



(12) 发明专利申请

(10) 申请公布号 CN 102314650 A

(43) 申请公布日 2012. 01. 11

(21) 申请号 201010213792. 2

(22) 申请日 2010. 06. 30

(71) 申请人 酷米移动传媒股份有限公司
地址 中国台湾台北市大同区郑州街 87 号 9 楼

(72) 发明人 许世杰

(74) 专利代理机构 北京汇智英财专利代理事务所 11301
代理人 张俊阁

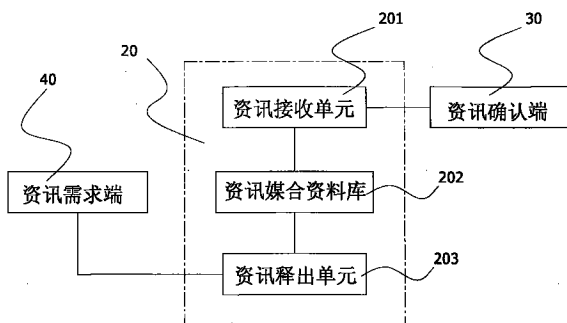
(51) Int. Cl.
G06Q 30/00 (2012. 01)

权利要求书 1 页 说明书 6 页 附图 9 页

(54) 发明名称
关联性广告推播系统及方法

(57) 摘要

一种关联性广告推播系统及方法, 可于现有的移动通信环境中运行, 其主要应用于消费型资讯、广告资讯、特殊资讯等释出, 供消费者在主动完成第一次消费后, 伺服端可依据消费者所在位置及完成消费场所类型, 发送例如餐厅、购物等关联性广告消费信息至消费者所携带的移动电子装置中; 本发明借助主动提供媒合消费端相关联的消费信息, 有效提升资讯供应端的商机、以及延续消费端的消费意愿与节省找寻商家的时间。



1. 一种关联性广告推播系统,运行于移动通信环境中,其特征在于包括:
 - 一个资讯接收单元,接收资讯确认端所发送的回复资讯;
 - 一个资讯媒合资料库,具有媒合单元及资料库,该媒合单元与该资讯接收单元及该资料库呈信号连接,该媒合单元接收该资讯确认端所发送的该回复资讯,并针对该回复资讯的内容,进一步至该资料库寻找预存的资料,并依预设的关联性条件,媒合汇整成消费信息;
 - 资讯释出单元,信号连接于该资料库,供以将该消费信息进行发送;以及
 - 资讯需求端,至少包括一个具有传输及接收功能的电子装置,信号连接至该资讯释出单元,并接收该消费信息。
2. 如权利要求 1 所述的关联性广告推播系统,其特征在于,该资讯需求端的该电子装置具有网络传输作用。
3. 如权利要求 1 所述的关联性广告推播系统,其特征在于,该消费信息的形式为文字、声音、图像或电子标签。
4. 如权利要求 1 所述的关联性广告推播系统,其特征在于,该资讯确认端信号连接有一个选择单元。
5. 一种关联性广告推播系统的运行方法,运行于移动通信环境中,其特征在于包括:
 - 取得资讯:资讯需求端的使用者,预先通过电子装置取得一个第一消费信息;
 - 进行消费:该资讯需求端的使用者,通过该第一消费信息至一个资讯确认端进行消费;
 - 资料确认:该资讯确认端,进一步确认该资讯需求端的使用者的相关资料,并发送一个回复资讯至该关联性广告推播系统;
 - 系统接收资料:该回复资讯被该关联性广告推播系统的资料接收单元接收;
 - 进行资料媒合:该资料接收单元将该回复资讯传送至资讯媒合资料库,并依预设的关联性条件,进行该回复资讯的媒合比对;
 - 发送资讯至资讯需求端:经该资讯媒合资料库完成资料的媒合比对后,产生一个第二消费信息,并通过一个资讯释出单元将该第二消费信息发送至该资讯需求端的该电子装置。
6. 如权利要求 5 所述的关联性广告推播系统的运行方法,其特征在于,该资讯确认端能够终止发送该回复资讯。
7. 如权利要求 5 所述的关联性广告推播系统的运行方法,其特征在于,该资讯需求端能够通过该电子装置终止对后续的消费信息的接收。

关联性广告推播系统及方法

技术领域

[0001] 一种关联性广告推播系统及方法,主要应用于消费型资讯、广告资讯、特殊资讯等释出,本发明尤指一种可于现有的移动通信环境中运行,且可供一消费端即时接收关联性广告的系统及方法。

背景技术

[0002] 随着经济的成长与资讯科技高度发展的现今,人们的消费管道诸多,例如网络、报章杂志等,使人们可轻易获得相关的消费信息,而商家为了进一步吸引消费者,常使用一些促销手段,例如商品买一送一、商品折扣等方式,而消费者也可通过诸多管道获取商家的消费信息等;请参阅图 1,图中所示为一现有的广告消费信息发送系统,如图 1 所示,其主要由一伺服端 101、一资讯供应端 102 以及一资讯接收端 103 所构成,其中所述的伺服端 101 例如为一网络上的入口网站、广告公司的入口网站、电信公司(如中华电信、远传电信或承接广告案的广告公司所建构的网络通信系统)等,其运作模式请搭配参阅图 2,图中所示为现有广告消费信息发送系统的运作流程图,如图所示:

[0003] 取得消费信息 11:由资讯供应端 102(一般为托播广告的业主)提供欲释出的消费广告资讯,交由广告商(即伺服端 101);

[0004] 找寻商家 12:资讯接收端 103(即消费者)在接收到消费广告资讯后,可依广告内容前往欲消费的商家;

[0005] 完成消费 13:消费者至商家后,进行并完成消费。

[0006] 由上可知,消费者在获得消费信息之后可至商家进行消费,例如,消费者在西门町的某间商家用餐,并在完成消费后,想至电影院观赏电影,此时,除非是消费者预先自行查询西门町的电影院位置,否则消费者必须自行摸索其位置,对于消费者而言,造成时间的浪费,而对于西门町的商家来说,也错失了商机。

发明内容

[0007] 有鉴于上述的需求,本发明者依据多年来从事相关行业的经验,针对区域性、关联性广告资讯推播需求,以及资讯需求端的实际需求,进行相关性的研究及分析,期能研发出更为適切及符合实用的系统及方法;缘此,本发明主要的目的在于提供一种可以提供资讯需求端,可在第一次消费后,获取后续的消费相关联广告信息的关联性广告推播系统及方法。

[0008] 为达上述目的,本发明于系统中建构一资讯接收单元、一资讯媒合资料库、一资讯释出单元,其中,资讯接收单元可在接收资讯确认端所发送的一回复资讯后,通过资讯媒合资料库依预设的关联性条件,进行消费信息的媒合,产生一第二、第三或更多的消费信息,而此消费信息为可针对一资讯需求端所在区域的希望取得的相关联广告资讯,如此,不仅可确实减少消费者找寻消费信息的时间,同时,亦可增加消费者所在区域周遭商家的商机。

[0009] 本发明提的一种关联性广告推播系统,于现有的移动通信环境中运行,包括:

[0033]	51 资讯确认端	52 消费信息	53 终止信息发送
[0034]	A 餐厅	A1 餐厅 A2 餐厅	B1 百货公司
[0035]	B2 餐厅	C 第一消费信息	C1 第二消费信息
[0036]	C2 第三消费信息	D1 第一回复资讯	D2 第二回复资讯
[0037]	M 第一消费信息	M1 第二消费信息	M2 第三消费信息
[0038]	M3 第四消费信息	R1 第一回复资讯	R2 第二回复资讯
[0039]	R3 第三回复资讯		

具体实施方式

[0040] 请参阅图 3, 图中所示为本发明的组成示意图(一), 如图所示的关联性广告推播系统 20, 其可定义为由一个以上的资讯装置建构而成的伺服端, 可以进一步搭配其它无线通信装置运作, 如图, 本发明所称的关联性广告推播系统 20, 其主要于系统中, 建构有一资讯接收单元 201、一资讯媒合资料库 202 以及一资讯释出单元 203; 其中, 资讯接收单元 201 可借助网络或通信的方式, 接收一资讯确认端 30 所传送的一回复资讯(此回复信息可经由一资讯消费端的使用者消费完毕后产生); 又, 资讯媒合资料库 202 供以管理欲进行推播的资讯, 且可依据资讯确认端 30 传送的回复资讯, 进一步与资讯库内所预存的商家资讯进行双向的媒合, 经媒合成功后, 将媒合完成的第一消费信息发送至一资讯需求端 40 的使用者; 承上, 所述的资讯确认端 30, 即泛指一般实体店面商家, 例如餐厅, 而此资讯确认端 30 至少应用一具有传输功能的电子装置, 例如一携带式通信装置、或一具有网络传输(包括有线或无线)作用的电子装置, 且资讯确认端 30 所发送的资料包括商家地址、商家类型及与消费相关的资料等等; 再者, 所述的资讯需求端 40 的使用者, 亦至少应用一具有传输及接收功能的电子装置, 例如一携带式通信装置、或一具有网络传输(包括有线或无线)作用的电子装置; 所述的资讯释出单元 203 则是将经过资讯媒合资料库 202 确认媒合成功后的第一消费信息, 释出(发送)给资讯需求端 40 的使用者。

[0041] 请参阅图 4, 图中所示为本发明的组成示意图(二), 请搭配参照图 3, 如本图中所示的资讯媒合资料库 202, 其具有一媒合单元 2021 及一资料库 2022, 且媒合单元 2021 分别与资讯接收单元 201 及资料库 2022 呈信号连接, 而资料库 2022 则与资讯释出单元 203 呈信号连接, 又, 本发明所称的资料库 2022, 预存有数笔商家资讯, 并可预先设置分类条件, 例如依区域、商家类型等进行分类, 如图中所示的实施例例, 依区域将台北市区分为信义区资料库、大安区资料库、中山区资料库等区域, 而各区域资料库进一步预存有各类型的商家资讯, 例如餐厅、电影院、KTV 等, 当媒合单元 2021 接收资讯接收单元 201 所传送的回复资讯, 媒合单元 2021 可依据回复资讯的内容, 例如消费者目前所在的位置、消费的类型等, 至资料库 2022 中找寻关联性的商家资讯, 例如: 回复资讯内容为资讯需求端 40 的使用者, 最后位于大安区的一间餐厅进行消费, 而媒合单元 2021 则进一步判断资讯需求端 40 的使用者, 可能于用餐完毕后, 至电影院观赏电影或是 KTV 唱歌等等, 即至资料库 2022 内的大安区资料库内, 搜寻电影院及 KTV 的相关商家资讯, 例如优惠信息及商家地址等, 并将搜寻到的相关商家资讯汇整成一第二消费信息, 并由资讯释出单元 203 传送至资讯需求端 40, 使资讯需求端 40 的使用者可通过此第二消费信息延续消费意愿。

[0042] 请参阅图 5, 图中所示为本发明实施方法的流程示意图, 如图, 本发明所称的关联

性广告推播系统及方法的实施方法如下：

[0043] 取得资讯 21：一资讯需求端 40 的使用者（即消费者），预先利用一具有网络或通信传输功能的电子装置（例如手机、PDA、笔记型电脑）取得一第一消费信息，而第一消费信息可在譬如报章杂志、网络或是手机所收到的广告简讯等地方取得所述的第一消费信息；

[0044] 进行消费 22：承上，第一消费信息的内容可例如为限定期间内，至信义区的一餐厅 A 消费可享八折优惠，而资讯需求端 40 的使用者，可进一步依据第一消费信息的内容至一资讯确认端 30 进行消费；

[0045] 资料确认 23：资讯需求端 40 的使用者在资讯确认端 30 完成消费时，资讯确认端 30 即可进行消费者及商家的资料确认，例如结帐时，资讯确认端 30 可由资讯需求端 40 的使用者的移动通信装置（手机、PDA 等等），确认消费者的第一消费信息的内容，而主要的目的在于确认消费者目前（或最后）的位置，在资讯确认端 30 确认之后，可再进一步确认及输入资讯需求端 40 的使用者的基本资料，例如消费者的手机号码、或是消费者有预先加入网站会员的会员资料等，并连同商家本身的资讯，例如商家的类型及商家所在位置等等，汇整合成一完整的回复资讯发送至系统；

[0046] 系统接收资料 24：承上，系统的资讯接收单元 201，可通过网际网络、无线或有线通信等方式接收步骤 23 所述的回复资讯；

[0047] 进行资料媒合 25：承上，资讯接收单元 201 可进一步将回复资讯传送至资讯媒合资料库 202，并依预设的关联系条件，进行回复资讯的媒合比对，例如回复资讯内容显示资讯需求端 40 的使用者，最后的位置在信义区的一间餐厅，而资讯媒合资料库 202 的媒合单元 2021 则可根据此回复资讯，进一步推测消费者下一步可能去消费的地点，譬如电影院看电影、KTV 唱歌等，而媒合单元 2021 可至资料库 2022 内进行回复资讯的媒合作业，并将媒合完成的资讯，汇整合成一第二消费信息，且通过资料库 2022 传送至资讯释出单元 203；

[0048] 发送资讯至资讯需求端 26：承上，资讯释出单元 203 可利用网际网络或通信传输等方式，将第二消费信息传送至资讯需求端 40 的使用者，供以资讯需求端 40 的使用者可通过此消费信息延续消费意愿。

[0049] 请参阅图 6，图中所示为本发明的实施示意图，如图中所示，关联性广告推播系统 20 在实施过程中，成为一被动资料发送的平台，其中，图中所示的资讯需求端 40，可例如是已取得一第一消费信息 M 的使用者 401；如图所示的实施例，假设资讯需求端 40 的使用者 401 取得第一消费信息 M，并前往一位处于信义区的餐厅 A1 用餐；又，资讯需求端 40 的使用者 401 于餐厅 A1 用餐完毕之后，餐厅 A1 会进一步取得（例如询问资讯需求端 40 的使用者 401 的手机号码，亦或是询问使用者是否有加入网站会员等资料）资讯需求端 40 的使用者 401 的相关资料，连同餐厅 A1 的商家类型及商家所处地等资讯，汇整合成一完整的第一回复资讯 R1 发送至关联性广告推播系统 20 进行媒合，而系统会将信义区附近的商家资讯（例如电影院、KTV、百货公司等）汇整合成一第二消费信息 M1，并通过系统将第二消费信息 M1 发送给使用者 401 所持有的一具有通信或网络传输功能的电子装置 402，又，所述的第二消费信息 M1，可以为一则文字、或图形、或电子标签、如条码等、或可为上述的混合形式等，且资讯内容可为优惠信息、商家地址等等；再者，资讯需求端 40 的使用者 401 可参考第二消费信息 M1，来选择下一处欲前往的商家，例如，使用者 401 选择前往一电影院 A2 进行消费，而使用者在电影院 A2 消费完毕之后，资讯确认端 30 可再进一步发送一第二回复资讯 R2 至系统

中,并通过关联性广告推播系统 20 的媒合,可再接收到系统传送的一第三消费信息 M2,借此,使用者 401 可再参考第三消费信息 M2 内容选择下一处消费地点,例如选择本图中所示的商家 A3 进行消费,并于消费完成后,资讯确认端 30 再次发送一第三回复资讯 R3,并借助关联性广告推播系统 20 的资讯媒合,以接收到一第四消费信息 M3;承上,本发明据此实施后,至少可具有下列优点:

[0050] (1) 关联性广告推播系统 20 可依据资讯需求端 40 的使用者 401 所处的位置与消费商家类型,随时发布及托播关联性的消费信息,有效率的提升商家的商机及广告效果;

[0051] (2) 资讯需求端 40 的使用者 401 可参考经由关联性广告推播系统 20 所发出的消费信息,间接节省了欲延续消费意愿时,寻找商家的时间。

[0052] 请参阅图 7,图中所示为本发明的另一实施例(一),本发明可进一步供使用者自由选择是否接收系统发送的相关消费信息,如图所示的流程图,当一资讯需求端 50 的使用者至一资讯确认端 51 的商家完成消费后,资讯确认端 51 可进一步询问资讯需求端 50 的使用者是否选择接收系统所发送的一消费信息 52,此时,假设资讯需求端 50 的使用者拒绝接收消费信息 52,则资讯确认端 51 可终止将回复资讯传送至关联性广告推播系统 20,系统会进入终止信息发送 53 步骤,而使用者在资讯确认端 51 的商家完成消费后,即不会收到任何消费信息;又,资讯需求端 50 的使用者选择愿意接收消费信息时,则资讯确认端 51 会进一步将回复资讯(例如使用者的及商家的相关资料)传送至关联性广告推播系统 20,借以进一步通过系统将资讯媒合后,发送给资讯需求端 50 的使用者,借此,本实施例据以实施后,可让资讯需求端的使用者自行决定是否接收相关的消费信息,避免使用者受到无谓的消费信息打扰。此外,该资讯需求端的使用者也可以通过该电子装置终止对后续的消费信息的接收。

[0053] 请参阅图 8,图中所示为本发明的另一实施例(二),本发明所称的关联性广告推播系统 20,为进一步提供使用者更精准且多元化的消费信息,可在资讯确认端 30 中信号连接有一选择单元 301,其信号连接于资讯确认端 30,如此一来,当资讯需求端 40 的使用者在资讯确认端 30 的商家完成消费时(例如结帐时),资讯确认端 30 可进一步询问资讯需求端 40 的使用者,是否有欲选择前往的商家种类,而资讯需求端 40 的使用者若有延续消费的意愿时,可依据自身的喜好告知资讯确认端 30 想去的商家类型,由于提供给系统的回复资讯内容更为精准,其回复资讯可经由资讯媒合资料库 202 快速的媒合,以产生一符合资讯需求端 40 的使用者所需求的相关消费信息;请搭配参照图 9,图中所示为实施例(二)的实施示意图,承图 8 所述,资讯需求端 40 的使用者 401 预先取得第一消费信息 C,并前往一位于大安区的百货公司 B1 进行消费,而消费结束时(即结帐),百货公司 B1 可进一步询问使用者 401,在离开百货公司 B1 之后是否有欲前往的商家类型,假设使用者 401 想去餐厅用餐,则百货公司 B1 可在进行相关资讯确认的同时,通过选择单元 301 选择位于大安区并属于餐厅类型的商家,而百货公司 B1 在进一步将上述资讯经过整合成一第一回复资讯 D1 后,传送至关联性广告推播系统 20,而系统借助第一回复资讯 D1 的内容,针对使用者 401 所选择的商家类型,直接快速找寻系统内位于大安区的相关餐厅资讯,并将其汇整成一第二消费信息 C1,发送至使用者 401 的手持电子装置 402 中,供以使用者 401 可便于掌握位于大安区内的相关餐厅资讯;又,例如使用者通过接收到的第二消费信息 C1 而决定至一餐厅 B2 进行消费,可于使用者 401 消费完毕后,再经由餐厅 B2 确认使用者 401 欲前往的消费类型场所,并

将其资讯汇整成一第二回复资讯 D2 发送至系统中,再经过系统媒合后,发送一第三消费信息 C2 至使用者 401 的手持电子装置 402 ;承上所述,资讯需求端 40 的使用者 401 可经由自身的需求,通过资讯确认端 30 及系统进行相关资讯的媒合,供使用者可快速得到准确的相关消费信息。

[0054] 综上所述,本发明所称的关联性广告推播系统及方法,可于现有的移动通信环境中运行,主要作为提供资讯需求端相关消费信息的平台,且资讯(信息)释出前,先经过资讯确认端与资讯需求端的双向媒合,亦即以资讯确认端所提供的资讯为主进行媒合,如此一来,可有效提供资讯需求端的使用者,有关区域性、关联性的广告及消费信息;依此,本发明其据以实施后,确实可以达到提供一种可以提供资讯需求端的使用者,可在第一次消费后,获取后续消费相关联广告信息的关联性广告推播系统及方法的目的。

[0055] 以上所述者,仅为本发明的较佳的实施例而已,并非用以限定本发明实施的范围,任何熟习此技艺,在不脱离本发明的精神与范围下所作的均等变化与修饰,皆应涵盖于本发明的专利范围内。

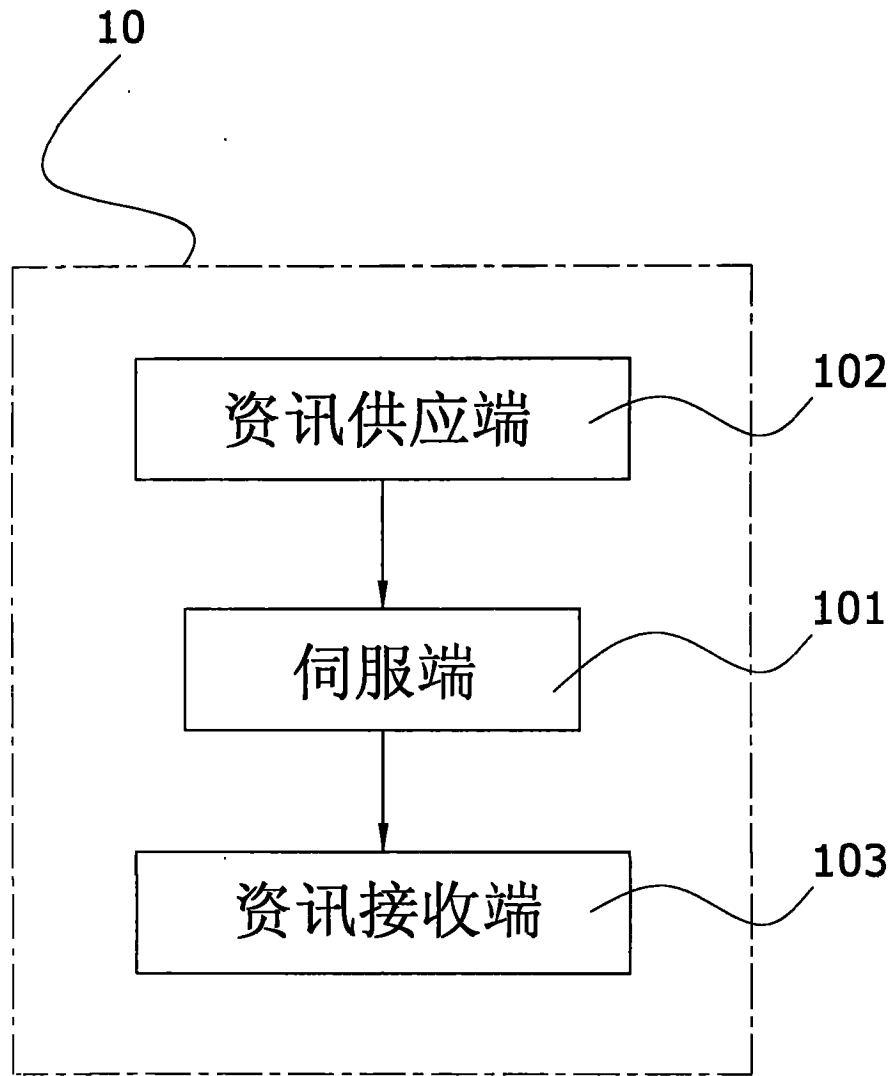


图 1

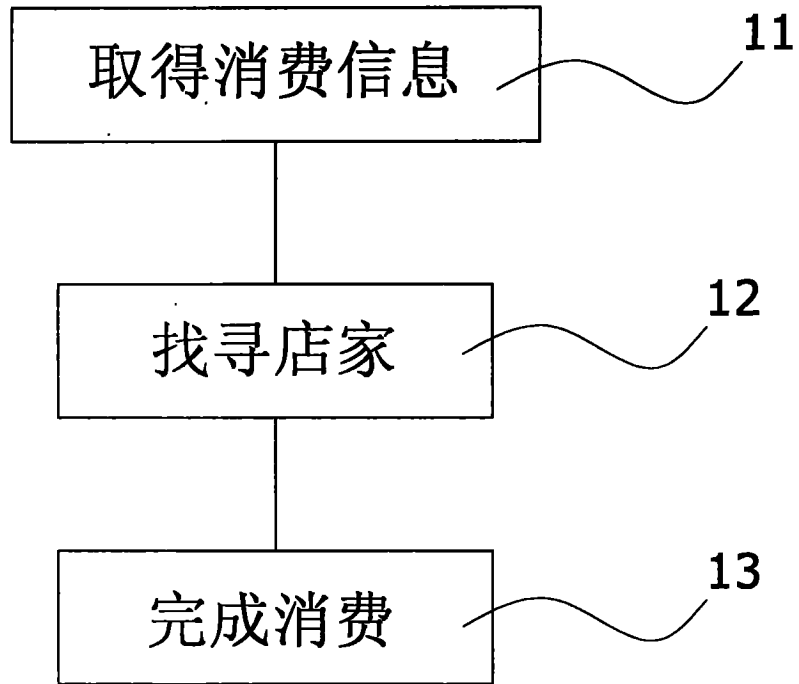


图 2

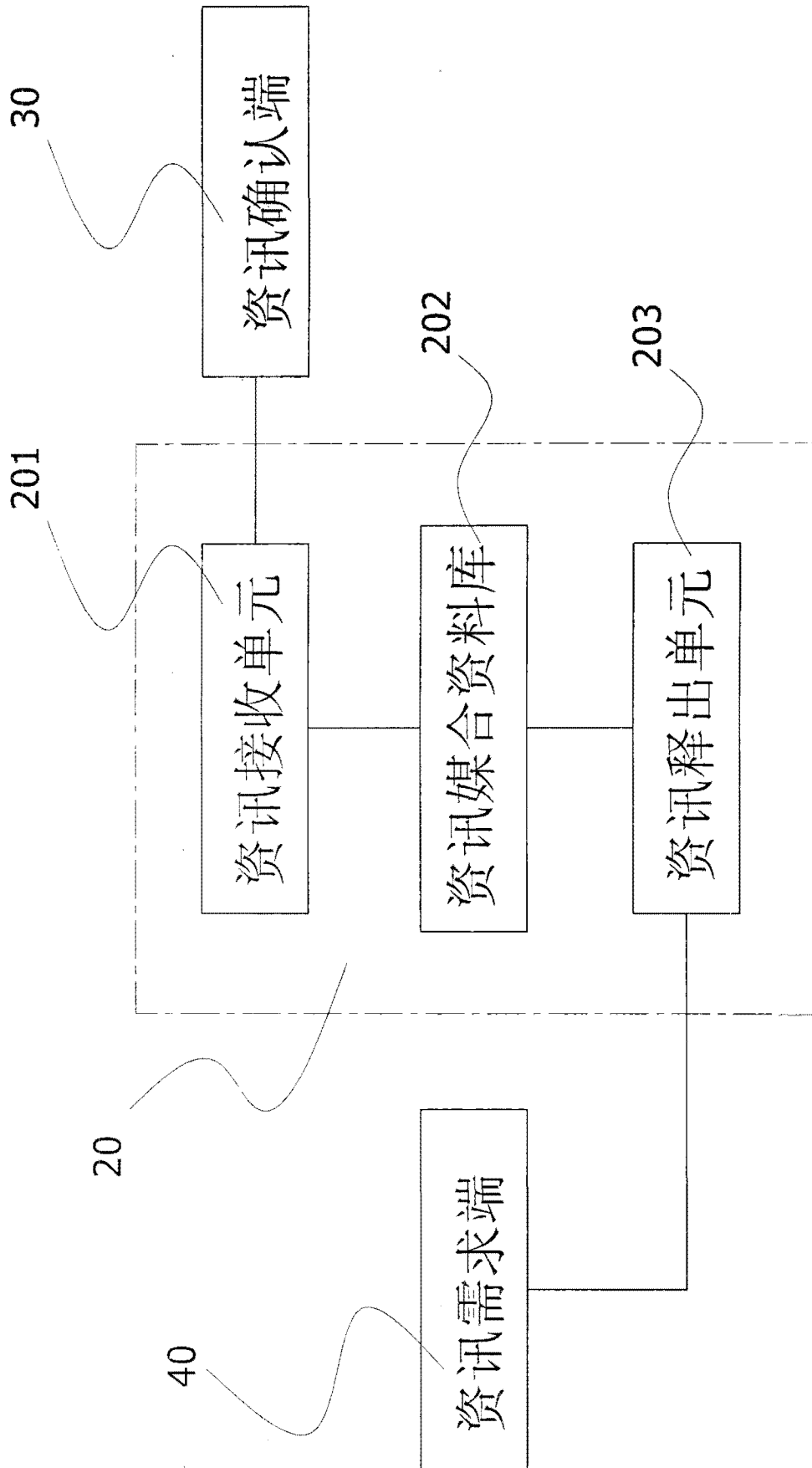


图 3

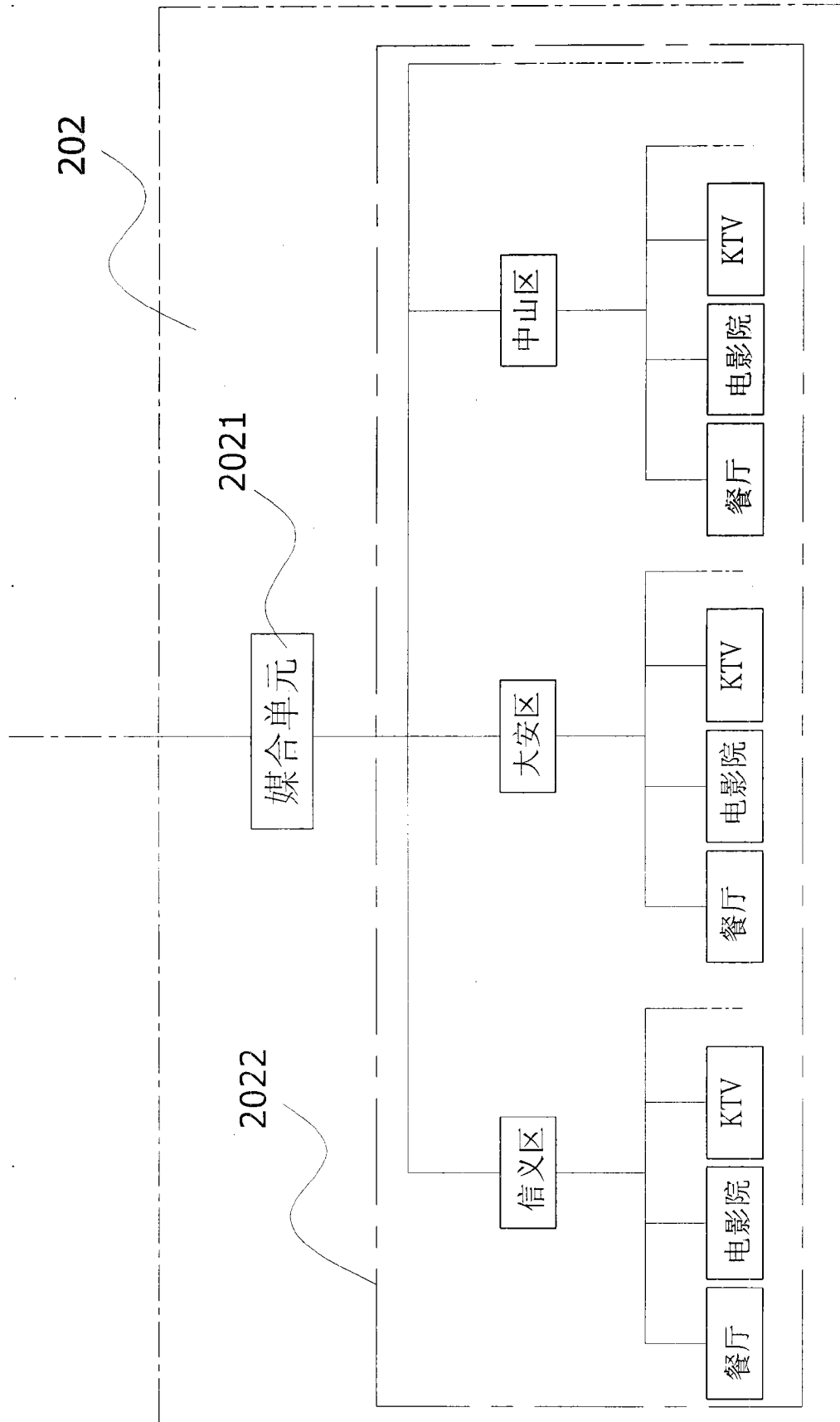


图 4

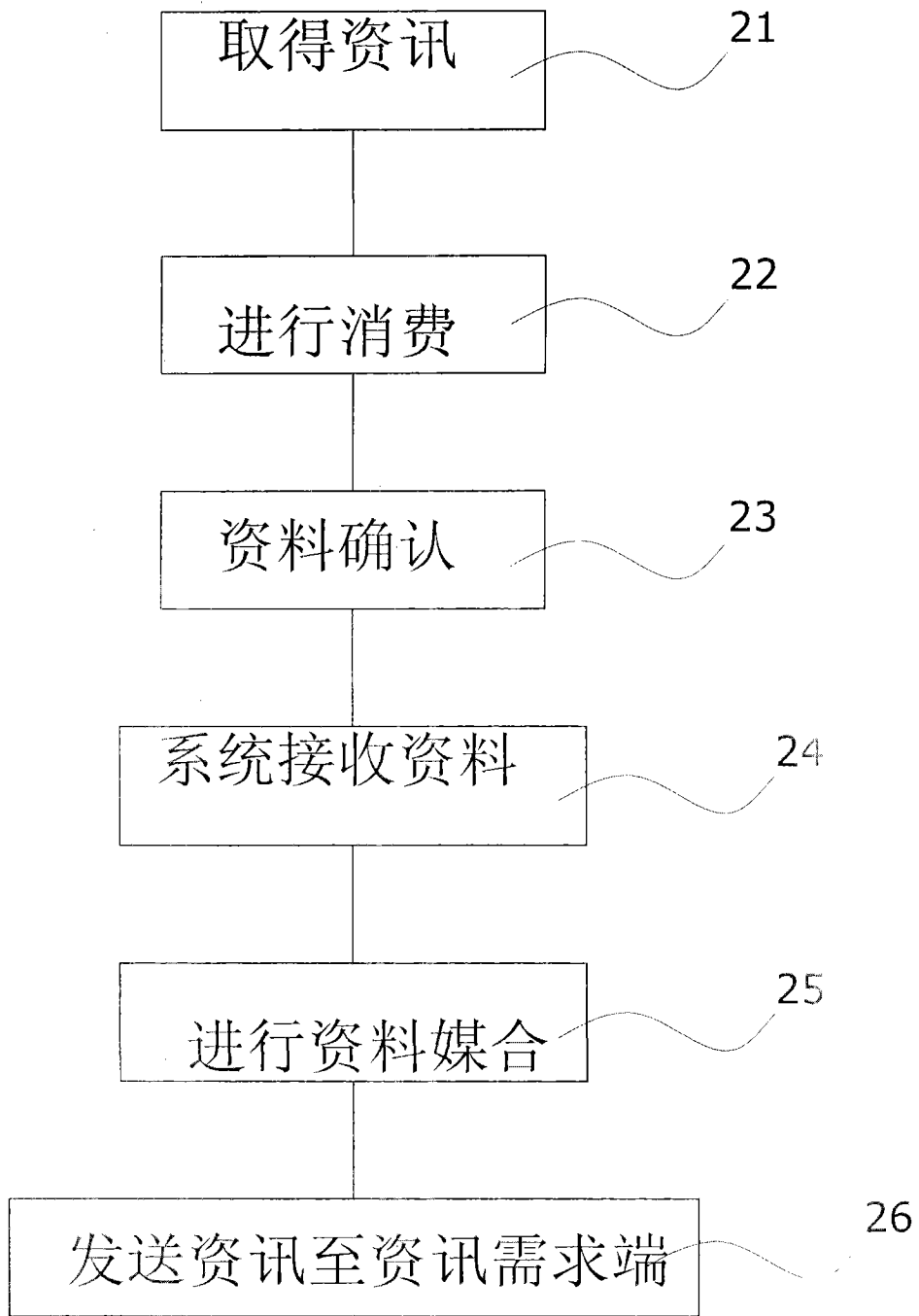


图 5

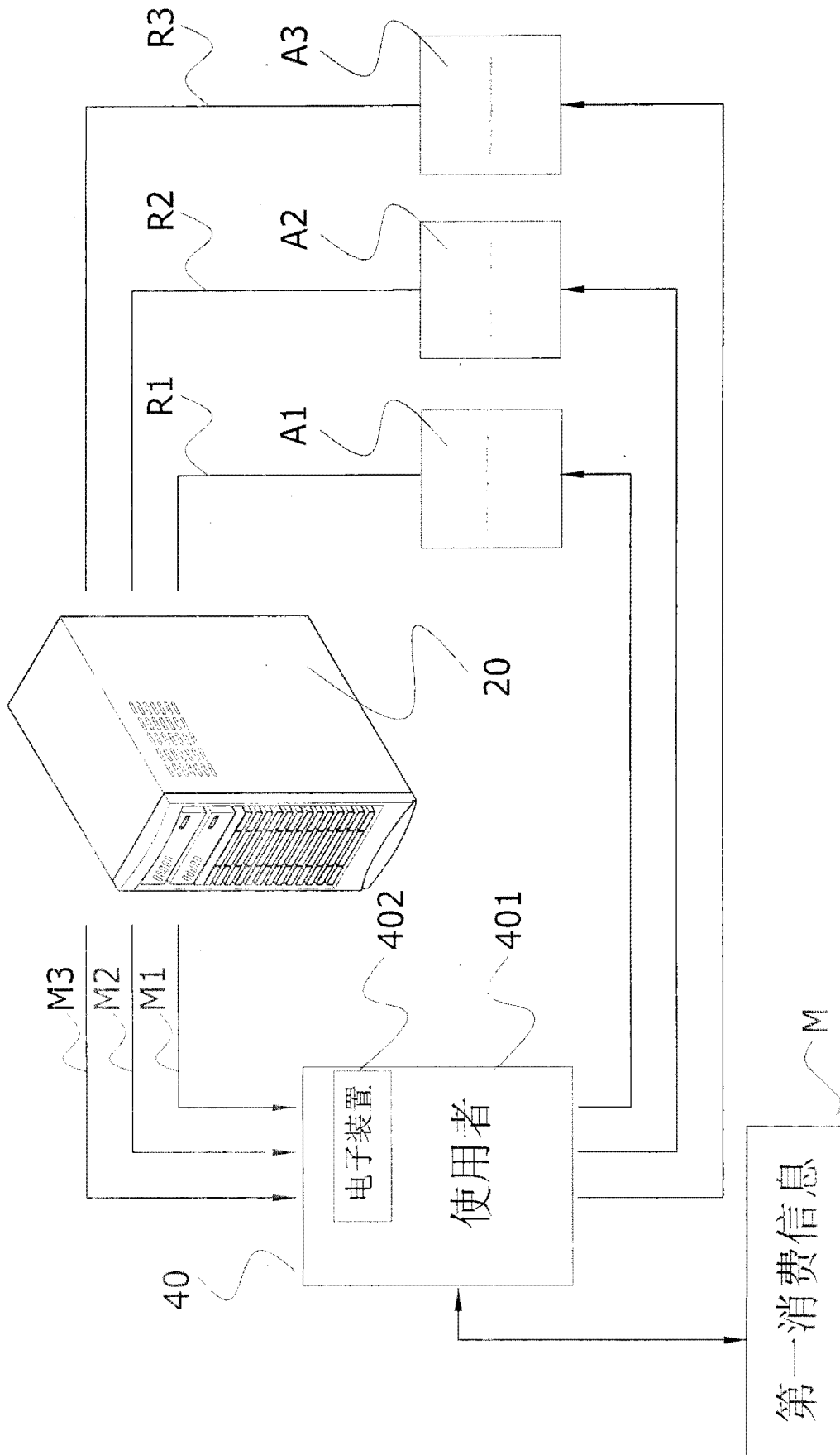


图 6

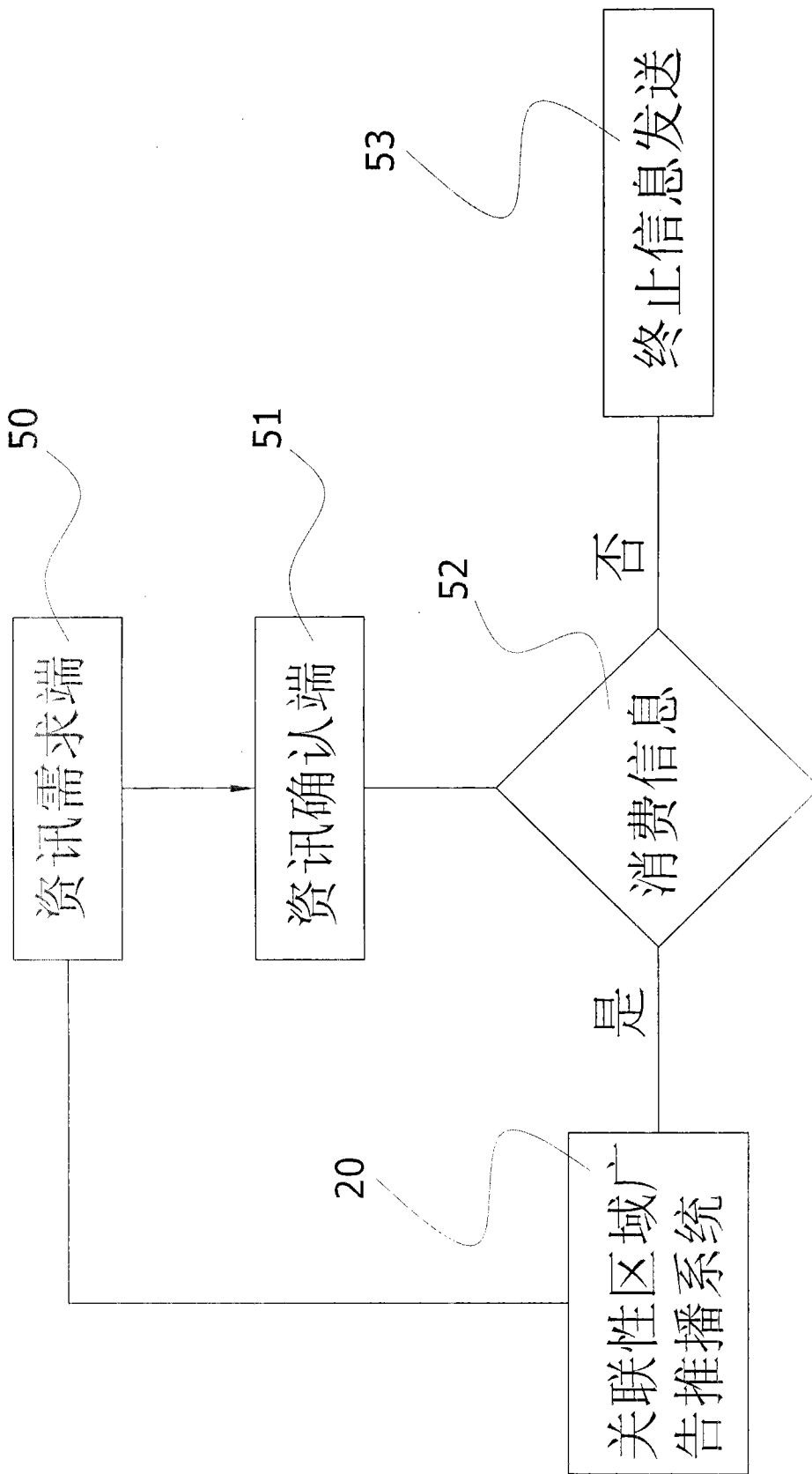


图 7

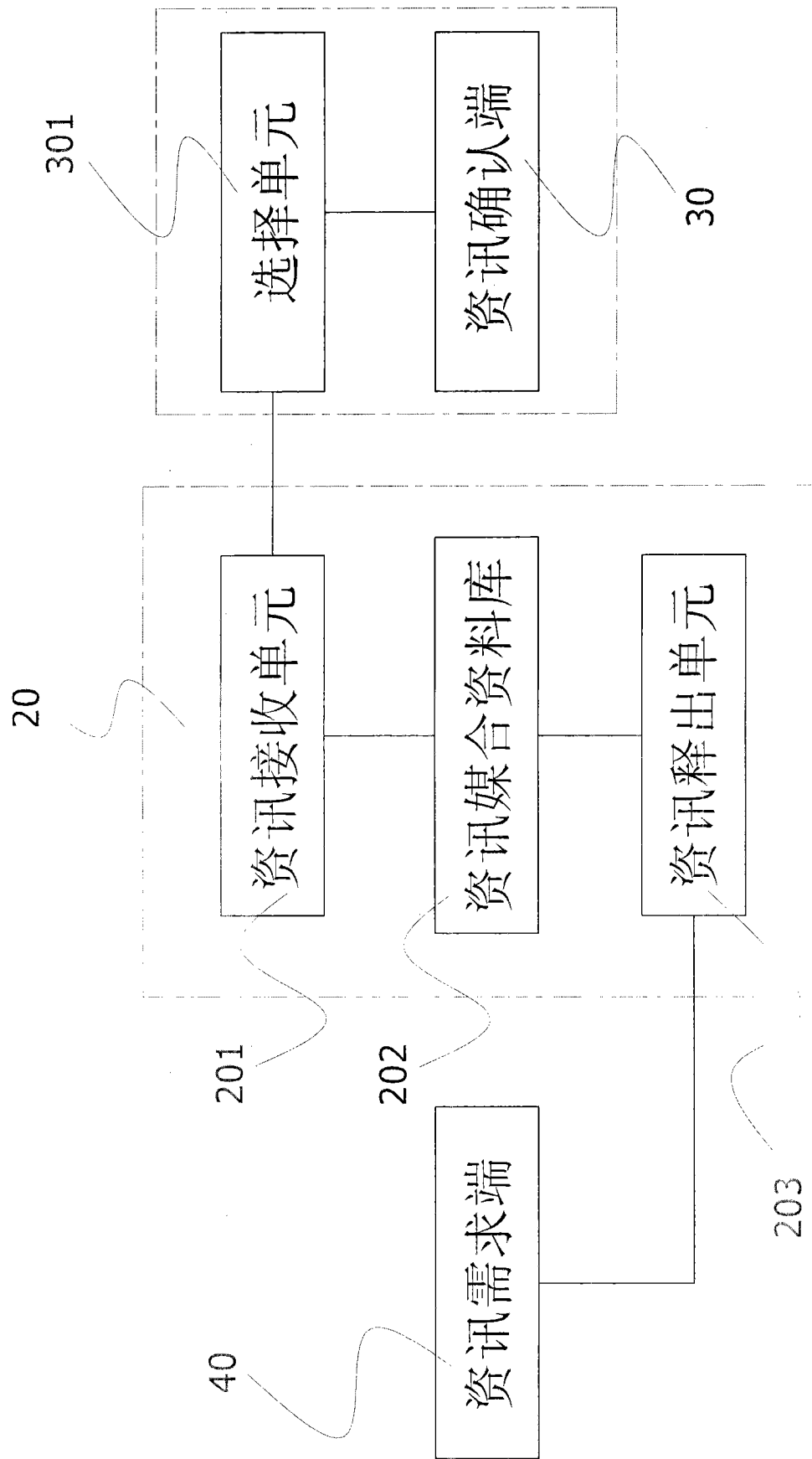


图 8

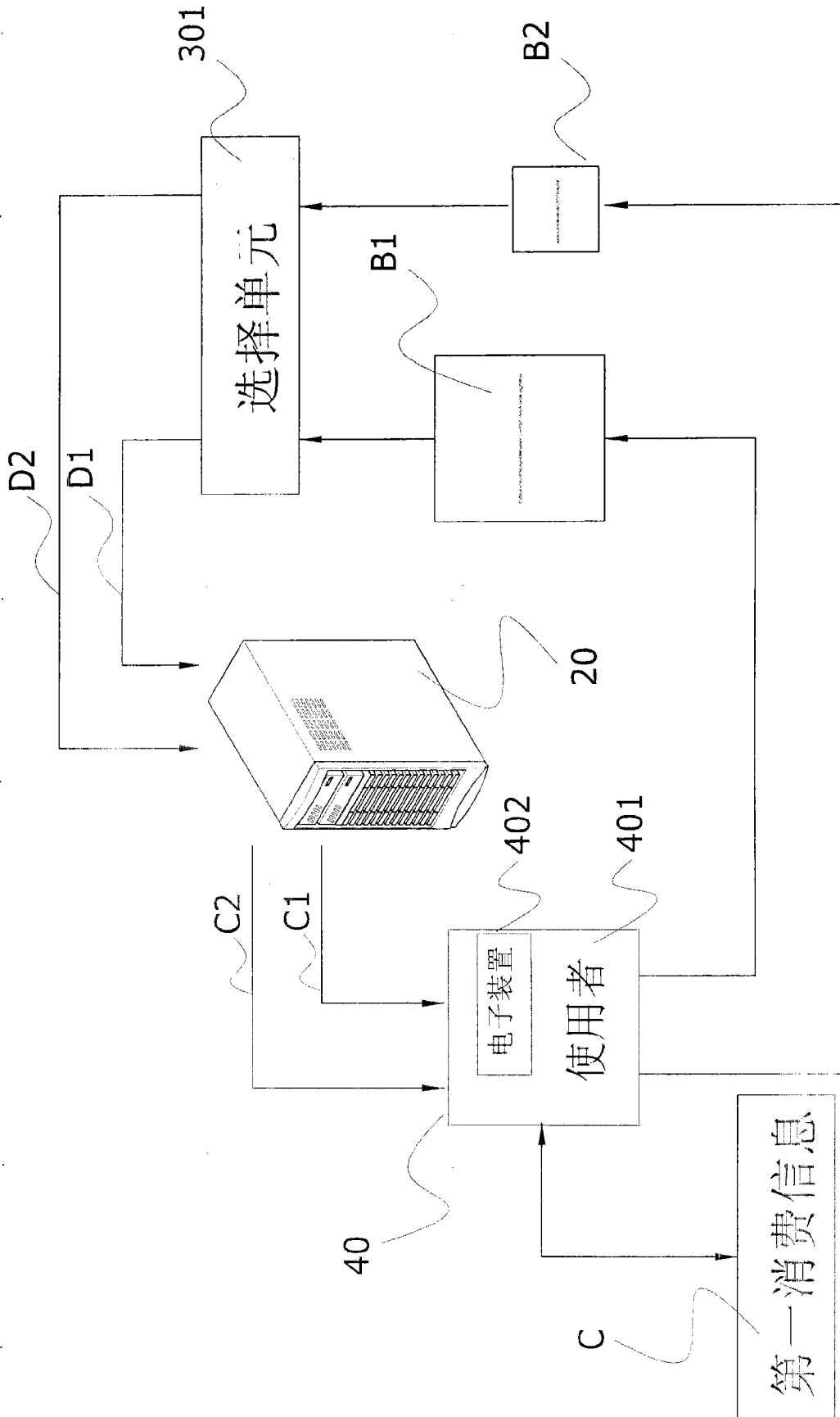


图 9