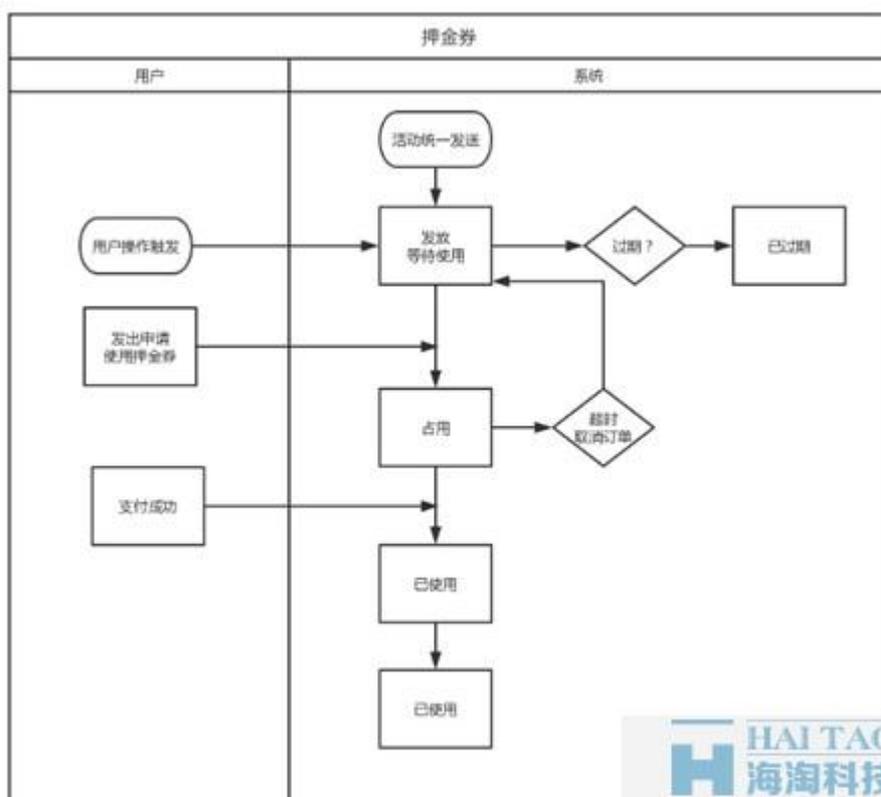


# 在产品中最简实现优惠券系统

最近产品为了活动需求，需要加入优惠券系统，这种紧急不重要的需求最好的处理方法就是在保证扩展性的前提下最简实现，这里和大家分享：在产品中最简实现优惠券系统的一些思考。

先通过流程图简单梳理下优惠券系统的流程，再具体分享。(下图押金券即为优惠券)



## 在产品中最简实现优惠券系统流程图

### 优惠券发放

常见的优惠券发放途径有两种：

- 活动统一发放：给不活跃用户短信通知发放优惠券来促进活跃、提高留存，给特定活动造势：女神节全体女性用户优惠券等。
- 用户操作触发：活动页面发放，订单满额发放，邀请好友发放，新用户注册发放等。

### 优惠券使用规则

优惠券的实质就是通过“价格歧视”来让用户感到享有特权，从而完成产品想实现的效果，具体“歧视”手段也有很多：

- 用户：新用户专用，女性用户专用，黄金用户专用，北京地区专用
- 商品：电子产品专用，商家专用
- 订单：满额使用，在线支付专用

### 优惠券金额处理

优惠券具体金额应当根据活动预算计划，这里无法详述，但是针对预算不充足的情况，在产品上也可以有一定的方法来弥补：

大额拆为多张发放：滴滴，饿了么常用，提示用户获得较大金额红包，但是实际上是多张小额度红包，用户完全使用需要多次下单。

优惠金额改为优惠幅度：支付宝双十二，实体商场常用，五折优惠但是最高减免 20。

### 优惠券状态

- 待使用：发放后的正常状态，可以正常使用；
- 占用中：订单使用优惠券但是未付款，优惠券占用中不可使用，根据订单后续状态转化状态，订单失效转为待使用。
- 已使用：订单支付成功后标记优惠券已使用。
- 已失效：优惠券超期未使用失效。

### 优惠券使用

优惠券使用时还可能需要考虑以下几个策略：

- 叠加：优惠券是否可以叠加使用，不同种优惠券是否可以叠加使用(满减券和折扣券)。
- 金额判断：限额以订单总价为准还是实付金额为准。
- 自动使用：根据运营活动策略决定是实现优惠券自动使用最大可用优惠还是只允许用户手动选择生效(活动成本与用户体验的抉择)。

### 优惠券作用

最后，优惠券系统可以为产品提供什么价值？

## 1. 拉动数据，促进活跃

有了真金白银的投入，给了用户占便宜的的感觉，优惠活动往往是最有效的获取用户与提升数据的方法。

## 2. 用户分类，精准运营

根据用户优惠活动的参与情况，可以将用户分类，优惠可以拉动的用户可以加大活动宣传力度，同时可以增加一些活动门槛来实现运营目标，不在意优惠的稳定用户不再打扰，活动也无法挽回的用户就可以省下运营成本，最终实现精准运营。

### 3. 降低用户对于价格的敏感性

价格较大变动初期，为了让用户平滑过度，挽回价格敏感型用户，可以通过优惠券模式实现实际支付价格的维持，随后通过优惠规则的调整逐步引导用户消费习惯，避免用户的迅速流失。物品价格小幅变化也可以通过优惠券系统实现，从而保持物品价格较为稳定，让消费者建立品牌信任感。

以上就是实际操作中产生的一些思考，由于是活动最简实现，还没有考虑退换货优惠券退还，优惠券转让等一些复杂情况，继续深入后再和大家分享。

海淘科技官网中，营销策划方案、[seo 搜索引擎优化方法](#)、淘宝 seo 优化等栏目，有等多的营销文章。本文下载，点击：[在产品中最简实现优惠券系统](#)。