



(12) 发明专利申请

(10) 申请公布号 CN 114792251 A

(43) 申请公布日 2022. 07. 26

(21) 申请号 202210442100.4

(22) 申请日 2022.04.25

(71) 申请人 中国农业银行股份有限公司
地址 100005 北京市东城区建国门内大街
69号

(72) 发明人 王铎

(74) 专利代理机构 北京集佳知识产权代理有限公司 11227
专利代理师 周初冬

(51) Int. Cl.
G06Q 30/02 (2012.01)
G06F 16/2457 (2019.01)

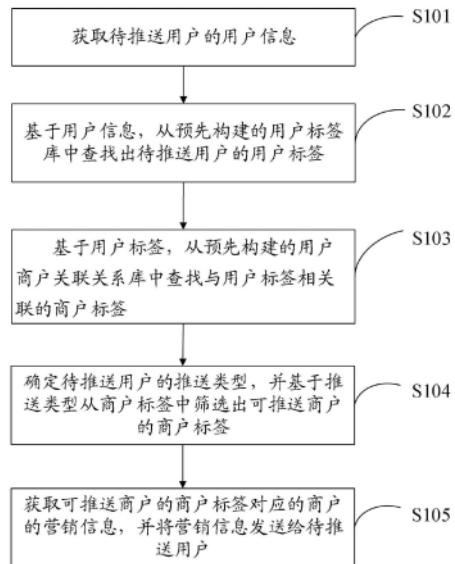
权利要求书2页 说明书8页 附图3页

(54) 发明名称

营销信息的推送方法、装置、电子设备及存储介质

(57) 摘要

本申请提供了一种营销信息的推送方法、装置、电子设备及存储介质。在营销信息的推送方法中,获取待推送用户的用户信息。基于用户信息,从预先构建的用户标签库中查找出待推送用户的用户标签。基于用户标签,从预先构建的用户商户关联关系库中查找与用户标签相关联的商户标签。确定待推送用户的推送类型,并基于推送类型从商户标签中筛选出可推送商户的商户标签。获取可推送商户的商户标签对应的商户的营销信息,并将营销信息发送给待推送用户。通过对用户画像标签的精准描绘,商户标签的生成,以及对用户和商户之间关联性分析,整合用户信息资源和商户资源,准确的为用户推送营销资源,从而达到对用户的精准营销,同时起到对商户的引流作用。



1. 一种营销信息的推送方法,其特征在于,包括:
 - 获取待推送用户的用户信息;
 - 基于所述用户信息,从预先构建的用户标签库中查找出所述待推送用户的用户标签;
 - 基于所述用户标签,从预先构建的用户商户关联关系库中查找与所述用户标签相关联的商户标签;
 - 确定所述待推送用户的推送类型,并基于所述推送类型从所述商户标签中筛选出可推送商户的商户标签,其中,所述推送类型包括实时推送和定期推送;
 - 获取所述可推送商户的商户标签对应的商户的营销信息,并将所述营销信息发送给所述待推送用户。
2. 根据权利要求1所述的方法,其特征在于,所述用户标签库的构建过程,包括:
 - 采集用户的用户信息;
 - 对所述采集到的用户信息进行数据校验,得到数据校验通过的用户信息;
 - 对所述数据校验通过的用户信息进行数据清洗,得到清洗后的用户信息;
 - 基于所述清洗后的用户信息生成用户标签,并保存到所述用户标签库中。
3. 根据权利要求1所述的方法,其特征在于,所述确定所述待推送用户的推送类型,基于所述推送类型从所述商户标签中筛选出可推送商户的商户标签,包括:
 - 若所述待推送用户的推送类型为实时推送,则将所述用户标签和所述查找出的商户标签输入到预先构建的关联度模型中,得到可推送商户的商户标签;
 - 若所述待推送用户的推送类型为定期推送,则将所述查找出的商户标签都作为可推送商户的商户标签。
4. 根据权利要求1所述的方法,其特征在于,所述获取所述与所述用户标签相关联的商户标签对应的商户的营销信息,并将所述营销信息发送给所述待推送用户,包括:
 - 获取所述与所述用户标签相关联的商户标签对应的商户的商户评分;
 - 筛选出所述商户评分符合预设条件的商户;
 - 获取所述筛选出的商户的营销信息,并将所述营销信息发送给所述待推送用户。
5. 一种营销信息的推送装置,其特征在于,包括:
 - 获取单元,用于获取待推送用户的用户信息;
 - 第一查找单元,用于基于所述用户信息,从预先构建的用户标签库中查找出所述待推送用户的用户标签;
 - 第二查找单元,用于基于所述用户标签,从预先构建的用户商户关联关系库中查找与所述用户标签相关联的商户标签;
 - 确定单元,用于确定所述待推送用户的推送类型,并基于所述推送类型从所述商户标签中筛选出可推送商户的商户标签,其中,所述推送类型包括实时推送和定期推送;
 - 推送单元,用于获取所述可推送商户的商户标签对应的商户的营销信息,并将所述营销信息发送给所述待推送用户。
6. 根据权利要求5所述的装置,其特征在于,所述第一查找单元,包括:
 - 采集子单元,用于采集用户的用户信息;
 - 校验子单元,用于对所述采集到的用户信息进行数据校验,得到数据校验通过的用户信息;

数据清洗子单元,用于对所述数据校验通过的用户信息进行数据清洗,得到清洗后的用户信息;

标签生成子单元,用于基于所述清洗后的用户信息生成用户标签,并保存到所述用户标签库中。

7. 根据权利要求5所述的装置,其特征在于,所述确定单元,包括:

第一确定子单元,用于若所述待推送用户的推送类型为实时推送,则将所述用户标签和所述查找出的商户标签输入到预先构建的关联度模型中,得到可推送商户的商户标签;

第二确定子单元,用于若所述待推送用户的推送类型为定期推送,则将所述查找出的商户标签都作为可推送商户的商户标签。

8. 根据权利要求5所述的装置,其特征在于,所述推送单元,包括:

获取子单元,用于获取所述与所述用户标签相关联的商户标签对应的商户的商户评分;

筛选子单元,用于筛选出所述商户评分符合预设条件的商户;

推送子单元,用于获取所述筛选出的商户的营销信息,并将所述营销信息发送给所述待推送用户。

9. 一种电子设备,其特征在于,包括:

一个或多个处理器;

存储装置,其上存储有一个或多个程序;

当所述一个或多个程序被所述一个或多个处理器执行时,使得所述一个或多个处理器实现如权利要求1至4中任意一项所述的方法。

10. 一种计算机存储介质,其特征在于,其上存储有计算机程序,其中,所述计算机程序被处理器执行时实现如权利要求1至4中任意一项所述的方法。

营销信息的推送方法、装置、电子设备及存储介质

技术领域

[0001] 本申请涉及大数据技术领域,尤其涉及一种营销信息的推送方法、装置、电子设备及存储介质。

背景技术

[0002] 随着市场竞争的加剧,粗放型的补贴优惠、普惠营销手段已经无法适应当前市场营销的需要。因此需要对客户进行有针对性的营销信息推送,才能实现精准营销,以更好的挖掘客户和进行业务推广。

[0003] 在现有技术中,通常只考虑用户画像的描绘,通过对用户的基本信息、偏好等进行分析,得到用户画像。但是,仅凭用户画像,并不能准确地将用户和商户进行匹配,无法达到精准营销的目的。

发明内容

[0004] 有鉴于此,本申请提供了一种营销信息的推送方法、装置、电子设备及存储介质,以解决现有技术中通常只考虑用户画像的描绘,通过对用户的基本信息、偏好等进行分析,得到用户画像。但是,仅凭用户画像,并不能准确地将用户和商户进行匹配,以达到精准营销的问题。

[0005] 为实现上述目的,本申请提供如下技术方案:

[0006] 本申请第一方面公开了一种营销信息的推送方法,包括:

[0007] 获取待推送用户的用户信息;

[0008] 基于所述用户信息,从预先构建的用户标签库中查找出所述待推送用户的用户标签;

[0009] 基于所述用户标签,从预先构建的用户商户关联关系库中查找与所述用户标签相关联的商户标签;

[0010] 确定所述待推送用户的推送类型,并基于所述推送类型从所述商户标签中筛选出可推送商户的商户标签,其中,所述推送类型包括实时推送和定期推送;

[0011] 获取所述可推送商户的商户标签对应的商户的营销信息,并将所述营销信息发送给所述待推送用户。

[0012] 可选的,上述的方法,所述用户标签库的构建过程,包括:

[0013] 采集用户的用户信息;

[0014] 对所述采集到的用户信息进行数据校验,得到数据校验通过的用户信息;

[0015] 对所述数据校验通过的用户信息进行数据清洗,得到清洗后的用户信息;

[0016] 基于所述清洗后的用户信息生成用户标签,并保存到所述用户标签库中。

[0017] 可选的,上述的方法,所述确定所述待推送用户的推送类型,基于所述推送类型从所述商户标签中筛选出可推送商户的商户标签,包括:

[0018] 若所述待推送用户的推送类型为实时推送,则将所述用户标签和所述查找出的商

户标签输入到预先构建的关联度模型中,得到可推送商户的商户标签;

[0019] 若所述待推送用户的推送类型为定期推送,则将所述查找出的商户标签都作为可推送商户的商户标签。

[0020] 可选的,上述的方法,所述获取所述与所述用户标签相关联的商户标签对应的商户的营销信息,并将所述营销信息发送给所述待推送用户,包括:

[0021] 获取所述与所述用户标签相关联的商户标签对应的商户的商户评分;

[0022] 筛选出所述商户评分符合预设条件的商户;

[0023] 获取所述筛选出的商户的营销信息,并将所述营销信息发送给所述待推送用户。

[0024] 本申请第二方面公开了一种营销信息的推送装置,包括:

[0025] 获取单元,用于获取待推送用户的用户信息;

[0026] 第一查找单元,用于基于所述用户信息,从预先构建的用户标签库中查找出所述待推送用户的用户标签;

[0027] 第二查找单元,用于基于所述用户标签,从预先构建的用户商户关联关系库中查找与所述用户标签相关联的商户标签;

[0028] 确定单元,用于确定所述待推送用户的推送类型,并基于所述推送类型从所述商户标签中筛选出可推送商户的商户标签,其中,所述推送类型包括实时推送和定期推送;

[0029] 推送单元,用于获取所述可推送商户的商户标签对应的商户的营销信息,并将所述营销信息发送给所述待推送用户。

[0030] 可选的,上述的装置,所述第一查找单元,包括:

[0031] 采集子单元,用于采集用户的用户信息;

[0032] 校验子单元,用于对所述采集到的用户信息进行数据校验,得到数据校验通过的用户信息;

[0033] 数据清洗子单元,用于对所述数据校验通过的用户信息进行数据清洗,得到清洗后的用户信息;

[0034] 标签生成子单元,用于基于所述清洗后的用户信息生成用户标签,并保存到所述用户标签库中。

[0035] 可选的,上述的装置,所述确定单元,包括:

[0036] 第一确定子单元,用于若所述待推送用户的推送类型为实时推送,则将所述用户标签和所述查找出的商户标签输入到预先构建的关联度模型中,得到可推送商户的商户标签;

[0037] 第二确定子单元,用于若所述待推送用户的推送类型为定期推送,则将所述查找出的商户标签都作为可推送商户的商户标签。

[0038] 可选的,上述的装置,所述推送单元,包括:

[0039] 获取子单元,用于获取所述与所述用户标签相关联的商户标签对应的商户的商户评分;

[0040] 筛选子单元,用于筛选出所述商户评分符合预设条件的商户;

[0041] 推送子单元,用于获取所述筛选出的商户的营销信息,并将所述营销信息发送给所述待推送用户。

[0042] 本申请第三方面公开了一种电子设备,包括:

[0043] 一个或多个处理器；

[0044] 存储装置,其上存储有一个或多个程序；

[0045] 当所述一个或多个程序被所述一个或多个处理器执行时,使得所述一个或多个处理器实现如本申请第一方面中任意一项所述的方法。

[0046] 本申请第四方面公开了一种计算机存储介质,其上存储有计算机程序,其中,所述计算机程序被处理器执行时实现如本申请第一方面中任意一项所述的方法。

[0047] 从上述技术方案可以看出,本申请提供了一种营销信息的推送方法中,获取待推送用户的用户信息。基于用户信息,从预先构建的用户标签库中查找出待推送用户的用户标签。基于用户标签,从预先构建的用户商户关联关系库中查找与用户标签相关联的商户标签。确定待推送用户的推送类型,并基于推送类型从商户标签中筛选出可推送商户的商户标签,其中,推送类型包括实时推送和定期推送。获取可推送商户的商户标签对应的商户的营销信息,并将营销信息发送给待推送用户。由此可知,利用本申请的方法,通过对用户画像标签的精准描绘,商户标签的生成,以及对用户和商户之间关联性分析,整合用户信息资源和商户资源,准确的为用户推送营销资源,从而达到对用户的精准营销,同时起到对商户的引流作用。解决了现有技术中,通常只考虑用户画像的描绘,通过对用户的基本信息、偏好等进行分析,得到用户画像。但是,仅凭用户画像,并不能准确地将用户和商户进行匹配,以达到精准营销的问题。

附图说明

[0048] 为了更清楚地说明本申请实施例或现有技术中的技术方案,下面将对实施例或现有技术描述中所需要使用的附图作简单地介绍,显而易见地,下面描述中的附图仅仅是本申请的实施例,对于本领域普通技术人员来讲,在不付出创造性劳动的前提下,还可以根据提供的附图获得其他的附图。

[0049] 图1为本申请另一实施例公开的一种营销信息的推送方法的流程图；

[0050] 图2为本申请另一实施例公开的步骤S102的一种实施方式的流程图；

[0051] 图3为本申请另一实施例公开的一种营销信息的推送装置的示意图；

[0052] 图4为本申请另一实施例公开的一种电子设备的示意图。

具体实施方式

[0053] 下面将结合本申请实施例中的附图,对本申请实施例中的技术方案进行清楚、完整地描述,显然,所描述的实施例仅仅是本申请一部分实施例,而不是全部的实施例。基于本申请中的实施例,本领域普通技术人员在没有做出创造性劳动前提下所获得的所有其他实施例,都属于本申请保护的范围。

[0054] 在本申请中,术语“包括”、“包含”或者其任何其他变体意在涵盖非排他性的包含,从而使得包括一系列要素的过程、方法、物品或者设备不仅包括那些要素,而且还包括没有明确列出的其他要素,或者是还包括为这种过程、方法、物品或者设备所固有的要素。在没有更多限制的情况下,由语句“包括一个……”限定的要素,并不排除在包括所述要素的过程、方法、物品或者设备中还存在另外的相同要素。

[0055] 并且,在本文中,诸如第一和第二等之类的关系术语仅仅用来将一个实体或者操

作与另一个实体或操作区分开来,而不一定要求或者暗示这些实体或操作之间存在任何这种实际的关系或者顺序。

[0056] 本申请实施例提供了一种营销信息的推送方法,具体如图1所示,包括:

[0057] S101、获取待推送用户的用户信息。

[0058] 需要说明的是,当需要给用户推送商户的营销信息时,首先获取待推送用户的用户信息,包括用户名,用户年龄等信息。

[0059] S102、基于用户信息,从预先构建的用户标签库中查找出待推送用户的用户标签。

[0060] 需要说明的是,在获取到待推送用户的用户信息之后,则基于用户信息,从预先构建的用户标签库中查找出待推送用户的用户标签。其中,用户标签库通过预先采集的用户信息构建得到。

[0061] 可选的,在本申请的另一实施例中,步骤S102中用户标签库的构建过程,如图2所示,可以包括:

[0062] S201、采集用户的用户信息。

[0063] 需要说明的是,首先确定用户信息的数据源,为每一个数据源建立用户数据准备服务器,在数据源上部署数据采集程序,通过数据采集程序,将数据源上的用户信息采集到用户数据准备服务器中,并上传到云端服务器进行存储,数据的传输采用安全传送协议SFTP,若数据源为保存在FTP服务器中的用户信息,保证敏感用户数据的安全性。其中,用户信息可通过用户预留信息、用户的交易信息、合作方提供的数据开源接口进行采集。

[0064] S202、对采集到的用户信息进行数据校验,得到数据校验通过的用户信息。

[0065] 需要说明的是,建立数据校验微服务,信息是否有效对采集到的用户信息进行数据校验,判断云端服务器上的用户信息是否有效,得到数据校验通过的用户信息。

[0066] S203、对数据校验通过的用户信息进行数据清洗,得到清洗后的用户信息。

[0067] 需要说明的是,得到数据校验通过的用户信息之后,对数据校验通过的用户信息进行数据清洗,过滤无用信息,得到清洗后的用户信息。

[0068] S204、基于清洗后的用户信息生成用户标签,并保存到用户标签库中。

[0069] 需要说明的是,针对每一个用户,基于清洗后的用户信息生成用户用户标签,并保存到用户标签库中进行存储。

[0070] S103、基于用户标签,从预先构建的用户商户关联关系库中查找与用户标签相关联的商户标签。

[0071] 需要说明的是,基于用户标签,从预先构建的用户商户关联关系库中查找与用户标签相关联的商户标签。其中,用户商户关联关系库为定期对全量的用户标签和商户标签进行匹配关系的配置所得,可采用人工操作或基于用户历史行为,对用户标签和商户标签进行关联性分析。例如根据用户过往行为数据,寻找出用户标签和商户标签之间的关联程度,通过用户标签和商户标签的匹配程度,确定匹配程度最高的用户标签和商户标签关联关系。

[0072] 还需要说明的是,商户标签存储在预先构建的商户标签库中,商户标签库的构建过程,可参考上述用户标签库的构建过程,此处不再赘述。

[0073] S104、确定待推送用户的推送类型,并基于推送类型从商户标签中筛选出可推送商户的商户标签,其中,推送类型包括实时推送和定期推送。

[0074] 需要说明的是,在从预先构建的用户商户关联关系库中查找与用户标签相关联的商户标签之后,则进一步确定待推送用户的推送类型,其中,待推送用户的推送类型包括实时推送和定期推送。实时推送为通过实时流数据,根据用户实时的操作行为触发实时推送给用户的情况,例如用户主动点击营销信息的推送请求。定期推送为按照预设的时间周期,定期给用户进行营销信息的推送。然后基于推送类型从商户标签中筛选出可推送商户的商户标签。

[0075] 可选的,在本申请的另一实施例中,步骤S104的一种实施方式,可以包括:

[0076] 若待推送用户的推送类型为实时推送,则将用户标签和查找出的商户标签输入到预先构建的关联度模型中,得到可推送商户的商户标签。

[0077] 若待推送用户的推送类型为定期推送,则将查找出的商户标签都作为可推送商户的商户标签。

[0078] 需要说明的是,如果待推送用户的推送类型为实时推送,则将用户标签和查找出的商户标签输入到预先构建的关联度模型中,得到可推送商户的商户标签。其中,关联度模型为包含哑变量惩罚项的,并根据营销效果,自适应调整模型参数。其中模型函数的形式如下:

$$[0079] \quad F_{\text{score}} = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m C_{ij} X_i Y_j - \sigma \cdot f(\text{Dis})$$

[0080] 其中 C_{ij} 为第 i 个用户标签和第 j 个商户标签之间关联系数。 X_i, Y_j 分别为用户标签

i , 商户标签 j 的取值。 σ 为哑变量,取值为 $\begin{cases} 1, & \text{商户为线下商户} \\ 0, & \text{商户为线上商户} \end{cases}$, $f(\text{Dis})$ 是自变量为距离的函

数,用作惩罚项。当商户为线下商户时,根据距离用户的距离远近,构建 $-\sigma \cdot f(\text{Dis})$ 的惩罚项,来优化整体评分函数。通常 $f(\text{Dis})$ 为非线性函数,在较小范围内,增长较为平缓,当超过阈值时,剧烈增加,借此过滤掉离用户过远的线下商户。线上商户不受此项影响。例如,根据用户的实时行为,地理信息等信息,计算 F_{score} ,确定与之匹配程度较高的合作商户,基于此对用户进行实时营销。

[0081] 如果待推送用户的推送类型为定期推送,则将查找出的商户标签都作为可推送商户的商户标签。例如,在一定周期内,定期定时对现有用户的用户标签和商户标签进行碰库,得出适合每个用户的商户,进行精准营销。

[0082] S105、获取可推送商户的商户标签对应的商户的营销信息,并将营销信息发送给待推送用户。

[0083] 需要说明的是,在筛选出可推送商户的商户标签之后,则获取可推送商户的商户标签对应的商户的营销信息,并将营销信息发送给待推送用户。例如,将可推送商户的优惠内容,通过短信、小程序等渠道向用户进行推送,用户登录小程序、手机APP操作后,便可享受商户的优惠。

[0084] 可选的,在本申请的另一实施例中,步骤S105的一种实施方式,可以包括:

[0085] 获取与用户标签相关联的商户标签对应的商户的商户评分。

[0086] 筛选出商户评分符合预设条件的商户。

[0087] 获取筛选出的商户的营销信息,并将营销信息发送给待推送用户。

[0088] 需要说明的是,在进行营销信息的推送时,为了提升消息推送的质量,首先获取与

用户标签相关联的商户标签对应的商户的商户评分,筛选出商户评分符合预设条件的商户,例如,筛选出其中评分最高的50个商户。然后获取筛选出的商户的营销信息,并将营销信息通过短信、小程序等渠道向用户进行推送给待推送用户。

[0089] 本申请实施例提供的一种营销信息的推送方法中,获取待推送用户的用户信息。基于用户信息,从预先构建的用户标签库中查找出待推送用户的用户标签。基于用户标签,从预先构建的用户商户关联关系库中查找与用户标签相关联的商户标签。确定待推送用户的推送类型,并基于推送类型从商户标签中筛选出可推送商户的商户标签,其中,推送类型包括实时推送和定期推送。获取可推送商户的商户标签对应的商户的营销信息,并将营销信息发送给待推送用户。由此可知,利用本申请的方法,通过对用户画像标签的精准描绘,商户标签的生成,以及对用户和商户之间关联性分析,整合用户信息资源和商户资源,准确的为用户推送营销资源,从而达到对用户的精准营销,同时起到对商户的引流作用。解决了现有技术中,通常只考虑用户画像的描绘,通过对用户的基本信息、偏好等进行分析,得到用户画像。但是,仅凭用户画像,并不能准确地将用户和商户进行匹配,以达到精准营销的问题。

[0090] 可选的,在本申请的另一实施例中还提供了一种营销信息的推送装置,具体如图3所示,包括:

[0091] 获取单元301,用于获取待推送用户的用户信息。

[0092] 第一查找单元302,用于基于用户信息,从预先构建的用户标签库中查找出待推送用户的用户标签。

[0093] 第二查找单元303,用于基于用户标签,从预先构建的用户商户关联关系库中查找与用户标签相关联的商户标签。

[0094] 确定单元304,用于确定待推送用户的推送类型,并基于推送类型从商户标签中筛选出可推送商户的商户标签,其中,推送类型包括实时推送和定期推送。

[0095] 推送单元305,用于获取可推送商户的商户标签对应的商户的营销信息,并将营销信息发送给待推送用户。

[0096] 本实施例中,获取单元301、第一查找单元302、第二查找单元303、确定单元304以及推送单元305的具体执行过程,可参见对应图1的方法实施例内容,此处不再赘述。

[0097] 本申请实施例提供的一种营销信息的推送装置中,获取单元301获取待推送用户的用户信息。第一查找单元302基于用户信息,从预先构建的用户标签库中查找出待推送用户的用户标签。第二查找单元303基于用户标签,从预先构建的用户商户关联关系库中查找与用户标签相关联的商户标签。确定单元304确定待推送用户的推送类型,并基于推送类型从商户标签中筛选出可推送商户的商户标签,其中,推送类型包括实时推送和定期推送。推送单元305获取可推送商户的商户标签对应的商户的营销信息,并将营销信息发送给待推送用户。由此可知,利用本申请的方法,通过对用户画像标签的精准描绘,商户标签的生成,以及对用户和商户之间关联性分析,整合用户信息资源和商户资源,准确的为用户推送营销资源,从而达到对用户的精准营销,同时起到对商户的引流作用。解决了现有技术中,通常只考虑用户画像的描绘,通过对用户的基本信息、偏好等进行分析,得到用户画像。但是,仅凭用户画像,并不能准确地将用户和商户进行匹配,以达到精准营销的问题。

[0098] 可选的,在本申请的另一实施例中,上述优化单元203的一种实施方式,可以包括:

- [0099] 采集子单元,用于采集用户的用户信息。
- [0100] 校验子单元,用于对采集到的用户信息进行数据校验,得到数据校验通过的用户信息。
- [0101] 数据清洗子单元,用于对数据校验通过的用户信息进行数据清洗,得到清洗后的用户信息。
- [0102] 标签生成子单元,用于基于清洗后的用户信息生成用户标签,并保存到用户标签库中。
- [0103] 本实施例中,采集子单元、校验子单元、数据清洗子单元、标签生成子单元的具体执行过程,可参见对应图2的方法实施例内容,此处不再赘述。
- [0104] 可选的,在本申请的另一实施例中,上述确定单元304的一种实施方式,可以包括:
- [0105] 第一确定子单元,用于若待推送用户的推送类型为实时推送,则将用户标签和查找出的商户标签输入到预先构建的关联度模型中,得到可推送商户的商户标签。
- [0106] 第二确定子单元,用于若待推送用户的推送类型为定期推送,则将查找出的商户标签都作为可推送商户的商户标签。
- [0107] 本实施例中,第一确定子单元、第二确定子单元的具体执行过程,可参见对应上述的方法实施例内容,此处不再赘述。
- [0108] 可选的,在本申请的另一实施例中,上述推送单元305的一种实施方式,可以包括:
- [0109] 获取子单元,用于获取与用户标签相关联的商户标签对应的商户的商户评分。
- [0110] 筛选子单元,用于筛选出商户评分符合预设条件的商户。
- [0111] 推送子单元,用于获取筛选出的商户的营销信息,并将营销信息发送给待推送用户。
- [0112] 本实施例中,获取子单元、筛选子单元、推送子单元的具体执行过程,可参见对应上述的方法实施例内容,此处不再赘述。
- [0113] 本申请另一实施例还提供了一种电子设备,如图4所示,具体包括:
- [0114] 一个或多个处理器401。
- [0115] 存储装置402,其上存储有一个或多个程序。
- [0116] 当一个或多个程序被一个或多个处理器401执行时,使得一个或多个处理器401实现如上述实施例中任意一项方法。
- [0117] 本申请另一实施例还提供了计算机存储介质,其上存储有计算机程序,其中,计算机程序被处理器执行时实现如上述实施例中任意一项方法。
- [0118] 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,对于系统或系统实施例而言,由于其基本相似于方法实施例,所以描述得比较简单,相关之处参见方法实施例的部分说明即可。以上所描述的系统及系统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实施例方案的目的。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。
- [0119] 专业人员还可以进一步意识到,结合本文中所公开的实施例描述的各示例的单元

及算法步骤,能够以电子硬件、计算机软件或者二者的结合来实现,为了清楚地说明硬件和软件的可互换性,在上述说明中已经按照功能一般性地描述了各示例的组成及步骤。这些功能究竟以硬件还是软件方式来执行,取决于技术方案的特定应用和设计约束条件。专业技术人员可以对每个特定的应用来使用不同方法来实现所描述的功能,但是这种实现不应认为超出本发明的范围。

[0120] 对所公开的实施例的上述说明,使本领域专业技术人员能够实现或使用本发明。对这些实施例的多种修改对本领域的专业技术人员来说将是显而易见的,本文中所定义的一般原理可以在不脱离本申请的精神或范围的情况下,在其它实施例中实现。因此,本申请将不会被限制于本文所示的这些实施例,而是要符合与本文所公开的原理和新颖特点相一致的最宽的范围。

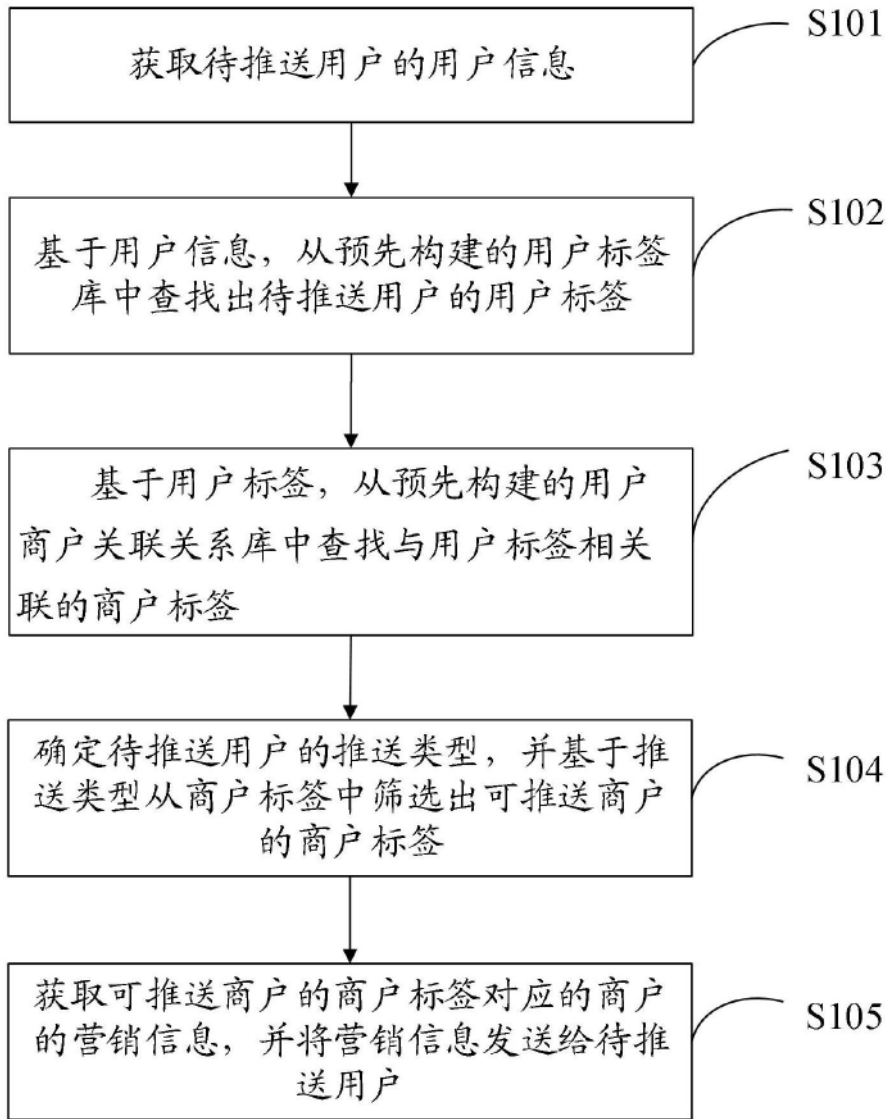


图1

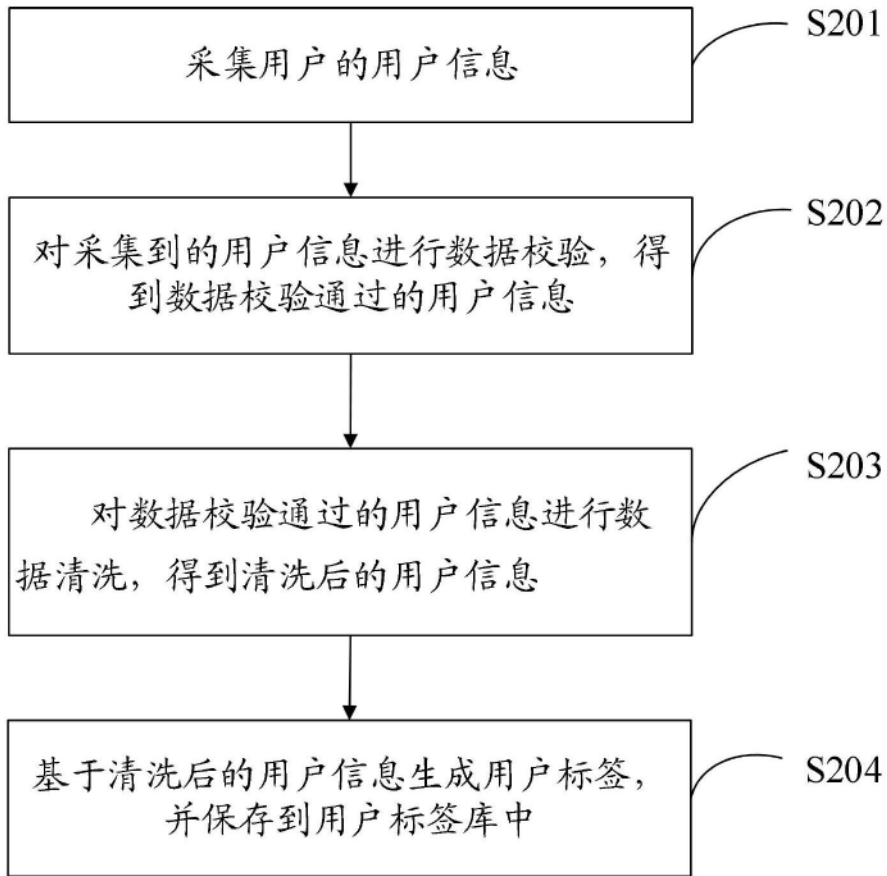


图2

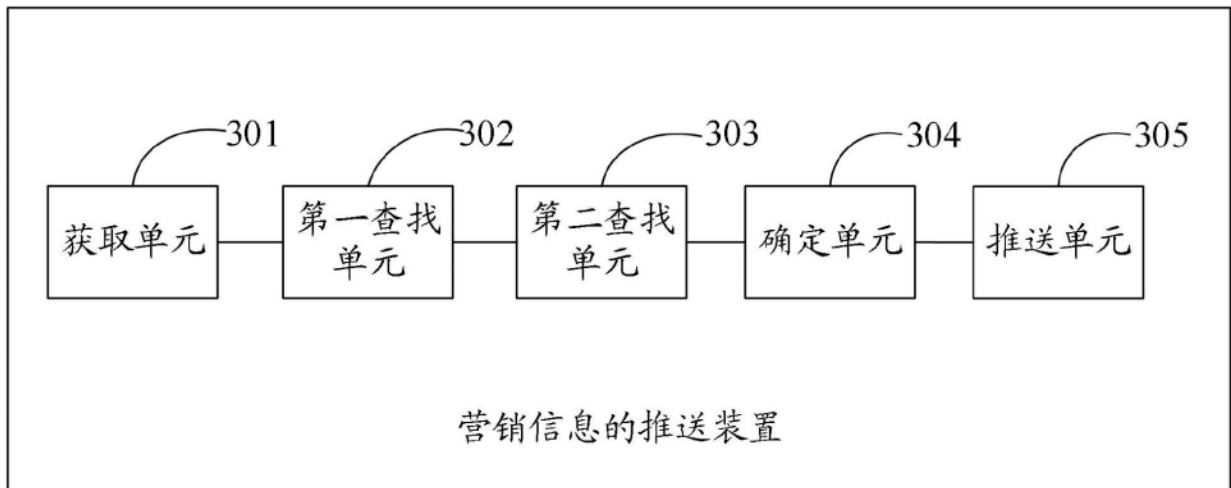


图3

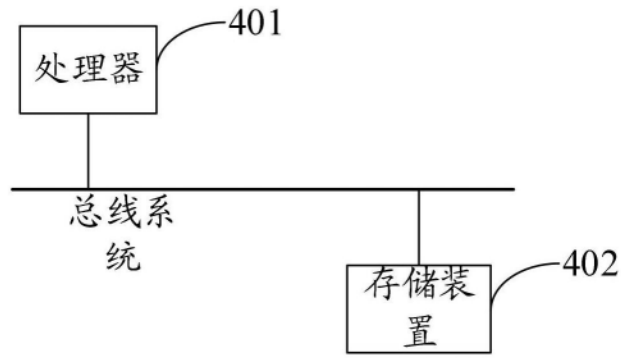


图4