消息推送平台对接CRM系统：

1).由CRM系统进行发布内容的编辑，发布内容分为纯文本、图文形式；

发布形成的内容由CRM内部完成；  
2).内容编辑发布渠道可以自由选择；单选、多选、自动判断，如网上交易、手机炒股、短信等。

3).发布对象：群发(全局发布)；指向发送(依据资金帐号、手机号)

4).展现形式：弹框、爬窗、消息盒子

内容整合和发布策略：

1).针对CRM发布的每一条内容，生产渠道终端可以适配的内容格式，如txt/html,系统自动根据不同的渠道终端读取不同的内容格式。

2).推送渠道：网上交易专业版(PC)、手机炒股专业版，消息推送标准接口

3).推送策略：

按客户在线状态判断，交易终端只要有一个在线时，交易终端类在线的优先推送，如已读，其他终端显示已读状态，如未读，其他终端显示未读状态；交易终端全离线时，短信类优先推送；推送针对全渠道推送，交易终端不在线时缓存推送(即等登录后再显示)。

按渠道指定推送，指定选择一个或多个渠道进行推送。

前端展示：

1)网上交易专业版：爬窗、弹框、消息盒子；爬窗、弹框、消息盒子是三种独立的展示形式，后台发布时，可以进行内容展示形式的选择。爬窗、弹框是消息盒子的两种展示方式，消息内容都可以在消息盒子中查找阅读

2)手机炒股专业版：弹框、消息盒子、PUSH是三种独立的展示形式，是三种独立的展示形式，后台发布时，可以进行内容展示形式的选择。PUSH、弹框是消息盒子的两种展示方式，消息内容都可以在消息盒子中查找阅读

3)网上交易集成版：集成消息盒子进行信息的展示。

统计分析：

1.按内容类型统计：如文本、图文、图文附件等内容类型。

2.按阅读情况统计：推送消息阅读情况

3.按未读情况统计：推送消息未阅读情况

4.按时间跨度统计：如天/周/月/年，时间跨度的查询可以对所有消息内容根据时间先后查询，同时，需要对以上条件增加时间筛选条件查询。