campo derivado existente.

   La expresión del campo seleccionado aparecerá en el área **Expresión**.
3. Cambie el nombre del campo derivado existente por el nombre que desea utilizar para el nuevo campo derivado.

   Importante: No se pueden utilizar las palabras "Yes" o "No" como nombres de campos derivados. Si se hace, se desconecta la base de datos cuando se llama a estos campos derivados.
4. Edite la expresión de campo derivado.
5. Pulse **Aceptar**.

Creación de un campo derivado basado en una macro

Puede crear un campo derivado basándolo en una macro.

Procedimiento

1. En el diálogo de configuración de un proceso que soporta campos derivados, pulse **Campos derivados**.
2. En el diálogo Crear campo derivado, pulse **Ayudante de fórmulas**.
3. Seleccione una macro de la lista efectuando una doble pulsación sobre ella.

   Se visualizan la declaración y la descripción de la macro, y la macro se inserta en el **Asistente de fórmula**.
4. Seleccione los campos adecuados de la lista **Campos disponibles a la expresión** para completar la expresión.
5. Pulse **Aceptar**.

Cómo hacer que los campos derivados sean persistentes

Cuando un campo derivado se hace persistente, se le indica a Campaign que almacene sus valores calculados y que los ponga a disposición de procesos subsiguientes. Esto ahorra tiempo y recursos porque Campaign no tiene que volver a calcular dichos valores en sentido descendente en el diagrama de flujo.

Procedimiento

1. En la ventana de configuración de un proceso que soporte campos derivados, pulse **Campos derivados**.

   Aparecerá la ventana Crear campo derivado.

2. Seleccione la casilla de verificación **Hacer persistente** para almacenar y pasar los valores calculados para este campo.

Ejemplo: campo derivado persistente

Podría tener un proceso Selección configurado para seleccionar los ID en función de una restricción sobre un campo derivado, y que estuviese conectado a un proceso Instantánea para generar los registros seleccionados que incluyan dicho campo derivado. Si se marca el campo derivado para que sea persistente, el valor calculado se pasará del proceso Selección al proceso Instantánea.

Los campos derivados persistentes también se utilizan con cualquier campo derivado de tipo agregado (por ejemplo, AVG o GROUPBY). Estos campos agregados se calculan en función de las diversas filas de datos dentro de la celda actual, de modo que el valor de estos campos agregados cambia cuando cambia el contenido de la celda. Con los campos derivados persistentes se puede optar por conservar el valor calculado original y luego llevarlo a otros procesos. Si, por el contrario, opta por volver a calcular el campo derivado, obtendrá un valor calculado en función de los registros restantes de la celda actual.

Cuando un proceso recibe varias entradas, como cuando un proceso Instantánea trabaja con la entrada procedente de dos procesos Selección, todos los campos derivados persistentes estarán disponibles al proceso situado en sentido descendente.

Si un campo derivado persistente no está disponible a todos los procesos Selección entrantes, y está incluido en la salida de un proceso Instantánea, entonces el proceso Instantánea mostrará un valor NULL en dicho campo derivado persistente en todas las filas de salida procedentes de los procesos Selección que no tengan dicho campo derivado persistente.

Si un campo derivado persistente no está disponible en todos los procesos Selección entrantes, y lo utiliza para definir un proceso Segmentación, entonces el proceso Segmentación tendrá segmentos vacíos para los procesos Selección que no tuvieran dicho campo derivado persistente.

El proceso Segmentación seguirá sin configurar si intenta definir un segmento con una expresión que utilice más de un campo derivado persistente que no esté disponible a todos los procesos Selección.

Se aplican las siguientes directrices a los campos derivados persistentes (PDF en sus siglas inglesas):

- un PDF se adjunta a una celda entrante (vector)
- los PDF se calculan antes de la ejecución de la consulta
- varios PDF disponibles a los siguientes procesos:
  - Instantánea: si un PDF no está definido para una celda, su valor = NULL. Si un único ID es mayor que una celda, se genera una fila por cada celda.
  - Segmento: los PDF no están disponibles para la segmentación por campo cuando se seleccionan varias celdas de entrada. Los PDF deben existir en todas las celdas de entrada seleccionadas para su utilización en un segmento por consulta.
- Los PDF solo conservan un valor (seleccionado al azar) por valor de ID, independientemente del número de veces que aparezca un ID en los datos. Por tanto, cuando la salida no incluye ningún campo de tabla (e incluye un ID de IBM), solo habrá un registro por valor de ID.

Sin embargo, cuando utilice un campo derivado basado en un campo de tabla, la salida incluirá un campo de tabla de manera indirecta. Por lo tanto, habrá un registro para cada instancia de un valor de ID. (Es decir, si el valor de ID aparece siete veces en los datos, habrá siete registros en la salida).

Los campos derivados persistentes solo almacenan un *único* valor para cada ID de audiencia, seleccionado al azar a partir de los valores disponibles. Esto significa que, cuando se trabaja con datos sin normalizar, deberá utilizarse una función de macro GROUPBY para lograr los resultados deseados.

Por ejemplo, suponga que quiere buscar en la tabla de transacciones de compra el importe más elevado en dólares gastado por un cliente en una única transacción, y guardarlo como campo derivado persistente para que sea procesado en sentido descendente. Podría escribir un campo derivado (y luego persistirlo como un campo derivado persistente) de la siguiente manera:

```
importe_compra_mas_alto = groupby(CID, maxof, Purch_Amt)
```

Realizado contra datos de transacciones de compra sin normalizar, el cálculo sería el siguiente:

CID	DATE	PURCH_AMT	IMPORTE_COMPRA_MAS_ALTO
A	1/1/2007	200 $	300 $
A	15/3/2007	100 $	300 $
A	30/4/2007	300 $	300 $

Cuando se persiste el campo derivado, selecciona (al azar) un valor cualquiera (todos son 300 $) y persiste el valor 300 $ para el cliente A.

Un segundo ejemplo, menos evidente, consistiría en seleccionar una puntuación de modelo predictivo de una tabla de puntuación para un modelo X determinado. Aquí el campo derivado sería algo similar a esto:

```
Puntuacion_ModeloX = groupby(CID, maxof, if(Model = 'X', 1, 0), Score)
```

Y los datos podrían ser similares a:

CID	MODEL	SCORE	PUNTUACION_MODELOX
A	A	57	80
A	B	72	80
A	X	80	80

La persistencia del campo derivado, Puntuacion_ModeloX, arroja el resultado deseado de un valor de puntuación 80. Es incorrecto crear un campo derivado:

```
Puntuacion_ModeloX_Malo = if(Model = 'X', Score, NULL)
```

Esto daría el siguiente resultado:

CID	MODEL	SCORE	PUNTUACION_MODELOX_MALO
A	A	57	NULL
A	B	72	NULL
A	X	80	80

Después, cuando se persiste el campo derivado Puntuacion_ModeloX_Malo, el valor persistido podría ser NULL o 80. value could be NULL or 80. Si está trabajando con datos sin normalizar, y los valores del campo derivado no son todos iguales, la persistencia de dicho campo derivado podría suponer que se devolviera *cualquiera* de los valores devueltos. Por ejemplo, si se define Puntuacion_Campo_Derivado = SCORE y se persiste, podría resultar en el valor 57, 72, ó 80 para el cliente A. Para asegurar el comportamiento deseado, deberá utilizar la macro GROUPBY sobre el ID de cliente y garantizar que el valor del campo derivado es el *mismo* para todos los datos de ese cliente.

Almacenamiento de campos derivados

Almacene un campo derivado si desea poder utilizarlo en otro proceso en el mismo diagrama de flujo o en otro diferente.

Acerca de esta tarea

Los campos derivados son variables que no existen en un origen de datos y que se crean a partir de uno o más campos existentes, incluso entre diferentes orígenes de datos. Un campo derivado solo está disponible en el proceso donde se ha creado. No está disponible en ningún otro proceso (salvo en un proceso inmediatamente posterior si se ha habilitado **Hacer persistente**).

Si desea almacenar una definición de campo derivado para que pueda utilizarlo en otros procesos y diagramas de flujo, siga el procedimiento siguiente.

Procedimiento

1. En la ventana de configuración de un proceso que soporta campos derivados, pulse **Campos derivados** y cree el campo derivado que desee almacenar. Por ejemplo, defina una expresión como (saldo/límite_crédito) * 100.
2. En el diálogo **Crear campo derivado**, abra la lista **Campos derivados almacenados** y seleccione **Guardar expresión actual en lista almacenada**.
3. Utilice el diálogo Guardar expresión de campo derivado para especificar si se debe guardar la expresión en una carpeta. Puede asignar una política de seguridad y opcionalmente cambiar la expresión y asignarle un nombre diferente. La expresión que se guarda se almacenará en una lista a la que puede acceder al configurar otros procesos y diagramas de flujo.
4. Pulse **Guardar**.

Utilización y gestión de campos derivados almacenados

Un campo derivado que se ha almacenado puede utilizarse en otro diagrama de flujo. Un campo derivado consta de una expresión, como por ejemplo AccountType='gold'. Los campos derivados son variables que no existen en un origen de datos y que se crean a partir de uno o más campos existentes, incluso entre diferentes orígenes de datos.

Procedimiento

1. Para utilizar una expresión guardada en un proceso de diagrama de flujo:
   a. Abra el diálogo de configuración de un proceso que soporta campos derivados, y pulse **Campos derivados**.
   b. Abra el menú **Campos derivados almacenados** y seleccione **Recuperar expresión de lista almacenada**.
   c. Seleccione una expresión de la lista y pulse **Utilizar expresión**.
2. Para crear, editar, mover o suprimir expresiones almacenadas:

a. Abra el menú **Opciones** y seleccione **Campos derivados almacenados**.
b. Utilice el diálogo Expresiones de campo derivado almacenado para crear o editar expresiones, suprimir expresiones o mover una expresión a una carpeta diferente.

Variables de usuario

Campaign soporta variables de usuario, que se pueden utilizar durante el proceso de configuración al crear consultas y expresiones.

Directrices para utilizar variables de usuario

Se aplican las siguientes directrices a las variables de usuario:

- Las variables de usuario son locales en el diagrama de flujo en el cual se definen y utilizan, pero tienen un ámbito global dentro de una ejecución de diagrama de flujo.
- Las variables de usuario utilizan la siguiente sintaxis: VarUsu.NombreVarUsu
- Las variables de usuario tienen **Valores iniciales**, que es el valor que se asigna cuando una variable de usuario se define inicialmente en el diálogo **Variables de usuario**. El **Valor inicial** solo se utiliza para establecer el **Valor actual** antes de lanzar una ejecución de diagrama de flujo. El **Valor actual** es el que utiliza Campaign durante una ejecución de diagrama de flujo.

  Nota: Si no se ha establecido el **Valor actual** de una variable para un usuario, y se lanza una ejecución de proceso o una ejecución de rama, Campaign no podrá resolver la variable de usuario. Campaign solo establece el **Valor actual** de una variable de usuario al **Valor inicial** antes de una ejecución de diagrama de flujo.
- Se puede cambiar el **Valor actual** de una variable de usuario en la ventana Campo derivado de un proceso Selección.
- Las variables de usuario pueden establecerse a constantes o a expresiones, como VarUsu.miVar = Avg(TablaUsuario.Edad).

  Nota: Si utiliza una expresión que devuelva varios valores (como TablaUsuario.Edad+3, que devolverá un valor para cada registro de la tabla), la variable de usuario se establece al primer valor devuelto.
- Cuando utilice variable de usuario en sentencias SQL, no las entrecomille, ni con comillas simples ni con dobles.
- Si pasa nombres de objeto a la base de datos (por ejemplo, si utiliza una variable de usuario que contiene un nombre de diagrama de flujo), debe asegurarse de que el nombre de objeto solo contiene caracteres soportados por su base de datos particular. De lo contrario, recibirá un error de base de datos.
- Los valores de las variables de usuario se pueden pasar en la ejecución del proceso.
- Las variables de usuario están soportadas en desencadenantes de salida.
- Se soporta la utilización de variables de usuario en macros personalizadas.

Creación de variables de usuario

Puede definir variables para utilizarlas en los procesos que se añaden a un diagrama de flujo.

Procedimiento

1. Abra un diagrama de flujo en modo de **Edición**.
2. Pulse **Opciones** y seleccione **Variables de usuario**.

   Se abre el diálogo Variables de usuario.
3. En la columna **Nombre de variable**, escriba un nombre para la nueva variable de usuario: pulse la zona activa **<Pulse aquí para añadir un nuevo elemento>**.
4. En la columna **Tipo de datos**, seleccione un tipo de datos de la lista. Si no selecciona un tipo de datos, la aplicación seleccionará **Ninguno** cuando se pulse **Aceptar**.

   El tipo de datos **Ninguno** puede producir resultados imprevisibles, por lo tanto, es mejor especificar el tipo de datos correcto.
5. En la columna **Valor inicial**, especifique un valor inicial. También puede analizar campos para ver los valores disponibles pulsando el botón de puntos suspensivos (...) que está disponible cuando se pulsa en el interior de la columna.
6. En la columna **Valor actual**, especifique un valor actual para la variable de usuario. También puede analizar campos para ver los valores disponibles pulsando el botón de puntos suspensivos (...) que pasa a estar disponibles al pulsar dentro de la columna.
7. Repita estos pasos para cada variable de usuarioe que desee crear.
8. Pulse **Aceptar**.

   La aplicación almacena las nuevas variables de usuario. Puede acceder a ellas más tarde, cuando configure procesos.

Resultados

Después de ejecutar un diagrama de flujo, el **Valor actual** de cada variable de usuario se visualiza en la sección **Valor actual** de cada variable de usuario. Si el valor actual es diferente del valor inicial, puede restaurar el valor inicial pulsando en **Restaurar valores predeterminados**.

Nota: Si el **Valor actual** de una variable de usuario se vuelve a definir en un proceso Selección, el restablecimiento del **Valor actual** al **Valor inicial** manualmente no tiene ningún efecto sobre el valor de la variable de usuario durante la ejecución de un diagrama de flujo, rama o proceso.

Macros personalizadas

Una macro personalizada es una consulta que se crea utilizando una expresión de IBM , SQL sin formato o SQL sin formato que incluye un valor. Las macros personalizadas soportan el uso de variables.

Puede guardar una macro personalizada de modo que esté disponible al configurar procesos en un diagrama de flujo y definir campos derivados.

El soporte de SQL sin formato mejora el rendimiento al permitir que complejas transacciones se lleven a cabo en la base de datos en lugar de filtrar los datos en bruto y manipularlos en el servidor de aplicaciones.

Campaign soporta los tipos siguientes de macros personalizadas, que a su vez soportan un número ilimitado de variables:

- Macros personalizadas que utilizan una expresión IBM

- Macros personalizadas que utilizan SQL sin formato
- Macros personalizadas que utilizan SQL sin formato y que incluyen un valor especificado

Importante: Puesto que usuarios no técnicos pueden utilizar macros personalizadas, cuando cree una macro personalizada debe describir cómo funciona muy cuidadosamente, colocar tipos similares de macros en carpetas especiales, etc. Este enfoque puede ayudar a reducir la posibilidad de que alguien utilice una macro personalizada incorrectamente y recupere datos que no se esperan.

Creación de macros personalizadas

Las macros personalizadas que crea pueden utilizarse en procesos de diagrama de flujo y en definiciones para campos derivados.

Procedimiento

1. Abra un diagrama de flujo en modo de **Edición**.
2. Pulse **Opciones** y seleccione **Macros personalizadas**.
3. En el diálogo Macros personalizadas, pulse **Elemento nuevo**.
4. En la lista **Guardar bajo**, seleccione la carpeta donde desea guardar la macro. Si no se han creado carpetas, utilice el valor predeterminado **Ninguna**.
5. En el campo **Nombre**, escriba un nombre y una declaración para la macro, para que pueda hacerse referencia.

   Utilice la sintaxis siguiente: `NombreMacro(var1,var2,...)`

   Por ejemplo: `GrupoGenPor(id,val1,table,val2)`

   `NombreMacro` debe ser exclusivo y alfanumérico. Puede incluir subrayados (_), pero no espacios.

   Nota: Si una macro personalizada tiene el mismo nombre que una macro incorporada, la macro personalizada tiene prioridad. Para evitar confusiones, no asigne a las macros personalizadas nombres de operador o nombres que sean iguales a los de macros incorporadas. La excepción es si específicamente desea que la macro personalizada nueva se utilice siempre, en lugar de la macro incorporada.

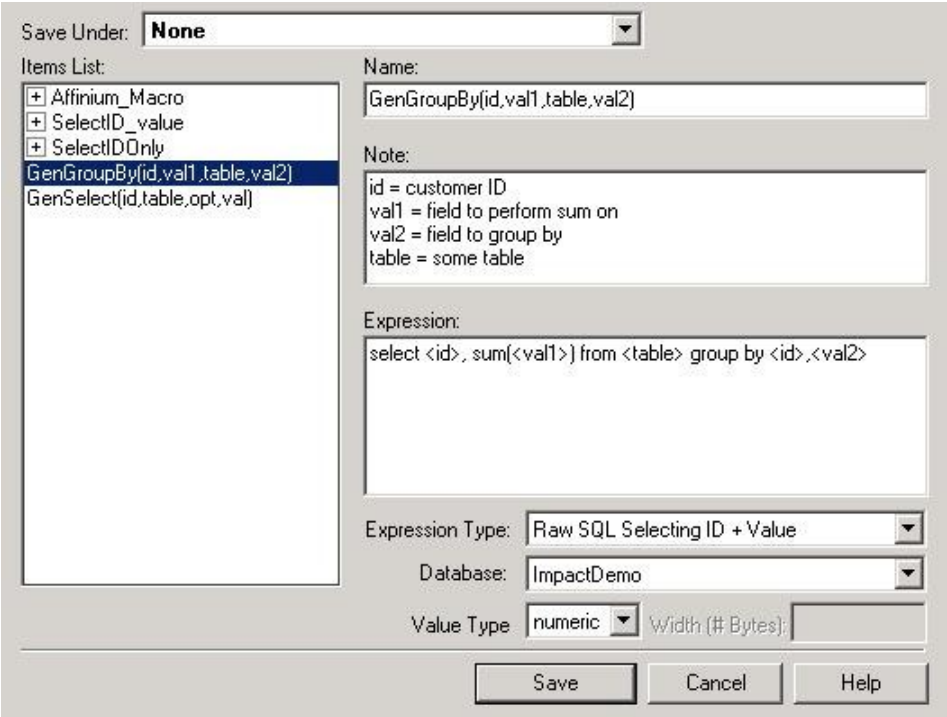
   Importante: Los nombres de variable deben coincidir con los nombres de variable de la definición de macro personalizada en la ventana Expresión, y deben expresarse como una lista separada por comas entre paréntesis.
6. En la lista **Política de seguridad**, seleccione una política de seguridad para la nueva macro personalizada.
7. Utilice el campo **Nota** para explicar para lo que la macro personalizada se ha diseñado y lo que representa cada variable.
8. En la lista **Tipo de expresión**, seleccione el tipo de macro personalizada que está creando:
   - Si selecciona **SQL sin formato selec. lista de ID**, debe seleccionar una base de datos del campo **Base de datos**.
   - Si selecciona **SQL sin formato selec. ID + Valor**, debe seleccionar una base de datos del campo **Base de datos** y seleccionar un **Tipo de valor**. Asegúrese de seleccionar el tipo de valor correcto. De lo contrario, cuando después intente analizar esta consulta, se generará un error de "Tipo no coincidente".

- Si selecciona **Texto** como tipo de valor, especifique el ancho del tipo de valor en bytes en el campo **Anchura (Nº bytes)**. Puede obtener esta información de la base de datos. Si no tiene acceso a la base de datos o no puede obtener la información, especifique 256, el ancho máximo.

9. Pulse el campo **Expresión** para abrir el diálogo Especificar criterios de selección.
10. Cree la expresión de búsqueda. Puede utilizar tantas variables como desee. La sintaxis de las variables es alfanumérica y la variable debe estar encerrada entre corchetes angulares (< >). Los operandos (valores y cadenas) y operadores pueden ser variables.

    Importante: No utilice variables de usuario de diagrama de flujo en definiciones de macro personalizada, ya que las macros personalizadas son globales y las variables de usuario de diagrama de flujo no lo son.

    El ejemplo siguiente muestra una definición de macro personalizada nueva.



11. Pulse **Guardar**.

    La macro personalizada se guarda en la lista de elementos.

Resultados

La macro ahora puede accederse por el nombre para su usarla en procesos de diagrama de flujo y en definiciones de campos derivados.

Directrices para la utilización de macros personalizadas

Tenga presentes las siguientes directrices cuando cree o utilice una macro personalizada:

- El nombre de una macro personalizada debe ser alfanumérico. No se pueden utilizar espacios en la cadena del nombre, pero sí se pueden utilizar caracteres de subrayado (_).

- Si un origen de datos se ha configurado con la propiedad ENABLE_SELECT_SORT_BY = TRUE, entonces *deberá* escribir macros personalizadas en SQL sin formato con una cláusula **ORDER BY** a fin de ordenar los registros devueltos por los campos de clave de audiencia por los que busca. De lo contrario, si el orden de clasificación no es el esperado, se generará un error cuando la macro personalizada se utilice en un campo derivado en un proceso Instantánea.
- Si no compara un valor devuelto por una macro personalizada, si dicho valor es numérico, los valores distintos de cero se tratarán como TRUE (y por tanto se seleccionarán los ID asociados a ellos) y los valores igual a cero se tratarán como FALSE. Los valores de tipo cadena se tratan siempre como FALSE.
- Cuando se crea una macro personalizada que utiliza SQL sin formato, el empleo de una tabla temporal puede incrementar el rendimiento del SQL sin formato considerablemente a limitar la cantidad de datos con los que necesita trabajar.

  Cuando una macro personalizada utiliza tablas temporales en su lógica subyacente, se fuerza una tabla temporal a subir a la base de datos para que no falle la lógica.

  Sin embargo, si una macro personalizada se utiliza en un SELECT de nivel superior, entonces no habrá historial que pueda utilizar Campaign para forzar la subida de una tabla temporal a la base de datos, con lo que fallará la lógica.

  Por tanto, al crear una macro personalizada que utilice SQL sin formato, podría interesarle crear dos versiones de la misma macro: una que utilice tokens de la tabla temporal y otra que no los utilice.

  La macro personalizada sin los tokens de la tabla temporal podrá utilizarse en el nivel superior del árbol (por ejemplo, en el primer SELECT). La que tiene tokens de tabla temporal podrá utilizarse en cualquier otra parte del árbol en la que pueda aprovecharse una tabla temporal.
- Al combinar valores devueltos por macros personalizadas cuando se efectúan consultas de datos sin normalizar, podrían producirse uniones automáticas, lo que probablemente no será el comportamiento deseado.

  Por ejemplo, si utiliza una macro personalizada basada en SQL sin formato que devuelve un valor y (en un proceso Instantánea, por ejemplo) se genera la salida de la macro personalizada y un campo adicional de la tabla en que se base la macro personalizada, Campaign realizará una unión automática sobre dicha tabla. Si la tabla no está normalizada, el resultado será un producto cartesiano (es decir, el número de registros mostrados será mayor de lo esperado).
- Las macros personalizadas se invocan ahora por referencia, porque la definición de una macro personalizada no se copia al proceso actual.

  En tiempo de ejecución, una macro personalizada se resuelve buscando su definición en la tabla del sistema **UA_CustomMacros** (donde se almacenan las definiciones) y luego se utiliza/ejecuta.
- A diferencia de las consultas almacenadas, los nombres de las macros personalizadas deben ser exclusivos independientemente de la ruta de la carpeta. En releases anteriores a 5,0, se podía tener una consulta almacenada llamada A, por ejemplo, en las carpetas F1 y F2.

  Campaign soporta consultas de releases anteriores. Sin embargo, las referencias a consultas almacenadas no exclusivas deben utilizar la sintaxis antigua.

  storedquery(<nombre consulta>)
- Cuando se resuelven las variables de usuario en las macros personalizadas, Campaign utiliza el valor actual de la variable de usuario al comprobar la sintaxis. Si el valor actual se ha dejado en blanco, Campaign generará un error.

- El token de tabla temporal se facilita como una característica avanzada de optimización del rendimiento que limita la cantidad de datos extraída de la base de datos por el conjunto de ID de audiencia en la tabla temporal a disposición del proceso actual. Esta lista de ID de la tabla temporal podría ser un superconjunto de los ID de la celda actual. Por tanto, las funciones de agregado realizadas sobre la tabla temporal (por ejemplo, promedio o suma) no están soportadas y podrían generar resultados incorrectos.
- Si tiene la intención de utilizar una macro personalizada en varias bases de datos, podría interesarle utilizar una expresión IBM en vez de SQL sin formato, ya que el SQL sin formato puede ser específico de una base de datos concreta.
- Si una macro personalizada contiene SQL sin formato y otra macro personalizada, la macro personalizada se resuelve, ejecuta y devuelve su valor antes de que se ejecute el SQL sin formato.
- Campaign trata las comas como separador de parámetro. Si está utilizando comas como caracteres litereales en un parámetro, encierre el texto en llaves ({}) como en el siguiente ejemplo:

  TestCM({STRING_CONCAT(VarUsu.Test1, VarUsu.Test2) })
- Campaign soporta la sustitución simple de parámetros en macros personalizadas que utilicen SQL sin formato. Por ejemplo si configura un cuadro de proceso Selección en un diagrama de flujo que contenga esta consulta:

  ```
  exec dbms_stats.gather_table_stats(tabname=> <temptable>,ownname=>
  'autodcc')
  ```

  Campaign sustituiría satisfactoriamente la tabla temporal real en el lugar del token <temptable>. Tenga en cuenta que las comillas simples alrededor del nombre de tabla son obligatorias.

Las siguientes tablas muestran cómo trata Campaign las macros personalizadas en consultas y campos derivados.

Macros personalizadas en consultas y campos derivados (procesos Selección, Segmentación y Audiencia)

Tipo de macro personalizada	Cómo se utiliza
SQL sin formato: ID	Ejecuta como una consulta aparte. La lista de ID se fusiona con otros resultados. Si una nmacro personalizada contiene otras macros personalizadas más SQL sin formato, las macros personalizadas se resolverán y ejecutarán y luego se ejecutará el SQL sin formato.
SQL sin formato: ID + valor	Asume que el valor devuelto se utilizará en una expresión o como comparación. Si el valor no se utiliza de esa forma, Campaign tratará un valor distinto de cero como TRUE en la selección de ID, y una cadena y un valor de cero como FALSE.
Expresión IBM	Se resuelve la expresión y se realiza una comprobación de sintaxis. Se soporta una consulta por tabla, y los ID se emparejan/fusionan.

En una consulta en SQL sin formato (procesos Selección, Segmentación y Audiencia)

Tipo de macro personalizada	Cómo se utiliza
SQL sin formato: ID	La macro personalizada se resuelve y después se ejecuta la consulta.
SQL sin formato: ID + valor	No está soportado.
Expresión IBM	Se resuelve la expresión, pero no se realiza una comprobación de sintaxis. Si la expresión es incorrecta, lo detectará el servidor de base de datos cuando se ejecute.

Organización y edición de macros personalizadas

Puede crear una estructura de carpetas para organizar las macros personalizadas. Puede mover macros personalizadas de una carpeta a otra. Puede cambiar el nombre, la descripción y la expresión de la macro.

Procedimiento

1. Abra un diagrama de flujo en modo de **Edición**.
2. Pulse **Opciones** y seleccione **Macros personalizadas**.

   Se abre el diálogo Macros personalizadas.
3. Seleccione una macro en la **Lista de elementos**.

   El área **Información** muestra información detallada de la macro seleccionada.
4. Pulse **Editar/mover** para editar o mover la macro seleccionada.

   Se abre el diálogo Editar/mover macros personalizadas.
5. Puede cambiar el nombre de la macro, editar la nota, cambiar la carpeta/ubicación donde se almacena la macro, o pulsar **Editar** para editar la expresión.
6. Pulse **Guardar** para guardar los cambios.
7. Pulse **Cerrar**.

Plantillas

Una plantilla es un grupo de procesos seleccionados y guardados desde los diagramas de flujo.

Las plantillas le permiten diseñar y configurar uno o más procesos una sola vez y guardarlos en la Biblioteca de plantillas. Las plantillas guardan configuraciones de proceso y correlaciones de tablas, y están disponibles a cualquier sesión o campaña.

Copia de una plantilla en la biblioteca de plantillas

Puede añadir plantillas a la biblioteca de plantillas copiándolas.

Acerca de esta tarea

Procedimiento

1. Abra un diagrama de flujo en modo de **Edición**.
2. Seleccione los procesos que desea guardar como una plantilla. Utilice **Ctrl+Pulsación** para seleccionar varios procesos. Utilice **Ctrl+A** para seleccionar todos los procesos del diagrama de flujo.
3. Pulse el botón derecho del ratón en cualquier proceso seleccionado y seleccione **Copiar en biblioteca de plantilla**.

Aparecerá la ventana Guardar plantilla.

4. Especifique un nombre para la plantilla en el campo **Nombre**.

   No puede utilizar espacios en el nombre. Las plantillas almacenadas se identifican mediante nombres, que deben ser exclusivos en la carpeta en la que estén almacenadas.

5. (Opcional) Especifique una descripción en el campo **Nota**.
6. (Opcional) Utilice la lista **Guardar bajo** para seleccionar una carpeta para la plantilla, o bien utilice **Nueva carpeta** para crear una nueva carpeta. Puede crear cualquier número de carpetas (incluyendo el anidamiento de carpetas en una jerarquía) para organizar y almacenar las plantillas.
7. Pulse **Guardar**.

Cómo pegar una plantilla de la biblioteca de plantillas

Puede pegar una plantilla de la biblioteca de plantillas en un diagrama de flujo que esté creando.

Procedimiento

1. En una página de diagrama de flujo en modo de **Edición**, pulse **Opciones** y seleccione **Plantillas almacenadas**.

   Se abre el diálogo Plantillas almacenadas.

2. Seleccione una plantilla de la lista **Elementos**.
3. Pulse **Pegar plantilla**.

Resultados

La plantilla seleccionada se pegará en el espacio de trabajo de diagrama de flujo.

Nota: Los procesos insertados pueden aparecer por encima de otros procesos que ya están en el diagrama. Todos los procesos insertados aparecen inicialmente seleccionados para que sea fácil moverlos en grupo.

Cualquier otra sesión o campaña puede acceder a las plantillas a través de la biblioteca de plantillas. Si se pega una plantilla en un diagrama de flujo que tenga distintas correlaciones de tablas, la correlación subsiguiente se amplía con la nueva correlación, pero no se sustituye, a menos que el/los nombre(s) de tabla coincidan.

Organización y edición de plantillas

Puede crear nuevas carpetas, editar, mover y eliminar plantillas almacenadas.

Procedimiento

1. Abra un diagrama de flujo en modo de **Edición**.
2. Pulse **Opciones** y seleccione **Plantillas almacenadas**.
3. En la **Lista de elementos**, seleccione la plantilla que desee editar o mover.
4. Pulse **Editar/mover**.

   Se abre el diálogo Editar/mover plantillas almacenadas.

5. En el campo **Guardar bajo**, especifique una nueva ubicación para la plantilla.
6. También puede cambiar el nombre de la plantilla almacenada, o editar la nota asociada a ella.
7. Pulse **Guardar**.
8. Pulse **Cerrar**.

Catálogo de tablas almacenado

Un catálogo de tablas es una recopilación de tablas de usuario correlacionadas.

Información de metadatos del almacén de catálogos de tablas sobre las correlaciones de tablas de usuarios para reutilizarlas entre diagramas de flujo. De forma predeterminada, los catálogos de tablas se almacenan en formato binario con la extensión `.cat`.

Para obtener información sobre la creación y la utilización de catálogos de tablas, consulte *Campaign Guía del administrador*

Acceso a catálogos de tablas almacenados

Puede acceder a catálogos de tablas almacenados desde dentro de un diagrama de flujo. Un catálogo de tablas es una recopilación de tablas de usuario correlacionadas.

Acerca de esta tarea

Nota: Si tiene permisos de administrador, también puede acceder a catálogos almacenados desde la página Configuración de campaña. Para obtener más información, consulte la publicación *Campaign Guía del administrador*.

Procedimiento

1. Abra un diagrama de flujo en modo de **Edición**.
2. Pulse **Opciones** y seleccione **Catálogos de tablas almacenados**. Se abre la ventana Catálogos de tablas almacenados.

Edición de catálogos de tablas

En un diagrama de flujo, puede editar el nombre o la descripción de un catálogo de tablas, o mover el catálogo de tablas a una ubicación diferente.

Procedimiento

1. Abra un diagrama de flujo en modo de **Edición**.
2. Pulse **Opciones** y seleccione **Catálogos de tablas almacenados**.

   Se abre la ventana Catálogos de tablas almacenados.
3. Seleccione un catálogo de tablas en la **Lista de elementos**.

   El área **Información** muestra la información detallada del catálogo de tablas seleccionado, incluidos el nombre del catálogo de tablas y la ruta de archivo.
4. Pulse **Editar/mover**.
5. Puede cambiar el nombre del catálogo de tablas almacenado, editar la descripción del catálogo de tablas o cambiar la carpeta/ubicación donde el catálogo de tablas está almacenado.
6. Pulse **Guardar**.
7. Pulse **Cerrar**.

Supresión de catálogos de tablas

Puede eliminar de forma permanente un catálogo de tablas para que ya no esté disponible para ningún diagrama de flujo de ninguna campaña.

Acerca de esta tarea

La eliminación de un catálogo de tablas suprime el archivo .cat, que apunta a tablas de base de datos y posiblemente a archivos sin formato. La eliminación de un catálogo de tablas no afecta a las tablas subyacentes en la base de datos. Sin embargo, no se elimina permanentemente del archivo de catálogo.

Importante: Utilice solo la interfaz de Campaign para eliminar catálogos de tablas o realizar operaciones de tabla. Si elimina tablas o cambia catálogos de tablas directamente en el sistema de archivos, Campaign no puede garantizar la integridad de los datos.

Procedimiento

1. Abra un diagrama de flujo en modo de **Edición**.
2. Pulse el icono **Opciones** y seleccione **Catálogos de tablas almacenados**.

   Se abre la ventana Catálogos de tablas almacenados.
3. Seleccione un catálogo de tablas en la **Lista de elementos**.

   El área **Información** muestra la información detallada del catálogo de tablas seleccionado, incluidos el nombre del catálogo de tablas y la ruta de archivo.
4. Pulse **Eliminar**.

   Verá un mensaje de confirmación en el que se le pide confirmación para la eliminación del catálogo de tablas seleccionado.
5. Pulse **Aceptar**.
6. Pulse **Cerrar**.

Resultados

El catálogo se elimina de la **Lista de elementos** y ya no está disponible para ningún diagrama de flujo de ninguna campaña.

Capítulo 12. Diagramas de flujo de sesión

Las sesiones proporcionan una manera de crear "artefactos" globales, persistentes, para su uso en todas las campañas. Cada sesión contiene uno o más diagramas de flujo. La ejecución de un diagrama de flujo de sesión hace que los resultados de la sesión (los artefactos de datos) estén disponibles globalmente para todas las campañas.

Los diagramas de flujo de sesión no están destinados a utilizarse en campañas de marketing. No tienen ofertas asociadas ni fechas de inicio y finalización.

Para trabajar con sesiones, utilice el menú Sesiones. Los usuarios avanzados pueden crear diagramas de flujo de sesión para realizar cálculos fuera de una campaña y para realizar tareas de ETL que no están asociadas a ninguna iniciativa de marketing o programa específicos.

A menudo, un diagrama de flujo de sesión se inicia con un proceso Planificación, para asegurarse de que los datos se renuevan regularmente.

Cuando se ejecuta un diagrama de flujo de sesión, los artefactos de datos que se crean estarán disponibles para su uso en cualquier número de diagramas de flujo de campaña.

Algunos ejemplos típicos son los siguientes:

- Utilice el proceso Crear segmento de un diagrama de flujo de sesión para crear *segmentos estratégicos*, que son segmentos que pueden utilizarse en varias campañas.

  Por ejemplo, empiece con un proceso Planificación, continúe con un proceso Selección, luego un proceso Crear segmento para generar los segmentos estratégicos para opt-ins, opt-outs o supresiones globales. El proceso Planificación actualiza periódicamente el segmento, que se graba como una lista de miembros estática. El segmento resultante está entonces disponible para la selección en diagramas de flujo de campaña.
- Realice la preparación de datos de tablas grandes complejas. Un diagrama de flujo de sesión puede tomar una instantánea de los datos en fragmentos de datos más pequeños para reutilizarlos en Campaign.
- Configure tareas de modelado periódicas para puntuar datos o cree campos derivados para ETL/acumulaciones. Por ejemplo, si un diagrama de flujo de sesión crea y graba puntuaciones de modelo que luego se correlacionan en un catálogo/correlación de tablas, las puntuaciones de modelo se pueden utilizar en diagramas de flujo de campaña para selección y objetivo.

Nota: Al diseñar diagramas de flujo, tenga cuidado de no crear dependencias cíclicas entre los procesos. Por ejemplo, si un proceso Selección proporciona entrada a un proceso Crear segmento, no utilice un segmento creado por ese proceso Crear segmento como entrada para el proceso Selección. Esta situación dará como resultado un error cuando intente ejecutar el proceso.

© Copyright IBM Corp. 1998, 2014

Descripción general de las sesiones

Cada sesión contiene uno o más diagramas de flujo. Ejecute un diagrama de flujo de sesión para que los resultados de la sesión (los artefactos de datos) estén disponibles globalmente para todas las campañas. Puede crear, ver, editar, mover y suprimir sesiones, además de organizar sesiones en carpetas. Para trabajar con sesiones, debe tener los permisos adecuados.

No se copian las sesiones, sino más bien los diagramas de flujo de las sesiones.

No se ejecuta una sesión; se ejecuta cada uno de sus diagramas de flujo individualmente.

Creación de sesiones

Cree una sesión si tiene previsto crear uno o varios diagramas de flujo de sesión.

Procedimiento

1. Seleccione **Campaña > Sesiones**.

   La página Todas las sesiones muestra la estructura de carpetas que se utiliza para organizar las sesiones de la compañía.
2. Navegue por la estructura de carpetas hasta que vea el contenido de la carpeta donde desea añadir la sesión.
3. Pulse el icono **Añadir una sesión** .

   Aparece la página Sesión nueva.
4. Entre un nombre, una política de seguridad y una descripción.

   Nota: Los nombres de sesión tienen restricciones de caracteres. Puede consultar los detalles en Apéndice A, “Caracteres especiales en nombres de objeto de IBM Campaign”, en la página 265.
5. Pulse **Guardar cambios**.

   Nota: También puede pulsar **Guardar y añadir un diagrama de flujo** para empezar inmediatamente la creación de un diagrama de flujo de sesión.

Adición de diagramas de flujo a sesiones

Una sesión puede contener uno o más diagramas de flujo. Un diagrama de flujo de sesión se crea de la misma manera que se crea un diagrama de flujo de campaña, excepto en que se empieza mediante la apertura de una sesión.

Procedimiento

1. Seleccione **Campaña** > **Sesiones**.
2. Pulse el nombre de una sesión.
3. Pulse Añadir un diagrama de flujo .
4. Cree el diagrama de flujo como haría normalmente.

Edición de diagramas de flujo de sesión

Para editar un diagrama de flujo de sesión, utilice el menú Sesiones.

Procedimiento

1. Seleccione **Campaña** > **Sesiones**.

   Se abre la página Todas las sesiones.
2. Pulse **Editar una pestaña** junto al nombre de la sesión cuyos diagramas de flujo desea editar.
3. En el menú, pulse el nombre del diagrama de flujo que desea editar.
4. Realice los cambios en el diagrama de flujo:
   - Utilice la paleta y el espacio de trabajo para añadir y cambiar configuraciones de proceso.
   - Para cambiar el nombre o la descripción del diagrama de flujo, pulse el icono **Propiedades** en la barra de herramientas de la ventana de diagrama de flujo.
5. Cuando haya terminado, pulse **Guardar** o **Guardar y salir** para cerrar la ventana del diagrama de flujo.

Organización de sesiones en carpetas

Elija **Campaign > Sesiones** y, a continuación, utilice la página Todas las sesiones para crear carpetas para las sesiones y mueva las sesiones de una carpeta a otra.

Acerca de esta tarea

Puede completar las operaciones siguientes después de seleccionar **Campaña > Sesiones**.

Tarea	Descripción
Añadir una carpeta de sesión	Seleccione una carpeta existente y, a continuación, pulse el icono **Añadir una subcarpeta** . Para añadir una carpeta en el nivel superior, pulse el icono sin seleccionar una carpeta existente. Entre un nombre, una política de seguridad y una descripción. **Nota:** Los nombres de carpeta tienen determinadas restricciones de caracteres. Puede consultar los detalles en Apéndice A, “Caracteres especiales en nombres de objeto de IBM Campaign”, en la página 265.
Editar un nombre o descripción de carpeta de sesión	Seleccione una carpeta y, a continuación, pulse el icono **Renombrar** .

Tarea	Descripción
Mover una carpeta de sesión y todo su contenido	**Importante:** Si alguien está editando un diagrama de flujo en la campaña que piensa mover, los resultados del diagrama de flujo o el diagrama de flujo entero podrían perderse al moverse la sesión. Asegúrese de que ninguno de los diagramas de flujo de la sesión esté abierto para edición cuando mueva la sesión. 1. Seleccione la carpeta que contiene la subcarpeta que desea mover. 2. Marque la casilla de verificación situada junto a la carpeta o carpetas que desea mover. 3. Pulse el icono **Mover** . 4. Efectúe una doble pulsación en una carpeta de destino, o abra una carpeta de destino y, a continuación, pulse **Aceptar esta ubicación**.
Suprimir una carpeta de sesión	Puede suprimir carpetas de sesión vacías y todas sus subcarpetas vacías. (Si tiene permiso para suprimir una carpeta, también puede suprimir sus subcarpetas). 1. Si es necesario, mueva o suprima el contenido de la carpeta de sesión. 2. Abra la carpeta que contiene la subcarpeta que desea suprimir. 3. Marque el cuadro situado junto a la carpeta o carpetas que desea suprimir. 4. Pulse el icono **Suprimir seleccionados** y, a continuación, confirme la supresión.

Movimiento de sesiones

Pueden moverse sesiones de una carpeta a otra con fines organizativos.

Acerca de esta tarea

Nota: Si alguien está editando un diagrama de flujo en la sesión que tiene previsto mover, el diagrama de flujo puede perderse al mover la sesión. Debe asegurarse de que ninguno de los diagramas de flujo de la sesión esté abierto para su edición cuando se mueve la sesión.

Procedimiento

1. Seleccione **Campaña > Sesiones**.

   Se abre la página Todas las sesiones.
2. Abra la carpeta que contiene la sesión que desea mover.
3. Seleccione la casilla de verificación situada junto a la sesión que desea mover. Puede seleccionar varias sesiones.

4. Pulse el icono **Mover** .

   Se abre la ventana Mover elementos a.
5. Seleccione una carpeta de destino y pulse **Aceptar esta ubicación**, o pulse la carpeta para seleccionar y aceptar en un solo paso.

Resultados

La sesión se mueve a la carpeta de destino.

Visualización de sesiones

Abra una sesión en modo de solo lectura para acceder a sus diagramas de flujo asociados.

Procedimiento

1. Seleccione **Campaña** > **Sesiones**.
2. Cuando aparezca la página Todas las sesiones, utilice uno de los métodos siguientes:
   - Pulse un nombre de sesión para visualizar la pestaña Resumen y también cualquier pestaña de diagrama de flujo.
   - Pulse **Ver una pestaña** junto al nombre de la sesión que desea ver y, a continuación, seleccione Resumen o un diagrama de flujo en el menú.

Edición de sesiones

Puede cambiar el nombre, la política de seguridad o la descripción de una sesión.

Procedimiento

1. Seleccione **Campaña** > **Sesiones**.
2. Pulse el nombre de una sesión.
3. En la pestaña Resumen de la sesión, pulse el icono **Editar resumen** .
4. Cambie el nombre de sesión, la política de seguridad o la descripción.

   Nota: Los nombres de sesión tienen determinadas restricciones de caracteres. Puede consultar los detalles en Apéndice A, “Caracteres especiales en nombres de objeto de IBM Campaign”, en la página 265.
5. Pulse **Guardar cambios**.

Supresión de sesiones

Cuando se suprime una sesión, se suprime la sesión y todos sus archivos de diagrama de flujo. Si hay partes de la sesión que desea retener para reutilizarlas, guárdelas como objetos almacenados antes de suprimir la sesión.

Procedimiento

1. Seleccione **Campaña** > **Sesiones**.
2. Abra la carpeta que contiene la sesión que desea suprimir.
3. Seleccione la casilla de verificación situada junto a una o más sesiones que desea suprimir.
4. Pulse en el icono **Suprimir seleccionados**.

5. Pulse **Aceptar** para confirmar.

Acerca de los segmentos estratégicos

Un segmento estratégico es una lista de ID persistente globalmente, que está disponible para su uso en varias campañas. Un segmento estratégico es una lista estática de ID hasta que el diagrama de flujo que lo creó originalmente vuelve a ejecutarse.

Los segmentos estratégicos se crean mediante el proceso Crear segmento en un diagrama de flujo de sesión. Un segmento estratégico no es diferente de los segmentos creados por un proceso Segmentación en un diagrama de flujo, salvo que un segmento estratégico está disponible globalmente. La disponibilidad depende de la política de seguridad que se aplica a la carpeta en la que el segmento estratégico está almacenado.

Campaign soporta varios segmentos estratégicos. La lista de ID que se crea para cada segmento estratégico y nivel de audiencia se almacena en las tablas del sistema de Campaign. Puede asociar cualquier número de segmentos estratégicos a una campaña.

Los segmentos estratégicos pueden utilizarse para la supresión global. Un segmento de supresión global define la lista de ID que quedan excluidos de forma automática de las celdas de un diagrama de flujo para un determinado nivel de audiencia.

Los segmentos estratégicos también se utilizan en cubos. Un cubo puede crearse a partir de cualquier lista de ID, pero los cubos que están basados en segmentos estratégicos son globales y los distintos informes de segmentos pueden analizarlos.

Los segmentos estratégicos pueden especificar de forma opcional uno o más orígenes de datos de IBM en los que ese segmento estratégico se almacenará en memoria caché (en la base de datos, por lo que no será necesario cargar los ID de segmento estratégico para cada diagrama de flujo que utilice el segmento). Esto puede proporcionar mejoras significativas del rendimiento. Los segmentos estratégicos en memoria caché se almacenan en tablas temporales, a las que se asigna el parámetro de configuración `SegmentTempTablePrefix`.

Nota: Para poder trabajar con los segmentos estratégicos es necesario tener los permisos adecuados. Para obtener información sobre los permisos, consulte la publicación *Campaign Guía del administrador*.

Tareas relacionadas:

"Creación de segmentos para uso global en varias campañas" en la página 110

Mejora del rendimiento de los segmentos estratégicos

De forma predeterminada, el proceso Crear segmento crea un archivo binario en el servidor de aplicaciones, lo que puede requerir mucho tiempo para un segmento estratégico de gran tamaño. Cuando Campaign actualiza el archivo binario, descarta las filas y vuelve a insertarlas en una tabla guardada en la memoria caché; el archivo entero se escribe de nuevo para ordenarlo. En segmentos estratégicos extremadamente grandes (por ejemplo, 400 millones de ID), requerirá mucho tiempo volver a grabar el archivo completo, incluso cuando la mayoría de los ID no hayan cambiado.

Para mejorar el rendimiento, establezca la propiedad `doNotCreateServerBinFile` en la página Configuración en `TRUE`. Un valor `TRUE` especifica que los segmentos estratégicos crean una tabla temporal en el origen de datos en lugar de crear un archivo binario en el servidor de aplicaciones. Cuando esta propiedad se establece en `TRUE`, se debe especificar al menos un origen de datos válido en la pestaña Definir segmentos de la configuración del proceso Crear segmento.

Otras optimizaciones de rendimiento, como la creación de índices y la generación de estadísticas, que no pueden aplicarse a tablas de segmentos guardadas en memoria caché, sí pueden utilizarse con las tablas temporales de Segmentación. Las propiedades `PostSegmentTableCreateRunScript`, `SegmentTablePostExecutionSQL` y `SuffixOnSegmentTableCreation` de la página Configuración dan soporte a estas optimizaciones del rendimiento.

Para obtener más información sobre las propiedades de la página Configuración, consulte la publicación *Campaign Guía del administrador*.

Requisitos previos de la creación de segmentos estratégicos

Antes de crear un estratégico segmento, debe hacer lo siguiente:

- Determinar cómo se van a organizar los segmentos estratégicos, la estructura jerárquica de las carpetas y los convenios de denominación que se van a utilizar.
- Determinar exactamente qué segmentos estratégicos son importantes para usted.
- Determinar la lógica que hay detrás de sus segmentos estratégicos.
- Identificar la relación existente entre los distintos segmentos estratégicos.
- Identificar los niveles de audiencia adecuados a sus segmentos estratégicos.
- Determinar con qué frecuencia deben renovarse los segmentos estratégicos.
- Determinar qué nivel de detalle se ha definido en cada segmento estratégico. Por ejemplo, ¿debería un segmento incluir todas las supresiones?
- Determinar si desea mantener segmentos estratégicos históricos en una carpeta de archivos.
- Tener en cuenta el tamaño de los segmentos estratégicos que desea crear y su impacto potencial en el rendimiento. Consulte “Mejora del rendimiento de los segmentos estratégicos” en la página 238.

Creación de segmentos estratégicos

Un segmento estratégico es aquel que está disponible para su uso en varias campañas. Cree segmentos estratégicos en un diagrama de flujo de sesión, ejecute el diagrama de flujo en modo de producción y guarde el diagrama de flujo. A continuación, los segmentos resultantes se pueden utilizar en campañas de marketing.

Antes de empezar

La propiedad de configuración `saveRunResults (Campaign|partitions|partition[n]|server|flowchartRun)` debe establecerse en `TRUE`.

Además, debe tener los permisos adecuados para trabajar con segmentos estratégicos.

Procedimiento

1. Cree una sesión, o abra una sesión existente, para editar.

2. Cree un diagrama de flujo cuyo proceso final de salida sea el proceso Crear segmento.

   Para obtener instrucciones, consulte “Creación de segmentos para uso global en varias campañas” en la página 110.
3. Ejecute el diagrama de flujo en modo de producción y pulse **Guardar y salir**. La ejecución del proceso en modo de pruebas no crea un segmento estratégico ni actualiza uno ya existente. Debe ejecutar el proceso en modo de producción en un diagrama de flujo de sesión.

   Se guardará el diagrama de flujo.

Resultados

Los segmentos estratégicos se listan en la página Todos los segmentos y están disponibles para su uso en todas las campañas.

Ejemplo: diagrama de flujo de sesión que crea segmentos estratégicos

En un diagrama de flujo en el área Sesiones de Campaign, añada dos procesos Selección, uno para seleccionar todos los registros a partir de un campo determinado de una tabla correlacionada de una despensa de datos, y el otro para seleccionar todos los registros de la misma despensa de datos que hayan sido clasificados como opt-outs y que haya, por tanto, que eliminarlos de la lista total de ID.

A continuación, utilice un proceso Fusión cuya entrada sean las celdas de salida de los dos procesos Selección para eliminar los ID de los opt-outs y generar una celda de salida con los ID elegibles.

Después añada un proceso Segmentación al que se le pasen los ID elegibles del proceso Fusión, de modo que los divida en tres grupos discretos de ID.

Por último, añada un proceso Crear segmento para generar los tres segmentos como una lista de Id de audiencia persistente a nivel global.

Ejecute el diagrama en modo de producción para crear el segmento estratégico y hacer que esté disponible para su uso en varias campañas.

Visualización de segmentos estratégicos

Puede ver información sobre los segmentos estratégicos que se han creado con el proceso Crear segmento en un diagrama de flujo de sesión. El diagrama de flujo de sesión debe ejecutarse en modo de producción para generar los segmentos, que luego están disponibles globalmente.

Procedimiento

Siga uno de los métodos siguientes:

- Vaya a la página Resumen de cualquier campaña que utilice segmentos estratégicos y, a continuación, pulse el nombre de segmento en la lista **Segmentos relevantes**.
- Seleccione **Campaña** > **Segmentos** y luego pulse el nombre del segmento que desee ver.

Resultados

La página Resumen proporciona información sobre el segmento.

Elemento	Descripción
Descripción	La descripción del segmento proporcionada en el proceso Crear segmento.
Diagrama de flujo de origen	El nombre del diagrama de flujo de sesión donde se ha definido el segmento.
Nivel de audiencia	El nivel de audiencia del segmento.
Recuento actual	El número de ID en este segmento y la fecha en que se ha ejecutado el segmento por última vez.
Utilizado en la(s) siguiente(s) campaña(s)	Una lista de las campañas que utilizan el segmento, con enlaces a dichas campañas.

Edición de los detalles del resumen de un segmento estratégico

Puede cambiar el nombre o la descripción de un segmento estratégico.

Procedimiento

1. Seleccione **Campaña** > **Segmentos**.
2. Haga clic en el nombre del segmento cuyo resumen desea editar.

   El segmento se abrirá en su pestaña **Resumen**.
3. Cambie el nombre o la descripción del segmento.

   Nota: Los nombres de segmento tienen determinadas restricciones de caracteres. Puede consultar los detalles en Apéndice A, “Caracteres especiales en nombres de objeto de IBM Campaign”, en la página 265.
4. Pulse **Guardar cambios**.

Edición del diagrama de flujo de origen de un segmento estratégico

Puede realizar cambios en el diagrama de flujo de sesión de sesión donde está definido un segmento estratégico.

Procedimiento

1. Seleccione **Campaña** > **Segmentos**.

   Aparecerá la página Todos los segmentos.
2. Pulse en el nombre del segmento cuyo diagrama de flujo desee editar.

   Aparece la página Resumen del segmento.
3. En **Diagrama de flujo origen**, pulse el enlace al diagrama de flujo.

   Se abrirá la página de diagrama de flujo en modo **Solo lectura**.
4. Pulse **Editar** para abrir el diagrama de flujo en modo **Edición**.
5. Efectúe los cambios deseados al diagrama de flujo.
6. Haga clic en **Guardar** o **Guardar y salir**.

Qué hacer a continuación

El segmento estratégico no se actualiza hasta que vuelva a ejecutar el diagrama de flujo de sesión en el modo de producción. Si desea actualizar el segmento, ejecute el diagrama de flujo de sesión en el modo de producción y, después, guárdelo. El segmento solo se guardará si la propiedad de configuración Campaign | partitions | partition[n] | server | flowchartRun | saveRunResults está definido en TRUE.

Nota: Cuando se vuelve a ejecutar un proceso CreateSeg en el modo de producción, se suprime el segmento estratégico existente creado por dicho proceso. Cualquier usuario del segmento estratégico existente (incluidas supresiones globales) podría ver un error del tipo "segmento no válido", si la nueva ejecución del proceso CreateSeg no se puede completar correctamente, o mientras se sigue ejecutando.

Ejecución de segmentos estratégicos

Si cambia el contenido de la despensa de datos, deberá volver a generar los segmentos estratégicos. Para volver a generar un segmento estratégico, ejecute en modo de producción el diagrama de flujo en el que se ha creado dicho segmento. El valor de configuración Habilitar salida en modo Ejecución de prueba no tiene efecto, ya que los segmentos estratégicos solo se generan en modo de producción.

Nota: Cuando un proceso Crear segmento se vuelve a ejecutar en modo de producción, se suprime el segmento estratégico existente creado por dicho proceso. Esto significa que cualquier usuario del segmento estratégico existente (incluidas las supresiones globales) podría ver un error de "segmento inválido" si la nueva ejecución del proceso Crear segmento no logra finalizar satisfactoriamente, o mientras se esté ejecutando.

Organización de segmentos estratégicos

Puede organizar los segmentos estratégicos creando una carpeta o serie de carpetas. Después podrá mover los segmentos estratégicos de una carpeta a otra dentro de la estructura de carpetas creada.

Nota: La carpeta en la que un segmento estratégico reside especifica la política de seguridad que se aplica al segmento estratégico, determinando quién puede acceder a él, editarlo o suprimirlo.

Adición de una carpeta de segmentos

Puede añadir, mover y suprimir carpetas para organizar los segmentos. También puede editar el nombre y la descripción de una carpeta.

Procedimiento

1. Seleccione **Campaña > Segmentos**.
   Se abre la página Todos los segmentos.
2. Pulse en la carpeta donde desee añadir la subcarpeta.
3. Pulse el icono **Añadir una subcarpeta** .
   Se abre la página Añadir una subcarpeta.
4. Especifique el nombre, la política de seguridad y la descripción de la carpeta.

Nota: Los nombres de carpeta tienen determinadas restricciones de caracteres. Puede consultar los detalles en Apéndice A, “Caracteres especiales en nombres de objeto de IBM Campaign”, en la página 265.

5. Pulse **Guardar cambios**.

   Vuelve a la página Todos los segmentos. Se mostrará la carpeta o subcarpeta nueva.

Edición del nombre de carpeta y de la descripción de un segmento

Procedimiento

1. Seleccione **Campaña > Segmentos**.

   Aparecerá la página Todos los segmentos.
2. Pulse en la carpeta que desee renombrar.
3. Pulse **Renombrar**.

   Aparecerá la página Renombrar una subcarpeta.
4. Edite el nombre y la descripción de la carpeta.

   Nota: Los nombres de carpeta tienen determinadas restricciones de caracteres. Puede consultar los detalles en Apéndice A, “Caracteres especiales en nombres de objeto de IBM Campaign”, en la página 265.
5. Pulse **Guardar cambios**.

   Volverá a la página Todos los segmentos. La carpeta o subcarpeta se ha renombrado.

Movimiento de una carpeta de segmentos

Puede organizar sus segmentos estratégicos creando carpetas para ellos, y luego mover las carpetas a una estructura jerárquica.

Antes de empezar

Importante: Si alguien está editando el diagrama de flujo de cualquier segmento que tenga intención de mover, todo ese diagrama de flujo podría perderse al moverse el segmento. Asegúrese de que ninguno de los diagramas de flujo de origen esté abierto para edición cuando mueva la subcarpeta.

Procedimiento

1. Seleccione **Campaña > Segmentos**.

   Se abre la página Todos los segmentos.
2. Abra la carpeta que contiene la subcarpeta que desea mover.

   Para navegar por la estructura de carpetas, pulse un nombre de carpeta para abrirla, pulse **Todos los segmentos** para volver a la página Todos los segmentos o pulse un nombre de carpeta para abrir carpetas en el árbol.
3. Seleccione la casilla de verificación situada junto a la carpeta que desea mover. Puede seleccionar varias carpetas para moverlas a la misma ubicación al mismo tiempo.
4. Pulse el icono **Mover** .

   Se abre la ventana Mover elementos a.
5. Pulse en la carpeta donde desee mover la subcarpeta.

   Desplácese por la lista pulsando en el signo **+** junto a una carpeta para abrirla.
6. Pulse **Aceptar esta ubicación**.

Nota: También puede hacer una doble pulsación en la carpeta para seleccionar y aceptar la ubicación en un solo paso.

La subcarpeta y todo su contenido se mueven a la carpeta de destino.

Supresión de una carpeta de segmento

El contenido de una carpeta debe moverse o suprimirse antes de poder suprimirla.Si tiene los permisos necesarios para suprimir una carpeta, también puede suprimir cualquiera de las subcarpetas de esa carpeta.

Procedimiento

1. Seleccione **Campaña > Segmentos**.

   Se abre la página Todos los segmentos.
2. Abra la carpeta que contiene la subcarpeta que desea suprimir.

   Para navegar por la estructura de carpetas, pulse un nombre de carpeta para abrirla, pulse **Todos los segmentos** para volver a la página Todos los segmentos o pulse un nombre de carpeta para abrir carpetas en el árbol.
3. Marque la casilla de verificación situada junto a la carpeta que desea suprimir. Puede seleccionar varias carpetas para suprimirlas a la vez.
4. Pulse el icono **Suprimir seleccionados** .
5. En la ventana de confirmación, pulse **Aceptar**.

   Se suprimirán la carpeta y todas sus subcarpetas vacías.

Movimiento de un segmento

Pueden moverse segmentos estratégicos de una carpeta a otra con fines organizativos.

Acerca de esta tarea

Importante: Si un diagrama de flujo de origen del segmento que tiene intención de mover está abierto en edición, podría perderse todo el diagrama de flujo al mover el segmento. Asegúrese de que ninguno de los diagramas de flujo origen esté abierto en edición antes de mover la subcarpeta.

Procedimiento

1. Seleccione **Campaña > Segmentos**.

   Se abre la página Todos los segmentos.
2. Abra la carpeta que contiene el segmento que desea mover.
3. Seleccione la casilla de verificación situada junto al segmento que desea mover. Puede seleccionar varios segmentos para moverlos a la misma ubicación al mismo tiempo.
4. Pulse el icono **Mover** .

   Se abre la ventana Mover elementos a.
5. Pulse en la carpeta donde desee mover el segmento.

   Desplácese por la lista pulsando en el signo **+** junto a una carpeta para abrirla.
6. Pulse **Aceptar esta ubicación**.

   Nota: También puede hacer una doble pulsación en la carpeta para seleccionar y aceptar la ubicación en un solo paso.

   El segmento se mueve a la carpeta de destino.

Supresión de segmentos estratégicos

Los segmentos estratégicos pueden suprimirse de las siguientes maneras:

- Al suprimir el propio segmento estratégico en su ubicación de carpeta en la página Todos los segmentos. Los segmentos estratégicos suprimidos siguiendo este método se volverán a crear si los procesos Crear segmento que los generaron originalmente se vuelven a ejecutar en modo de producción.
- Al suprimir el proceso Crear segmento creador del segmento estratégico. El segmento estratégico solo se borrará cuando se guarde el diagrama de flujo. Los segmentos estratégicos suprimidos de esta forma no se pueden recuperar. Para obtener detalles, lea la información acerca de la supresión de procesos en diagramas de flujo.
- Al suprimir el diagrama de flujo que contiene el proceso Crear segmento creador del segmento estratégico. Los segmentos estratégicos suprimidos de esta forma no se pueden recuperar. Para obtener detalles, lea la información acerca de la supresión de diagramas de flujo.

Supresión de un segmento

Utilice el procedimiento siguiente para suprimir un segmento estratégico directamente desde la página Todos los segmentos.

Acerca de esta tarea

Utilice el procedimiento siguiente para suprimir un segmento estratégico directamente desde la página Todos los segmentos.

Nota: Los segmentos estratégicos que suprima con este método se vuelven a crear si los procesos Crear segmento que los han generado originalmente se vuelven a ejecutar en modo de producción.

Procedimiento

1. Seleccione **Campaña > Segmentos**.

   Se abre la página Todos los segmentos.
2. Abra la carpeta que contiene el segmento que desea suprimir.
3. Marque la casilla de verificación situada junto al segmento que desea suprimir. Puede seleccionar varios segmentos para suprimirlos a la vez.
4. Pulse el icono **Suprimir seleccionados** .
5. En la ventana de confirmación, pulse **Aceptar**.

   Se suprimirá el segmento.

   Nota: Si aún hay diagramas de flujo activos que contengan el segmento, dicho segmento se podrá volver a crear cuando se ejecuten esos diagramas de flujo. Si un diagrama de flujo que contiene el segmento estaba abierto para edición cuando ha suprimido el segmento, también se vuelve a crear.

Acerca de las supresiones globales y de los segmentos de supresión global

Utilice la supresión global para excluir una lista de ID en un único nivel de audiencia de todas las celdas de todos los diagramas de flujo de Campaign.

Para definir la supresión global, un administrador crea una lista de ID exclusivos como un segmento estratégico en un diagrama de flujo de sesión y ejecuta el

diagrama de flujo de la sesión. A continuación los diseñadores de la campaña pueden especificar el segmento como un segmento de supresión global para un nivel de audiencia específico en un diagrama de flujo de campaña. Solo puede configurarse un segmento de supresión global por cada nivel de audiencia.

Si un segmento de supresión global está configurado para un nivel de audiencia, todos los procesos Selección, Extracción o Audiencia de nivel superior asociados a dicho nivel de audiencia excluyen automáticamente los ID de sus resultados de salida, a menos que la supresión global esté inhabilitada para un diagrama de flujo específico. De forma predeterminada, todos los diagramas de flujo (excepto los diagramas de flujo de sesión) tienen la supresión global habilitada.

Nota: La especificación y gestión de segmentos de supresión global requieren el permiso de "Gestionar supresiones globales" y suelen realizarse por un administrador de Campaign. Para obtener detalles, consulte la publicación *IBM Campaign Guía del administrador*.

Aplicación de supresiones globales

Si un segmento de supresión global se ha definido para un nivel de audiencia, todos los procesos de nivel superior Selección, Extracción o Audiencia asociados a dicho nivel de audiencia excluirán de forma automática de sus celdas de salida los ID del segmento de supresión global (a menos que se haya inhabilitado explícitamente la supresión global en un diagrama de flujo específico). De forma predeterminada, los diagramas de flujo tienen la supresión global habilitada, de modo que no es necesario hacer nada para aplicar una supresión global configurada.

Una excepción a la habilitación predeterminada de la supresión global es el diagrama de flujo que contiene el proceso Crear segmento que creó el propio segmento estratégico global. En este caso, la supresión global siempre está inhabilitada (solo para el nivel de audiencia para el que se está creando el segmento de supresión global).

Nota: Tenga en cuenta además que las consultas de prueba en los procesos Selección, Extracción o Audiencia no tienen en cuenta supresión global alguna.

Cambio de audiencias con las supresiones globales

Si va a cambiar de Audiencia 1 a Audiencia 2 en un diagrama de flujo, y tiene una supresión global definida para cada uno de dichos niveles de audiencia, el segmento de supresión global de la Audiencia 1 se aplicará a la tabla de entrada, y el segmento de supresión global de la Audiencia 2 se aplicará a la tabla de salida.

Inhabilitación de supresiones globales

Solo podrá inhabilitar las supresiones globales de diagramas de flujo individuales si dispone de los permisos adecuados. Si no dispone de dlos permisos adecuados, no podrá cambiar la configuración y deberá ejecutar el diagrama de flujo con la configuración existente.

Un administrador puede otorgar permisos de sustitución de la supresión global a usuarios específicos para que puedan diseñar y ejecutar campañas especiales a las que se permita contactar ID suprimidos normalmente, por ejemplo, los ID de un grupo de resistencia universal.

Inhabilitación de supresiones globales para un diagrama de flujo

De forma predeterminada, los diagramas de flujo tienen habilitada la supresión global. Puede inhabilitar esta característica.

Procedimiento

1. Abra el diagrama de flujo para editarlo.
2. Pulse el icono **Administración** y seleccione **Configuración avanzada**.
3. En la ventana Configuración avanzada, seleccione la casilla de verificación **Inhabilitar supresiones globales para este diagrama de flujo**.
4. Pulse **Aceptar**.

Acerca de las jerarquías de dimensiones

Una jerarquía de dimensiones es un conjunto de consultas SQL de selección que pueden aplicarse a cualquier lista de ID. Al igual que los segmentos estratégicos, las jerarquías de dimensiones pueden ponerse a disposición global en un proceso Selección o utilizarse como base de la construcción de cubos.

Entre las dimensiones especificadas con más frecuencia se encuentran la hora, la geografía, el producto, el departamento y el canal de distribución. Sin embargo, puede crear cualquier tipo de dimensión que se adecúe de la mejor manera a su empresa o campaña.

Como bloques de construcción de los cubos, las dimensiones se convierten en la base de diversos informes (total de ventas de todos los productos con niveles crecientes de agregación, análisis de referencias cruzas de gastos frente a ventas por geografía, etc.).Las dimensiones no están limitados a un solo cubo; pueden ser utilizadas en muchos cubos.

Una jerarquía de dimensiones consta de varios *niveles*, que a su vez se componen de *elementos de dimensión*, o *elementos* en su forma abreviada.

Puede tener dimensiones compuestas de un número ilimitado de niveles y elementos, así como de:

- Puntos de datos construidos como entrada a la creación de informes de análisis de clientes y selección visual.
- Acumulaciones en número ilimitado de categorías para soportar prestaciones detalladas. (Las dimensiones deben acumularse limpiamente entre los límites, de modo que los elementos sean mutuamente excluyentes y no se solapen).

Tareas relacionadas:

"Creación de un cubo multidimensional de atributos" en la página 109

Ejemplos: jerarquías de dimensiones

Los dos ejemplos siguientes ilustran una jerarquía de dimensiones básica creada en una despensa de datos y después correlacionada en Campaign.

Ejemplo: jerarquía de dimensiones de edades

Nivel más bajo: (21-25), (26-30), (31-35), (36-45), (45-59), (60+)

Acumulaciones: *Joven* (18-35), *Maduro* (35-59), *Anciano* (60+)

Ejemplo: jerarquía de dimensiones de ingresos

Nivel más bajo: >100.000 $, 80.000-100.000 $, 60.000-80.000 $, 40.000-60.000 $

Acumulaciones: *Altas (> 100.000 $), Medianas (60.000-100.000 $), Bajas (< 60.000 $)* (> 100.000 $), (60.000-100.000 $), (< 60.000 $)

Creación de jerarquías de dimensiones

Para utilizar dimensiones en Campaign, debe hacer lo siguiente:

- Definir y crear en la despensa de datos una dimensión jerárquica en una tabla o en archivo sin formato con delimitadores.
- Correlacionar esta tabla de dimensiones jerárquica o archivo sin formato con una dimensión de Campaign

Nota: El administrador del sistema de Campaign, o bien los miembros del equipo consultor de IBM , crea una dimensión jerárquica en la despensa de datos, siendo una operación externa a Campaign. Tenga también en cuenta que el nivel más bajo de la dimensión jerárquica deberá utilizar SQL sin formato o bien una expresión de IBM *pura* (sin macros personalizadas, segmentos estratégicos o campos derivados) para definir los elementos individuales.

Cuando esta dimensión jerárquica se correlacione después en Campaign, Campaign ejecutará este código para llevar a cabo las distintas acumulaciones.

Correlación de una dimensión jerárquica con una dimensión de Campaign

Para correlacionar dimensiones, cree la dimensión en Campaign y luego especifique el archivo o la tabla que contiene la dimensión jerárquica. La dimensión jerárquica debe existir en la despensa de datos para poder completar esta tarea.

Antes de empezar

Nota: Puesto que, en casi todos los casos, las dimensiones se utilizan para crear cubos, puede que desee crear dimensiones a partir de un diagrama de flujo en el área **Sesiones** de la aplicación.

Procedimiento

1. Abra la ventana Jerarquías de dimensiones de una de estas formas.
   - En un diagrama de flujo en modo de **Edición**, pulse el icono **Administración** y seleccione **Jerarquías de dimensiones**.
   - En la página Configuración administrativa, seleccione **Gestionar jerarquías de dimensiones**.

   Se abre la ventana Jerarquías de dimensiones.
2. Pulse **Dimensión nueva**.

   Se abre la ventana Editar dimensión.
3. Escriba la siguiente información relativa a la dimensión que está creando:
   - Nombre de dimensión.
   - Descripción.
   - El número de niveles de la dimensión. (En la mayoría de los casos, este número corresponde a los niveles de la dimensión jerárquica en la despensa de datos con los que está correlacionando esta dimensión).

- Si está utilizando esta dimensión como base para un cubo, asegúrese de que la casilla de verificación **Los elementos son mutuamente exclusivos** está seleccionada (Campaign comprueba esta opción de forma predeterminada). De lo contrario, cuando utilice esta dimensión para crear un cubo dará como resultado un error, ya que los valores de los elementos no pueden solaparse en un cubo.

4. Pulse **Correlacionar tabla**.

   Se abre la ventana Editar definición de tabla.

5. Seleccione una de las opciones siguientes:
   - Correlacionar con archivo existente.
   - Correlacionar con tabla existente en la base de datos seleccionada.

   Prosiga con los pasos de correlación de una tabla. Para obtener detalles, consulte la publicación *Campaign Guía del administrador*.

   Nota: Cuando se correlacionan tablas para las jerarquías de dimensiones, los nombres de campo "Level1_Name", "Level2_Name", etc. deben existir en la tabla para que la correlación sea correcta.

   Cuando termina de correlacionar la tabla para la dimensión, se abre la ventana Editar dimensión con la información de dimensión de la nueva dimensión.

6. Pulse **Aceptar**.

   Se abre la ventana Jerarquías de dimensiones con la dimensión recién correlacionada visible.

7. Para almacenar una jerarquía de dimensiones de modo que esté disponible para su uso futuro y que no sea necesario volver a crearla, pulse **Guardar** en la ventana Jerarquías de dimensiones.

Actualización de una jerarquía de dimensiones

Campaign no soporta actualizaciones automáticas de jerarquías de dimensiones. Si los datos subyacentes cambian, deberá actualizar las jerarquías de dimensiones manualmente.

Acerca de esta tarea

Nota: Los cubos se componen de dimensiones que se basan en segmentos estratégicos, por lo tanto debe actualizar las dimensiones siempre que se actualicen los segmentos estratégicos.

Procedimiento

1. Abra la ventana Jerarquías de dimensiones de una de estas formas.
   - En un diagrama de flujo en modo de **Edición**, pulse el icono **Administración** y seleccione **Jerarquías de dimensiones**.
   - En la página Configuración administrativa, seleccione **Gestionar jerarquías de dimensiones**.

   Se abre la ventana Jerarquías de dimensiones.

2. Pulse **Actualizar todas**.

   De forma alternativa, para actualizar una dimensión individual, seleccione la dimensión y, a continuación, pulse **Actualizar**.

Carga de una jerarquía de dimensiones almacenada

Después de definir una jerarquía de dimensiones, puede cargarla para hacer que sea accesible en Campaign.

Procedimiento

1. Abra la ventana Jerarquías de dimensiones de una de estas formas.
   - En un diagrama de flujo en modo de **Edición**, pulse el icono **Administración** y seleccione **Jerarquías de dimensiones**.
   - En la página Configuración administrativa, seleccione **Gestionar jerarquías de dimensiones**.

   Se abre la ventana Jerarquías de dimensiones.
2. Resalte las jerarquías de dimensiones que desee cargar y pulse **Cargar**.

Acerca de los cubos

Un cubo es la segmentación simultánea de una lista de ID (casi siempre un segmento estratégico) que realizan las consultas proporcionadas por varias jerarquías de dimensiones. Una vez creado el cubo, podrá ver los informes de tablas de referencias cruzadas de segmentos que presentan los detalles de dos dimensiones del cubo en cualquier momento.

Antes de poder crear un cubo, deberá realizar las siguientes tareas preliminares:

- Crear un segmento estratégico.
- Crear dimensiones basadas en el segmento estratégico.
- Se aplican las siguientes directrices a los cubos:
- Las métricas de cubo pueden definirse como cualquier expresión de Campaign, con las siguientes restricciones:
  - Puede especificar un número ilimitado de métricas adicionales NUMERIC y Campaign calculará min, max, sum y promedio para ellas. Las métricas seleccionadas pueden ser campos derivados o campos derivados persistentes.
  - La función de agregación sobre el recuento de celda (min, max, promedio, % del nº total, etc.) se calcula de forma automática.
  - La función de agregación sobre el valor de atributo (por ejemplo, avg(edad)) calcula de forma automática min, max, suma y promedio.
  - Las expresiones que contienen varios valores de atributo (por ejemplo, (atributo1 + atributo2)) están soportadas en los campos derivados.
  - El proceso Cubo soporta campos derivados y campos derivados persistentes.
  - Las expresiones groupby (por ejemplo, (groupby_where (ID, balance, avg, balance, (trxn_date > reference_date)))) están soportadas en los campos derivados.
  - Las expresiones que implican variables de usuario (definidas en el mismo diagrama de flujo que el proceso Cubo Y expuestas a marketing distribuido) están soportadas en campos derivados y persistentes. Para obtener información adicional sobre marketing distribuido, consulte la *Guía de usuario de marketing distribuido*.
  - Las expresiones que utilizan SQL sin formato están soportadas en los campos derivados que utilicen una macro personalizada de SQL sin formato.
  - Las expresiones que utilizan una macro personalizada están soportadas en un campo derivado.
- Aunque los cubos se componen de hasta tres dimensiones, las métricas pueden visualizarse con solo dos dimensiones a la vez. La tercera dimensión no visualizada se sigue calculando y se almacena en el servidor, pero no se utiliza en la creación de informes/selección visual de ese informe concreto.

- Los cubos también pueden construirse sobre celdas como segmentos (que, por ejemplo, pueden crearse a nivel de transacción). Sin embargo, si un cubo se construye sobre una celda, dicho cubo estará disponible solo en ese diagrama de flujo. Por este motivo, puede interesarle basar los cubos en segmentos estratégicos.
- A menos que las tablas estén normalizadas, la definición de dimensiones con una relación muchos-a-muchos con el nivel de audiencia podría producir resultados inesperados. El algoritmo de cubo se basa en tablas normalizadas. Antes de seleccionar y crear un cubo, normalice los datos acumulándolos (al nivel de cliente a través de una sesión de preparación de datos, por ejemplo).

  Nota: Si se crea un cubo a partir de dimensiones no normalizadas, los recuentos de suma serán erróneos en los informes de tablas de referencias cruzadas, por el modo en que Campaign procesa los ID de dimensión. Si tiene que utilizar dimensiones no normalizadas, cree los cubos con solo dos dimensiones y utilice las transacciones como la métrica de más bajo nivel de las dimensiones no normalizadas, en vez de los ID de cliente, puesto que la suma de las transacciones será correcta.
- Al crear una dimensión de cubo, deberá asignar a la dimensión un nombre, un nivel de audiencia y una tabla que correspondan a la dimensión. Después, cuando trabaje en una sesión o en un diagrama de flujo de campaña, correlacionará dicha dimensión de la misma manera que si estuviera correlacionando una tabla de base de datos.
- Los cubos deben crearse cuando los usuarios no estén accediendo a ellos, normalmente una vez finalizada la jornada laboral o durante los fines de semana.

Tareas relacionadas:

"Creación de un cubo multidimensional de atributos" en la página 109

Capítulo 13. Descripción general de informes de IBM Campaign

IBM Campaign proporciona informes que ayudan en la gestión de la campaña y de las ofertas.

Algunos informes están pensados para utilizarse durante la fase de diseño del diagrama de flujo. Otros informes ayudan a analizar las respuestas de contactos y la efectividad de la campaña después de desplegar una campaña.

Los informes de IBM Campaign proporcionan varios tipos diferentes de información:

- Los **informes específicos de objetos** analizan una campaña, oferta, celda o segmento específicos. Para acceder a estos informes, pulse la pestaña **Análisis** para una campaña u oferta.
- Los **informes de todo el sistema** proporcionan el análisis en varias campañas, ofertas, celdas o segmentos. Para acceder a estos informes, seleccione **Herramientas de análisis** > **Campaña**.
- Los**informes de celda** proporcionan información sobre clientes o posibles clientes que son objetivo o se utilizan como controles. Los informes de celda son útiles al crear diagramas de flujo de campaña. Para acceder a estos informes, pulse el icono **Informes** mientras edita un diagrama de flujo.

Los informes que están disponibles dependen de varios factores:

- Sus permisos, que se establecen por el administrador de IBM Campaign.
- Algunos informes están disponibles solo si ha instalado el paquete de informes de IBM Campaign y IBM Campaign integrado con Cognos. Para obtener más información, consulte la publicación *IBM EMM Reports Guía de instalación y configuración*. Asimismo consulte la publicación *IBM Campaign Report Specification*, que se proporciona como un archivo comprimido con el paquete de informes.
- Los paquetes de informes de Cognos para eMessage, Interact y Distributed Marketing también están disponibles, si tiene licencias para estos productos adicionales. Puede acceder a los informes desde la página **Herramientas de análisis** para cada producto o desde la pestaña **Análisis** de la campaña o la oferta. Puede obtener información adicional consultando la documentación de dichos productos.

Tareas relacionadas:

"Utilización de informes para analizar campañas y ofertas" en la página 254

"Utilización de informes durante el desarrollo del diagrama de flujo" en la página 254

Referencia relacionada:

"Lista de informes de IBM Campaign" en la página 256

© Copyright IBM Corp. 1998, 2014

Utilización de informes durante el desarrollo del diagrama de flujo

IBM Campaign proporciona informes de celda para utilizarlos durante el desarrollo del diagrama de flujo. Una celda es una lista de identificadores que un proceso de manipulación de datos (Selección, Fusión, Segmentación, Muestreo, Audiencia o Extracción) genera como salida. Los informes de celda proporcionan información sobre clientes o posibles clientes que son objetivo o se utilizan como controles.

Antes de empezar

El acceso a los informes de celda de diagrama de flujo depende de sus permisos. Por ejemplo, debe tener permiso para editar o revisar los diagramas de flujo y para visualizar o exportar informes de celda. Consulte la publicación *Campaign Guía del administrador* para obtener información sobre los permisos de informe de celda para el rol administrativo definido por el sistema.

Procedimiento

1. Abra un diagrama de flujo en modo de **Edición**.
2. Pulse el icono **Informes** en la barra de herramientas de la ventana del diagrama de flujo.

   Se abrirá la ventana Informes específicos de celda. De forma predeterminada, se muestra el informe Lista de celdas.
3. Utilice la lista **Informe a visualizar** para seleccionar un informe distinto.
4. Utilice los controles en la parte superior del informe para imprimir, exportar o realizar otras operaciones específicas de ese informe.

   Para ver descripciones de los informes y sus controles disponibles, consulte "Análisis de la calidad de sus selecciones de diagrama de flujo" en la página 44.

Conceptos relacionados:

Capítulo 13, "Descripción general de informes de IBM Campaign", en la página 253

Referencia relacionada:

"Lista de informes de IBM Campaign" en la página 256

Utilización de informes para analizar campañas y ofertas

IBM Campaign proporciona informes que sirven de ayuda para analizar la información sobre las campañas y ofertas. Algunos informes pueden ejecutarse durante el desarrollo de la campaña como parte de su proceso de planificación. Otros informes muestran los resultados de la campaña, para que pueda analizar y ajustar sus ofertas y la estrategia de campaña.

Antes de empezar

Antes de ejecutar una campaña, utilice los informes de celda de diagrama de flujo de IBM Campaign para analizar sus selecciones. Para utilizar los informes de celda, abra un diagrama de flujo en modo de edición y pulse el enlace **Informes** en la parte superior de la página. Para obtener más información, consulte "Utilización de informes durante el desarrollo del diagrama de flujo".

Acerca de esta tarea

Los informes de IBM Campaign proporcionan información detallada sobre ofertas, segmentos y campañas. Con la visualización de los informes, puede analizar las ofertas de campaña, las tasas de respuesta, los ingresos, los beneficios por respondedor y otros datos para calcular los ingresos totales e incrementales, los beneficios y el rendimiento de la inversión.

Procedimiento

1. Para analizar una campaña, oferta o segmento individual, utilice la pestaña **Análisis**:
   a. Abra el menú **Campaña** y elija **Campañas**, **Ofertas** o **Segmentos**.
   b. Pulse el nombre de una campaña, oferta o segmento.
   c. Pulse la pestaña **Análisis**.
   d. Seleccione un informe en la lista **Tipo de informe** en la parte superior derecha de la página. El informe se mostrará en la misma ventana.
2. Para analizar los resultados en varias campañas, ofertas, celdas o segmentos, utilice la página **Análisis de campaña**:
   a. Seleccione **Herramientas de análisis > Herramientas de análisis de Campaign**.
   b. Pulse una de las carpetas de informes.
   c. Pulse un enlace de informe.

      Si el informe permite filtrado, se abrirá la ventana Parámetro del informe.
   d. Seleccione uno o más objetos sobre los que filtrar el informe. Utilice **Ctrl+pulsación** para seleccionar varios objetos. Los permisos determinan qué objetos aparecen.
   e. Pulse **Generar el informe**.

      El informe se mostrará en la misma ventana. La fecha y hora de generación del informe se visualizan en la parte inferior de la página. Si el informe abarca más de una página, utilice los controles proporcionados para moverse a la parte superior o inferior del informe o para paginar hacia arriba y hacia abajo.

Resultados

La barra de herramientas Informes se muestra para los informes creados por Cognos. No está disponible para los informes de calendario o segmento ni para los informes de celda de diagrama de flujo.

Puede realizar las siguientes tareas en la barra de herramientas Informes:

- **Mantener esta versión**: envía el informe por correo electrónico
- **Aumentar detalle/reducir detalle**: se utiliza para informes que permiten el análisis dimensional.
- **Enlaces asociados**: se utiliza para informes que permiten el análisis dimensional.
- **Formato de visualización**: el formato de visualización predeterminado para los informes es HTML. Puede elegir otros formatos de visualización en la lista. El icono cambia para indicar la opción de la vista seleccionada.

Nota: No todos los informes se pueden visualizar en todos los formatos. Por ejemplo, los informes que utilizan varias consultas no se pueden ver en CSV o XML.

- **Ver en formato HTML**: una vez renovada la página, puede utilizar los controles de Informe para navegar por el informe, si abarca más de una página.
- **Ver en formato PDF**: puede guardar o imprimir el informe utilizando los controles del lector de PDF.
- **Ver en opciones de Excel**: puede ver el informe como una sola página en formato Excel. Para ver el informe sin guardarlo, pulse **Abrir**. Para guardar el informe, pulse **Guardar** y siga las solicitudes.
- **Ver en formato CSV**: para ver el informe como un archivo de valores separados por comas, seleccione **Ver en formato CSV** desde **Ver en opciones de Excel**. Para ver el informe sin guardarlo, pulse **Abrir**. El informe se mostrará como una sola página en formato de hoja de cálculo. Para guardar el informe, pulse **Guardar** y, a continuación, especifique un nombre cuando se le solicite. De forma predeterminada, el archivo se guarda como un archivo .xls.
- **Ver en formato XML**: el informe se visualiza como XML en la misma ventana.

Conceptos relacionados:

Capítulo 13, “Descripción general de informes de IBM Campaign”, en la página 253

Referencia relacionada:

“Lista de informes de IBM Campaign”

Lista de informes de IBM Campaign

Los informes de IBM Campaign están pensados para ayudar a diseñar campañas de marketing efectivas y analizar los resultados de las campañas.

Informes estándar

Los administradores y diseñadores de campañas utilizan los informes siguientes para planificar y analizar las campañas.

Tabla 14. Informes estándar para el desarrollo de campañas

Informe	Descripción	Cómo acceder
Análisis de tabla de referencias cruzadas de segmento	Los administradores de campañas utilizan este informe para ver los detalles de las celdas y crear un proceso Selección para su uso en una campaña o sesión del diagrama de flujo. Este informe calcula información detallada sobre dos dimensiones cualquiera de un cubo y muestra los resultados en formato tabular. Solo las celdas o segmentos estratégicos que forman parte de un cubo pueden analizarse en este informe.	Utilice la pestaña **Análisis** de la campaña.

Tabla 14. Informes estándar para el desarrollo de campañas (continuación)

Informe	Descripción	Cómo acceder
Análisis de perfil de segmento	Los administradores de campañas utilizan este informe para crear segmentos estratégicos y construir cubos para su uso en varias campañas. Este informe calcula y muestra el recuento de las dimensiones de un segmento estratégico. La información se muestra en vistas tanto tabular como gráfica. Solo los segmentos estratégicos que forman parte de un cubo pueden analizarse en este informe.	Utilice la pestaña **Análisis** de la campaña.
Resumen de estado de diagramas de flujo de campaña	Los diseñadores de campañas utilizan este informe después de realizar una ejecución de prueba o de producción para determinar si ha habido algún error durante la ejecución del diagrama de flujo.	Utilice la pestaña **Análisis** de la campaña.
Calendario de campañas	Los diseñadores de campañas utilizan los informes de calendario al planificar y ejecutar campañas. Estos informes muestran las campañas y las ofertas en un calendario en función de las fechas de efectividad y de caducidad definidas en la campaña. Las flechas dobles indican las fechas de inicio (>>) y de finalización (<) de una campaña.	Seleccione **Herramientas de análisis > Herramientas de análisis de Campaign**.

Informes de celda de un diagrama de flujo

Utilice los informes de celda de diagrama de flujo al diseñar los diagramas de flujo de campaña, para ayudar a identificar los objetivos previstos de una campaña de marketing. Una celda es una lista de identificadores que un proceso de manipulación de datos (Selección, Fusión, Segmentación, Muestreo, Audiencia o Extracción) genera como salida. Para acceder a los informes de celda, pulse el icono **Informes** cuando edite un diagrama de flujo.

Tabla 15. Informes de celda de diagrama de flujo de campaña

Informe	Descripción
lista de celda	Muestra información sobre todas las celdas que están en el diagrama de flujo actual. Cada celda representa un posible grupo objetivo. Para obtener más información: consulte “Visualización de información acerca de todas las celdas de un diagrama de flujo (informe de lista de celdas)” en la página 45.
análisis de variable de celda	Muestra la información demográfica para identificar posibles objetivos para su campaña. Puede visualizar los datos para una variable de una celda. Por ejemplo, puede visualizar el rango de edad de los clientes con tarjetas de crédito oro. Para obtener más información: consulte “Análisis de una característica de una celda (informe de análisis de variable de celda)” en la página 46.
tabla de referencias cruzadas de variables de celda	Muestra la información demográfica para identificar posibles objetivos para su campaña. Puede visualizar datos para dos variables de una celda. Por ejemplo, utilizando Edad y Cantidad para la celda de tarjetas de crédito "Gold", puede identificar visualmente los grupos de edad que han gastado más dinero. Para obtener más información: consulte “Análisis de dos características de una celda simultáneamente (informe de tabla de referencias cruzadas de variables de celda)” en la página 47.

Tabla 15. Informes de celda de diagrama de flujo de campaña (continuación)

Informe	Descripción
Contenido de celdas	Muestra detalles acerca de los registros en una celda. Por ejemplo, puede ver las direcciones de correo electrónico, los números de teléfono y otros datos demográficos para cada cliente de una celda. Utilice este informe para verificar los resultados de las ejecuciones y confirmar que está seleccionando el conjunto de contactos previsto. Para obtener más información: consulte "Visualización del contenido de celdas (informe de contenido de celda)" en la página 48.
cascada de celdas	Analiza la disminución de los miembros de la audiencia a medida que se procesan las celdas, por lo que puede refinar sus selecciones e identificar posibles errores. Por ejemplo, puede ver cuántos ID están inicialmente seleccionados y, a continuación, ver qué ocurre cuando se utiliza un proceso Fusión para excluir opt-outs. Para obtener más información: consulte "Análisis de celdas en cascada en procesos en sentido descendente (informe de celdas en cascada)" en la página 48.

Informes de Cognos

Los informes de Cognos se suministran con el paquete de informes de IBM Campaign. Utilice los informes de Cognos para planificar, ajustar y analizar campañas. Estos informes son ejemplos que puede personalizar para su propio uso. Para acceder a estos informes, debe integrar IBM Campaign con IBM Cognos. Para ver instrucciones, consulte la publicación *IBM EMM Reports Guía de instalación y configuración*.

Tabla 16. Informes de Cognos

Informe	Descripción	Cómo acceder
Resumen de campañas	Los diseñadores de campañas utilizan este informe al crear y ejecutar campañas. Este informe muestra información acerca de todas las campañas que se han creado. Lista el código de campaña, la fecha de creación, las fechas de inicio y finalización, la fecha de ejecución más reciente, la iniciativa y el objetivo de cada campaña. Para obtener más información: consulte la publicación *IBM Campaign Report Specifications* proporcionada con el paquete de informes.	Seleccione **Herramientas de análisis > Herramientas de análisis de Campaign**.
Listados de campañas por oferta	Los diseñadores de campañas utilizan este informe al planificar las ofertas o al crear y ejecutar las campañas. Este informe muestra qué ofertas se han proporcionado con diversas campañas; lista las campañas agrupadas por ofertas. Lista el código de campaña, la iniciativa, las fechas de inicio y de finalización y la fecha de ejecución más reciente. Para obtener más información: consulte la publicación *IBM Campaign Report Specifications* proporcionada con el paquete de informes.	Seleccione **Herramientas de análisis > Herramientas de análisis de Campaign**.

Tabla 16. Informes de Cognos (continuación)

Informe	Descripción	Cómo acceder
Informes de rendimiento	Los diseñadores de campañas y gestores de marketing utilizan el informe de resumen financiero hipotético de una oferta al planificar ofertas y campañas. Utilizan los otros informes de rendimiento después de desplegar una campaña y obtener datos de respuesta. Estos informes analizan los resultados de la campaña examinando los datos de contactos y respuestas en las campañas, ofertas, celdas o segmentos. Para obtener más información: consulte "Informes de rendimiento de IBM Campaign".	Seleccione **Herramientas de análisis > Herramientas de análisis de Campaign** > **Informes de rendimiento** para analizar los resultados de una o más campañas, ofertas, celdas o segmentos. Para analizar los resultados de una campaña específica, abra la pestaña **Análisis** de la campaña u oferta.

Conceptos relacionados:

Capítulo 13, "Descripción general de informes de IBM Campaign", en la página 253

Tareas relacionadas:

"Utilización de informes para analizar campañas y ofertas" en la página 254

"Utilización de informes durante el desarrollo del diagrama de flujo" en la página 254

Informes de rendimiento de IBM Campaign

Los informes de rendimiento se proporcionan con el paquete de informes de IBM Campaign. Los informes de rendimiento son informes de ejemplo que puede modificar para analizar los datos de contactos y respuestas en una o más campañas, ofertas, celdas o segmentos.

Para utilizar estos informes, debe integrar IBM Campaign con IBM Cognos. Para más información, consulte:

- *IBM EMM Reports Guía de instalación y configuración*.
- *IBM Campaign Report Specifications*, que es un archivo comprimido con el paquete de informes. Las especificaciones proporcionan ejemplos de salida de los informes de rendimiento.

Los informes de rendimiento están disponibles en las siguientes formas:

- En la pestaña **Análisis** de una campaña u oferta.
- Al seleccionar **Herramientas de análisis > Herramientas de análisis de Campaign** > **Informes de rendimiento** para analizar los resultados de una o más campañas, ofertas, celdas o segmentos.

Utilice el informe de resumen financiero hipotético de una oferta al planificar ofertas y campañas. Utilice los otros informes de rendimiento después de desplegar una campaña y obtener datos de respuesta.

Tabla 17. Informes de rendimiento

Informe	Descripción
Resumen financiero hipotético de una oferta	Este informe calcula el rendimiento financiero hipotético de una oferta basado en la entrada. Puede especificar los parámetros para evaluar los distintos escenarios de tasa de respuesta. El informe calcula el rendimiento financiero para seis escenarios, aumentando al alza en función de la tasa de respuesta especificada y el incremento de la tasa de respuesta. Por ejemplo, si especifica una tasa de respuesta del 2% y un incremento de 0,25%, el informe devolverá los datos de rendimiento de seis escenarios con tasas de respuesta en el rango del 2% al 3,25%. También puede cambiar los parámetros de este informe, como el coste por contacto, el coste fijo de realización de la oferta y los ingresos por respuesta.
Desglose detallado de las respuestas de una campaña	El informe de desglose detallado de respuestas de oferta de una campaña proporciona los datos de rendimiento de campañas para tipos de respuesta de oferta. Lista todas las ofertas asociadas a una campaña e indica el número de respuestas para cada tipo en todos los canales. Si la integración de ofertas de eMessage está configurada, este informe incluye información sobre el tipo de respuesta de pulsación en enlace de eMessage. La página de destino y el mensaje de respuesta SMS no están soportados actualmente. El proceso de ETL no completa en este momento las columnas que existen para estos tipos de respuesta.
Resumen financiero de campañas por oferta (real)	El informe de resumen financiero de campañas por oferta (real) proporciona datos financieros para las ofertas en campañas. Incluye datos como los costes de contacto, ingresos brutos, beneficio neto y ROI.
Rendimiento de ofertas de campaña por mes	El informe de rendimiento de ofertas de campaña por mes muestra el rendimiento de una campaña en un mes determinado con datos de rendimiento para cada oferta dentro de la campaña. Lista el número de ofertas hechas, el número de transacciones de respuesta y la tasa de respuesta de ese mes concreto.
Comparativa de rendimiento de campañas	El informe de comparativa de rendimiento de campañas compara el rendimiento financiero de las campañas. Incluye datos como las transacciones de respuesta y la tasa de respuesta, el número de respondedores exclusivos y la tasa de respondedor. También incluye información relativa a la elevación sobre el grupo de control, que muestra el incremento en la respuesta comparado con el grupo de control.
Comparativa de rendimiento de campañas (con ingresos)	El informe de comparativa de rendimiento de campañas (con ingresos) compara el rendimiento financiero de las campañas seleccionadas. Incluye datos como las transacciones de respuesta, la tasa de respuesta, el número de respondedores exclusivos, la tasa de respondedores y los ingresos reales. También incluye información opcional relativa a la elevación sobre el grupo de control, que muestra el incremento en la respuesta comparado con el grupo de control.
Comparativa de rendimiento de campañas por iniciativa	El informe de comparativa de rendimiento de campañas por iniciativa compara el rendimiento financiero de las campañas seleccionadas agrupadas por sus iniciativas. Incluye datos como las transacciones de respuesta y la tasa de respuesta, el número de respondedores exclusivos y la tasa de respondedor. También incluye información opcional relativa a la elevación sobre el grupo de control, que muestra el incremento en la respuesta comparado con el grupo de control.
Resumen de rendimiento de campañas por celda	El informe Resumen de rendimiento de campañas por celda proporciona datos de rendimiento de las campañas con las celdas agrupadas por las campañas correspondientes. Incluye datos como el número de ofertas hechas, el número de transacciones de respuesta, la tasa de respuesta, el número de respondedores exclusivos y la tasa de respondedor. También incluye información relativa a la elevación sobre el grupo de control, que muestra el incremento en la respuesta comparado con el grupo de control.

Tabla 17. Informes de rendimiento (continuación)

Informe	Descripción
Resumen de rendimiento de campañas por celda (con ingresos)	El informe Resumen de rendimiento de campañas por celda (con ingresos) proporciona datos de rendimiento de las campañas seleccionadas con las celdas agrupadas por las campañas correspondientes. Incluye datos como el número de ofertas hechas, el número de transacciones de respuesta, la tasa de respuesta, el número de respondedores exclusivos, la tasa de respondedor y los ingresos reales. También incluye información opcional relativa a la elevación sobre el grupo de control, que muestra el incremento en la respuesta comparado con el grupo de control. **Nota:** Este informe requiere que se haga un seguimiento adicional del campo Ingresos de la tabla de historial de respuestas.
Resumen de rendimiento de campañas por celda e iniciativa	El informe Resumen de rendimiento de campañas por celda e iniciativa proporciona datos de rendimiento de las campañas seleccionadas con las celdas agrupadas por las campañas e iniciativas correspondientes. Incluye datos como el número de ofertas hechas, el número de transacciones de respuesta, la tasa de respuesta, el número de respondedores exclusivos y la tasa de respondedor. También incluye información opcional relativa a la elevación sobre el grupo de control, que muestra el incremento en la respuesta comparado con el grupo de control.
Resumen de rendimiento de campañas por celda y oferta	El informe Resumen de rendimiento de campañas por celda y oferta proporciona un modo de visualizar el rendimiento de campaña tanto por celda como por oferta en el mismo informe. Se lista cada campaña con cada celda y los nombres de las ofertas asociadas. Por cada combinación de celda y oferta, el informe muestra el número de ofertas hechas, el número de transacciones de respuesta, la tasa de respuesta, el número de destinatarios y respondedores exclusivos, y la tasa de respondedor. También incluye información relativa a la elevación sobre el grupo de control, que muestra el incremento en la respuesta comparado con el grupo de control.
Resumen de rendimiento de campañas por celda y oferta (con ingresos)	El informe Resumen de rendimiento de campañas por celda y oferta (con ingresos) proporciona un modo de visualizar el rendimiento de campaña tanto por celda como por oferta en el mismo informe, junto con la información relativa a los ingresos. Se lista cada campaña con cada celda y los nombres de las ofertas asociadas. Por cada combinación de celda y oferta, el informe muestra el número de ofertas hechas, el número de transacciones de respuesta, la tasa de respuesta, el número de destinatarios y respondedores exclusivos, la tasa de respondedor y los ingresos. También incluye información relativa a la elevación sobre el grupo de control, que muestra el incremento en la respuesta comparado con el grupo de control. **Nota:** Este informe requiere que se haga un seguimiento adicional del campo Ingresos de la tabla de historial de respuestas.
Resumen de rendimiento de campañas por oferta	El informe Resumen de rendimiento de campañas por oferta proporciona un resumen del rendimiento de campañas y ofertas con las ofertas agrupadas por las campañas correspondientes. Incluye datos como el número de ofertas hechas, el número de transacciones de respuesta, la tasa de respuesta, el número de respondedores exclusivos y la tasa de respondedor. También incluye información relativa a la elevación sobre el grupo de control, que muestra el incremento en la respuesta comparado con el grupo de control.
Resumen de rendimiento de campañas por oferta (con ingresos)	El informe Resumen de rendimiento de campañas por oferta (con ingresos) proporciona un resumen del rendimiento de las ofertas de las campañas seleccionadas. Incluye datos como el número de ofertas hechas, el número de transacciones de respuesta, la tasa de respuesta, el número de respondedores exclusivos, la tasa de respondedor y los ingresos reales. También incluye información opcional relativa a la elevación sobre el grupo de control, que muestra el incremento en la respuesta comparado con el grupo de control.
Rendimiento de ofertas por día	El informe Rendimiento de ofertas por día muestra el rendimiento de las ofertas de una fecha o rango de fechas determinados. Lista el número de ofertas hechas, el número de transacciones de respuesta y la tasa de respuesta durante la fecha o rango de fechas especificados.

Tabla 17. Informes de rendimiento (continuación)

Informe	Descripción
Comparativa de rendimiento de ofertas	El informe Comparativa de rendimiento de ofertas compara el rendimiento de las ofertas seleccionadas. Incluye datos como el número de ofertas hechas, el número de transacciones de respuesta, la tasa de respuesta, el número de respondedores exclusivos y la tasa de respondedor. También incluye información relativa a la elevación sobre el grupo de control, que muestra el incremento en la respuesta comparado con el grupo de control.
Métricas del rendimiento de las ofertas	El informe Métricas del rendimiento de las ofertas compara el rendimiento de las ofertas seleccionadas en función de diversas atribuciones de respuesta, como La mejor coincidencia, Coincidencia fraccional o Coincidencia múltiple. También incluye información opcional relativa a la elevación sobre el grupo de control y las diferencias porcentuales entre varias tasas de atribución.
Resumen del rendimiento de ofertas por campaña	El informe Resumen del rendimiento de ofertas por campaña proporciona un resumen por campaña del rendimiento de las ofertas seleccionadas. Incluye datos como el número de ofertas hechas, el número de transacciones de respuesta, la tasa de respuesta, el número de respondedores exclusivos y la tasa de respondedor. También incluye información relativa a la elevación sobre el grupo de control, que muestra el incremento en la respuesta comparado con el grupo de control.

Conceptos relacionados:

"Cómo realizar un seguimiento de las respuestas a una campaña" en la página 206

"Proceso Respuesta" en la página 122

"Respuestas directas" en la página 212

"Métodos de atribución" en la página 215

Tareas relacionadas:

"Actualización del historial de respuestas" en la página 123

Portlets de informe de IBM Cognos para Campaign

Los portlets de informe de IBM Cognos se proporcionan con el paquete de informes de Campaign. Utilice los portlets de informe para analizar las tasas de respuesta y la efectividad de la campaña.

Puede habilitar y a continuación añadir portlets de panel de control predefinidos a cualquier panel de control que cree. Para gestionar los paneles de control y añadirles portlets, pulse **Panel de control > Crear panel de control**.

Tabla 18. Portlets de informe de IBM Cognos para Campaign

Informe	Descripción
Comparativa de retorno de la inversión de Campaign	Un informe de IBM Cognos que compara, a alto nivel, los ROI de campañas creadas o actualizadas por el usuario que visualiza el informe.
Comparativa de tasas de respuesta de Campaign	Un informe de IBM Cognos que compara las tasas de respuesta de una o más campañas creadas o actualizadas por el usuario que visualiza el informe.
Comparativa de ingresos por oferta de Campaign	Un informe de IBM Cognos que compara los ingresos obtenidos hasta la fecha por campaña que contiene ofertas creadas o actualizadas por el usuario que visualiza el informe.

Tabla 18. Portlets de informe de IBM Cognos para Campaign (continuación)

Informe	Descripción
Respuestas a ofertas de los últimos 7 días	Un informe de IBM Cognos que compara el número de respuestas que se han recibido en los últimos 7 días basadas en cada oferta creada o actualizada por el usuario que visualiza el informe.
Comparativa de tasas de respuesta a ofertas	Un informe de IBM Cognos que compara la tasa de respuesta por oferta creada o actualizada por el usuario que visualiza el informe.
Desglose de respuestas a ofertas	Un informe de IBM Cognos que muestra las ofertas activas creadas o actualizadas por el usuario que visualiza el informe, desglosadas por estado.

Portlets de lista de Campaign

Los portlets de lista estándar de Campaign están disponibles para usarlos en paneles de control incluso aunque el paquete de informes de Campaign no esté instalado.

Tabla 19. Portlets de lista de Campaign

Informe	Descripción
Mis marcadores personalizados	Una lista de enlaces a sitios web o archivos creados por el usuario que visualiza el informe.
Mis campañas recientes	Una lista de las campañas más recientes creadas por el usuario que visualiza el informe.
Mis sesiones recientes	Una lista de las sesiones más recientes creadas por el usuario que visualiza el informe.
Portlet de supervisión de campañas	Una lista de las campañas ejecutadas, o en ejecución, creadas por el usuario que visualiza el informe.

Envío de informes por correo electrónico

Si su servidor SMTP está configurado para trabajar con Cognos, puede enviar por correo electrónico un informe directamente desde Campaign.

Antes de empezar

Si ha adquirido la licencia de Cognos con los productos de IBM , la opción de incluir un enlace al informe no estará soportada. Para poder utilizar esta característica, deberá adquirir una licencia completa de Cognos.

Procedimiento

1. Cuando el informe haya terminado de ejecutarse, pulse **Conservar esta versión** en la barra de herramientas Informes y seleccione **Enviar informe por correo electrónico** en la lista. Se visualiza la página **Establecer las opciones de correo electrónico**, donde se especifican los destinatarios y el texto de mensaje opcional.
2. Para enviar el informe como un archivo adjunto en el mensaje de correo electrónico, seleccione la casilla de verificación **Adjuntar el informe** y deseleccione la casilla de verificación **Incluir un enlace al informe**.
3. Pulse **Aceptar**. Se enviará la solicitud al servidor de correo electrónico.

Nueva ejecución de un informe

Los informes se generan contra el origen de datos para que reflejen los datos más recientes. Si cree que los datos han cambiado desde la última vez que se ejecutó el informe que desea ver, y desea ver una versión actualizada del mismo, puede volver a ejecutar el informe.

Apéndice A. Caracteres especiales en nombres de objeto de IBM Campaign

Algunos caracteres especiales no tienen soporte en ningún nombre de objeto de IBM Campaign. Además, algunos objetos tienen restricciones de nombre específicas.

Nota: Si pasa nombres de objeto a su base de datos (por ejemplo, si utiliza una variable de usuario que contenga un nombre de diagrama de flujo), asegúrese de que el nombre del objeto sólo contiene caracteres admitidos en su base de datos concreta. De lo contrario, recibirá un error de base de datos.

Conceptos relacionados:

"Descripción general del espacio de trabajo de diagrama de flujo" en la página 27

Tareas relacionadas:

"Creación de diagramas de flujo" en la página 31

Referencia relacionada:

"Lista de procesos de Campaign" en la página 53

Caracteres especiales no admitidos

Los siguientes caracteres especiales no están soportados en los nombres de campañas, diagramas de flujo, carpetas, ofertas, listas de ofertas, segmentos o sesiones. Estos caracteres tampoco están soportados en el Nombre de nivel de audiencia y los nombres de campo correspondientes, que se definen en la configuración de Campaign.

Tabla 20. Caracteres especiales no admitidos

Carácter	Descripción
%	Porcentaje
*	Asterisco
?	Signo de interrogación
|	Barra vertical (|)
:	Dos puntos
,	Coma
<	Símbolo Menor que
>	Símbolo Mayor que
&	Ampersand
\	Barra invertida
/	Barra inclinada
"	Comillas dobles
Pestaña	Pestaña

© Copyright IBM Corp. 1998, 2014

Objetos sin restricciones de nombre

Los objetos siguientes en IBM Campaign no tienen restricciones respecto a los caracteres utilizados en sus nombres.

- nombres de *visualización* de atributo personalizado (los nombres *internos* no tienen restricciones de denominación)
- plantillas de oferta

Objetos con restricciones de nombre específicas

Los objetos siguientes en IBM Campaign tienen restricciones específicas en sus nombres.

- Nombres *internos* de atributo personalizado
- Los nombres de nivel de audiencia y los nombres de campo correspondientes, que se definen en la configuración de Campaign
- Celdas
- Campos derivados
- Nombres de campo y tabla de usuario

Para estos objetos, los nombres deben:

- Contener sólo caracteres numéricos o alfabéticos, o el carácter de subrayado (_)
- Empezar por un carácter alfabético

Para los idiomas que no se basan en el latín, IBM Campaign soporta todos los caracteres soportados por la codificación de serie configurada.

Nota: Los nombres de campos derivados tienen restricciones adicionales.

Apéndice B. Empaquetado de archivos de diagrama de flujo para la resolución de problemas

Si necesita ayuda de IBM para resolver los problemas de un diagrama de flujo, puede recopilar automáticamente los datos relevantes para enviárselos al soporte técnico de IBM .

Antes de empezar

Solo un usuario con permisos para editar o ejecutar un diagrama de flujo puede realizar este procedimiento. Si se carece del permiso "Ver registros", no podrá seleccionar las entradas relativas al registro en la ventana de selección.

Acerca de esta tarea

Realice esta tarea para empaquetar los archivos de datos de diagrama de flujo para que pueda enviarlos a soporte técnico de IBM. Puede especificar qué elementos se deben incluir e indicar rangos de fechas para limitar los datos. Los datos se graban en la carpeta seleccionada, y el contenido puede comprimirse y enviarse al soporte técnico de IBM.

Procedimiento

1. Abra un diagrama de flujo en modo de **Edición**.
2. Seleccione **Administrador** > **Recopilar datos de diagrama de flujo**.
3. En la ventana Crear paquete de datos para la resolución de problemas, escriba un nombre para el paquete o deje el nombre predeterminado. El nombre de paquete se utilizará para crear una subcarpeta en la que los elementos de datos seleccionados se grabarán.
4. Pulse **Examinar** y seleccione la carpeta donde se guardará el paquete de datos.
5. Seleccione los elementos que desea incluir en el paquete o marque **Seleccionar elementos predeterminados** para seleccionar todos los datos que se requieren normalmente. Algunos elementos, cuando se seleccionan, pueden permitir que se entre información adicional.

   Para obtener más información, consulte “Opciones de empaquetado de los datos de diagrama de flujo” en la página 268.
6. Pulse **Aceptar** para crear el paquete.
7. Envíe el paquete de datos al soporte técnico de IBM por correo electrónico o utilice el método recomendado por su representante de soporte. El soporte técnico de IBM acepta datos sin comprimir (todo el subdirectorio del paquete), pero tiene la opción de comprimir, cifrar y empaquetar los archivos en un único archivo antes de enviárselo.

Resultados

Además de los elementos de datos seleccionados, Campaign crea un archivo resumen que identifica:

- Fecha y hora actual
- Números de versión y compilación del software
- Su nombre de usuario

© Copyright IBM Corp. 1998, 2014

- Las selecciones incluidas en el paquete
- Nombre e ID de campaña
- Nombre e ID del diagrama de flujo

Opciones de empaquetado de los datos de diagrama de flujo

Seleccione **Administrador** > **Recopilar datos de diagrama de flujo** para empaquetar los archivos del diagrama de flujo que se van a enviar al soporte técnico de IBM . Cuando se le solicite, especifique las opciones descritas en este tema.

Tabla 21. Opciones de empaquetado de los datos de diagrama de flujo

Elemento	Descripción de qué se incluye	Especificaciones adicionales que pueden establecerse
Casilla de verificación **Seleccionar elementos predeterminados**	Todos los datos habitualmente necesarios para la resolución de problemas de los diagramas de flujo, incluidos todos los elementos de la lista excepto los archivos de registro y el contenido de la tabla de usuario y tabla del historial de contactos.	
Diagrama de flujo	El archivo de diagrama de flujo `.ses`.	**¿Incluir resultados de la ejecución?** Incluir o excluir de forma opcional los archivos de datos del tiempo de ejecución, también llamados archivos "de subrayado".
Registro del diagrama de flujo	El archivo de diagrama de flujo `.log`.	Establecezca de forma opcional las marcas de fecha y hora iniciales y finales. Si no se establecen, el archivo de registro entero será el predeterminado.
Registro del escucha	El archivo `unica_aclsnr.log`.	Establecezca de forma opcional las marcas de fecha y hora iniciales y finales. Si no se establecen, el archivo de registro entero será el predeterminado.
Registro de inicio	El archivo `AC_sess.log`.	Establecezca de forma opcional las marcas de fecha y hora iniciales y finales. Si no se establecen, el archivo de registro entero será el predeterminado.
Registro de mensajes web	El archivo `AC_web.log`.	Establecezca de forma opcional las marcas de fecha y hora iniciales y finales. Si no se establecen, el archivo de registro entero será el predeterminado.
CampaignConfiguración	El archivo `.config`, que lista las propiedades y los valores de configuración desde el entorno de Campaign para ayudarle a resolver los problemas del diagrama de flujo.	
Atributos personalizados de Campaign	El archivo `customcampaignattributes.dat`, que enumera pares de nombre y valor de atributo de los atributos personalizados de Campaign. Solo se incluyen las entradas que están relacionadas con la campaña actual.	
Atributos personalizados de celda	El archivo `customcellattributes.dat`, que enumera pares de nombre y valor de atributo de los atributos personalizados de las celdas de Campaign. Solo se incluyen las entradas que están relacionadas con la campaña actual.	

Tabla 21. Opciones de empaquetado de los datos de diagrama de flujo (continuación)

Elemento	Descripción de qué se incluye	Especificaciones adicionales que pueden establecerse
Definiciones de oferta	Se incluyen todas las filas para cada una de las siguientes tablas de sistema:`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`	
Datos de la hoja de cálculo de celdas objetivo	El archivo `targetcellspreadsheet.dat`, que incluye datos de `UA_TargetCells` para toda la hoja de cálculo de celdas objetivo. Incluye los datos de la actual campaña, en formato de texto delimitado por columna/fila.	
Definiciones de macro personalizadas	El archivo `custommacros.dat`, que incluye los campos siguientes de `UA_CustomMacros`, con el formato columna/fila: `Nombre`, `IDCarpeta`, `Descripción`, `Expresión`, `TipoExpresión`, `NombreOrigenDatos`, `TipoVarDatos`, `NBytesVarDatos`, `FechaCreación`, `CreadoPor`, `FechaActualización`, `ActualizadoPor`, `PolíticaIS`, `IDACL`	
Correlación de tablas del sistema	El archivo `systablemapping.xml`. Incluye todas las correlaciones de tablas del sistema, incluido el origen de datos.	
+ Incluir el contenido de la tabla del sistema	Al seleccionarse esta opción, se expande para enumerar todas las tablas del sistema.	Seleccione las tablas del sistema que haya que incluir. Se incluirá la tabla entera (todas las filas y columnas). Si no se selecciona ninguna subopción, el paquete no incluirá ninguna tabla del sistema.
+ Incluir tablas del historial de contactos	Cuando se selecciona esta opción, se expande para mostrar el historial de contactos y las tablas del historial de contactos detallado para cada nivel de audiencia.	Para cada conjunto seleccionado, el paquete incluirá el historial de contactos y los registros del historial de contactos detallado para dicho nivel de audiencia. Se pueden establecer de forma opcional las marcas de fecha y hora iniciales y finales. Si no se establecen, el archivo de registro entero serán todos los registros. Si no se selecciona ninguna subopción, el paquete no contendrá información alguna de la tabla del historial de contactos.

Tabla 21. Opciones de empaquetado de los datos de diagrama de flujo (continuación)

Elemento	Descripción de qué se incluye	Especificaciones adicionales que pueden establecerse
+ Incluir tablas de historial de respuestas	Cuando se selecciona esta opción, se expande para mostrar las tablas de historial de respuestas para todos los niveles de audiencia.	Para cada tabla seleccionada, el paquete incluirá los registros de historial de respuestas para ese nivel de audiencia. Para cada tabla seleccionada, se pueden establecer de forma opcional las marcas de fecha y hora iniciales y finales. Si no se establecen, el archivo de registro entero serán todos los registros. Si no selecciona una tabla, el paquete no contendrá ninguna información de la tabla de historial de respuestas.
+ Incluir el contenido de las tablas del usuario	Cuando se selecciona esta opción, se expande para mostrar el contenido de la tabla de usuario que puede seleccionarse para el paquete.	Seleccione las tablas de usuario del diagrama de flujo que se deben incluir. Si no se selecciona ninguna, el paquete no incluirá contenido alguno de tablas de usuario. contents. Para cada tabla de usuario que seleccione, puede establecer opcionalmente el número máximo de filas que desee incluir. Si no establece un número máximo de filas, el paquete incluirá la tabla entera.
+ Incluir segmentos estratégicos	Cuando se selecciona esta opción, se expande para mostrar todos los segmentos estratégicos que se pueden seleccionar para el paquete.	Seleccione los datos de segmento para cada segmento estratégico del diagrama de flujo que desee incluir.
+ Incluir archivos de seguimiento de la pila	Opción disponible solo para versiones UNIX. Cuando se selecciona esta opción, se expande para mostrar la lista de archivos de seguimiento de la pila `*.stack`) en el mismo directorio que `unica_aclsnr.log`.	Seleccione los archivos de seguimiento de la pila que desee incluir en el paquete. Si no selecciona ninguna subopción, el paquete no incluirá ningún archivo de seguimiento de la pila.

Before you contact IBM technical support

If you encounter a problem that you cannot resolve by consulting the documentation, your company's designated support contact can log a call with IBM technical support. Use these guidelines to ensure that your problem is resolved efficiently and successfully.

If you are not a designated support contact at your company, contact your IBM administrator for information.

Nota: Technical Support does not write or create API scripts. For assistance in implementing our API offerings, contact IBM Professional Services.

Information to gather

Before you contact IBM technical support, gather the following information:

- A brief description of the nature of your issue.
- Detailed error messages that you see when the issue occurs.
- Detailed steps to reproduce the issue.
- Related log files, session files, configuration files, and data files.
- Information about your product and system environment, which you can obtain as described in "System information."

System information

When you call IBM technical support, you might be asked to provide information about your environment.

If your problem does not prevent you from logging in, much of this information is available on the About page, which provides information about your installed IBM applications.

You can access the About page by selecting **Help > About**. If the About page is not accessible, check for a `version.txt` file that is located under the installation directory for your application.

Contact information for IBM technical support

For ways to contact IBM technical support, see the IBM Product Technical Support website: (http://www.ibm.com/support/entry/portal/open_service_request).

Nota: To enter a support request, you must log in with an IBM account. This account must be linked to your IBM customer number. To learn more about associating your account with your IBM customer number, see **Support Resources > Entitled Software Support** on the Support Portal.

© Copyright IBM Corp. 1998, 2014

Notices

This information was developed for products and services offered in the U.S.A.

IBM may not offer the products, services, or features discussed in this document in other countries. Consult your local IBM representative for information on the products and services currently available in your area. Any reference to an IBM product, program, or service is not intended to state or imply that only that IBM product, program, or service may be used. Any functionally equivalent product, program, or service that does not infringe any IBM intellectual property right may be used instead. However, it is the user's responsibility to evaluate and verify the operation of any non-IBM product, program, or service.

IBM may have patents or pending patent applications covering subject matter described in this document. The furnishing of this document does not grant you any license to these patents. You can send license inquiries, in writing, to:

IBM Director of Licensing
IBM Corporation
North Castle Drive
Armonk, NY 10504-1785
U.S.A.

For license inquiries regarding double-byte (DBCS) information, contact the IBM Intellectual Property Department in your country or send inquiries, in writing, to:

Intellectual Property Licensing
Legal and Intellectual Property Law
IBM Japan, Ltd.
19-21, Nihonbashi-Hakozakicho, Chuo-ku
Tokyo 103-8510, Japan

The following paragraph does not apply to the United Kingdom or any other country where such provisions are inconsistent with local law: INTERNATIONAL BUSINESS MACHINES CORPORATION PROVIDES THIS PUBLICATION "AS IS" WITHOUT WARRANTY OF ANY KIND, EITHER EXPRESS OR IMPLIED, INCLUDING, BUT NOT LIMITED TO, THE IMPLIED WARRANTIES OF NON-INFRINGEMENT, MERCHANTABILITY OR FITNESS FOR A PARTICULAR PURPOSE. Some states do not allow disclaimer of express or implied warranties in certain transactions, therefore, this statement may not apply to you.

This information could include technical inaccuracies or typographical errors. Changes are periodically made to the information herein; these changes will be incorporated in new editions of the publication. IBM may make improvements and/or changes in the product(s) and/or the program(s) described in this publication at any time without notice.

Any references in this information to non-IBM Web sites are provided for convenience only and do not in any manner serve as an endorsement of those Web sites. The materials at those Web sites are not part of the materials for this IBM product and use of those Web sites is at your own risk.

© Copyright IBM Corp. 1998, 2014

IBM may use or distribute any of the information you supply in any way it believes appropriate without incurring any obligation to you.

Licensees of this program who wish to have information about it for the purpose of enabling: (i) the exchange of information between independently created programs and other programs (including this one) and (ii) the mutual use of the information which has been exchanged, should contact:

IBM Corporation
B1WA LKG1
550 King Street
Littleton, MA 01460-1250
U.S.A.

Such information may be available, subject to appropriate terms and conditions, including in some cases, payment of a fee.

The licensed program described in this document and all licensed material available for it are provided by IBM under terms of the IBM Customer Agreement, IBM International Program License Agreement or any equivalent agreement between us.

Any performance data contained herein was determined in a controlled environment. Therefore, the results obtained in other operating environments may vary significantly. Some measurements may have been made on development-level systems and there is no guarantee that these measurements will be the same on generally available systems. Furthermore, some measurements may have been estimated through extrapolation. Actual results may vary. Users of this document should verify the applicable data for their specific environment.

Information concerning non-IBM products was obtained from the suppliers of those products, their published announcements or other publicly available sources. IBM has not tested those products and cannot confirm the accuracy of performance, compatibility or any other claims related to non-IBM products. Questions on the capabilities of non-IBM products should be addressed to the suppliers of those products.

All statements regarding IBM's future direction or intent are subject to change or withdrawal without notice, and represent goals and objectives only.

All IBM prices shown are IBM's suggested retail prices, are current and are subject to change without notice. Dealer prices may vary.

This information contains examples of data and reports used in daily business operations. To illustrate them as completely as possible, the examples include the names of individuals, companies, brands, and products. All of these names are fictitious and any similarity to the names and addresses used by an actual business enterprise is entirely coincidental.

COPYRIGHT LICENSE:

This information contains sample application programs in source language, which illustrate programming techniques on various operating platforms. You may copy, modify, and distribute these sample programs in any form without payment to IBM, for the purposes of developing, using, marketing or distributing application programs conforming to the application programming interface for the operating

platform for which the sample programs are written. These examples have not been thoroughly tested under all conditions. IBM, therefore, cannot guarantee or imply reliability, serviceability, or function of these programs. The sample programs are provided "AS IS", without warranty of any kind. IBM shall not be liable for any damages arising out of your use of the sample programs.

If you are viewing this information softcopy, the photographs and color illustrations may not appear.

Trademarks

IBM, the IBM logo, and ibm.com are trademarks or registered trademarks of International Business Machines Corp., registered in many jurisdictions worldwide. Other product and service names might be trademarks of IBM or other companies. A current list of IBM trademarks is available on the Web at "Copyright and trademark information" at www.ibm.com/legal/copytrade.shtml.

Privacy Policy and Terms of Use Considerations

IBM Software products, including software as a service solutions, ("Software Offerings") may use cookies or other technologies to collect product usage information, to help improve the end user experience, to tailor interactions with the end user or for other purposes. A cookie is a piece of data that a web site can send to your browser, which may then be stored on your computer as a tag that identifies your computer. In many cases, no personal information is collected by these cookies. If a Software Offering you are using enables you to collect personal information through cookies and similar technologies, we inform you about the specifics below.

Depending upon the configurations deployed, this Software Offering may use session and persistent cookies that collect each user's user name, and other personal information for purposes of session management, enhanced user usability, or other usage tracking or functional purposes. These cookies can be disabled, but disabling them will also eliminate the functionality they enable.

Various jurisdictions regulate the collection of personal information through cookies and similar technologies. If the configurations deployed for this Software Offering provide you as customer the ability to collect personal information from end users via cookies and other technologies, you should seek your own legal advice about any laws applicable to such data collection, including any requirements for providing notice and consent where appropriate.

IBM requires that Clients (1) provide a clear and conspicuous link to Customer's website terms of use (e.g. privacy policy) which includes a link to IBM's and Client's data collection and use practices, (2) notify that cookies and clear gifs/web beacons are being placed on the visitor's computer by IBM on the Client's behalf along with an explanation of the purpose of such technology, and (3) to the extent required by law, obtain consent from website visitors prior to the placement of cookies and clear gifs/web beacons placed by Client or IBM on Client's behalf on website visitor's devices

For more information about the use of various technologies, including cookies, for these purposes, See IBM's Online Privacy Statement at: http://www.ibm.com/privacy/details/us/en section entitled "Cookies, Web Beacons and Other Technologies."

Impreso en España