



## (12)发明专利申请

(10)申请公布号 CN 111476594 A

(43)申请公布日 2020.07.31

(21)申请号 202010148588.0

(22)申请日 2020.03.05

(71)申请人 武汉和悦数字科技有限公司

地址 430070 湖北省武汉市东湖开发区光  
谷大道303号光谷芯中心魔方项目(光  
谷芯中心2-07栋)2-1020室

(72)发明人 李晶 付祖远 陶俊清

(74)专利代理机构 北京劲创知识产权代理事务  
所(普通合伙) 11589

代理人 徐家升

(51)Int.Cl.

G06Q 30/02(2012.01)

G06Q 30/06(2012.01)

权利要求书2页 说明书5页 附图1页

### (54)发明名称

一种基于SAAS的互联网营销平台

### (57)摘要

本发明提出了一种基于SAAS的互联网营销平台,其中,智慧POS系统,用于为平台商户提供多种支付方式,获取并分析客户消费数据,以提取有价值的客流数据;营销推广系统,通过对客户数据以及客流数据进行分析,获取客户位置信息,以进行营销数据推送;数字化管理系统,对客户以及商户的信息管理,为客户消费数据的输出提供支撑;线下流量控制系统,基于线下门店销售数据,获取线下门店运营状态,从而为互联网营销平台筛选出优质商户;企业信息管理系统,用于获取并分析平台中的商户经营数据,以向商户提供经营策略支持。本发明的平台以链接场景、打通平台、数据驱动、统一运营为核心,为中小微商户提供丰富的轻量级产品及专业的各类增值企业服务。



1. 一种基于SAAS的互联网营销平台,其特征在于,包括智慧POS系统、营销推广系统、数字化管理系统、线下流量控制系统、企业信息管理系统,其中,

所述智慧POS系统,用于为平台商户提供多种支付方式,通过预设的方案获取并分析客户消费数据,以提取出有价值的客流数据;

所述营销推广系统,用于通过对客户数据以及客流数据进行分析,获取客户位置信息,以进行实时营销数据推送;

所述数字化管理系统,用于对客户以及商户的信息管理,为客户消费数据的输出提供支撑;

所述线下流量控制系统,用于基于线下门店销售数据,获取线下门店运营状态,从而为互联网营销平台筛选出优质商户;

所述企业信息管理系统,用于获取并分析平台中的商户经营数据,以向商户提供经营策略支持。

2. 根据权利要求1所述的基于SAAS的互联网营销平台,其特征在于,所述智慧POS系统包括:

综合收银模块,设置有基于微信、支付宝、翼支付、和包以及银行卡的多种支付接口以实现多种类型支付服务;

券码验证码模块,用于基于线上线下的券码统一验证模式以支持优惠券的线下核销;

电子发票模块,用于基于客户的扫码信息获取基础发票信息并自动开具电子发票发送至支付宝或微信卡包中,以实现客户的不限时间及地域的实时获取;

会员积分模块,用于基于手机短信的积分兑换推送以提醒积分状态,并分析当前积分数据获取客户消费能力和消费习惯数据;

WIFI探针模块,用于实时客流数据统计和分析,以获取有价值的客流数据;

热点广告模块,用于向商场或门店的WIFI客户的广告推送,定时分析广告推送数据以获取广告收益,并将收益发送至与其对应的商场或门店。

3. 根据权利要求1所述的基于SAAS的互联网营销平台,其特征在于,所述营销推广系统包括:

数据交互模块,用于与外部网络环境的数据交互,以实现不同网络环境下的数据交互互通;

内部营销模块,用于为商户提供模板和个性化线上营销产品;

推广选择模块,客户为商户提供多种推广渠道模式供客户选择;

券码营销模块,用于提供券码管理,为商户提供活动配置、券码管理能力,其中券码类型包括单品券、折扣券、抵扣券、满减券。

4. 根据权利要求1所述的基于SAAS的互联网营销平台,其特征在于,所述数字化管理系统包括:

会员权益管理模块,用于基于会员信息实时更新会员积分、会员等级以及会员权益数据;

商户管理模块,用于根据商户交易及评价数据进行商户业务侧办理,以及获取商户经营基础信息、经营状态信息,从而分析出当前商户的整体状态数据以作为优质商户评选提供数据支撑;

客户管理模块,用于管理客户基础信息,并且定时获取并分析用户消费数据从而进行客户画像,以获取客户特征、消费偏好、消费能力数据,从而为营销推广系统提供客户数据支撑。

5.根据权利要求1所述的基于SAAS的互联网营销平台,其特征在于,所述线下门店销售数据包括销售收入数据、用户画像数据以及客流分析数据。

6.根据权利要求1所述的基于SAAS的互联网营销平台,其特征在于,所述经营策略支持包括通过商户经营数据提取出异常数据以及高效数据,以作为产生经营策略的数据支撑,其中,所述异常数据为经营下滑所反映的数据,所述高效数据为经营状态良好所反映的数据。

7.根据权利要求3所述的基于SAAS的互联网营销平台,其特征在于,所述外部网络环境数据包括满减、满赠、折扣数据。

8.根据权利要求3所述的基于SAAS的互联网营销平台,其特征在于,所述活动配置、券码管理包括消费送券、会员生日送券、到期提醒。

9.根据权利要求1所述的基于SAAS的互联网营销平台,其特征在于,所述会员权益管理模块还用于,建立完善的用户体系,互通收银系统、停车系统、CRM系统、ERP系统,并实现对接微信公众号、小程序、APP、支付宝工具,实现线上线下会员价值的数据深挖。

10.根据权利要求4所述的基于SAAS的互联网营销平台,其特征在于,所述整体状态数据包括门店交易趋势、客流量、复购率,员工销售能力数据。

## 一种基于SAAS的互联网营销平台

### 技术领域

[0001] 本发明涉及互联网领域,尤其涉及一种基于SAAS的互联网营销平台。

### 背景技术

[0002] 对中小微商户们而言,如何精准的触达目标消费人群,降低获取客成本,一直是困扰他们的难题。市场就是哪里需求,哪里就会有对应的产品和服务,对于商户而言,能够全面、深刻洞察商户经营痛点的解决方案,才能帮助他们解决问题。目前的互联网营销平台存在如下问题:

[0003] 1、目标客户定位不精准

[0004] 社会不断的发展与进步,商铺竞争愈加激烈,商品也愈加丰富。各行各业都已不再是过去一商品为中心的模式,而是转向以消费者为中心的方向。在互联网大数据的帮助下,我们已经处于“商品找人”的环境中。消费者不再需要自己选择,大数据会根据消费者的喜好将商品主动推送至眼前。

[0005] 但是想要真正吸引消费者,仅凭大数据分析是远远不够的,必须精准的分析消费者的爱好,以此确定自己的目标群体是怎样的,精准对标,这样才能给消费者带来更好的消费体验,提升商铺与消费者之间的粘性。

[0006] 2、获客成本极高

[0007] 互联网越来越成熟,流量红利期已经不如之前。据统计,近几年来互联网获客成本上涨幅度高达十倍,有商户透露他们入住一些外卖平台,团购平台的费率占据整个成本的百分之四十,并且最终获得的流量始终无法沉淀到自己的手中。

[0008] 3、平台多且杂,缺乏便利性

[0009] 现在第三方支付发展迅速,商家需要安装若干个系统才能解决店铺的运营整理,然而这对于商家来说并不便利,也不能无法为商家带来流量,因此这些平台与商家而言并没有让店铺运营更便捷。因此,如果能有一个统一的平台,提供从支付到营销一键到位的服务,会让商家的经营事半功倍。

### 发明内容

[0010] 为解决上述技术问题,本发明提出了一种基于SAAS的互联网营销平台,链接场景、打通平台、数据驱动、统一运营为核心,为中小微商户提供丰富的轻量级产品及专业的各类增值企业服务。

[0011] 根据本发明的实施例,本发明提出了一种基于SAAS的互联网营销平台,该平台包括:智慧POS系统、营销推广系统、数字化管理系统、线下流量控制系统、企业信息管理系统,其中,

[0012] 所述智慧POS系统,用于为平台商户提供多种支付方式,通过预设的方案获取并分析客户消费数据,以提取出有价值的客流数据;

[0013] 所述营销推广系统,用于通过对客户数据以及客流数据进行分析,获取客户位置

信息,以进行实时营销数据推送;

[0014] 所述数字化管理系统,用于对客户以及商户的信息管理,为客户消费数据的输出提供支撑;

[0015] 所述线下流量控制系统,用于基于线下门店销售数据,获取线下门店运营状态,从而为互联网营销平台筛选出优质商户;

[0016] 所述企业信息管理系统,用于获取并分析平台中的商户经营数据,以向商户提供经营策略支持。

[0017] 进一步的,所述智慧POS系统包括:

[0018] 综合收银模块,设置有基于微信、支付宝、翼支付、和包以及银行卡的多种支付接口以实现多种类型支付服务;

[0019] 券码验证码模块,用于基于线上线下的券码统一验证模式以支持优惠券的线下核销;

[0020] 电子发票模块,用于基于客户的扫码信息获取基础发票信息并自动开具电子发票发送至支付宝或微信卡包中,以实现客户的不限时间及地域的实时获取;

[0021] 会员积分模块,用于基于手机短信的积分兑换推送以提醒积分状态,并分析当前积分数据获取客户消费能力和消费习惯数据;

[0022] WIFI探针模块,用于实时客流数据统计和分析,以获取有价值的客流数据;

[0023] 热点广告模块,用于向商场或门店的WIFI客户的广告推送,定时分析广告推送数据以获取广告收益,并将收益发送至与其对应的商场或门店。

[0024] 进一步的,所述营销推广系统包括:

[0025] 数据交互模块,用于与外部网络环境的数据交互,以实现不同网络环境下的数据交互互通;

[0026] 内部营销模块,用于为商户提供模板和个性化线上营销产品;

[0027] 推广选择模块,客户为商户提供多种推广渠道模式供客户选择;

[0028] 券码营销模块,用于提供券码管理,为商户提供活动配置、券码管理能力,其中券码类型包括单品券、折扣券、抵扣券、满减券。

[0029] 进一步的,所述数字化管理系统包括:

[0030] 会员权益管理模块,用于基于会员信息实时更新会员积分、会员等级以及会员权益数据;

[0031] 商户管理模块,用于根据商户交易及评价数据进行商户业务侧办理,以及获取商户经营基础信息、经营状态信息,从而分析出当前商户的整体状态数据以作为优质商户评选提供数据支撑;

[0032] 客户管理模块,用于管理客户基础信息,并且定时获取并分析用户消费数据从而进行客户画像,以获取客户特征、消费偏好、消费能力数据,从而为营销推广系统提供客户数据支撑。

[0033] 进一步的,所述线下门店销售数据包括销售收入数据、用户画像数据以及客流分析数据。

[0034] 进一步的,所述经营策略支持包括通过商户经营数据提取出异常数据以及高效数据,以作为产生经营策略的数据支撑,其中,所述异常数据为经营下滑所反映的数据,所述

高效数据为经营状态良好所反映的数据。

[0035] 进一步的,所述外部网络环境数据包括满减、满赠、折扣数据。

[0036] 进一步的,所述活动配置、券码管理包括消费送券、会员生日送券、到期提醒。

[0037] 进一步的,所述会员权益管理模块还用于,建立完善的用户体系,互通收银系统、停车系统、CRM系统、ERP系统,并实现对接微信公众号、小程序、APP、支付宝工具,实现线上线下会员价值的数据深挖。

[0038] 进一步的,所述整体状态数据包括门店交易趋势、客流量、复购率,员工销售能力数据。

[0039] 本发明提出的互联网营销平台能够带来全新的开放视野,让企业商家拥有长时间盈利的能力,从而产生持续的投资价值。

[0040] (1) 管理成本降低效应,以最直观的企业云服务后台获取入驻商户经营成果,企业流转速度加快,提高管理效率,入驻商户可直接通过站内信或即时通讯等方式联系商管反馈问题,在线沟通降低沟通成本

[0041] (2) 沟通成本降低效应,通过统一后台入口获取信息流反馈及资金流监控,减少第三方支付乱入造成的资金流失。

[0042] (3) 利润扩大效应,通过统一后台入口获取信息流反馈及资金流监控,减少第三方支付乱入造成的资金流失。

[0043] (4) 品牌提升效应,统一为入驻商户开通企业云服务后台,提供专项营销活动及数据平台,汇聚匠心品牌提升。

[0044] (5) 智慧商业创新效应,通过不断植入的智慧化模块,以创新的合作方式产生商业亮点,实现整体商业的智慧化转型。

[0045] (6) 风险防范效应,实时在线监控系统运行,数据异常实时报警

## 附图说明

[0046] 图1为本发明提出的基于SAAS的互联网营销平台框架图;

## 具体实施方式

[0047] 为便于理解,下面将结合本发明实施例中的附图,对本发明实施例中的技术方案进行清楚、完整地描述,显然,所描述的实施例仅仅是本发明一部分实施例,而不是全部的实施例。基于本发明中的实施例,本领域普通技术人员在没有做出创造性劳动前提下所获得的所有其他实施例,都属于本发明保护的范围。

[0048] 如图1所示,根据本发明的实施例,本发明提出了一种基于SAAS的互联网营销平台,包括智慧POS系统、营销推广系统、数字化管理系统、线下流量控制系统、企业信息管理系统,其中,

[0049] 所述智慧POS系统,用于为平台商户提供多种支付方式,通过预设的方案获取并分析客户消费数据,以提取出有价值的客流数据。

[0050] 根据本发明的实施例,本发明提出的平台为商户提供除主流微信、支付宝聚合型收款业务外的其他第三方支付的智慧POS设备,运营商及合作服务机构会为单独形成定制化营销活动,通过智慧POS完成消费闭环,为匠心汇引入商户提供资方营销活动支持,促进

门店活跃形成渠道方定向引流。该智慧POS系统实现了如下功能：(1) 聚合支付系统对接；(2) 券码管理平台赋能；(3) 合作商户券码权益对外赋能；(4) APP线下场景内容运营功能实现。具体来说，智慧POS系统包括：

[0051] 综合收银模块，设置有基于微信、支付宝、翼支付、和包以及银行卡的多种支付接口以实现多种类型支付服务。

[0052] 券码验证码模块，用于基于线上线下的券码统一验证模式以支持优惠券的线下核销。

[0053] 电子发票模块，用于基于客户的扫码信息获取基础发票信息并自动开具电子发票发送至支付宝或微信卡包中，以实现客户的不限时间及地域的实时获取。

[0054] 会员积分模块，用于基于手机短信的积分兑换推送以提醒积分状态，并分析当前积分数据获取客户消费能力和消费习惯数据。

[0055] WIFI探针模块，用于实时客流数据统计和分析，以获取有价值的客流数据。

[0056] 热点广告模块，用于向商场或门店的WIFI客户的广告推送，定时分析广告推送数据以获取广告收益，并将收益发送至与其对应的商场或门店。

[0057] 所述营销推广系统，用于通过对客户数据以及客流数据进行分析，获取客户位置信息，以进行实时营销数据推送。

[0058] 根据本发明的实施例，本发明提出的平台上的商户可以通过后台申请上线的运营位，也可以在平台内查看最新的活动资讯，同时实际业务受理渠道侧如和包、翼支付也会在其自有渠道内进行宣传，将其平台内用户协助引流至商户场景内，实现不同类别数据之间的交互。平台中企业端推广通模块开通；聚合支付业务闭环搭建；并通过WIFI探针技术对附近用户进行营销活动推送及营销券码的下发。具体来说，所述营销推广系统包括：

[0059] 数据交互模块，用于与外部网络环境的数据交互，以实现不同网络环境下的数据交互互通，在本发明中，不同的外部网络环境包括本发明的平台与通信运营商、相关服务机构进行数据互通，在数据交互过程中实现门店与商圈或商户的这些外部网络环境数据获取，外部网络环境数据还包括满减、满赠、折扣数据，并通过自有渠道的数据互通，引流客户至商户场景从而实现这些数据的交互互通。

[0060] 内部营销模块，用于为商户提供模板和个性化线上营销产品，如裂变红包、互动抽奖等。

[0061] 推广选择模块，客户为商户提供多种推广渠道模式供客户选择，如短信群发、公众号推广。

[0062] 券码营销模块，用于提供券码管理，为商户提供活动配置、券码管理能力，如消费送券、会员生日送券、到期提醒。其中券码类型包括单品券、折扣券、抵扣券、满减券。

[0063] 所述数字化管理系统，用于对客户以及商户的信息管理，为客户消费数据的输出提供支撑，其包括：

[0064] 会员权益管理模块，用于基于会员信息实时更新会员积分、会员等级以及会员权益数据，建立完善的用户体系，互通收银系统、停车系统、CRM系统、ERP系统，并实现对接微信公众号、小程序、APP、支付宝工具，实现线上线下会员价值的数据深挖。此外，利用多种运营工具提升消费体验，通过平台具有的刚需（能源、商超、出行）品牌服务应用场景形成会员间的权益共享，促进会员留存和复购。



[0065] 商户管理模块,用于根据商户交易及评价数据进行商户业务侧办理,以及获取商户经营基础信息、经营状态信息,从而分析出当前商户的整体状态数据以作为优质商户评选提供数据支撑,整体状态数据包括门店交易趋势、客流量、复购率,员工销售能力数据。

[0066] 客户管理模块,用于管理客户基础信息,并且定时获取并分析用户消费数据从而进行客户画像,以获取客户特征、消费偏好、消费能力数据,从而为营销推广系统提供客户数据支撑。通过用户消费行为描绘客户画像,为品牌商户提供精准营销服务,如基于地理位置的推送、优惠券跨平台发放、定向广告等

[0067] 所述线下流量控制系统,用于基于线下门店销售数据,获取线下门店运营状态,从而为互联网营销平台筛选出优质商户,线下门店销售数据包括销售收入数据、用户画像数据以及客流分析数据。通过深度分析门店销售数据,如销售收入、用户画像、客流分析,及时掌握各经营场所的运营状况,加速优胜劣汰扩展优质商户,为持续发展提供决策依据。

[0068] 所述企业信息管理系统,用于获取并分析平台中的商户经营数据,以向商户提供经营策略支持,所述经营策略支持包括通过商户经营数据提取出异常数据以及高效数据,以作为产生经营策略的数据支撑,其中,所述异常数据为经营下滑所反映的数据,所述高效数据为经营状态良好所反映的数据。

[0069] 本平台提供商户的经营数据分析,入驻本平台的商户都会通过平台进行异常数据和高效数据的获取以及分析过程,具体来说,异常数据反映出某个时间段内商户经营状况中出现销售下滑或者商户的获评度不高等问题,而高效数据则反映出当前商户的经营状态良好,或获评度较高等正常现象,通过平台的数据分析,将高效数据中分析出的相关策略提交给异常数据的商户,供其参考,也可以为高效数据用户提供更好的营销方案。这将使得入驻平台的商户能够更好的提升经营、销售效率。

[0070] 现实中一些商户入驻该平台后,帮助其解决了营销推广难、推广渠道少、支付方式接入渠道繁杂等问题。以某品牌商为例,通过该平台,加油券已在和包、翼支付、招行掌上生活、中信银行等多渠道上架,销售量同比增长0.5%,同时为其提供丰富的营销活动,例如红包裂变、互动抽奖等,用户量增长10w。

[0071] 对于本领域技术人员而言,显然本发明实施例不限于上述示范性实施例的细节,而且在不背离本发明实施例的精神或基本特征的情况下,能够以其他的具体形式实现本发明实施例。因此,无论从哪一点来看,均应将实施例看作是示范性的,而且是非限制性的,本发明实施例的范围由所附权利要求而不是上述说明限定,因此旨在将落在权利要求的等同要件的含义和范围内的所有变化涵括在本发明实施例内。不应将权利要求中的任何附图标记视为限制所涉及的权利要求。此外,显然“包括”一词不排除其他单元或步骤,单数不排除复数。系统、装置或终端权利要求中陈述的多个单元、模块或装置也可以由同一个单元、模块或装置通过软件或者硬件来实现。第一,第二等词语用来表示名称,而并不表示任何特定的顺序。

[0072] 最后应说明的是,以上实施方式仅用以说明本发明实施例的技术方案而非限制,尽管参照以上较佳实施方式对本发明实施例进行了详细说明,本领域的普通技术人员应当理解,可以对本发明实施例的技术方案进行修改或等同替换都不应脱离本发明实施例的技术方案的精神和范围。



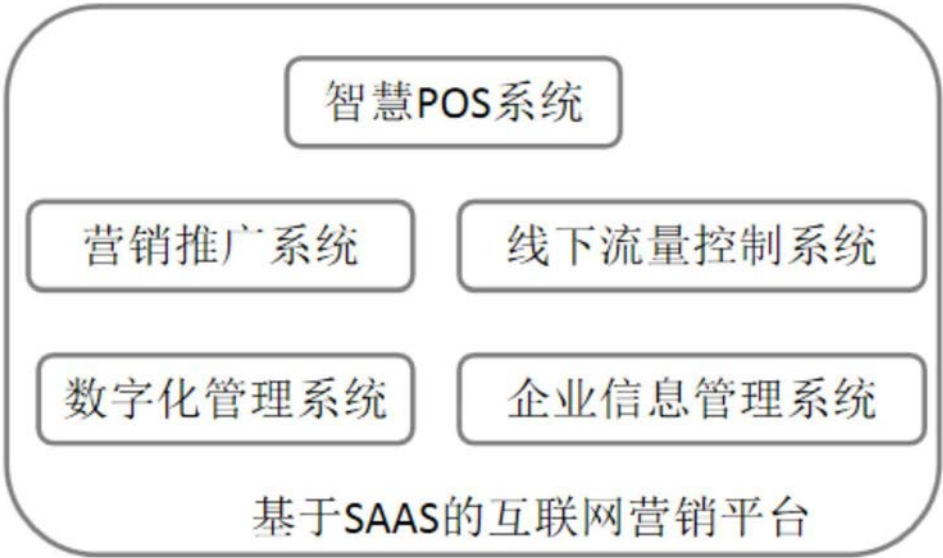


图1