

优惠卡券系统创设的几个步骤

产品名称	优惠卡券系统创设的几个步骤
公司名称	深圳市微二云信息技术有限公司
价格	12800.00/套
规格参数	SAAS账号:12800元 源码:面议
公司地址	广东省东莞市东莞生态园瑞和路1号松山湖高新技术创新园B栋2-5层
联系电话	13929266321 13929266321

产品详情

优惠卡券系统创设的几个步骤

在互联网的各个领域，无论是电商、外卖、打车、旅游等平台，优惠券都是拉新、促活、转化的必备工具。优惠券在不同平台的叫法也不同，有些称之为红BAO，有些称之为代金券，有些称之为优惠券，但是其本质都是一样的。

为什么使用优惠券？

用户需要的不一定是占便宜，而是占便宜的感觉。对运营人员来说，优惠券是重要而实用的营销工具。

优惠券从本质上来讲，是一种“价格歧视”策略，是商家针对不同的消费者需求而进行的价格差异化，既不侵犯消费者平等权，也不违背公平交易原则，而是商家追求利润最大化的合理定价行为。

举个栗子：

假设一个汉堡成本5元，定价10元时，100人会接受此价格。

定价15元时，有60人会接受此价格，前者利润为 $(10 - 5) \times 100 = 500$ 元，后者利润为 $(15 - 5) \times 60 = 600$ 元。

但商家不想放弃另外40个支付意愿较低的消费，于是决定用5元优惠券来吸引他们，同时对剩下那60个对价格不敏感的消费依然维持15元的原价销售。此时商家利润为 $60 \times 15 + 40 \times 10 - 5 \times 100 = 800$ 元，达到了最大化。

对用户，优惠券是个心理学问题，用户需要的不一定是占便宜，而是占便宜的感觉。

如果产品直接降价，短时间内确实会使销量上升。但是当时间一长，用户熟悉了这个价格之后，这种刺激作用就没用了。当你提升回原来的价格，反而会使得销量下降。

而使用优惠券的形式，利用一种对比效应，使用户产生了占便宜的感觉，让用户产生一种有便宜不占白不占的冲动，从不买到买，从买到多买。

优惠券是一套规则的组合，它的基本信息包括优惠券名称、发放数量、优惠券是否可叠加、每人限领张数、是否和其他促销同时使用（优惠优先级）、使用规则等。

优惠券应用场景

把应用场景中的需求功能化，就可以得到系统的功能结构图了。

根据应用场景，整理出的功能结构。如下图：

优惠卡券系统流程：

优惠券的“生命周期”：生成、发放（领取）、使用、结果回收。流程图如下：

券流程（图）

优惠卡券系统核心功能：

优惠卡券系统的功能从结构图中可以看出是 4 个模块，结构图只是系统的框架，功能需要处理更细节的需求。

1、券管理

券系统的核心和基础就是券，需要先有券这个“物质”载体，才能有券的发放和使用等后续的业务及流程。

创建优惠券是优惠券系统设计的第一步，主要有以下几部分组成：基本信息、优惠类型、使用范围、有效期等。

券需要设置使用规则，但是只有规则无法实现“发放”和“领取”功能。规则需要有载体才能发放给用户，这个载体就是券码。同样的券规则发给 N 个不同的用户，使用规则相同，但每张券的券码不同。当用户使用券时，系统可以根据券码来判断这账券的使用规则是什么。

所以除了券的使用规则，我们还需要根据这些规则来生成具体的券码，有券码才能发放给用户。

1) 券规则（券模板）

券的种类，主要有：礼品券、折扣券、满减券、立减券、优惠码等。

2) 券码管理（券管理）

在券系统中券码才是正真的券，券规则只是一个逻辑。系统发券、用户领券、消费用券在系统中都是通过券码的流通来实现的。

券码就是一串随机生成的数字 + 字母组合的字符串，理论上越长可容纳的券数量越大。为了实际使用中方便，一般 10 - 16 位已经足够使用了。

券码要选择券规则来生成，这样生成的这批券码就有了对应券规则的券。

2、券活动管理

有了券码接下来要想办法把这些券码发放给用户，能让用户自己领，甚至花积分兑换、花钱买那就更好了。

创建的优惠券只是一系列规则的组合，通常还需要一个活动页。活动页上可放一张优惠券，也可放多张，具体看业务需求。

活动通常包括活动基本信息和分享设置等。

基本信息：包括活动名称、活动时间、活动图片、活动状态和活动规则等。

1) 发券设置：

运营人员通过券系统给用户推送券；设置发券营销活动，系统自动给用户发券；通过其它营销活动给用户发券（满赠、新人礼包等）。

用户获得优惠券的渠道有很多种，主要有以下几种：新手注册、会员领取、邀请送券、活动送券、分享发券、主动除非等。

2) 领券：

用户领取有两种方式：直领和点击领取。

设置领券活动（前端设计领券活动专区），用户进入领券活动后自行领取；在前端页面展示券，用户自行领取。（商品详情页）；通过其它营销活动领券（积分兑换、抽奖、邀请有礼等）。

3、券使用

券的使用从场景不同可以分为：下单使用和核销（非下单使用），其实严格的讲两个方式最终的目的和结果都一样。

首先，要核实券的状态是否可用，以及是否满足券的使用规则；其次，如果满足券的使用条件则将券标记为“已使用”，同时给用户相应的“优惠”；最后，按照系统的“分摊规则”来将优惠的这部分金额做处理，以满足财务的记账要求。

1) 下单使用

绝大多数的券都是在下单场景下使用的，因为一切营销活动的目的都是为了“下单”，券同样也不例外。

a. 线上电商下单：大家日常在京东、阿里系产品中券的使用都是线上电商中使用券。

b. 线下门店下单：现在越来越多的“新零售”都会遇到优惠券在线下使用的场景。其实也没有那么复杂，可以借鉴美团团个火锅的场景：在美团团个火锅，到店以后出示订单详情的二维码，这样就解决了线上和线下打通的问题。

当然，并不是表面看起来这么简单，后面详细讲解。

c . 客服下单：如果

你们的平台客服人员还承担电话下单的职能，那么客服在下单时也需要考虑券的使用。

2) 核销 (非下单使用)

礼品券和 满减券、折扣券最大的不同：礼品券可以直接兑换礼品，不需要下单。而满减券和折扣券下单是必要条件。

所以礼品券在电商平台并不多见，或者几乎没有。

礼品券更适用于线下向线下引流场景，用户凭券到店可以兑换一个.....

a . 礼品券核销：用户凭券到店，在门店核销券。给用户发礼品。

b . 异业合作：异业合作大多都是临时的活动合作，所以一般情况下不具备系统接口打通，异业商家可以使用我方的券。

为了满足异业商家发放我方的券，可以将券码导出。通过异业商家的系统发放。或者直接把券码印成实物券，发放给用户。

用户到商家使用我方优惠券，也可以通过“ a ”的礼品券核销功能实现，只需要给异业商家开发系统权限即可。

3) 优惠券退还：

要看具体的场景，一般有以下几种：

用户下单未支付，取消订单，优惠券可退还；商家在订单未完成的情况下，发起退款操作，优惠券可退还；用户下单支付后，申请退款，优惠券不退还。

4、券统计分析

数据分析是对用户领取、使用优惠券进行数据统计，从而查看活动效果。投入多大成本，带来多大转化率。

以下提供几个统计维度，仅供参考：

领取率；使用率；优惠总金额；用券总成交额；优惠总金额；费效比；用券笔单价；拉新数。

优惠券状态可分为：待使用、已使用、已过期，已取消。

以上就是优惠卡券系统创设流程的几个步骤，从业务设计，到程序设计，对优惠券系统做了简要阐述，希望对您研发优惠券系统有个参考，只要了解系统后台的优惠券创建流程应该怎么设计，才能保证后续面对奇形怪状的业务需求时如何让产品迭代更加有效率。获悉更多运营技巧，欢迎关注微三云电商运营学院。

智慧新零售系统开发，找微三云！

东莞市商二信息科技有限公司旗下品牌微三云，创立于2014年，是高新技术企业、双软认证企业，

经历5年深耕，从4个人发展到如今400人，年软件系统销售额超过2个亿，服务企业商城30万多家。公司提供微信小程序定制开发、APP定制开发，目前已打造出微信商城分销系统、移动社交分销APP、线下多门店收银系统、城市O2O系统、跨境电商系统、社交电商系统、社区团购系统、拼团系统、区/块/链系统、内容付费直播系统等，行业覆盖新零售解决方案、生鲜电商解决方案、新美业解决方案、同城解决方案、商家联盟解决方案、会员共享跨界盈利解决方案、百货商超解决方案、农村电商解决方案、智慧养老解决方案、智慧城市解决方案、跨境购物解决方案、服饰鞋帽解决方案、智慧停车解决方案、智慧货柜解决方案、无人零售解决方案。

我们的公司地址：东莞市南城街道隐山路35号四楼 - 五楼

电话：139 - 2926 - 6321 麦总监（微信同号，获取最新模式和系统优惠政策）

关注公众号“紫弘智慧”或搜索微信号（zihong333）关注，了解更详细资料