



(12) 发明专利

(10) 授权公告号 CN 108009875 B

(45) 授权公告日 2022. 04. 22

(21) 申请号 201711145071.0

(22) 申请日 2017.11.17

(65) 同一申请的已公布的文献号
申请公布号 CN 108009875 A

(43) 申请公布日 2018.05.08

(73) 专利权人 上海青言信息科技有限公司
地址 200092 上海市杨浦区四平路同济新村715号1室

(72) 发明人 秦韶青

(74) 专利代理机构 北京市盈科律师事务所
11344

代理人 张晶

(51) Int. Cl.

G06Q 30/06 (2012.01)

G06Q 10/02 (2012.01)

(56) 对比文件

CN 104636892 A, 2015.05.20

CN 104636892 A, 2015.05.20

CN 104969243 A, 2015.10.07

CN 102567542 A, 2012.07.11

CN 103957512 A, 2014.07.30

CN 105184632 A, 2015.12.23

CN 105791268 A, 2016.07.20

CN 106503229 A, 2017.03.15

US 2003149641 A1, 2003.08.07

审查员 王宇莉

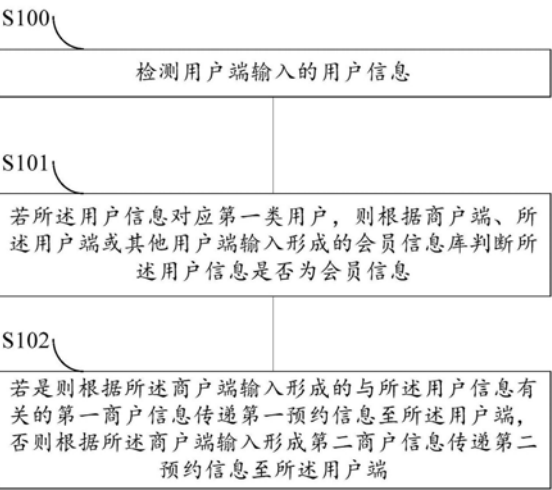
权利要求书4页 说明书20页 附图17页

(54) 发明名称

一种基于用户身份的信息交互方法

(57) 摘要

本发明提供一种基于用户身份的信息交互方法,包括:检测用户端输入的用户信息;若所述用户信息对应第一类用户,则根据商户端、所述用户端或其他用户端输入形成的会员信息库判断所述用户信息是否为会员信息;若是则根据所述商户端输入形成的与所述用户信息有关的第一商户信息传递第一预约信息至所述用户端,否则根据所述商户端输入形成第二商户信息传递第二预约信息至所述用户端。本发明能够根据不同用户信息对用户提供个性化配置服务,实现不同类型的信息交互。



1. 一种基于用户身份的信息交互方法,其特征在于,包括:

检测用户端输入的用户信息,用户端用户是多个商户会员及其他商户的非会员;

若所述用户信息对应第一类用户,则根据商户端、所述用户端或其他用户端输入形成的商户端对应的会员信息库判断所述用户信息是否为该商户的会员信息;

若是则根据所述商户端输入形成的与所述用户信息有关的第一商户信息传递第一预约信息至所述用户端,否则根据所述商户端输入形成第二商户信息传递第二预约信息至所述用户端;

所述第一商户信息包括:预约商品/服务内容、预约日期、待预约商品/服务内容、有效期及使用频次;

所述根据所述商户端输入形成的与所述用户信息有关的第一商户信息传递第一预约信息至所述用户端包括:

获取所述与所述用户信息有关的第一商户信息;

匹配所述预约商品/服务内容及预约日期以形成商品/服务预约时间历信息;

组合所述待预约商品/服务内容、有效期、使用频次以形成第一商品/服务待预约时间历信息;

所述第一预约信息包括:所述商品/服务预约时间历信息及所述第一商品/服务待预约时间历信息;

所述第二商户信息包括:特价商品/服务内容及待购买日期;

所述根据所述商户端输入形成第二商户信息传递第二预约信息至所述用户端包括:

获取所述第二商户信息;

匹配所述特价商品/服务内容及待购买日期以形成第二商品/服务待购买时间历信息;

所述第二预约信息包括所述第二商品/服务待购买时间历信息;

针对每一个商户,订购该商户项目的用户为会员用户,没有订购该商户项目的用户为非会员用户,商户项目由多个待预约的商品/服务组成,针对非会员,特价商品/服务为待订购的商品/服务;

所述基于用户身份的信息交互方法还包括:

商户根据历史会员用户量与非会员用户量配置所述待预约商品/服务的预约量及所述待订购的商品/服务的购买量;

若所述用户信息对应第二类用户,所述第二类用户是商户的雇员或者服务提供者,所述基于用户身份的信息交互方法还包括:

根据所述商户端输入形成的职员信息库判断所述用户信息是否为该商户的商户职员;

若是则根据所述商户端输入形成的与所述用户信息有关的业务信息传递第三预约信息至所述用户端,所述第三预约信息至少包括:业务设定信息;业务信息的设定与商户端推出给会员用户及非会员用户预约及购买的商品/服务有关,商户端推出给会员用户及非会员的商品/服务信息有若干种,基于达到设定用户量的商品/服务,设定该商户对应的设定职业项目,在商户商品/服务的预设内容中已具备职员对应用户信息的情况下,直接设定该用户信息与上述设定职业项目的匹配;所述业务为通过会员用户预约商品/服务所形成的商户待给付的商品或者待提供的服务。

2. 如权利要求1所述的信息交互方法,其特征在于,所述用户信息包括如下信息中的一

种或多种：身份内容、头像、姓名、手机号码、用户名、密码。

3. 如权利要求1所述的信息交互方法，其特征在于，所述根据商户端输入形成的会员信息库包括：采集所述商户端录入的会员信息；

所述用户端或其他用户端输入形成的会员信息库包括：若所述用户端选择所述商户端传递形成的会员购买信息则在购买时采集所述用户信息以形成所述会员信息。

4. 如权利要求1所述的信息交互方法，其特征在于，所述会员信息包括如下信息中的一种或多种：身份内容、姓名、手机号码、用户名；所述根据商户端输入形成的会员信息库判断所述用户信息是否为会员信息包括：

若所述会员信息库中的会员信息至少有一种信息内容与所述用户信息相同，则判断所述用户信息为会员信息。

5. 如权利要求1所述的信息交互方法，其特征在于，所述根据所述商户端输入形成的与所述用户信息有关的第一商户信息传递第一预约信息至所述用户端还包括：根据所述商户端与用户端输入的定位距离传递所述第一预约信息至所述用户端；

所述根据所述商户端输入形成第二商户信息传递第二预约信息至所述用户端还包括：根据所述商户端与用户端输入的定位信息传递所述第二预约信息至所述用户端。

6. 如权利要求5所述的信息交互方法，其特征在于，采用如下方式传递所述预约信息至所述用户端：

根据所述商户端与用户端输入的定位信息计算所述用户端与商户之间定位距离的远近，基于所述计算结果顺序地传递所述预约信息至所述用户端。

7. 如权利要求6所述的信息交互方法，其特征在于，所述根据所述商户端与用户端输入的定位信息计算所述用户端与商户之间定位距离的远近包括：

统计用户端用户历史预约商户记录；

若所述用户端与商户端之间定位距离处于第一预约距离内，将所述第一预约距离内的预约商户确认为距离近的商户以优先传递对应商户端产生的所述预约信息；

在所述第一预约距离内的除所述预约商户以外的商户相较所述预约商户确认为距离远的商户以次而传递对应商户端产生的所述预约信息。

8. 如权利要求7所述的信息交互方法，其特征在于，所述统计用户端用户历史预约商户记录包括：

根据所述用户端输入的定位信息统计基于该定位信息用户历史预约商户记录。

9. 如权利要求7所述的信息交互方法，其特征在于，所述将所述第一预约距离内的预约商户确认为距离近的商户包括：

确认所述历史预约次数多的预约商户为距离近的商户。

10. 如权利要求7所述的信息交互方法，其特征在于，所述将所述第一预约距离内的预约商户确认为距离近的商户包括：

确认所述具有历史预约次数的商户且所述用户端与商户之间定位距离近的为距离近的商户。

11. 如权利要求5所述的信息交互方法，其特征在于，所述用户端输入的定位信息为用户输入的地点信息或者用户端实时/历史采集的地点信息，所述商户端输入的定位信息为商户所在地点信息。

12. 如权利要求1所述的信息交互方法,其特征在于,所述商户端输入形成的职员信息库包括:采集所述商户端录入的职员信息;

所述职员信息包括如下信息中的一种或多种:身份内容、姓名、手机号码、用户名;所述根据所述商户端输入形成的职员信息库判断所述用户信息是否为商户职员包括:

若所述职员信息库中的职员信息至少有一种信息内容与所述用户信息相同,则判断所述用户信息为商户职员。

13. 如权利要求1所述的信息交互方法,其特征在于,所述根据所述商户端输入形成的与所述用户信息有关的业务信息传递第三预约信息至所述用户端包括:

获取所述与所述用户信息有关的业务信息,所述业务信息包括:设定职业项目及设定日期;

匹配所述设定职业项目及设定日期以形成职业项目设定时间历信息;所述业务设定信息包括:所述职业项目设定时间历信息。

14. 如权利要求13所述的信息交互方法,其特征在于,所述业务信息还包括:用户历史设定职业项目及设定日期;所述根据所述商户端输入形成的与所述用户信息有关的业务信息传递第三预约信息至所述用户端还包括:

根据所述用户历史设定职业项目统计用户完成职业项目的类别;

采集所述商户端输入形成的待设定项目信息和/或商品/服务项目购买信息,并根据所述待设定项目信息和/或商品/服务项目购买信息获取所涉项目类别,所述第三预约信息还包括:项目类别与所述用户完成职业项目的类别匹配的待设定项目信息和/或商品/服务项目购买信息。

15. 如权利要求14所述的信息交互方法,其特征在于,所述根据所述商户端输入形成的与所述用户信息有关的业务信息传递第三预约信息至所述用户端还包括:

根据所述用户历史设定职业项目的设定日期统计用户完成职业项目的频次;

依据所述用户完成职业项目的频次对所述匹配的待设定项目信息和/或商品/服务项目购买信息进行传递顺序的排序;

根据所述排序结果传递所述待设定项目信息和/或商品/服务项目购买信息。

16. 如权利要求15所述的信息交互方法,其特征在于,所述根据所述排序结果传递所述待设定项目信息和/或商品/服务项目购买信息包括:

根据所述商户端与用户端输入的定位信息计算所述用户端与商户之间定位距离的远近;

获取与所述用户端之间定位距离处于第二预约距离内的商户;

将所述第二预约距离内的商户依据距离远近优先基于所述排序结果传递该商户对应的所述待设定项目信息和/或商品/服务项目购买信息。

17. 如权利要求16所述的信息交互方法,其特征在于,通过如下方式确认所述第二预约距离内的商户之距离远近:

确认所述用户历史基于传递的所述待设定项目信息和/或商品/服务项目购买信息设定和/或购买次数多的商户在所述第二预约距离内且距离近;或者,

确认具有历史基于传递的所述待设定项目信息和/或商品/服务项目购买信息设定和/或购买次数且在所述第二预约距离内与用户端之间定位距离近的商户在所述第二预约距

离内且距离近。

一种基于用户身份的信息交互方法

技术领域

[0001] 本发明涉及计算机技术领域,特别涉及一种基于用户身份的信息交互方法。

背景技术

[0002] 在运动健身、教育等服务型行业里,由于互联网应用的广泛发展,商户与用户间的交互不断加强,互联网应用也着眼于商户与用户间交互的优化体验与信息利用。

[0003] 在传统服务型行业里,互联网应用的实现方式包括:用户在用户端订购商户服务,商户则在商户端接收订购信息并基于订购信息为用户提供服务。上述实现方式虽然实现用户线上订购,商户亦可基于订购信息再安排服务,减少商户提供服务的成本,节省用户订购时间,但是缺乏用户与商户之间的信息交流,用户信息与商户信息的利用度都很低;另外,上述实现方式对用户提供服务的方式比较单一,无法实现用户服务的个性化配置。

发明内容

[0004] 本发明技术方案所解决的技术问题为:如何根据不同用户信息对用户提供个性化配置服务,实现不同类型的信息交互。

[0005] 为了解决上述技术问题,本发明技术方案提供了一种基于用户身份的信息交互方法,包括:

[0006] 检测用户端输入的用户信息;

[0007] 若所述用户信息对应第一类用户,则根据商户端、所述用户端或其他用户端输入形成的会员信息库判断所述用户信息是否为会员信息;

[0008] 若是则根据所述商户端输入形成的与所述用户信息有关的第一商户信息传递第一预约信息至所述用户端,否则根据所述商户端输入形成第二商户信息传递第二预约信息至所述用户端。

[0009] 所述信息交互方法还包括:

[0010] 若所述用户信息对应第二类用户,则根据所述商户端输入形成的职员信息库判断所述用户信息是否为商户职员;

[0011] 若是则根据所述商户端输入形成的与所述用户信息有关的业务信息传递第三预约信息至所述用户端,所述第三预约信息至少包括:业务设定信息。

[0012] 可选的,所述根据所述商户端输入形成的与所述用户信息有关的第一商户信息传递第一预约信息至所述用户端包括:

[0013] 获取所述与所述用户信息有关的第一商户信息,所述第一商户信息包括:预约商品/服务内容及预约日期;

[0014] 匹配所述预约商品/服务内容及预约日期以形成商品/服务预约时间历信息;所述第一预约信息包括所述商品/服务预约时间历信息。

[0015] 可选的,所述第一商户信息还包括:待预约商品/服务内容、有效期及使用频次;所述根据所述商户端输入形成的与所述用户信息有关的第一商户信息传递第一预约信息至

所述用户端还包括：

[0016] 组合所述待预约商品/服务内容、有效期、使用频次以形成第一商品/服务待预约时间历信息；所述第一预约信息还包括：所述第一商品/服务待预约时间历信息。

[0017] 可选的，所述根据所述商户端输入形成第二商户信息传递第二预约信息至所述用户端包括：

[0018] 获取所述第二商户信息，所述第二商户信息包括：特价商品/服务内容及待购买日期；

[0019] 匹配所述特价商品/服务内容及待购买日期以形成第二商品/服务待购买时间历信息；所述第二预约信息包括所述第二商品/服务待购买时间历信息。

[0020] 可选的，所述根据所述商户端输入形成的与所述用户信息有关的第一商户信息传递第一预约信息至所述用户端还包括：根据所述商户端与用户端输入的定位距离传递所述第一预约信息至所述用户端；

[0021] 所述根据所述商户端输入形成第二商户信息传递第二预约信息至所述用户端还包括：根据所述商户端与用户端输入的定位信息传递所述第二预约信息至所述用户端。

[0022] 可选的，采用如下方式传递所述预约信息至所述用户端：

[0023] 根据所述商户端与用户端输入的定位信息计算所述用户端与商户之间定位距离的远近，基于所述计算结果顺序地传递所述预约信息至所述用户端。

[0024] 可选的，所述根据所述商户端输入形成的与所述用户信息有关的业务信息传递第三预约信息至所述用户端包括：

[0025] 获取所述与所述用户信息有关的业务信息，所述业务信息包括：设定职业项目及设定日期；

[0026] 匹配所述设定职业项目及设定日期以形成职业项目设定时间历信息；所述业务设定信息包括：所述职业项目设定时间历信息。

[0027] 可选的，所述业务信息还包括：用户历史设定职业项目及设定日期；所述根据所述商户端输入形成的与所述用户信息有关的业务信息传递第三预约信息至所述用户端还包括：

[0028] 根据所述用户历史设定职业项目统计用户完成职业项目的类别；

[0029] 采集所述商户端输入形成的待设定项目信息和/或商品/服务项目购买信息，并根据所述待设定项目信息和/或商品/服务项目购买信息获取所涉项目类别，所述第三预约信息还包括：项目类别与所述用户完成职业项目的类别匹配的待设定项目信息和/或商品/服务项目购买信息。

[0030] 可选的，所述根据所述商户端输入形成的与所述用户信息有关的业务信息传递第三预约信息至所述用户端还包括：

[0031] 根据所述用户历史设定职业项目的设定日期统计用户完成职业项目的频次；

[0032] 依据所述用户完成职业项目的频次对所述匹配的待设定项目信息和/或商品/服务项目购买信息进行传递顺序的排序；

[0033] 根据所述排序结果传递所述待设定项目信息和/或商品/服务项目购买信息。

[0034] 可选的，所述根据所述排序结果传递所述待设定项目信息和/或商品/服务项目购买信息包括：

[0035] 根据所述商户端与用户端输入的定位信息计算所述用户端与商户之间定位距离的远近；

[0036] 获取与所述用户端之间定位距离处于第二预约距离内的商户；

[0037] 将所述第二预约距离内的商户依据距离远近优先基于所述排序结果传递该商户对应的所述待设定项目信息和/或商品/服务项目购买信息。

[0038] 本发明技术方案的有益效果至少包括：

[0039] 本发明技术方案能够针对不同类型的用户信息，反馈不同的商户信息（即上述预约信息），能够根据不同用户信息对用户个性化配置服务，实现不同类型的商户信息与用户信息的实时交互。

[0040] 在本发明技术方案的可选方案中，本发明技术方案还能够基于用户端确定的商户信息，将商户信息匹配的预约信息至用户端，基于上述匹配方案，形成用户端接收及显示在用户界面上的预约时间历信息，以提供给用户有关上述预约的提示信息。根据不同的用户类型，本发明技术方案还可以提供不同预约内容的提示信息，以优化用户信息使用率，提高用户体验度，使商户信息最大化利用与准确反馈至用户端。

[0041] 在本发明技术方案的可选方案中，本发明技术方案还可以根据用户端采集的定位信息推送与定位信息适配的预约信息至用户端，以实现有效传递提示信息。

附图说明

[0042] 通过阅读参照以下附图对非限制性实施例所作的详细描述，本发明的其他特征、目的和优点将会变得更明显：

[0043] 图1为本发明技术方案提供的一种基于用户身份的信息交互方法的方法流程示意图；

[0044] 图2为本发明技术方案提供的另一种基于用户身份的信息交互方法的方法流程示意图；

[0045] 图3为本发明技术方案提供的又一种基于用户身份的信息交互方法的方法流程示意图；

[0046] 图4为本发明技术方案提供的再一种基于用户身份的信息交互方法的方法流程示意图；

[0047] 图5为本发明技术方案应用例所提供软件应用的注册界面示意图；

[0048] 图6为本发明技术方案应用例所提供软件应用会员用户登录首页示意图；

[0049] 图7为本发明技术方案应用例所提供软件应用会员用户展示商户详情页示意图；

[0050] 图8为本发明技术方案应用例所提供软件应用会员用户课程预约信息页示意图；

[0051] 图9为本发明技术方案应用例所提供软件应用会员用户课程详情页示意图；

[0052] 图10为本发明技术方案应用例所提供软件应用会员用户运动日历示意图；

[0053] 图11为本发明技术方案应用例所提供软件应用会员用户通过运动日历点击显示预约情况示意图；

[0054] 图12为本发明技术方案应用例所提供软件应用会员用户显示会员的预约和签到记录情况示意图；

[0055] 图13为本发明技术方案应用例所提供软件应用会员用户发帖分享页面示意图；

- [0056] 图14为本发明技术方案应用例所提供软件应用非会员用户登录首页示意图；
- [0057] 图15为本发明技术方案应用例所提供软件应用非会员用户特价课程列表示意图；
- [0058] 图16为本发明技术方案应用例所提供软件应用非会员用户搜索课程操作示意图；
- [0059] 图17为本发明技术方案应用例所提供软件应用非会员用户特价订单详情的示意图之一；
- [0060] 图18为本发明技术方案应用例所提供软件应用非会员用户特价订单详情的示意图之二；
- [0061] 图19为本发明技术方案应用例所提供软件应用教练用户登录首页示意图；
- [0062] 图20为本发明技术方案应用例所提供软件应用教练用户课程列表示意图。

具体实施方式

[0063] 为了更好的使本发明的技术方案清晰的表示出来，下面结合附图对本发明作进一步说明。

[0064] 诚如背景技术中的阐述，目前在服务行业中，其互联网应用的发展较为局限，特别是用户端与商户端之间缺乏信息交流，用户信息与商户信息之间的信息对称度并不是很高，商户并未基于用户端输入的用户信息对用户类型进行分类，不能针对不同用户类型，做出个性化的商户信息输入，故而不能有效地基于商户端发送用户有针对性的商户信息，实现信息的有效利用。

[0065] 本发明技术方案能够将用户端输入的用户信息进行分类，根据分类结果反馈用户端的特定商户信息，从而实现用户端用户信息与商户端商户信息之间信息的有效利用与场景化使用，使系统可智能地选择用户感兴趣的商户信息进行推送，并将推送信息转化为更进一步的用户信息，以增加用户端用户的识别性与学习性，从而又进一步反馈商户信息推送的准确度。

[0066] 实施例一

[0067] 如图1所示的一种基于用户身份的信息交互方法，包括如下步骤流程：

[0068] 步骤S100，检测用户端输入的用户信息；

[0069] 步骤S101，若所述用户信息对应第一类用户，则根据商户端、所述用户端或其他用户端输入形成的会员信息库判断所述用户信息是否为会员信息；

[0070] 步骤S102，若是则根据所述商户端输入形成的与所述用户信息有关的第一商户信息传递第一预约信息至所述用户端，否则根据所述商户端输入形成第二商户信息传递第二预约信息至所述用户端。

[0071] 上述步骤S100至S102所限定的技术方案根据用户端用户输入的用户信息，与数据库预存的会员信息做比较，当用户端用户输入的用户信息为会员信息时，则从商户端反馈以该用户信息预定的第一商户信息中相关的第一预约信息至所述用户端，该预约信息用户提示用户端用户；当用户端用户输入的用户信息为非会员信息时，则从商户端反馈以该用户信息预定的第二商户信息中相关的第二预约信息至所述用户端。本实施例的上述方案可以实现用户信息的分类及针对不同用户信息的商户信息的反馈与不同预约信息的推送。

[0072] 需要说明的是，基于会员的身份，用户通过用户端可以与多个商户端商户预定多个商户信息中的购买项目，比如会员课程，即用户端用户可以是多家商户的会员，也可以是

针对其他商户的非会员。当用户属于商户会员时,可以针对商户会员获取其商户信息,并基于商户已购买的项目,预约课程或服务,那么商户即可根据上述购买项目及预约信息,反馈上述第一预约信息。用户针对一个商户可以是会员用户,而针对另一个商户而言,也可以是非会员用户,若是非会员,则针对商户信息,购买课程或服务,那么商户即可根据上述预约信息,反馈上述第二预约信息。不论是第一预约信息还是第二预约信息,他们都是根据所在商户的商户信息处理得到的,不同的是,针对第一预约信息,其购买项目是多个课程或服务,且用户端操作是预约购买项目中的一个课程或服务,而针对第二预约信息,用户端操作是购买课程或服务,其没有预先购买多个课程或服务所基于的项目的任何信息。

[0073] 在上述技术方案所限定的技术方案中,用户类型与用户信息并非是绑定关系,而是针对商户而言的,对于一个商户端对应的商户会员信息库而言,该用户信息是会员信息,该用户类型为会员,那么针对其他商户端对应的商户会员信息库而言,该用户信息是非会员信息,那么该用户类型为非会员。对购买了多个商户项目的用户来说,该用户可以是多家商户的会员,也可以是另外没有购买项目商户的非会员。用户购买商户项目可以基于线下向商户购买以人工方式将该用户信息录入该商户的会员信息库,也可以在用户端上搜索商户购买项目,以在购买后实现用户信息的自动录入商户对应会员信息库。用户基于用户端也可以基于搜索获得其他未购买过商户项目的商户课程或服务,直接基于搜索结果选择商户课程或服务进行购买,以实现预约。

[0074] 更为具体的,根据步骤S100,所述用户信息包括如下信息中的一种或多种:身份内容、头像、姓名、手机号码、用户名、密码。所述身份内容包括:职业信息、身份证信息或者居住地址等与用户身份有关的信息。

[0075] 根据步骤S101,所述根据商户端输入形成的会员信息库包括:采集所述商户端录入的会员信息;所述会员信息包括如下信息中的一种或多种:身份内容、姓名、手机号码、用户名;所述根据商户端输入形成的会员信息库判断所述用户信息是否为会员信息包括:

[0076] 若所述会员信息库中的会员信息至少有一种信息内容与所述用户信息相同,则判断所述用户信息为会员信息。

[0077] 更为具体的,在判断所述用户信息是否为会员信息时,其比对的信息主要涉及用户信息中的手机号码、用户名及姓名等与用户信息之间具有唯一对应性的信息。此外,用户信息在所述会员信息库中存储的有效期限是受限的,在此种情况下,会员信息库中的会员信息除了包括上述用户信息外,还包括用户购买商户项目的有效期限、使用次数或者有效期限内的使用次数等有关购买项目的使用信息,在此情况下,所述根据商户端输入形成的会员信息库判断所述用户信息是否为会员信息不仅包括上述会员信息是否与所述用户信息相同的判断结果,还包括用户使用信息是否有效的判断结果。

[0078] 以下具体阐述上述预约信息的形成与传递过程。

[0079] 根据步骤S102,所述根据所述商户端输入形成的与所述用户信息有关的第一商户信息传递第一预约信息至所述用户端包括:

[0080] 获取所述与所述用户信息有关的第一商户信息,所述第一商户信息包括:预约商品/服务内容及预约日期;

[0081] 匹配所述预约商品/服务内容及预约日期以形成商品/服务预约时间历信息;所述第一预约信息包括所述商品/服务预约时间历信息。

[0082] 根据上述步骤,所述第一商户信息可以是多个,也可以是单个。在第一商户信息具有多个的情况下,则所述用户购买了多个商户项目,即成为多个商户的会员,所述第一商户信息则包括了对应多个商户的预约商品/服务内容及预约日期。由于针对多个商户都进行预约商户/服务的情况下,预约商品/服务内容可以是重复的,也可以是不相重复的,但预约日期一定是不相重复的。上述匹配过程即根据所述预约日期进行排序的过程,在一般情况下,时间历信息可以根据所述预约时间的排序过程形成日历信息,即在某年某月的日历上显示用户已预约的商户商品/服务。更为具体的,时间历信息中排序的预约日期以小时段为不可重复的预约日期,即预约商品/服务的日期间起始时间与结束时间落入其他已预约商品/服务日期的起始时间与结束时间之间的时间段。在此情况下,匹配过程除了包括上述以预约日期作为排序依据进行排序的处理过程外,还包括根据所述预约时间的起始时间或结束时间进行排序的过程,此时,日历信息的排序过程仍然依据上述以预约日期排序的结果,但是日历信息的显示则依据上述根据时间进行排序的结果,即在某年某月的日历上显示用户已预约的商户商品/服务,但若同一日有两项以上的预约商品/服务的显示,则该两项以上的预约商品/服务的显示以时间进行排序的结果进行先后顺序显示。

[0083] 由于第一商户信息基于该商户会员用户的购买项目,但购买项目除了商品/服务内容及预约日期外,包括购买项目中商品/服务的有效期与使用频次的信息,故在其他实施例中,所述第一商户信息还可包括:待预约商品/服务内容、有效期及使用频次。在上述情况下,所述根据所述商户端输入形成的与所述用户信息有关的第一商户信息传递第一预约信息至所述用户端还可以在上述流程步骤的基础上,兼包括如下步骤流程:

[0084] 组合所述待预约商品/服务内容、有效期、使用频次以形成第一商品/服务待预约时间历信息;所述第一预约信息还包括:所述第一商品/服务待预约时间历信息。

[0085] 以上流程阐述了通过用户已购买的商户项目,获取商户项目中涉及的商品/服务内容、有效期及使用频率,获知了商户项目中多种商品/服务的使用信息,并基于上述使用信息,得到商户预设的时间历信息,上述时间历信息主要是为了使得用户可以基于商户预设的时间历信息进行预约,基于预约时间历信息中的推荐预约时间进行选择,从而将推荐预约转化为用户预约。上述商户预设的时间历信息可以根据用户历史预约习惯进行设定,从而优化用户的预约课程的推荐与时间的智能化安排。

[0086] 更为具体的,根据步骤S102,所述根据所述商户端输入形成第二商户信息传递第二预约信息至所述用户端包括:

[0087] 获取所述第二商户信息,所述第二商户信息包括:特价商品/服务内容及待购买日期;

[0088] 匹配所述特价商品/服务内容及待购买日期以形成第二商品/服务待购买时间历信息;所述第二预约信息包括所述第二商品/服务待购买时间历信息。

[0089] 根据本流程步骤,需要说明的是,针对每一个商户,默认订购该商户项目的用户为会员用户,而没有订购该商户项目的用户为非会员用户,而商户项目由多个待预约的商品/服务组成,而针对非会员,此处提供的特价商品/服务为待订购的商品/服务。在本实施例中,所述订购是预约步骤的先决条件,基于已订购项目,会员用户可以基于用户端预约订购项目中的商品/服务;订购也可以直接形成预约信息,基于待订购的商品/服务,非会员用户可以基于商户端推送至用户端的商品/服务,直接购买并实现预约订购的商品/服务。

[0090] 对于商户端商户而言,其订购项目中的商品/服务与待订购(即特价)的商品/服务是可以重合的,但是,待订购的商品/服务在上述用户端的推送及显示需要基于该商品/服务在同时预约所能承受的用户量。在一般情况下,商户可以根据历史会员用户量与非会员用户量为某一会员或非会员用户提供的商品/服务分配当前会员预约量与非会员购买量,也可以直接基于系统设置的比例分配商户商品/服务当前会员预约量与非会员购买量。上述商户直接向用户推送会员预约产品/服务或者非会员购买产品/服务的过程,即上述形成所述第一商品/服务待预约时间历信息或者第二商品/服务待购买时间历信息的过程。

[0091] 需要明确的是,在本实施例中,根据第二商户信息与第二预约信息的上述处理过程,所述第二商户信息对应每个商户都可以产生并据此处理形成上述第二预约信息。针对某个用户,其可以是一个商户的会员,也可以是另一个商户的非会员,其也可以是任何商户的非会员。故对于用户端的接受信息而言,可同时接收第一商户信息、第二商户信息、第一预约信息及第二预约信息。

[0092] 将用户类型根据用户向商户订购情况、匹配情况及时间历信息进行整理,以形成以下用户类型表(表一):

[0093] 表一 用户类型表

[0094]

用户类型	商户 A 订购情况	商户 B 订购情况	匹配对象	时间历信息
类型一	订购项目	没有订购项目及商品/服务	预约商品/服务时间	预约商品/服务的时间排序
类型二	订购项目	订购商品/服务	预约商品/服务时间及订购商品/服务时间	预约商品/服务及订购商品/服务的时间排序
类型三	订购商品/服务	订购项目	预约商品/服务时间及订购商品/服务时间	预约商品/服务及订购商品/服务的时间排序
类型四	没有订购项目及商品/服务	订购商品/服务	订购商品/服务时间	订购商品/服务的时间排序

[0095] 在上述流程中,所述特价商品/服务内容及待购买日期也即分别为表一中所述订购商品/服务(包括商品/服务内容)及订购商品/服务时间。其中,订购商品/服务时间即该商品/服务的预约时间,这与订购商品/服务时间的特殊性有关,由于会员用户购买项目中包括多个商品/服务,其商品/服务的预约情况是可以任意的,故而需要用户在使用商品/服务前先确定其商品/服务的预约日期,即用户端根据推送信息进行预约这一步骤以获得预约时间信息,也即表一中所述预约商品/服务时间,但是订购商品/服务属于单个商品/服务的购买,对于该商品/服务的服务或提供商品的时间已经确认,且往往包含商户在用户端推送的订购商品/服务内容中,故用户仅需购买即可在购买时获取到商品/服务的预约时间信息,也即表一中所述订购商品/服务时间。

[0096] 至于表一中涉及的匹配过程及时间历信息的产生与推送过程可参考本实施例的上述内容,此处不再赘述。

[0097] 实施例二

[0098] 本实施例基于上述实施例一,提供了另一种如图2所示的基于用户身份的信息交互方法,包括如下步骤流程:

[0099] 步骤S200,检测用户端输入的用户信息;

[0100] 步骤S201,若所述用户信息对应第一类用户,则根据商户端、所述用户端或其他用户端输入形成的会员信息库判断所述用户信息是否为会员信息;

[0101] 步骤S202,若是则根据所述商户端输入形成的与所述用户信息有关的第一商户信息及所述商户端与用户端输入的定位距离传递第一预约信息至所述用户端,否则根据所述商户端输入形成第二商户信息及所述商户端与用户端输入的定位信息传递第二预约信息至所述用户端。

[0102] 上述流程步骤中的步骤S100与步骤S101的具体实现流程可参考实施例一。

[0103] 但不同于实施例一,本实施例的步骤S202采用多种预设的传递方式将第一预约信息或第二预约信息传递至用户端用户。本实施例传递预约信息的方式不同于实施例一。

[0104] 在实施例中,所述第一预约信息及第二预约信息包括预约及订购商品/服务的时间历信息,但是在本实施例中,根据步骤S202,其中的第一预约信息包括对应于商户且会员用户向该商户购买项目且预约的商品/服务的时间历信息,而在步骤S102中,所述第一预约信息包括会员用户向所有商户购买项目且预约的商品/服务的时间历信息。根据步骤S202,其中第二预约信息包括对应于商户且非会员用户向该商户购买商品/服务的时间历信息,而在步骤S102中,所述第二预约信息包括非会员用户向所有商户购买商品/服务的时间历信息。

[0105] 根据步骤S202,上述预约信息的传递受定位距离或定位信息的限制,在一种实例中,通过如下方式传递所述预约信息至所述用户端:

[0106] 根据所述商户端与用户端输入的定位信息计算所述用户端与商户之间定位距离的远近,基于所述计算结果顺序地传递所述预约信息至所述用户端。

[0107] 也就是说,在本实施例中,无论第一预约信息的限定还是第二预约信息的限定都是包括了会员或者非会员预约或购买特定商户商品/服务形成的时间历信息。这不同于实施例一,实施例一的预约信息是针对用户的全局信息,即包括会员或非会员用户预约或购买所有商户商品/服务形成的时间历信息。

[0108] 进一步的,根据本实施例的步骤S202,针对会员用户传递所述第一预约信息至其用户端包括如下流程:

[0109] 统计用户端会员用户历史预约商户商品/服务的记录;

[0110] 若所述用户端与商户端之间定位距离处于第一预约距离内,将所述第一预约距离内的预约商户确认为距离近的商户以优先传递对应商户端产生的所述第一预约信息;

[0111] 在所述第一预约距离内的除所述预约商户以外的商户相较所述预约商户确认为距离远的商户以次而传递对应商户端产生的所述预约信息。

[0112] 更为具体的,所述统计用户端用户历史预约商户商品/服务的记录包括:

[0113] 根据所述用户端输入的定位信息统计基于该定位信息用户历史预约商户记录。

[0114] 所述将所述第一预约距离内的预约商户确认为距离近的商户包括：确认所述历史预约次数多的预约商户为距离近的商户。然后优先将距离用户端用户距离近的商户对应的第一预约信息传递至用户端。

[0115] 在其他实例中，所述将所述第一预约距离内的预约商户确认为距离近的商户也可以包括：确认所述具有历史预约次数的商户且所述用户端与商户之间定位距离近的为距离近的商户。

[0116] 针对上述方案，需要说明的是，由于上述采用用户端与商户端之间定位距离远近来确认传递商户第一预约信息的优先级问题时，首要考虑的是会员用户的历史习惯问题，上述习惯在采用用户信息及定位信息进行衡量时，往往会使用预约成功的次数以及用户端用户与商户端商户之间的实际定位信息来考量。上述预约成功的次数可以为用户端用户预约后在特定预约日期来到商户端提取商品/服务来进行打卡或签到，上述打卡或签到记录即用来统计上述预约成功的次数。而用户端用户与商户端商户之间的距离是可根据用户端定位信息与商户端定位信息来确定的，对于定位信息显示用户端用户与商户之间距离在一定范围内的商户，可以优先采取依据预约成功次数的多少来确定优先推送的商户对应的第一预约信息。

[0117] 更为具体的，所述用户端输入的定位信息为用户输入的地点信息或者用户端实时/历史采集的地点信息，所述商户端输入的定位信息为商户所在地点信息或者商户输入的商户所在地点信息。

[0118] 针对非会员用户传递所述第二预约信息至其用户端的流程步骤也是类似的，将以上述流程步骤所限定的方式认定与用户端非会员用户距离近的商户，并将该商户对应的第二预约信息传递至用户端，以供用户端用户显示及提醒。

[0119] 根据实施例一中表一所示的用户类型，根据用户向商户订购情况、匹配情况及时间历史信息进行整理，以形成以下用户基于定位信息的信息传递情况表(表二)：

[0120] 表二 用户基于定位信息的信息传递情况表

[0121]

用户类型	会员商户订购情况	非会员商户订购情况	距离近的商户	优先推送预约信息的内容
类型一	商户 A 会员、 商户 B 会员	无	商户 A	在商户 A 中预约商品/服务的时间排序,即用户预约商户 A 商品/服务对应时间历史信息
类型二	商户 A 会员	商户 B 购买商品/服务	商户 B	在商户 B 中订购的商品/服务的时间排序,即用户订购商户 B 商品/服务对应时间历史信息
类型三	商户 B 会员	商户 A 购买商品/服务	商户 B	在商户 B 中预约商品/服务的时间排序,即用户预约商户 B 商品/服务对应时间历史信息
类型四	无	商户 A 购买商品/服务,商户 B 购买商品/服务	商户 A	在商户 A 中订购的商品/服务的时间排序,即用户订购商户 A 商品/服务对应时间历史信息

[0122] 需要说明的是,本实施例中,上述预约信息的信息内容根据上述由上述商户与用户间的距离确定优先级,并根据上述优先级推送该商户对应的预约信息。当输入用户为商户会员时,判断上述商户商户端与用户端输入的定位距离来判断各商户与该用户之间的距离,将距离短的距离所对应的商户之预约信息进行优先推送。

[0123] 实际上在上述步骤S202中还有用户在兼具商户会员与商户非会员情况下的优先级推送问题,在此情况下,本实施例采用距离近的商户对应的预约信息优先推送的流程步骤。但是在其他实例中,也可以遵照会员商户对应的第一预约信息优先推送的流程步骤,此处不再赘述具体的实现方案。

[0124] 本实施例的其他流程步骤可以参考实施例一的具体实现方式,此处不再赘述。

[0125] 在其他实例中,步骤S202中确认优先级的条件可以不限于定位距离的远近顺序,也可以基于搜索排名、当前用户购买或者预定商品/服务的次数、商户的评分等级或者其他条件所确定的商户排名顺序。

[0126] 实施例三

[0127] 在本实施例中,考虑到上述第一预约信息及第二预约信息中的信息内容除了上述实施例一与实施例二的信息内容外,还可以包括:待订购项目信息及待订购商品/服务信息,因此给出了如下实施例。本实施例假设第一预约信息还包括:待订购项目信息,第二预约信息还包括:待订购商品/服务信息,但实际上,无论第一预约信息和第二预约信息都可以包括上述待订购项目信息及待订购商品/服务信息。以下以上述假设条件为前提进行技术方案的阐述。

[0128] 基于上述假设,本实施例基于实施例一,提供了一种如图3所示的基于用户身份的信息交互方法,具体包括如下流程步骤:

[0129] 步骤S300,检测用户端输入的用户信息;

[0130] 步骤S301,若所述用户信息对应第一类用户,则根据商户端、所述用户端或其他用户端输入形成的会员信息库判断所述用户信息是否为会员信息;

[0131] 步骤S302,若是则根据所述商户端输入形成的与所述用户信息有关的第一商户信息传递第一预约信息至所述用户端,否则根据所述商户端输入形成第二商户信息传递第二预约信息至所述用户端,所述第一预约信息包括:预约商品/服务时间历信息;所述第二预约信息包括:订购商品/服务时间历信息;

[0132] 步骤S303,根据所述商户端输入形成的与所述用户信息有关的第一商户信息及所述商户端与用户端输入的定位距离传递第一预约信息至所述用户端,否则根据所述商户端输入形成第二商户信息及所述商户端与用户端输入的定位信息传递第二预约信息至所述用户端;该第一预约信息包括:待订购项目信息,第二预约信息还包括:待订购商品/服务信息。

[0133] 基于本实施例的上述流程步骤,本实施例的步骤S300至步骤S302的具体实现流程与实施例一流程步骤S100至步骤S102一致,而本实施例的步骤S303的流程步骤与实施例二中步骤S202的实现流程一致,只不过实施例二中步骤S202优先推送的预约内容是对应符合优先级商户的预约或订购的商品/服务的时间历信息,而本实例中优先推送的信息内容是预约信息中的待预约商品/服务内容或者待订购的商品/服务内容。用户端用户可基于推送的待预约或者待订购的商品/服务内容来进行预约或订购,以形成新的预约或订购的商品/服务内容,从而更新步骤S302中对应的时间历信息。

[0134] 需要说明的是,在本实施例的流程步骤中,上述步骤S302与步骤S303之间并无特定的先后顺序,但步骤S302中预约信息中的时间历信息可基于用户端发生订购或预约的商品/服务信息进行更新。

[0135] 根据实施例一中表一所示的用户类型,并基于用户向商户订购情况、匹配情况及时间历信息进行整理,以形成以下用户基于用户订购或预约商品/服务信息的信息传递情况表(表三):

[0136] 表三 用户基于用户订购或预约商品/服务信息的信息传递情况表

[0137]

用户类型	商户订购情况	推送的预约信息	距离近的商户及新的订购情况	更新推送时间历信息的内容
类型一	商户 A 会员	商户 A 预约商品/服务对应时间历信息; 优先推送商户 A 待购买项目信息	商户 A; 购买商户 A 新项目	已预约及新预约商户 A 商品/服务对应时间历信息
类型二	商户 A 会员, 商户 B 购买商品/服务	预约商户 A 及订购商户 B 商品/服务对应时间历信息; 优先推送商户 B 待购买商品/服务信息	商户 B; 购买商户 B 新商品/服务	已预约商户 A 商品/服务、已订购及新订购商户 B 商品/服务对应时间历信息
类型三	商户 B 会员, 商户 A 购买商品/服务	预约商户 B 及订购商户 A 商品/服务对应时间历信息; 优先推送商户 B 待购买项目信息	商户 B; 购买商户 B 新项目	已预约及新预约商户 B 商品/服务、订购商户 A 商品/服务对应时间历信息
类型四	商户 B 购买商品/服务	订购商户 B 商品/服务对应时间历信息; 优先推送商户 A 待购买商品/服务信息	商户 A; 购买商户 A 商品/服务	已订购及新订购商户 A 商品/服务对应时间历信息

[0138] 需要说明的是, 用户根据其获得的预约信息或订购信息去商户处获取商品/服务, 并形成打卡或签到记录, 会引起上述时间历信息的改变, 即删除了上述对应时间的预约或订购信息, 用户端则显示更新后的商品/服务对应的时间历信息。

[0139] 实施例四

[0140] 本实施例所公开的步骤流程结合实施例一的流程步骤, 在此基础上, 如图4所示, 提供了一种基于用户身份的信息交互方法, 包括如下步骤流程:

[0141] 步骤S400, 检测用户端输入的用户信息;

[0142] 步骤S401,若所述用户信息对应第一类用户,则根据商户端、所述用户端或其他用户端输入形成的会员信息库判断所述用户信息是否为会员信息;

[0143] 步骤S402,若是则根据所述商户端输入形成的与所述用户信息有关的第一商户信息传递第一预约信息至所述用户端,否则根据所述商户端输入形成第二商户信息传递第二预约信息至所述用户端;

[0144] 步骤S403,若所述用户信息对应第二类用户,则根据所述商户端输入形成的职员信息库判断所述用户信息是否为商户职员;

[0145] 步骤S404,若是则根据所述商户端输入形成的与所述用户信息有关的业务信息传递第三预约信息至所述用户端,所述第三预约信息至少包括:业务设定信息。

[0146] 事实上本实施例提供了针对除了会员用户、非会员用户以外的第二类用户,并基于此设定有关商户信息处理及推送的解决方案。在具体的实例中,第二类用户可以是商户的雇员或者商户的服务提供者,或者是与上述会员及非会员用户预约或购买商品/服务的具体提供者,以上统称为:职员用户。本发明技术方案的上述用户信息可通过商户端接收到的订购或预约商品/服务的信息,确认商户本次业务,传递有关第一、第二预约信息至会员及非会员用户,再传递有关第三预约信息至职员用户。所述业务为通过会员用户预约商品/服务所形成的商户待给付的商品或者待提供的服务,在基于所述业务形成上述商品/服务的时间历信息外,还可以基于所述商品/服务业务形成上述已设定业务的时间历信息或者时间提示信息以形成上述业务设定信息。注意在本实施例中,所述设定业务与设定项目的表示是一致的,也可以理解为对于同一职员用户的设定业务是针对该职员分配的多个设定项目(即职业项目)的组成。

[0147] 本实施例的步骤S400至S402与实施例一的步骤S100至S102相同。

[0148] 根据步骤S403,所述商户端输入形成的职员信息库包括:采集所述商户端录入的职员信息;所述职员信息包括如下信息中的一种或多种:身份内容、姓名、手机号码、用户名;所述根据所述商户端输入形成的职员信息库判断所述用户信息是否为商户职员包括:若所述职员信息库中的职员信息至少有一种信息内容与所述用户信息相同,则判断所述用户信息为商户职员。

[0149] 上述商户职员信息库的查询与本发明技术方案中会员信息库的查询方式是类似的,信息内容也是类似的。

[0150] 根据步骤S404,所述根据所述商户端输入形成的与所述用户信息有关的业务信息传递第三预约信息至所述用户端包括如下具体处理过程:

[0151] 获取所述与所述用户信息有关的业务信息,所述业务信息包括:设定职业项目及设定日期;

[0152] 匹配所述设定职业项目及设定日期以形成职业项目设定时间历信息;所述业务设定信息包括:所述职业项目设定时间历信息。

[0153] 上述步骤S404的具体处理流程给出了使用职员用户与商户业务信息之间的传递关系,具体将职员用户信息与业务信息根据职员用户的设定进行配合,并形成所述第三预约信息进行用户端传递。所述业务信息的设定与商户端推出给会员用户及非会员用户预约及购买的商品/服务有关,比如商户端推出给会员用户及非会员的商品/服务信息有若干种,但其中仅有部分商品/服务达到系统设置的商品/服务的设定用户量(设定用户量根据

不同商户的需要可以由商户通过商户端预先输入,也可以基于系统默认预置),那么基于该达到设定用户量的商品/服务,系统可以设定该商户对应的设定职业项目,在上述商品/服务的预设内容中已具备职员对应用户信息的情况下,可以直接设定该用户信息与上述设定职业项目的匹配。无论上述商品/服务的预设内容中具备还是未具备职员对应用户信息的,也可以根据商户端输入的分配职员信息对设定的商品/服务设定职员对应用户信息,以形成上述与用户信息有关的设定职业项目的信息。上述设定日期的信息也是类似的,设定日期可以以上述商品/服务的预设内容中已确定的日期确认,也可以根据商户端对此商品/服务输入的设定日期进行确认。

[0154] 与上述用户信息有关的业务信息主要包括已设定商品/服务中分配或预设职员对应用户信息与当前用户信息具有一致性的设定职业项目及设定日期。

[0155] 所述匹配所述设定职业项目及设定日期以形成职业项目设定时间历信息的过程主要涉及针对设定职业项目与设定日期对应关系的设定,基于设定日期再形成时间历信息上信息的传递

[0156] 上述匹配及形成设定项目时间历信息的过程与实施例一的匹配及形成时间历信息的过程类似:

[0157] 由于职员用户也可以同时对应对个商户,接受多个商户的设定项目及其设定日期,据此,形成职业项目设定时间历信息具备多个商户所对应的设定项目及其设定日期。针对多个商户都进行职员项目设定与推送的情况下,每个商户间或者每个商户的设定项目内容可以是重复的,也可以是不相重复的,但设定日期一定是不相重复的。上述匹配过程也是根据所述设定日期进行排序的过程,通过设定日期对职员用户的设定项目进行时间历上的排序可以参考通过预约时间排序形成时间历信息的过程,此处不再赘述。

[0158] 将在用户类型为职员用户的情况下,职员用户类型表的信息传递情况表(表四)如下:

[0159] 表四 职员用户类型表

[0160]	用户类型	业务信息	第三预约信息	匹配对象	时间历信息
	职员用户	商户端退出并订购或预约达到设定用户量的商品/服务形成的设定项目及设定日期	设定业务时间历信息	所述设定职业项目及其设定日期	设定职业项目的时间排序

[0161] 需要说明的是,本实施例的步骤S403至S404也可以与上述实施例二及实施例三的流程步骤相结合形成其他实施例的形式,上述结合过程可以参考本实施例的具体实现方式,此处不再赘述。

[0162] 实施例五

[0163] 在上述实施例四的基础上,本实施例提供了另一种实例方式,在本实施例中,所述业务信息还包括:用户历史设定职业项目及设定日期;所述根据所述商户端输入形成的与

所述用户信息有关的业务信息传递第三预约信息至所述用户端还包括：

[0164] 根据所述用户历史设定职业项目统计用户完成职业项目的类别；

[0165] 采集所述商户端输入形成的待设定项目信息和/或商品/服务项目购买信息，并根据所述待设定项目信息和/或商品/服务项目购买信息获取所涉项目类别，所述第三预约信息还包括：项目类别与所述用户完成职业项目的类别匹配的待设定项目信息和/或商品/服务项目购买信息。

[0166] 在该流程步骤中，推送至用户端的所述职员用户的设定职业项目与用户历史设定职业项目有关。所述用户完成职业项目的类别具体是指根据用户历史提供商品/服务的类别，比如职员用户提供的服务是运动健身，历史形成的设定项目为热瑜伽、民族舞等，则可确认其历史提供的商品/服务的类别是瑜伽与舞蹈。

[0167] 在上述情况下，系统可根据商户端推送的待设定项目信息，或者一并可单独推送商品/服务项目购买信息供职员用户，其中推送的方式是选择符合依据职员用户历史完成职业项目类别来推送的。职员用户可以根据用户端上显示的待设定项目信息，选择感兴趣的职业项目以形成实施例四所述的设定项目，职员用户也可以根据用户端上形成的商品/服务项目购买信息选择预约商品/服务项目，以形成职员用户预约商品服务信息。

[0168] 实际上本实施例在形成所述职员用户预约商品/服务信息后，也可以采用实施例一至实施例四所涉及的会员或非会员用户预约信息传递过程，对上述职员用户预约商品/服务信息传递。

[0169] 注意本实施例中，所述商品/服务项目购买信息是与历史统计的职员用户的项目类别是符合且匹配的，所述商品/服务项目购买信息一般是用于职员用户的职业能力的提示所形成的商品/服务的购买信息。比如对于一个瑜伽职业用户而言，其向商户提供瑜伽教练服务，那么所述历史统计的职业项目的类别是瑜伽，所述商品/服务项目购买信息为瑜伽教练课程的购买信息。

[0170] 在其他实施例中，系统也可以基于上述实施例一至实施例三中所描述的会员用户与非会员用户用户端与商户端间的信息传递方式，建立职员用户用户端与商户端间的信息传递方式。

[0171] 将在用户类型为职员用户的情况下，依据本实施例中职员用户类型表的信息传递情况编制表格如下：

[0172] 表五 职员用户信息传递表

[0173]	用户类型	第三预约信息	用户端操作	历史项目类别	时间历信息
	职员用户	设定业务时间 历信息、与瑜伽 类别匹配的待 设定项目信息 和/或商品/服务 项目购买信息	选择设定项目、 购买商品/服务 项目	瑜伽	已设定及新设 定职业项目、新 购买商品/服务 的时间排序

[0174] 实施例六

[0175] 基于实施例五,本实施例对实施例五中所述的第三预约信息的传递进行优化,根据实施例五,所述根据所述商户端输入形成的与所述用户信息有关的业务信息传递第三预约信息至所述用户端在本实施例中还包括如下步骤流程:

[0176] 根据所述用户历史设定职业项目的设定日期统计用户完成职业项目的频次;

[0177] 依据所述用户完成职业项目的频次对所述匹配的待设定项目信息和/或商品/服务项目购买信息进行传递顺序的排序;

[0178] 根据所述排序结果传递所述待设定项目信息和/或商品/服务项目购买信息。

[0179] 上述流程步骤是对本实施例的中对所述匹配的待设定项目信息和/或商品/服务项目预约信息商品/服务项目购买信息在用户端界面上进行优化显示顺序的流程操作,其中所述根据所述用户历史设定职业项目的设定日期统计用户完成职业项目的频次是指职员用户设定的一段期间内最早完成项目的设定日期与最晚完成项目的设定日期之间,统计完成设定职业项目的数量。

[0180] 上述排序及传递显示都是根据上述数量进行优化的。

[0181] 依据本实施例优化后的职员用户类型表的信息传递情况编制表格如下:

[0182] 表六 职员用户信息传递表

[0183]	用户类型	第三预约信息	用户端操作	历史项目类别	时间历史信息
	职员用户	设定业务时间 历史信息、优化排 序后的与瑜伽 类别匹配的待 设定项目信息 和/或商品/服务 项目购买信息	选择设定项目、 购买商品/服务 项目	瑜伽	已设定及新设 定职业项目、新 购买商品/服务 的时间排序

[0184] 上述优化显示的思路针对实施例一至实施例三中相关商品/服务的购买或预约推送也是类似的,可以根据所述会员或非会员用户历史预约商品/服务的预约日期统计用户接受商品/服务的频次,进而优化待购买或者待预约商品/服务的用户端推送。所述会员或非会员用户历史预约商品/服务的预约日期统计用户接受商品/服务的频次的统计方式也是与本实施例的上述方案类似,即:会员或非会员用户在设定的一段期间内最早接受某次商品/服务的实际签到或者打卡日期与最晚接受某次商品/服务的实际签到或者打卡日期,统计用户预约并实际完成签到或者打卡的商品/服务数量。

[0185] 在上述表六中,所述设定项目包括商户端提供至职员用户端的提供商品/服务的人力资源的信息,比如招聘信息、寻找卖家的信息等;所述购买商品/服务项目指的是针对职员用户身份的职员培训信息、商户课程信息、或者其他职员产品信息等,供职员用户选择、购买及预定。

[0186] 实施例七

[0187] 基于实施例六,本实施例对实施例六中所述的第三预约信息的传递进行进一步优化,根据实施例六,所述根据所述排序结果传递所述待设定项目信息和/或商品/服务项目

购买信息包括：

[0188] 根据所述商户端与用户端输入的定位信息计算所述用户端与商户之间定位距离的远近；

[0189] 获取与所述用户端之间定位距离处于第二预约距离内的商户；

[0190] 将所述第二预约距离内的商户依据距离远近优先基于所述排序结果传递该商户对应的所述待设定项目信息和/或商品/服务项目购买信息。

[0191] 上述对于第三预约信息的传递及显示优化基于商户与职员用户的定位距离的远近，在本实施例中，若需要传递第三预约信息中的所述待设定项目信息和/或商品/服务项目购买信息，不仅需要确认商户的有效距离，即在上述第二预约距离内，还需要基于第二预约距离内的商户与用户端用户距离之远近，优先传递。比如商户C和商户D都处于上述第二预约距离内并符合推送要求，但是商户C与用户距离近，商户D与用户距离远，则优先推送显示商户C的所述待设定项目信息和/或商品/服务项目购买信息至用户端，其次再推送显示商户D的所述待设定项目信息和/或商品/服务项目购买信息至用户端。行数商户对应的信息推送显示则再基于实施例六中涉及的优化排序结果。

[0192] 更为具体的，通过如下两种方式确认所述第二预约距离内的商户之距离远近：其一，确认所述用户历史基于传递的所述待设定项目信息和/或商品/服务项目购买信息设定和/或购买次数多的商户在所述第二预约距离内且距离近。其二，确认具有历史基于传递的所述待设定项目信息和/或商品/服务项目购买信息设定和/或购买次数且在所述第二预约距离内与用户端之间定位距离近的商户在所述第二预约距离内且距离近。依据本实施例进一步优化后的职员用户类型表的信息传递情况编制表格如下：

[0193] 表七 职员用户信息传递表

[0194]	用户类型	第三预约信息	用户端操作	历史项目类别	时间历信息
	职员用户	设定业务时间 历信息、按与用 户距离远近对 应分别显示传 递的商户所对 应与瑜伽类别 匹配的待设定 项目信息和/或 商品/服务项目 购买信息且该 信息还进行了 优化排序的显 示	选择设定项目、 购买商品/服务 项目	瑜伽	已设定及新设 定职业项目、新 购买商品/服务 的时间排序

[0195] 应用例

[0196] 基于以上实施例,以下应用例给出了基于本发明技术方案基于用户身份的信息交互方法的实际应用方案,以供进一步将本发明技术方案的发明思路具体化。

[0197] 图5示意了将实施例四的方案应用于一APP应用,用户打开App后点击注册按钮,根据自己的身份,选择运动者或教练,点击下一步开始注册。

[0198] 选择运动者后,请根据注册流程需要的信息完成注册,姓名和头像等信息为必填,完成注册后,以用户名(手机号)输入设置的密码登录。

[0199] 上述注册过程时,将用户身份按实施例中的第一类用户与第二类用户进行区分。

[0200] 登录后,如果用户为运动者身份,即对应第一类用户,且该用户为平台上某商户的会员,即商户已经导入或输入过会员信息形成会员信息库。结合图6,会员用户登录应用后,在首页-预约课程栏显示已购买会员项目的商户信息,即会员用户为上述预约课程栏商户中商户会员,预约课程栏中显示若干用户购买会员项目的商户标识,用户可点击商户标识,进入如图7所示的商户详情页,获取商户相关信息,比如服务,设施和师资等信息。

[0201] 基于商户详情页,商户信息页面上添置并供用户查看课程表按钮。点击上述按钮可以看到基于该商户的课程预约信息页,课程预约信息页的具体显示情况可参考图8。用户点击查看课程表按钮后,显示的课程表预约信息页可显示最多7天的课程列表,可以左右滑动选择查看哪天。选择某天后(比如图8中选择了2月9日|周四),页面显示这天所有的课程。点击任何一节课程后,进入课程详情页面。

[0202] 课程详情页面可参考图9所示,在课程详情页面可以看到课程的所有详细信息,点击课程教练名可以到教练主页看到教练信息,点击会所名可以到会所主页看到会所详情,点击课程名旁边的马上预约按钮,会员可以完成预约。

[0203] 结合图10,回会员用户的应用首页刷新页面后,预约的课程会自动进入会员首页的我的运动日历,一节课显示一颗星。点击首页我运动日历中某天,比如2月9日这一天,可以在图11中课程列表页显示预约情况。其中多个预约课程的排列顺序按课程开设时间的前后顺序进行排列显示。如计划有变,需要调整,只需点击某节课后,再次进入课程详情页面,点击课程名旁边的取消预约按钮,预约就可以取消。若取消预约课程,会员用户再回到主页,我的运动日历里,刷新后,代表这节课预约信息的一颗星就消失了。

[0204] 继续参考图6,点击会员主页最下方的搜索按钮,可以根据会所,课程和教练进行搜索。点击会员主页最下方的消息按钮,显示会所和平台推送的消息。点击会员主页最右下角的按钮,可进入个人信息页面。个人信息页面上还可以集成会员卡按钮,点击可进入电子会员卡页面。在电子会员卡页面可显示多张会员卡,和相应的会员卡详情信息。电子会员卡可设置有条码区,点击可放大显示会员卡条码,在会员去商户处签到或者打卡时,商户可用扫描枪扫描完成打卡签到,从而形成会员完成预约服务/商品的签到或者打卡信息。

[0205] 在上述过程中,由于预约服务/商品的排列与推送显示基于系统对于会员用户购买会员项目所对应商户的商品/服务日期,按日期及开课时间进行排列显示,但是在其他应用例中,上述显示过程也可以依据用户的课程偏好、定位信息及运动表现。系统也可以设置其他诸如商户广告、其他服务/商品的推送显示,上述推送显示也可以基于用户的偏好、定位信息或者运动表现。

[0206] 比如,用户爱好可以基于用户端对用户初始注册时的爱好选择,主要是一些运动项目类别的选择,当然用户在其主页可以进行增加或减少爱好的类别。定位信息则可参考

上述实施例,依据商户与用户定位信息之间获得的距离远近来确认。运动表现则基于上述打卡或签到的次数统计,累计每一种商品/服务类别,用户在一段时间内的打卡或签到的次数,以此得出用户的运动表现。上述方案在设置时对于每一种用户类型都是适用的。具体的推送规则也可以对上述用户的课程偏好、定位信息及运动表现分别设置统计的相对分数及权重,以此作为推送产品的范围及顺序依据。

[0207] 具体的,偏好可以修改,增加或减少注册时选择的运动项目,推送的商品/服务的类型与用户偏好中的运动项目要相符合。用户端采集的用户定位信息可根据用户家或者公司设置家庭和公司地址,方便今后基于地理位置查询,也可以默认输入用户实时或者预先输入的地址作为用户定位信息,将推送商户距离用户近的商户对应之商品/服务信息,优先推送。在个人信息管理页面点击运动表现按钮,如图12所示,显示会员的预约和签到记录,一次预约+一次签到积1分,对应的星会显示亮色,日一天有多次也显示一颗亮色的星。可以统计到用户运动的习惯及频率。基于用户运动表现将用户进行归类,比如频繁运动者、偶尔运动者和不运动者,基于上述用户归类结果,对用户推送不同的商品/服务内容,比如对频繁运动者,可以推送有关优质运动课程的进阶项目,对于偶尔运动者,可以推送性价比高的运动项目,而对于不运动者,则可推送有关食疗运动的产品。

[0208] 上述几个条件的推送原则可以并行使用,也可以采取兼容使用的方式。

[0209] 继续参考图6,点击会员主页的右上角照相机标志,显示发帖分享页面,如图13所示。输入要分享的内容,然后点击+号标志选择拍照或者进入相册选择照片后,继续选择灰色部分里面的不同项目专区,把帖子发到想发的相应版块,所发的帖子即会显示在图6首页社区热帖中的相应版块。

[0210] 针对本应用例中的应用程序,若运动者如果不是平台上任何一家商户的会员,用户登录后显示非会员首页。

[0211] 如图14所示的非会员首页,其它都与图6的会员首页相同,只是在我的运动日历和社区热帖之间显示您喜欢的运动项目的今日特价课程推荐栏。

[0212] 特价课程在推荐栏中的推送显示按用户当前位置与商户定位距离间距离由近到远排列(当然,在其他实例中也可以基于本应用例所述偏好、运动表现等,或与上述因素的权重值总合评价来推送),点击任意一节推荐课程可以看到课程详情页面,包含了价格。点击马上购买按钮,仔细阅读弹出页面的特价购买说明,同意后点击确认进行购买。非会员用户也可点击特价推荐右侧的全部按钮,显示全部特价列表。

[0213] 点击图14特价推荐栏右侧的全部按钮后,显示全部推送至用户端的运动项目的特价列表,特价列表如图15所示。本应用例中排列顺序按用户默认或实时定位信息与商户定位距离由近到远排列,下拉每页10条显示,页和页之间兼顾上课时间先后。点击图15页面右上角搜索按钮,可以根据您输入的关键字(如瑜伽,游泳等),按照离目前位置,家或公司的距离选择最适合的特价课程购买,具体操作页面可参考图16。

[0214] 若非会员用户选择到了合适的特价课程点击马上购买后,转跳到支付页面,用户确认订单价格后点击确认支付按钮,完成支付。支付成功后,课程详情页面上的按钮变成了查看订单详情,点击查看订单详情按钮,可以看到刚刚购买的特价订单详情,包含价格,订单号和条码等信息,具体可参考图17及图18。非会员用户可以点击条码信息,并在非会员用户去商户处签到或者打卡时,商户可用扫描枪扫描完成打卡签到,从而形成非会员完成购

买服务/商品的签到或者打卡信息。

[0215] 非会员对于特价购买成功后,刷新后也会自动跳入非会员主页的我的运动日历中,购买一节课显示一颗星。这与会员运动日历是类似的,点击日历中带星的这天,可以看到已购买的特价课程信息。点击这节课可以看到课程详情。

[0216] 在课程详情页面,点击查看订单详情按钮。显示课程订单详情,如日期,时间,课程名,订单号和条码。到达会所只需点击运动日历即可出现订单详情,点击条码,有放大的条码页供扫描打卡签到,也可以通过手机号打卡签到。上述过程与会员页面是类似的。

[0217] 教练用户即以上实施例中所述职员用户,即用户具备教练身份。

[0218] 用户在图5的注册页面中选择教练身份后,可根据注册流程需要的信息完成注册,教练需要提供实名和身份证号码等信息。完成注册后,以用户名(手机号)输入设置的密码登录。如忘记密码,可以在登陆页面左下角点击忘记密码,重新设置。

[0219] 教练注册后登陆显示教练主页,教练主页显示我的教学日历,具体可参考图19中的主页示意图。商户可以根据开设的课程选择授课教练,发布课程后,课程就会自动进入教练的教学日历,一节课显示一颗星。教练点击我的教学日历里的某天,比如图19中的2月12日,显示这天需授课的课程列表,课程列表如图20所示。

[0220] 教练首页上也可设置教练的主页按钮,点击该主页按钮进入右图教练主页。教练主页是教练展示个人品牌的地方,可以在首页右下角我里面编辑个人简介,证书和个人照片等全方位展示自己。商户的会员用户在点击课程里的教练名就可以看到教练主页,更好地了解教练。

[0221] 在本应用例中,对于教练用户还开通身份认证与专业认证。教练用户点击教练首页右下角的我,进入个人信息页面。点击身份认证,,进入身份认证页面。根据注册时提供的身份证号,可上传清晰的身份证照片,保持照片与号码一致,然后提交对应就职商户审核。如审核通过,身份认证完成后,教练的标志由灰色变成金黄色。如审核不通过,会发送推送信息通知教练重新编辑上传。进入身份认证后点击右上角修改,认证通过后就不能修改了。

[0222] 点击教练首页右下角的我,进入个人信息页面。点击专业认证,进入专业认证页面。根据注册时选择的有执教资格的项目,点击新增,添加专业证书,每个项目可上传多张证书。请上传清晰的证书照片,保持与所选项目一致,然后提交对应就职商户审核。如审核通过,专业认证完成后,教练的专业标志由灰色变成彩色。如审核不通过,会发送推送信息通知教练重新添加上传。

[0223] 针对教练用户,系统会推送商户发布的有关业务信息,比如招聘信息、培训信息或者商户活动信息。上述业务信息的推送原则也可以参考上述商品/服务购买或预约信息的推送原则,或者参考上述实施例。此处不再赘述。

[0224] 以上对本发明的具体实施例进行了描述。需要理解的是,本发明并不局限于上述特定实施方式,本领域技术人员可以在权利要求的范围内做出各种变形或修改,这并不影响本发明的实质内容。

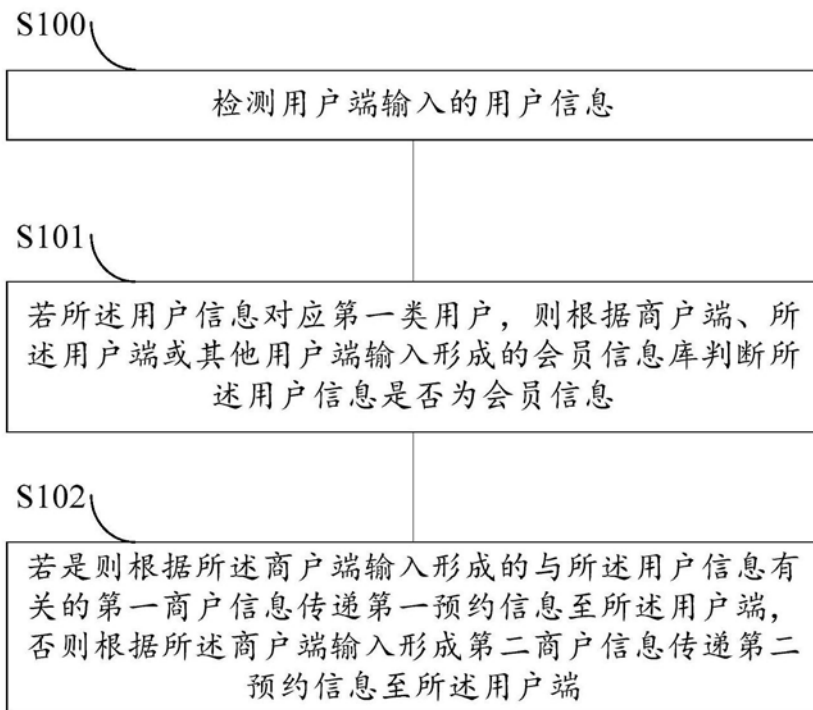


图1

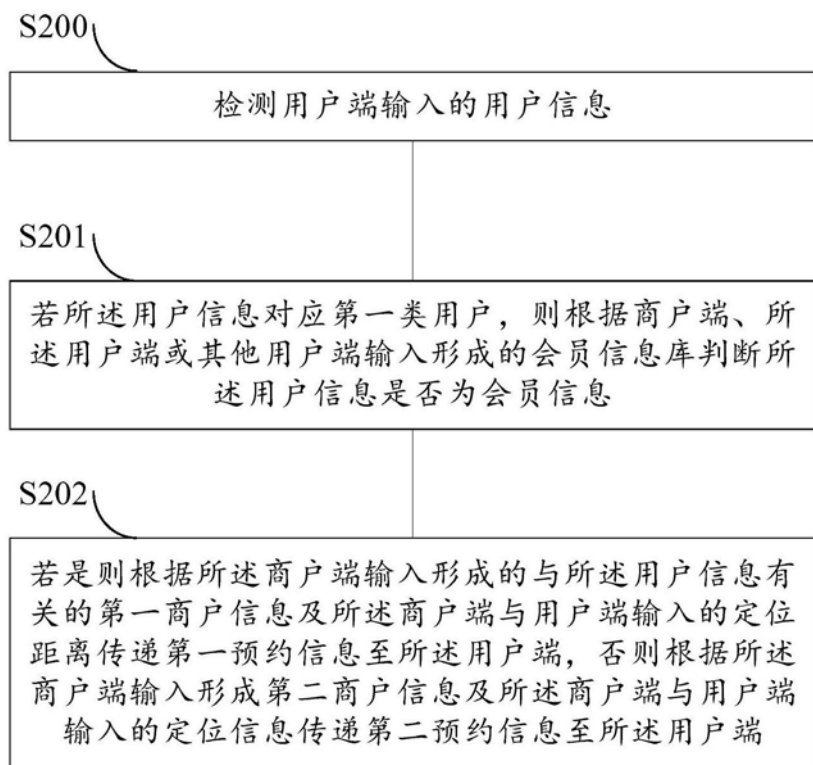


图2

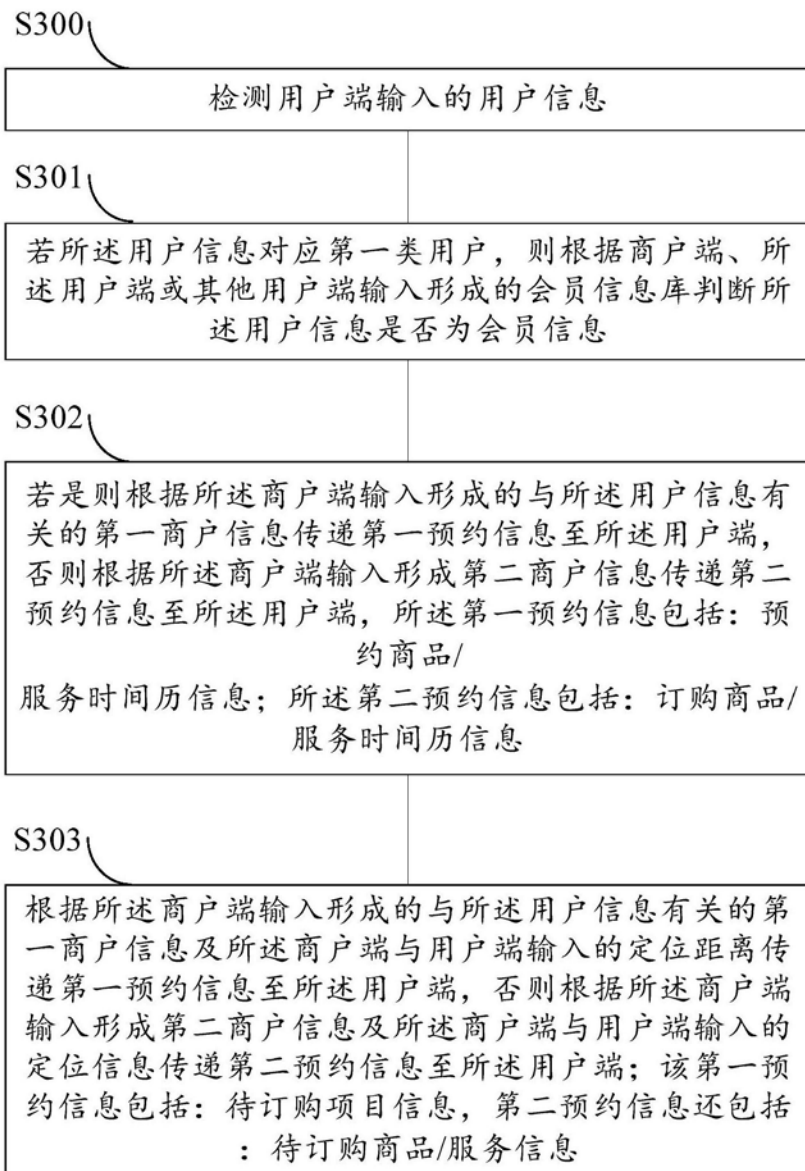


图3

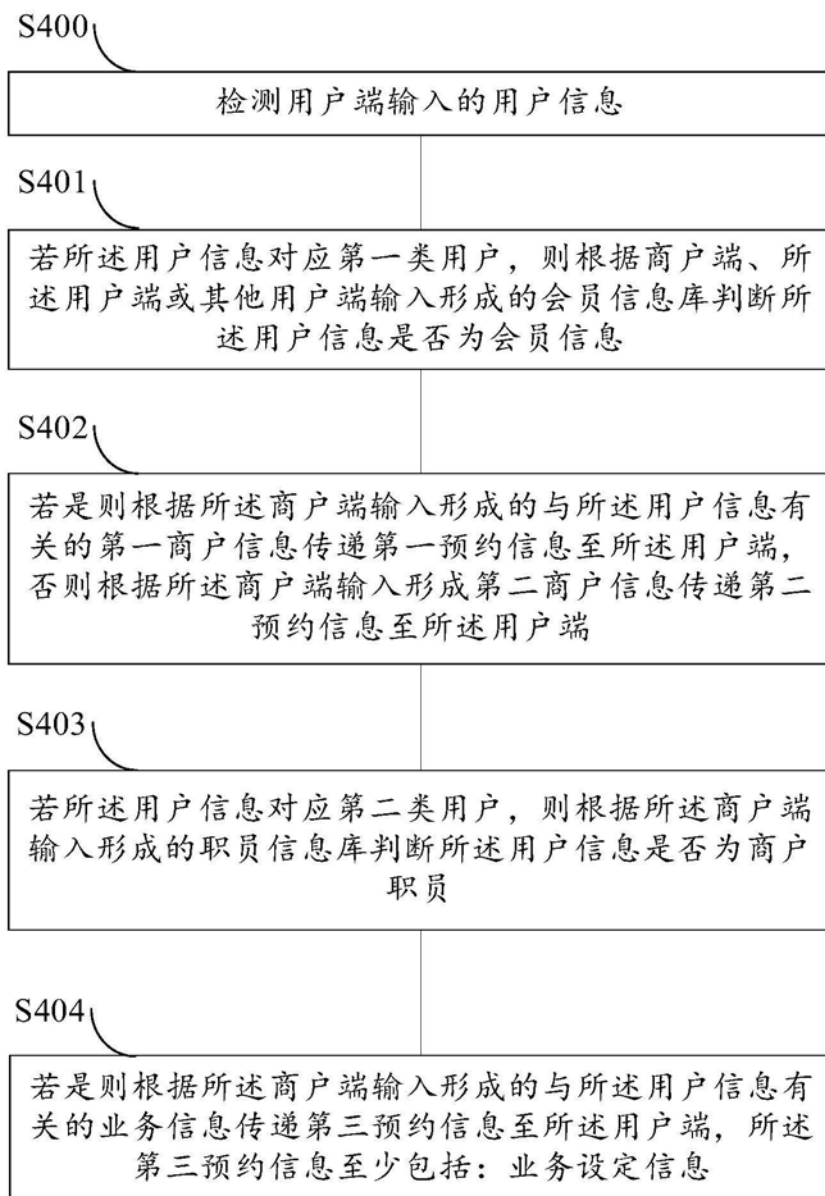


图4



图5



图6



图7



图8



图9



图10



图11



图12



图13



图14



图15



图16



图17



图18



图19



图20