

优惠/活动规则整理

刘恩泽

2016-01-11

目录

活动分析

现状

逻辑总结

系统逻辑设计

活动分析

活动形态

1. 特价商品
2. 商品折扣/促销
3. 用户优惠券 (一种形式的用户运营活动)
4. 买一送一
5. 第二单半价
6. 满减
7. ...

针对对象

商品，用户，交易行为，订单金额，下单时间 等。
作为活动门槛的一部分，应该可以灵活指定规则，
从而方便进行运营活动。

比如

1. 指定商品 39 元
2. 新用户 8 折
3. 第二件 半价
4. 满 100 减 20
5. 下单 送红包
6. 晚上 10 点以后 立减 10 元

优惠形式

相对固定，一般为 折扣，立减，减至，送券，送实物

比如

1. 第二单 8 折
2. 下单立 减 30 元
3. 首单 59 元 购买

卖家补贴 预定义活动，卖家申请参与，成本由卖家承担

平台补贴 成本平台承担

优惠共享方式

- 可与其他优惠同享
- 不可与其他优惠同享
- 不可与某些优惠同享

如:

优惠券间不可以共享（只能用一個），但是可以和立减一起用。如果用了特卖的优惠，就什么也不能用。

现状

活动列表

- 39 元活动
 - 指定商品集合的首次下单
 - 39 元购买
- 红包活动
 - 每月前三单支付成功的订单
 - 送红包
- 新用户活动
 - 首单
 - 立减 30
- 赖 ** 88 折
 - 指定商品 6 张以内
 - 享受 88 折优惠

逻辑总结

活动触发的维度

系统逻辑设计
