



(12) 发明专利申请

(10) 申请公布号 CN 113450195 A

(43) 申请公布日 2021.09.28

(21) 申请号 202110992093.0

(22) 申请日 2021.08.27

(71) 申请人 浙江口碑网络技术有限公司
地址 310012 浙江省杭州市西湖区西斗门
路3号天堂软件园A幢11楼G座
申请人 拉扎斯网络科技(上海)有限公司

(72) 发明人 廖春安

(74) 专利代理机构 北京博思佳知识产权代理有
限公司 11415
代理人 林祥

(51) Int. Cl.
G06Q 30/06 (2012.01)

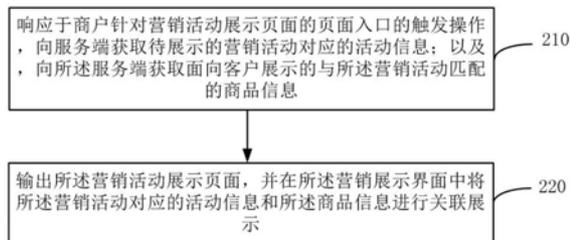
权利要求书3页 说明书9页 附图4页

(54) 发明名称

活动效果的展示方法及装置和电子设备

(57) 摘要

本说明书实施例提供一种活动效果的展示方法及装置和电子设备。所述方法包括：响应于商户针对营销活动展示页面的页面入口的触发操作，向服务端获取待展示的营销活动对应的活动信息；以及，向所述服务端获取面向客户展示的与所述营销活动匹配的商品信息；输出所述营销活动展示页面，并在所述营销展示界面中将所述营销活动对应的活动信息和所述商品信息进行关联展示。



1. 一种活动效果的展示方法,应用于商户客户端,所述方法包括:
响应于商户针对营销活动展示页面的页面入口的触发操作,向服务端获取待展示的营销活动对应的活动信息;以及,
向所述服务端获取面向客户展示的与所述营销活动匹配的商品信息;
输出所述营销活动展示页面,并在所述营销展示界面中将所述营销活动对应的活动信息和所述商品信息进行关联展示。
2. 根据权利要求1所述的方法,所述获取面向客户展示的与所述营销活动匹配的商品信息,包括:
根据所述营销活动的类型,从所述商户当前销售的商品中确定与所述营销活动的类型匹配的目标商品;
将所述目标商品的商品信息确定为面向客户展示的与所述营销活动匹配的商品信息。
3. 根据权利要求1所述的方法,所述获取面向客户展示的与所述营销活动匹配的商品信息,包括:
根据所述商户的历史销售记录,从所述商户当前销售的商品中确定历史销量高的目标商品;
将所述目标商品的商品信息确定为面向客户展示的与所述营销活动匹配的商品信息。
4. 根据权利要求1所述的方法,所述面向客户展示的与所述营销活动匹配的商品信息,包括:面向客户展示的所述商户当前销售的与所述营销活动匹配的商品详细信息和,面向客户展示的所述营销活动对应的活动页面效果图;
所述在所述营销展示界面中将所述营销活动对应的活动信息和所述商品信息进行关联展示,包括:
根据营销策略,将所述活动信息和所述商品详细信息进行融合,得到融合后的待展示信息;
将所述待展示信息在所述活动效果图的预设位置上进行渲染展示;其中,所述待展示信息与预设位置具有对应关系。
5. 根据权利要求4所述的方法,所述营销策略包括商品打折;
所述将所述活动信息和所述商品详细信息进行融合,得到融合后的待展示信息,包括:
根据所述活动信息中的活动折扣,计算所述商品详细信息中的商品原价的活动价。
6. 根据权利要求1所述的方法,所述方法还包括:
响应于所述商户针对所述营销活动展示页面的动效选项的触发操作,将所述营销活动展示页面中关联展示的所述活动信息和商品信息从第一展示状态切换为第二展示状态;
其中,第一展示状态为所述动效选项被触发前的展示状态,所述第二展示状态为所述动效选项被触发后的展示状态;在所述第一展示状态中,展示的是面向商户的活动信息和商品信息;在所述第二展示状态中,展示的是面向客户的商品信息。
7. 根据权利要求6所述的方法,所述面向商户的活动信息,包括以下一种或几种的组合:活动时间、已报名商户数、已参与商品数、预估销售增幅;
所述面向商户的商品信息,包括以下一种或几种的组合:商品的图片、原价、活动价、库存信息、限购信息;
所述面向客户的商品信息,包括以下一种或几种的组合:商品的图片、原价、活动价、销

量。

8. 根据权利要求6所述的方法,在所述第一展示状态中,所述关联展示的所述活动信息和商品信息渲染有一层有色蒙层;

在所述第二展示状态中,关闭所述渲染的有色蒙层。

9. 一种活动效果的展示装置,应用于商户客户端,所述装置包括:

响应单元,响应于商户针对营销活动展示页面的页面入口的触发操作,向服务端获取待展示的营销活动对应的活动信息;以及,向所述服务端获取面向客户展示的与所述营销活动匹配的商品信息;

展示单元,输出所述营销活动展示页面,并在所述营销展示界面中将所述营销活动对应的活动信息和所述商品信息进行关联展示。

10. 根据权利要求9所述的装置,所述响应单元中,获取面向客户展示的与所述营销活动匹配的商品信息,包括:

根据所述营销活动的类型,从所述商户当前销售的商品中确定与所述营销活动的类型匹配的目标商品;

将所述目标商品的商品信息确定为面向客户展示的与所述营销活动匹配的商品信息。

11. 根据权利要求9所述的装置,所述响应单元中,获取面向客户展示的与所述营销活动匹配的商品信息,包括:

根据所述商户的历史销售记录,从所述商户当前销售的商品中确定历史销量高的目标商品;

将所述目标商品的商品信息确定为面向客户展示的与所述营销活动匹配的商品信息。

12. 根据权利要求9所述的装置,所述面向客户展示的与所述营销活动匹配的商品信息,包括:面向客户展示的所述商户当前销售的与所述营销活动匹配的商品详细信息和,面向客户展示的所述营销活动对应的活动页面效果图;

所述展示单元,包括:

融合子单元,根据营销策略,将所述活动信息和所述商品详细信息进行融合,得到融合后的待展示信息;

展示子单元,输出所述营销活动展示页面,将所述待展示信息在所述活动效果图的预设位置上进行渲染展示;其中,所述待展示信息与预设位置具有对应关系。

13. 根据权利要求12所述的装置,所述营销策略包括商品打折;

所述融合子单元,包括:

根据所述活动信息中的活动折扣,计算所述商品详细信息中的商品原价的活动价。

14. 根据权利要求9所述的装置,所述装置还包括:

动效单元,响应于所述商户针对所述营销活动展示页面的动效选项的触发操作,将所述营销活动展示页面中关联展示的所述活动信息和商品信息从第一展示状态切换为第二展示状态;

其中,第一展示状态为所述动效选项被触发前的展示状态,所述第二展示状态为所述动效选项被触发后的展示状态;在所述第一展示状态中,展示的是面向商户的活动信息和商品信息;在所述第二展示状态中,展示的是面向客户的商品信息。

15. 根据权利要求14所述的装置,所述面向商户的活动信息,包括以下一种或几种的组

合:活动时间、已报名商户数、已参与商品数、预估销售增幅;

所述面向商户的商品信息,包括以下一种或几种的组合:商品的图片、原价、活动价、库存信息、限购信息;

所述面向客户的商品信息,包括以下一种或几种的组合:商品的图片、原价、活动价、销量。

16. 根据权利要求14所述的装置,在所述第一展示状态中,所述关联展示的所述活动信息和商品信息渲染有一层有色蒙层;

在所述第二展示状态中,关闭所述渲染的有色蒙层。

17. 一种电子设备,包括:

处理器;

用于存储处理器可执行指令的存储器;

其中,所述处理器被配置为执行上述权利要求1-8中任一项所述的方法。

18. 一种计算机可读存储介质,当所述计算机可读存储介质中的指令由电子设备的处理器执行时,使得所述电子设备能够执行如权利要求1-8中任一项所述的方法。

活动效果的展示方法及装置和电子设备

技术领域

[0001] 本说明书实施例涉及互联网技术领域,尤其涉及一种活动效果的展示方法及装置和电子设备。

背景技术

[0002] 随着移动互联网的不断普及,使用移动互联网的用户越来越多。为了寻求业务的增长,越来越多的商户方倾向于利用互联网平台提供的营销活动来吸引用户。

[0003] 以外卖这样的即使配送业务为例,外卖商家可以参与外卖平台推出的营销活动以吸引外卖用户下单。这样,不仅商家可以提高营业额,平台也增加了流量,用户获取了想要的商品,实现多赢的效果。

[0004] 然而,在实际应用中,由于平台通常会同时推出多个营销活动,对于商户来说需要熟悉不同营销活动内容差异,才能进行选择;这就需要商户方付出额外的参与成本。而这通常就成为阻止商户积极参与营销活动的门槛,导致自主参与营销活动的商户比例不高。

发明内容

[0005] 本说明书实施例提供一种活动效果的展示方法及装置和电子设备:

根据本说明书实施例的第一方面,提供一种活动效果的展示方法,所述方法包括:
响应于商户针对营销活动展示页面的页面入口的触发操作,向服务端获取待展示的营销活动对应的活动信息;以及,

向所述服务端获取面向客户展示的与所述营销活动匹配的商品信息;

输出所述营销活动展示页面,并在所述营销展示界面中将所述营销活动对应的活动信息和所述商品信息进行关联展示。

[0006] 根据本说明书实施例的第二方面,提供一种活动效果的展示装置,所述装置包括:
响应单元,响应于商户针对营销活动展示页面的页面入口的触发操作,向服务端获取待展示的营销活动对应的活动信息;以及,向所述服务端获取面向客户展示的与所述营销活动匹配的商品信息;

展示单元,输出所述营销活动展示页面,并在所述营销展示界面中将所述营销活动对应的活动信息和所述商品信息进行关联展示。

[0007] 根据本说明书实施例的第三方面,提供一种电子设备,包括:

处理器;

用于存储处理器可执行指令的存储器;

其中,所述处理器被配置为上述任一项活动效果的展示方法。

[0008] 根据本说明书实施例的第四方面,一种计算机可读存储介质,当所述计算机可读存储介质中的指令由电子设备的处理器执行时,使得所述电子设备能够执行上述任一项活动效果的展示方法。

[0009] 本说明书实施例,提供了一种活动效果的展示方案。通过将原本向客户展示的与

营销活动匹配的商品信息也展示给商户,让商户能够感知营销活动开始后在客户侧展示的活动页面效果。通过在营销展示界面中关联展示与营销活动对应的活动信息和商品信息,给予商户直观且具象的活动页面效果。如此,不仅可以增强商户感知的活动氛围,提高了商户参与营销活动的积极性,而且便于商户评估营销活动对于客户的吸引力,作为商户决策是否参与营销活动的一种参考。

附图说明

- [0010] 图1是本说明书一实施例提供的现有商户方展示的活动页面效果的示意图;
图2是本说明书一实施例提供的活动效果的展示方法的流程图;
图3是本说明书一实施例提供的商户方的营销活动展示页面的示意图;
图4是本说明书一实施例提供的向商户方展示的活动效果的示意图;
图5是本说明书一实施例提供的活动效果的展示装置的硬件结构图;
图6是本说明书一实施例提供的活动效果的展示装置的模块。

具体实施方式

[0011] 这里将详细地对示例性实施例进行说明,其示例表示在附图中。下面的描述涉及附图时,除非另有表示,不同附图中的相同数字表示相同或相似的要素。以下示例性实施例中所描述的实施方式并不代表与本说明书相一致的所有实施方式。相反,它们仅是与如所附权利要求书中所详述的、本说明书的一些方面相一致的装置和方法的例子。

[0012] 在本说明书使用的术语是仅仅出于描述特定实施例的目的,而非旨在限制本说明书。在本说明书和所附权利要求书中所使用的单数形式的“一种”、“所述”和“该”也旨在包括多数形式,除非上下文清楚地表示其他含义。还应当理解,本文中使用的术语“和/或”是指并包含一个或多个相关联的列出项目的任何或所有可能组合。

[0013] 应当理解,尽管在本说明书可能采用术语第一、第二、第三等来描述各种信息,但这些信息不应限于这些术语。这些术语仅用来将同一类型的信息彼此区分开。例如,在不脱离本说明书范围的情况下,第一信息也可以被称为第二信息,类似地,第二信息也可以被称为第一信息。取决于语境,如在此所使用的词语“如果”可以被解释成为“在……时”或“当……时”或“响应于确定”。

[0014] 随着移动互联网的不断普及,使用移动互联网的用户越来越多。为了寻求业务的增长,越来越多的商户方倾向于利用互联网平台提供的营销活动来吸引用户。

[0015] 以外卖这样的即使配送业务为例,外卖商家可以参与外卖平台推出的营销活动以吸引外卖用户下单。这样,不仅商家可以提高营业额,平台也增加了流量,用户获取了想要的商品,实现多赢的效果。

[0016] 然而,在实际应用中,由于平台通常会同时推出多个营销活动,对于商户来说需要熟悉不同营销活动内容差异,才能进行选择;这就需要商户方付出额外的参与成本。而这通常就成为阻止商户积极参与营销活动的门槛,导致自主参与营销活动的商户比例不高。

[0017] 如图1所示的现有商户方展示的活动页面效果的示意图。在图1中,向商户方展示的活动效果较为单一,通常是以活动列表的形式简单展示一些活动相关的信息。如图1中所示的活动名称、活动时间、报名时间、已报名商户数量等。这样,对于商户来说其能够获得到

的信息量有限,无法使商户直观且具象地感知实际活动效果。

[0018] 为此,本说明书旨在提供一种活动效果的展示方案。通过将原本向客户展示的与营销活动匹配的商品信息也展示给商户,让商户能够感知营销活动开始后在客户侧展示的活动页面效果。通过在营销展示界面中关联展示与营销活动对应的活动信息和商品信息,给予商户直观且具象的活动页面效果。如此,不仅可以增强商户感知的活动氛围,提高了商户参与营销活动的积极性,而且便于商户评估营销活动对于客户的吸引力,作为商户决策是否参与营销活动的一种参考。

[0019] 以下结合图2介绍本说明书一实施例提供的活动效果的展示方法的流程图。如图2所示,所述方法可以包括:

步骤210:响应于商户针对营销活动展示页面的页面入口的触发操作,向服务端获取待展示的营销活动对应的活动信息;以及,向所述服务端获取面向客户展示的与所述营销活动匹配的商品信息。

[0020] 步骤220:输出所述营销活动展示页面,并在所述营销展示界面中将所述营销活动对应的活动信息和所述商品信息进行关联展示。

[0021] 其中,所述商户可以是指服务的提供方;与商户对应的是客户,客户可以是指服务的需求方。

[0022] 以外卖这样的即使配送业务为例,商户可以是指外卖商家,客户可以是指外卖买家。除了外卖之外还可以是指网购平台这样的电子商务业务等。

[0023] 本说明书提供的实施例可以应用于商户客户端。所述商户客户端可以是指软件上的应用客户端,例如商户侧的APP。以外卖APP为例可以为商家版的外卖APP。

[0024] 与商户客户端对应的,所述客户客户端可以是指指软件上的应用客户端,例如客户侧的APP。同样以外卖APP为例可以为客户版的外卖APP。

[0025] 所述服务端具体指与所述商户、客户使用的客户端对应的服务端。如前述的互联网平台、外卖平台都是具体地服务端。在实际应用中,所述服务端可以包括服务器、服务器集群、由服务器集群构建的云平台等。

[0026] 在介绍完上述内容后,下面对上述步骤210至步骤240中的各步骤进行详细地说明。

[0027] 步骤210,响应于商户针对营销活动展示页面的页面入口的触发操作,向服务端获取待展示的营销活动对应的活动信息;以及,向所述服务端获取面向客户展示的与所述营销活动匹配的商品信息。

[0028] 通常服务端可以向商户推送邀请参与营销活动的通知,当商户点击通知后,就会触发生成展示指令并跳转到营销活动展示页面。或者,商户通过点击商户客户端上显示的营销活动入口,触发生成展示指令并跳转到营销活动展示页面。

[0029] 当商户客户端获取到商户针对营销活动展示页面的页面入口的触发操作后,可以响应于该触发操作,获取待展示的营销活动对应的活动信息;以及,面向客户展示的与所述营销活动匹配的商品信息。

[0030] 一般的,商户客户端本地并不存储营销活动相关的内容信息,因此需要向对应的服务端获取。

[0031] 具体地,商户客户端可以将营销活动标识以及商户标识上传给服务端。由服务端

基于营销活动标识和商户方标识,确定该营销活动标识关联的活动信息;以及与营销活动标识匹配的面向客户展示的商品信息。

[0032] 需要说明的是,面向客户展示的与所述营销活动匹配的商品信息可以是指参与营销活动的商品的信息。但是,此时由于营销活动实际还未开始,面向客户展示的商品信息并未实际确定。为了最终展示面向客户的商品信息,此时可以将面向客户展示的代购买商品与面向商户展示待参与营销活动的商品进行结合。即将面向商户展示待参与营销活动的商品作为面向客户展示的代购买商品。

[0033] 通过这种构思,通过展示该商户的商品信息,即解决了实际未确定的面向客户展示的商品信息,又解决为商户推荐参与营销活动的商品信息。

[0034] 具体地,服务端可以自动为商户匹配最优的商品信息。其中,所述商品信息可以是商户方当前销售商品的信息,并且还需要符合营销活动的要求。

[0035] 在一种实现方式中,所述获取面向客户展示的与所述营销活动匹配的商品信息,包括:

根据所述营销活动的类型,从所述商户当前销售的商品中确定与所述营销活动的类型匹配的目标商品;

将所述目标商品的商品信息确定为面向客户展示的与所述营销活动匹配的商品信息。

[0036] 该实现方式中,服务端可以根据营销活动标识,确定营销活动的类型;以及根据商户标识,确定商户当前销售商品的商品类型;然后,从商户当前销售的商品类型中筛选出与营销活动的类型匹配的商品。

[0037] 通常,服务端可以预先建立营销活动的类型与商品类型之间的对应关系。例如,“大促”活动,其活动主题通常是折扣优惠;那么服务端可以从商户销售商品中,筛选出打折的商品。

[0038] 再例如,“无辣不欢”活动,其活动主题通常是辣;因此服务端可以从商户销售商品中,筛选出口味是辣的商品。

[0039] 通过营销活动的类型与商品类型的匹配,服务端可以自动获取符合营销活动的在售商品进行展示以及供商户选择。

[0040] 在另一种实现方式中,所述获取面向客户展示的与所述营销活动匹配的商品信息,包括:

根据所述商户的历史销售记录,从所述商户当前销售的商品中确定历史销量高的目标商品;

将所述目标商品的商品信息确定为面向客户展示的与所述营销活动匹配的商品信息。

[0041] 该实现方式中,服务端可以根据商户标识,确定商户方的历史销售记录;然后,从商户当前销售的商品中筛选出历史销量高的商品。

[0042] 值得一提的是,这两种实现方式可以组合实施,例如:

根据所述营销活动的类型,从所述商户当前销售的商品中确定与所述营销活动的类型匹配的商品;

根据商户的历史销售数据,从所述与所述营销活动的类型匹配的商品中确定历史

销量高的目标商品；

将所述目标商品的商品信息确定为面向客户展示的与所述营销活动匹配的商品信息。

[0043] 通过营销活动的类型与历史销量记录,可以为商户自动匹配最优的待参与活动的商品,避免商户需要自己筛选参与活动的商品的操作。通过简化参与活动的流程增加商户参与活动的积极性。

[0044] 步骤240,输出所述营销活动展示页面,并在所述营销展示界面中将所述营销活动对应的活动信息和所述商品信息进行关联展示。

[0045] 商户客户端响应前述触发操作后,可以跳转到营销活动展示页面,在所述营销展示界面中将所述营销活动对应的活动信息和所述商品信息进行关联展示

由于活动信息和商品信息是两种不同的数据,并且面向的对象,展示的方式都不相同;而在此时需要同时展示在一个页面中时,需要基于预设展示规则进行关联展示。所述关联展示可以是指基于活动信息与商品信息的关联关系进行展示。

[0046] 在一实施例中,所述面向客户展示的与所述营销活动匹配的商品信息,包括:面向客户展示的所述商户当前销售的与所述营销活动匹配的商品详细信息和,面向客户展示的所述营销活动对应的活动页面效果图;

所述在所述营销展示界面中将所述营销活动对应的活动信息和所述商品信息进行关联展示,包括:

根据营销策略,将所述活动信息和所述商品 ([0047] 该实施例中,可以将活动效果图作为底图,然后将活动信息和商品 ([0048] 其中,所述对应关系可以是服务端下发的,记录了每种信息的字段名对应 ([0049] 进一步的,所述营销策略可以包括商品打折;

将所述待展示信息在所述活动效果图的预设 ([0047] 该实施例中,可以将活动效果图作为底图,然后将活动信息和商品 ([0048] 其中,所述对应关系可以是服务端下发的,记录了每种信息的字段名对应 ([0049] 进一步的,所述营销策略可以包括商品打折;

根据营销策略,将所述活动信息和所述商品 ([0047] 该实施例中,可以将活动效果图作为底图,然后将活动信息和商品 ([0048] 其中,所述对应关系可以是服务端下发的,记录了每种信息的字段名对应 ([0049] 进一步的,所述营销策略可以包括商品打折;

将所述待展示信息在所述活动效果图的预设 ([0047] 该实施例中,可以将活动效果图作为底图,然后将活动信息和商品 ([0048] 其中,所述对应关系可以是服务端下发的,记录了每种信息的字段名对应 ([0049] 进一步的,所述营销策略可以包括商品打折;

以触发参与活动的流程,即商户参与该活动,以及将当前展示的商品确定为参与活动的商品。

[0054] 所述营销活动展示页面中还显示有动效选项33(图3中的“效果”);当商户点击该动效选项33后,可以触发营销活动页面的动效,以将图3所示的营销活动页面内容切换为图4所示的营销活动页面内容。具体地,在图2所示方法基础上,所述方法还可以包括:

响应于所述商户针对所述营销活动展示页面的动效选项的触发操作,将所述营销活动展示页面中关联展示的所述活动信息和商品信息从第一展示状态切换为第二展示状态;

其中,第一展示状态为所述动效选项被触发前的展示状态,所述第二展示状态为所述动效选项被触发后的展示状态;在所述第一展示状态中,展示的是面向商户的活动信息和商品信息;在所述第二展示状态中,展示的是面向客户的商品信息。

[0055] 以下结合图3和图4介绍前述第一展示状态和第二展示状态的区别。

[0056] 图3所示的营销活动页面属于第一展示状态。如图3所示,当前营销活动页面中向商户展示的商品信息可以包括:商品的图片、活动价、原价、库存信息、限购信息、已报名商户数量、活动时间。

[0057] 当商户点击动效选项33后,可以触发活动页面的动效,将所述展示的商品信息从图3所示的第一展示状态切换为图4所示的第二展示状态。

[0058] 如图4所示,在所述第二展示状态中,展示的面向客户的商品信息包括:商品的图片、原价、活动价、销量(图3中不展示)。

[0059] 通过比较图3和图4可以发现,有些商品信息即向商户展示也向客户方展示,如商品的图片、活动价、原价。

[0060] 有些商品信息仅向商户展示,如商品的库存信息、限购信息。

[0061] 有些商品信息仅向客户展示,如商品的销量。

[0062] 此外,图3中被遮盖的部分活动底图也会在图4中完整的显示。

[0063] 这里通过商品信息的动态变化,可以让商户能够感知商品信息在商户与客户展示的差异,提升商户对于活动的感知。

[0064] 在一实施例中,所述步骤220展示的活动信息和商品信息还可以设置有色蒙层。即在所述第一展示状态中,所述关联展示的所述活动信息和商品信息渲染有一层有色蒙层;在所述第二展示状态中,关闭所述渲染的有色蒙层。

[0065] 其中,所述有色蒙层可以是指覆盖在活动页面效果图之上的一层透明且有色的图层。所述有色蒙层可以包括灰色蒙层、绿色蒙层、白色蒙层等。

[0066] 在相关技术中,可以采用CSS、JS等技术实现蒙层设置。例如,在CSS中,可以在img元素(活动页面效果图)外加一层div。

```
[0067] <div class="dimback">
    
</div>
```

然后,将div的背景颜色设置为预设颜色,为img元素设置不透明度。

```
[0068] .dim{
    opacity:0.6; filter: alpha(opacity=60);
```

```
}  
.dimback{  
    background: #000;  
}
```

这样就可以实现在活动页面效果图上设置有色蒙层。

[0069] 当动效选项被触发后,商户客户端响应于动效指令,关闭所述关联展示的所述活动信息和商品信息之上覆盖的有色蒙层,以展示原始色彩的活动页面效果。

[0070] 综上所述,本说明书实施例通过将原本向客户展示的与营销活动匹配的商品信息也展示给商户,让商户能够感知营销活动开始后在客户侧展示的活动页面效果。通过在营销展示界面中关联展示与营销活动对应的活动信息和商品信息,给予商户直观且具象的活动页面效果。如此,不仅可以增强商户感知的活动氛围,提高了商户参与营销活动的积极性,而且便于商户评估营销活动对于客户的吸引力,作为商户决策是否参与营销活动的一种参考。

[0071] 与前述活动效果的展示方法实施例相对应,本说明书还提供了活动效果的展示装置的实施例。所述装置实施例可以通过软件实现,也可以通过硬件或者软硬件结合的方式实现。以软件实现为例,作为一个逻辑意义上的装置,是通过其所在设备的处理器将非易失性存储器中对应的计算机业务程序指令读取到内存中运行形成的。从硬件层面而言,如图5所示,为本说明书活动效果的展示装置所在设备的一种硬件结构图,除了图5所示的处理器、网络接口、内存以及非易失性存储器之外,实施例中装置所在的设备通常根据活动效果的展示实际功能,还可以包括其他硬件,对此不再赘述。

[0072] 请参见图6,为本说明书一实施例提供的活动效果的展示装置的模块图,所述装置对应了图2所示实施例,所述装置包括:

响应单元310,响应于商户针对营销活动展示页面的页面入口的触发操作,向服务端获取待展示的营销活动对应的活动信息;以及,向所述服务端获取面向客户展示的与所述营销活动匹配的商品信息;

展示单元320,输出所述营销活动展示页面,并在所述营销展示界面中将所述营销活动对应的活动信息和所述商品信息进行关联展示。

[0073] 在一实施例中,所述响应单元310中,获取面向客户展示的与所述营销活动匹配的商品信息,包括:

根据所述营销活动的类型,从所述商户当前销售的商品中确定与所述营销活动的类型匹配的目标商品;

将所述目标商品的商品信息确定为面向客户展示的与所述营销活动匹配的商品信息。

[0074] 在一实施例中,所述响应单元310中,获取面向客户展示的与所述营销活动匹配的商品信息,包括:

根据所述商户的历史销售记录,从所述商户当前销售的商品中确定历史销量高的目标商品;

将所述目标商品的商品信息确定为面向客户展示的与所述营销活动匹配的商品信息。

[0075] 在一实施例中,所述面向客户展示的与所述营销活动匹配的商品信息,包括:面向客户展示的所述商户当前销售的与所述营销活动匹配的商品详细信息和,面向客户展示的所述营销活动对应的活动页面效果图;

所述展示单元320,包括:

融合子单元,根据营销策略,将所述活动信息和所述商品详细信息进行融合,得到融合后的待展示信息;

展示子单元,输出所述营销活动展示页面,将所述待展示信息在所述活动效果图的预设位置上进行渲染展示;其中,所述待展示信息与预设位置具有对应关系。

[0076] 在一实施例中,所述营销策略包括商品打折;

所述融合子单元,包括:

根据所述活动信息中的活动折扣,计算所述商品详细信息中的商品原价的活动价。

[0077] 在一实施例中,所述装置还包括:

动效单元,响应于所述商户针对所述营销活动展示页面的动效选项的触发操作,将所述营销活动展示页面中关联展示的所述活动信息和商品信息从第一展示状态切换为第二展示状态;

其中,第一展示状态为所述动效选项被触发前的展示状态,所述第二展示状态为所述动效选项被触发后的展示状态;在所述第一展示状态中,展示的是面向商户的活动信息和商品信息;在所述第二展示状态中,展示的是面向客户的商品信息。

[0078] 在一实施例中,所述面向商户的活动信息,包括以下一种或几种的组合:活动时间、已报名商户数、已参与商品数;

所述面向商户的商品信息,包括以下一种或几种的组合:商品的图片、原价、活动价、库存信息、限购信息;

所述面向客户的商品信息,包括以下一种或几种的组合:商品的图片、原价、活动价、销量。

[0079] 在一实施例中,在所述第一展示状态中,所述关联展示的所述活动信息和商品信息渲染有一层有色蒙层;

在所述第二展示状态中,关闭所述渲染的有色蒙层。

[0080] 上述实施例阐明的系统、装置、模块或单元,具体可以由计算机芯片或实体实现,或者由具有某种功能的产品来实现。一种典型的实现设备为计算机,计算机的具体形式可以是个人计算机、膝上型计算机、蜂窝电话、相机电话、智能电话、个人数字助理、媒体播放器、导航设备、电子邮件收发设备、游戏控制台、平板计算机、可穿戴设备或者这些设备中的任意几种设备的组合。

[0081] 上述装置中各个单元的功能和作用的实现过程具体详见上述方法中对应步骤的实现过程,在此不再赘述。

[0082] 对于装置实施例而言,由于其基本对应于方法实施例,所以相关之处参见方法实施例的部分说明即可。以上所描述的装置实施例仅仅是示意性的,其中所述作为分离部件说明的单元可以是或者也可以不是物理上分开的,作为单元显示的部件可以是或者也可以不是物理单元,即可以位于一个地方,或者也可以分布到多个网络单元上。可以根据实际的

需要选择其中的部分或者全部模块来实现本说明书方案的目的。本领域普通技术人员在不付出创造性劳动的情况下,即可以理解并实施。

[0083] 以上图6描述装置的内部功能模块和结构示意图,其实质上的执行主体可以为一种电子设备,包括:

处理器;

用于存储处理器可执行指令的存储器;

其中,所述处理器被配置执行上述任一实施例所述的活动效果的展示方法。

[0084] 在上述电子设备的实施例中,应理解,该处理器可以是中央处理单元(英文:Central Processing Unit,简称:CPU),还可以是其他通用处理器、数字信号处理器(英文:Digital Signal Processor,简称:DSP)、专用集成电路(英文:Application Specific Integrated Circuit,简称:ASIC)等。通用处理器可以是微处理器或者该处理器也可以是任何常规的处理器等,而前述的存储器可以是只读存储器(英文:read-only memory,缩写:ROM)、随机存取存储器(英文:random access memory,简称:RAM)、快闪存储器、硬盘或者固态硬盘。结合本发明实施例所公开的方法的步骤可以直接体现为硬件处理器执行完成,或者用处理器中的硬件及软件模块组合执行完成。

[0085] 本说明书中的各个实施例均采用递进的方式描述,各个实施例之间相同相似的部分互相参见即可,每个实施例重点说明的都是与其他实施例的不同之处。尤其,对于电子设备实施例而言,由于其基本相似于方法实施例,所以描述的比较简单,相关之处参见方法实施例的部分说明即可。

[0086] 本领域技术人员在考虑说明书及实践这里公开的发明后,将容易想到本说明书的其它实施方案。本说明书旨在涵盖本说明书的任何变型、用途或者适应性变化,这些变型、用途或者适应性变化遵循本说明书的一般性原理并包括本说明书未公开的本技术领域中的公知常识或惯用技术手段。说明书和实施例仅被视为示例性的,本说明书的真正范围和精神由下面的权利要求指出。

[0087] 应当理解的是,本说明书并不局限于上面已经描述并在附图中示出的精确结构,并且可以在不脱离其范围进行各种修改和改变。本说明书的范围仅由所附的权利要求来限制。



图1

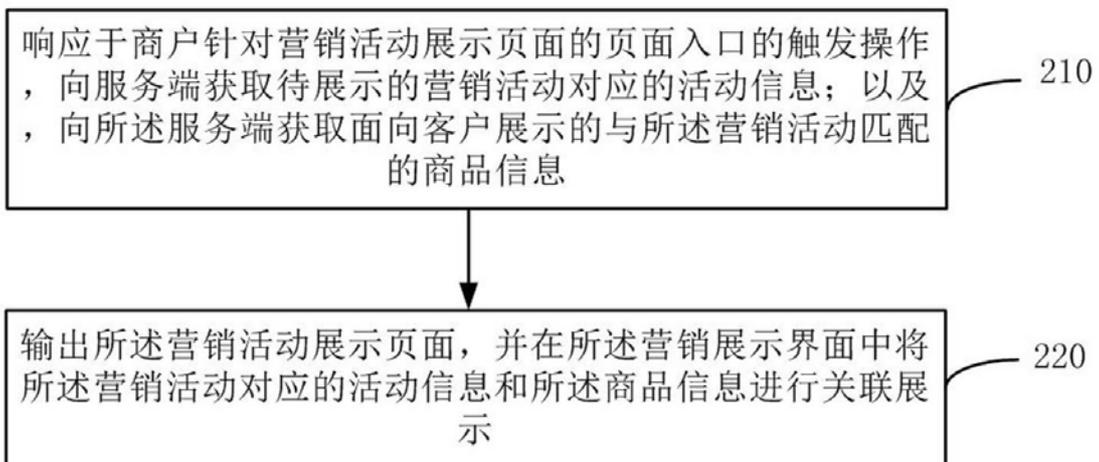


图2



图3



图4

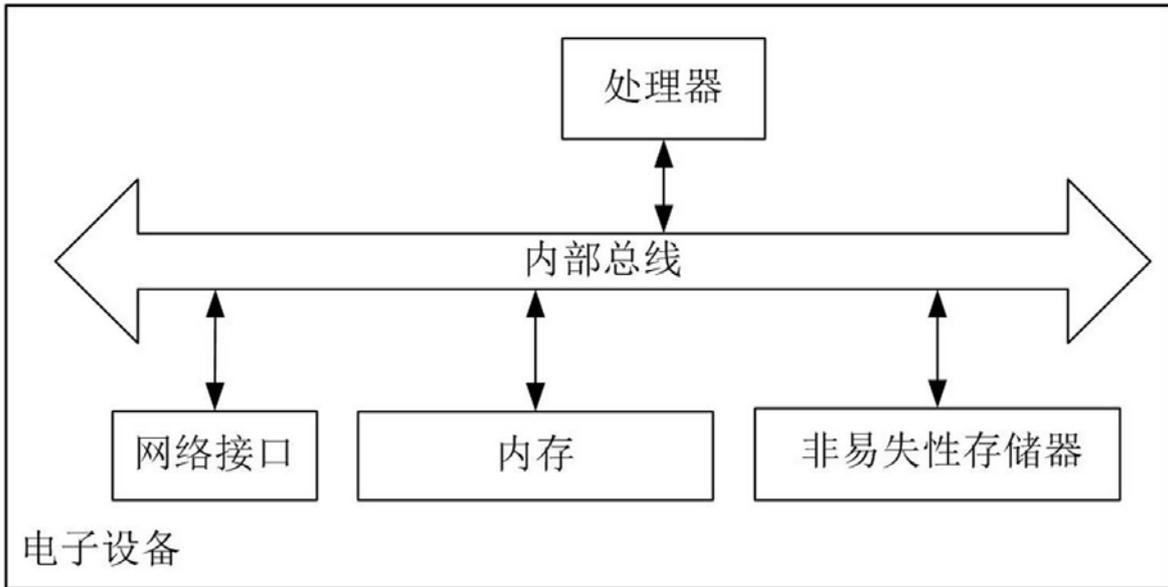


图5



图6