

# DataNuza 产品白皮书

杭州比智科技有限公司

2020 年 5 月 10 日

# 目录

NUZA 系统概述.....	4
1 系统登录登出.....	4
1.1 系统登录.....	4
1.2 系统登出.....	4
1.3 修改个人密码.....	5
2 CDP.....	5
2.1 数据仪表盘.....	6
2.1.1 查看数据仪表盘.....	6
2.1.2 数据资产概览.....	8
2.1.3 客户生命周期&流转.....	9
2.1.4 客户价值&流转.....	11
2.1.5 客户关系&流转.....	12
2.1.6 客户购买频率.....	13
2.1.7 客户客单价特征.....	14
2.1.8 人群打包.....	15
2.2 客户信息概览.....	16
2.3 客户列表.....	17
2.3.1 客户列表.....	17
2.3.2 个人画像.....	18
2.3.3 批量添加标签.....	25
2.4 自定义标签.....	26
2.4.1 查询自定义标签.....	26
2.4.2 添加自定义标签.....	27
2.4.3 删除自定义标签.....	28
2.5 自定义人群.....	28
2.5.1 查询人群.....	28
2.5.2 新建人群.....	29
2.5.3 人群画像.....	31
2.5.4 人群绩效.....	42
2.5.5 人群复制.....	47
2.5.6 下载.....	47
2.5.7 删除人群.....	48
2.6 静态人群-人群上传.....	48
2.6.1 静态人群列表.....	49
2.6.2 人群自主上传.....	50
3 MAP.....	51
3.1 营销管理.....	52
3.1.1 智能营销.....	52
3.1.2 触点营销.....	65



3.2	WEBHOOK 配置.....	67
3.2.1	webhook 列表.....	67
3.2.2	添加 webhook.....	67
3.3	短信管理.....	69
3.3.2	短信模板.....	71
3.3.3	短信变量.....	72
4	CAP.....	74
4.1	应用中心.....	74
4.2	资源管理.....	74
4.2.1	电子券.....	74
4.2.2	优惠券.....	76
4.2.3	积分.....	78
4.2.4	实物.....	79
4.3	渠道管理.....	80
4.4	互动管理.....	81
4.4.1	新建活动.....	81
4.4.2	我的活动.....	129
4.4.3	奖品邮寄.....	130
4.4.4	获奖名单.....	132
4.5	用户列表.....	132
4.5.1	应用用户列表.....	132
4.5.2	活动用户列表.....	133
4.6	应用统计.....	134
4.6.1	渠道统计.....	134
4.6.2	互动统计.....	134
4.7	页面管理.....	140
4.7.1	页面装修.....	140
4.7.2	素材中心.....	156
4.8	微信管理.....	156
4.8.2	公众号管理.....	156
4.8.3	素材管理.....	157
4.8.4	自定义菜单.....	159
4.8.5	自动回复.....	159
4.8.6	群发消息.....	160

# DataNuza 系统概述

DataNuza 是一套使用数据驱动消费者运营的思想。目标是盘活企业数据资产、提高数据使用效率、支撑运营同事运用数据驱动精准营销。

整体系统共包含三个系统组成：

- CDP-客户数据平台（圈选消费者、看数据分析）
- MAP-自动化营销平台（制定运营策略计划）
- CAP-客户应用平台（配置营销物料、例如 H5 活动）

## 1 系统登录登出

### 1.1 系统登录

打开浏览器进入平台地址，展示登录界面，使用管理员分配的账号及密码进行登录



### 1.2 系统登出

在系统主界面，点击右上角的“退出”按钮，即可退出系统。



## 1.3 修改个人密码

分配账号首次登陆需要修改密码，并在此登陆。

The image shows a '修改密码' (Change Password) dialog box. It contains three input fields: '当前密码' (Current Password) with a red asterisk indicating it is required, '新的密码' (New Password) with a hint '6-16位数字和字母组合' (6-16 digits and letters), and '确认密码' (Confirm Password) with a hint '请再次输入新密码' (Please re-enter the new password). Below the fields are '取消' (Cancel) and '确定' (Confirm) buttons. The background shows a sidebar with '账号管理' (Account Management) and '个人账号管理' (Personal Account Management) options, and a main area with '账号信息' (Account Information) and '可查看数据' (Viewable Data) sections.

- 当前密码：必填项，输入当前的登录密码，当前登录密码不正确则不允许修改；
- 新的密码：必填项，新密码必须是 6-16 位数字和字母组合；
- 确认密码：必填项，确认密码必须是 6-16 位数字和字母组合，与新的密码必须一致。

## 2 CDP

CDP 即客户数据平台：

- 全面对接用户数据能力：数据多渠道融合分析，为智能营销平台提供全面化数据支撑。
- 策略运营能力：提供客户生命周期、客户价值、客户关系等多个运营策略，可实现多策略运营；
- 灵活的圈人能力：提供了基于 “并集、交集、差集” 的自由组合的标签计算公式，可实现多标签多维度进行多次复杂逻辑的组合圈选；
- 精准画像整合能力：提供个人画像、人群画像的分析，可查看个人和人群的基础信息，用户价值，消费偏好，营销数据的图表；
- 人群追踪能力：提供人群绩效的历史追踪分析，可追踪多视角下人群的消费数据和分析。

## 2.1 数据仪表盘

数据仪表盘：提供数据资产概览、客户生命周期以及流转、客户价值以及流转、客户关系以及流转、客户购买频率相关分析、客户客单价特征分析，可用于不同运营策略。仪表盘构建了一个指标体系，需要结合客户数据实际情况去拆解。

### 2.1.1 查看数据仪表盘

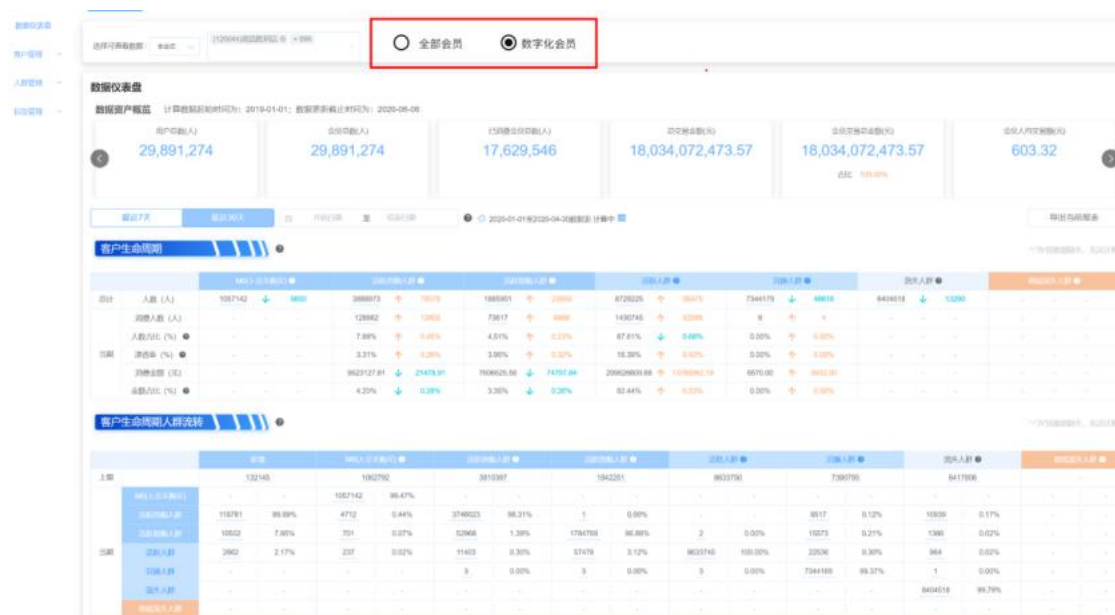
- 可查看数据范围：账号登陆后，可查看管理员分配给自身可查看的数据范围。

<input type="checkbox"/>	bhg.梅溪湖店	店长A	店长	16602008646	(120236)长沙梅溪湖店	是	2019-12-14 20:39:16	<a href="#">编辑</a> <a href="#">删除</a> <a href="#">密码重置</a>
<input type="checkbox"/>	bhg.bhg_admin	bhg	cdp	13121262191	湖南省 长沙市	是	2019-12-01 20:18:15	<a href="#">编辑</a> <a href="#">删除</a> <a href="#">密码重置</a>
<input type="checkbox"/>	bhg.jieke	jieke	管理员	15210036967	无(120084)南昌青山湖店(120250)南昌万达九龙湖店(120508)南昌...	是	2019-12-01 19:01:30	<a href="#">编辑</a> <a href="#">删除</a> <a href="#">密码重置</a>

- 可查看的数据筛选维度：可按照业态（全部业态、超市、百货、家电）省份以及门店维度筛选查看数据。数据范围包含消费者注册门店、消费门店以及数字化会员门店。

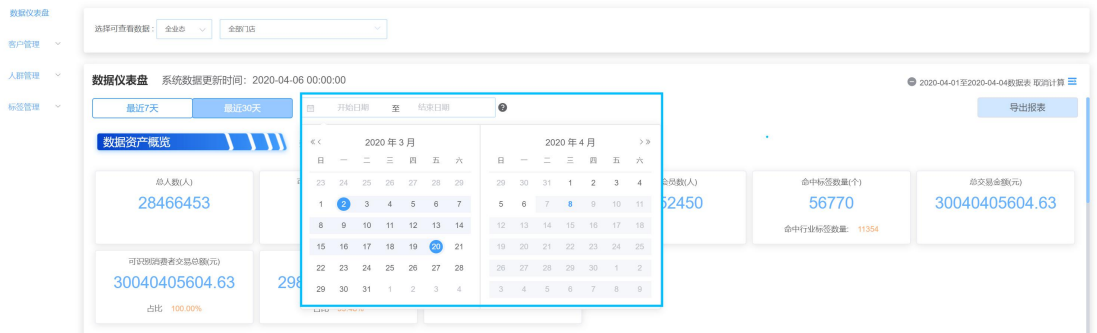



- 数据接入开始计算起始时间为接入计算日期一至当前系统时间减两天，例如当前系统时间为 2020 年 4 月 8 日,那么系统数据截至更新时间为 2020 年 4 月 6 日。
- 仪表盘计算默认全部会员，可切换只看数字化会员的数据报表。选择数字化会员后，数据即显示所选业态-门店下所有带有数字化会员标签的人。



- 仪表盘报表系统每日凌晨默认按照近 7 天（周）、近 30 天（月）计算全部业态下的全部门店，消费者的数据流转情况。

- 自定义时间段内的数据流转情况可分布点选开始和结束时间，点击“确定计算”就算后，可在计算列表找到相应时间段报表。



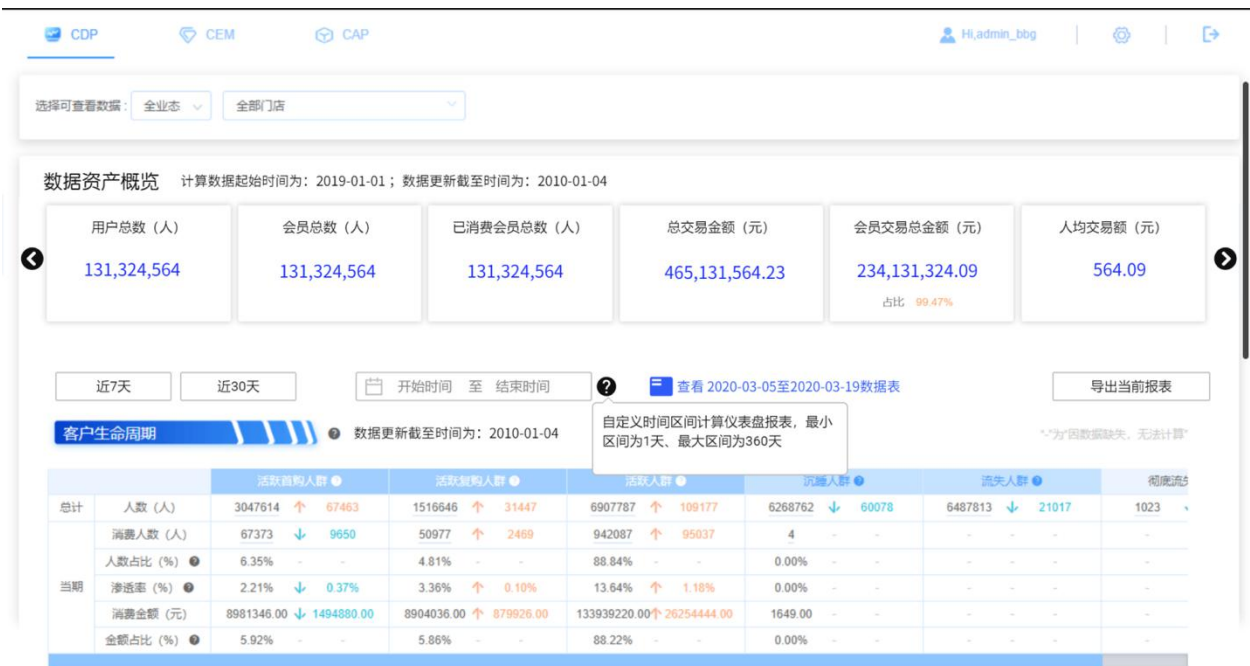
- 设置查看门店和自定义时间后，计算完成后，数据仪表盘右上角部分显示最近一次计算的数据，点击“请查看”可以看到相应时间的数据。
- 自定义时间，最多可保存最近 10 条计算完成或失败的历史数据，点击 icon “”即可查看。若想得到更多时间周期内的数据，可将报表导出进行分析。
- 注意：每次只可计算一条数据，即计算中的数据最多只有 1 条。若想重新计算，请点击“取消计算”后，再进行操作。计算时间的长短取决于计算量的大小。

数据仪表盘 计算列表

计算时间	计算内容	计算状态	计算时长	操作
2020-03-26 16:14:42	2020-03-02至 2020-03-06数据表	正在计算中	请耐心等待	取消计算
2020-03-25 19:51:15	2020-03-05至 2020-03-19数据表	取消计算	—	—
2020-03-20 18:26:01	2020-03-01至 2020-03-18数据表	计算完成	03:27:15	请查看
2020-02-19 11:19:10	2020-01-01至 2020-01-29数据表	计算完成	06:42:19	请查看
2020-02-18 13:17:57	2020-01-14至 2020-01-15数据表	计算完成	02:29:19	请查看
2020-02-18 12:53:25	2020-02-13至 2020-02-14数据表	计算失败	—	—
2020-02-17 14:34:34	2020-01-01至 2020-01-31数据表	计算完成	03:22:08	请查看
2020-02-12 17:00:26	2020-01-06至 2020-01-29数据表	计算完成	03:01:10	请查看
2020-02-12 12:16:38	2020-02-05至 2020-02-07数据表	计算完成	03:03:53	请查看
2020-02-10 17:41:04	2020-01-01至 2020-02-03数据表	计算失败	—	—

## 2.1.2 数据资产概览

聚焦核心数据，持续监控核心数据，帮助挖掘数据资产潜在价值。



核心指标:

数据卡片名称	数据内容	备注
用户总数 (人)	系统接入总用户人数，包括不是会员的用户	
会员人数 (人)	系统接入会员人数，含有用户 crm 会员 ID 的用户	
已消费会员总数 (人)	已消费会员人数，消费次数 $\geq 1$ 次	
总交易金额 (元)	所有订单的交易金额	
会员交易总金额 (元)	可识别会员的订单交易总金额	占比: 会员交易总金额与总交易金额的占比
会员人均交易额 (元)	可识别会员的订单交易总金额 $\div$ 会员总人数	

注：人均交易额为会员总消费额除已消费会员总人数

### 2.1.3 客户生命周期&流转

客户生命周期:



直观地展现消费者分阶段的数据，帮助监控各阶段消费者人数和其消费数据。

客户生命周期													
		M0(入会未购买)		活跃首购人群		活跃复购人群		活跃人群		沉睡人群		流失人群	
总计	人数 (人)	1112945	↓ 9726	3272591	↑ 81927	1640164	↑ 35934	7904735	↑ 120734	7801596	↓ 77004	6533120	↓ 20684
当期	消费人数 (人)	-	-	139734	↑ 36738	93867	↑ 23887	1603103	↑ 236630	3	-	-	-
	人数占比 (%)	-	-	7.61%	↑ 0.92%	5.11%	↑ 0.58%	87.28%	↓ 1.48%	0.00%	-	-	-
	净添率 (%)	-	-	4.27%	↑ 1.04%	5.72%	↑ 1.36%	20.28%	↑ 2.73%	0.00%	-	-	-
	消费金额 (元)	-	-	17015804.58	↑ 6365283.48	15160903.11	↑ 5718599.89	358465632.04	↑ 138918153.16	1417.00	-	-	-
	金额占比 (%)	-	-	4.36%	↓ 0.08%	3.88%	↓ 0.06%	91.76%	↑ 0.14%	0.00%	-	-	-

客户生命周期人群流转													
		上期		M0(入会未购买)		活跃首购人群		活跃复购人群		活跃人群		沉睡人群	
上期		131181		1122671		3190664		1604230		7784001		7878600	
当期	M0(入会未购买)	-	-	1112945	99.13%	-	-	-	-	-	-	2	0.00%
	活跃首购人群	111831	85.25%	7972	0.71%	3121014	97.82%	4	0.00%	-	-	14780	0.19%
	活跃复购人群	14676	11.19%	1268	0.11%	57717	1.81%	1540444	96.02%	1	0.00%	23434	0.30%
	活跃人群	4674	3.56%	486	0.04%	11931	0.37%	63782	3.98%	7783994	100.00%	38798	0.49%
	沉睡人群	-	-	2	0.00%	2	0.00%	-	-	6	0.00%	7801588	99.02%
	流失人群	-	-	2	0.00%	-	-	-	-	-	-	-	-
	彻底流失人群	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6533120	89.68%

横向统计维度:

- M0(入会未购买): 已注册为会员，但未进行过购买人群。
- 活跃首购: 统计周期内，首次有效购买的人群。
- 活跃复购: 统计周期内，第 2 次有效购买的人群。
- 活跃人群: 总的有效购买人群减去沉睡、流失、首购、复购人群的合集，购买次数大于等于 3 次，且最近一次购买在 N1 天以内。
- 沉睡人群: 最近一次有效购买记录超过（大于等于）N1 天，未超过（小于）N2 天。包含首购流转、复购流转、活跃流转。
- 流失人群: 最近一次有效购买记录超过（大于等于）N2 天，且被营销次数小于 n 次。
- 彻底流失人群: 最近一次有效购买记录超过（大于等于）N2 天，N2 天未消费之后，且被营销超过 n 次未被唤起。

客户生命周期													
		M0(入会未购买)		活跃首购人群		活跃复购人群		活跃人群		沉睡人群		流失人群	
总计	人数 (人)	1112945	↓ 9726	3272591	↑ 81927	1640164	↑ 35934	7904735	↑ 120734	7801596	↓ 77004	6533120	↓ 20684
当期	消费人数 (人)	-	-	139734	↑ 36738	93867	↑ 23887	1603103	↑ 236630	3	-	-	-
	人数占比 (%)	-	-	7.61%	↑ 0.92%	5.11%	↑ 0.58%	87.28%	↓ 1.48%	0.00%	-	-	-
	净添率 (%)	-	-	4.27%	↑ 1.04%	5.72%	↑ 1.36%	20.28%	↑ 2.73%	0.00%	-	-	-
	消费金额 (元)	-	-	17015804.58	↑ 6365283.48	15160903.11	↑ 5718599.89	358465632.04	↑ 138918153.16	1417.00	-	-	-
	金额占比 (%)	-	-	4.36%	↓ 0.08%	3.88%	↓ 0.06%	91.76%	↑ 0.14%	0.00%	-	-	-

纵向统计维度:

- 人数总计: 时间是截至到统计日期按横向维度统计的目标人群数量;
- 人数总计环比: 截至到统计日期与截至到上期统计日期的环比上升或是下降。



- 当期消费人数：当期时间段按横向维度统计的目标消费的人群数量；
- 当期人数占比：当期时间段消费的某类人数/当期总消费人数；
- 渗透率：当期时间段消费的某类人数/总消费某类人数；
- 当期消费总金额：当期时间段按横向维度统计的目标消费总金额；
- 当期金额占比：当期某类人的消费金额/当期总消费金额；
- 当期环比：当期时间段环比上期时间段的上升或是下降。

客户生命周期									
		新增	活跃	流失	活跃	流失	活跃	流失	流失
总计	人数 (人)	1112945	3272591	1640164	35934	7904735	120734	7801596	6533120
	消费人数 (人)	-	139734	93867	23887	1603103	236630	3	-
	人数占比 (%)	-	7.61%	5.11%	0.56%	87.28%	1.48%	0.00%	-
当期	渗透率 (%)	-	4.27%	5.72%	1.36%	20.28%	2.73%	0.00%	-
	消费金额 (元)	-	17015804.58	15160903.11	5718599.89	358485632.04	138918153.16	1417.00	-
	金额占比 (%)	-	4.36%	3.88%	0.06%	91.76%	0.14%	0.00%	-

### 客户生命周期人群流转：

客户所处的生命周期各个阶段的人群由上期时间阶段流转到当期时间段内的流转人数与占比。

- 新增：是指时间截至到上期时间段，未处于任何生命周期阶段的人
- 当期占比：指当期某类人群占总客户生命周期的百分比

客户生命周期人群流转									
		新增	活跃	流失	活跃	流失	活跃	流失	流失
上期	人数 (人)	131181	1122671	3190664	1604230	7784001	7878600	6553804	-
	消费人数 (人)	-	1112945	99.13%	-	-	2	0.00%	2
	人数占比 (%)	-	85.25%	0.71%	3121014	97.82%	4	0.00%	14780
当期	渗透率 (%)	-	11.19%	0.11%	57717	1.81%	1540444	96.02%	23434
	消费人数 (人)	4674	3.56%	486	0.04%	11931	0.37%	63782	3.98%
	人数占比 (%)	-	0.00%	0.00%	2	0.00%	6	0.00%	7801588
	消费金额 (元)	-	2	0.00%	-	-	-	-	99.02%
	金额占比 (%)	-	0.00%	0.00%	-	-	-	-	6533120
	渗透率 (%)	-	-	-	-	-	-	-	99.68%

## 2.1.4 客户价值&流转

### 客户价值：

根据用户在全域消费金额指标，重新划分客户价值等级。所有一年内消费过的人总金额排前 5%，15%，30%，60%，100%的人是 V5 到 V1，没有固定阈值。

客户价值									
		V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8
总计	人数 (人)	4960002	3877863	1983235	1355740	691652	15037	-	-
	消费人数 (人)	224447	373396	390305	470913	377646	46276	-	-
	人数占比 (%)	12.22%	20.33%	21.25%	25.64%	20.56%	0.96%	-	-
当期	渗透率 (%)	4.53%	9.63%	19.88%	34.73%	54.60%	5.53%	-	-
	消费金额 (元)	9024947.79	37533267.47	53103000.53	85946078.94	205036462.00	91572695.27	-	-
	金额占比 (%)	2.31%	9.61%	13.59%	22.00%	52.49%	5.14%	-	-

横向统计维度:

- V1: 根据客户消费额的正态分布, 划分为 V1、V2、V3、V4、V5 五个等级, 最终分值最低的用户人群, 标记为 V1。
- V2: 根据客户消费额的正态分布, 划分为 V1、V2、V3、V4、V5 五个等级, 最终分值较低的用户人群, 标记为 V2。
- V3: 根据客户消费额的正态分布, 划分为 V1、V2、V3、V4、V5 五个等级, 最终分值居中的用户人群, 标记为 V3。
- V4: 根据客户消费额的正态分布, 划分为 V1、V2、V3、V4、V5 五个等级, 最终分值略高于中位数且趋近最高区间的用户人群, 标记为 V4。
- V5: 根据客户消费额的正态分布, 划分为 V1、V2、V3、V4、V5 五个等级, 最终分值最高的用户人群, 标记为 V5。

纵向统计维度: (与客户生命周期规则相一致)

客户价值人群流转: (与客户生命周期规则相一致)

分析各个阶段的人群由上期时间阶段流转 to 当期时间段内的流转人数与占比。

客户价值等级流转

“为”为数据缺失，无法计算

		新增		V1		V2		V3		V4		V5	
上期		237986		4832945		3811739		1944658		1344569		676615	
当期	V1	154163	64.78%	4752212	98.33%	51918	1.36%	1470	0.08%	166	0.01%	73	0.01%
	V2	66448	27.92%	73177	1.51%	3682205	96.60%	55039	2.83%	776	0.06%	238	0.04%
	V3	12706	5.34%	5897	0.12%	72466	1.90%	1829759	94.09%	42027	3.13%	360	0.05%
	V4	3706	1.56%	1322	0.03%	4467	0.12%	57004	2.93%	1271234	94.55%	18007	2.66%
	V5	963	0.40%	337	0.01%	663	0.02%	1386	0.07%	30366	2.26%	657937	97.24%

2.1.5 客户关系&流转

客户关系:

针对移动互联网时代下零售业务实际运营过程中的购买、互动、社交媒体分享等行为重新定义客户关系。

客户关系

\*为“因数据缺失，无法计算”

		P (已购买订单-未识别用户)	IP (识别订单-移动ID识别)	MP (会员购买)	FP (粉丝会员购买)	NP (分享会员购买)
客户数量	人数 (人)	-	-	6 ↑ 2	-	-
	人数占比 (%)	-	-	-	-	-
	渗透率 (%)	-	-	19.35% ↑ 6.45%	-	-
销售金额	消费金额 (元)	-	-	11666 ↑ 8068.00	-	-
	金额占比 (%)	-	-	-	-	-
	平均客单价	-	-	729.12 ↑ 129.45	-	-

- P (已购买订单-未识别用户)：订单对应的消费者未能识别。未识别的可能原因：早期历史订单（缺乏个人相关信息）、尚未入会等。
- IP (识别订单-移动 ID 识别)：订单对应的消费者已识别，且该消费者不是会员。
- MP (会员购买)：订单对应消费者是会员。
- FP (粉丝会员购买)：订单对应消费者是会员，且关注了微信公众号、微博、天猫旗舰店、京东官方商城等媒体（其中之一或多个）。
- NP (分享会员购买)：订单对应消费者是会员，且在个人社交媒体分享过品牌/产品相关内容

### 客户关系人群流转：（与客户生命周期规则相一致）

分析各个阶段的人群由上期时间阶段流转 to 当期时间段内的流转人数与占比。

客户关系流转

\*为“因数据缺失，无法计算”

		新增	IP (识别订单-移动ID识别)	MP (会员购买)	FP (粉丝会员购买)	NP (分享会员购买)
上期		-	-	31	-	-
当期	IP (识别订单-移动ID识别)	-	-	-	-	-
	MP (会员购买)	-	-	31 100.00%	-	-
	FP (粉丝会员购买)	-	-	-	-	-
	NP (分享会员购买)	-	-	-	-	-

## 2.1.6 客户购买频率

客户购买频率：可查看不同客户购买频率人群的核心指标概览，以及与客户价值、客户关系的交叉分析。

客户购买频率		低频 ●		中低频 ●		中频 ●		中高频 ●		高频 ●	
概观	人数 (人)	6903339	↑ 187490	2484865	↑ 42555	1894493	↑ 13781	1042789	↓ 1835	501958	↓ 3059
	人数占比 (%)	53.82%	↑ 0.47%	19.37%	↓ 0.03%	14.77%	↓ 0.17%	8.13%	↓ 0.17%	3.91%	↓ 0.10%
	金额 (元)	51177428.67	↑ 19867109.47	65773215.29	↑ 22387925.23	120446003.97	↑ 38532270.19	132367804.01	↑ 38930580.07	259489711.90	↑ 128193174.44
	金额占比 (%)	8.13%	↓ 0.08%	10.45%	↓ 0.92%	19.14%	↓ 2.34%	21.04%	↓ 3.47%	41.24%	↑ 6.81%
客户价值	V1 (人)	4509408	↑ 125316	396678	↑ 2392	37752	↓ 54	1492	↑ 14	68	↓ 2
	V2 (人)	1962285	↑ 50289	1294850	↑ 16846	540120	↓ 1451	70825	↓ 936	3945	↓ 91
	V3 (人)	316650	↑ 9850	563304	↑ 12671	742479	↑ 718	300096	↓ 3930	40221	↓ 693
	V4 (人)	87607	↑ 1879	177099	↑ 7432	450638	↑ 8610	461514	↓ 2643	178791	↓ 4102
	V5 (人)	27409	↑ 178	52934	↑ 1414	123504	↑ 5958	208842	↑ 5860	278933	↑ 1629
客户关系	P (已购买订单-未识别用户)	222	↑ 4	96	↓ 4	81	↑ 0	59	↑ 2	34	↓ 1
	IP (识别订单-移动端识别)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	MP (会员购买)	6903150	↑ 187487	2484779	↑ 42557	1894415	↑ 13778	1042712	↓ 1838	501924	↓ 3058
	FP (粉丝会员购买)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	NP (分享会员购买)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

所有一年内消费次数排序，排前 5%, 15%, 30%, 60%, 100%的人对应从高到低，没有固定阈值

- 低频：根历史购买数据及奇点云新零售标签算法，被标记为“低频”的用户。
- 中低频：根据历史购买数据及奇点云新零售标签算法，被标记为“中低频”的用户。
- 中频：根据历史购买数据及奇点云新零售标签算法，被标记为“中频”的用户。
- 中高频：根据历史购买数据及奇点云新零售标签算法，被标记为“中高频”的用户。
- 高频：根据历史购买数据及奇点云新零售标签算法，被标记为“高频”的用户。

## 2.1.7 客户客单价特征

客户客单价特征：可查看不同客户客单价特征等级人群的核心指标概览，以及购买频率、客单平均件数的交叉分析。

		低	中低	中	中高	高
概况	人数 (人)	24	16	9	6	3
	人数占比 (%)	39	30	15	10	5
	销售金额 (元)	1376	144	2195	4438	2678
	销售金额占比 (%)	1.2	13	67	40	2
购买频率	低频	-	-	-	-	-
	中低频	13	82	20	15	32
	中频	26	31	10	9	4
	中高频	9	1	12	5	4
	高频	8	1	1	1	6
客单平均件数	1件	1	1	1	1	1
	2-3件	1	1	1	1	1
	4-5件	1	1	1	1	1
	6件以上	1	1	1	1	1
商品平均价格	低	1	1	1	1	1
	中	13	44	2	19	2
	高	1	1	1	1	1
覆盖系列数	1个	1	1	1	1	1
	2个	1	1	1	1	1
	3个	1	1	1	1	1
	4个及以上	1	1	1	1	1

- 消费频率：根据历史购买数据及奇点云新零售标签算法，统计相应客户消费频率人数。
- 客单平均件数：当前统计周期内，目标人群所购订单包含的件数分布。

## 2.1.8 人群打包

		V1	V2	V3	V4	V5
总计	人数 (人)	18	33	09	001	0
	消费人数 (人)	14	3	1	46	1
	人数占比 (%)	16	15	11	12	35
当期	渗透率 (%)	0.7	1	1	8	13
	消费金额 (元)	96	46	6904	2	527
	金额占比 (%)	1	1	8	2	6

保存人群

×

人群包人数: 83人

\* 新建人群包名称:

请输入人群名称

保存人群

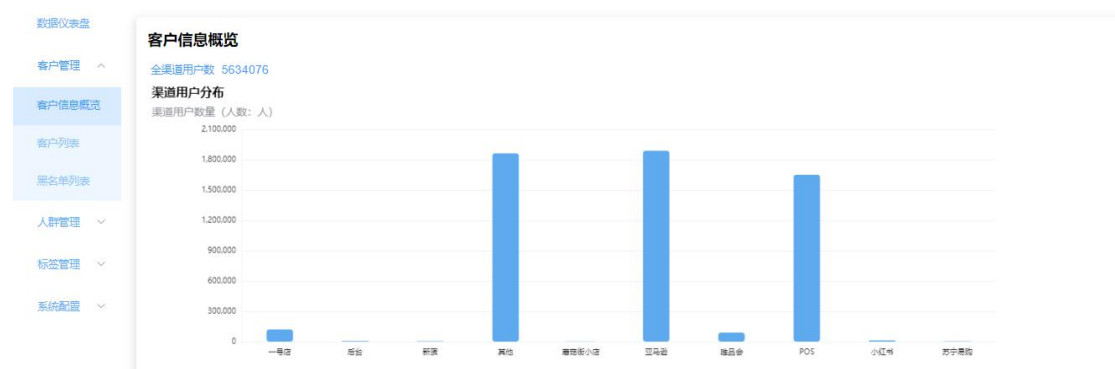
取消

点击相关需保存的人群，进入保存人群弹窗，输入新建人群包名称，点击【保存人群】人群。

系统提示 保存成功 请到【静态人群】列表查看 并返回到数据仪表盘，系统开始按照指定的规则进行圈人计算，状态显示为：“计算中”，计算完毕后，状态显示为：“已完成”。  
点击取消，则取消保存人群包，并返回到数据仪表盘。

## 2.2 客户信息概览

统计显示全渠道用户总数，用户的人会渠道分布情况、所在地域分布情况、标签计算概览。



辽宁省 3人 占比 1%	江苏省 3人 占比 1%	上海市 4人 占比 1%	湖北省 5人 占比 1%	广东省 4人 占比 1%	四川省 1人 占比 1%	海南省 1人 占比 1%
				河北省 1人 占比 1%	重庆市 1人 占比 1%	吉林省 1人 占比 1%
	安徽省 2人 占比 1%	北京市 9人 占比 1%	河南省 9人 占比 1%	河北省 1人 占比 1%	重庆市 1人 占比 1%	吉林省 1人 占比 1%
				天津市 2人 占比 1%	江西省 1人 占比 0.6%	广西 1人 占比 1%
		山东省 5人 占比 1%	浙江省 2人 占比 1%	陕西省 2人 占比 1%	内蒙古 1人 占比 1%	甘肃省 1人 占比 1%

Category	未命中标签 (Missed Labels)	已命中标签 (Hit Labels)
行业标签	2	14
基础信息	13	7
需求特征	2	17
客户关系	3	7
客户画像	15	9
消费偏好	1	6
消费渠道	16	10
分享行为	5	0
营销内容	9	0
营销方式	9	0

- ## 2.3 客户列表

### 2.3.1 客户列表

可根据电话号码、性别条件搜索客户列表，电话号码支持模糊查询，性别是精确查询；也可以通过客户价值等级和 CRM 会员等级进行查询。查询结果显示在客户列表。

	基本信息	性别	电话号码	CRM等级	解套客户价值 [标签计算]	客户首次来源	首次购买时间	最近购买渠道	最近购买时间	最近交易金额	总购买次数	交易总额	平均交易金额	操作
<input type="checkbox"/>	昵称缺失	未知	182****0901	银卡	V2	长沙王家湾店	2018-08-30	长沙王家湾店	2020-04-06	44	5	1004	165	<a href="#">个人画像 拉入黑名单</a>
<input type="checkbox"/>	昵称缺失	未知	186****2047	银卡	V2					0	0	0	108	<a href="#">个人画像 拉入黑名单</a>
<input type="checkbox"/>	昵称缺失	未知	138****5309	银卡	V1	永州耀耀路店	2019-10-20	永州耀耀路店	2019-10-20	58	4	514	44	<a href="#">个人画像 拉入黑名单</a>
<input type="checkbox"/>	昵称缺失	未知	155****2579	银卡						0	0	0	0	<a href="#">个人画像 拉入黑名单</a>
<input type="checkbox"/>	昵称缺失	未知	188****2047	银卡	V1	霞酒店	2017-12-22	霞酒店	2018-03-04	250	0	0	23	<a href="#">个人画像 拉入黑名单</a>

- 用户头像昵称：来源于优先展示 CRM 头像，其次展示微信头像。若无 CRM 和微信头像展示默认头像)
- 性别：客户的性别；
- 电话号码：客户的手机号码，中间以“\*”加密显示；
- CRM 等级：客户在自有 CRM 系统的等级；
- 客户价值等级[标签计算]：按照奇点云方法论划分的会员价值等级；
- 客户首次来源：客户在各个渠道中加入时间最早的渠道；
- 客户首次购买时间：第一次在线上消费的日期；
- 最近的购买渠道：客户在最近时间产生购买的渠道；
- 最近购买时间：最近一次在线上消费的日期；
- 最近交易金额(元)：客户最近一次交易的金额；
- 总购买次数：当前客户所有渠道的购买次数；
- 交易总额(元)：当前客户在所有渠道的交易总金额；
- 平均交易金额(元)：当前客户的平均交易金额。

## 2.3.2 个人画像

个人画像主要内容有：基础信息、客户价值、购买偏好、活动数据、自定义标签，业态筛选。



数据仪表盘

客户管理

客户信息概览

客户列表

黑名单列表

人群管理

标签管理

基础信息

性别: 未知

生日: 数据缺失

年龄: 数据缺失

星座: 数据缺失

182\*\*\*\*0901

基础信息

客户价值

购买偏好

自定义标签

资产信息

优惠券

公众号

未使用: 数据缺失

已使用: 数据缺失

已过期: 数据缺失

积分

当前积分: 4.0

历史总积分: 128.0

会员信息

CRM等级名称: 银卡

入会时间: 2018-08-30 14:09:16

入会渠道: WEB

数字化会员: 是

数字化时间: 2018-08-30

数字化门店: 长沙王家湾店

黑金卡会员: 否

黑金卡开卡时间: 数据缺失

黑金卡开卡门店: 数据缺失

分享赠用户: 否

消费者价值等级: V2

渠道信息

详细地址: 数据缺失

主要消费门店: 长沙王家湾店

次要消费门店: 数据缺失

数字化渠道: 小程序-better购

互动渠道

昵称

暂无数据

全业态

### 2.3.2.1 Title 信息

#### 基础信息



性别: 未知  
年龄: 数据缺失

生日: 数据缺失  
星座: 数据缺失

182\*\*\*\*0901

- 手机号: 会员手机号
- 性别: 会员性别
- 生日: 会员生日
- 年龄: 会员年龄
- 星座: 会员所属星座
- 营销阶段: 会员所处营销阶段, 例如营销触达、营销参与、营销成功、营销消费

### 2.3.2.2 基础信息

数据仪表盘

客户管理

客户信息概览

客户列表

黑名单列表

人群管理

自定义人群

静态人群

标签管理

基础信息

金业态

资产信息

优惠券 公众号

未使用: 数据缺失

已使用: 数据缺失

已过期: 数据缺失

积分

当前积分: 数据缺失

历史总积分: 数据缺失

会员等级

CRM等级名称: 数据缺失

消费者价值等级: 数据缺失

渠道信息

入会时间: 数据缺失

入会渠道: 数据缺失

主要消费门店: 数据缺失

次要消费门店: 数据缺失

详细地址: 数据缺失

互动渠道

昵称

暂无数据

## 资产信息

- 分渠道优惠券：已使用、未使用、已过期优惠券
- 积分：当前积分、历史总积分
- 会员信息包含：**CRM** 等级、消费者价值等级、入会时间、入会渠道、是否为数字化会员、数字化会员入会的时间、门店；是否为黑金卡会员、开卡时间、门店；是否为分享赚用户的会员。

## 渠道信息

- 详细地址：例：收货地址
- 主要消费门店：根据客户消费在门店频次、消费时间等，判定主要的消费门店
- 次要消费门店：根据客户消费在门店频次、消费时间等，判定次要的消费门店
- 数字化渠道：例如小程序-better 购
- 互动渠道：营销渠道名称和用户使用昵称
- 消费渠道：消费渠道名称、使用昵称和首次消费时间

### 2.3.2.3 客户价值



客户生命周期:

展示客户所处的生命周期的某一阶段

消费者价值等级:

展示客户所处的消费价值等级的某一等级

客户关系:

展示客户所处在客户关系的某一阶段

客户购买频率:

- 交易次数: 各渠道交易总次数
- 线下交易次数: 线下交易总次数
- 线上交易件数: 线上交易总次数
- 首次有效交易时间: 显示年月日、小时分钟秒
- 最近有效交易时间: 显示年月日、小时分钟秒
- 消费频率: 按照消费频次从高至低进行排序, 划分为低、中低、中、中高、高五个等级。

客户客单价特征

- 平均客单价: 交易总额/交易总次数

- 平均客单件数：交易总件数/交易总次数
- 客单价值等级：根据最近一段时间用户平均客单价进行排序，划分为高、中高、中、中低、低五个等级。
- 平均商品价格：括号外为订单总金额/商品总件数，括号内为此值在人群中所属等级，显示：金额+（高中低）。
- 品类渗透率：括号外为订单总金额/品类总次数，括号内为此值在人群中所属等级，显示：百分比+（高中低）。
- 商品渗透率：括号外为订单总金额/商品总次数，括号内为此值在人群中所属等级，显示：百分比+（高中低）。
- 品牌渗透率：括号外为订单总金额/品牌总次数，括号内为此值在人群中所属等级，显示：百分比+（高中低）。

#### 客户价值预测

- 会员状态：例如流失用户
- 会员忠诚度：例如高度忠诚
- 会员价值等级：例如重要价值
- 终身价值预期：单位：元，每个消费者在近一年的消费总额乘以消费者年留存率。
- 高价值新用户预测：是或否
- 流失风险：高、中、低
- 高风险流失用户：是或否

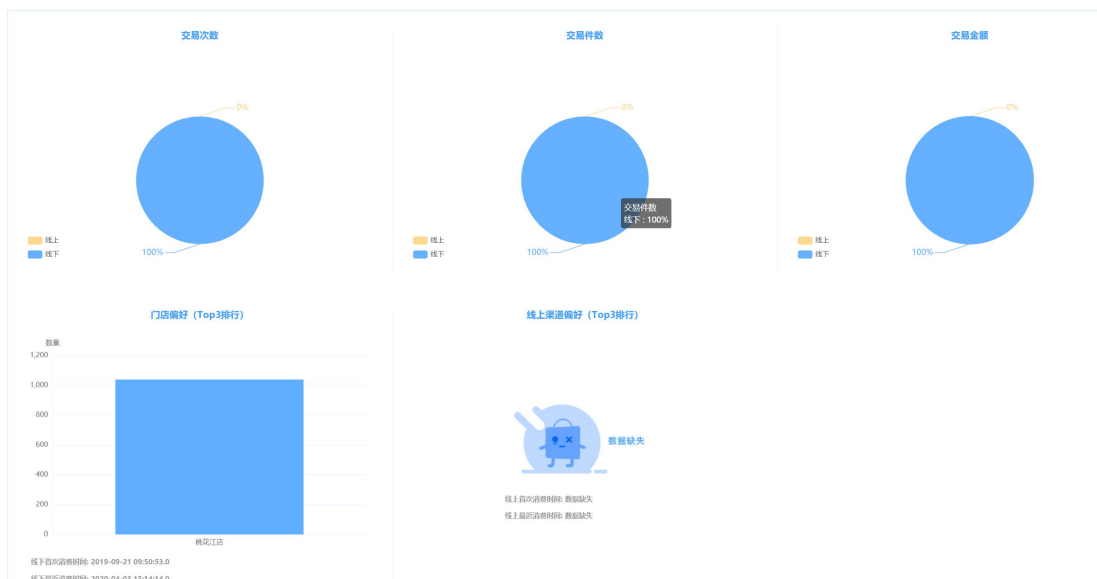
#### 2.3.2.4 购买偏好

##### 购买渠道偏好

- 交易次数：线上与线下的分布饼图
- 交易金额：线上与线下的分布饼图

- 交易件数：线上与线下的分布饼图
- 门店偏好 (top3)：展示消费次数最多得 3 个门店
- 线上渠道偏好 (top3)：展示消费次数最多得 3 个线上渠道

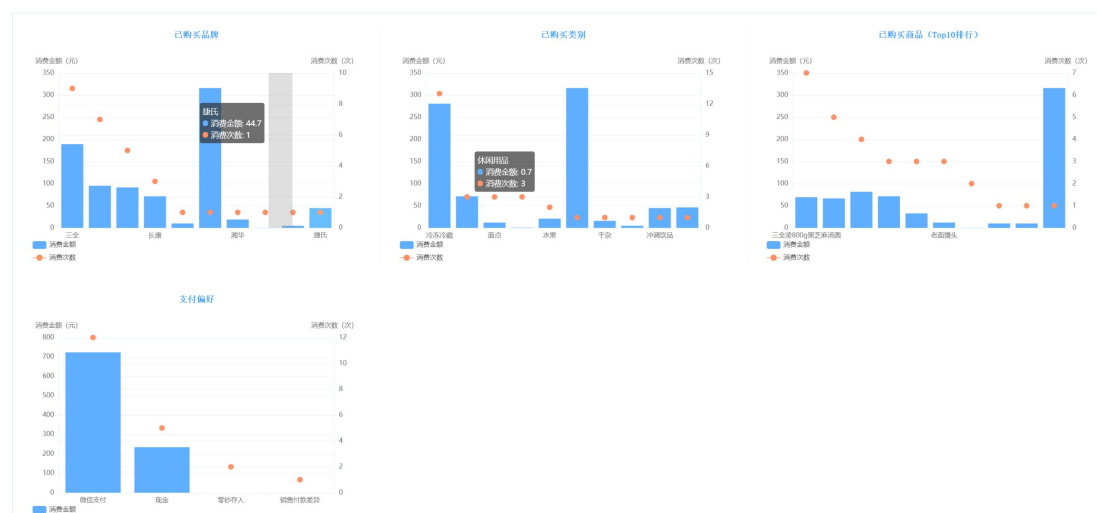
#### 购买渠道偏好



#### 购买支付偏好

- 已购买品类：top10 的交易次数和金额
- 已购买商品：top10 的交易次数和金额
- 已购买品牌：top10 的交易次数和金额
- 支付偏好：支付类型的交易次数和金额

#### 购买支付偏好



#### 时间偏好

- 高频-季节：用户购买频次高的季节
- 高频-月份：用户购买频次高的月份
- 高频-日：用户购买频次高的日期（以周为周期），例：高频-日为周六
- 高概率消费区间：购买频次高的时间区间
- 高频-购物节：购买频次高的购物节



### 2.3.2.5 活动数据



#### 营销活动概览

- 营销总频次：用户参与的总营销频次；
- 营销互动活动总访问次数：用户进入不同活动页面的次数

#### 营销渠道

- 营销渠道 top10 排名：参与的营销渠道 top 排名，例如：H5
- 营销活动 top10 排名：参与的营销活动 top 排名，例如：助力活动

#### 营销效果

- 营销转化参与次数：用户参与的活动次数

- 营销转化消费次数：用户使用优惠券的订单数
- 营销转化消费总额：用户使用优惠券支付的订单总金额
- 营销成功比率：用户获得奖励的次数/消费者参与活动的次数
- 营销折扣金额：用户使用优惠券的订单折扣金额
- 活动参与时间间隔：对每个用户进入活动页面的时间的差值求均值。单位：分钟
- 活动响应时间间隔：计算每个用户在不同活动页面停留的时间求均值。单位：毫秒

#### 营销预测

- 营销敏感度：分为敏感型、一般、麻木型
- 营销渠道偏好预测：用户所有参与过的营销渠道，按照从参与次数排序，取参与次数最高的营销渠道
- 活动类型偏好：用户所有参与过的活动类型，按照从参与次数排序，取参与次数最高的活动类型
- 营销内容偏好预测：用户所有参与过的促销内容，按照从参与次数排序，取参与次数最高的促销内容
- 促销购买偏好：商品名称或品牌名称或品类名称

#### 2.3.2.6 自定义标签

基础信息	客户价值	购买偏好	活动数据	自定义标签
近2年数据				
标签名称	标签描述	打标时间	操作人	
任明标签	任明标签	2019-06-25 11:08:23	超级管理员	

- 自定义标签可与系统规则标签一同使用，用于圈人；
- 没有自定义标签，则显示“暂无数据”；
- 有自定义标签，则显示自定义标签的详细信息。

#### 2.3.3 批量添加标签

在客户列表中选中需要添加标签的客户，点击【批量添加标签】按钮，可对已选择的客户添加自定义的标签。

批量添加标签

\* 标签名:

测试标签

+ 添加

\* 标签描述:

测试标签

测试标签

保存

取消

选择要添加的标签名，点【添加】按钮，所添加标签列于已选择标签区域，点选要去除标签的“x”号，可去除标签，点击【保存】按钮，则标签被赋予所选用户，点击【取消】数据不被保存。

## 2.4 自定义标签

### 2.4.1 查询自定义标签

标签列于标签列表:



数据仪表盘					
客户管理					
人群管理					
标签管理					
自定义标签					
系统配置					

### 自定义标签列表

特别说明:

1.CEM所展示标签源自DMP(数据管理平台)运算结果,任何用户无权修改DMP运算结果。

2.自定义标签不影响DMP算法、权重及计算结果,仅作为日常运营标注工具。

+ 添加标签

标签名称	标签说明	添加人	添加时间	该标签用户数(人)	操作
松鼠多点	多点	超级管理员	2019-06-19	0	删除
随便添加	随便添加	超级管理员	2019-06-18	0	删除
0618测试标签	0618测试标签	超级管理员	2019-06-18	0	删除
任明标签	任明标签	超级管理员	2019-06-18	100	删除
测试标签	测试标签	超级管理员	2019-06-18	0	删除

共 5 条    20条/页    < 1 >    前往 1 页

- 标签名称：标签的名称；
- 标签说明：标签的用途解释；
- 添加人：该标签的创建人；
- 添加时间：标签的创建时间；
- 该标签用户数：该标签被“贴”给的会员人数；

注：自定义标签不影响 CDP 算法、权重及计算结果，仅作为日常运营标注工具。

## 2.4.2添加自定义标签

在标签列表左上角点击【添加标签】按钮，进入添加自定义标签界面：

添加自定义标签

\* 标签名称:

标签名称不可超过16个汉字

\* 标签描述:

保存

取消

输入标签名称、标签描述，点击【保存】按钮则添加成，点击【取消】按钮，不执行添加。

### 2.4.3 删除自定义标签



系统提示：“自定义标签[XXXX], 标签用户 X 人, 正在进行删除操作, 请确认。” 点击【确定并删除】, 则标签用户的标签记录被取消, 同时该标签被删除; 点击【取消】按钮, 则放弃删除。

## 2.5 自定义人群

### 2.5.1 查询人群

操作路径：【CDP-人群管理-自定义人群】  
可根据人群名称、人群状态条件筛选人群信息，查询结果显示在人群列表。

自定义人群列表

人群名称检索: 人群名称检索 状态: 请选择 搜索 重置

+ 新建人群

人群名称	创建时间	创建者	最后更新时间	圈选人数	状态	操作
d	2019-06-26 11:32:05	超级管理员	2019-06-26 15:07:05	15	已完成	更新 人群绩效 人群画像 复制 下载 删除
微信测试	2019-06-25 18:26:49	超级管理员	2019-06-25 18:26:50	3	已完成	更新 人群绩效 人群画像 复制 下载 删除
625性别女2	2019-06-25 17:52:30	超级管理员	2019-06-25 17:52:32	2	已完成	更新 人群绩效 人群画像 复制 下载 删除
625性别男	2019-06-25 17:29:09	超级管理员	2019-06-26 14:32:01	15	已完成	更新 人群绩效 人群画像 复制 下载 删除
625性别女	2019-06-25 16:44:56	超级管理员	2019-06-25 16:44:58	3	已完成	更新 人群绩效 人群画像 复制 下载 删除
ss	2019-06-25 16:32:23	超级管理员	2019-06-25 16:32:25	0	已完成	更新 人群绩效 人群画像 复制 下载 删除
83人	2019-06-25 15:24:18	任明	2019-06-26 14:21:52	83	已完成	更新 人群绩效 人群画像 复制 下载 删除

■ 人群名称：人群的名称；

- 创建时间：人群画像的完成创建时间；
- 圈选人数：人群圈选的人数，没有圈选到匹配的人则圈选人数显示为 0；
- 状态：人群的状态为计算中、已完成。

## 2.5.2 新建人群

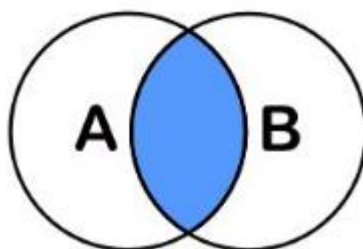
### 新建人群

根据业务需要，可通过标签条件组合圈选所需要的人群：

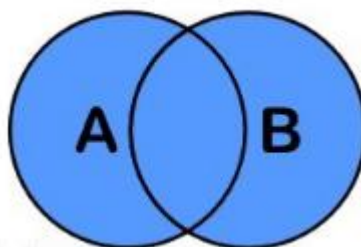
填写人群名称、将标签从左侧区域拖拽入右侧的“已选标签”区域，选择或输入标签值，可选择多个标签。

多个标签需指定标签之间的计算方式：

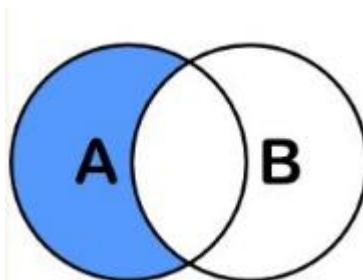
- 交：交集，以属于 A 且属于 B 的元素为元素的集合成为 A 与 B 的交（集）



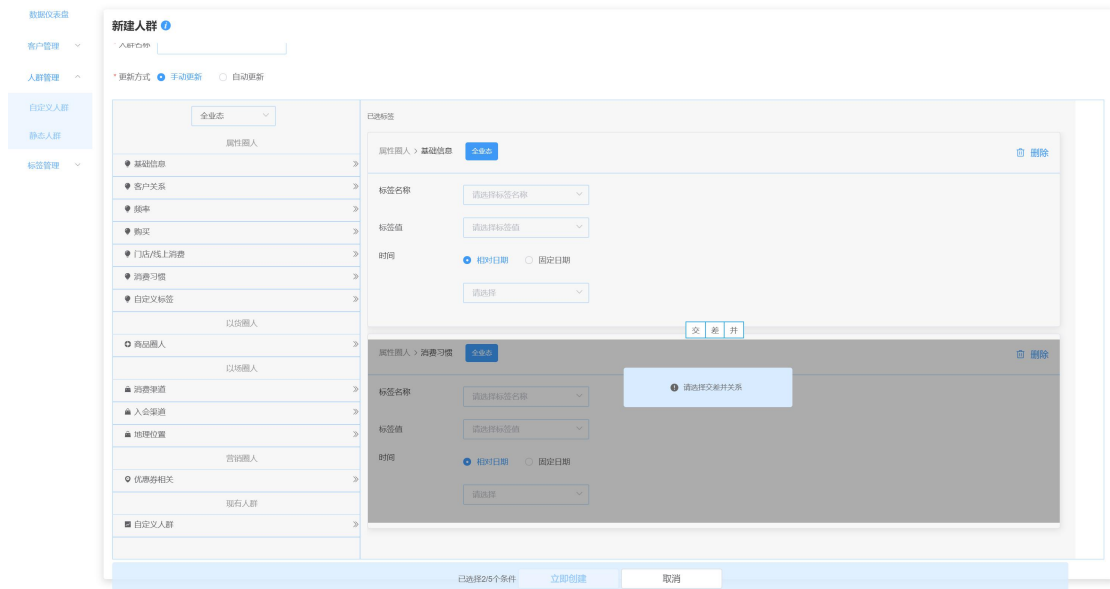
- 并：并集，以属于 A 或属于 B 的元素为元素的集合成为 A 与 B 的并（集）



- 差：差集，以属于 A 而不属于 B 的元素为元素的集合成为 A 与 B 的差（集）



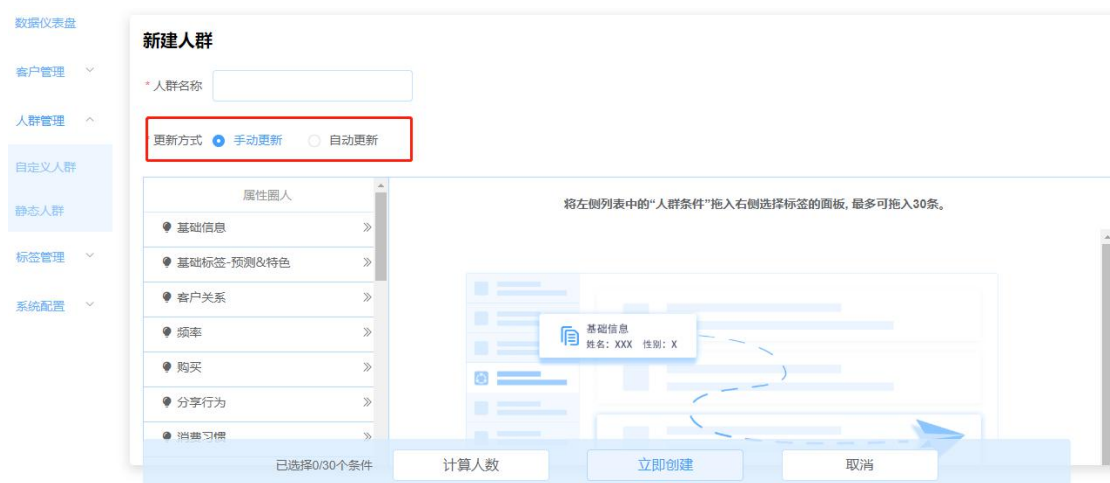
操作说明：



- **删除**：可删除已经拖拽到“已选标签”区域的标签，标签的右上角点击【删除】按钮，可根据提示删除或不删除标签。
- **立即创建**：标签和标签计算逻辑指定完毕后，点击【立即创建】按钮，系统提示保存成功并返回到人群列表，系统开始按照指定的标签规则进行圈人计算，状态显示为：“计算中”，计算完毕后，状态显示为：“已完成”。
- **取消**：在创建人群过程中，如果不想保存标签组合结果，可以直接点击【取消】按钮返回人群列表页。

## 人群更新

A.圈人时做更新方式的配置，默认手动更新。



手动更新：需要手动点击更新，更新后人群数量和人群画像数据会得到相应

的更新。

自动更新：系统根据已设定的日期，进行每日更新。

B. 人群列表快照的更新操作

人群名称	创建时间	创建者	最后更新时间	圈选人数	更新方式	状态	操作
每日更新	2019-07-30 18:03:15	超级管理员		-	每1日更新 关闭	计算中	人群画像 绩效设置 复制 下载 删除
nannan	2019-07-29 18:29:30	超级管理员	2019-07-30 12:17:11	12	手动更新 更新	已完成	人群画像 绩效设置 复制 下载 删除
dayu20	2019-07-29 17:53:10	超级管理员	2019-07-29 17:53:11	0	手动更新 更新	已完成	人群画像 绩效设置 复制 下载 删除
女不槽	2019-07-27 15:17:17	超级管理员	2019-07-27 15:17:20	10	手动更新 更新	已完成	人群画像 绩效设置 复制 下载 删除
777777	2019-07-26 15:08:06	超级管理员	2019-07-26 15:08:09	9	手动更新 更新	已完成	人群画像 绩效设置 复制 下载 删除
自动化7224	2019-07-26 12:58:33	超级管理员	2019-07-26 12:58:38	10	手动更新 更新	已完成	人群画像 绩效设置 复制 下载 删除
自动化5325	2019-07-26 12:45:10	超级管理员	2019-07-26 12:45:14	9	手动更新 更新	已完成	人群画像 绩效设置 复制 下载 删除

自动更新可以进行关闭，关闭后变为手动更新。智能营销正式执行对客群选人快照的选择逻辑：直接获取最新快照人群。

2.5.3 人群画像

按照基础信息、客户价值、购物偏好、营销数据，4 个视角查看人群画像。并可切换业态。

2.5.3.1 更新人群数据

将基于最新的人群快照和更新后的业务数据，重新进行人群画像统计

人群画像 数据更新时间：2019-07-26 10:30:33 更新

人群名称： 女 创建人： 超级管理员 创建时间： 2019-07-26 10:30:31

覆盖人数： 2

基础信息

客户价值

购物偏好

活动数据

自定义标签

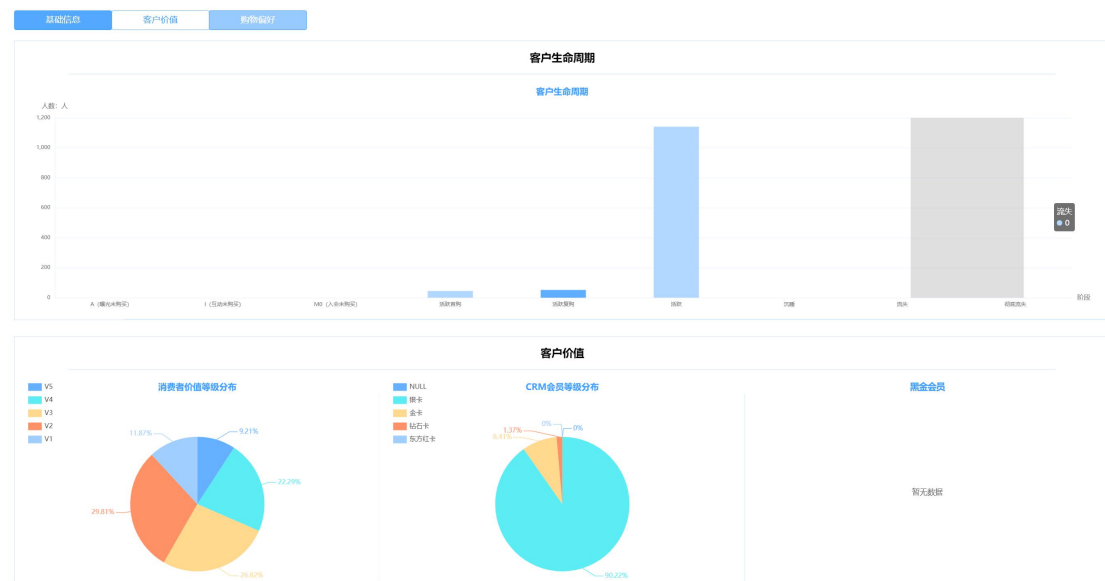
2.5.3.2 基础信息

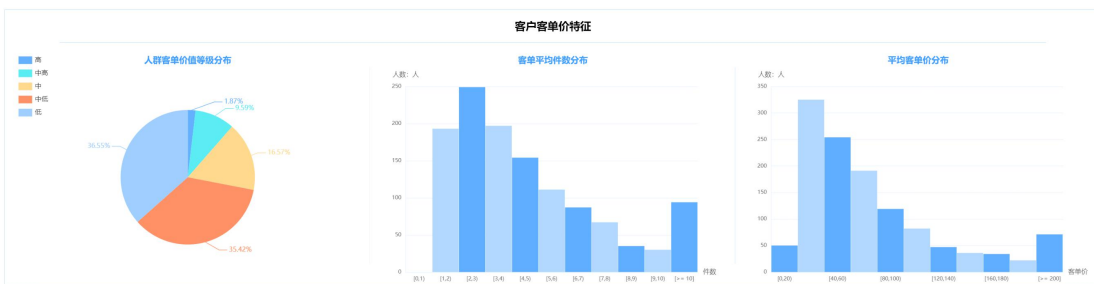
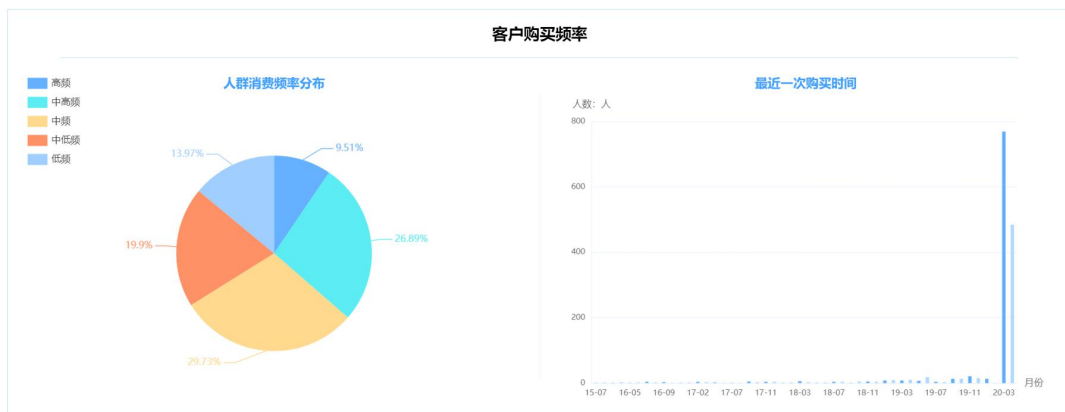
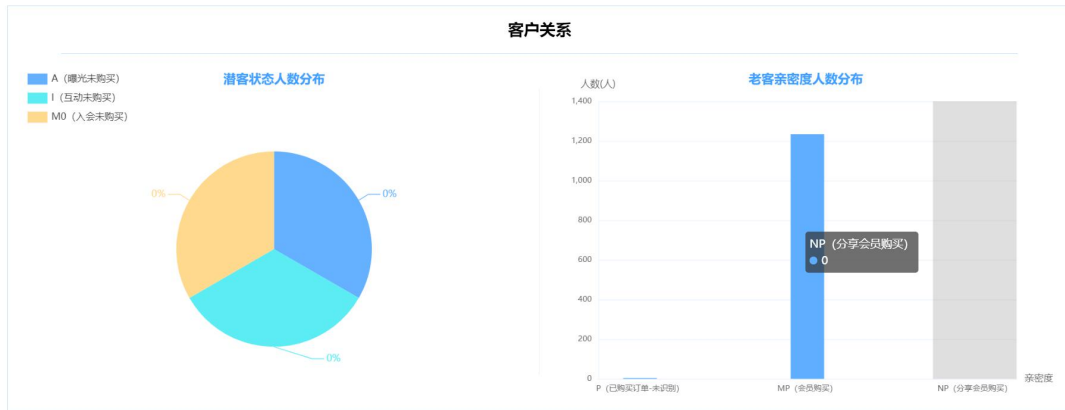


#	主题	样式	说明
1	性别人数分布		图表名称: 性别分布 横轴名称: —— 纵轴名称: —— 横轴值: 男、女、未知 纵轴值: —— 浮窗说明: 男/女/未知; 人数占比: 12.12% (例: 男占比=男/总人数)
2	会员注册日期		图表名称: 会员注册日期 维度: 月份选择器 横轴名称: 月份 纵轴名称: 人数 (人) 横轴值: 19-1、19-2、19-3... 纵轴值: 人数 浮窗说明: 年-月; 人数: 2321,
3	入会渠道类型分布		图表名称: 入会渠道类型分布 维度: 线上、线下 横轴名称: 渠道 纵轴名称: 人数 (人) 横轴值: 渠道名称 纵轴值: 数值 浮窗说明: 渠道名称; 人数: 2321,
4	年龄分布		图表名称: 年龄分布 维度: —— 横轴名称: 年龄区间 纵轴名称: 人数 (人) 横轴值: 年龄区间值、未知 纵轴值: 数值

			浮窗说明：渠道名称；人数：2321,
5	星座分布		图表名称：星座分布 维度：—— 横轴名称：星座 纵轴名称：人数（人） 横轴值：星座名称，未知 纵轴值：数值 浮窗说明：星座名称；人数：2321
6	地理位置分布		图表名称：地理位置分布 维度：省份、线上、线下 展示各个地理位置的人数

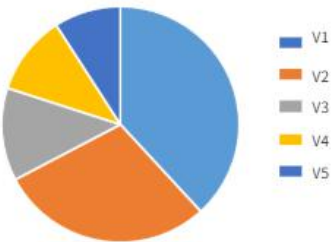
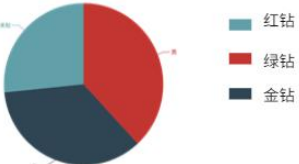



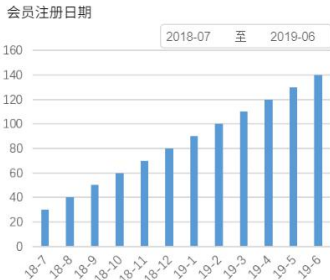
### 2.5.3.3 客户价值



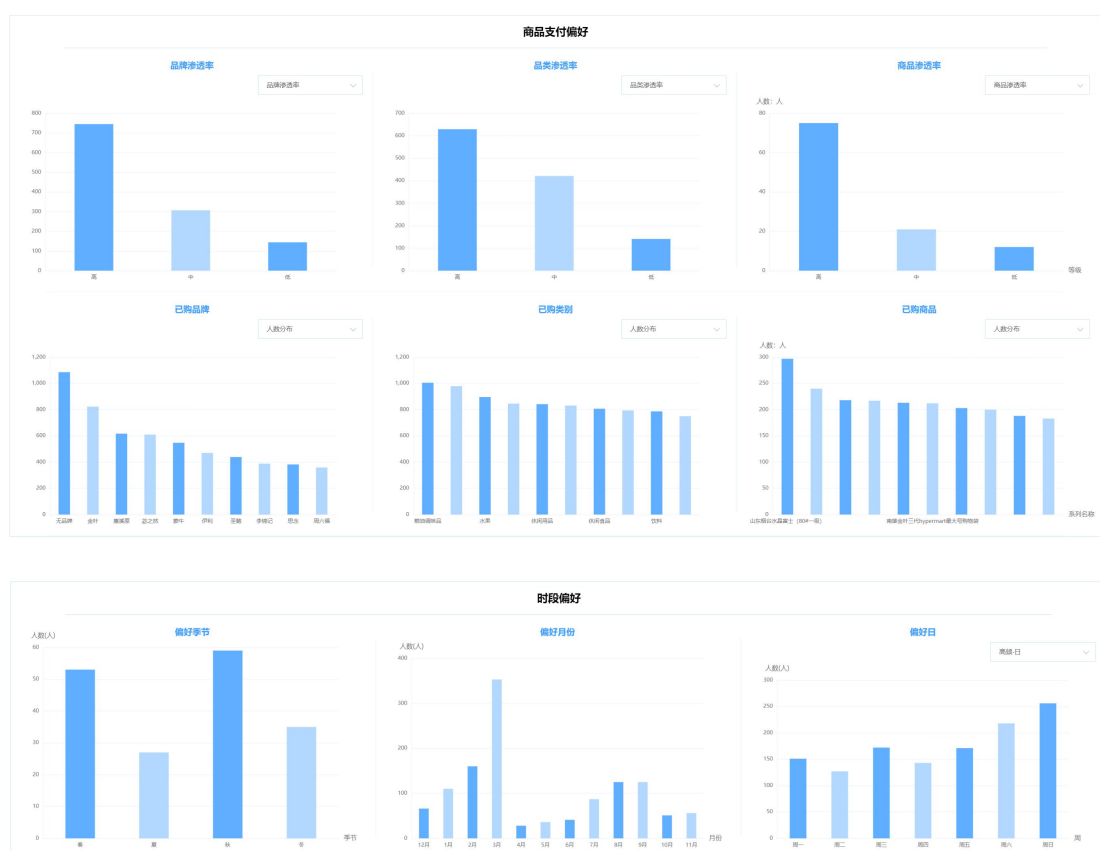


#	主题	样式	说明
1	客户生命周期		图表名称: 客户生命周期 维度: —— 横轴名称: 阶段 纵轴名称: 人数 横轴值: A-曝光未购买、I-互动未购买、M0-入会未购买、首购、复购、活跃、沉睡、流失、彻底流失 纵轴值: 人数 浮窗说明: 生命周期阶段名称; 人数: 2321;

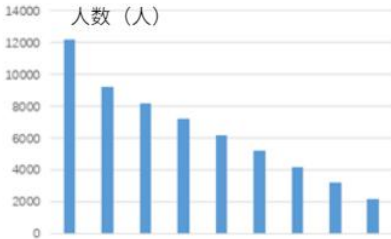


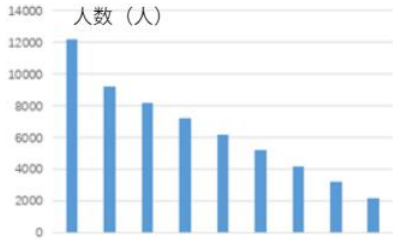
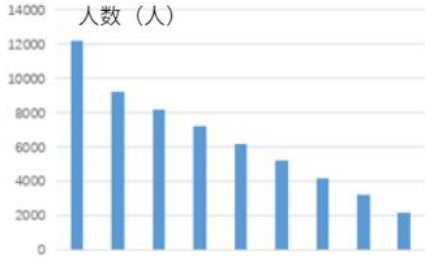
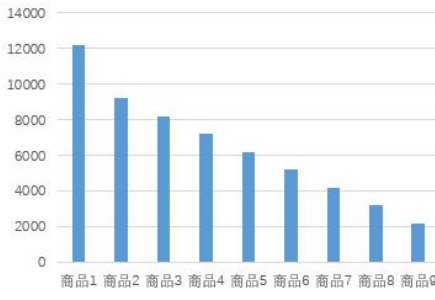
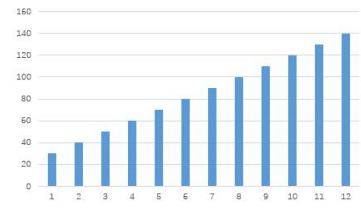
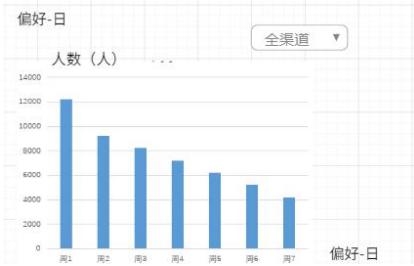
2	消费者价值等级分布		<p>图表名称：消费者价值等级分布？</p> <p>维度：——</p> <p>横轴名称：消费者价值等级</p> <p>纵轴名称：人数</p> <p>横轴值：等级 V1 至 V5</p> <p>纵轴值：人数</p> <p>浮窗说明：等级；人数占比：23%</p>
3	CRM 会员等级分布		<p>图表名称：CRM 会员等级分布</p> <p>维度：——</p> <p>横轴名称：——</p> <p>纵轴名称：——</p> <p>横轴值：绿钻、红钻、金钻</p> <p>纵轴值：——</p> <p>浮窗说明：等级；人数占比：12.12%</p>
4	潜客状态人数分布		<p>潜客状态人数分布？</p> <p>维度：——</p> <p>横轴名称：潜客状态</p> <p>纵轴名称：人数</p> <p>横轴值：A、I、M0</p> <p>纵轴值：人数</p> <p>浮窗说明：A/I/M0，人数：2321</p>
5	老客亲密度-人数分布		<p>图表名称：老客亲密度-人数分布？</p> <p>维度：——</p> <p>横轴名称：亲密度</p> <p>纵轴名称：人数</p> <p>横轴值：IP/MP/FP/NP</p> <p>纵轴值：人数</p> <p>浮窗说明：IP/MP/FP/NP，人数：2321</p>
6	人群消费频率分布		<p>图表名称：人群消费频率分布</p> <p>维度：——</p> <p>横轴名称：消费频率</p> <p>纵轴名称：人数</p> <p>横轴值：低、中低、中、高中、高</p> <p>纵轴值：人数</p> <p>浮窗说明：低/中低/中/高中/高；人数占比：12.12%</p>
7	最近一次购买时间		<p>图表名称：最近一次购买时间</p> <p>维度：月份选择器</p> <p>横轴名称：月份</p> <p>纵轴名称：人数（人）</p> <p>横轴值：19-1、19-2、19-3...</p> <p>纵轴值：人数</p> <p>浮窗说明：年-月；人数：2321，</p>

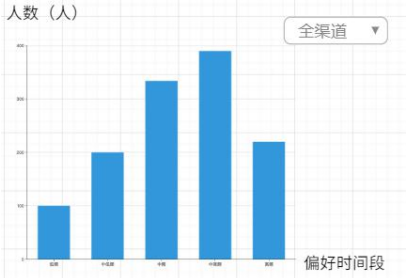




#	主题	样式	说明
1	渠道偏好-购买次数	<p>购买次数</p>	<p>图表名称: 购买次数 (直方图)</p> <p>维度: 全渠道/线上/线下</p> <p>横轴名称: 次数</p> <p>纵轴名称: 人数</p> <p>横轴值: 次数区间</p> <p>纵轴值: 人数</p> <p>浮窗说明: 次数区间; 人数: 123213</p>
2	渠道偏好-购买件数	<p>消费件数</p>	<p>图表名称: 购买件数 (直方图)</p> <p>维度: 全渠道/线上/线下</p> <p>横轴名称: 件数</p> <p>纵轴名称: 人数 (人)</p> <p>横轴值: 件数区间</p> <p>纵轴值: 人数</p> <p>浮窗说明: 件数区间; 人数: 123213</p>


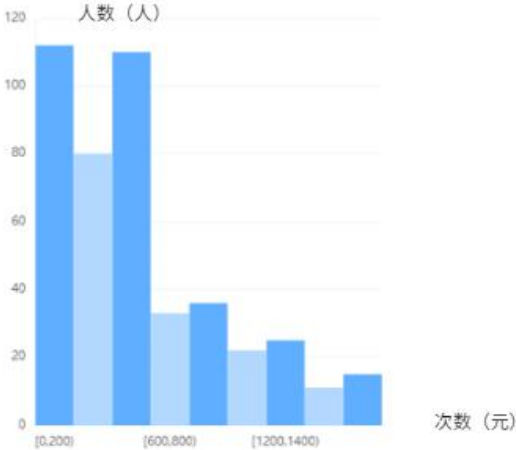
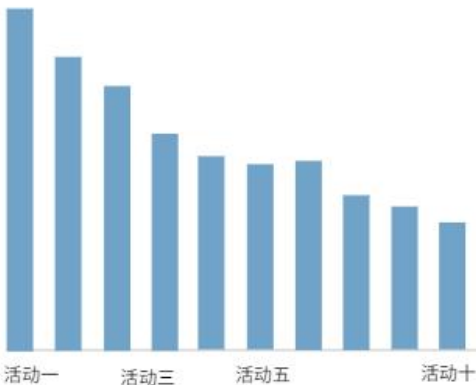
3	渠道偏好-消费金额	 <p>消费金额</p> <p>人数 (人)</p> <p>全渠道</p>	<p>图表名称: 消费金额 (直方图)</p> <p>维度: 全渠道/线上/线下</p> <p>横轴名称: 金额</p> <p>纵轴名称: 人数 (人)</p> <p>横轴值: 金额区间</p> <p>纵轴值: 人数</p> <p>浮窗说明: 金额区间; 人数: 123213</p>
4	品牌渗透率	 <p>人数: 人</p> <p>品牌</p>	<p>图表名称: 品牌渗透率</p> <p>维度: 定量/定性</p> <p>横轴名称: 百分比- (选择定量时); 等级- (选择定向时)</p> <p>纵轴名称: 人数 (人)</p> <p>横轴值: 百分比区间- (选择定量时); 低、中、高- (选择定向时)</p> <p>纵轴值: 人数</p> <p>浮窗说明: 百分比区间/低、中、高</p>
5	品类渗透率	 <p>交易人数</p> <p>定量值</p> <p>品类渗透率</p>	<p>图表名称: (一级) 品类渗透率</p> <p>维度: 定量/定性</p> <p>横轴名称: 百分比- (选择定量时); 等级- (选择定向时)</p> <p>纵轴名称: 人数 (人)</p> <p>横轴值: 百分比区间- (选择定量时); 低、中、高- (选择定向时)</p> <p>纵轴值: 人数</p> <p>浮窗说明: 百分比区间/低、中、高</p>
6	商品渗透率	 <p>交易人数</p> <p>定量值</p> <p>商品渗透率</p>	<p>图表名称: 商品渗透率</p> <p>维度: 定量/定性</p> <p>横轴名称: 百分比- (选择定量时); 等级- (选择定向时)</p> <p>纵轴名称: 人数 (人)</p> <p>横轴值: 百分比区间- (选择定量时); 低、中、高- (选择定向时)</p> <p>纵轴值: 人数</p> <p>浮窗说明: 百分比区间/低、中、高</p>
7	已购品牌	 <p>人数 (人)</p> <p>品牌名称</p>	<p>图表名称: 已购品牌</p> <p>横轴名称: 品牌名称</p> <p>纵轴名称: 人数</p> <p>横轴值: 品牌 1、品牌 2。...</p> <p>纵轴值: 人数/金额/频次</p> <p>浮窗说明: 名称; 指标: 12321</p>


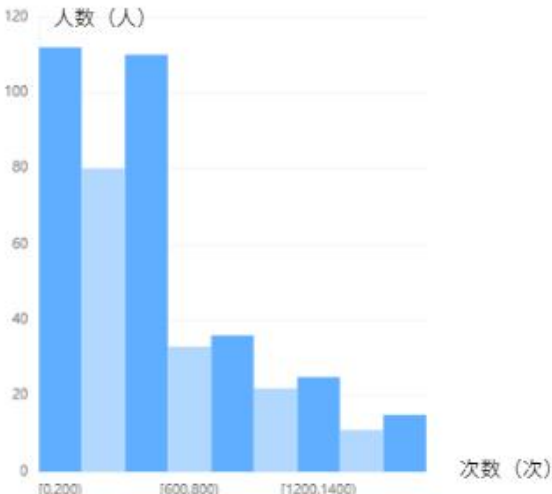
8	已购品类		图表名称: 已购品类 横轴名称: 品类名称 纵轴名称: 人数 横轴值: 品类 1、品类 2。。。 纵轴值: 人数/金额/频次 浮窗说明: 名称; 指标: 12321
9	已购商品		图表名称: 已购商品 维度: 交金额/交易件数/ 横轴名称: 商品名称 纵轴名称: 人数 横轴值: 商品 1、商品 2。。。 纵轴值: 人数/金额/频次 浮窗说明: 名称; 指标: 12321
9	商品交易		图表名称: 商品交易 维度: —— 横轴名称: 系列名称 纵轴名称: 人数 横轴值: 系列 1、系列 2。。。 纵轴值: 人数 浮窗说明: 系列名称; 金额: 123213; 次数: 123; 人数: 21321
10	偏好季节		图表名称: 偏好季节 维度: —— 横轴名称: 季节 纵轴名称: 人数 (人) 横轴值: 春、夏、秋、冬 纵轴值: 人数 (人) 浮窗说明: 春/夏/秋/冬; 次数: 123213
11	偏好月份		图表名称: 偏好月份 维度: —— 横轴名称: 月份 纵轴名称: 人数 (人) 横轴值: 1 至 12 月份 纵轴值: 人数 (人) 浮窗说明: 1 至 12 月份; 次数: 123213
12	偏好-日		图表名称: 偏好日 维度: 全渠道、线上、线下 横轴名称: 偏好日 纵轴名称: 人数 (人) 横轴值: 周一至周日 纵轴值: 人数 (人) 浮窗说明: 周一至周日; 人数 (人) :

			123213
13	偏好时间段		<p>图表名称: 偏好时间段</p> <p>维度: 全渠道、线上、线下</p> <p>横轴名称: 时段</p> <p>纵轴名称: 人数 (人)</p> <p>横轴值: 时间段</p> <p>纵轴值: 人数 (人)</p> <p>浮窗说明: 时间段; 人数 (人): 123213</p>

### 2.5.3.5 活动数据



活动数据	<p>营销渠道分布</p> 	<p>名称: 营销渠道分布</p> <p>x 轴: -</p> <p>y 轴: 人数 (人)</p> <p>维度: -</p> <p>浮窗: 渠道; 人数</p> <p>标签: 营销渠道</p> <p><b>MarketingChannel</b></p> <p>备注说明:</p>
	<p>营销频次人数分布</p> 	<p>名称: 营销频次人数分布</p> <p>x 轴: 次数 (次)</p> <p>y 轴: 人数 (人)</p> <p>维度: -</p> <p>浮窗: 次数区间; 人数</p> <p>标签: 营销频次</p> <p><b>MarketingCount</b></p> <p>备注说明: 直方图</p>
	<p>已参与活动</p> 	<p>名称: 已参与活动排名</p> <p>x 轴: 活动</p> <p>y 轴: 人数 (人)</p> <p>维度: -</p> <p>浮窗: 活动; 人数</p> <p>标签: 营销活动名称</p> <p><b>MarketingCampaignTitle</b></p> <p>备注说明:</p>

	<p>促销内容</p> 	<p>名称: 促销内容</p> <p>x 轴: -</p> <p>y 轴: 人数 (人)</p> <p>维度: -</p> <p>浮窗: 促销内容; 人数</p> <p>标签: 促销内容</p> <p>PromotionContent</p> <p>备注说明:</p>
	<p>营销互动活动总访问次数</p> 	<p>名称: 营销互动活动总访问次数</p> <p>x 轴: 次数 (次)</p> <p>y 轴: 人数 (人)</p> <p>维度: -</p> <p>浮窗: 次数区间; 人数</p> <p>标签: 营销互动活动总访问次数 ActivityJoinCount</p> <p>备注说明:</p>

## 2.5.4 人群绩效

### 2.5.4.1 设置&查看人群绩效

在人群列表中进行查看绩效



数据仪表盘	人群名称检索: 人群名称检索	状态: 请选择	搜索	重置
客户管理	+ 新建人群			
人群管理				
自定义人群				
静态人群				
标签管理				
系统配置				

人群名称	创建时间	创建者	最后更新时间	圈选人数	更新方式	状态	操作
...	2019-07-30 10:41:20	...	2019-07-30 18:06:04	...	手动更新 更新	已完成	人群画像 绩效设置 复制 下载 删除
...	2019-07-29 16:52:29	管理员	2019-07-29 16:54:45	...	手动更新 更新	已完成	人群画像 绩效设置 复制 下载 删除
...	2019-07-26 22:32:45	管理员	2019-07-27 12:06:59	...	手动更新 更新	已完成	人群画像 查看绩效 复制 下载 删除
...	2019-07-26 20:59:18	管理员	2019-07-27 12:07:26	...	手动更新 更新	已完成	人群画像 绩效设置 复制 下载 删除

### 设置统计时间

\* 任务名称:

\* 统计对象: ☐ 动态人群 ☒ 人群快照

\* 统计范围:  至

人群快照是指在所选日期当天，系统所记录的该人群对应的用户集合。其绩效统计日期不受限制，数据指导意义可能受具体业务场景影响。

确定

2019年7月

日	一	二	三	四	五	六
30	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10

- 任务名称: 设置绩效任务的名称;
  - 动态人群: 绩效指标跟随人群变化, 指标进行相关改变; 是指按照创建时设置更新频率, 会动态更新的人群。动态人群绩效统计开始日期最早可选至人群创建当天, 其结果准确性可能受更新频率影响。
  - 人群快照: 选择有生成的快照的时间点, 统计快照的相关指标; 人群快照是指在所选日期当天, 系统所记录的该人群对应的用户集合。其绩效统计日期不受限制, 数据指导意义可能受具体业务场景影响。
  - 统计范围: 设置统计范围, 可对人群绩效进行追踪。
- 注: 设置好绩效后, 配置好当天为提示(当天/开始时间的)次日查看人群绩效, 可正常查看数据时的图表展示



绩效更新: 更新修改任务名称和统计范围,

## 更新统计

\* 任务名称: 绩效 2/10

\* 统计对象: ☐ 动态人群 ☒ 人群快照 2019-07-24

\* 统计范围: 2019-07-30 至 2019-08-27

人群快照是指在所选日期当天, 系统所记录的该人群对应的用户集合。其绩效统计日期不受限制, 数据指导意义可能受具体业务场景影响。

确定 取消

### 2.5.4.2 绩效指标详情

人群绩效-绩效指标

## 人群绩效

人群名称: .uat

创建人: 超级管理员

创建时间: 2019-07-24 10:55:38

更新时间: 2019-07-24 10:59:47

最新圈选人数: 11



- 人群名称
- 创建人: 人群创建人
- 创建时间: 人群创建时间
- 更新时间: 人群更新的时间
- 最新圈选人数
- 新增绩效: 同绩效设置

#	绩效指标	统计维度	图表含义
1	消费金额	客户生命周期	各阶段消费者的消费订单, 对应的总消费金额
2		客户关系	各关系消费者的消费订单, 对应的总消费金额

3		消费者价值等级	各等级消费者的消费订单，对应的总消费金额
4		客户 CRM 等级	各等级消费者的消费订单，对应的总消费金额
5	交易人数	客户生命周期	各阶段消费者中，有订单的人数
6		客户关系	各关系消费者中，有订单的人数
7		消费者价值等级	各等级消费者中，有订单的人数
8		客户 CRM 等级	各等级消费者中，有订单的人数
9	交易次数	客户生命周期	各阶段消费者，对应的订单个数
10		客户关系	各关系消费者，对应的订单个数
11		消费者价值等级	各等级消费者，对应的订单个数
12		客户 CRM 等级	各等级消费者，对应的订单个数
13	交易件数	客户生命周期	各阶段消费者的消费订单，包含的商品总件数
14		客户关系	各关系消费者的消费订单，包含的商品总件数
15		消费者价值等级	各等级消费者的消费订单，包含的商品总件数
16		客户 CRM 等级	各等级消费者的消费订单，包含的商品总件数
17	入会人数	入会渠道	各入会渠道，有多少人新入会
18		所在地	各地区，有多少人新入会
19	完成首购人数	交易渠道	各交易渠道，有多少新增首购（首购的渠道偏好）
20		所在地	各地区，有多少新增首购（各地区新增首购情况）
21	完成复购人数	交易渠道	各交易渠道，有多少新增复购（首购的渠道偏好）
22		所在地	各地区，有多少新增复购（各地区新增首购情况）
23	客单价	客户生命周期	各阶段的消费者，对应的客单价

24		客户关系	各关系的消费者，对应的客单价
25		消费者价值等级	各等级的消费者，对应的客单价
26		客户 CRM 等级	各等级的消费者，对应的客单价

## 2.5.5 人群复制

操作路径：【CDP-人群管理-自定义人群-人群复制】

### 新建人群

\* 人群名称  注：针对当前人群的【编辑】操作，将会生成一个全新人群，为防止混淆，建议在命名时避免冲突和歧义。

属性圈人

- 基础信息 >
- 基础标签-预测&特色 >
- 客户关系 >
- 频率 >
- 购买 >
- 分享行为 >
- 消费习惯 >
- 自定义标签 >
- 预测属性
- 价值预测 >

已选标签

> 微信圈人 删除

所属公众号

标签名称

标签值

已选择1/30个条件

人群复制：复制标签和标签计算逻辑，复制完成后，可对标签条件进行增加、编辑、删除，操作完成后，并更改人群名称后，点击【保存为新人群】按钮，系统提示保存成功并返回到人群列表，系统开始按照指定的标签规则进行圈人计算，状态显示为：“计算中”，计算完毕后，状态显示为：“已完成”。

## 2.5.6 下载

操作路径：【CDP-人群管理-自定义人群-下载】

对于状态为：“已经完成”的人群包可以进行打包处理：

## 人群打包



请选择需要打包的数据字段：

☒ 手机号

请选择加密方式：

☒ 加密下载

☐ 明文下载

打包事由：

请输入打包事由

保存为CSV文件

取消

- 选择需要打包的数据字段：目前只有手机号选项，默认被选中；
- 可以选择加密下载、明文下载
- 打包事由：输入打包的理由；

点击【另存为 CAV】文件，则人群包被下载，可以用 Excel 工具打开查看，手机号以 32 位的小写 MD5 值显示； 点击【取消】按钮，则人群包不被下载。

+	手机号
8ee273edd34b0a672dbb8d8473f4cdf2	
c67a0058b430cad94f00b5a78160745d	
0b4ceb04c957ab779041722fcce65a70	
933747b0bba2224943bfc8f60fb8609c	
e66b156c6104e30caa9b981cd790fcca	
9641a21e9084c844cbd86b93a1e606a8	
a34cfa4d6dc0e3c9aad176816b74e275	
dceb7841b2be6d7fabff20b86ea67572	

## 2.5.7 删除人群

操作路径：【CDP-人群-自定义人群-删除人群】

系统提示：“确认删除？”确定后，执行删除，取消放弃删除。对于已经使用过的人群和正在使用的人群都可以删除，删除后不影响正在执行的营销活动。

## 2.6 静态人群-人群上传

实现系统外人群数据的上传和管理；

实现来自数据仪表盘保存的人群包。

## 2.6.1 静态人群列表

操作路径：【CDP-人群管理-静态人群列表】

可根据人群名称、人群状态索条人群信息，查询结果显示在人群列表。

数据仪表盘

客户管理

人群管理

自定义人群

静态人群

标签管理

系统配置

静态人群列表

人群名称检索: 人群名称检索 状态: 请选择 搜索 重置

+ 上传人群

人群名称	人群来源	创建时间	创建者	人数数量	状态	操作
测试1111	自主上传	2019-07-30 15:16:41	超级管理员	0	已完成	人群画像 绩效设置 下载 删除
v3流转v2	数据仪表盘	2019-07-30 14:59:14	超级管理员	0	已完成	人群画像 绩效设置 下载 删除
v2流转v2	数据仪表盘	2019-07-30 14:59:00	超级管理员	0	已完成	人群画像 绩效设置 下载 删除
127613	数据仪表盘	2019-07-30 14:36:13	超级管理员	0	已完成	人群画像 绩效设置 下载 删除
数据仪表盘-活跃	数据仪表盘	2019-07-30 14:32:11	超级管理员	0	已完成	人群画像 绩效设置 下载 删除
数据仪表盘1	数据仪表盘	2019-07-30 14:31:04	超级管理员	0	已完成	人群画像 绩效设置 下载 删除

- 人群名称：人群的名称；
- 人群来源：目前来源于自主上传和数据仪表盘；
- 创建时间：人群画像的完成创建时间；
- 人数数量：人群圈选的人数，没有圈选到匹配的人则圈选人数显示为 0；
- 状态：人群的状态：计算中、已完成；
- 人群画像：仅有人群数据更新，无人群数量的更新。
- 人群绩效：绩效仅有保存/上传的人群的数据更新，无人群数量的更新。
- 下载：同人群下载；
- 删除：系统提示：“确认删除？”确定后，执行删除，取消放弃删除。

对于已经使用过的人群和正在使用的人群都可以删除，删除后不影响正在执行的营销活动。



## 2.6.2 人群自主上传

1、下载模板并根据模板填写人群信息：在人群上传界面，点击【下载模板】

人群上传

1 人群名称 人群名称不超过20个字符

2 上传文件

上传文件要求:

- 1、仅支持标准的.csv格式的文件
- 2、文件编码方式仅支持UTF-8
- 3、文件大小不超过100M

人群匹配要求:

- 1、支持的数据字段类型: 手机号、微信的openid、淘宝昵称、淘宝ID、微博ID、支付宝openid、邮箱。

点击下载模板

加密方式: ☒ 明文上传

提交

根据模板填写要上传的人群信息, 目前仅支持手机号码一种信息导入, 后续会支持淘宝、微信、微博等其他方式。

2、上传人群信息:

根据操作提示, 将数据模板上传, 输入人群名称。

ICEM

CDP MA CAP

HiJqxadmin\_jqx

数据仪表盘

客户管理

人群管理

自定义人群

静态人群

标签管理

系统配置

人群上传

1 人群名称 test 4/20

2 上传文件

上传文件要求:

- 1、仅支持标准的.csv格式的文件
- 2、文件编码方式仅支持UTF-8
- 3、文件大小不超过100M

人群匹配要求:

- 1、支持的数据字段类型: 手机号、微信的openid、淘宝昵称、淘宝ID、微博ID、支付宝openid、邮箱。

点击下载模板

下载模板 (2).csv

加密方式: ☒ 明文上传

提交

点击【提交】按钮, 上传人群列表将在【人群管理-静态人群】展示, 系统自动进行数据计算。




### 3 MAP

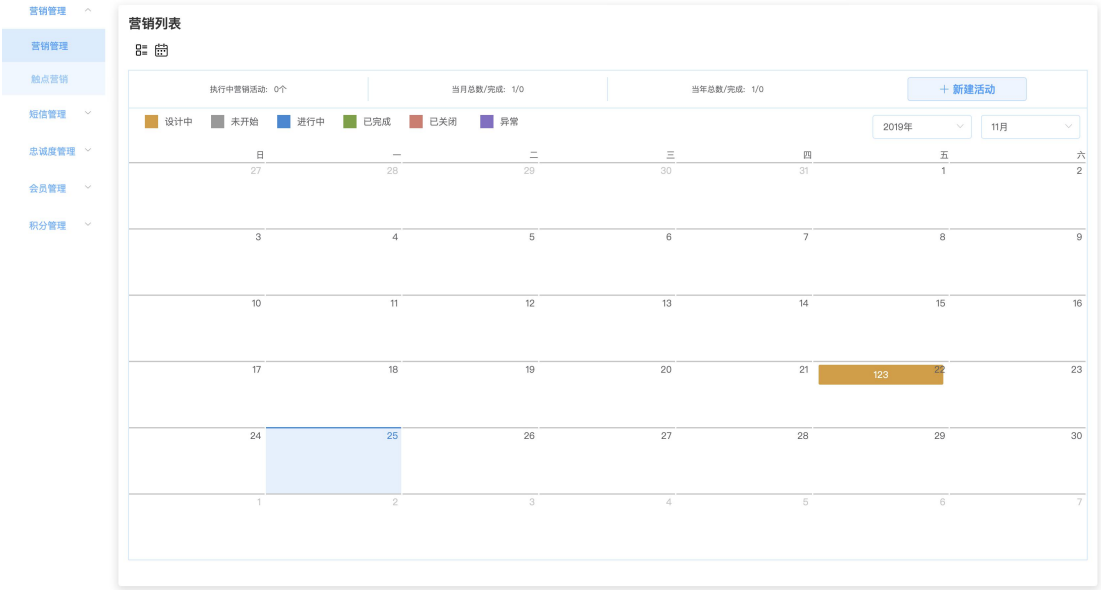
MAP：即客户运营平台，执行运营计划，有节奏的触达消费者。

### 3.1 营销管理

#### 3.1.1 智能营销

##### 3.1.1.1 营销列表

点击页面左上角  可切换页面展示形式，日历页：



➤ 概要信息

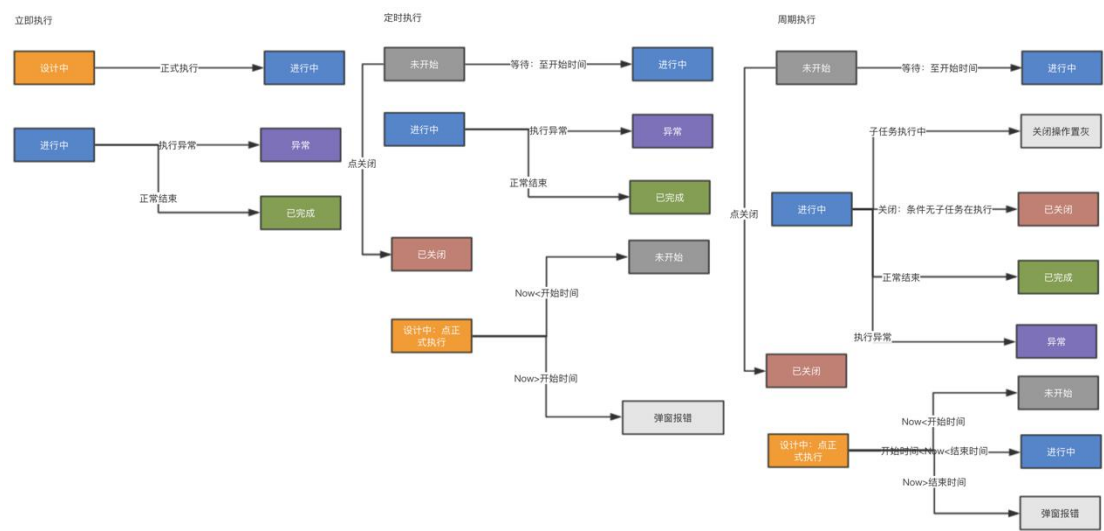
项	说明
执行中营销活动	展示当前自然月正在执行中，即活动状态为“已开始”的营销活动数量；
当月总数/完成	当月总数：展示当前自然月，除去“设计中”状态的所有活动个数； 当月完成：展示当前自然月，活动状态为“执行完成”的活动个数。
当年总数/完成	当年总数：当前自然年内，除去“设计中”的所有活动个数； 当年完成：当前自然年内，活动状态为“执行完成”的活动个数。

➤ 活动状态

活动状态	说明
设计中	尚未开始正式执行的营销活动
未开始	开始执行但未到活动开始时间的营销活动
进行中	开始执行并且在活动时间范围内的营销活动
已完成	开始执行后自然到达活动结束时间的营销活动

已关闭	开始执行后进行关闭操作的营销活动
异常	执行过程中出现异常的营销活动

状态之间的流转见下图：



当鼠标悬浮到营销列表中的操作栏各项时，会有相应文字提示，具体功能说明如下：

操作项	说明
活动效果分析	
编辑活动基本信息	点击跳转至创建活动页面
编辑活动流程	点击跳转至活动流程画布页面
复制活动	点“复制”，弹出“复制提示”框，填写活动名称后，点击“确认复制”再对原活动的基本信息和流程进行复制，生成新活动。文本框的填写规则和提示同“新建活动”时对活动名称填写的要求。
删除	删除当前营销活动，删除时弹出提示框；
关闭	关闭活动所填写的理由会进入操作日志；

4、活动状态与操作的对应关系：设计中的活动，可设计画布、编辑信息和删除活动，其他状态下均只可查看画布和信息：

活动类型	状态	状态说明	列表操作				
			设计画布	查看画布	编辑信息	查看信息	删除
立即执行	设计中	未点击过正式执行 对已暂停、异常状态下的活动进行了修改	√		√		√
	进行中	点“正式执行”后，到所有节点执行完毕前		√		√	✕
	已完成	所有任务节点均已走完		√		√	✕
	异常	正式执行过程中任一节点异常		√		√	✕
定时执行	设计中	未点击过正式执行 对已暂停、异常状态下的活动进行了修改	√		√		√
	未开始	上一操作作为正式执行，到活动开始前		√		√	✕
	进行中	点正式执行，到设置的开始时间		√		√	✕
	已完成	所有任务节点均已走完		√		√	✕
	已关闭	未开始的活动，点击了暂停操作		√		√	✕
	异常	正式执行过程中任一节点异常		√		√	✕
周期执行	设计中	未点击过正式执行 对已暂停、异常状态下的活动进行了修改	√		√		√
	未开始	上一操作作为正式执行，到活动开始前		√		√	✕
	进行中	正式执行的任务，从设置好的开始时间至所有子任务正常执行完毕前		√		√	✕
	已完成	所有子任务正常执行完毕		√		√	✕
	已关闭	操作了暂停操作的活动（后续子任务均不执行）		√		√	✕
	异常	正式执行过程中任一节点异常（后续子任务均不执行）		√		√	✕

√ 操作正常可执行  
✕ 置灰不可操作  
空 不会出现该操作。前端展示上“设计画布”和“查看画布”互斥；“编辑信息”和“查看信息”互斥。

正式执行和测试执行的可执行状态一致。测试执行中，正式执行按钮也是置灰的。测试执行结束后，两个按钮会正常。正式执行

3.1.1.2 新建活动

新建活动

基础信息

\* 活动名称:

请输入活动名称0/20

\* 活动属性:

新建活动

选择模板

\* 活动分组:

默认分组

活动简介:

请输入活动简介 (100字以内)

活动信息

活动类型:

立即执行

定时执行

周期执行

统计设置

\* 活动分析截止时间:

选择日期时间

注：该日期为统计数据计算截止日期

保存

取消

➤ 基础信息

项	说明
活动名称	<div>必填项</div> <ul style="list-style-type: none"><li>活动名称不可重复；若活动名称重复，弹出提示信息“当前活动名称重复，请重新设置”。</li><li>活动名称不可包含空格及其他字符，如 %、*、#¥……【】等，仅限中英文及数字</li></ul>

活动属性	<div><div>必填项</div><div><div><div>●</div><div>新建活动</div></div><div><div>●</div><div>选择模板</div></div></div><div>此处默认显示全部活动模板：</div><div><div><div>选择模板</div><div><div><div></div><div></div><div></div></div><div><div>模板ID</div><div>模板名称</div><div>创建时间</div></div><div><div>暂无数据</div></div></div><div><div><div>取消</div><div>确定</div></div></div></div></div></div>
活动简介	<div>选填，字数限制在 100 字以内；</div>

➤ 活动信息

活动类型	说明
立即执行	
定时执行	<p>需选择活动执行时间；</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 活动信息</li> </ul> <div> <p>活动类型： <input type="radio"/> 立即执行 <input checked="" type="radio"/> 定时执行 <input type="radio"/> 周期执行</p> <p>执行时间： <input type="text" value="🕒 2019-11-26 08:00:00"/></p> </div>
周期执行	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 当将活动类型选为周期执行时，需对执行周期、执行范围进行相应设置；</li> <li>● 执行周期：每隔多长时间执行一次活动，支持按天、按周和按月；</li> <li>● 执行范围：用来设置活动何时开始，何时结束，支持无限期执行，执行多少次之后结束，到达某个时间之后结束整个活动；</li> <li>● 执行周期和执行范围要配合使用，先梳理好这个活动要每隔多久执行一次，以达到周期性执行的目的。再规划好整个活动要执行多久，一般会依据营销活动的有效期、营销计划来设置执行范围。</li> </ul>

活动类型: ☐ 立即执行 ☐ 定时执行 ☒ 周期执行

执行周期:

☒ 按天 每 1 天

☐ 按周 每 1 周

☐ 按月 每 1 个月的 正数 第 1 天

执行范围:

开始: 2019-11-26 08:00:00

结束: ☒ 固定时间 选择日期时间

☐ 执行 1 次结束

☐ 无结束时间

### ➤ 统计设置

在活动分析截止时间中设定的日期即为数据计算的截止日期，统计截止时间需晚于开始时间

活动类型: 选择日期 选择时间

执行周: 2019 年 11 月

执行范围: 2019 年 11 月

统计设置

\* 活动分析截止时间: 选择日期时间

注: 该日期为统计数据计算截止日期

### ➤ 活动分组

最多可分 10 组 (不含默认分组)

下拉到最后可进行管理分组

\* 活动分组: 默认分组

活动简介: 哇哈哈

活动类型: 周期

活动分析截止时间: 选择日期时间

管理分组

在点击打开的活动分组弹窗中，可对除默认分组外的其他分组进行重命名和删除。

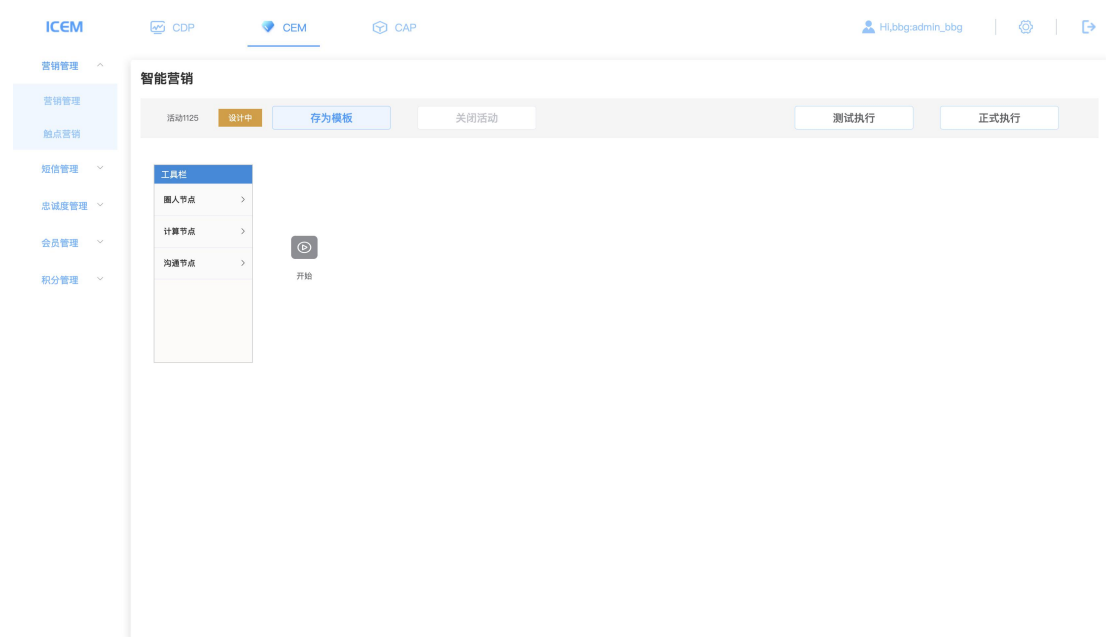


在未达到 10 组上限时，可进行“新增分组”；若达到上线，该按钮会置灰，此时想再添加，需要先删除其他活动分组。



### 3.1.1.3 设计活动

如在活动属性中选择新建活动，点击保存后页面跳转至编辑活动流程页面：



活动流程最重要的两个基本要素：节点和连线，当熟悉了每个节点的功能和节点之间的连接规则之后，便可以灵活而效的建立营销活动。

- 页面顶部展示活动名称、活动状态、按钮（存为模板、关闭活动、测试执行、正式执行）
- 活动流程的起始节点，固定在画布中，不支持删除和编辑；
- 左侧工具栏，共分为3类节点，即圈人节点、计算节点、沟通节点，具体操作为将工具栏中的节点拖入画布，并进行连线，如需删除节点，点击键盘上的删除键会弹出提示



点击【确定】即可完成删除操作。

- 关于各节点的说明如下：

项	说明
圈人节点	客群选人 从客户分群中选择某个人群, 双击客群选人节点可选择具体的自建分群/静态人群:



工具栏

圈人节点

客群选人

客群选人 (71)

节点名称: 客群选人

请输入客群名称... 搜索

☒ 自建分群 ☐ 静态人群

客群ID	客群名称	客群预估人数
------	------	--------

< 1 >

已选分群:

确认 取消

计算节点

计算节点

合并

交集

排除

拆分

生成目标组

计算节点可实现不同人群的组合和细分

- 合并

将多个人群合并为一个人群，最多支持 5 个人群进行合并；

- 交集

筛选出多个人群中公共的客户，最多支持 5 个人群取交集；

- 排除

从人群 A 中去除掉人群 B 中包含的人群；

- 拆分

将人群按照设置的百分比随机拆分成多个人群，每次最多可以拆分成 5 个人群。

将一个人群拆分后，对各分支人群实行不同的营销策略，并以此对比各个营销策略的效果。

拖入拆分节点，并与人群连接，节点前只能连接 1 个人群节点 (圈人节点或交并差计算节点)

节点名称默认为“拆分”，拆分栏中，默认拆分组名称为“拆分 1”，新添加的拆分组名称依此命名为“拆分 2”、“拆分 3” …；名称可进行修改。

● 生成目标组

一个比较特殊而重要的节点，用于将多个人群汇总成目标营销群体。当你利用客户筛选类节点完成了人群筛选之后，需在节点后面接上目标组节点，表示形成了目标客群，之后可对他们进行沟通营销、跟踪分析以及保存为新的人群。整个营销活动的活动效果分析也是基于“目标组”节点的，系统把一个活动中所有目标组节点的人群视为营销客群，对他们进行跟踪分析。

沟通节点：

● 发短信

即给客户发短信，进行短信营销

发短信 (73)

\* 节点名称
发短信

可用条数
- 条

短信模板
请选择短信模板

短信内容

短信预计6字，以实际发送为准，建议不要超过210字

短信签名
请选择短信签名

\* 测试手机号
可以输入多个,用英文逗号隔开

请注意！对于需要统计访问数的短信内链，请使用「短信内链」变量完成链接输入

确认
取消

1. 节点名称：必填，为本短信节点的名称；
2. 可用条数：可用于发短信的条数；
3. 短信模板：详见短信管理说明；
4. 短信内容：
5. 短信签名：发送短信之前，必须进行短信签名备案；
6. 测试手机号：必填，支持测试发送，最多可以填写 10 个手机号码，用英文逗号隔开，测试执行的时候会对测试手机号进行短信发送，正式执行时不会对这些测试手机号发送。

## 微信图文

微信图文 (77)

\* 节点名称:
微信图文

\* 公众号选择:
请选择公众号

\* 图文素材:
选择图文

\* 测试微信号:
请输入微信号，使用英文逗号分隔，最多支持10个

微信限制每日可发送100人次测试消息，请谨慎使用  
所填写测试微信号，只在测试执行时，对其发送图文消息。测试微信号不影响正式执行人群的范围。

确认
取消

1. 节点名称：默认文字为“微信图文”，可自行修改名称，最大字符为 10 汉字；
2. 若您已绑定多个公众号，需选择公众号；若只绑定 1 个公众号，

	<p>默认勾选该公众号；</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. 进入素材筛选页，支持模糊查询【即当前公众号下，符合输入框内搜索条件的素材】，按更新时间倒排序展示；</li> <li>4. 选中后点击“确定”，即完成图文选择操作。</li> </ol> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>webhook</b></li> </ul> <p>选择 webhook 后，进行对应信息的配置</p> 
<p>等待节点</p> 	<p>等待</p>  <p>等待节点前后只能连接沟通节点，可设置等待 24 小时</p>

● 画布中的活动状态与操作之间的关系说明：

- 1、存为模板和复制功能不受活动状态影响，即一直可进行操作；
- 2、关闭活动按钮状态可操作对应状态为：【未开始】及无子任务在进行中的【进行中】，其他状态下，按钮置灰；
- 3、仅设计中的状态可进行正式执行和测试执行；



活动效果分析：

- (1) 基础信息：具体字段包含——活动名称、创建人、创建时间、执行方式、活动开始时间、统计截止时间、活动简介。
- (2) 活动效果：查看目标组的几个消费指标
- (3) 节点分析：左侧由不同节点组成的各个 **tab**，右侧为相应的具体报表。
- (4) 目标组消费指标说明：

目标组：各目标组节点的节点名称

圈选人数：目标组节点的人数，周期执行时取并集（即相加时需要排重）

消费人数：目标组下的用户在活动周期内有进行消费的人数，周期执行时取并集（即相加时需要排重）

订单数：目标组下的用户在活动周期内的消费订单数，周期执行时直接求和

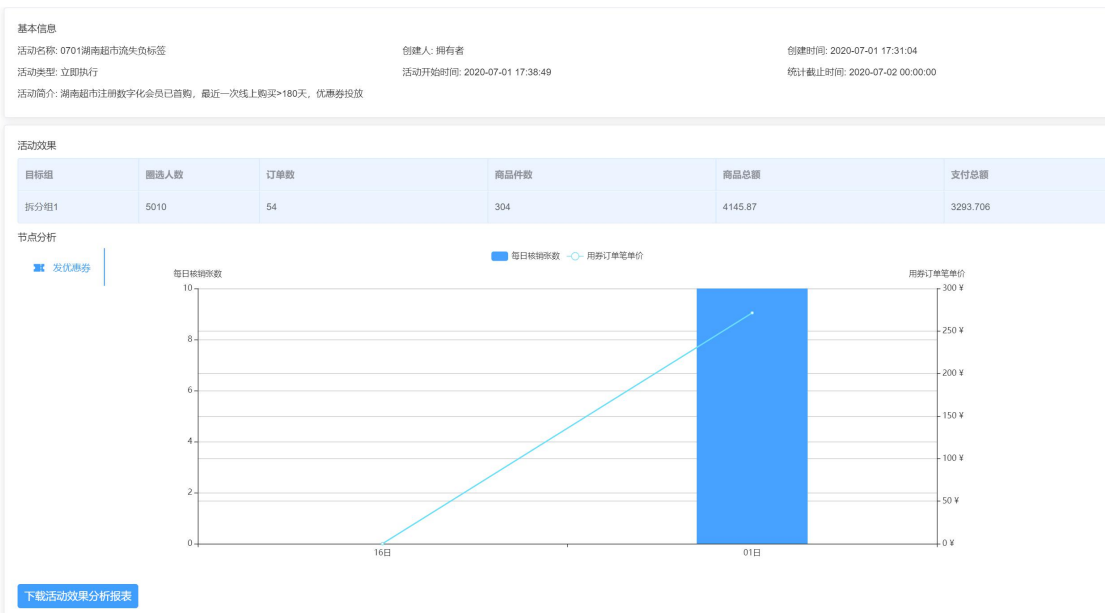
商品件数：目标组下的用户在活动期的订单内所包含的商品件数，周期执行时直接求和

商品总额：目标组下的用户在活动周期内的消费订单中的商品总额指标直接求和，周期执行时也直接求和

实付总额：目标组下的用户在活动周期内的消费订单中的实付总额指标直接求和，周期执行时也直接求和

## ● 发券节点：

活动效果分析



说明:

- 1、图中包含 2 类数据: 每日核销张数 (柱状图)、用券订单笔单价 (折线图)
- 2、核销数据仅限前面目标组用户的核销 (数据来源为订单)

● 短信:



说明:

- 1、使用竖状分布图展示短信发送情况。包括: 发送总条数、各状态 (成功、失败、未知) 发送条数、内链 PV

3.1.2触点营销

营销管理						
智能营销						
触点营销						
活动列表						
活动名称	关联触点	创建时间	活动时间	触达人数	活动状态	操作
交易有礼10月份	交易成功	2019.10.12 14:32:19	2019.11.01 ~ 2019.11.30	0	未开始	修改 删除
小程序入会10月份	入会	2019.10.12 11:55:08	2019.10.01 ~ 2019.10.31	45,109	进行中	查看 关闭
其他入会10月份	入会	2019.10.11 09:05:43	2019.09.01 ~ 2019.09.30	1317	已结束	查看
交易有礼11月份	交易成功	2019.10.09 23:39:36	2019.11.01 ~ 2019.11.30	0	已关闭	查看

3.1.2.1 活动列表

ICEM						
CDP CEM CAP						
Hi_admin_bbg						
营销管理						
触点营销						
创建入会礼 为会员库新增会员发放权益						
创建购后礼 对交易用户给予及时权益奖励/购后营销						
自定义触点 简单开发即可自定义进行营销的触点						
入会礼 购后礼						
活动名称	创建/更新时间	活动时间	礼品个数	参与人数	活动状态	操作
5月入会礼	2020-04-09	2020-05-01到2020-05-31	0	0	未开始	修改 删除
共1条 < 1 > 前往 1 页						

项	说明
创建入口	1) 自定义触点置灰，暂不支持自定义触点 2) 若列表中，无处于开启状态，永久有效的活动，则其他两个触点（入会礼和购后礼）可重复进入创建页面；否则提示“已存在该类永久有效活动，再次创建将会冲突”
列表	1) 列表 tab。暂时为“入会礼”、“购后礼”，通过切换，列表展示各自类型的活动列表 2) 列表排序。按照更新时间倒序。 3) 创建时间和更新时间使用在同一列展示 4) 礼品个数指创建时，礼包中的优惠券个数。对于分人群创建多个礼包的，该数据取礼包内优惠券并集（即去重后相加） 5) 参与人数以礼品发放操作为依据
状态-操作关系	1) 二者关系如下： a) 【未开始】状态对应操作：修改、删除 b) 【进行中】状态对应操作：关闭、查看 c) 【已结束】和【已关闭】状态对应操作：查看 2) 修改和查看页的信息同新建 3) 进行中的活动，点击关闭后，状态变为已关闭。关闭操作需要做二次确认“确认关闭活动吗？”



### 3.1.2.2 创建活动

#### ➤ 基础信息。

选择创建入会礼或交易礼后，需要先配置基础信息。

基础信息包括：活动名称和活动日期。

活动名称不超过 20 字，同类活动间的时间段不能有交叠。

创建永久有效的活动前，不能有同类活动。在永久活动被删除之前，不能再创建同类活动。

#### 基础信息

\* 活动名称:  0/20

\* 活动日期: ☒ 永久有效 ☐ 自定义时间段

#### ➤ 规则配置

可创建礼包和通知中的任一或同时创建。若同时创建，则先发送礼包，确认礼包发送成功后，再发送通知。

#### 规则配置

##### 礼包信息 最多可添加10个礼包

礼包

添加优惠券

##### 消息通知 只能添加一条短信

短信

添加短信

添加礼品时，可选择优惠券，或者通过 webhook 配置成的礼品

#### 添加礼品

礼品类型: ☒ 优惠券 ☐ webhook 小程序首页领券

优惠券名称	优惠券类型	有效期	剩余库存
<input type="checkbox"/> 99减10优惠券	代金券	领取后30天	1000
<input checked="" type="checkbox"/> 99减10优惠券	代金券	领取后30天	1000
<input checked="" type="checkbox"/> 299减99优惠券	代金券	领取后30天	1000
<input type="checkbox"/> 99减10优惠券	代金券	领取后30天	1000

共 800 条 每页 10 条 < 1 2 3 4 5 ... 23 > 前往 1 页

已选择: 99减10优惠券 299减99优惠券

发券测试:  测试

确认 取消

#### 添加礼品

礼品类型: ☐ 优惠券 ☒ webhook 小程序首页领券

券展示图url:

点击领券url:

测试手机号:

确认 取消



添加通知时，可选择短信，或者通过 webhook 配置成的通知

添加消息

礼品类型

☒ 短信

☐ webhook

请选择webhook

可用参数: 9989163条

短信模板: 请选择短信模板

短信内容: 会员名称, 短信内容, 活动时间

短信签名: 林清轩

测试手机号: 请输入多个, 用英文逗号隔开

测试

确认 取消

添加消息

礼品类型

☐ 短信

☒ webhook

短信模板消息

模板ID: SDFGH4549VCFGT53E

卡片链接: http://www.bbg.com/

测试手机号: 单行输入

测试

确认 取消

## 3.2 webhook 配置

### 3.2.1 webhook 列表

包括列表的展示，添加入口及操作（开启关闭、编辑和测试发送）

帐号管理

日志

个人帐号

系统配置

webhook配置

webhook配置

+ 创建 Webhook

Webhook 名称	创建人	创建时间	最近编辑人	最近编辑时间	状态	操作
test_percentage	admin	10-15 10:27:16	admin	10-15 11:22:55	已停用	编辑 测试发送
7月	admin	10-15 10:27:16	admin	10-15 11:22:55	已启用	编辑 测试发送
test	admin	10-15 10:27:16	admin	10-15 11:22:55	已停用	编辑 测试发送
test1	admin	10-15 10:27:16	admin	10-15 11:22:55	已停用	编辑 测试发送
内部发券平台	admin	10-15 10:27:16	admin	10-15 11:22:55	已启用	编辑 测试发送

点击 webhook 名称，可查看相应的信息

查看 Webhook

Webhook 名称: 内部发券平台

请求地址: http://www.test.ai.cn

动态参数

参数名称	属性参数	默认值 (选填)
userid	用户 ID	无

模板参数

参数名称	显示名称	参数类型
campaigntype	活动类型	字符串
rewardtype	奖励类型	字符串
discount	折扣	百分比
content	内容	文本

### 3.2.2 添加 webhook

从业务角度，增加策略类型选项填写  
从 webhook 组成，主要配置项包括请求地址和参数

帐号管理

日志

个人帐号

系统配置

webhook配置

添加webhook

webhook名称:

单行输入

描述:

多行输入

请求地址:

单行输入

已添加参数:

优惠券名称

优惠券有效期

优惠券类型

手机号

添加参数

确定

取消

添加的参数包括模板参数和动态参数两类。添加两者的弹窗样式分别为

添加参数

参数名称:

单行输入

参数类型:

模板参数

动态参数

显示名称:

单行输入

参数类型:

单行文本

确定

取消

添加参数

参数名称:

单行输入

参数类型:

模板参数

动态参数

参数属性:

微信openid

请选择应用

默认值:

单行输入

确定

取消

- 1) 其中模板参数将在触点营销活动中运营策略配置时展示，填写的样式依据为参数类型，各参数类型对应的样式已在上文提及。
- 2) 动态参数的参数属性目前仅支持手机号和微信 openid, 在填写 webhook 信息时不展示。
- 3) 静态参数类型目前包括：单行文本、多行文本、数值、布尔、日期。各参数类型在前端填写信息时的样式如下图：

单行文本

单行输入

多行文本

多行输入

插入属性

数值

单行输入

布尔

☒ 是

☐ 否

日期

 2019.10.20 00:00:00

### 3.3 短信管理

#### 3.3.1.1 账号概况

营销管理

营销管理

触点营销

短信管理

账号概况

短信模板

短信变量

忠诚度管理

会员管理

积分管理

账号概况

短信剩余条数

已提交总条数

发送成功总条数

打开内部链接次数

发送短信日志

发送日期

开始日期

至

结束日期

活动类型

请选择

搜索

发送日期	活动类型	活动名称	提交条数	成功条数	操作
暂无数据					

#### 3.3.1.2 概况

项	说明
短信剩余条数	当前可以发送的短信剩余条数;
已提交总条数	当前已提交发送的短信总条数;
发送成功总条数	当前已发送成功的短信总条数;
打开内部链接次数	当前发送成功的短信中内部链接被打开的次数

#### 3.3.1.3 发送短信日志

可根据发送日期、活动类型（触点营销/智能营销）来筛选查询；  
列表项包含发送日期、活动类型、活动名称、提交条数、成功条数；  
操作项为【查询明细】，点击后可查看短信发送明细：

短信发送明细

×

夏日积分兑换火爆来袭！7.12-8.18至高可兑换面值1300元优惠券。

提交条数

成功条数

失败条数

未知条数

导出

手机号码	上行时间 ?	下行时间 ?	发送状态	计费条数
13520194002	2019-09-25 10:52:56	2019-09-25 10:54:47	成功	1

<

1

>

- 1、弹窗顶部展示该条短信的全部内容；
- 2、可通过切换 **tab** 查看不同状态的短信条数：提交条数、成功条数、失败条数、未知条数；需要注意的是这里面的“条数”是基于手机号的，假设某一条短信可能因为字数过长等原因分成两条发送，此处视为 1 条；
- 3、明细列表展示：手机号码、上行时间、下行时间、短信状态（未知/失败/成功）、计费条数；需要注意这里的“计费条数”和 **tab** 中的条数有区别，某一条短信可能因为字数过长等原因分成 2 条发送，如果 2 条都发送成功则计费条数为 2 条；短信状态为失败时，根据实际情况，计费条数为 0 或 1；
- 将鼠标移动到“问号”处显示【上行时间】、【下行时间】的 tips:

项	说明
概念	上行时间：短信运营商成功接收发送请求的时间； 下行时间：短信运营商返回短信接收状态的时间；
情况	上下行时间与短信状态，可用于排查短信发送失败原因（不涉及单独开发需求），具体情况如下： 无上行，无下行：运营商未收到 ICEM 的短信申请；状态是未知，极可能问题出在我们这边 有上行、无下行：ICEM 提交成功，运营商未发送；状态是未知，问题不在我们这边，可能运营商发送延迟，可能运营商方出现其他问题 有上行、有下行：看运营商反馈发送状态是成功还是失败。

- 4、点击【导出】可导出当前 **tab** 下的短信数据，首先会出现弹窗提示数据未准备：

! 数据未准备

请先执行数据生产任务

生成数据

取消

点击【生成数据】



点击【确认导出】，导出文件样式如下：

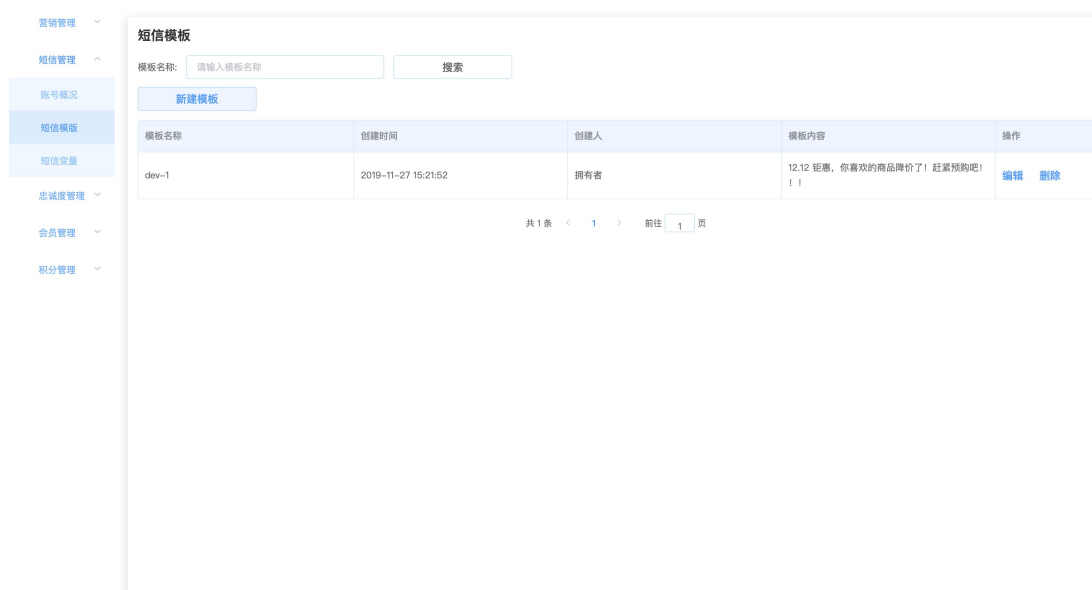
	A	B	C	D	E
1	手机号码	上行时间	下行时间	短信状态	计费条数
2	13520194002	2019-09-25 10:52:56	2019-09-25 10:54:47	成功	1
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					

表格命名规则：活动名称+短信明细-下载当天年月日-时分，例如：九月入会礼短信明细-20190820-1413；

下载文件大小限制：导出条数超过 6 万时，分多文件导出，并通过压缩包提供下载。

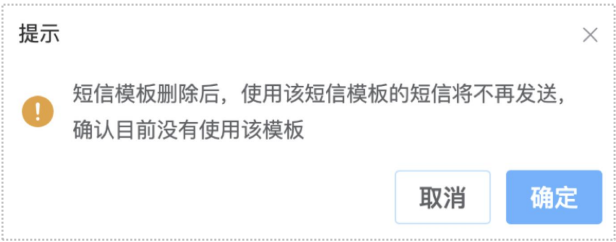
## 3.3.2 短信模板

### 3.3.2.1 模板列表



在短信模板页面，您可通过模板名称进搜索查询，模板列表包含模板名称、创建时间、创建人、模板内容、操作（编辑/删除）。点击【删除】出现弹窗提示：“短信模板删除后，使

用该短信模板的短信将不再发送，确认目前没有使用该模板”。



### 3.3.2.2 新建模板

点击【新建模板】可开始创建新的短信模板：



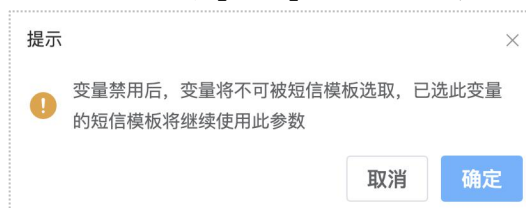
- 模板名称：必填项；
- 模板内容：必填项，添加变量后可在此处进行点击选择，详见下节；
- 模板 code：选填，视短信运营商要求而定，如要求必填请务必填写，否则短信无法提交发送。

## 3.3.3 短信变量

### 3.3.3.1 变量列表



- 在变量列表页，您可通过变量名称进搜索查询，变量列表包含变量名称、变量属性、创建人、创建时间、操作操作（编辑/禁用）。
- 点击【编辑】可进入编辑页；点击【禁用】会出现弹窗提示：



### 3.3.3.2 添加变量

点击【添加变量】

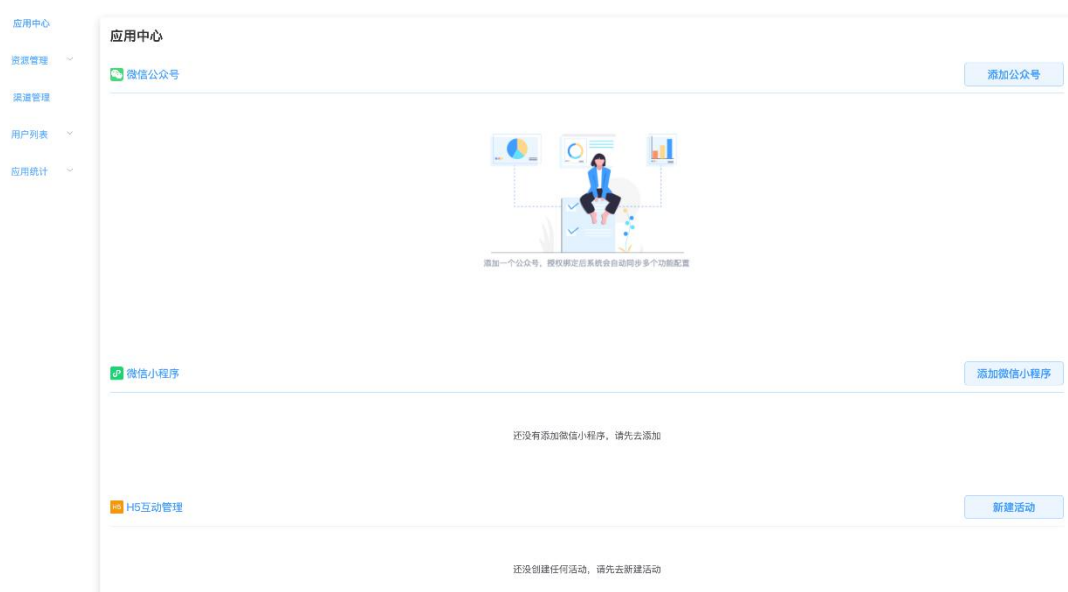


- 变量名称：必填项，为提交模板时使用的占位符，建议使用能标识含义的英文字母/单词。示例：`code`；

- 变量属性：必填项，用于表明变量占位符含义，仅限系统内部使用，不影响短信发送。  
示例：验证码。在新建短信模板时可在模板内容处选择此部分内容；
- 缺省值：发送短信时，未补全变量内容时，系统使用缺省值进行填充。示例：123456。

## 4 CAP

### 4.1 应用中心



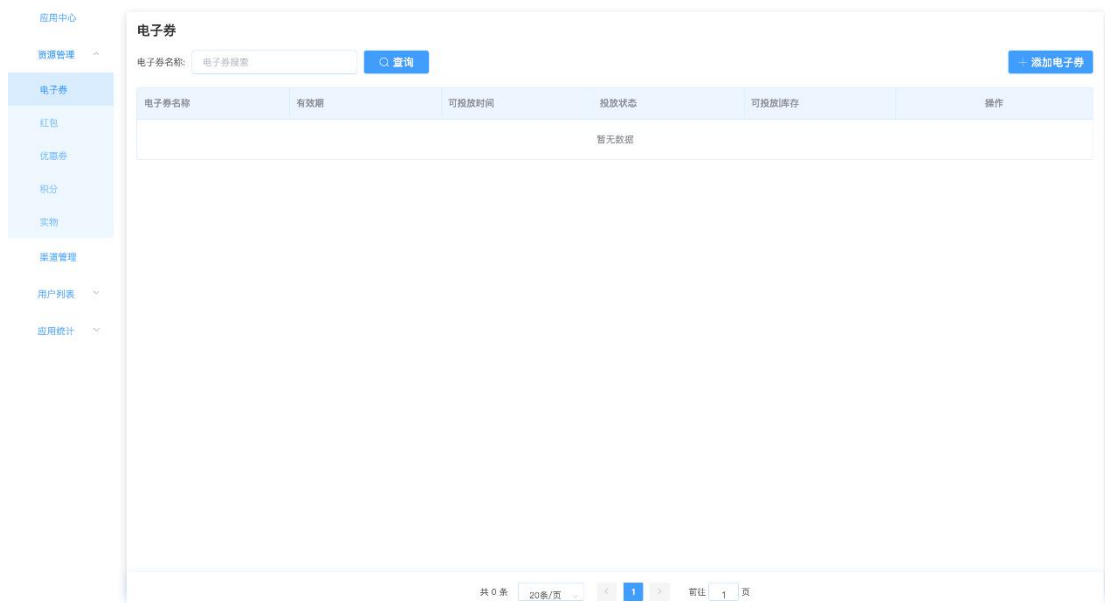
首页中，H5 互动管理下显示最近编辑过的活动，可在左侧导航进入渠道管理、用户列表、应用统计、资源管理，详见后文。

### 4.2 资源管理

在资源管理中，可创建电子券、红包（待开发）、优惠券、积分、实物奖品，创建好的奖品可投放到互动管理活动中。

#### 4.2.1 电子券





页面展示全部电子券奖品，可通过电子券名称进行查询；

列表字段：

- 电子券名称
- 有效期：电子券本身的有效期；
- 可投放时间：该电子券可投放于活动的有效时间；
- 投放状态：可投放、不可投放；
- 可投放/库存：前面的数字为可以投放于的数量，当活动结束后/关闭后，剩余奖品将释放回这里；后面的数字为现有实际库存，随着发放相应减少。
- 明细：为该奖品的具体领取情况

#### 明细

用户名	手机号	卡号	领取时间
平凡之路	13520194002	1000000022	2019.11.05 11:20:13
平凡之路	13520194002	1000000012	2019.11.05 13:56:40
泡泡	18210925681	1000000045	2019.11.05 16:32:55
平凡之路	13520194002	1000000023	2019.11.05 16:36:21
-	18310572311	1000000014	2019.11.05 17:18:24
uzdz	18410051997	1000000056	2019.11.05 18:24:04
小明	13522773597	1000000002	2019.11.05 20:27:10

- 编辑：点击后可进入该奖品的编辑页面；
- 库存详情：展示该奖品的投放情况

库存详情

事件名称	添加总数	本事件投放剩余
转盘抽奖红色115	20	18
七日签到活动111	4	4
七日签到活动-任明	1	1
转盘抽奖-回归测试	2	0
转盘抽奖-回归测试01	2	0
转盘抽奖释放	0	0
转盘抽奖释放	0	0
转盘抽奖-hong	4	4
七日签到活动899	3	3
七日签到活动	9	9
转盘抽奖-中奖次数	3	2
七日签到活动	12	12
转盘抽奖-中奖次数	3	3

- 删除：点击后可删除此奖品；
- 点击【添加电子券】

应用中心

资源管理

电子券

红包

优惠券

积分

实物

渠道管理

用户列表

应用统计

创建电子券

\* 电子券名称: 奖品名称不能重复, 并且不能超过10个字

\* 可投放时间: 请选择 至 请选择

\* 有效时间: 请选择 至 请选择

\* 上传券码: 选择文件

提示: CSV格式每次最多导入10000条记录, 下载【示例】

\* 列表图片: 

+

300\*300像素, 支持PNG、JPG格式, 小于50KB, 用于奖品列表, 中奖记录页面的展示

\* 详情图片: 

+

建议尺寸为850\*350像素, 支持PNG、JPG格式, 大小不超过2MB, 用详情页面的展示

详情说明: 电子券介绍, 不填写则不展示

保存 取消

本页面除详情说明，均为必填项。其中列表图片、详情图片、详情说明将具体展示在 C 端 互动活动/中奖礼品/我的奖品中。

4.2.2 优惠券

76

优惠券管理

优惠券名称

可输入优惠券名称

优惠券类型

全部

查询

创建优惠券

券ID	优惠券名称	券类型	有效期	已领取/发放	已核销	库存	投放状态	创建人	创建时间	操作
暂无数据										

共 0 条

20条/页

< 1 >

前往 1 页

点击【创建优惠券】

创建优惠券

基础设置

\* 优惠券名称

\* 券渠道

CRM优惠券

请选择

\* 总库存

1000000

\* 每人限领

1

张

最小值为1，最大50

优惠信息

\* 优惠券类型

代金券

折扣券

通用券

\* 优惠券有效期

固定有效期

滚动有效期

开始日期

结束日期

取消

保存

本页面均为必填项，其中优惠券类型有三种

➤ 代金券

\* 优惠券类型 ☒ 代金券 ☐ 折扣券 ☐ 通用券

使用条件: 消费金额满  元

减免金额  元

➤ 折扣券

\* 优惠券类型 ☐ 代金券 ☒ 折扣券 ☐ 通用券

使用条件: 消费金额满  元

折扣额度:  折

优惠上限: 最多优惠  元

➤ 通用券

## 4.2.3 积分

积分

积分名称:

积分名称	可投放时间	积分值	投放状态	可投放/库存	操作
100积分	2019.11.05 00:00:00 – 2020.02.29 00:00:00	100	可投放	449998   502996 <a href="#">🔗</a>	<a href="#">明细</a> <a href="#">编辑</a> <a href="#">库存详情</a> <a href="#">删除</a>
50积分	2019.11.05 00:00:00 – 2020.02.29 00:00:00	50	可投放	3494   7989 <a href="#">🔗</a>	<a href="#">明细</a> <a href="#">编辑</a> <a href="#">库存详情</a> <a href="#">删除</a>
10积分	2019.11.05 00:00:00 – 2020.02.29 00:00:00	10	可投放	20004   69979 <a href="#">🔗</a>	<a href="#">明细</a> <a href="#">编辑</a> <a href="#">库存详情</a> <a href="#">删除</a>
100积分	2019.11.05 00:00:00 – 2020.02.29 00:00:00	100	可投放	448499   499998 <a href="#">🔗</a>	<a href="#">明细</a> <a href="#">编辑</a> <a href="#">库存详情</a> <a href="#">删除</a>
100积分	2019.11.08 00:00:00 – 2020.02.29 00:00:00	100	可投放	49997   49997 <a href="#">🔗</a>	<a href="#">明细</a> <a href="#">编辑</a> <a href="#">库存详情</a> <a href="#">删除</a>
100积分	2019.11.12 00:00:00 – 2020.02.29 00:00:00	100	可投放	997   9997 <a href="#">🔗</a>	<a href="#">明细</a> <a href="#">编辑</a> <a href="#">库存详情</a> <a href="#">删除</a>

共 6 条
20条/页
1
前往 1 页

列表页同电子券，略。

点击【添加积分】

创建积分

\* 积分名称:

\* 奖励分值:

\* 添加数量:

\* 可投放时间:  至

\* 列表图片: 

+

300\*300像素, 支持PNG、JPG格式, 小于50KB, 用于奖品列表, 中奖记录页面的展示

\* 详情图片: 

+

建议尺寸为850\*350像素, 支持PNG、JPG格式, 大小不超过2MB, 用详情页面的展示

详情说明:

本页面除详情说明，均为必填项。其中列表图片、详情图片、详情说明将具体展示在 C 端互动活动/中奖礼品/我的奖品中，其中奖励分值为单个奖品的积分数量。

### 4.2.4 实物

实物					
实物名称: <input type="text" value="实物搜索"/>		<input type="button" value="查询"/>		<input type="button" value="+ 添加实物"/>	
实物名称	有效期	可投放时间	投放状态	可投放/库存	操作
华为耳机	2019.11.08 00:00:00 – 2020.01.31 00:00:00	2019.11.05 00:00:00 – 2020.02.29 00:00:00	可投放	2   6 <a href="#">🔗</a>	<a href="#">明细</a> <a href="#">编辑</a> <a href="#">库存详情</a> <a href="#">删除</a>
美的智能电饭锅	2019.11.08 00:00:00 – 2020.01.31 00:00:00	2019.11.05 00:00:00 – 2020.02.29 00:00:00	可投放	15   40 <a href="#">🔗</a>	<a href="#">明细</a> <a href="#">编辑</a> <a href="#">库存详情</a> <a href="#">删除</a>
天猫精灵	2019.11.08 00:00:00 – 2020.01.31 00:00:00	2019.11.05 00:00:00 – 2020.02.29 00:00:00	可投放	138   388 <a href="#">🔗</a>	<a href="#">明细</a> <a href="#">编辑</a> <a href="#">库存详情</a> <a href="#">删除</a>
400克有机奶粉	2019.11.08 00:00:00 – 2020.01.31 00:00:00	2019.11.05 00:00:00 – 2020.02.29 17:47:36	可投放	299   1010 <a href="#">🔗</a>	<a href="#">明细</a> <a href="#">编辑</a> <a href="#">库存详情</a> <a href="#">删除</a>
共 4 条 <input type="text" value="20条/页"/> <input type="button" value="1"/> <input type="button" value="前往"/> <input type="text" value="1"/> 页					

列表页同电子券，略。  
点击【添加实物】

创建实物

\* 实物名称:

\* 可投放时间:

至

\* 有效时间:

至

\* 添加数量:

兑奖方式: 线上邮寄发放

\* 列表图片: 

+

300\*300像素，支持PNG、JPG格式，小于50KB，用于奖品列表，中奖记录页面的展示

\* 详情图片: 

+

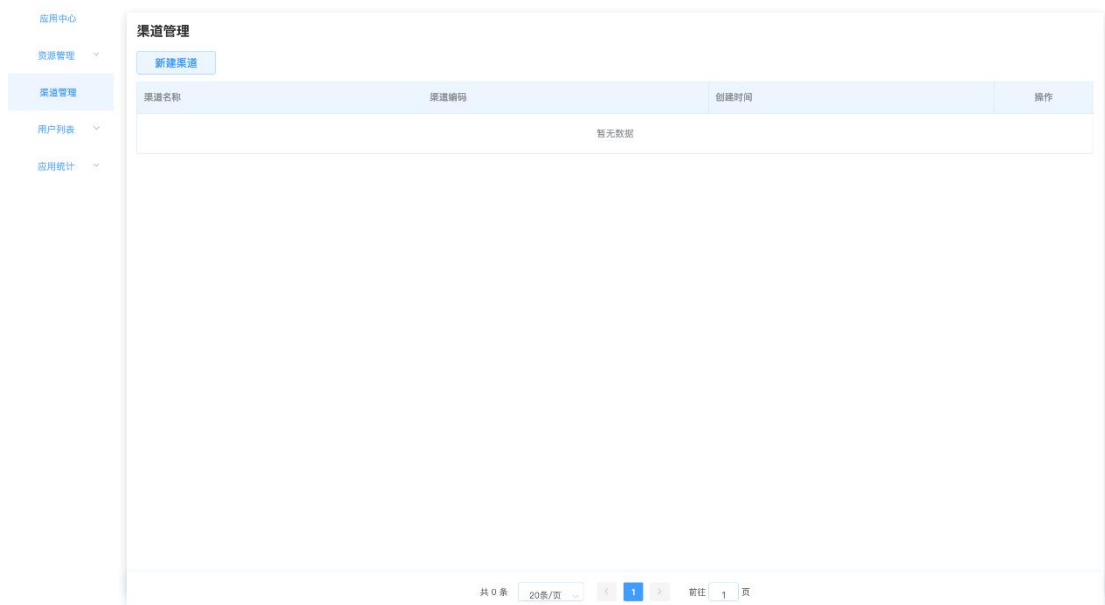
建议尺寸为850\*350像素，支持PNG、JPG格式，大小不超过2MB，用详情页面的展示

详情说明:

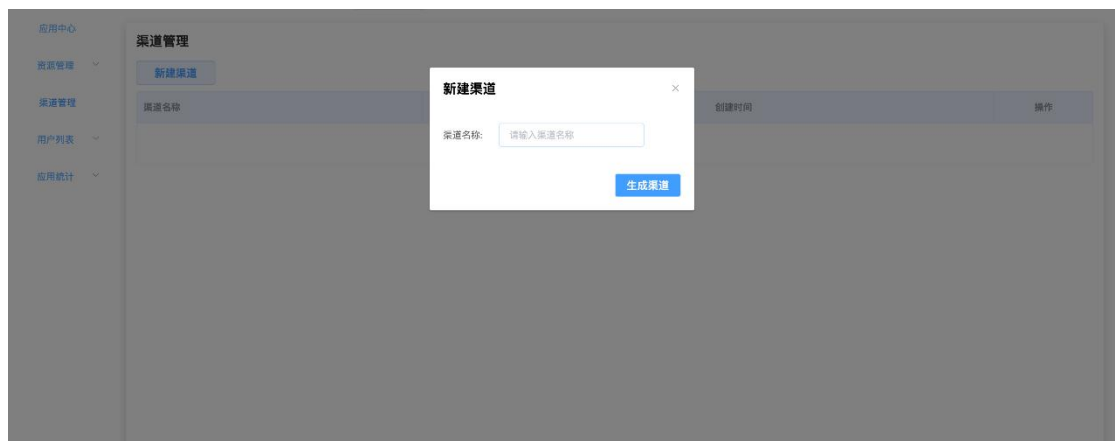
本页面除详情说明，均为必填项。其中列表图片、详情图片、详情说明将具体展示在 C 端互动活动/中奖礼品/我的奖品中，用户在活动里中奖后需要填写收货信息，收货信息展示在互动管理-奖品邮寄中，详见后章。

## 4.3 渠道管理

80



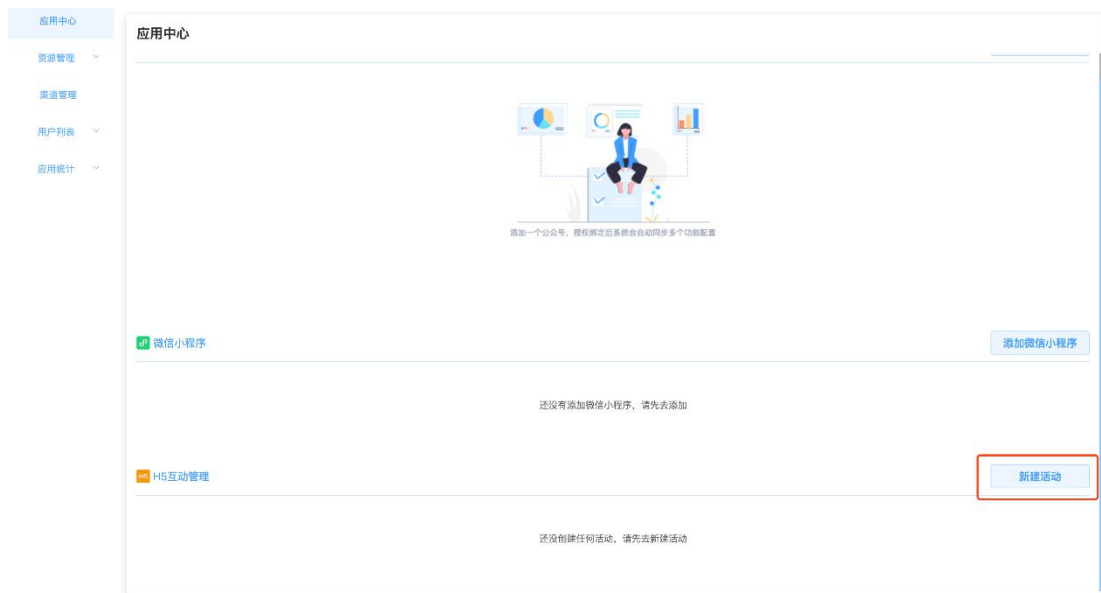
点击【新建渠道】，输入名称后点击【生成渠道】，渠道新建成功，渠道生成后无法删除。



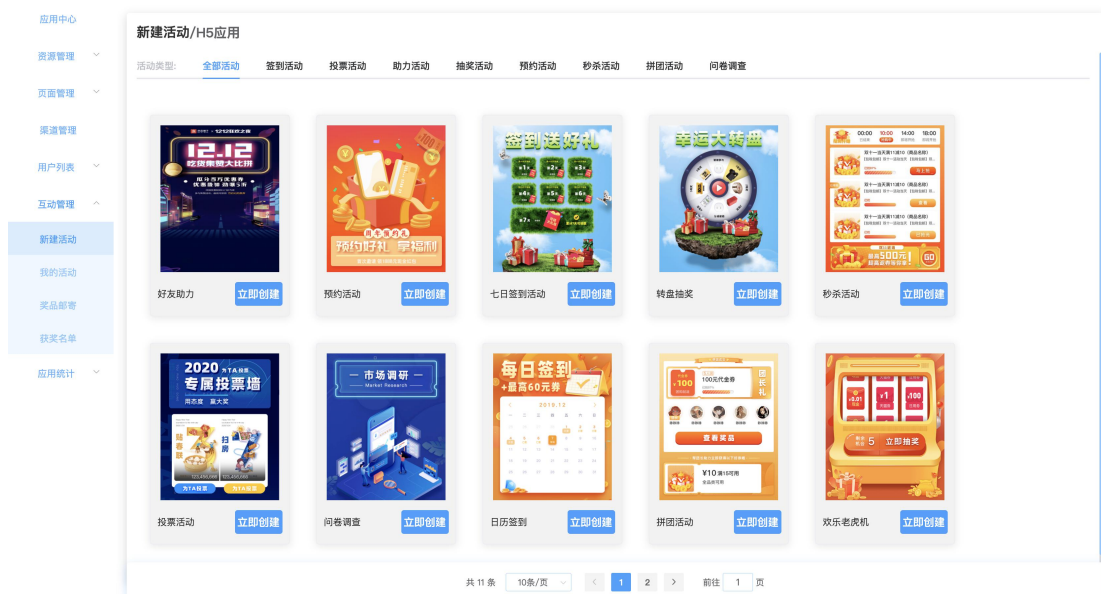
生成后，列表展示全部渠道，具体包含渠道名称、渠道编码、创建时间，点击【编辑】可对渠道名称进行重置。

## 4.4 互动管理

### 4.4.1 新建活动



在首页点击【新建活动】后进入到活动列表页

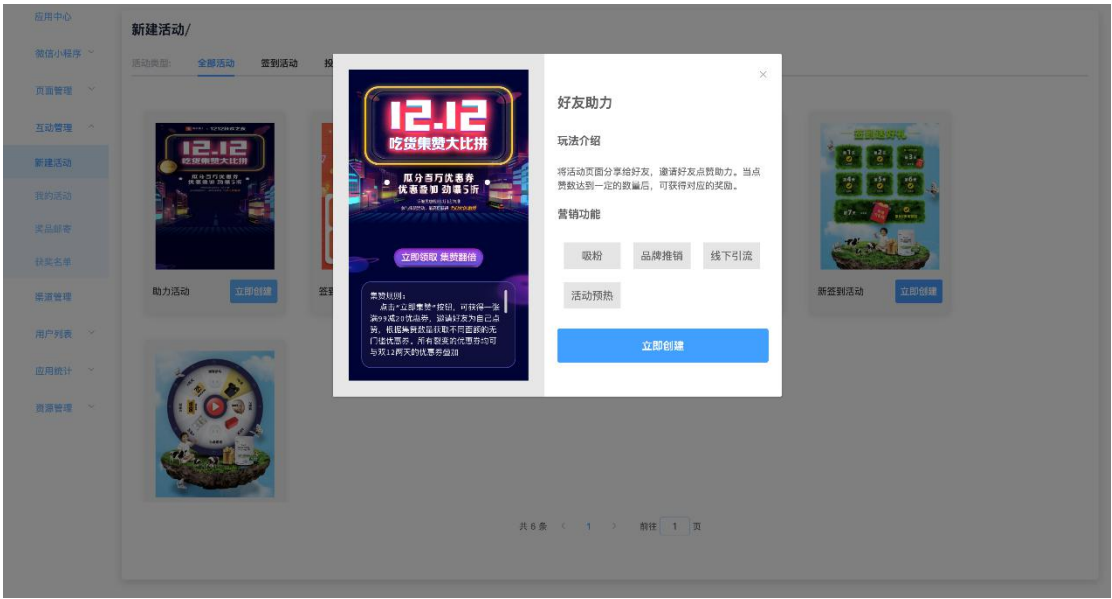


当鼠标悬浮于活动图片，会出现活动的预览二维码，可供扫描体验。

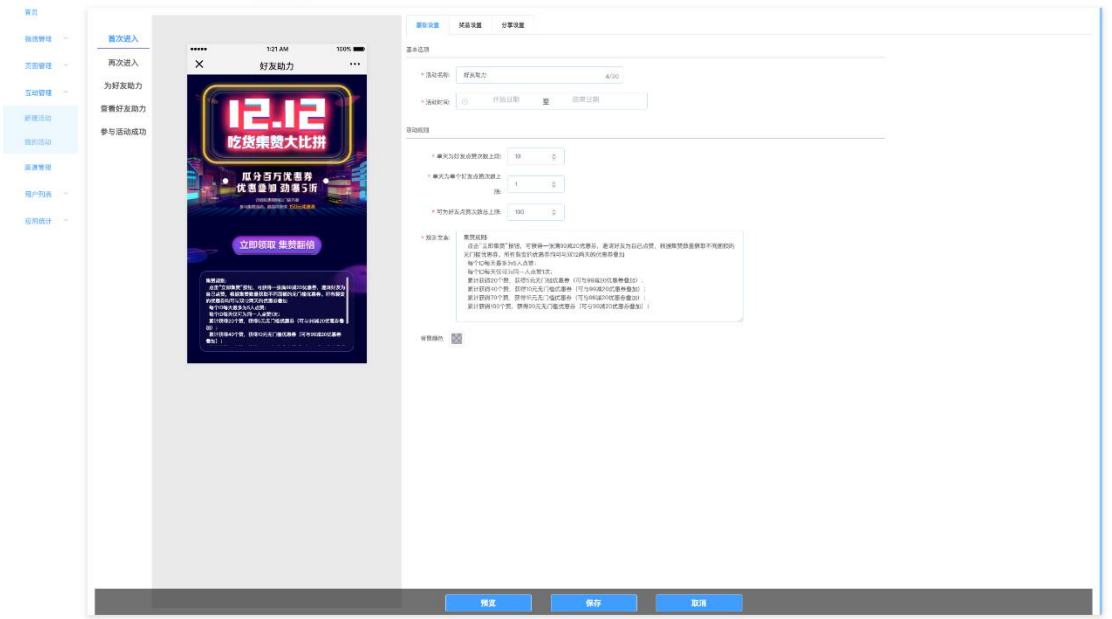
#### 4.4.1.1 助力活动

在活动列表页点击【立即创建】弹出助力活动创建弹窗





## ■ 基础设置

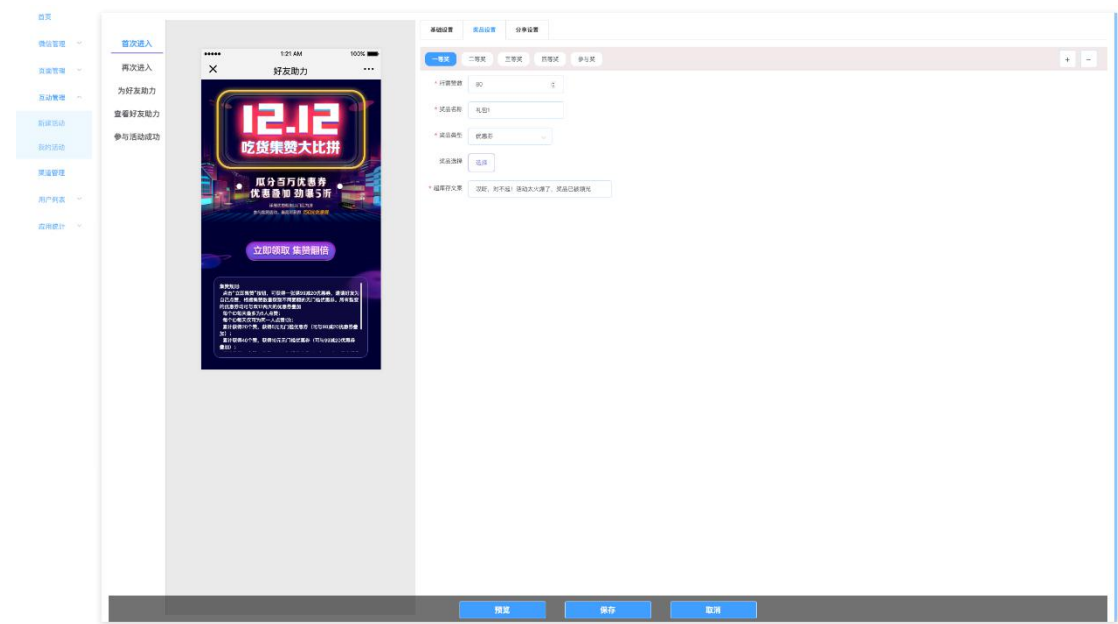


### -配置项说明

配置选项	说明
基础选项	
活动标题	必填，30 字以内
活动时间	两个时间一次性设置，精确到秒
优惠券渠道	下拉框，默认为微信小程序、支付宝小程序、其他

活动规则	
单天可点赞总数上线	输入框，默认数值
单天为单个好友点赞次数上线	输入框，默认数值
活动期间可为好友点赞总次数上限	输入框，默认数值
规则文案	客户自行填写，可设置背景颜色、背景透明度

## ■ 奖品设置



配置选项	说明
所需赞数	需要用户为每一种奖品所需赞数进行设置，高等级的奖品所需点赞数量要高于低等级的奖品
奖品等级	<p>一共有 8 个等级的奖品，分别为：一等奖、二等奖、三等奖、四等奖、五等奖、六等奖、七等奖、参与奖。</p> <p>参与奖为固定的，其他奖品可以一次通过点击“+”来进行增减，最多增至七等奖，最少减至一等奖。</p> <p>参与奖一直处于所有奖品的末端，同样可以通过点击进行相应设置。</p>
奖品类型	奖品的类型可以在选中后进行相应的配置
奖品选择	点击选择奖品
超库存文案	此项为超库存时对用户的提示：“哎呀，太火爆了，奖品已领完”

## ■ 分享设置



可对图标、标题、内容进行自定义配置。

## ■ 页面配置

页面左侧，可通过切换 **tab** 配置不同页面，以下页面可根据品牌、活动风格上传图片替换原有元素：首次进入、再次进入、为好友助力、查看好友助力、参与活动成功，可根据品牌、活动风格上传图片替换原有元素。

### 4.4.1.2 签到活动

在活动列表页点击【立即创建】弹出七日签到创建弹窗



点击立即创建进入配置页面

## ■ 基础配置

基本选项：活动名称、活动时间；

活动规则：

-活动文案：此处内容将展示在活动说明页面；

-补签说明：补签的类型只有一种，邀请助力补签

允许补签的天数，为就当前时间而言，前多少天范围内可补签；额外获得的补签机会，在活动时间内，长期有效填写数字需为正整数，否则给出相应的错误文本提醒。

-补签限制：

(1) 在活动时间内，用户最多可补签的次数。补签限制的次数大于等于用户每天最多可获得的补签机会；同时补签限制的次数应大于或等于允许补签的天数。当用户补签次数达到上限，不可再额外获得补签机会。

(2) 当补签限制次数小于允许补签的天数，给出气泡弹窗提醒，文本为“补签限制的次数值应大于允许补签的天数值”，停留时长 4 秒；

(3) 当补签限制次数值小于每最多获得的补签机会值，给出气泡弹窗提醒，文本为“补签限制的次数值应大于每天最多获得的补签机会数值”，停留时长 4 秒。

-好友助力补签规则：

(1) 当天只要邀请者的分享给助力者的链接,被助力者的第一次打开记为 1 次,其余再次打开,不记录助力次数中

(2) 同一位好友助力者,每一天只能给同一邀约者助力 1 次.之后的邀约者再次打开,不算做 1 次

(3) 一次分析分享链接只有被第一才打开的时候会进行是否+1 的判力操作.之后再一次啊打开不会有助力的机会

(4) 当分享的链接未被打开的情况下,被助力邀约者转发分享给其他人,其他人的第一次打开算在第一邀约人的次数上

(5) 不是通过助力分享按钮进行的触点分享,均不算助力分享,不给予助力奖励

(6) 额外获得的补签次数,一直有效

## ■ 派发设置



累计签到奖励:

- 点击删除图片按钮，删除添加的累计奖励规则；
  - 点击添加图片按钮，添加累计的奖励规则；
  - 添加的累计规则,对应展示在奖品设置中,添加累计奖品
  - 累计奖品跟每日签到的奖品不冲突,叠加领取
  - 累计添加的规则，第二条要的次数要大于第一条
- 条件:

- 添加的规则，累计次数不能相同添加的累计次数的范围： $0 < \text{累计次数} < 7$
- 最多添加 3 条累计规则

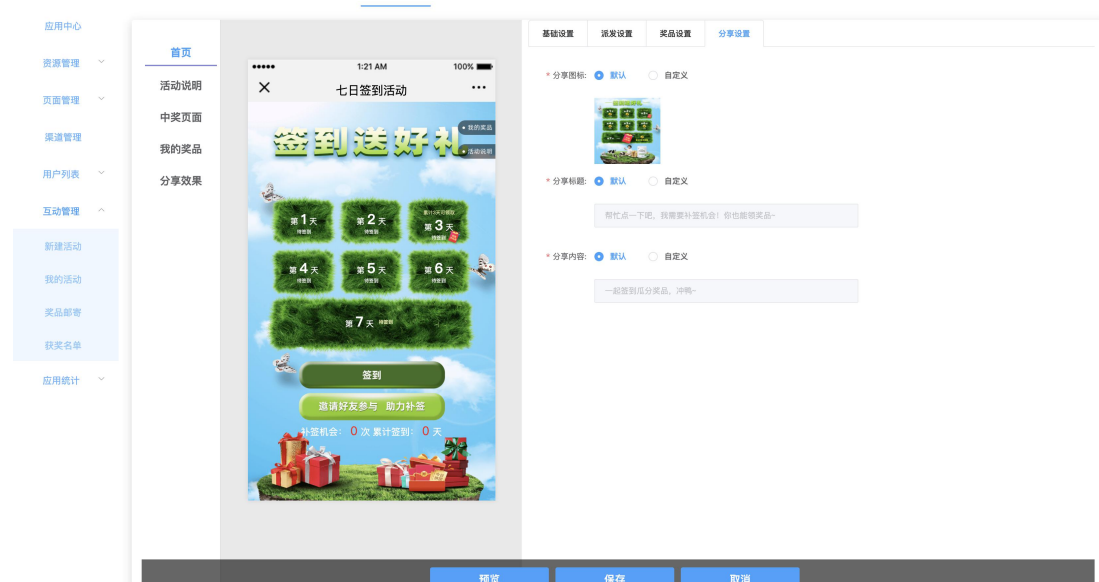
## ■ 奖品设置



这里需要对每日签到奖品、累计签到奖品分别设置:

- 根据派发设置选择累计签到奖励规则，奖品设置中包括每日签到奖励和累计签到奖励两种
- 每天签到的奖品设置 中 有是否添加奖品选项，选择开启进行奖品的添加；选择关闭不需添加奖品。
- 添加的累计签到奖励规则次数跟所添加的奖品要对应
- 添加的奖品数量要小于奖品的库存数量

## ■ 分享设置



可选择默认/自定义。

- 设置分享出去的实例图标；
- 设置分享标题最多 30 字；
- 设置分享内容描述最多 100 字。

## ■ 页面配置

页面左侧，可通过切换 **tab** 配置不同页面，以下页面可根据品牌、活动风格上传图片替换原有元素：首页、活动说明、中奖页面、我的奖品、分享效果。

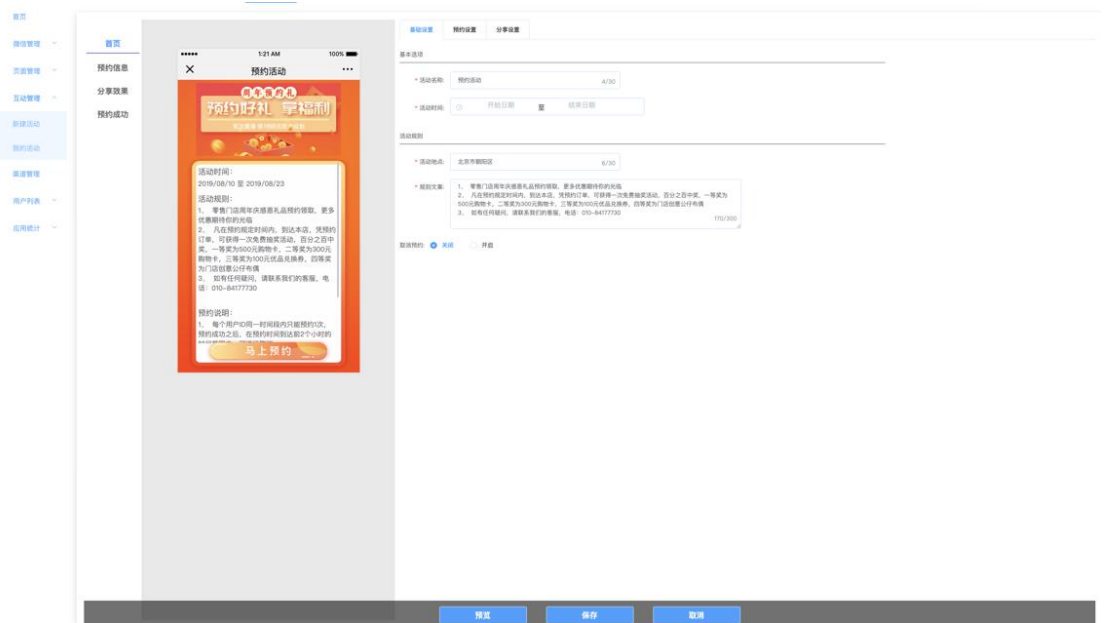
### 4.4.1.3 预约活动

点击立即创建弹出预约活动创建弹窗



点击立即创建进入预约活动设置页面

## ■ 基础设置



-活动时间点击选择开始至结束时间。

-活动名称，不能超过 30 字符

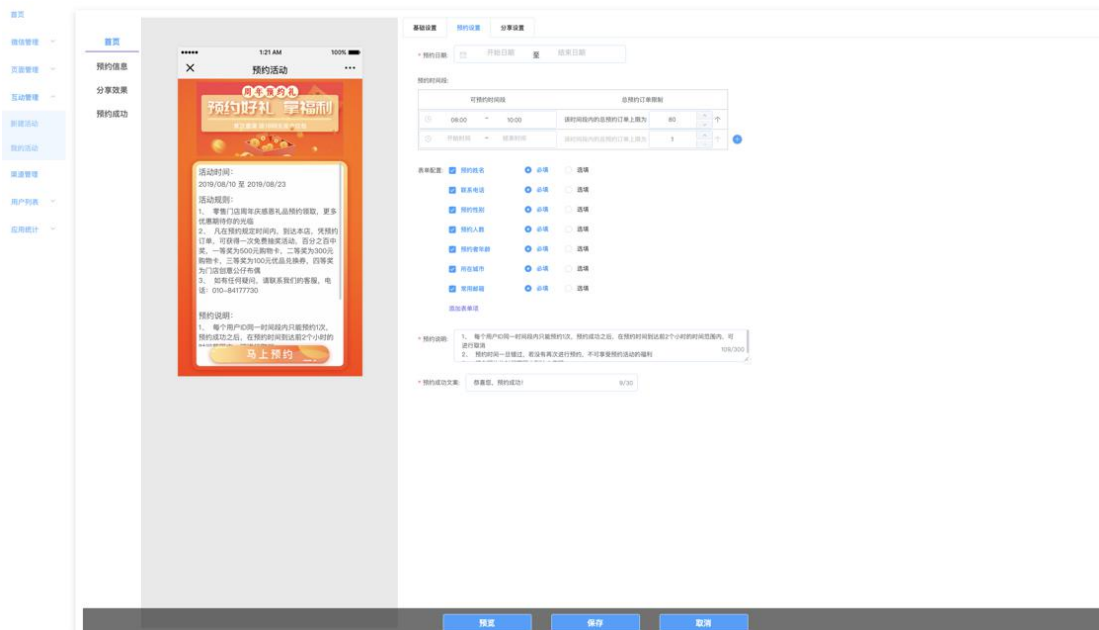
-取消预约，为单选。关闭 状态下，用户不可取消；开启状态下，需要填写具体允许的取消时间范围。时间填写为小时数。

-活动地点，单行输入不超过 30 字

-规则文案，多行输入。

## ■ 预约设置





- 预约日期是指允许预约的开始和结束日期 和活动日期并不同 需要在活动日期的时间范围内
- 预约时间段可以设置多个时间段用来让用户选择预约时段, 并且可以设置预约时段的人数限制
- 表单配置可以选择需要用户预约填写的信息, 可以选择选填和必填
- 点击添加表单可以添加新的字段但是只能以输入框输入的形式 没有选项
- 预约说明可填写预约条件的说明内容
- 预约成功文案在预约成功后弹出提示

#### ■ 分享设置

同上, 略。

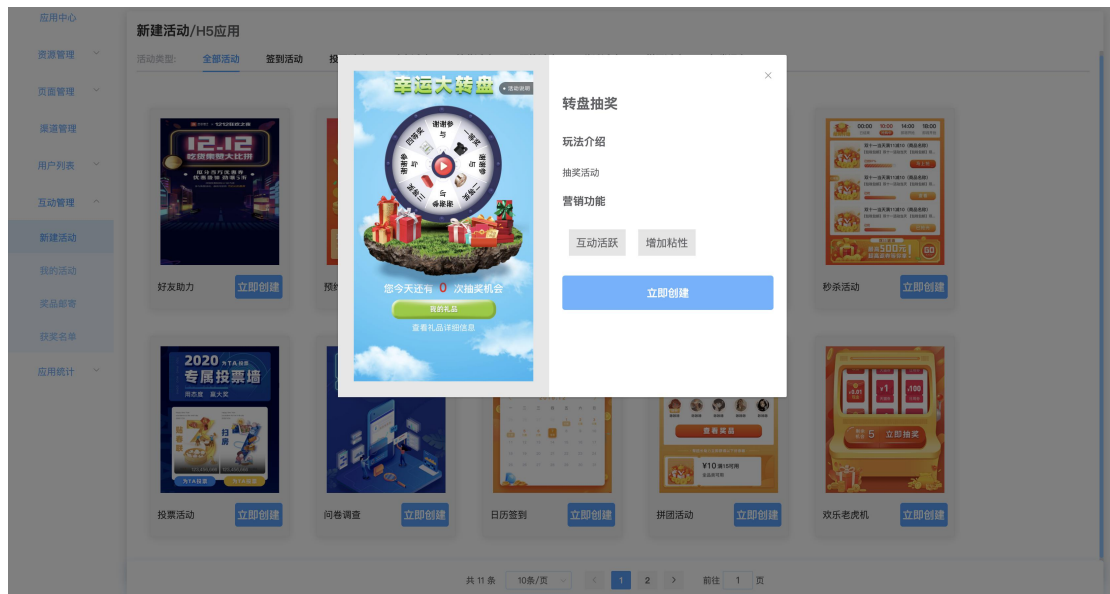
#### ■ 页面配置

页面左侧, 可通过切换 **tab** 配置不同页面, 以下页面可根据品牌、活动风格上传图片替换原有元素: 首页、预约信息、分享效果、预约成功。

### 4.4.1.4 抽奖活动

在活动列表页点击【立即创建】弹出抽奖活动弹窗





点击立即创建进入抽奖设置页面

## ■ 基础设置



要点说明：

-单人总抽奖机会，为活动期间单个用户的总抽奖的次数

-每天抽奖机会，为活动期间单个用户的每天可以抽奖的次数；原则上每天抽奖机会 $\leq$ 单人总抽奖机会

-助力类型：

选择关闭，C 端活动首页无助力类型；

选择分享助力，C 端活动首页会适配助力抽奖机会。分享助力获得的机会属于额外的抽奖机会，不计算在单人总抽奖机会、每天抽奖机会的中，是额外独立的；

-邀请助力抽奖规则说明：

当天只要邀请者的分享给助力者的链接,被助力者的第一次打开记为 1 次,当天的分享助力链接的助力只有当天有效,当天的时间为 00:00 到明天的 00:00;

同一位好友助力者,每一天只能给同一邀约者助力 1 次.当天同一助力者再次打开,不记录助力次数中;  
一次分析分享链接只有被助力者第一才打开的时候会进行是否+1的判力操作.之后再一次打开不会有助力的机会;  
当分享的链接未被打开的情况下,被助力邀约者转发分享给其他人,其他人的第一次打开算在第一邀约人的次数上;  
不是通过助力分享按钮进行的触点分享,均不算助力分享,不给予助力奖励;  
额外获得的抽奖次数,一直有效,当有额外的机会没有使用,累计到第二天使用,优先使用额外的机会。

■ 派发设置



中奖概率规则

-抽奖模式，按概率发

-中奖概率的设置，分为默认概率发放，自定义单个奖项中奖概率两种

-选择了默认概率发放，在设置奖品的时候，用户不能设置单个奖品的概率，此时单个奖品的中奖概率为系统默认值。

-点击查看规则按钮,弹出默认规则弹窗蒙层页面,规则弹窗垂直居中显示。

默认规则：



固定将转盘均匀的分为八份，每个奖项所占比为八分之一，假设设置了 **N** 个奖项(**N** 不小于 4,不大于 8),则所设总奖项占轮盘比例为 **N** 乘以八分之一.根据所设置的奖项的奖品数量总和为基数设为 **B**，计算具体每个奖项所设置的奖品数量为 **A**,则每个奖项所设置的奖品数量所占奖品总数量的百分比为 **A/B**。每个奖项的中奖概率为 **N/8** 乘以 **A/B**。

举例：假设设置了 4 个奖项，且每个奖项下的奖品数量均为 10，则奖品的总数量为 40。每个奖项的概率计算公式为  $4/8 * 10/40 = 0.125$ ,所以每个奖项的中奖为 12.5%

-选择自定义单个奖项中奖概率，在奖品设置中，用户需要手动设置单个奖品的概率。

注:  $0\% < \text{单个奖项中奖概率} \leq 100\%$  ,多个单个奖项中奖概率之和  $\leq 100\%$ 。当在添加奖项概率时，若多个单个奖项中奖概率之和  $> 100\%$ ,出现"多个奖项中奖概率之和超过 100%,请重新设置中奖概率"的提示,否则在活动不能添加成功

-奖品分期投放

按照活动时长，分期时间的选择，把奖品均匀的放在每个分期时间段中

- 活动时长为活动开始时间到活动结束时间

规则：选择您要分期投放的周期后，系统将会自动将奖品平均分配，然后每隔一个周期就投放一批奖品，用户抽奖时根据中奖率判断是否中奖.如果这段时间内奖品抽完则继续抽奖不会中奖，直到下一个周期补充奖品。如果这段时间内奖品没被抽完,则系统根据周期会再次进行奖品的平均分配。

- 规则描述

奖品分期投放公式：

活动时间内,活动时间总长度不是整时的情况下,向下取整.如 13.5 个小时,为 13 个小时，对于活动时间总时长不能被整除的情况,对于余数,为有一个独立余数时段。

- 1、在奖品不能被所划分的周期时间段整除的情况下，余数的奖品放在第一时间段内
- 2、奖品能够被时间段整除情况下,每段奖品数量为 **A**，对于余数时间，按照余数时间段所占

分期时间段的比例乘以每段分期的奖品数，向下取整,设为 **B**。如按照比例为 3.7 个奖品,向下取整为 3.然后 **A-B** 这一部分的奖品,放在第一时间段内进行投放。

■ 奖品设置



转盘固定分为 8 份，奖项最多设置 8 个。

商家选择了按概率发放，并选择中奖概率为按自定义单个奖项中奖概率的条件下，奖品设置中显示中奖率填写项

● 中奖概率

添加奖项的过程中, 若出现前面已选多个单个奖项的总概率 加 将要添加的奖项的中奖概率大于 100%，弹出"多个奖项中奖概率之和超过 100%,请重新设置中奖概率"的文本提示，活动不能添加成功。

中奖率数值的填写，不能超过两位小数

若添加的奖品的数量大于奖品的库存数量，给出气泡弹窗提醒，提示文本“奖品的数量大于实际库存值，请重新输入”

■ 分享设置

同上，略。

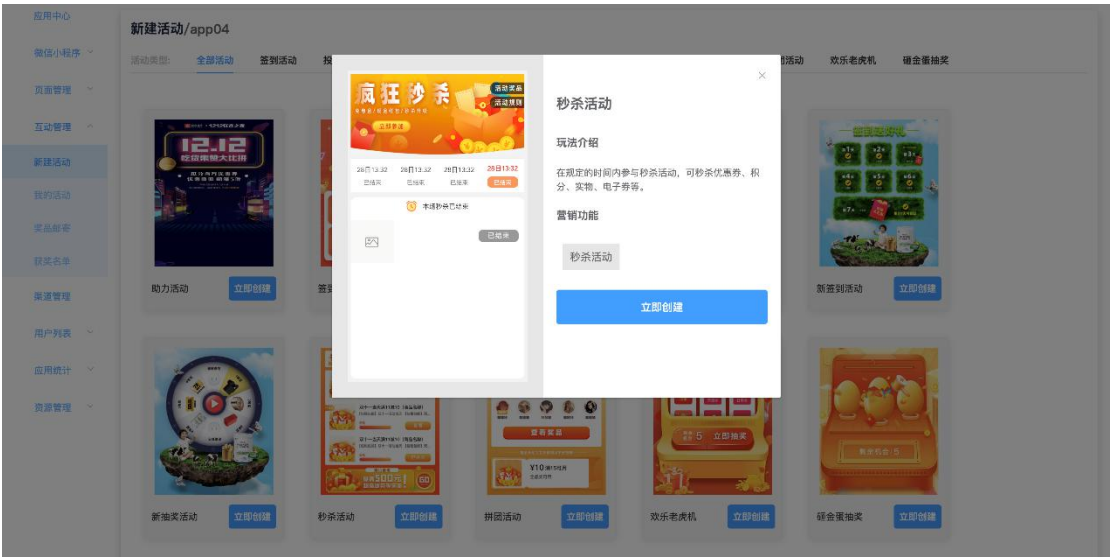
■ 页面配置

页面左侧，可通过切换 **tab** 配置不同页面，以下页面可根据品牌、活动风格上传图片替换原有元素：首页、活动说明、中奖页面、未中奖页、我的奖品、分享效果。

注：当活动设置的奖品全部抽光时，用户再点击抽奖，将会提示“来晚了，奖品已抢光”，并且抽奖次数会做相应的扣减。

4.4.1.5 秒杀活动

在活动列表页点击【立即创建】弹出秒杀活动创建弹窗

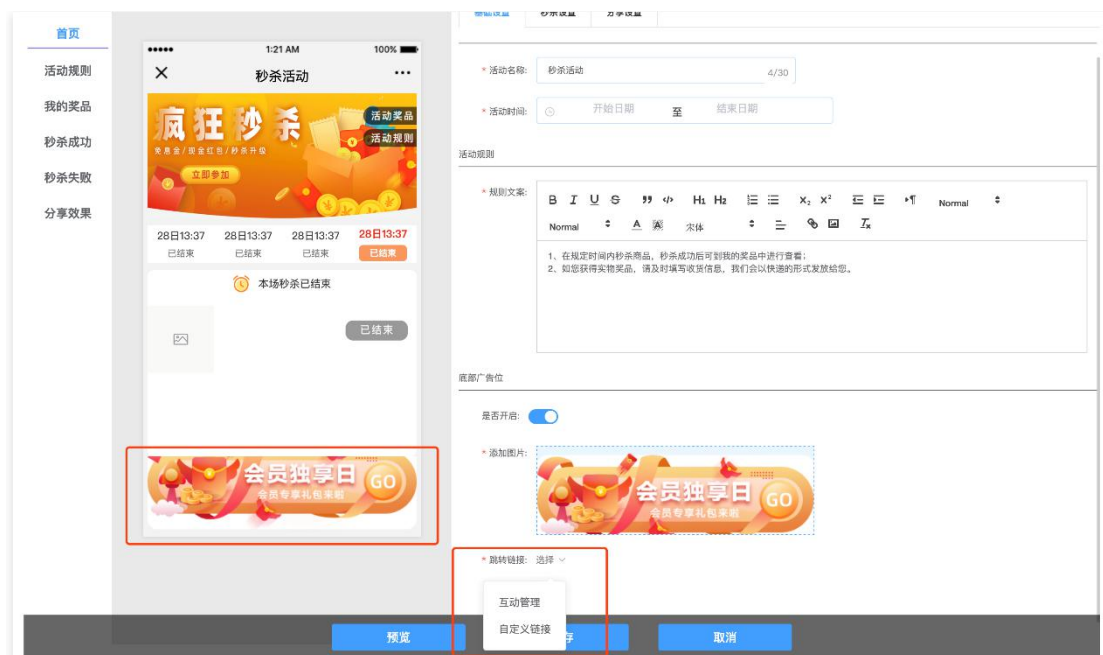


点击【立即创建】进入活动配置页面

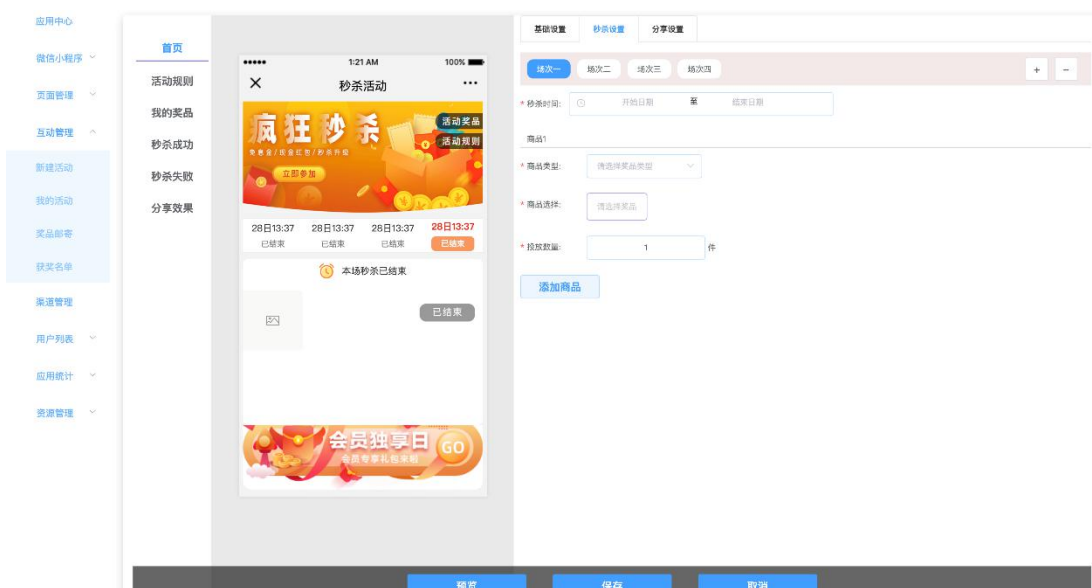
■ 基础配置



基本选项：活动名称、活动时间均为必填项；  
活动规则：规则文案可上传图片、修改文字样式，此处内容将体现在活动规则页面；  
底部广告位：默认关闭，开启后可上传图片，配置跳转链接（互动管理/自定义链接）。



## ■ 秒杀设置



- 1、场次：默认展示 4 个场次，可通过“+”、“-”进行增减；最多 6 场，再次点击“+”，提示文案：“当前已达最高场次数量限制”；最少 1 场，再次点击“-”，提示文案：“当前已减至最低场次数量限制”。
- 2、秒杀时间：即本场秒杀开始、结束时间，精确到时分秒，时间可选范围为基础设置中的活动时间；不同场次之间的秒杀时间不可重叠。
- 3、添加奖品：首先选择奖品类型，点击商品选择可选择在资源管理中创建的奖品，投放数量为该奖品投放于本次活动中的数量，活动结束后如奖品有剩余会自动释放至资源管理；每场秒杀最多添加 10 个奖品，最少 1 个。

## ■ 分享设置

同上，略。



## ■ 页面配置

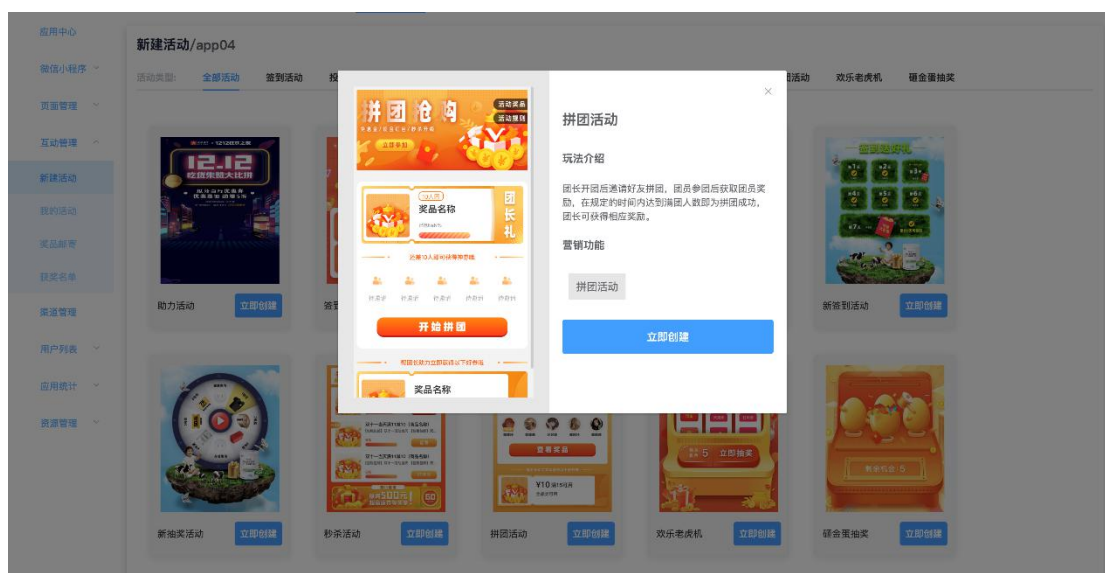
页面左侧，可通过切换 **tab** 配置不同页面，以下页面可根据品牌、活动风格上传图片替换原有元素：首页、秒杀成功、秒杀失败、分享效果。

### 4.4.1.6 拼团活动

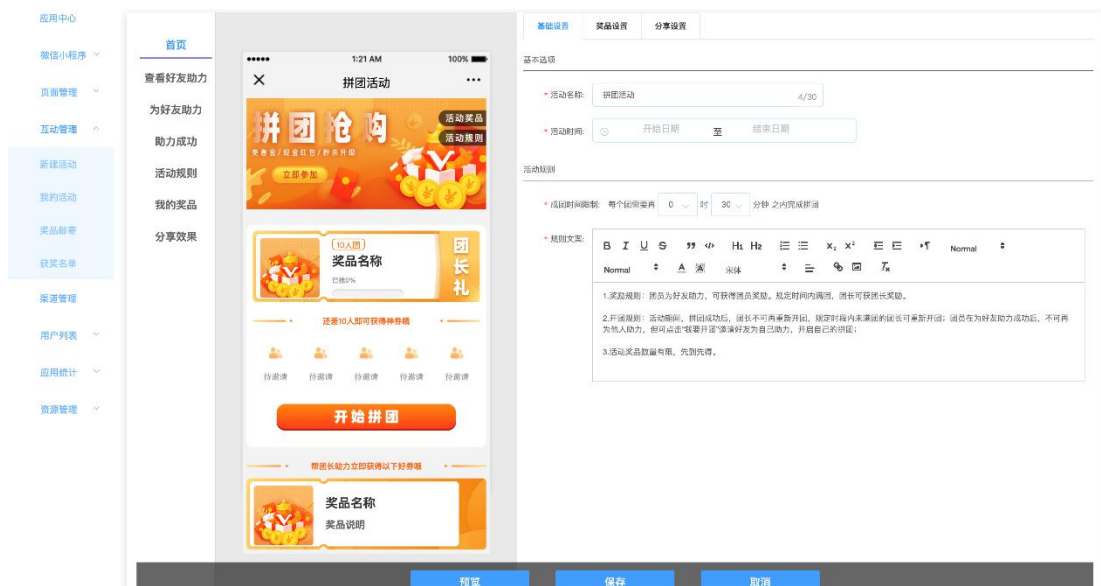
该活动的活动规则为：

- 1、团长开团成功后，邀请好友助力拼团，团员参团成功即可获得团员奖励，在规定的时间内达到满团人数，拼团成功，团长可获得团长奖励；
- 2、若在规定时间内未达到满团人数，团长可在活动结束前再次开团；拼团成功后，团长不可再次参与本活动；
- 3、团员在为好友助力成功后，不可再为他人助力，但可点击“我要开团”邀请好友为自己助力，开启自己的拼团；
- 4、本次活动奖品数量有限，参与者先到先得，团员参团成功而团员奖励已发放完毕时仍视为助力成功；当团长奖励发放完毕，不可拼团，已成团的团长无法获得奖励。

在活动列表页点击【立即创建】弹出拼团活动创建弹窗



点击【立即创建】进入活动配置页面

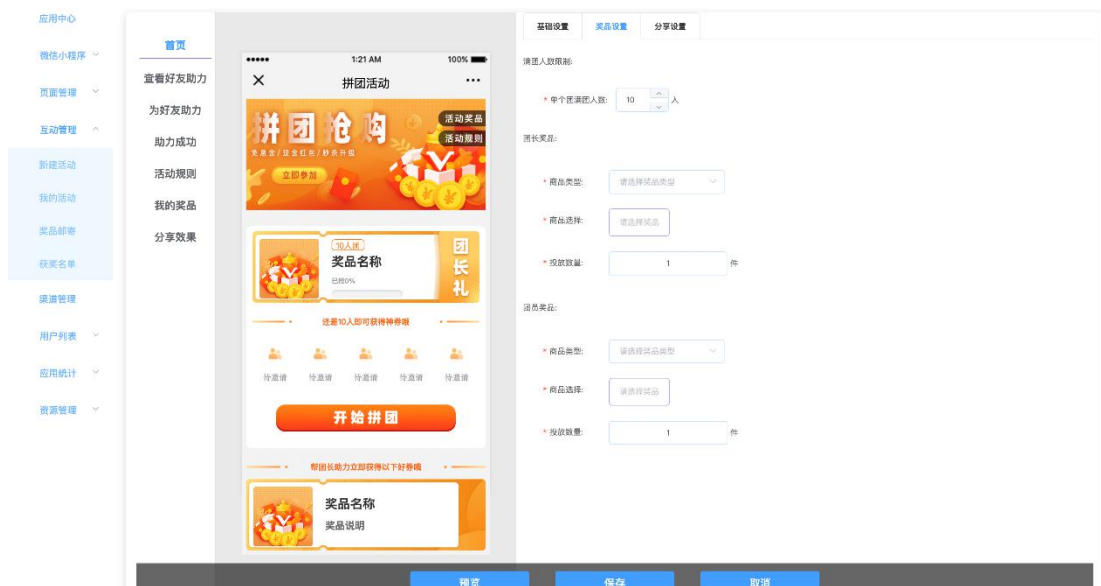


## ■ 基础设置

基本选项：活动名称、活动时间均为必填项；

活动规则：成团时间限制，即每个团需要在此时间内达到满团人数；规则文案可上传图片、修改文字样式，此处内容将体现在活动规则页面；

## ■ 奖品设置



满团人数限制：必填项，即规定时间内满团必须达到的人数，默认 10 人，最多可设置 20 人，最少 2 人。

团长奖品、团员奖品：奖品选择同上。

## ■ 分享设置

略。

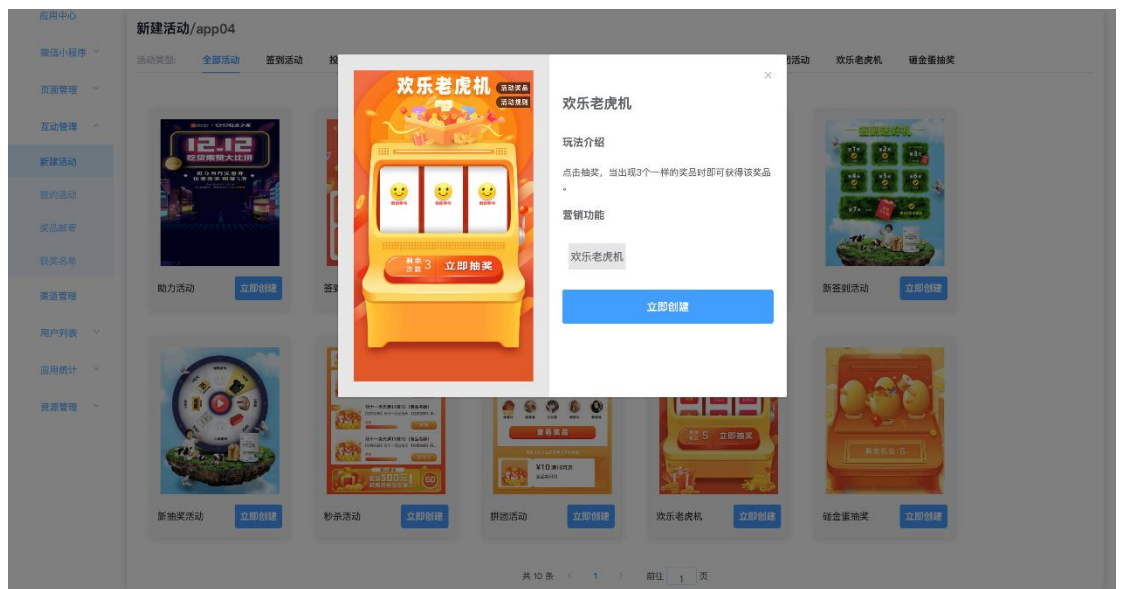
## ■ 页面配置



页面左侧，可通过切换 **tab** 配置不同页面，以下页面可根据品牌、活动风格上传图片替换原有元素：首页、查看好友助力、为好友助力、助力成功、分享效果。

### 4.4.1.7 欢乐老虎机

在活动列表页点击【立即创建】弹出欢乐老虎机活动创建弹窗



点击【立即创建】进入活动配置页面

#### ■ 基础配置



活动名称、活动时间、规则文案，同其他活动，此处略。  
参与机会：默认每人每天最多可参与 3 次，可进行数值的调整；  
积分兑换机会：默认关闭，开启后需设置每？积分可兑换？次抽奖，积分兑换的抽奖机会将优先于每日固定机会使用

\* 积分兑换机会: ☒

每  积分可兑换  次抽奖

## ■ 派奖设置

应用中心

微信小程序

页面管理

互动管理

新建活动

我的活动

奖品邮寄

获奖名单

渠道管理

用户列表

应用统计

资源管理

首页

活动规则

我的奖品

抽奖成功

未中奖页面

分享效果

基础设置

抽奖设置

奖品设置

分享设置

抽奖模式: 按抽奖次数 (在抽奖模式下, 活动参与者达到抽奖门槛后即可获得一次抽奖机会, 你可自由设置中奖概率以及每人最多中奖次数)

抽奖模式: 按抽奖次数

\* 中奖概率: ☒ 默认概率发放 ☐ 自定义概率 ☐ 自定义单个奖项中奖概率

\* 奖品分析报告: ☒ 关闭 ☐ 12小时 ☐ 24小时 ☐ 48小时

同抽奖活动, 略。

## ■ 奖品设置

应用中心

微信小程序

页面管理

互动管理

新建活动

我的活动

奖品邮寄

获奖名单

渠道管理

用户列表

应用统计

资源管理

首页

活动规则

我的奖品

抽奖成功

未中奖页面

分享效果

基础设置

抽奖设置

奖品设置

分享设置

奖品:

\* 商品类型: 选择奖品类型

\* 商品选择: 选择奖品

\* 投放数量: 1 件

添加奖品

最多可添加 10 个奖品。

## ■ 分享设置

略。

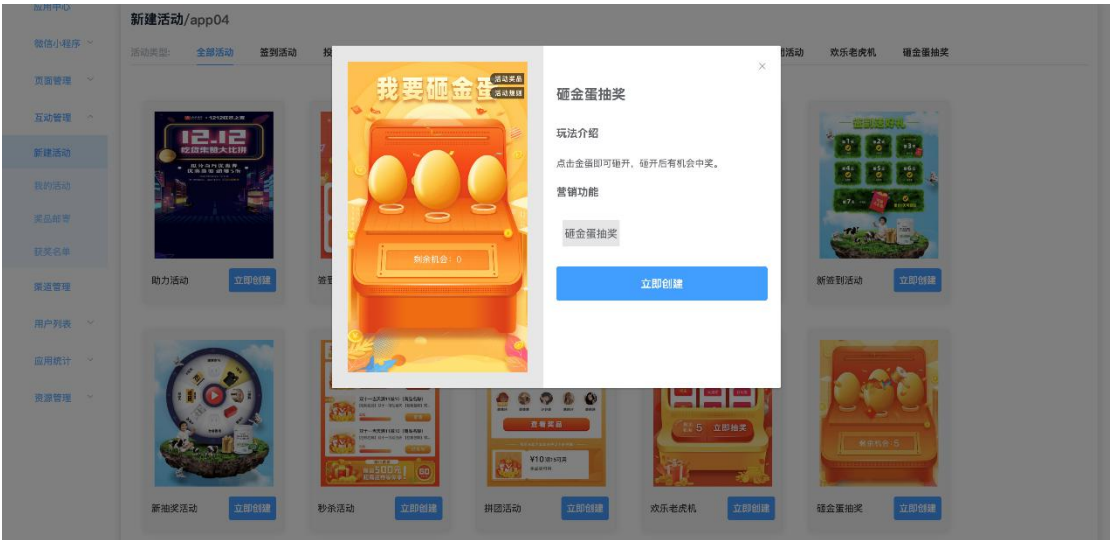
## ■ 页面配置

页面左侧，可通过切换 **tab** 配置不同页面，以下页面可根据品牌、活动风格上传图片替换原有元素：首页、抽奖成功、未抽奖页面、分享效果。

注：当活动设置的奖品全部抽光时，用户再点击抽奖，将只会抽到“未中奖”，并且抽奖次数会做相应的扣减。

#### 4.4.1.8 砸金蛋抽奖

在活动列表页点击【立即创建】弹出砸金蛋抽奖活动创建弹窗



点击【立即创建】进入活动配置页面

##### ■ 基础配置

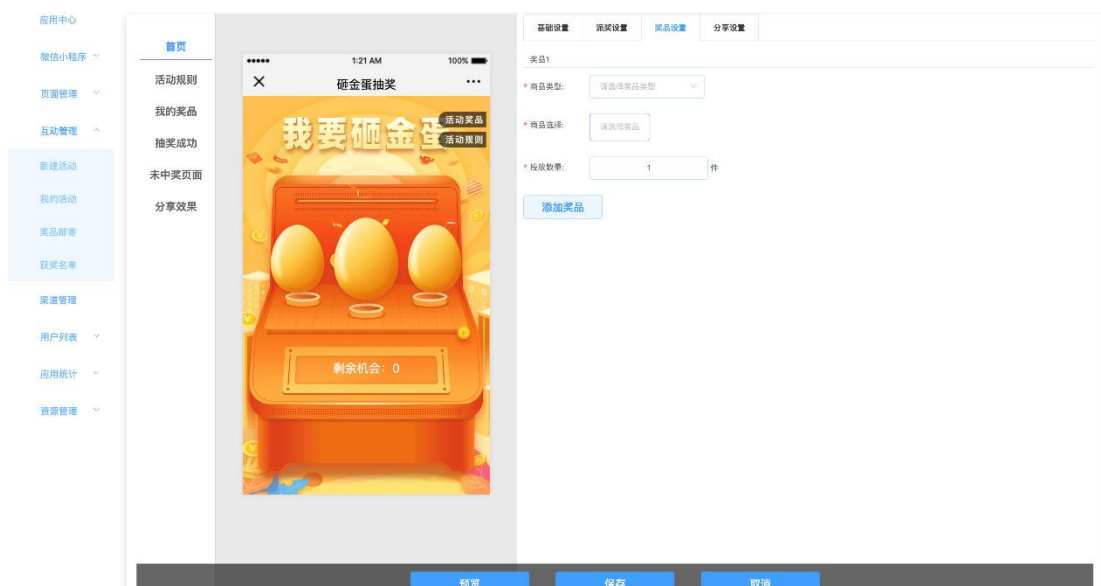


基础设置同老虎机活动，此处省略。

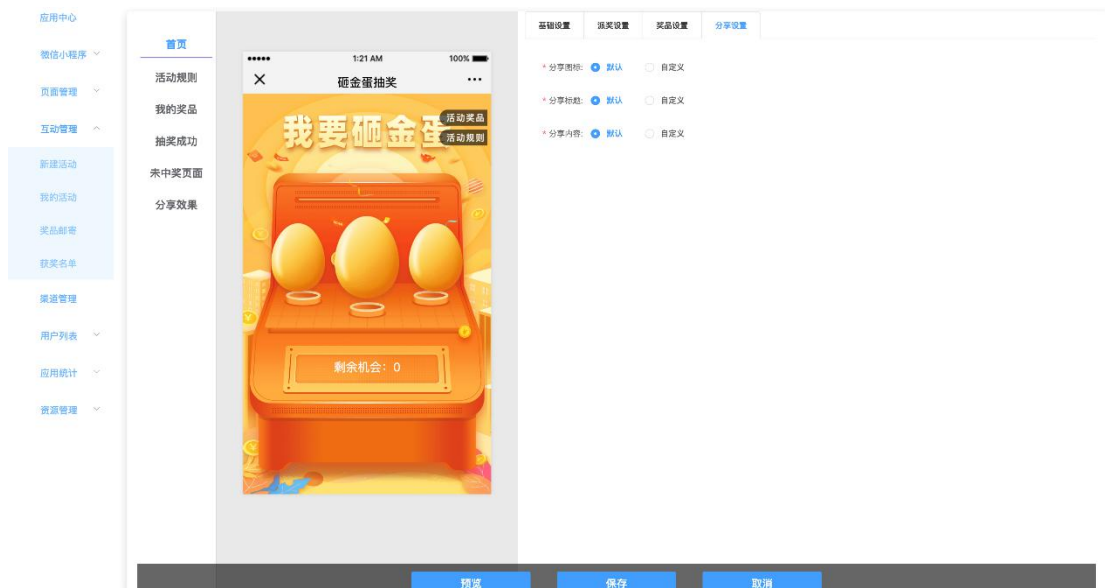
##### ■ 派奖配置



## ■ 奖品配置



## ■ 分享设置



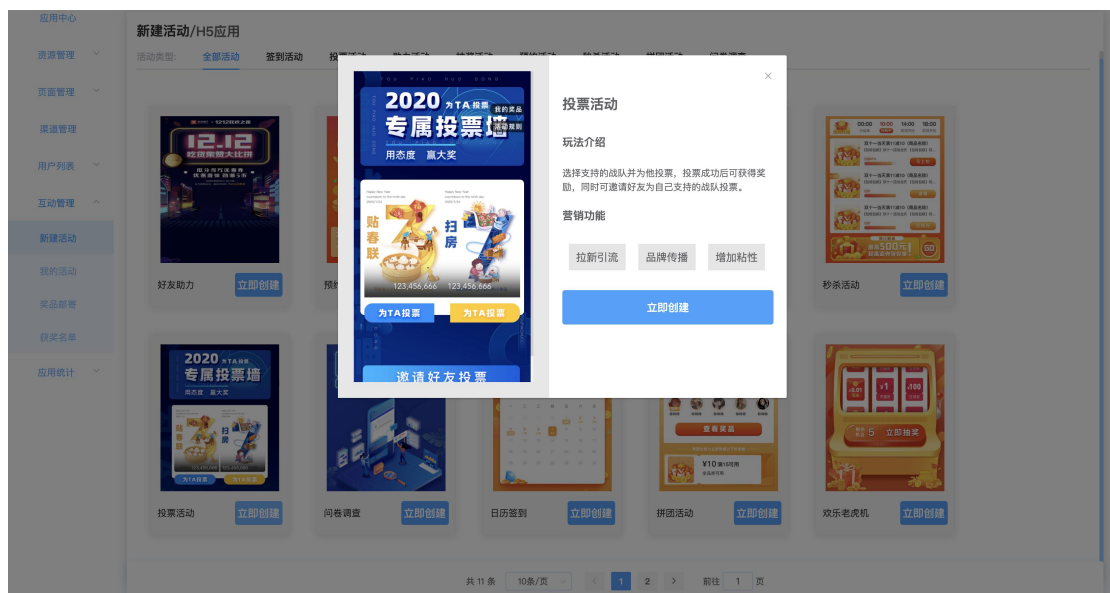
## ■ 页面配置

页面左侧，可通过切换 **tab** 配置不同页面，以下页面可根据品牌、活动风格上传图片替换原有元素：首页、抽奖成功、未抽奖页面、分享效果。

注：当活动设置的奖品全部抽光时，用户再点击抽奖，将只会抽到“未中奖”，并且抽奖次数会做相应的扣减。

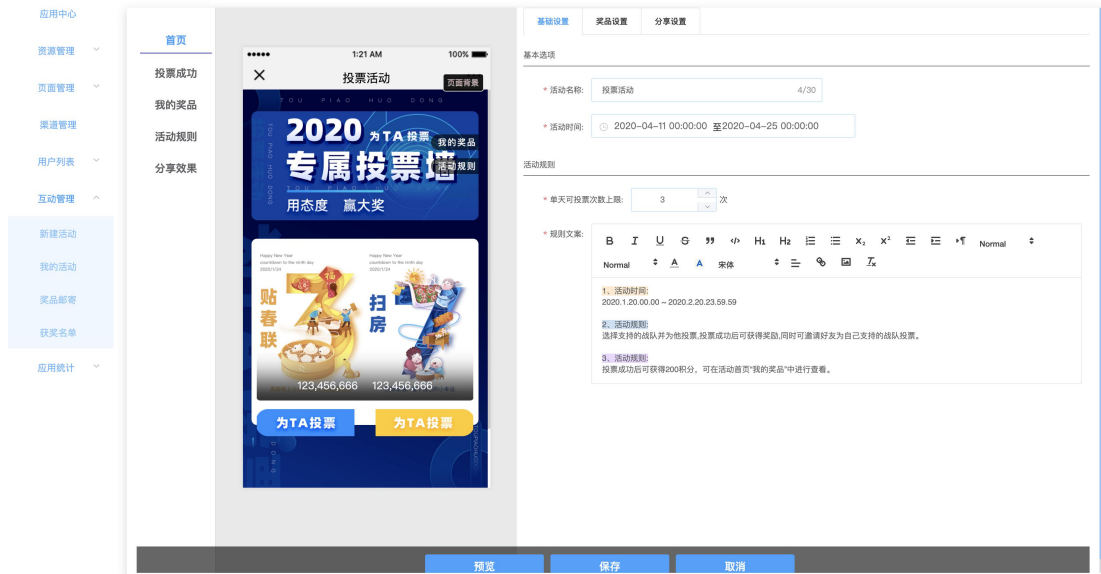
### 4.4.1.9 投票活动

在活动列表页点击【立即创建】弹出投票活动创建弹窗



点击【立即创建】进入活动配置页面

## ■ 基础配置



在活动规则中可以设置每个用户单天可以投票次数的上限，每一次投票可投给不同的战队。

## ■ 奖品配置



设置用户在投票成功后会得到的奖品，当奖品发光，用户点击为 ta 投票会提示“来晚了，奖品已抢光”。

## ■ 分享设置





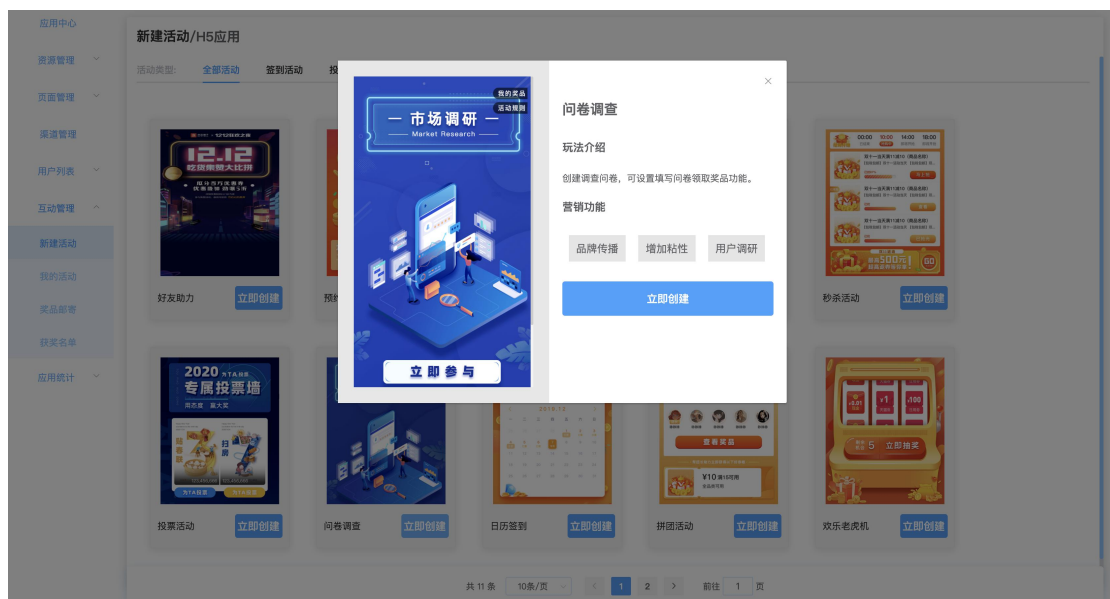
## ■ 页面配置

页面左侧，可通过切换 **tab** 配置不同页面，以下页面可根据品牌、活动风格上传图片替换原有元素：首页、投票成功、分享效果。

### 4.4.1.10 问卷调查

同一问卷每个用户只可提交一次。提交后再次进入活动可查看之前的答案，但是无法修改。可选择是否为问卷设置奖品，若设置奖品则用户提交问卷成功后即可获得。调查结果可在【我的活动】-【数据统计】中查看。

在活动列表页点击【立即创建】弹出问卷调查活动创建弹窗



点击【立即创建】进入活动配置页面

## ■ 基础配置



可选择是否设置奖品。当选择“是”的时候，需要在【奖品设置】中选择奖品即投放数量，用户提交问卷即可获得奖品。

当选择“否”，【奖品设置】不可编辑，且需要注意在【结束页】替换带有相应提示语的弹窗图片，去掉奖品发放/查看的引导性文案。



## ■ 问卷设置

在问卷设置中可以选择题型，并编辑相应的题目、选项等。编辑题目的同时可在【答题页】查看 C 端展示。





点击/拖动题目组件到编辑区，即可开始编辑题目。须将当前题目保存后方可点击其他题目组件。

在编辑的“验证”处可勾选此题是否为必须作答的题目，当勾选“必填”时，用户需作答后方可点击【下一题】；当不勾选“必填”，则用户可选择跳过此题。

#### 1) 单选题



所有题目编辑时【题目】为必填项，【提示或说明】可根据需要选填。

单选题最多可添加 10 个选项，最少 2 个。选项可通过点击拖动改变在所有选项中的位置：

**编辑区**

\* 题目

提示或说明

点击拖动可改变位置

≡

选项1

×

≡

选项2

×

≡

选项3

×

新建选项，可再添加7个选项

\* 验证
☒ 必填

取消
确定

点击【确定】后即可保存，并在答题页查看。当鼠标悬浮在编辑区题目处，会看到编辑/删除的按钮。



点击【编辑】，可对题目进行修改



点击【删除】，会弹出确认弹窗，删除操作不可撤销。



## 2) 多选题

多选题最多设置 10 个选项，最少设置 2 个选项，基本操作同单选题。



“验证”处可进行【最少选择？项】、【最多选择？项】的勾选和设置，设置的选项数量须小于等于当前选项数量，且后者须大于等于前者。

设置后会在 C 端题目文字后进行相应提示：



保存后可在答题页查看 C 端展示。



在编辑区点击题目，可切换答题页展示的题目。

### 3) 下拉题

下拉题为单选，编辑过程同单选题，样式为下拉框。



### 4) 单行文本题



可在“验证”处勾选并设置答案字符的限制



## 5) 多行文本题

操作同单行文本题。



注意：编辑问卷时可通过点击拖动题目组件直接放到您想要的位置，已经编辑好的题目也可拖动改变题目顺序。点击题目即可在答题页查看该题目的展示。

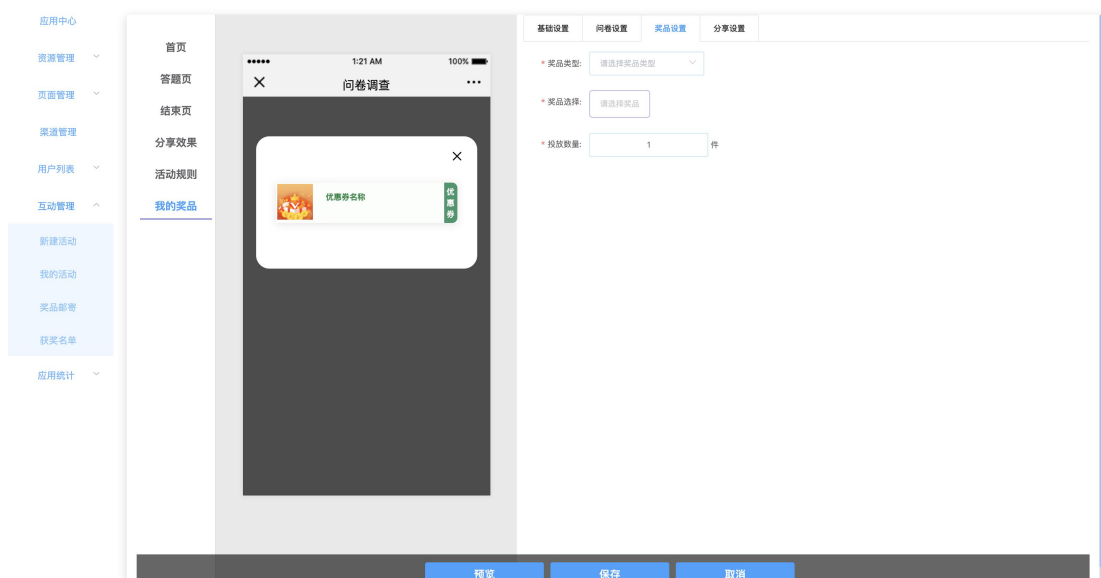


## ■ 奖品设置

当在基础设置中勾选设置奖品，则需要编辑这个部分；若勾选了“否”，则此部分不可编辑。

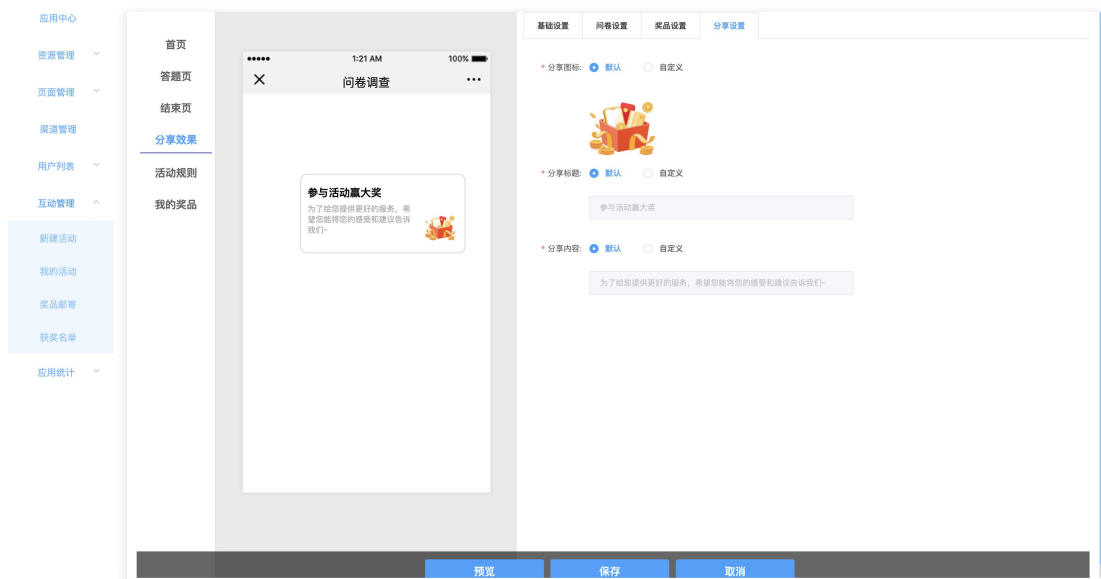


在奖品设置中需要编辑奖品类型、具体奖品、投放数量，用户得到奖品可在首页【我的奖品】中进行查看。



## ■ 分享设置

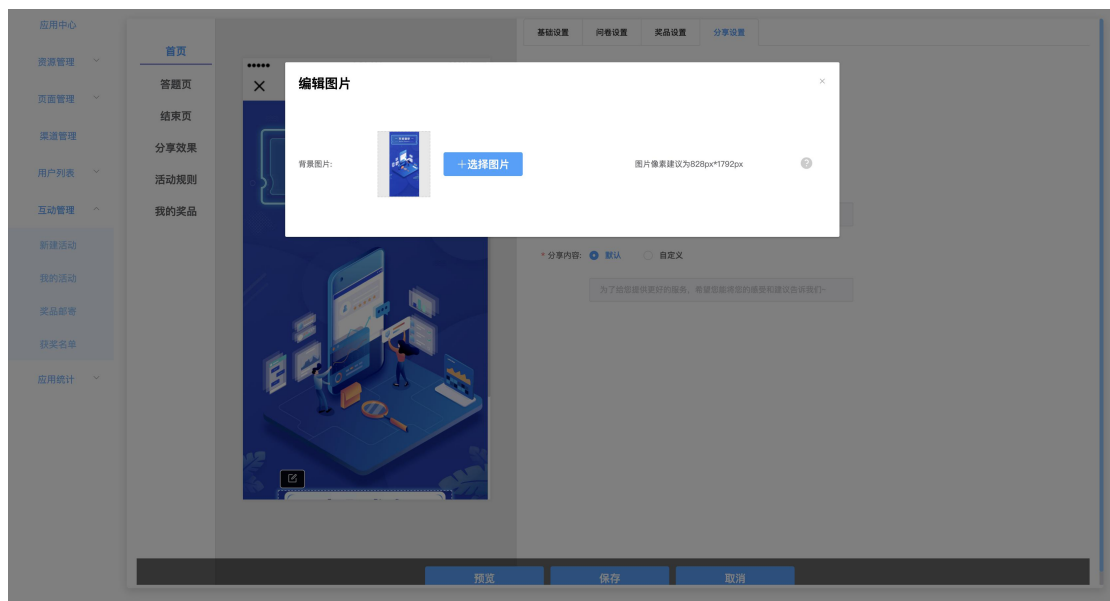


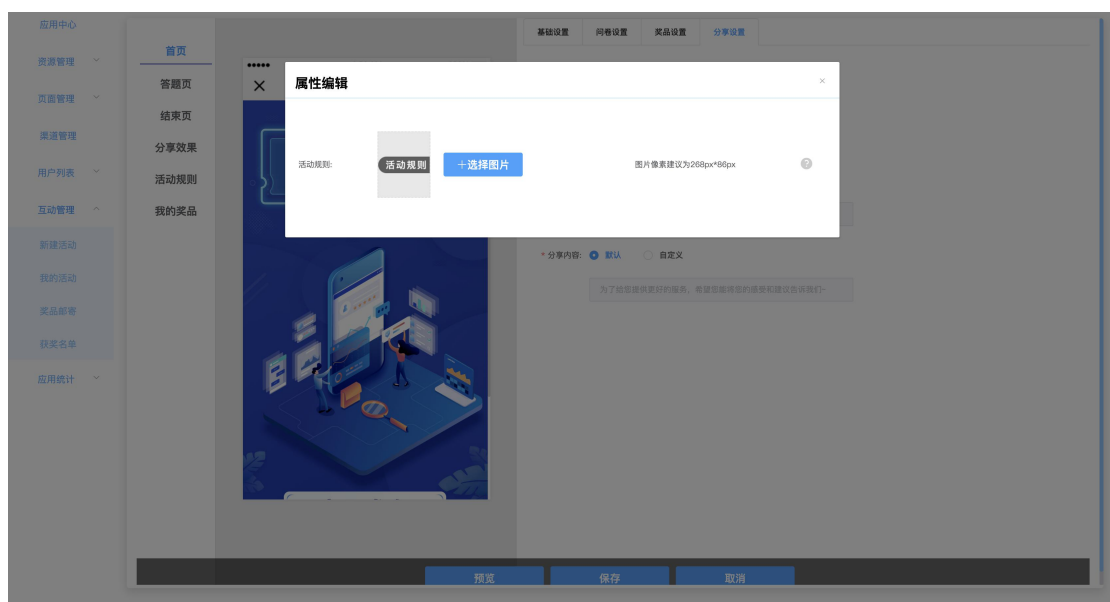


## ■ 页面配置

页面左侧，可通过切换 **tab** 配置不同页面，以下页面可根据品牌、活动风格上传图片替换原有元素：

### 1. 首页：页面背景、按钮等





## 2. 答题页背景:



## 3. 结束页弹窗图片



### ■ 统计数据

在【我的活动】-操作-【统计数据】处可查看调查问卷结果。

应用中心

资源管理

页面管理

渠道管理

用户列表

互动管理

新建活动

我的活动

奖品邮寄

获奖名单

应用统计

我的活动/H5应用

836	投票活动-Q411	进行中	2020-04-11 14:54:28	2020-04-11 00:00:00 2020-04-25 00:00:00	2020-04-11 14:55:00	预览查看推广渠道更多
835	欢乐老虎机-Q411	进行中	2020-04-11 14:53:00	2020-04-11 00:00:00 2020-04-25 00:00:00	2020-04-11 14:54:00	预览查看推广渠道更多
834	砸金蛋抽奖-Q411	进行中	2020-04-11 14:29:09	2020-04-11 00:00:00 2020-04-25 00:00:00	2020-04-11 14:33:00	预览查看推广渠道更多
833	日历签到 ztc测试5	进行中	2020-04-10 17:15:41	2020-04-10 00:00:00 2020-04-20 00:00:00	2020-04-10 17:17:00	预览查看推广渠道数据统计更多
832	日历签到 ztc测试4	进行中	2020-04-10 16:44:02	2020-04-10 00:00:00 2020-04-20 00:00:00	2020-04-10 16:46:00	预览查看推广渠道数据统计更多
831	日历签到 ztc测试3	进行中	2020-04-10 15:50:51	2020-04-10 00:00:00 2020-04-20 00:00:00	2020-04-10 16:01:00	预览查看推广渠道数据统计更多
830	日历签到 ztc测试2	进行中	2020-04-10 12:09:06	2020-04-10 00:00:00 2020-04-20 00:00:00	2020-04-10 15:36:00	预览查看推广渠道数据统计更多
829	日历签到 ztc测试	进行中	2020-04-10 11:40:16	2020-04-10 00:00:00 2020-04-20 00:00:00	2020-04-10 12:09:00	预览查看推广渠道数据统计更多
828	欢乐老虎机	进行中	2020-04-09 17:55:06	2020-04-09 00:00:00 2020-04-23 00:00:00	2020-04-09 17:56:00	预览查看推广渠道更多
827	步步高超市会员市场调研	进行中	2020-04-08 15:18:39	2020-04-09 00:00:00 2020-04-12 23:59:59	2020-04-09 15:04:00	预览查看推广渠道数据统计更多

共 157 条10条/页12345...16>前往1页

数据统计分为调查结果、问卷明细两个部分。

➤ 调查结果

应用中心

资源管理

页面管理

渠道管理

用户列表

互动管理

新建活动

我的活动

奖品邮寄

获奖名单

应用统计

数据统计/H5应用

调查结果 问卷明细

提交时间 回 开始日期 至 结束日期 搜索 导出

1.你一周大概逛几次步步高超市? \*

1-2次20%

3次以上60%

少于1次20%

2.你在线下超市购买较多的商品是? \*

蔬果鱼肉36.36%

休闲零食36.36%

家庭清洁和个人护理9.09%

家居用品18.18%

奶粉冲调和饮料

纺织用品和床上用品

3.你比较喜欢步步高超市的什么商品? \*

蔬果鱼肉33.33%

休闲零食33.33%

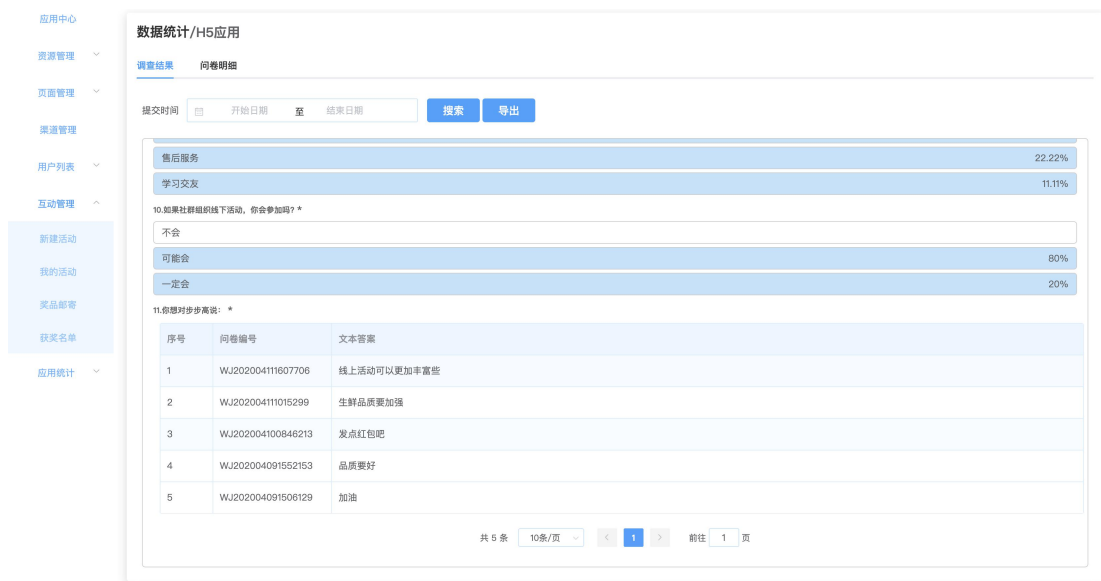
家庭清洁和个人护理25%

家居用品

奶粉冲调和饮料8.33%

默认实时展示当前所有调查问卷的结果，可根据提交时间筛选查看。

对于单选题、多选题、下拉题来说，调查结果中包含每个选项被选择的人数占比；对于文本题来说，调查结果中可查看所有的答案。



每个用户提交问卷后会生成一个问卷编号，可复制问卷编号到【问卷明细】中查看该用户的详细答案。

对问卷的调查结果可进行导出，导出后的 excel 格式：

问卷统计-20200411-1839																			
开始    插入    页面布局    公式    数据    审阅    视图																			
L86    1839    100%    0.00    0.00    条件格式																			
分析数据结果																			
1	1、您一周大概逛几次步步高超市？	百分比	小计																
2	选项																		
3	1-2次	25%	1																
4	3次以上	60%	3																
5	少于1次	15%	1																
6	2、您在线下超市购买较多的商品是？	百分比	小计																
7	选项																		
8	生鲜食品	36.36%	4																
9	服装鞋帽	36.36%	4																
10	家居用品	18.18%	2																
11	家电数码	0%	0																
12	粮油副食	0%	0																
13	3、您比较喜欢步步高超市的什么商品？	百分比	小计																
14	选项																		
15	生鲜食品	33.33%	4																
16	服装鞋帽	33.33%	4																
17	家居用品	0%	0																
18	家电数码	0%	0																
19	粮油副食	33.33%	4																
20	4、您一周大概逛几次在线上超市？	百分比	小计																
21	选项																		
22	1-2次	40%	2																
23	3次以上	40%	2																
24	少于一次	20%	1																
25	5、在线上超市购物，您最关注的问题是什么？	百分比	小计																
26	选项																		
27	价格	28.57%	4																
28	品质	28.57%	4																
29	配送时间	28.57%	4																
30	售后服务	14.28%	2																
31	6、您知道步步高Better购微信小程序吗？	百分比	小计																
32	选项																		
33	知道	100%	5																
34	不知道	0%	0																
35	7、您有使用过步步高Better购微信小程序购物吗？	百分比	小计																
36	选项																		
37	很少	0%	0																
38	有时	20%	1																
39	经常	60%	3																
40	从未	20%	1																
41	8、您觉得步步高Better购小程序还需要改进哪些地方？	百分比	小计																
42	选项																		
43	商品丰富度	37.5%	3																
44	商品质量	12.5%	1																
45	配送时效	12.5%	1																
46	优惠力度	25%	2																
47	不清晰	12.5%	1																
48	9、步步高有微信专属社群，您加入社群后，希望获得什么？	百分比	小计																
49	选项																		
50	活动资讯	33.33%	3																
51	优惠福利	33.33%	3																
52	售后服务	22.22%	2																
53	学习交友	11.11%	1																
54	10、如果社群组织线下活动，你会参加吗？	百分比	小计																
55	选项																		
56	不会	0%	0																
57	可能会	80%	4																
58	一定会	20%	1																
59	11、你想对步步高说：	文本答案	提交时间																
60	问卷编号																		
61	WJ202004091506129	加油	2020-04-09 15:06:54																
62	WJ202004091552153	品质要好	2020-04-09 15:52:30																
63	WJ202004100846213	发点红包吧	2020-04-10 08:46:09																
64	WJ202004111015299	生鲜品质要加强	2020-04-11 10:15:54																
65	WJ202004111607706	线上活动可以更加丰富些	2020-04-11 16:07:34																
66																			
67																			
68																			
69																			
70																			
71																			
72																			
73																			
74																			
75																			
76																			
77																			
78																			
79																			
80																			

## ➤ 问卷明细

数据统计/H5应用

调查结果 问卷明细

提交时间 开始日期 至 结束日期 问卷编号 参与人手机号 搜索

问卷编号	参与人手机号	提交时间	操作
WJ20200411607706		2020-04-11 16:07:34	<a href="#">查看</a>
WJ202004111015299		2020-04-11 10:15:54	<a href="#">查看</a>
WJ202004100846213		2020-04-10 08:46:09	<a href="#">查看</a>
WJ202004091552153		2020-04-09 15:52:30	<a href="#">查看</a>
WJ202004091506129		2020-04-09 15:06:54	<a href="#">查看</a>

共 5 条 10条/页 1 / 1 页

在问卷明细中可通过点击【查看】浏览每个用户的答案详情，同时可根据提交时间、问卷编号、参与人手机号进行筛选。

### 4.4.1.11 日历签到

区别于七日签到活动，日历签到可灵活设置签到周期时长，可配置连续签到奖励、每日签到奖励。活动无补签、无累计签到。可在【我的活动】-【数据统计】处查看活动效果。

在活动列表页点击【立即创建】弹出问卷调查活动创建弹窗

新建活动/H5应用

活动类型: 全部活动 签到活动

每日签到 +最高60元券

当前积分: 0

2020.04

日 一 二 三 四 五 六

29 30 31 1 2 3 4

5 6 7 8 9 10 11

12 13 14 15 16 17 18

19 20 21 22 23 24 25

26 27 28 29 30 1 2

3 4 5 6 7 8 9

立即签到

已经连续签到0天

连续签到可获得以下奖励:

日历签到

玩法介绍

用户根据日期进行签到，可设置日签奖励和连签奖励。

营销功能

品牌传播 互动活跃 增加粘性

立即创建

好友助力 立即创建

投票活动 立即创建

问卷调查 立即创建

日历签到 立即创建

拼团活动 立即创建

秒杀活动 立即创建

欢乐老虎机 立即创建

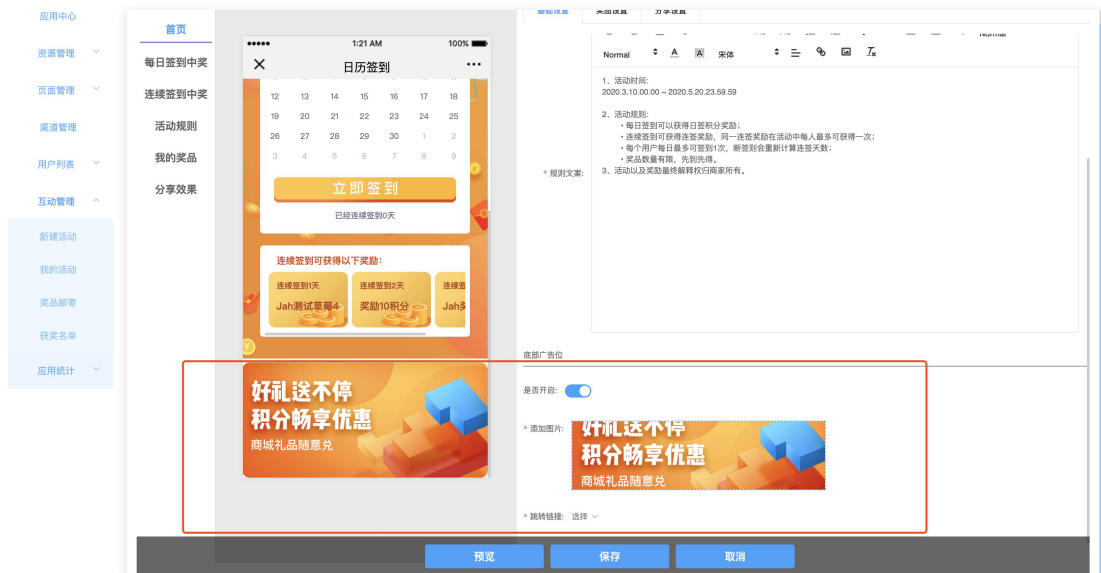
共 11 条 10条/页 1 / 2 页

点击【立即创建】进入活动配置页面

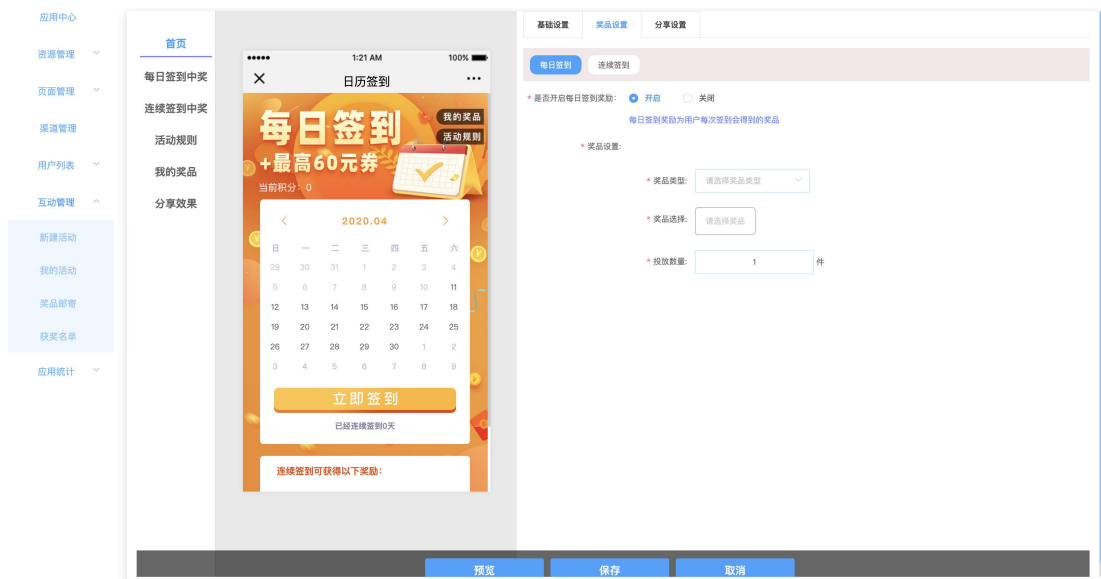
#### ■ 基础设置



可根据需要设置底部广告位、跳转链接。



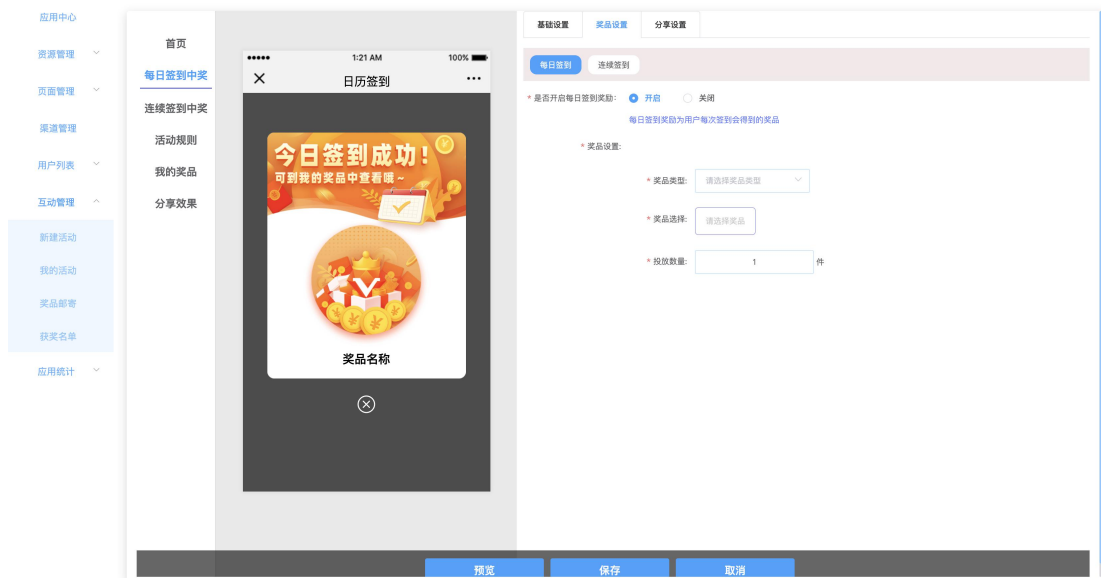
## ■ 奖品设置



可设置每日签到奖品、连续签到奖励，两种奖励可同时设置或设置其中一种，不可同时关闭两种奖励，否则活动无法保存。

#### ➤ 每日签到奖励

每日签到奖励为用户每一天签到后会得到的奖励，同一用户可重复获得。开启奖励后需对“每日签到中奖”页面进行弹窗配置，关闭后则无需配置此页面。



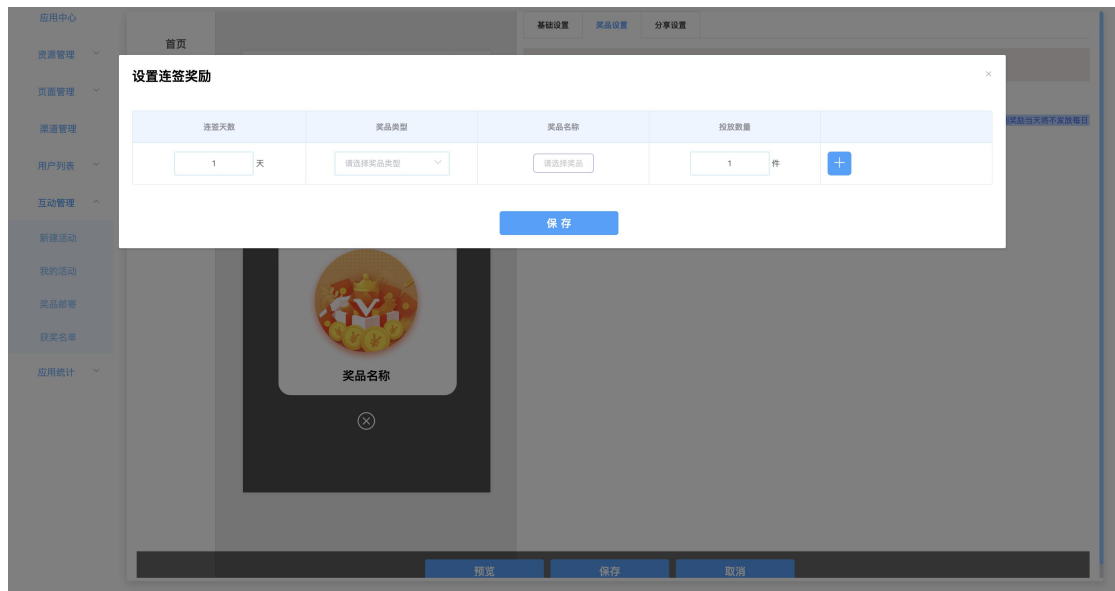
#### ➤ 连续签到奖励

连续签到奖励为用户连续签到一定天数后会得到的奖励，每个连续签到奖励针对同一用户只可获得一次，并且**获得连续签到奖励当天将不发放设置的每日签到奖励，当连续签到奖励发放致使用户没有获奖时间同样将不会发放每日签到奖励**。开启连签奖励后需对“连续签到中奖”页面进行弹窗配置，关闭后则无需配置此页面。





点击【新增连签奖励】



连签奖励天数不可超出活动天数，设置完毕点击【保存】，可进行查看/修改



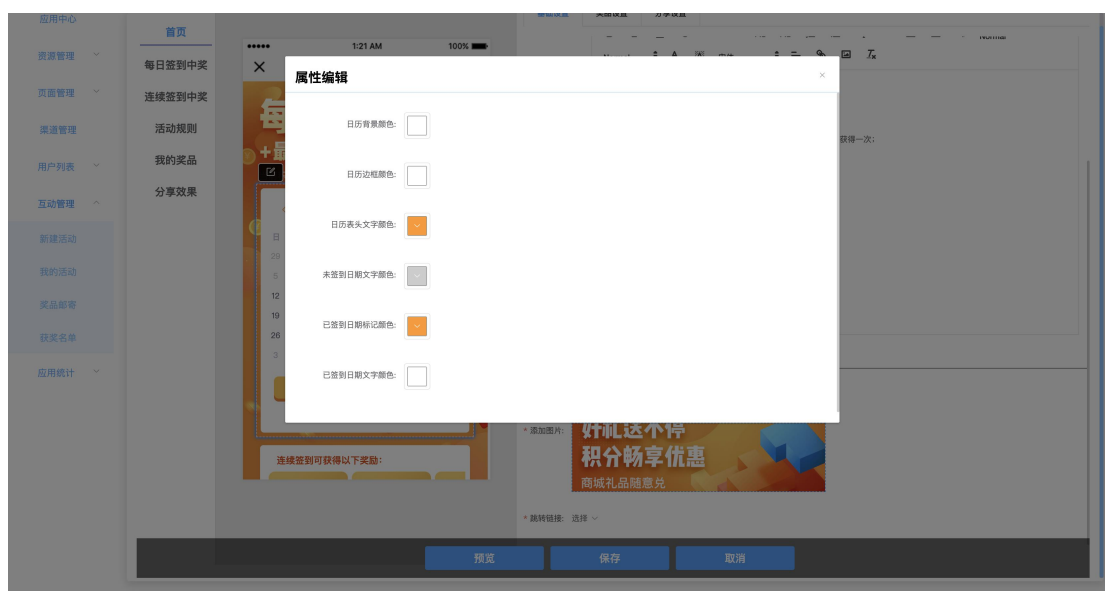
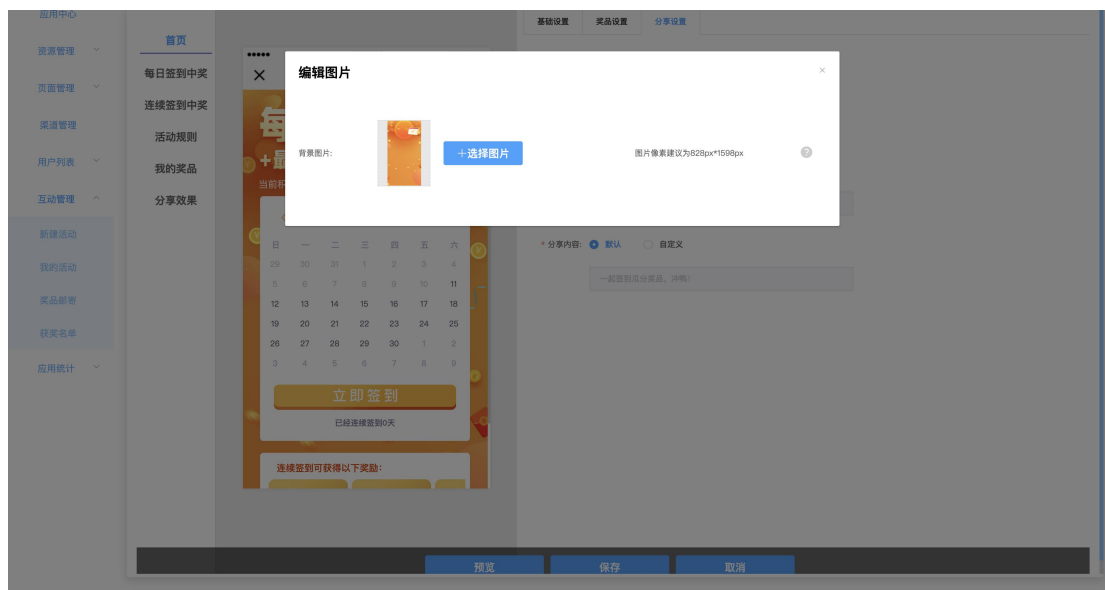
## ■ 分享设置

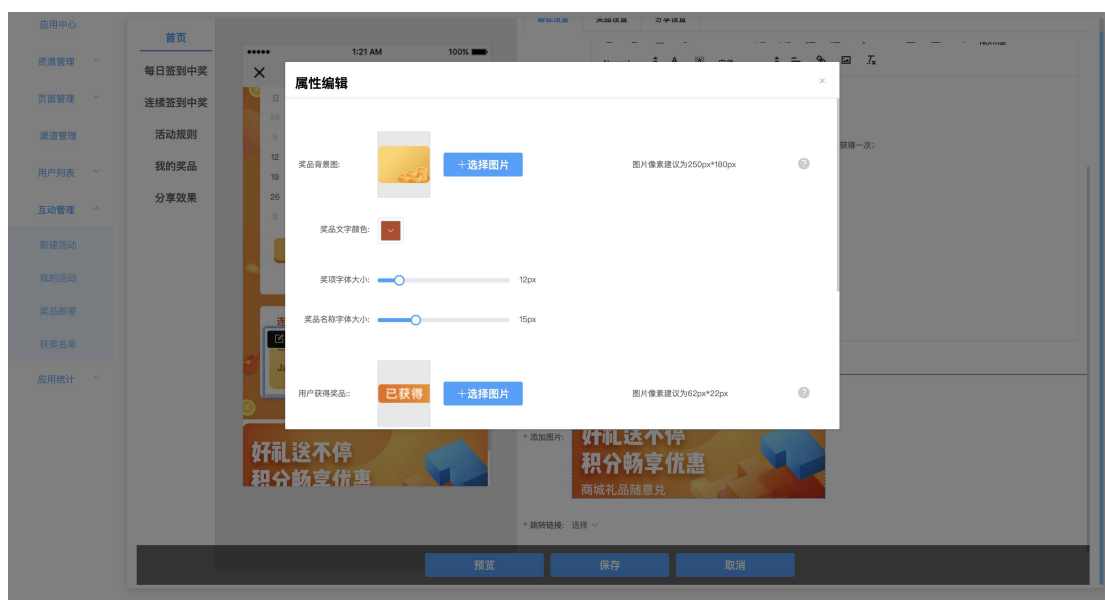
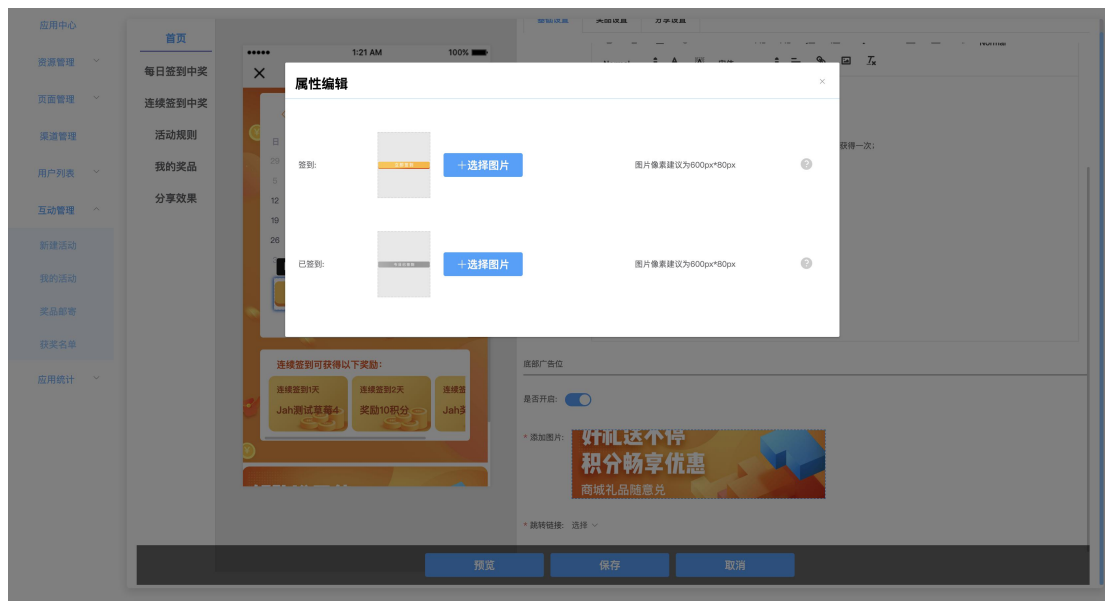


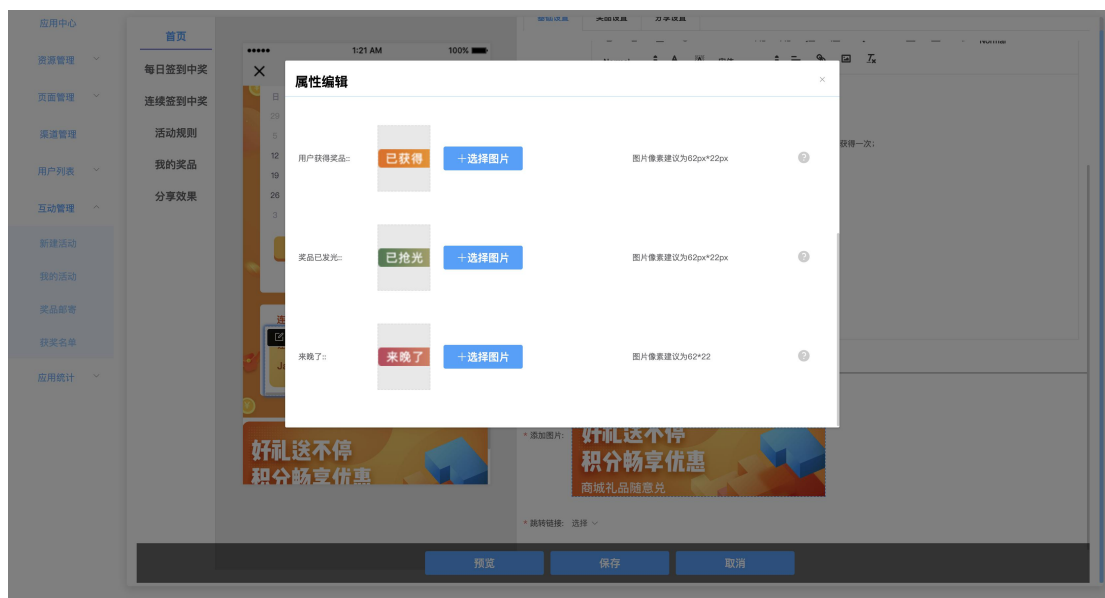
## ■ 页面配置

页面左侧，可通过切换 **tab** 配置不同页面，以下页面可根据品牌、活动风格上传图片替换原有元素：

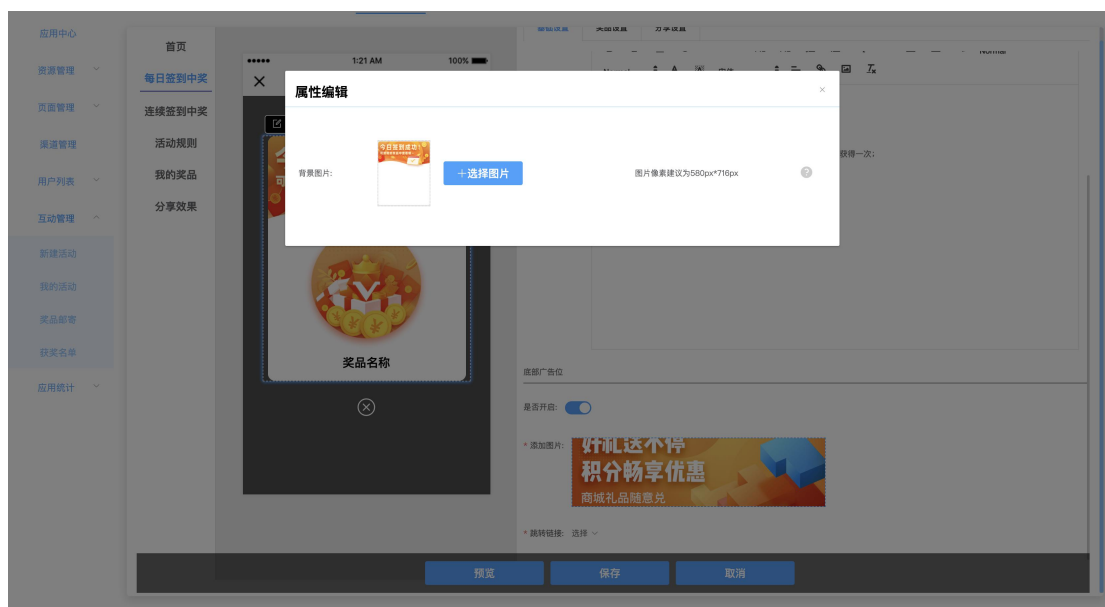
1. 首页：页面背景、按钮、字体颜色等



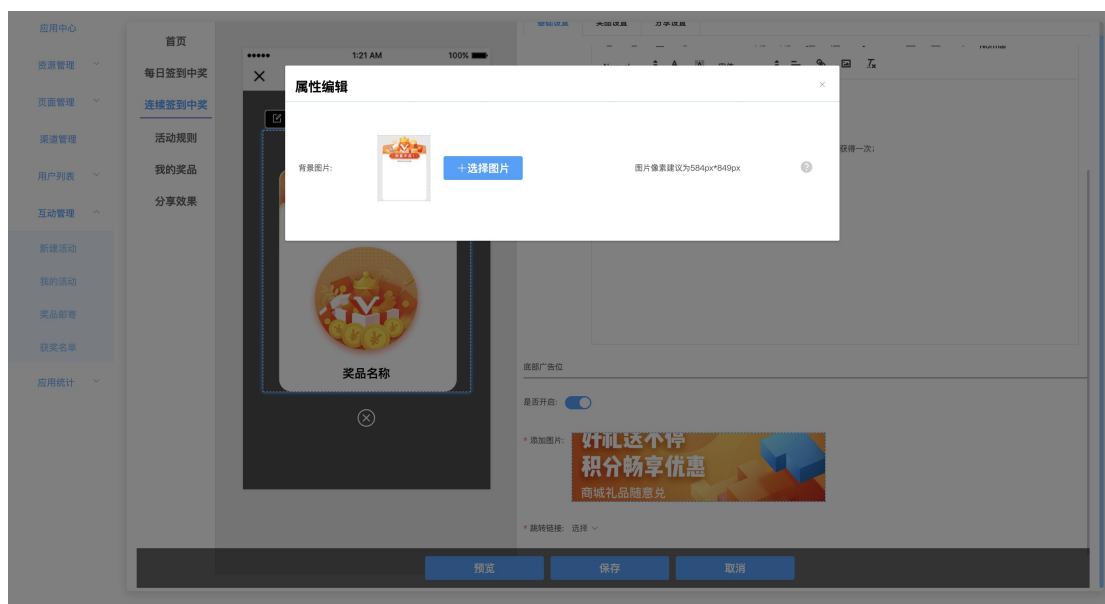




## 2. 每日签到中奖弹窗



## 3. 连续签到中奖弹窗



## ■ 数据统计

在【我的活动】-操作-【统计数据】处可查看签到活动数据。

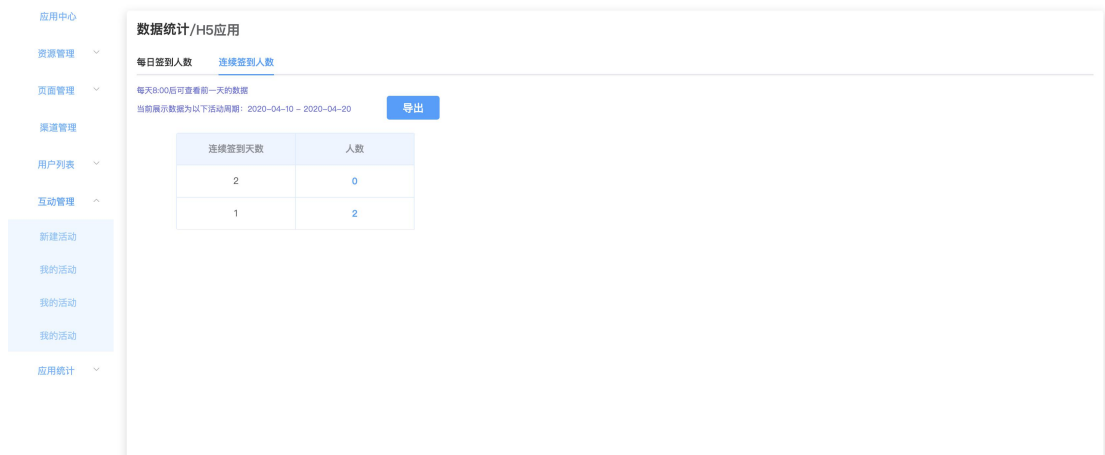
### ➤ 每日签到人数

日期	当天签到人数
2020-04-20	0
2020-04-19	0
2020-04-18	0
2020-04-17	0
2020-04-16	0
2020-04-15	0
2020-04-14	0
2020-04-13	0
2020-04-12	0
2020-04-11	0

可查看活动进行到当前每天签到的人数，也可通过活动时间进行筛选，统计结果可导出。

### ➤ 连续签到人数

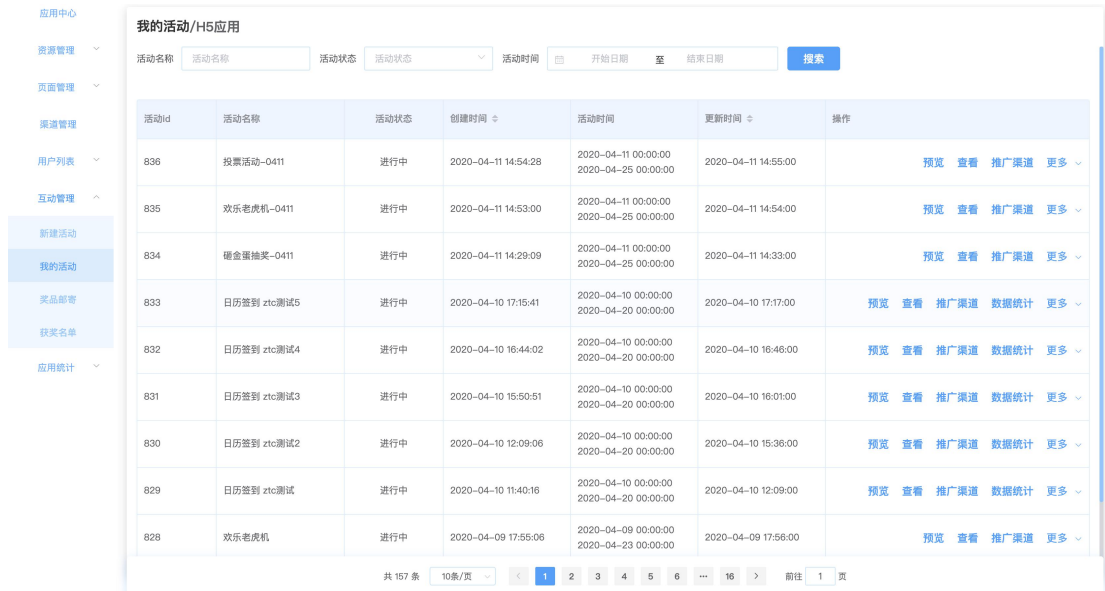
可查看连续签到的人数，每天 8:00 后更新数据，统计结果可以导出。



注意：用户断签，则连续签到天数从头计算。

## 4.4.2 我的活动

左侧导航中，互动管理下可通过此模块查看已经创建的活动



点击预览可以查看活动二维码扫码可以预览活动 c 端页面样式

点击查看按钮查看编辑后的规则内容

点击推广渠道可以对活动推广渠道进行管理

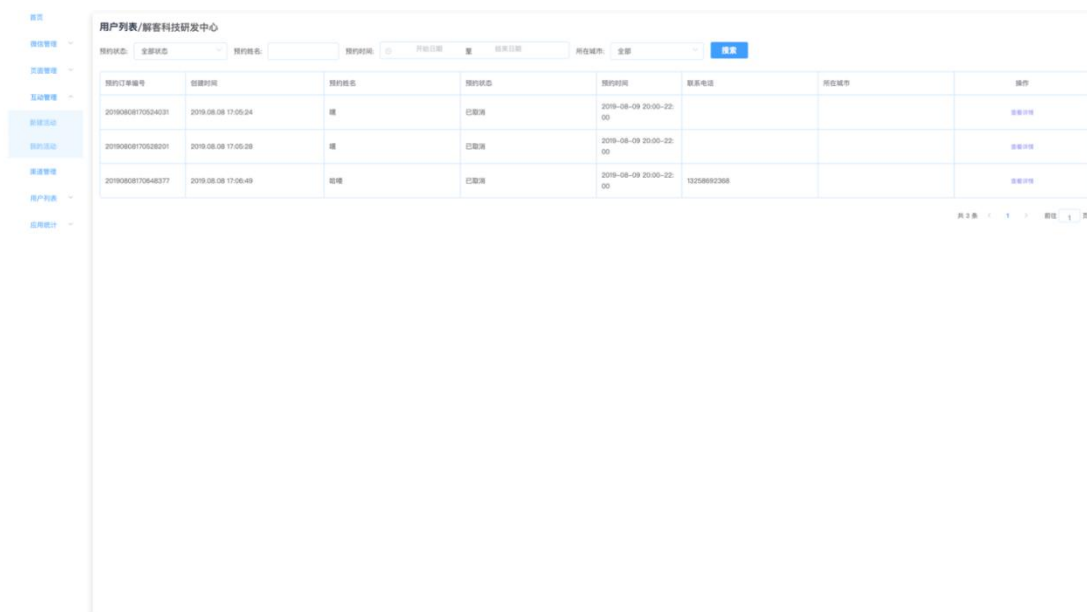
点击发布可以发布活动正式上线

点击复制可以复制一个当前活动及活动规则

点击删除可以删除当前活动，只能删除未发布的活动

点击关闭可以关闭当前活动，关闭后无法再次打开

预约活动中，点击预约订单进入预约订单页面



预约订单列表默认显示该活动下面所有的订单，排序按照创建时间去显示，默认第一条为最新创建时间的订单。点击创建时间的排序按钮，可更换排序规则。预约状态说明

状态	说明
未开始	当前时间不在预约时间段之内
进行中	当前时间处于预约时间段之内
已取消	在允许的时间内,订单被取消
已结束	当前,预约时间已过

## ■ 搜索

预约状态、预约姓名、所在城市、预约时间。

## ■ 奖品邮寄

当活动涉及实物中奖，可通过这里为获奖者邮寄。

#### 4.4.3 奖品邮寄



应用中心	奖品邮寄/
微信小程序	活动名称 <input type="text"/> 活动状态 <input type="text"/> 活动时间 <input type="text"/> 开始日期 <input type="text"/> 结束日期 <input type="text"/> 搜索
页面管理	
互动管理	
新建活动	
我的活动	
奖品邮寄	
获奖名单	
渠道管理	
用户列表	
应用统计	
资源管理	

活动名称	活动状态	活动时间	操作
转盘抽奖	未发布	2019-11-18 00:00:00 - 2019-12-02 00:00:00	查看
新人入会	进行中	2019-11-15 00:00:00 - 2020-02-29 00:00:00	
新会员注册	进行中	2019-11-12 00:00:00 - 2020-02-29 00:00:00	
会员注册100积分	已关闭	2019-11-12 00:00:00 - 2020-02-29 00:00:00	
有机营养讲座—黄冈站	进行中	2019-11-12 00:00:00 - 2019-12-29 00:00:00	查看
最美妈妈活动第三季—抚州站	进行中	2019-11-12 00:00:00 - 2019-11-30 00:00:00	查看
有机营养讲座—豫南站	已关闭	2019-11-11 00:00:00 - 2019-11-22 00:00:00	查看
最美妈妈活动第三季—娄底站	已关闭	2019-11-11 00:00:00 - 2019-11-22 00:00:00	查看
有机营养讲座—豫南站	已关闭	2019-11-11 00:00:00 - 2019-11-22 00:00:00	查看
新会员注册100积分	已关闭	2019-11-08 00:00:00 - 2019-12-31 00:00:00	

共 53 条 < 1 2 3 4 5 6 > 前往 1 页

页面展示所有涉及实物奖品对活动列表

- 搜索栏：可通过活动名称、活动状态、活动时间进行搜索；
- 点击【查看】

应用中心	奖品邮寄/
微信小程序	奖品名称 <input type="text"/> 用户手机号 <input type="text"/> 邮寄状态 <input type="text"/> 未邮寄 <input type="text"/> 搜索 <input type="button" value="导出数据"/> <input type="button" value="导入数据"/>
页面管理	
互动管理	
新建活动	
我的活动	
奖品邮寄	
获奖名单	
渠道管理	
用户列表	
应用统计	
资源管理	

奖品编号	奖品名称	用户名	手机号	领奖时间	操作
暂无数据					

默认展示未邮寄状态下的获奖者名单

当用户获得实物奖品并在 C 端页面将收货地址、收货人姓名、电话填写完整后，会生成一个奖品编号，并在此列表中展示相应的信息；

奖品编号生成规则：JP+编号生成时间日期、时分+三位随机数字。

- 筛选栏

- 1、奖品名称
- 2、获奖用户手机号（此项为用户手机号，跟填写收货地址时的收获电话无关）
- 3、邮寄状态：未邮寄（默认）、已邮寄

- 点击【邮寄】出现弹窗

弹窗中展示获奖者的收货信息，需要在这里选择物流公司、物流单号，点击确定后相关物流信息会展示到用户的中奖礼品/活动中我的奖品处。

- 导出数据：点击后可导出当前页面全部信息；
- 导入数据：即批量邮寄，在刚刚导出的 excel 中，将物流公司、物流单号填写完成后，点击【导入数据】，即可完成批量导入操作。
- 撤回：在邮寄状态中选择已邮寄，可在已邮寄列表中点击“撤回”，重新在未邮寄中进行邮寄。

## 4.4.4 获奖名单

活动名称	用户名	手机号	奖品类型	奖品名称	领取状态	获奖时间	领奖时间
新会员注册	某某	15701310352	积分	100积分	未领取	2019.11.18 21:30:16	2019.11.15 14:51:42
新会员注册	某某	15701310352	积分	100积分	未领取	2019.11.18 21:30:16	2019.11.15 14:51:24
新会员注册	某某	15701310352	积分	100积分	未领取	2019.11.18 21:30:16	2019.11.15 14:51:16
新会员注册	某某	15701310352	积分	100积分	未领取	2019.11.18 21:30:16	2019.11.15 14:51:13
新会员注册	某某	15701310352	积分	100积分	未领取	2019.11.18 21:30:16	2019.11.15 14:51:05
新会员注册	某某	15701310352	积分	100积分	未领取	2019.11.18 21:30:16	2019.11.15 14:51:03
幸运大转盘	viyan_chan	15814503170	积分	10积分	已领取	2019.11.14 14:54:54	2019.11.14 14:54:54
新会员注册	海海	17071400493	积分	100积分	未领取	2019.11.18 21:30:16	2019.11.14 14:49:19
新会员注册	苏少华	15101142389	积分	100积分	未领取	2019.11.18 21:30:16	2019.11.14 14:34:46
新会员注册	曹	15701899953	积分	100积分	未领取	2019.11.18 21:30:16	2019.11.14 13:33:10
新会员注册	曹	15701899953	积分	100积分	未领取	2019.11.18 21:30:16	2019.11.14 13:33:07
新会员注册	曹	15701899953	积分	100积分	未领取	2019.11.18 21:30:16	2019.11.14 12:41:13
新会员注册	曹	15701899953	积分	100积分	未领取	2019.11.18 21:30:16	2019.11.14 12:40:59
幸运大转盘	Sunny	13286595881	积分	50积分	已领取	2019.11.13 16:03:38	2019.11.13 16:03:38

这里展示全部活动获奖情况，可通过活动名称、奖品类型、奖品名称进行筛选查看，列表表中包括活动名称、用户名、手机号、奖品类型、奖品名称、领取状态、获奖时间、领奖时间。

## 4.5 用户列表

### 4.5.1 应用用户列表

此部分展示不同应用下的用户信息



在应用终端处进行选择，右侧相应出现不同应用的选择下拉框，选择具体应用后，该应用下的用户信息即展示在列表中，具体包含：用户名、手机号、应用终端、用户来源、注册时间。



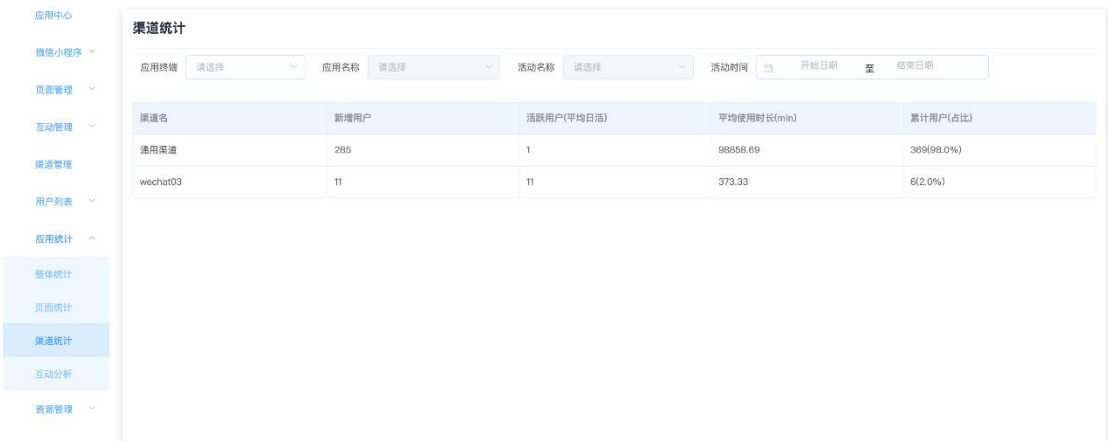
## 4.5.2 活动用户列表



此处展示参与互动管理活动的用户情况，具体包含用户名、手机号、活动名称、参与时间。在活动名称输入框中输入活动名，可查看具体活动下的参与用户情况。

## 4.6 应用统计

### 4.6.1 渠道统计



打开渠道统计页面，默认显示默认显示前一日、全部应用终端下的渠道数据。通过筛选栏选择终端/应用/活动，可看到某具体活动在不同推广渠道的数据。

序号	表头	具体说明
1	渠道名	在渠道管理中添加的渠道
2	新增用户	所选日期当日通过该渠道进入活动的新用户数量
3	曝光人数/次数	所选日期时间段的内通过该渠道进入活动的平均用户数
4	平均使用时长	截至所选日期，该渠道下总使用时长与累计用户总数的比值
5	累计用户	截至所选日期，该渠道用户数量在所有渠道用户数量总和中的占比

### 4.6.2 互动统计

操作路径：【CAP-应用统计-互动统计】

互动统计从多个维度完成对一个活动的数据统计

应用中心

微信小程序

页面管理

互动管理

渠道管理

用户列表

应用统计

整体统计

页面统计

渠道统计

互动分析

资源管理

互动分析

应用终端

请选择

应用名称

请选择

活动名称

可输入活动名称

活动时间

回

开始时间

至

结束时间

搜索

导出当前报表

活动名称	时间	PV	累计UV	参与人数	操作
七日签到活动-fxl-0628	2019-09-03 ~ 2019-09-03	8	1	1	<a href="#">查看详情</a>
预约活动-fxl-0903	2019-08-28 ~ 2019-09-06	266	11	7	<a href="#">查看详情</a>
转盘抽奖-sunyuans-0903	2019-09-07 ~ 2019-09-11	22	1	1	<a href="#">查看详情</a>
预约活动支付宝	2019-09-04 ~ 2019-09-05	6	1	1	<a href="#">查看详情</a>
好友助力支付宝	2019-09-04 ~ 2019-09-04	3	1	1	<a href="#">查看详情</a>
七日签到活动96	2019-09-05 ~ 2019-09-05	12	3	2	<a href="#">查看详情</a>
转盘抽奖-fxl-0905	2019-09-07 ~ 2019-10-30	29	1	1	<a href="#">查看详情</a>
预约活动	2019-09-09 ~ 2019-09-22	8	1	0	<a href="#">查看详情</a>
好友助力910	2019-09-10 ~ 2019-09-11	6	1	1	<a href="#">查看详情</a>
好友助力	2019-09-11 ~ 2019-09-11	1	1	0	<a href="#">查看详情</a>

共 132 条

10条/页

<

1

2

3

4

5

6

...

14

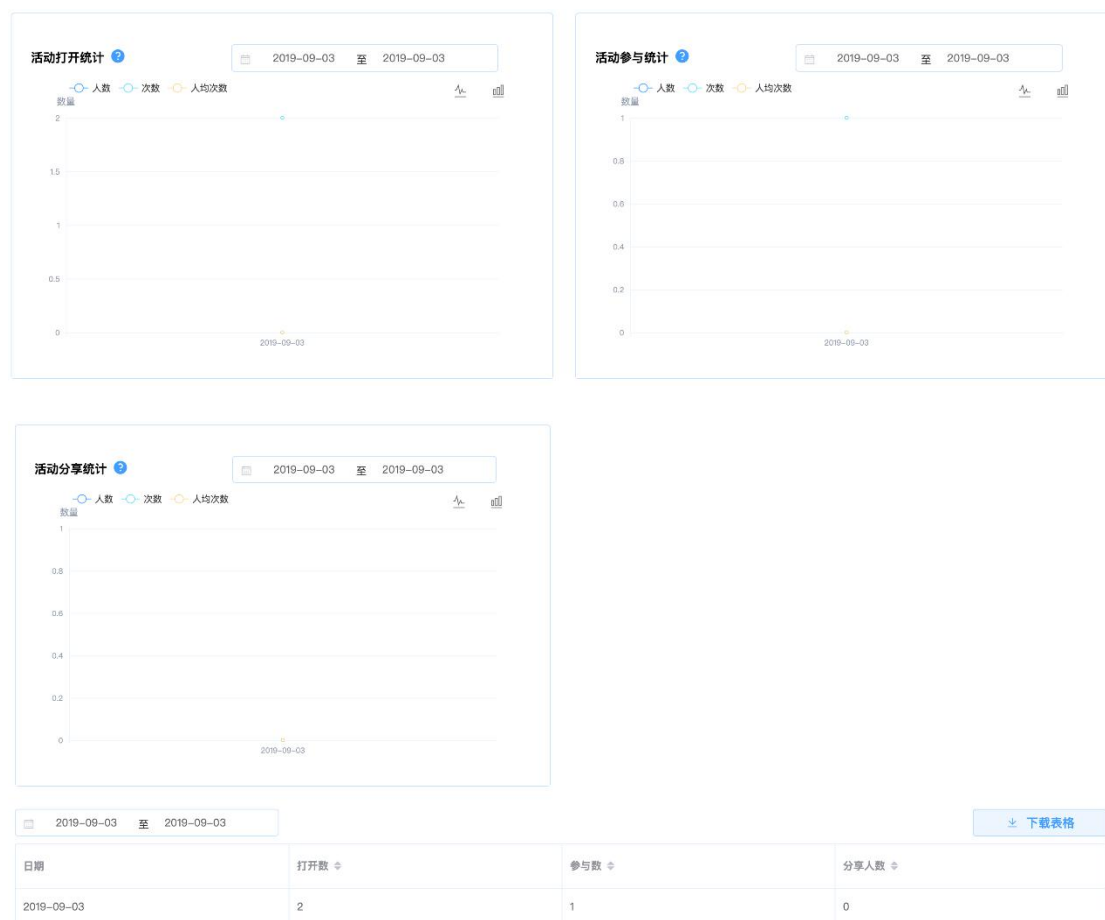
>

前往 1 页

默认显示所有活动的统计列表

- 可选择应用终端进行筛选
- 可选择终端下的具体一个公众号或者小程序进行筛选
- 可通过时间维度进行筛选活动
- 可输入具体活动名称筛选活动
- 可导出当前活动列表中的活动报表
- 点击“查看详情”进入活动详情统计页面





已结束	活动开始时间-活动结束时间
未开始已关闭	-
已开始已关闭	活动开始时间-活动关闭时间

- 导出报表，可根据用户选择的时间、活动标题的搜索进行导出。

样式

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
1	活动名称	时间	PV	累计UV	参与人数	中奖人数							
2													
3													
4													

- 报表下载命名：
  - 互动统计-年月日-时分，例如：互动统计-20190718-2033
  - 若在相同的年月日-时分内下载多份，命名规则不变，则系统自动依次命名为 互动统计-年月日-时分 (1)
- 列表支持搜索功能，依据应用终端、应用名称、选取时间段、活动名称进行搜索；
  - 应用终端：微信公众号、支付宝小程序、H5 互动管理
  - 应用名称：微信公众号、支付宝小程序下面对应的应用名称；H5 互动管理下面，无对应应用
  - 默认时间段：开始时间-结束时间，不给予具体时间段的显示。

#### 4.6.2.1 活动数据

- 活动数据--新增参与次数：为当前时间，昨日新增的总参与次数
- 用户数据--新增参与人数：为当前时间，昨日新增总的参与用户数
- 分享数据--新增分享次数：为当前时间，昨日新增的活动被分享的总次数
- 奖品数据--成功领奖人数：为当前时间，截止到昨日的成功领奖人数总量
- 活动打开数：打开了活动页面的总数
- 活动参与数：打开了活动页面，并且参加了活动的总数
- 活动分享数：当您开启活动分享设置后，活动被用户分享出去的次数
- 参与赞化率：参与数/打开数
- 分享转化率：分享数/参与数
- 漏斗下面的列表

字段名称	说明
打开人数	所选择的时间段，总打开人数
参与人数	所选择的时间段，总参与人数
分享人数	所选择的时间段，总分享人数

- 各字段内容后面的百分数据，为环比增长率：

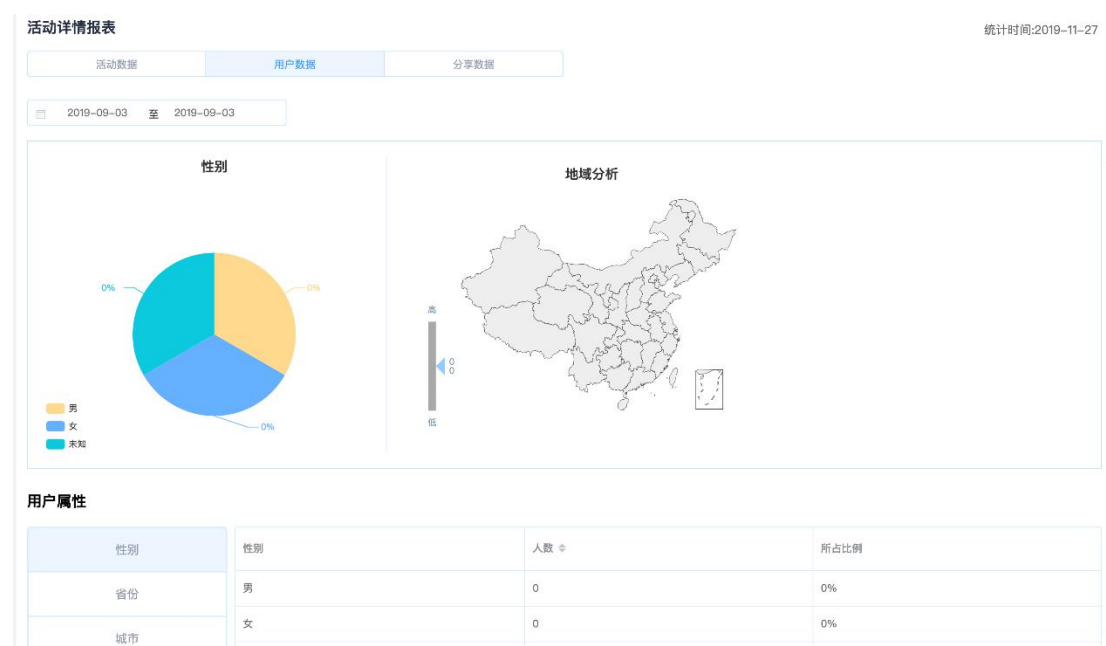
- 环比：  $(\text{本期发展水平} - \text{上一同期水平}) / \text{上一同期水平} \times 100\%$
- 活动曝光数、活动打开数、活动参与数、以及活动分享数的可视图均有两种展现形式，分别为折线图，条形图。
  - 人数、次数、人均次数用不同的颜色加以区分。
  - 人均次数 = 次数 ÷ 人数
  - 默认形式为折线图
  - 点击条形图标识按钮、折线图标识按钮来切换图标的形式
  - 根据选择的日期范围，作对应的变换
- 可视图下面的列表：展示选择的日期范围中，每天的数据。
  - 列表数据可根据活动的曝光数、打开数、参与数、分享数的高低进行排序。
  - 下载报表样式

	A	B	C	D	
1	日期	打开人数	参与人数	分享人数	
2	2019-07-11	1	1	0	
3					

报表下载命名：

- 活动数据-年月日-时分，例如：活动数据-20190718-2033
- 若在相同的年月日-时分内下载多份，命名规则不变，则依次命名为 活动数据-年月日-时分 (1)

#### 4.6.2.2 用户数据



加不同属性的列表图片



- 可根据日期范围进行搜索
- 性别分析：截至当前时间总参与人数的性别比例
  - 女性所占比例=女性参与用户/总参与用户
  - 男性所占比例=男性参与用户/总参与用户
- 地域分析
  - 根据省份、区域、城市三个维度进行分析；
  - 不同维度下，用不同颜色区分人数，人数越多，颜色越突出。
- 性别属性列表

字段名称	说明
性别	
人数	可按高低排序
所占比例	所占人数/总人数

(1) 省份属性列表

字段名称	说明
省份	活动参与用户所涉及到的省份
人数	可按高低排序
所占比例	所占人数/总人数

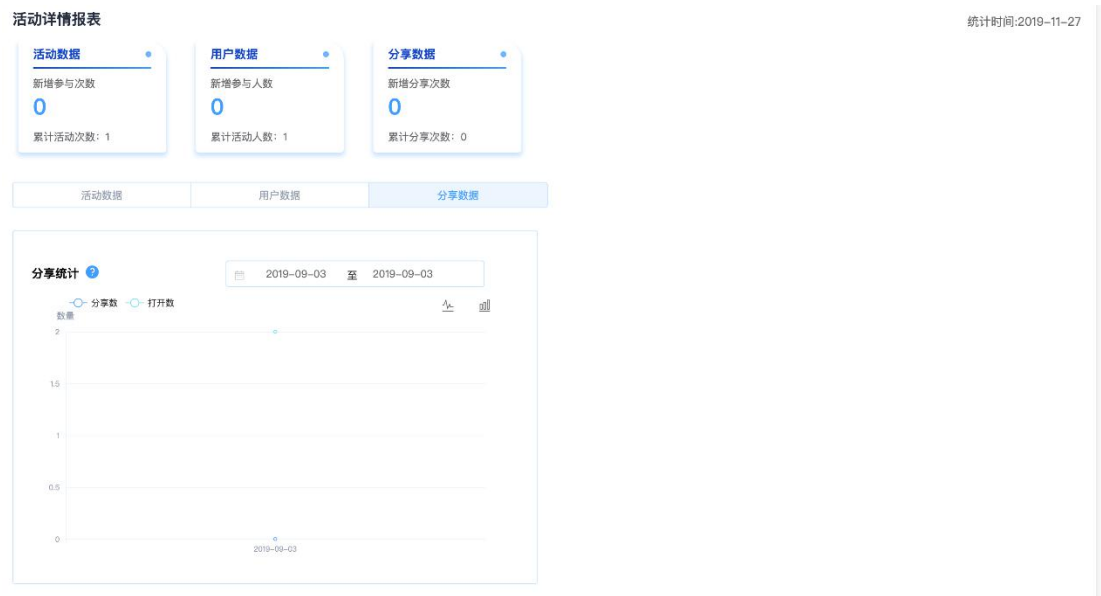
(1) 区域属性列表

字段名称	说明
区域	活动参与用户所涉及到的区域
人数	可按高低排序
所占比例	所占人数/总人数

(2) 城市属性列表:

字段名称	说明
城市	活动参与用户所涉及到的城市
人数	可按高低排序
所占比例	所占人数/总人数

4.6.2.3 分享数据



可根据日期范围进行搜索；数据以折线图进行展示；分享数、打开数以不同的颜色进行区分。

4.7 页面管理

4.7.1 页面装修

页面装修的功能为实现对该应用中的页面进行个性化配置，其中有 5 个页面模板可供选择，也可以选择自定义页面，通过 13 个组件进行页面装修。

应用中心

微信小程序

页面管理

页面装修

素材中心

互动管理

渠道管理

用户列表

应用统计

资源管理

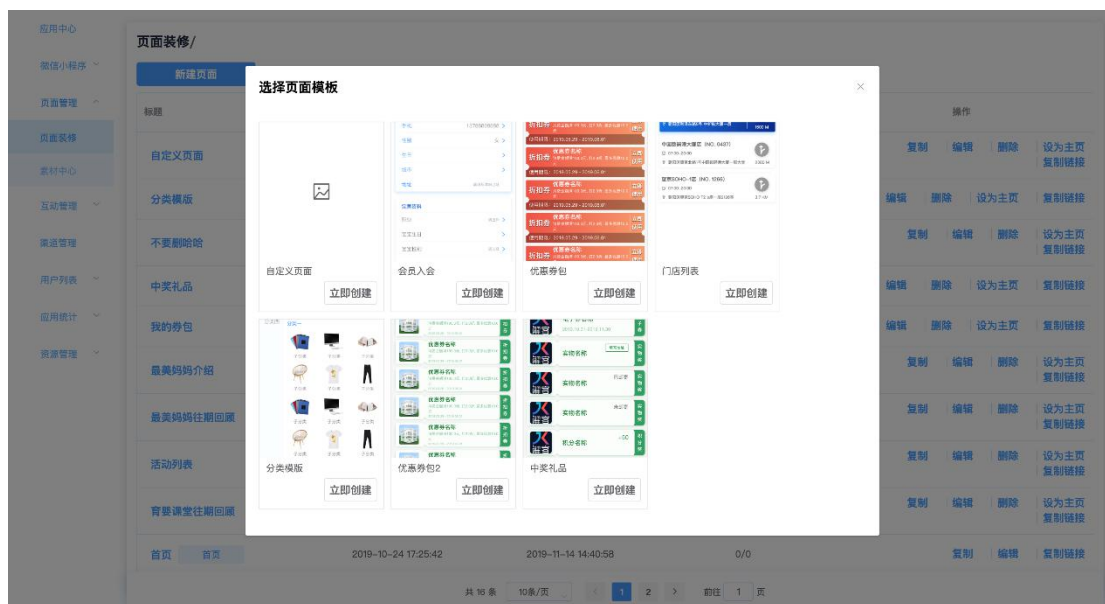
页面装修/

新建页面

标题	创建时间	更新时间	访问量/浏览量	操作
分类模版	2019-11-18 10:40:16	2019-11-18 10:40:16	0/0	编辑 删除 设为主页 复制链接
不要剧哈哈	2019-11-13 15:39:42	2019-11-15 17:47:34	0/0	复制 编辑 删除 设为主页 复制链接
中奖礼品	2019-11-08 21:52:37	2019-11-08 21:58:24	0/0	编辑 删除 设为主页 复制链接
我的券包	2019-11-05 19:17:15	2019-11-08 21:52:29	0/0	编辑 删除 设为主页 复制链接
自定义页面	2019-10-30 18:15:28	2019-10-30 18:15:28	0/0	复制 编辑 删除 设为主页 复制链接
最美妈妈介绍	2019-10-25 10:44:08	2019-11-13 13:57:50	0/0	复制 编辑 删除 设为主页 复制链接
最美妈妈往期回顾	2019-10-25 10:37:06	2019-11-18 15:05:14	0/0	复制 编辑 删除 设为主页 复制链接
活动列表	2019-10-24 17:52:32	2019-11-13 10:39:48	0/0	复制 编辑 删除 设为主页 复制链接
母婴课堂往期回顾	2019-10-24 17:40:02	2019-11-13 13:57:26	0/0	复制 编辑 删除 设为主页 复制链接
首页	2019-10-24 17:25:42	2019-11-14 14:40:58	0/0	复制 编辑 复制链接

共 15 条 10条/页 1 2 前往 1 页

列表中展示已建页面。点击【新建页面】，弹出现有页面模板，可根据需要选择已有页面模板、也可选择自定义页面



#### 4.7.1.1 自定义页面



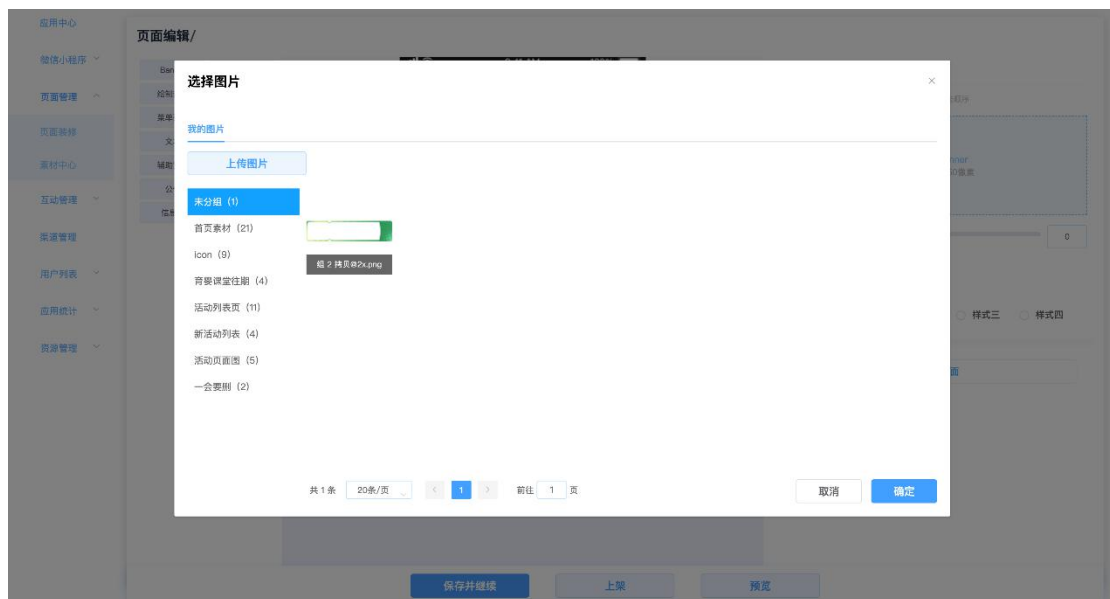
页面左侧为组件的展示，可拖拽组件到页面的中央，不同组件可通过拖拽来改变在页面上的展示顺序，右侧为各组件相应的配置项。页面创建后即可在页面列表中找到，底部操作包括：保存并继续、上架、预览。

##### ■ Banner



banner 组件通用配置:

添加图片、页面边距、图片样式、图片倒角、指示器（共 4 种样式）  
 点击添加图片，可在素材中心进行图片选择，也可上传本地图片



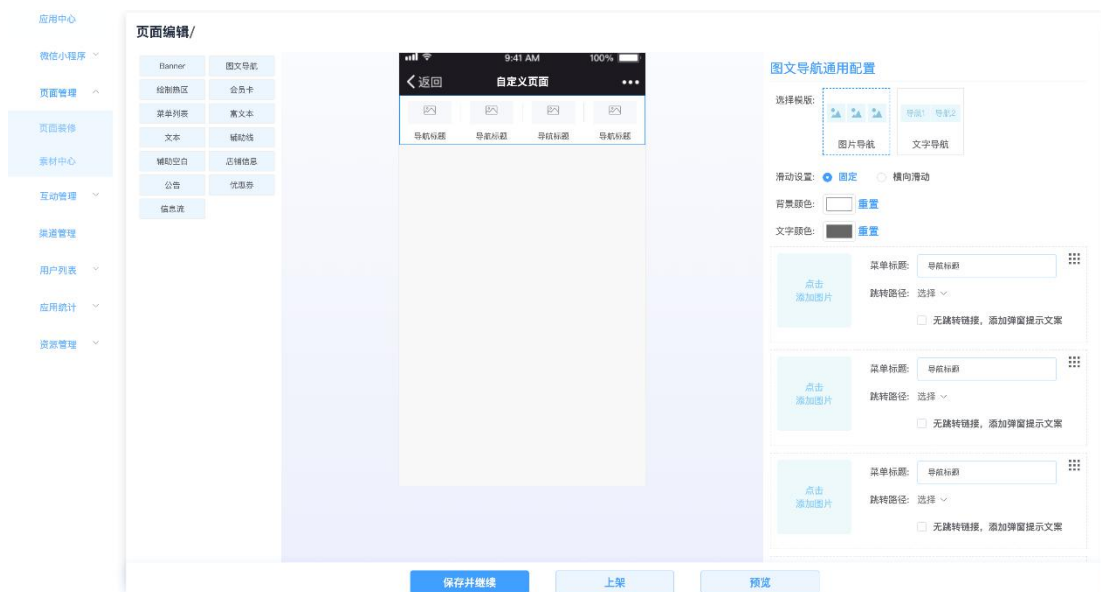
千人千面 banner（CDP 上线后可用）

点击【添加千人千面 banner】，可实现不同人群看到的不同的 banner



点击【添加人群】可调取 CDP 中的人群标签进行选择，从而实现不同人群看到不同内容。

## ■ 图文导航



-选择模板：可选择图片导航或文字导航；

-滑动设置：默认为固定，也可选择横向滑动，设置一屏可展示的导航数量；



-背景颜色：可根据页面需要自定义颜色；

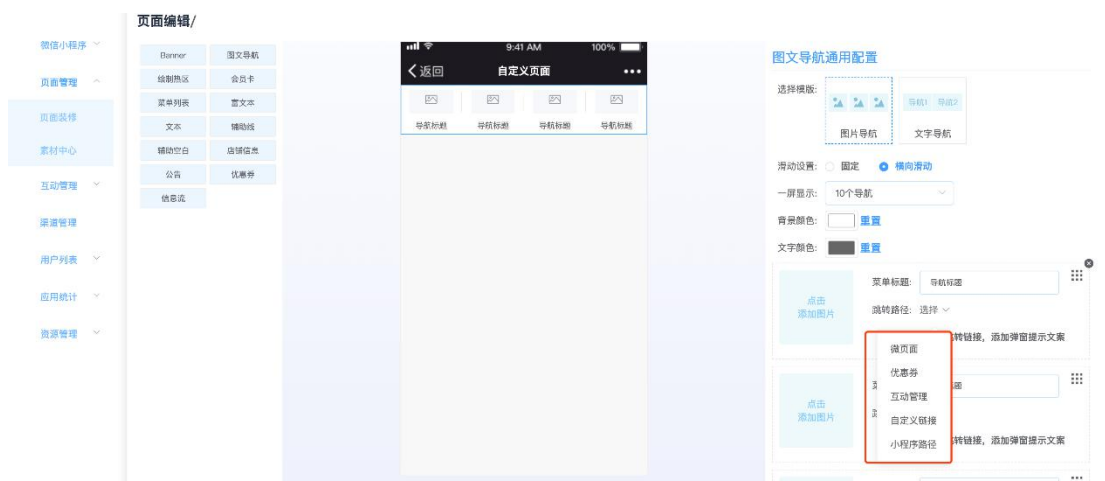
-文字颜色：可根据页面需要自定义颜色；

-导航上传图片：点击上传图片，可从素材库选择图片、本地上传；

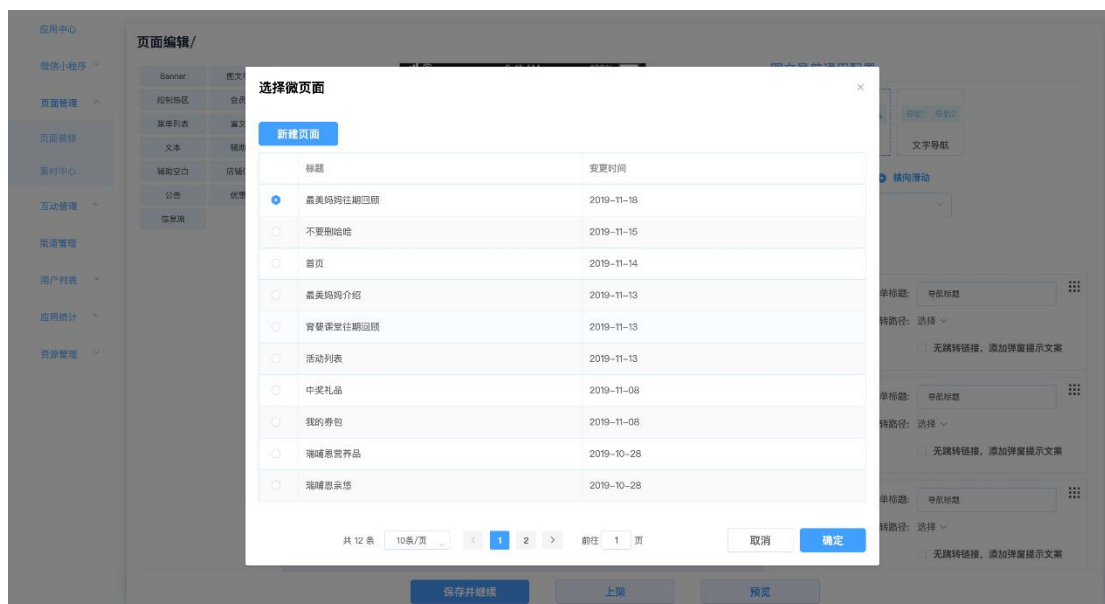
-菜单标题：即导航的标题；

-跳转路径：

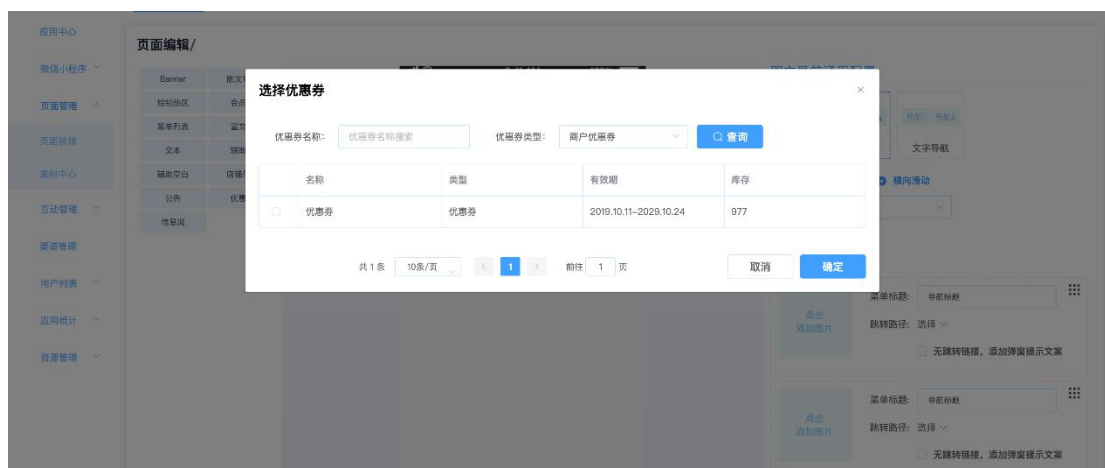
(1) 点击选择，可从下拉菜单中选择跳转链接的类型：微页面、优惠券、互动管理、自定义链接、小程序路径；



-微页面：在跳转路径中选择微页面，弹窗展示现有页面，选择后即可实现用户点击该导航跳转到所选择的页面；



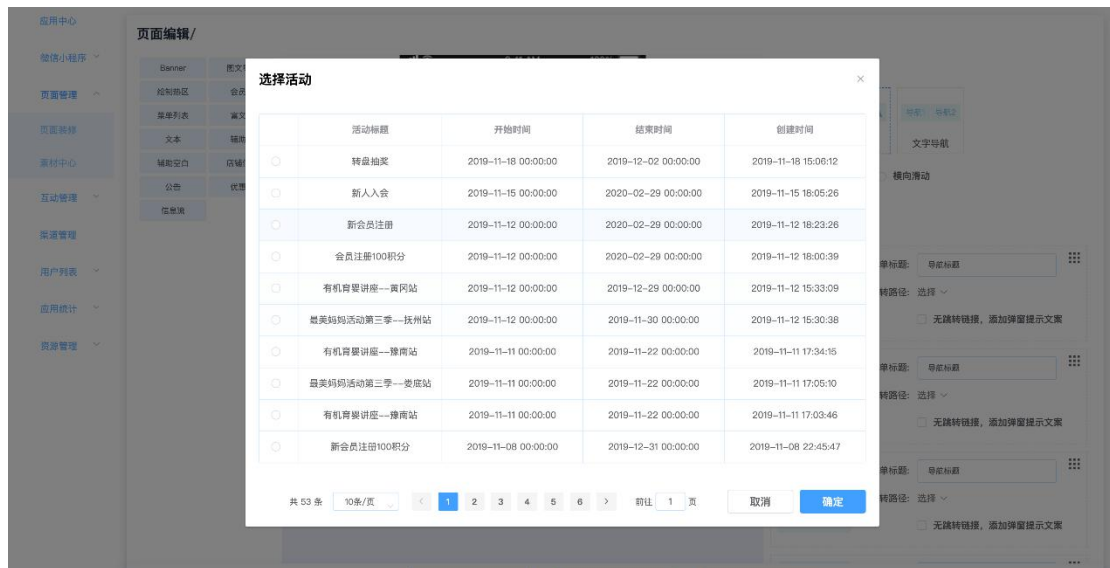
## -优惠券



在跳转路径中选择优惠券，弹窗展示已接入的商户优惠券；

## -互动管理

在跳转路径中选择互动管理，弹窗展示互动管理-我的活动中的全部活动；



## -自定义链接



## -小程序路径



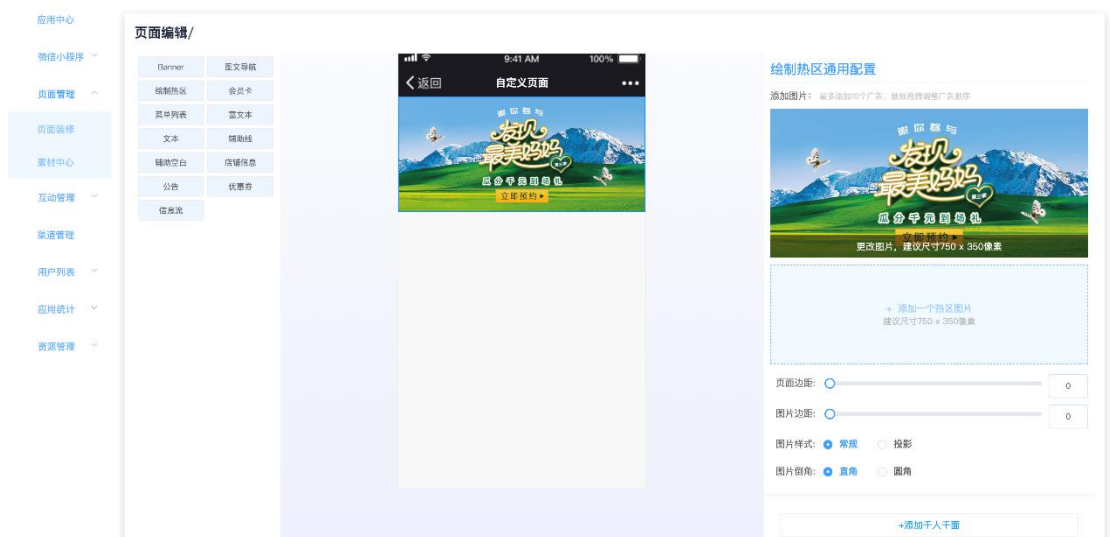




## ■ 绘制热区



点击【添加一个背景图片】，从素材库选择图片



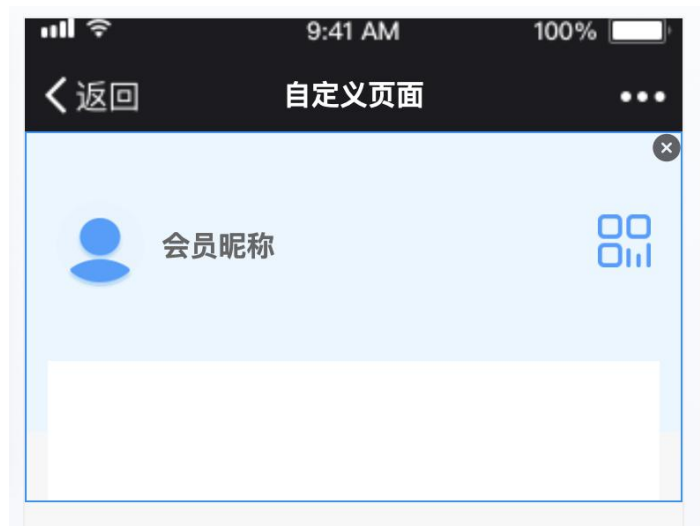
在右侧配置栏点击图片进入热区编辑器，点击【添加热区】-【双击设置关联链接】-选择链接类型，完成操作。



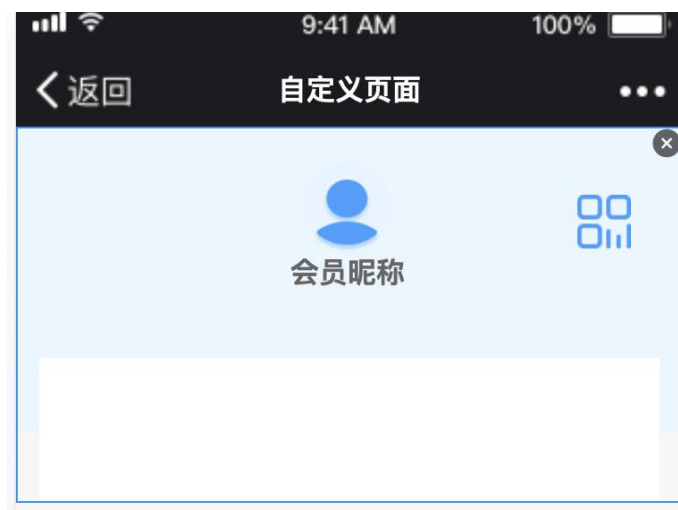
## ■ 会员卡



-卡面样式:  
样式一



样式二:



-显示类目: 可选择余额、积分、优惠券、会员等级



- 会员头像: 点击选择 icon
- 二维码 logoP 点击添加 icon
- 卡面背景: 通过上传图片进行配置

- 页面边距：可根据需要调整；
- 组件边距：可根据需要调整；
- 图片样式：常规/投影
- 图片倒角：直角/圆角
- 昵称字体颜色
- 类目字体颜色

■ 菜单列表



此组件可对菜单列表进行配置，具体配置内容包含：  
菜单标题、菜单备注、跳转路径  
点击【添加一条菜单】可进行增加，最多增加至 10 条菜单。

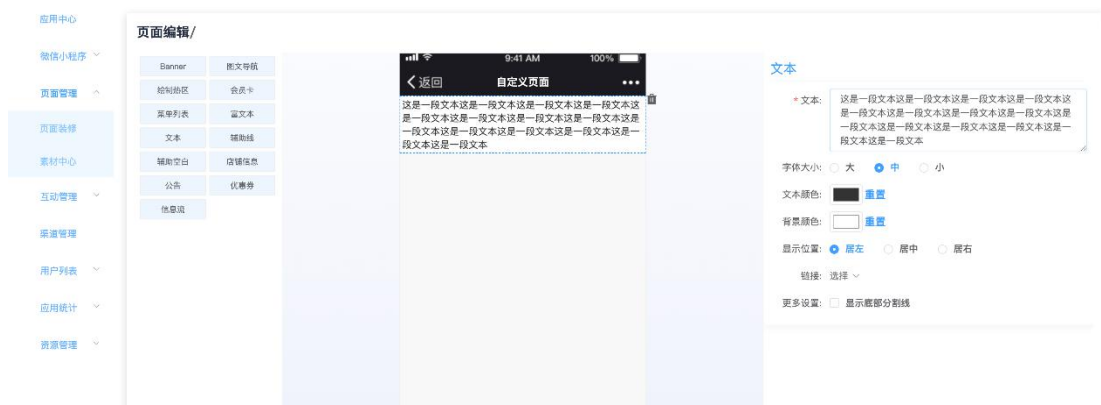
■ 富文本



可选择背景颜色、是否全屏展示：

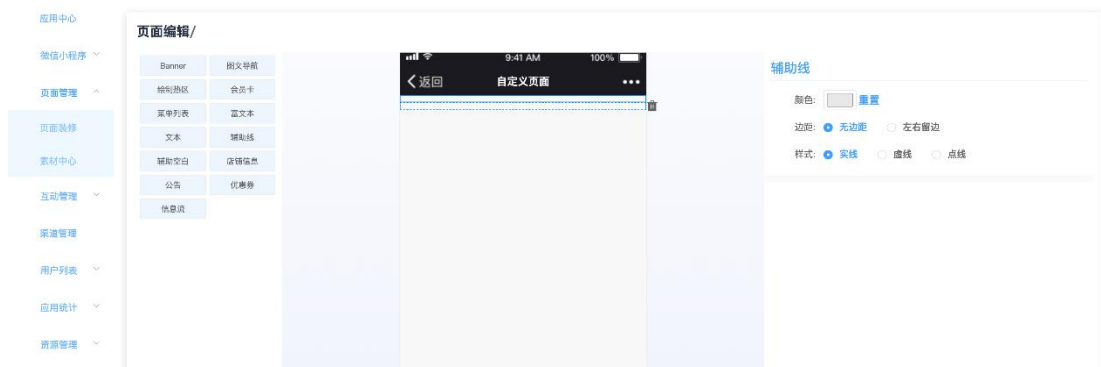


## ■ 文本



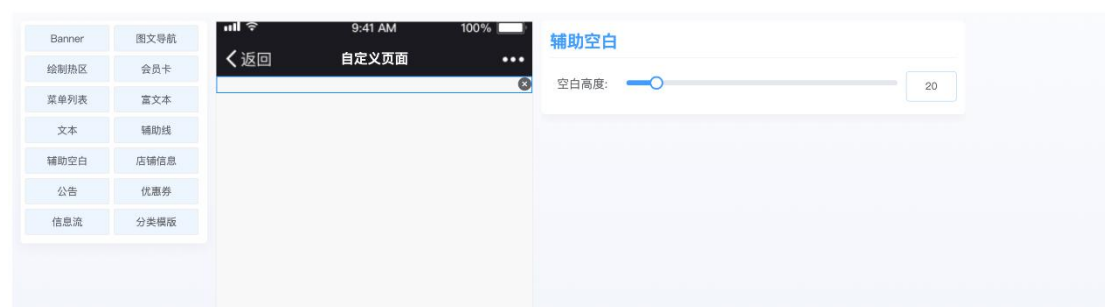
文本处为必填项，最多 100 字；可根据页面需要对以下内容进行调整：字体大小、文本颜色、背景颜色、显示位置（居左、居中、居右）、链接、是否显示底部分割线。

## ■ 辅助线



在页面装修的过程中，必要时可通过添加辅助线对各个组件进行分隔，可选择对颜色、边距、样式进行选择。

## ■ 辅助空白



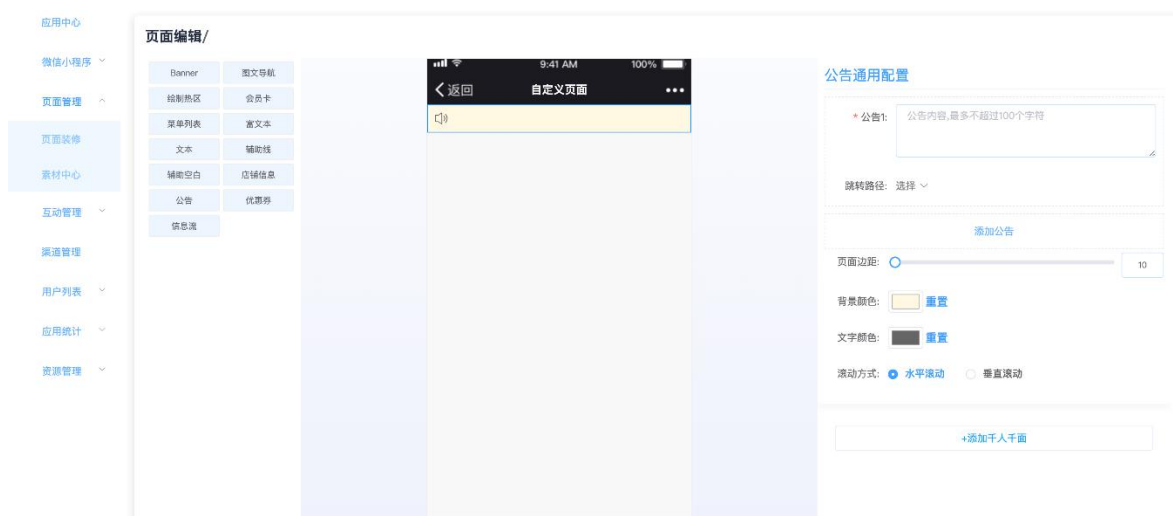
在页面装修的过程中，同样可通过添加页面空白对各个组件进行分隔，可选择对空白高度进行相应调节。

## ■ 店铺信息



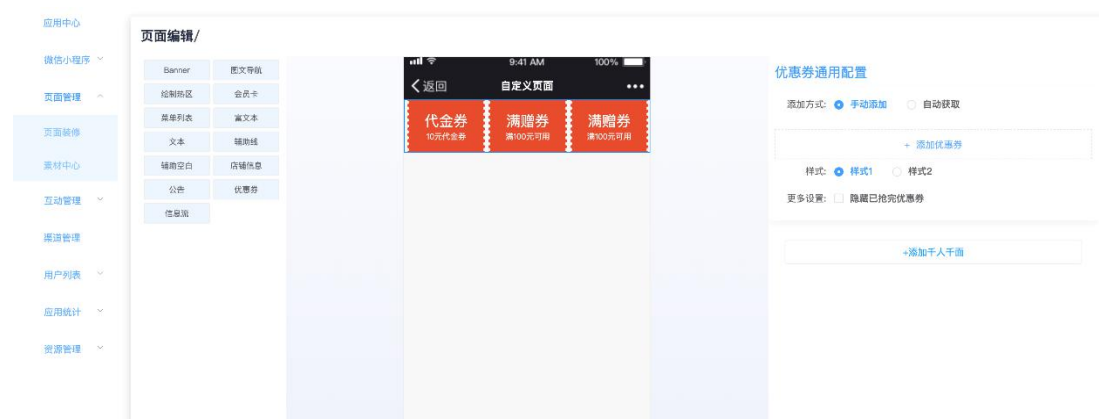
此组件可配置店铺信息页面的卡面样式、店铺 logo、门店背景、店铺坐标、店铺列表；

## ■ 公告



- 公告内容为必填项，可选择是否对公告进行添加链接，添加后点击公告内容即可实现跳转；
- 最多可添加 5 条公告；
- 可对页面边距、文字颜色进行选择；
- 滚动方式可选择水平滚动、垂直滚动；

## ■ 优惠券



此组件可对优惠券样式进行配置，千人千面可在 CDP 上线后使用。

## ■ 信息流



当展示较多图文信息时，可选择使用此组件，同样有多种样式可供选择：大图模式、并排两列、是否显示文字等。

### 4.7.1.2 会员入会

点击【立即创建】



右侧为信息勾选，基础信息勾选后为用户必填项，完善资料为选填项，可根据页面需要选择页面边距、组件边距。

#### 4.7.1.3 优惠券包

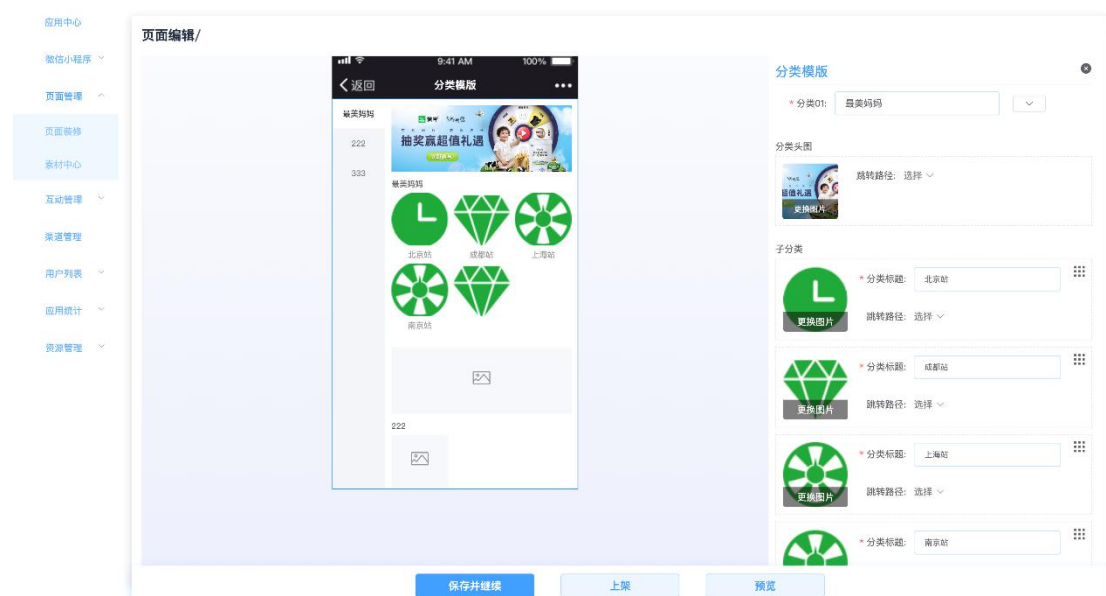


#### 4.7.1.4 门店列表





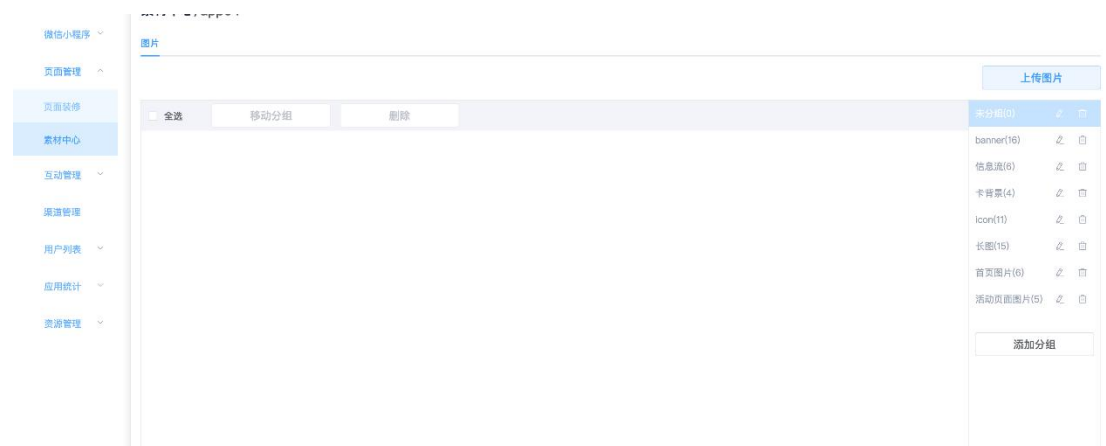
#### 4.7.1.5 分类模板



#### 4.7.1.6 中奖礼品



## 4.7.2 素材中心



可上传图片，通过分组进行管理，这里的素材可在页面装修、互动管理中进行使用。

## 4.8 微信管理

### 4.8.1 公众号管理

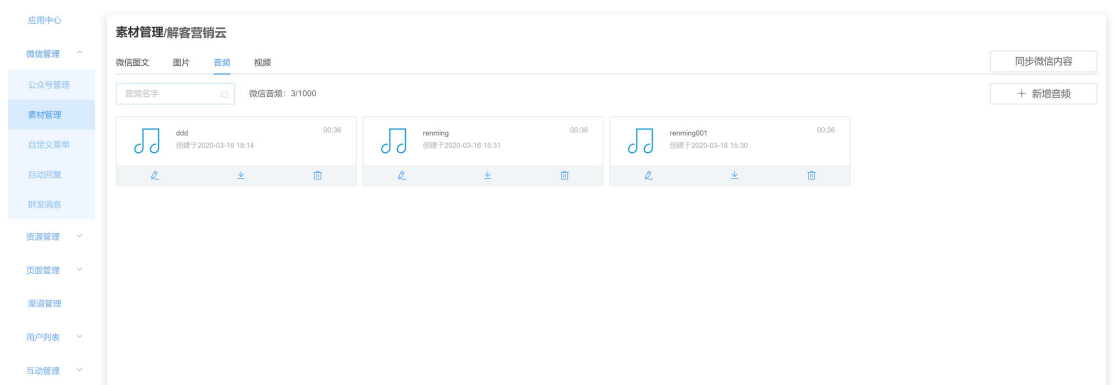
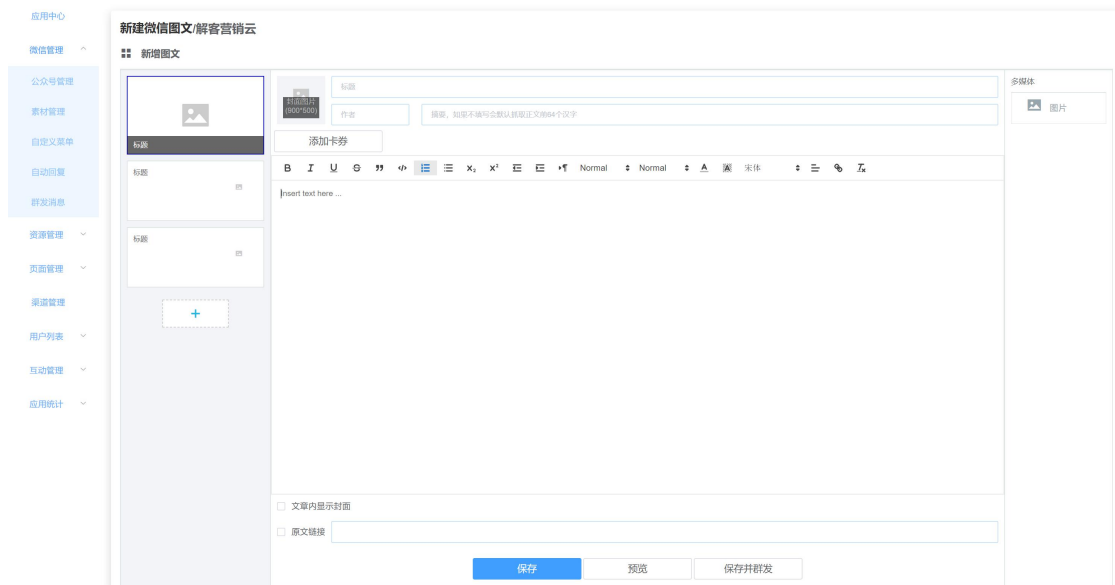


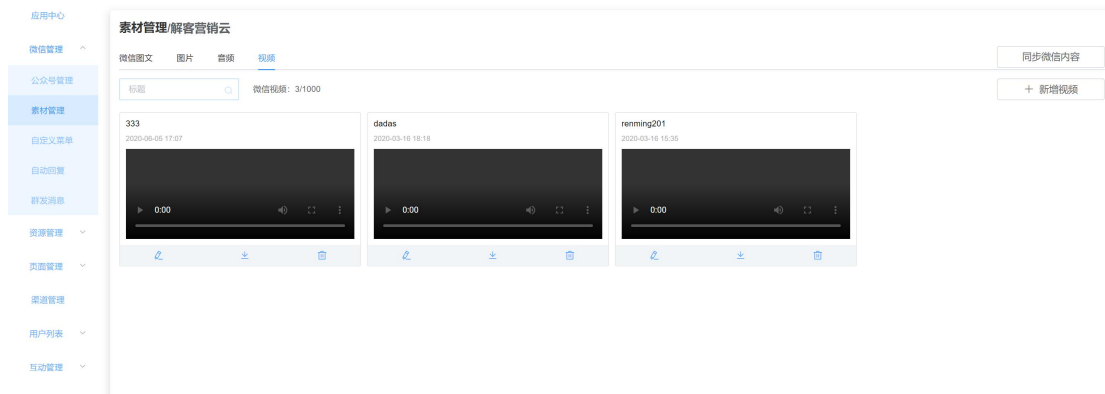
- 整体情况：已创建页面数、公众号会员数
- 最近编辑：显示最近编辑的一条图文
- 已群发消息列表：展示最近群发的 5 条微信图文

## 4.8.2 素材管理

对微信图文、图片、音频、视频素材进行管理。

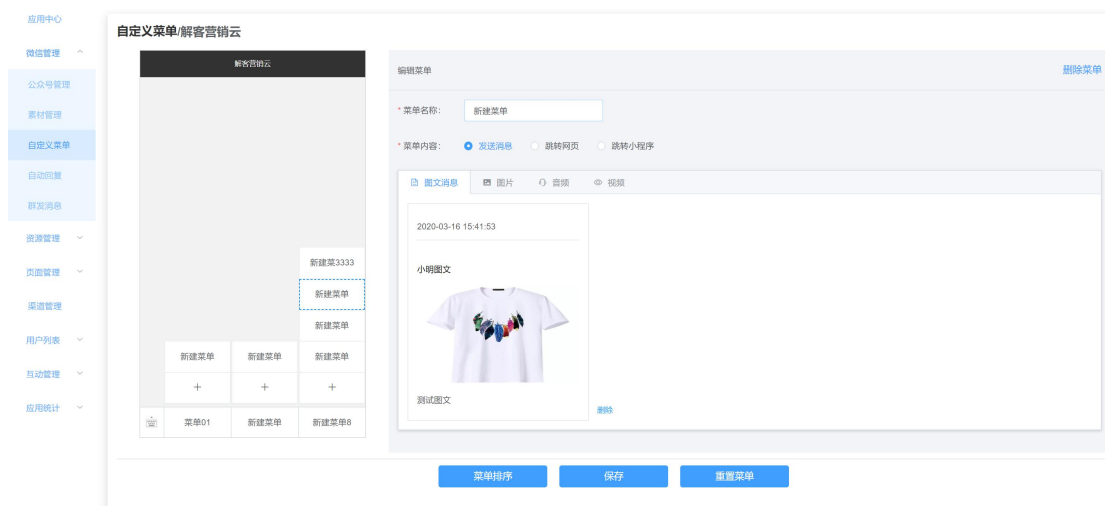






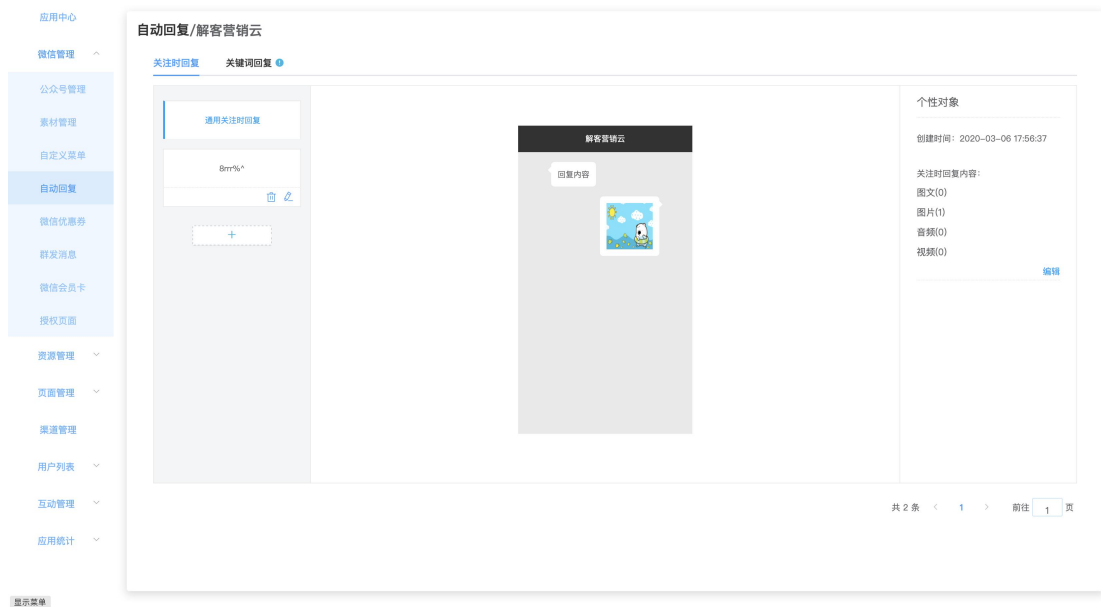
- 切换页签：新增、查看、修改、删除
- 同步微信内容：同步已接入该公众号后台的微信图文、图片、音频、视频素材

### 4.8.3 自定义菜单

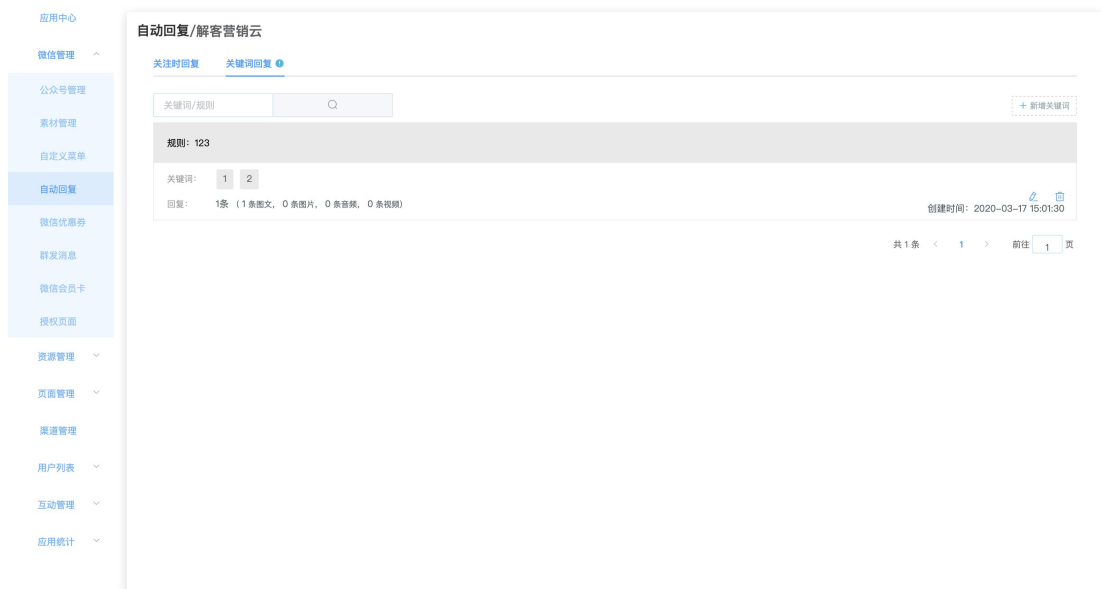


针对微信公众号菜单栏的管理。

### 4.8.4 自动回复



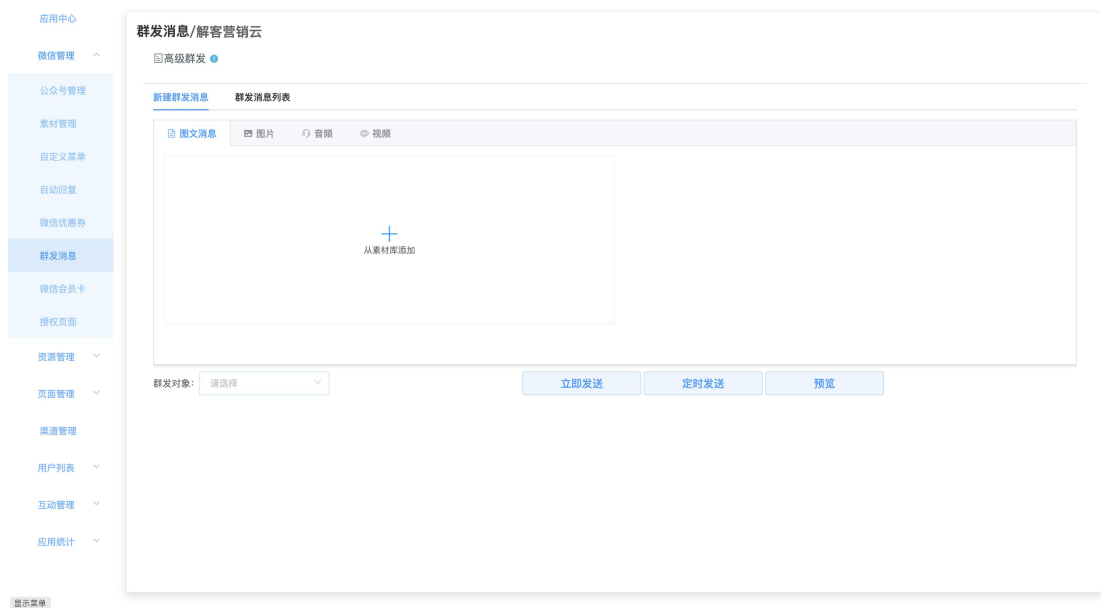
显示菜单



显示菜单

可在此处编辑关注公众号、关键词回复内容。

## 4.8.5 群发消息



新建群发消息、查看群发消息列表、对微信分组粉丝进行群发消息。

