**系统规划**

1. **识别目标**

如今，商家越来越多地利用优惠手段来吸引顾客。市场上涌现出许多外卖软件，它们通过即时的优惠活动来吸引用户，与传统的弹出优惠券或购买后满减不同。然而，这种方式却无法有效地宣传商家，因为商家的销售情况往往会有高低起伏。因此，即时的优惠消息提醒和推送平台的出现变得至关重要。这样一来，用户能够立即收到商家的优惠信息，引发购物欲望，促使消费行为，从而增加销售额，满足商家的需求。根据目标可以划分以下内容:

（1）解决普通推送无法吸引用户的问题，防止因为用户不感兴趣的推送内容导致用户产生反向情绪；通过系统的个性化推送，能够实现消息精准推送至用户。

（2）解决商家发出优惠消息无法及时推送的问题；通过系统的小程序部分，实现商家随改随发；通过公众号推送，实现用户及时接收优惠券信息。有利于商家可以及时增加店铺营业额，减轻当下的营业负担。

（3）解决由于没有系统审批，商家质量参差不齐，造成店铺质量不确定，影响用户体验感等一系列。通过商家入驻审核，进行系统审批，解决一系列后续产生问题。

1. **业务过程**

商家入驻—商家把商店信息输入提交，等待管理员进行审核

商家入驻审核—管理员进行信息核查，对存在疑惑的商家进行线下访问确认商家信息是否符合

商家发放优惠券—审核通过后可以从主页设置相关优惠券

用户使用优惠券—相关用户可以登录查看相关信息并使用

优惠券评价—用户在消费后可以对相关优惠券进行评价

根据用户标签推送相关优惠券—从用户购买行为和评价中提取关键词，平台利用此关键词进行推送

用户管理—管理员可以设置用户状态和相关信息

商家管理—管理员可以设置商家状态和相关信息

优惠券管理—对已发放的优惠券进行管理

评价管理—管理员对相关评价信息进行审核

标签管理—管理员对用户标签进行管理

1. **数据类**

通过对业务过程的分析，结合所需要的相关信息，可以获得的数据类有：

用户信息、商家信息、优惠券信息、评价信息、标签信息、管理员信息

1. **定义系统总体结构**

通过企业系统规划法中的 U/C 矩阵来描述数据类与业务过程之间的联系，各行和各列分别表示业务过程与数据类[12]。若业务过程中使用数据类，则在矩阵标记为 U；若业务过程产生数据类，则矩阵中标记为 C

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 用户信息 | 商家信息 | 管理员信息 | 优惠信息 | 标签信息 | 评价信息 |
| 注册 | C |  |  |  |  |  |
| 用户管理 | C |  | U |  |  |  |
| 优惠卷推送 |  |  |  | C |  |  |
| 商家入驻 |  | C |  |  |  |  |
| 商家管理 |  | C | U |  |  |  |
| 发放优惠卷 |  | U |  | C | U |  |
| 优惠卷审核 |  |  | U | U/C |  |  |
| 优惠卷领取 | U |  |  | U |  |  |
| 优惠卷使用 | U |  |  | U |  |  |
| 优惠券评价 | U |  |  |  |  | C |
| 标签管理 |  |  | U |  | C |  |
| 评价管理 |  |  | U |  |  | C |

子系统的划分是由 C 元素来决定，因此系统的子功能包括注册、用户管理、商家入驻并管理功能、优惠券发放、审核和评价功能、标签管理及评价管理功能。