명세서

발명의 명칭: 판매실적에 따라 서비스상품을 제공하는 쇼핑몰 시스템과, 상품 홍보에 따라 홍보경품상품을 제공하는 상품홍보 시스템을 구비하는 서비스 플랫폼 및 서비스 제공 방법

기술분야

[1] 본 발명의 실시예들은 판매실적에 따라 서비스상품을 제공하는 쇼핑몰 시스템과, 상품 홍보에 따라 홍보경품상품을 제공하는 상품홍보 시스템을 구비하는 서비스 플랫폼 및 서비스 제공 방법에 관한 것이다.

배경기술

[2] 인터넷 및 이동통신으로 대표되는 정보통신 기술은 현대인의 생활 패턴을 바꾸어 놓고 있다. 거의 모든 가정, 학교 및 사무실에 인터넷이 가능한 개인용 컴퓨터가 보급되어 웹 사이트를 이용한 정보 습득, 전자 상거래를 이용한 상품 구매, 이메일을 통한 소식의 교환이 이루어지고 있다. 불과 몇 년 전만 하더라도 사람들이 이동통신 단말기를 사용하여 음성 통화 위주의 이동통신 서비스만 이용할 수 있었다. 하지만, 최근에는 이동통신 단말기에도 인터넷을 이용한 데이터 통신 서비스를 제공받을 수 있는 무선 인터넷 서비스가 등장하게 되었다.

[3] 한편, 최근에는 이와 같은 유무선 인터넷 서비스를 이용한 쇼핑몰 서비스 및 상품홍보 서비스가 각광을 받고 있으며, 아마존(http://www.amazon.com/), 옥션(http://auction.co.kr), 지마켓(http://gmarket.co.kr) 등의 서비스 등이 대표적이다.

[4] 전술한 배경기술은 발명자가 본 발명의 도출을 위해 보유하고 있었거나, 본 발명의 도출 과정에서 습득한 기술 정보로서, 반드시 본 발명의 출원 전에 일반 공중에게 공개된 공지기술이라 할 수는 없다.

발명의 상세한 설명

기술적 과제

[5] 본 발명의 실시예들은 판매실적에 따라 서비스상품을 제공하는 쇼핑몰 시스템과, 상품 홍보에 따라 홍보경품상품을 제공하는 상품홍보 시스템을 구비하는 서비스 플랫폼 및 서비스 제공 방법을 제공한다.

과제 해결 수단

[6] 본 발명의 일 실시예는 판매실적에 따라 서비스상품을 제공하는 쇼핑몰 시스템을 구비하는 서비스 플랫폼에 있어서, 상기 쇼핑몰 시스템 상에서의 상품 판매 및 구매 관련 프로세스를 제어하는 상품판매 제어부; 상기 상품판매 제어부에 의해 특정 상품 판매 시, 해당 상품의 판매 실적에 따라 소정의 쇼핑몰 서비스상품의 생성을 제어하는 쇼핑몰 서비스상품 생성 제어부; 및 상기 상품을 구매한 구매자들을 대상으로 상기 쇼핑몰 서비스상품 생성 제어부에 의해

생성된 쇼핑몰 서비스상품에 대한 추첨을 수행하고 이를 분배하는 쇼핑몰 서비스상품 추첨 제어부;를 구비하는 쇼핑몰 시스템을 구비하는 서비스 플랫폼을 개시한다.

[7] 본 발명의 다른 실시예는 상품 홍보에 따라 홍보경품상품을 제공하는 상품홍보 시스템을 구비하는 서비스 플랫폼에 있어서, 제품의 홍보를 원하는 판매자의 단말기로부터 수신한 홍보상품을 상기 상품홍보 시스템에 등록하고 이를 관리하는 홍보상품 관리부; 홍보를 수행하고자 하는 구매자의 단말기로부터 홍보대상자를 수신하여, 상기 홍보대상자에게 소정의 홍보 메세지를 전송하는 홍보 메시지 관리부; 홍보를 수행하고자 하는 구매자가 보유한 포인트를 관리하며, 상기 홍보 메세지 전송 시 소정의 포인트를 차감하는 포인트 관리부; 상기 구매자의 홍보상품경품에 대한 당첨 여부를 결정하는 홍보상품경품 추첨점수를 관리하는 홍보상품경품 추첨점수 관리부; 및 상기 홍보상품경품 추첨점수 관리부에서 추출한 홍보상품경품 추첨점수를 토대로 상기 구매자에 대한 당첨 여부를 결정하는 홍보상품경품 당첨 제어부;를 포함하는 서비스 플랫폼을 개시한다.

[8] 본 발명의 다른 실시예는 판매실적에 따라 서비스상품을 제공하는 쇼핑몰 시스템을 구비하는 서비스 제공 방법에 있어서, 상품판매 제어부에 의해 상기 쇼핑몰 시스템 상에서의 상품 판매 및 구매가 수행되는 단계; 상기 특정 상품 판매 시, 쇼핑몰 서비스상품 생성 제어부에 의해 해당 상품의 판매 실적에 따라 소정의 쇼핑몰 서비스상품이 생성되는 단계; 및 쇼핑몰 서비스상품 추첨 제어부에 의해, 상기 상품을 구매한 구매자들을 대상으로 상기 생성된 쇼핑몰 서비스상품에 대한 추첨을 수행하고 이를 분배하는 단계;를 구비하는 쇼핑몰 시스템을 구비하는 서비스 제공 방법을 개시한다.

[9] 본 발명의 다른 실시예는 상품 홍보에 따라 홍보경품상품을 제공하는 상품홍보 시스템을 구비하는 서비스 제공 방법에 있어서, 홍보상품 관리부에 의해, 제품의 홍보를 원하는 판매자의 단말기로부터 수신한 홍보상품을 상기 상품홍보 시스템에 등록하고 이를 관리하는 단계; 홍보 메시지 관리부에 의해, 홍보를 수행하고자 하는 구매자의 단말기로부터 홍보대상자를 수신하여, 상기 홍보대상자에게 소정의 홍보 메세지를 전송하는 단계; 포인트 관리부에 의해, 상기 홍보 메세지 전송 시 홍보를 수행하고자 하는 구매자로부터 소정의 포인트를 차감하는 단계; 홍보상품경품 추첨점수 관리부에 의해, 상기 구매자의 홍보상품경품에 대한 당첨 여부를 결정하는 홍보상품경품 추첨점수를 연산하는 단계; 및 홍보상품경품 당첨 제어부에 의해, 상기 연산된 홍보상품경품 추첨점수를 토대로 상기 구매자에 대한 당첨 여부를 결정하는 단계;를 포함하는 서비스 제공 방법을 개시한다.

[10] 전술한 것 외의 다른 측면, 특징, 이점이 이하의 도면, 특허청구범위 및 발명의 상세한 설명으로부터 명확해질 것이다.

발명의 효과

[11] 본 발명의 실시예들에 관한 서비스 플랫폼 및 서비스 제공 방법에 의해, 구매자의 지인 또는 서비스 운영주체에게 상품을 홍보하고 홍보 이력에 따른 경품추첨점수를 적립해 서비스 상품을 추천하는 시스템을 제공함으로써, 판매자에게 저렴하고 신속한 제품 홍보 효과를 제공하고 브랜드 인지도를 높일 수 있는 도구의 필요성을 충족시키는 효과를 얻을 수 있다. 나아가 판매자 측에서 제공하는 서비스상품을 획득할 수 있는 도구를 제공해 구매자에게 손쉬운 제품접근을 제공하고 판매자에게는 광고 이용비용을 절감해 주는 효과를 기대할 수 있다.

도면의 간단한 설명

[12] 도 1은 본 발명의 일 실시예에 따른 판매실적에 따라 서비스상품을 제공하는 쇼핑몰 시스템과, 상품 홍보에 따라 홍보경품상품을 제공하는 상품홍보 시스템을 구비하는 서비스 플랫폼의 구성을 나타낸 도면이다.

[13] 도 2는 도 1의 서비스 플랫폼의 쇼핑몰 시스템의 내부 구성을 나타낸 블록도이다.

[14] 도 3, 도 4 및 도 5는 도 2의 서비스 플랫폼의 쇼핑몰 시스템을 이용한 서비스 제공 방법을 나타내는 흐름도이다.

[15] 도 6은 본 발명의 일 실시예에서 따른 시드 스트링의 생성 과정의 일 예를 나타내는 도면이다.

[16] 도 7은 도 1의 서비스 플랫폼의 상품홍보 시스템의 내부 구성을 나타낸 블록도이다.

[17] 도 8은 도 2의 서비스 플랫폼의 상품홍보 시스템을 이용한 서비스 제공 방법을 나타내는 흐름도이다.

발명의 실시를 위한 최선의 형태

[18] 본 발명은 다양한 변환을 가할 수 있고 여러 가지 실시예를 가질 수 있는 바, 특정 실시예들을 도면에 예시하고 상세한 설명에 상세하게 설명하고자 한다. 본 발명의 효과 및 특징, 그리고 그것들을 달성하는 방법은 도면과 함께 상세하게 후술되어 있는 실시예들을 참조하면 명확해질 것이다. 그러나 본 발명은 이하에서 개시되는 실시예들에 한정되는 것이 아니라 다양한 형태로 구현될 수 있다. 이하의 실시예에서, 제1, 제2 등의 용어는 한정적인 의미가 아니라 하나의 구성 요소를 다른 구성 요소와 구별하는 목적으로 사용되었다. 또한, 단수의 표현은 문맥상 명백하게 다르게 뜻하지 않는 한, 복수의 표현을 포함한다. 또한, 포함하다 또는 가지다 등의 용어는 명세서상에 기재된 특징, 또는 구성요소가 존재함을 의미하는 것이고, 하나 이상의 다른 특징들 또는 구성요소가 부가될 가능성을 미리 배제하는 것은 아니다. 또한, 도면에서는 설명의 편의를 위하여 구성 요소들이 그 크기가 과장 또는 축소될 수 있다. 예컨대, 도면에서 나타난 각 구성의 크기 및 두께는 설명의 편의를 위해 임의로 나타내었으므로, 본 발명이

반드시 도시된 바에 한정되지 않는다.

[19] 이하, 첨부된 도면을 참조하여 본 발명의 실시예들을 상세히 설명하기로 하며, 도면을 참조하여 설명할 때 동일하거나 대응하는 구성 요소는 동일한 도면부호를 부여하고 이에 대한 중복되는 설명은 생략하기로 한다.

[20]

[21] 도 1은 본 발명의 일 실시예에 따른 판매실적에 따라 서비스상품을 제공하는 쇼핑몰 시스템과, 상품 홍보에 따라 홍보경품상품을 제공하는 상품홍보 시스템을 구비하는 서비스 플랫폼의 구성을 나타낸 도면이다.

[22] 도 1을 참조하면, 본 발명의 일 실시예에 따른 서비스 플랫폼은 복수 개의 구매자 단말기(300) 및 판매자 단말기(400)들, 상기 구매자 단말기(300) 및 판매자 단말기(400)들에 소정의 쇼핑 서비스를 제공하는 쇼핑몰 시스템(100), 상기 구매자 단말기(300) 및 판매자 단말기(400)들에 소정의 홍보 서비스를 제공하는 상품홍보 시스템(200), 및 복수 개의 구매자 단말기(300) 및 판매자 단말기(400)들과 쇼핑몰 시스템(100)과 상품홍보 시스템(200)을 연결하는 통신망(500)을 포함한다.

[23] 상세히, 기존 쇼핑몰 운영방식은 판매자 간의 경쟁에 따른 높은 가격 출혈 경쟁과 높은 서비스 수수료로 운영되며, 또한 상품 간의 유사성에 따른 제품의 브랜드화가 어렵다는 문제점이 존재하였다. 이와 같은 문제점을 해결하기 위하여, 본 발명의 일 실시예에 따른 판매실적에 따라 서비스상품을 제공하는 쇼핑몰 시스템과, 상품 홍보에 따라 홍보경품상품을 제공하는 상품홍보 시스템을 구비하는 서비스 플랫폼은, 판매자에게는 상품을 알릴 수 있는 툴을 제공하고, 구매자에게는 다양한 방식으로 상품을 획득할 기회를 제공하여 상품을 스스로 홍보 및 구매하도록 유도하는 것을 일 특징으로 한다. 나아가 본 발명의 일 실시예는, 쇼핑몰 시스템에서 제품 판매 실적에 따라 쇼핑몰 서비스상품을 제공하여, 구매자의 구매 의욕을 더욱 고취시키는 것을 일 특징으로 한다. 이에 대해서는 도 2 이하에서 상세히 설명하도록 한다.

[24] 다시 도 1을 참조하면, 복수 개의 구매자 단말기(300) 및 판매자 단말기(400)들은 유무선 통신 환경에서 웹 서비스를 이용할 수 있는 통신 단말기를 의미한다. 여기서 구매자 단말기(300) 및 판매자 단말기(400)는 사용자의 퍼스널 컴퓨터(301, 401)일 수도 있고, 또는 사용자의 휴대용 단말기(302, 402)일 수도 있다. 도 1에서는 휴대용 단말기(302, 402)가 스마트폰(smart phone)으로 도시되었지만, 본 발명의 사상은 이에 제한되지 아니하며, 상술한 바와 같이 웹 브라우징이 가능한 애플리케이션을 탑재한 단말 또는 정보통신망에 접속 가능한 정보통신 기기는 제한 없이 차용될 수 있다.

[25] 한편, 통신망(500)은 복수 개의 구매자 단말기(300) 및 판매자 단말기(400)들과 쇼핑몰 시스템(100)과 상품홍보 시스템(200)을 연결하는 역할을 수행한다. 즉, 통신망(500)은 구매자 단말기(300) 및 판매자 단말기(400)들이 쇼핑몰 시스템(100) 및/또는 상품홍보 시스템(200)에 접속한 후 패킷 데이터를 송수신할

수 있도록 접속 경로를 제공하는 통신망을 의미한다.

[26] 한편, 쇼핑몰 시스템(100)은 판매자가 판매를 의뢰한 상품의 거래가 수행되며, 또한 판매 성과에 따라서 쇼핑몰서비스 상품을 발생하고 이를 추첨을 통해 구매자들에게 분배하는 일종의 폐쇄적 쇼핑몰 시스템을 의미한다. 여기서, 쇼핑몰 서비스상품이란 쇼핑몰 시스템(100)에서의 상품 판매실적에 따라 판매자가 구매자에게 추가로 제공하는 서비스상품을 의미하며, 이와 같은 쇼핑몰 서비스상품이 추첨 등을 통해 구매자에게 서비스로 제공된다.

[27] 한편, 상품홍보 시스템(200)은 판매자가 홍보를 의뢰한 상품을 구매자가 자신의 지인들에게 홍보하고 이에 대한 적절한 보상을 얻기 위한 시스템을 의미한다. 여기서, 홍보경품상품이란 구매자의 홍보 실적에 따라 판매자가 구매자에게 제공하는 경품을 의미하며, 이와 같은 홍보경품상품은 홍보를 수행한 구매자에게 추첨 등을 통해 서비스로 제공된다.

[28] 한편, 도면에는 도시되지 않았지만, 쇼핑몰 시스템(100)과 상품홍보 시스템(200)은 쇼핑몰 서비스상품 및 홍보상품경품을 관리하는 별도의 상품 관리 데이터베이스를 서로 공유할 수도 있고, 또는 도 2 및 도 7 등에 도시된 바와 같이 각각 별도의 데이터베이스를 구비하되, 이 데이터베이스들이 서로 클러스터링되어 연결되도록 형성될 수도 있다.

[29] 이하에서는 이에 대해 보다 상세히 설명하도록 한다.

[30]

[31] 도 2는 도 1의 서비스 플랫폼의 쇼핑몰 시스템의 내부 구성을 나타낸 블록도이다. 그리고, 도 3, 도 4 및 도 5는 도 2의 서비스 플랫폼의 쇼핑몰 시스템을 이용한 서비스 제공 방법을 나타내는 흐름도이다.

[32] 도 2를 참조하면, 본 발명의 일 실시예에 따른 서비스 플랫폼의 쇼핑몰 시스템(100)은 인터페이스부(110), 상품판매 제어부(120), 쇼핑몰 서비스상품 생성 제어부(130), 쇼핑몰 서비스상품 추첨 제어부(140) 및 데이터베이스(160)를 포함한다. 그리고 쇼핑몰 서비스상품 생성 제어부(130)는 쇼핑몰 서비스상품 생성부(131) 및 쇼핑몰 서비스상품 분배부(133)를 포함하고, 쇼핑몰 서비스상품 추첨 제어부(140)는 구매자별 확률 연산부(141), 시드 스트링(seed string) 생성부(143) 및 추첨 실행부(145)를 포함할 수 있다. 이를 더욱 상세히 설명하면 다음과 같다.

[33] 인터페이스부(110)는 통신망(500)과 연동하여 쇼핑몰 시스템(100)과 구매자 단말기(300) 및 판매자 단말기(400) 간의 송수신 신호를 패킷 데이터 형태로 제공하는 데 필요한 통신 인터페이스를 제공한다.

[34] 상품판매 제어부(120)는 상품 등록, 상품 검색, 상품 구매 및 결제에 이르는 쇼핑몰 시스템(100) 상에서의 제품 판매 및 구매와 관련된 일체의 프로세스를 관리 및 제어한다. 이와 같은 상품판매 제어부(120)는 일반적인 쇼핑몰 시스템의 상품판매 제어부와 유사한바, 본 명세서에서는 그 상세한 설명은 생략하도록 한다.

[35] 쇼핑몰 서비스상품 생성 제어부(130)는 쇼핑몰 시스템(100) 내에서 특정 상품의 판매 실적에 따른 쇼핑몰 서비스상품의 생성 프로세스를 관리 및 제어하는 역할을 수행한다. 이와 같은 쇼핑몰 서비스상품 생성 제어부(130)는 쇼핑몰 서비스상품 생성부(131) 및 쇼핑몰 서비스상품 분배부(133)를 포함한다.

[36] 먼저, 쇼핑몰 서비스상품 생성부(131)는 특정 상품의 주문완료 요청이 수신되어 주문완료 레코드가 생성되었을 때, 해당 제품에 대한 누적 판매 수량에 근거하여 쇼핑몰 서비스상품을 생성하는 역할을 수행한다. 각각의 판매상품에 대한 데이터베이스의 테이블 구성인 [표 1 - 판매상품 테이블] 및 개별 주문에 대한 데이터베이스의 테이블 구성인 [표 2 - 주문완료 테이블]은 다음과 같다.

[37] 표 1

[Table 1]

상품번호
상품명
상품설명
판매자연락처
쇼핑몰 서비스상품 발생 필요수량
입력일
담당자
판매 중간누적수량
쇼핑몰 서비스상품 발생수량 합계

[38] 표 2

[Table 2]

주문번호
상품번호
주문수량
구매자
배송지
구매일
쇼핑몰 서비스상품 누적 여부

[39] 이와 같은 쇼핑몰 서비스상품 생성 제어부(130)에서 쇼핑몰 서비스상품을 생성하는 과정은 다음과 같다.

[40] 도 4를 참조하면, 먼저 쇼핑몰 서비스상품 생성부(131)는 특정 상품의 주문이 완료 요청이 수신되어 주문완료 레코드가 생성되면, 해당 상품의 판매상품

테이블에서 쇼핑몰 서비스상품 발생 필요수량 및 판매 중간누적수량을 추출한다(S121 단계). 다음으로, 추출한 판매 중간누적수량과, 주문완료 레코드에 포함된 주문수량의 합을 새로운 판매 중간누적수량으로 업데이트한 후(S122 단계), 판매 중간누적수량이 쇼핑몰 서비스상품 발생 필요수량 이상인지 여부를 판단한다(S123 단계). 판단결과, 판매 중간누적수량이 쇼핑몰 서비스상품 발생 필요수량 이상일 경우, 새로운 서비스상품을 발생(S124 단계)시키고, 서비스상품 발생수량 합계를 증가시킨다(S125 단계). 그리고나서 판매 중간누적수량을 쇼핑몰 서비스상품 발생 필요수량으로 나눈 나머지 값을 새로운 판매 중간누적수량으로 업데이트한다(S126 단계).

[41] 예를 들어, 제품을 100개 판매할 때마다 쇼핑몰 서비스상품을 하나씩 제공하는 경우, 즉 쇼핑몰 서비스상품 발생 필요수량이 100인 경우를 상정한다. 그리고, 현재 판매 중간누적수량은 95개이고 현재 주문완료 레코드에 포함된 구매자의 주문수량이 3개라고 가정한다. 이때, 주문완료 레코드가 생성되면, 먼저 쇼핑몰 서비스상품 생성부(131)는 쇼핑몰 서비스상품 발생 필요수량 값인 100을 추출한다. 그리고, 쇼핑몰 서비스상품 생성부(131)는 판매 중간누적수량인 95와 주문수량인 3의 합인 98을 새로운 판매 중간누적수량으로 업데이트한 후, 새로운 판매 중간누적수량인 98이 쇼핑몰 서비스상품 발생 필요수량인 100 이상인지 여부를 판단한다. 이때 새로운 판매 중간누적수량인 98은 쇼핑몰 서비스상품 발생 필요수량인 100보다 작기 때문에, 새로운 쇼핑몰 서비스상품은 발생하지 아니하며, 판매 중간누적수량을 쇼핑몰 서비스상품 발생 필요수량으로 나눈 나머지 값인 98을 새로운 판매 중간누적수량으로 업데이트하고 단계를 종료된다.

[42] 한편, 이 상태에서 구매자가 추가로 3개의 제품을 주문할 경우, 먼저 쇼핑몰 서비스상품 생성부(131)는 쇼핑몰 서비스상품 발생 필요수량 값인 100을 추출한다. 그리고, 쇼핑몰 서비스상품 생성부(131)는 판매 중간누적수량인 98과 주문수량인 3의 합인 101을 새로운 판매 중간누적수량으로 업데이트한 후, 새로운 판매 중간누적수량인 101이 쇼핑몰 서비스상품 발생 필요수량인 100 이상인지 여부를 판단한다. 이때 새로운 판매 중간누적수량인 101은 쇼핑몰 서비스상품 발생 필요수량인 100보다 크기 때문에, 새로운 쇼핑몰 서비스상품이 발생하게 되고, 쇼핑몰 서비스상품 발생 수량의 합계도 1만큼 증가하게 된다. 다음으로, 판매 중간누적수량(즉, 101)을 쇼핑몰 서비스상품 발생 필요수량(즉, 100)으로 나눈 나머지 값인 1을 새로운 판매 중간누적수량으로 업데이트하고 서비스 상품 생성 단계가 종료된다.

[43] 쇼핑몰 서비스상품 분배부(133)는 시간대별로 쇼핑몰 서비스상품을 분배하는 역할을 수행할 수 있다. 여기서, 쇼핑몰 서비스상품 분배부(133)는 이전날 누적된 쇼핑몰 서비스상품을 다음날의 시스템 초기화 시간에 분배할 수 있다. 이와 같은 쇼핑몰 서비스상품 분배에 사용되는 [표 3 - 시간구획 테이블]과 [표 4 - 쇼핑몰 서비스상품 배정 테이블]은 다음과 같다.

[44] 표 3

[Table 3]

시간구획번호
시작시간
종료시간
쇼핑몰 서비스상품 배정확률

[45] 표 4

[Table 4]

시간구획번호
상품 번호
배정 쇼핑몰 서비스상품수

[46] 이때, 시간구획 테이블의 쇼핑몰 서비스상품 배정확률은 디폴트로 각 시간대별로 동일하게 설정될 수 있고, 이후 시간대별로 쇼핑몰 서비스상품의 배정확률이 다르도록 조정할 수 있다. 이와 같은 쇼핑몰 서비스상품의 시간대별 분배 방법은 다음과 같다.

[47] 먼저, 상품별 쇼핑몰 서비스상품 수량을 획득한 후, 각 시간구획 별 쇼핑몰 서비스상품 수량을 구하여, 이를 저장한다. 이때 각 시간구획 별 쇼핑몰 서비스상품 수량은 {쇼핑몰 서비스상품 배정확률 * 쇼핑몰 서비스상품 수량}을 통해 구할 수 있다. 그리고 이 상태에서 쇼핑몰 서비스상품 배정확률이 높은 시간구획 순으로 정렬할 수 있으며, 또한, 배정 쇼핑몰 서비스상품 수량카운터를 0으로 초기 세팅할 수 있다.

[48] 다음으로, 시간구획 별 쇼핑몰 서비스상품 수량이 0 이상인지 여부를 판단하여, 시간구획 별 쇼핑몰 서비스상품 수량이 0 이상이면 쇼핑몰 서비스상품 배정 테이블에 레코드를 생성하고, 배정 쇼핑몰 서비스상품 수량카운터에 시간구획 별 쇼핑몰 서비스상품 수량을 더하여 새롭게 이를 저장한다. 한편, 시간구획 별 쇼핑몰 서비스상품 수량이 0 보다 작으면, 쇼핑몰 서비스상품 배정 테이블의 배정 쇼핑몰 서비스상품 수를 1로 하여 레코드를 생성하고, 배정 쇼핑몰 서비스상품 수량카운터를 증가시킨다.

[49] 다음으로, 시간구획의 마지막이거나 또는 배정 쇼핑몰 서비스상품 수량카운터가 상품별 쇼핑몰 서비스상품 수량 이상일 경우, 상기 단계들을 종료하고, 만약 이때 배정 쇼핑몰 서비스상품 수량이 남을 경우 확률 높은 순서로 1개씩 순서대로 누적 레코드를 업데이트한다. 결과적으로 판매상품 테이블의 쇼핑몰 서비스상품 발생수량 합계 필드가 0으로 업데이트된다.

[50]

[51] 한편, 쇼핑몰 서비스상품 추첨 제어부(140)는 소정 시간이 되어 구매자들을

대상으로 쇼핑몰 서비스상품의 추첨을 수행함에 있어, 구매자별 당첨 확률을 연산하고, 이에 따라 구매자별로 추첨을 위한 시드 스트링(seed string)을 부여한 후, 추첨을 실행하는 역할을 수행한다. 이와 같은 쇼핑몰 서비스상품 추첨 제어부(140)는 구매자별 확률 연산부(141), 시드 스트링(seed string) 생성부(143) 및 추첨 실행부(145)를 포함한다.

[52] 구매자별 확률 연산부(141)는 각 구매자별 당첨 확률을 연산하는 역할을 수행한다. 이때, 구매자는 쇼핑몰 시스템(100)에서 기본 응모권(예를 들면, 장바구니)를 구매하여야 기본 당첨 확률을 부여받아서 쇼핑몰 서비스상품의 추첨에 참여할 수 있다. 그리고, 구매자가 등록된 고정 IP 또는 등록된 위치정보 장소에서 단말을 사용할 경우, 특별히 제공되는 상품에 응모 가능하고, 다양한 응모권 무료 및 할인, 추가 확률이 세팅되어 당첨 확률이 높아지는 등의 특별한 추가 혜택을 제공한다. 나아가 구매자가 당첨 확률을 높이기 위한 강화 응모권(예를 들면, 부스터)을 구매할 경우, 추가 확률이 세팅되어 당첨 확률이 높아질 수 있다.

[53] 시드 스트링(seed string) 생성부(143)는 추첨을 위한 시드 스트링(seed string)을 생성하는, 일종의 당첨확률 발생기의 역할을 수행한다. 도 6에는 시드 스트링의 생성 과정의 일 예가 도시되어 있다. 도 6을 참조하면, 먼저 n의 길이를 갖는 두 개의 스트링, 즉 A 스트링과 B 스트링을 구비한다. 이때 A 스트링은 모두 0으로 채워져 있고, B 스트링은 모두 1로 채워져 있다. 다음으로, A 스트링과 B 스트링의 임의의 위치를 서로 교환한 A', B' 스트링을 생성한 후, 생성된 A' 스트링 내의 1의 개수에 따라 시드 스트링(seed string) 테이블(표 5)에 레코드를 생성한다. 이때 시드 스트링 테이블의 구성은 다음과 같다.

[54] 표 5

[Table 5]

확률(1의 개수, unique key)	Seed string(생성된 A' string)

[55] 즉, n이 100이고, 생성된 A' 스트링 내의 1의 개수가 17일 경우, 생성된 A' 스트링은 당첨확률 17%에 해당하는 시드 스트링으로 저장되는 것이다.

[56] 다음으로, 생성된 A' 스트링과 B' 스트링을 이용해 1의 개수가 1~n개가 될 때까지 스트링 생성을 반복 수행한다. 이때, 1의 개수가 중복되면 생성된 스트링을 버리고, 반복해서 A' 스트링과, B' 스트링을 신규 생성하며, 이중 A'시드 스트링을 시드 스트링 테이블에 레코드로 삽입하여, 전체 당첨확률 각각에 해당하는 시드 스트링들을 생성 및 저장하는 것이다.

[57] 한편, 이와 같은 시드 스트링 테이블은 주기적으로 자동 삭제 후 재생성되며, 확률 필드에 들어갈 확률 값은 100/n의 값들이 각각 저장될 수 있다.

[58] 추첨 실행부(145)는 구매자별 확률 연산부(141)에서 연산한 각 구매자별 당첨 확률 및 시드 스트링(seed string) 생성부(143)에서 생성한 시드 스트링(seed string)을 이용하여 추첨을 실행하여 구매자별 당첨 여부를 결정하는 역할을

수행한다.

[59] 이와 같은 쇼핑몰 서비스상품 추첨 제어부(140)에서 쇼핑몰 서비스상품을 추첨하는 과정은 다음과 같다.

[60] 도 5를 참조하면, 먼저, 소정의 추첨 시간이 되면 쇼핑몰 서비스상품 추첨 제어부(140)의 시드 스트링 생성부(143)에서는 당첨확률 발생기의 역할을 수행하는 시드 스트링을 생성한다(S131 단계). 다만, 이러한 시드 스트링은 소정의 추첨 시간이 되었을 때 또는 그 이전에 생성될 수도 있고, 또는 주기적으로 자동 생성되어 저장된 값을 추첨에 사용할 수도 있을 것이다.

[61] 다음으로, 쇼핑몰 서비스상품 추첨 제어부(140)의 구매자별 확률 연산부(141)에서는 각 구매자별 당첨 확률을 추출한다(S132 단계). 이때 구매자가 쇼핑몰 서비스상품의 추첨에 참여하기 위해서는 기본적으로 장바구니를 구매하여야 하며, 고정 IP 사용 여부, 등록된 위치정보 장소, 부스터 구매 여부 등에 따라 추가 확률을 부여받을 수도 있다. 한편, 구매자별 확률 연산부(141)에서 연산된 각 구매자별 당첨 확률은 구매자 단말기(300) 상에서 디스플레이 될 수도 있다. 한편, 도면에는 쇼핑몰 시스템(100) 내의 구매자별 확률 연산부(141)에서 구매자별 당첨 확률이 연산되는 것으로 도시되어 있으나, 각 구매자 단말기(300) 내에 설치된 애플리케이션 상에서 당첨 확률이 연산되어 쇼핑몰 시스템(100)으로 전송되는 것도 가능하다 할 것이다.

[62] 이때, 각 구매자 단말기(300) 내에 설치된 애플리케이션이 구매자별 확률 연산부(141)와 통신을 통해 고정IP 사용 여부, 등록된 위치정보 장소, 기본 응모권 구매 여부, 강화 응모권 사용 여부를 체크하고, 암호화 처리된 정보에 따라 구매자 단말기에서 당첨 확률이 연산되어 구매자 단말기(300)에 확률이 표시될 수도 있다.

[63] 다음으로, 쇼핑몰 서비스상품 추첨 제어부(140)의 추첨 실행부(145)에서는 각 구매자별로 추첨을 수행한다. 이를 더욱 상세히 설명하면 다음과 같다. 먼저 추첨 실행부(145)는 해당 구매자의 당첨 확률과 동일한 시드 스트링 테이블에서 시드 스트링을 획득한다(S134 단계). 예를 들어, A라는 구매자에 대해 구매자별 확률 연산부(141)에서 연산한 당첨 확률이 70%일 경우, 추첨 실행부(145)는 시드 스트링 테이블에서 확률이 70%인 시드 스트링을 추출하는 것이다. 다음으로, 추첨 실행부(145)는 난수 발생기를 이용하여 소정의 난수를 발생시킨 후(S135 단계), 획득한 시드 스트링(Seed string) 내에서 생성된 난수에 해당하는 위치의 문자를 추출하여(S136 단계), 추출된 문자가 '1'인지 여부를 판단한다(S137 단계). 판단 결과 추출된 문자가 '1'일 경우, 당첨된 것으로 판단하고(S138 단계), 판단 결과 추출된 문자가 '0'일 경우에는, 낙첨된 것으로 판단한다.

[64] 한편, 당첨되었을 경우, 쇼핑몰 서비스상품 배정 테이블의 배정 쇼핑몰 서비스상품 수를 확인하여, 배정 쇼핑몰 서비스상품 수가 0이면 다시 낙첨된 것으로 판단될 수 있으며, 배정 쇼핑몰 서비스상품 수가 1 이상이면 최종적으로 당첨된 것으로 판단되고, 배정 쇼핑몰 서비스상품 수는 1이 감소할 수 있다.

[65] 시드 스트링 테이블에서 확률이 70%인 시드 스트링의 일 예는 다음과 같다.

[66] 표 6

[Table 6]

1	0	1	1	1	0	1	1	0	1

[67] 그리고, 난수 발생기에서 발생된 난수가 7일 경우, 시드 스트링(Seed string) 내에서 생성된 난수인 7에 해당하는 위치의 문자는 1이므로, 해당 구매자는 쇼핑몰 서비스상품에 당첨된 것이 된다.

[68] 한편 도면에는 도시되지 않았지만, 구매자별 확률 연산부(141)에서는 각 구매자별 당첨 확률을 연산하기 이전에 먼저 서비스 예외 조건인지 여부를 판단할 수도 있다. 즉, 참여자 미달 또는 시스템 예외 상황 등, 서비스 운영상 확률에 무관하게 추첨 실패인 경우, 상기 과정들을 생략하고 낙첨된 것으로 판단하여 추첨 과정이 종료되거나 또는 일정 시간 지연될 수도 있다.

발명의 실시를 위한 형태

[69] 이하에서는 본 발명의 일 실시예에 따른 서비스 플랫폼의 상품홍보 시스템(200)에 대해 보다 상세히 설명하도록 한다.

[70] 도 7은 도 1의 서비스 플랫폼의 상품홍보 시스템의 내부 구성을 나타낸 블록도이다. 그리고, 도 8은 도 7의 서비스 플랫폼의 상품홍보 시스템을 이용한 서비스 제공 방법을 나타내는 흐름도이다.

[71] 도 7을 참조하면, 본 발명의 일 실시예에 따른 서비스 플랫폼의 상품홍보 시스템(200)은 인터페이스부(210), 홍보상품 관리부(220), 홍보 메세지 관리부(230), 포인트 관리부(240), 홍보상품경품 추첨점수 관리부(250), 홍보상품경품 당첨 제어부(260), 쿠폰 발급 제어부(270) 및 데이터베이스(280)를 포함한다.

[72] 본 발명의 일 실시예에 따른 서비스 플랫폼의 상품홍보 시스템(200)은 홍보를 수행하려는 구매자에게 재화와 대치되는 유/무형의 전자거래 단위(예 포인트)를 차감하는 대신 홍보상품경품 추첨점수를 부여하고, 일정 기간 동안 구매자가 얻은 홍보상품경품 추첨점수 순으로 구매자에게 홍보상품경품을 제공한다. 또한, 차감한 포인트 중 일정 부분은 구매자에게 소정 확률의 쿠폰으로 되돌려 주거나, 또는 차감한 포인트 중 일정 부분을 재분배 형태로 구매자들에게 되돌려 줄 수도 있다.

[73] 상세히, 인터페이스부(210)는 통신망(500)과 연동하여 상품홍보 시스템(200)과 구매자 단말기(300) 및 판매자 단말기(400) 간의 송수신 신호를 패킷 데이터 형태로 제공하는 데 필요한 통신 인터페이스를 제공한다.

[74] 홍보상품 관리부(220)는 제품의 홍보를 원하는 판매자가 상품홍보 시스템(200) 상에 홍보상품을 등록하고, 또한 홍보를 수행하여 소정의 경품을 얻고자 하는 구매자가 상품홍보 시스템(200) 상에 등록된 홍보상품을 검색할 수 있도록 하는 역할을 수행한다. 여기서 홍보상품이란 판매자가 홍보를 원하는 제품으로써,

판매자는 상품홍보 시스템(200) 상에 자신이 홍보하고 싶은 제품을 등록하는 것이다.

[75] 홍보 메세지 관리부(230)는 홍보를 수행하려는 구매자가 자신의 지인들 중 홍보 메세지를 보낼 홍보대상자를 선택하여, 선택된 홍보대상자에게 홍보 메세지를 전송할 수 있도록 하는 역할을 수행할 수 있다.

[76] 포인트 관리부(240)는 홍보를 수행하려는 구매자의 포인트를 관리하는 역할을 수행한다. 상세히, 여기서 포인트란 상품홍보 시스템(200) 상에서 상품을 홍보하기 위해 구매자가 보유하여야할 포인트로써, 자신의 지인들에게 상품홍보 메세지를 보낼 경우 보유한 포인트 중 소정의 포인트가 차감되며, 또한 홍보 효과에 의해 구매자에게 추가로 지급될 수도 있는 포인트를 의미한다.

[77] 여기서, 본 발명의 일 실시예에 따른 상품홍보 시스템에서는, 상품홍보 메세지의 전달 경로의 길이에 따라 구매자로부터 차감하는 포인트 및 구매자가 경품에 추첨될 확률을 결정하는 경품 추첨 점수가 차등화 또는 등간격 또는 난수에 의해 결정되는 것을 일 특징으로 한다. 이에 대해서는 뒤에서 더욱 상세히 설명하도록 한다.

[78] 홍보상품경품 추첨점수 관리부(250)는 구매자가 홍보상품경품에 추첨 여부를 결정하는 홍보상품경품 추첨점수를 관리하는 역할을 수행한다. 이와 같은 홍보상품경품 추첨점수는 상술한 포인트를 기반으로 하여 부여되며, 홍보상품경품 추첨점수 연산에 대해서는 뒤에서 더욱 상세히 설명하도록 한다.

[79] 홍보상품경품 당첨 제어부(260)는 상기 홍보상품경품 추첨점수 관리부(250)에서 추출한 홍보상품경품 추첨점수를 토대로 당첨 여부를 결정하는 역할을 수행한다.

[80] 쿠폰 발급 제어부(270)는 홍보상품경품 당첨 제어부(260)에서 구매자에 대한 당첨 여부를 결정한 이후, 홍보상품경품 추첨점수를 토대로 구매자에게 소정의 당첨 확률의 쿠폰을 발급하는 역할을 수행한다. 이때 쿠폰 발급 제어부(270)는 전체 구매자의 홍보상품경품 추첨점수의 분포가 정규분포를 따른다고 가정하여, 개별 구매자의 당첨 확률을 연산할 수 있다.

[81]

[82] 이하에서는 이와 같은 상품홍보 시스템(200)에서 상품을 홍보하고 이에 따라 홍보를 실시한 구매자들을 대상으로 홍보상품경품을 추첨을 통해 제공하는 과정에 대해 설명한다. 먼저, 상품홍보 시스템(200)에서 사용되는 각종 데이터베이스의 테이블의 일 예에 대해 설명하도록 한다.

[83] 각각의 홍보상품에 대한 자료 테이블 및 테이블에 저장된 레코드의 예시는 표 7과 같다.

[84] 표 7

[Table 7]

상품 번호	5	6	7
초항	50	50	50
공차	-10	-10	-10
최대항(n)	5	5	5
상품이미지	Aaa.jpg	Bbb.jpg	Ccc.jpg
상품동영상	Aaa.avi	Bbb.avi	Ccc.avi
상품설명	좋은 상품	최상품	고급품

[85] 여기서, 상품번호는 신규 홍보상품에 대한 데이터 레코드 삽입 시 자동으로 생성되며, 나머지 항목은 관리자 등에 의해 입력된다. 그리고, 홍보상품 입력 시 초항, 공차에 따른 포인트 자료 데이터가 후술할 포인트 자료 테이블에 존재하는지 여부를 체크하여, 초항, 공차에 따른 포인트 자료 데이터가 포인트 자료 테이블에 존재하지 않을 경우, 소정의 계산식(후술할 수학식 1~3)에 따라 포인트 자료 테이블에 레코드를 삽입한다.

[86] 예를 들어, 홍보상품 자료 테이블에 5번째 홍보상품 삽입 시, 상품 번호 5번인 레코드가 생성되며, 또한 이때 입력한 초항 및 공차인 50, -10에 해당하는 포인트 자료 데이터를 포인트 자료 테이블에 삽입한다(포인트 자료 테이블에 삽입된 데이터의 예시에 대해서는 후술함). 또한, 홍보상품 자료 테이블에 6, 7번째 홍보상품 삽입 시, 상품 번호 6, 7번인 레코드가 생성되며, 또한 이때 입력한 초항 및 공차인 50, -10에 해당하는 포인트 자료 데이터가 포인트 자료 테이블에 이미 존재하기 때문에, 포인트 자료 테이블에는 별도의 레코드를 생성하지 아니한다.

[87] 한편, 이와 같이 신규 홍보상품에 대한 데이터 레코드 삽입 시, 최대항 입력이 없을 경우, 포인트 자료 테이블을 참고해 최대항(n)이 자동 계산되어 삽입되며, 반면 최대항 입력이 있을 경우에는 입력 값을 그대로 저장할 수 있다. 예를 들어, 최대항 입력이 없을 경우, 초항에서 공차를 계속 차감하여 양수일때 까지의 값을 최대항으로 저장할 수 있다. 한편, 최대항 입력이 있을 경우, 입력된 값을 그대로 최대항 n으로 저장할 수 있다.

[88]

[89] 다음으로, 포인트 자료 테이블 및 해당 테이블에 저장된 레코드의 예시는 다음과 같다. 여기서, 포인트 자료 테이블은 상품홍보 시스템에 제공할 초항, 공차 별 포인트를 미리 생성하여 저장해두는 테이블이며, 하기에는 초항 50, 공차 -10일때의 레코드이 표 8이 예시되어 있다.

[90] 표 8

[Table 8]

초항(a)	50	50	50	50	50
공차(d)	-10	-10	-10	-10	-10
항수 (n번째)	1	2	3	4	5
차감 포인트	50	40	30	20	10
Push(순차) 포인트	25	45	60	70	75
Pop(역순) 포인트	75	70	60	45	25
생성일	2013-12	2013-12	2013-12	2013-12	2013-12

[91] 이와 같은 포인트 자료 테이블은 상품홍보 시스템(200)에서 툴을 이용하여 자동으로 생성하며, 또는 상술한 바와 같이 홍보상품 자료 테이블에 레코드 생성시 자동으로 생성될 수도 있다. 또한, 포인트 자료 테이블은 상술한 홍보상품 자료 테이블에 저장된 최대 항 값에 무관하게, 차감 포인트가 0보다 큰 한도 내에서 계속 생성될 수 있다. 이러한 포인트 자료 테이블에는, 항수에 대응하는 차감 포인트, 순차 포인트 및 역순 포인트가 저장될 수 있다.

[92] 여기서, 차감 포인트(a_n), 순차 포인트(b_n) 및 역순 포인트(c_n)는 하기 수학식 1, 2 및 3에 의해 구할 수 있다. (차감 포인트는 홍보를 위해 구매자의 계정에서 차감될 포인트이며, 순차 포인트는 홍보 메세지가 전달되어 감에 따라 각 구매자들로부터 차감하는 포인트 중 홍보상품경품 추첨점수로 사용될 포인트의 누적 값이다. 그리고, 역순 포인트는 순차 포인트의 역순으로 홍보상품경품 추첨점수로 사용될 포인트로써, 두 값 모두 홍보 메세지 전달 경로가 짧을수록 큰 값을 갖는다.)

[93] [수학식 1]

[94] $a_n = a + (n-1)d$ (a: 초항, d: 공차)

[95] [수학식 2]

[96] $$b_n = \left(b_{n-1} + \frac{a+(n-1)d}{div}\right) \times (1 - c)$$

div: 분배율(사업자 분배율), c: 사업수수료(%율)

(단, $a_0 = 0$, $b_n > 0$, $div > 0$ 자연수, $0 \le c \le 1$)

[97] [수학식 3]

[98] $$C_n = b_{max} - 1 + n$$

[99] a가 50, d가 -10, n의 최대값이 5, div는 2일 때, 상기 수학식 1, 2 및 3에 의해 연산한 각 구매자의 차감 포인트, 순차 포인트 및 역순 포인트가 상술한 [포인트 자료 테이블]에 예시되어 있다.

[100] 상기에서는 본 발명의 일 실시예로서, 상품홍보 메세지의 전달 경로의 길이에 따라 구매자로부터 차감하는 포인트 및 구매자가 경품에 추첨될 확률을

결정하는 경품 추첨 점수가 차등화되도록, 차감 포인트가 등차 수열에 의해 감소하는 경우를 예로 들었다, 그러나, 본 발명의 사상은 이에 제한되지 아니하며, 차감 포인트가 등비 수열에 의해 감소될 수도 있다. 또는 상품홍보 메세지의 전달 경로의 길이에 따라 구매자로부터 차감하는 포인트 및 구매자가 경품에 추첨될 확률을 결정하는 경품 추첨 점수가 동일하도록, 차감 포인트가 일정할 수도 있다. 또는 공차 또는 공비와 같이 차감 포인트를 결정하는 파라미터를 난수 발생에 의해 결정하여, 경품 추첨 점수의 배분이 랜덤하게 이루어질 수도 있을 것이다. 나아가, 차감 포인트를 결정하는 파라미터를 난수 발생에 의해 결정할 경우, 보간 다항식을 활용하여 근사함수를 산출하고, 이를 Y축 대칭이동해 역순 포인트를 근사화할 수도 있을 것이다.

[101]

[102] 다음으로, 홍보 메세지 경로 테이블 및 해당 테이블에 저장된 레코드의 예시는 다음의 표 9와 같다. 여기서, 홍보 메세지 경로 테이블은 홍보 메세지의 송수신 사용자의 전송 경로 및 홍보상품경품 추첨점수 등이 저장된다.

[103] 표 9

[Table 9]

홍보 고유 번호	상품 번호	송신 사용자	수신 사용자	초항 (a)	공차 (d)	항수 (n번째)	**홍보 상품 경품 추첨 점수**	종료 여부	수정 일시	생성 일시
67	5	Dkjang	Jnkim	50	-10	1	75	Y	2013-12	2013-12
67	5	Jnkim	xxx	50	-10	2	70	Y	2013-12	2013-12
67	5	xxx	yyy	50	-10	3	60	Y	2013-12	2013-12
67	5	Yyy	ZZZ	50	-10	4	45	Y	2013-12	2013-12
67	5	ZZZ	KKK	50	-10	5	25	Y	2013-12	2013-12
68	5	xxx	Dkjang	50	-10	1	45	N	2013-12	2013-12
68	5	Dkjang	KKK	50	-10	2	25	N	2013-12	2013-12
100	6	KKK	ZZZ	50	-10	1	60	N	2013-12	2013-12
100	6	ZZZ	Dkjang	50	-10	2	45	N	2013-12	2013-12
100	6	Dkjang	xxx	50	-10	3	25	N	2013-12	2013-12
200	7	Dkjang	Jnkim	50	-10	1	75	Y	2013-12	2013-12
200	7	Jnkim	xxx	50	-10	2	70	Y	2013-12	2013-12
200	7	xxx	yyy	50	-10	3	60	Y	2013-1	2013-1

									2	2
200	7	Yyy	ZZZ	50	-10	4	45	Y	2013-12	2013-12
200	7	ZZZ	KKK	50	-10	5	25	Y	2013-12	2013-12
300	7	ZZZ	Dkjang	50	-10	1	70	N	2013-12	2013-12
300	7	Dkjang	KKK	50	-10	2	60	N	2013-12	2013-12
300	7	KKK	xxx	50	-10	3	45	N	2013-12	2013-12
300	7	xxx	yyy	50	-10	4	25	N	2013-12	2013-12

[104] 상세히, 구매자가 최초로 홍보 메세지를 송신할 경우, 해당 메세지에 대한 고유 ID(즉, 홍보고유번호)가 발생한다. 그리고 어느 일 사용자에게서 타 사용자로 홍보 메세지가 전송될 때마다 홍보 메세지 경로 테이블에, 새로운 데이터 레코드가 생성되며, 이때마다 홍보상품경품 추첨점수가 변경되어 업데이트된다.

[105] 여기서, 항수란 홍보 메세지가 몇 명을 거쳐서 전달되었는지를 나타내는 값으로써, 최초에 홍보메세지를 송신한 사용자(Dkjang)의 항수는 1이고, 최초 송신자로부터 홍보메세지를 수신하여 송신한 사용자(Jnkim)의 항수는 2가 된다. 한편, 종료여부란 홍보메세지가 최대항까지 전달이 완료되었는지 여부를 나타내는 값으로써, 예를 들어 [홍보상품 자료 테이블]의 최대항이 5로 설정되어 있을 경우(즉, 최대 5명에게까지 홍보메세지를 전달할 수 있을 경우), 5명에게 홍보메세지를 전달하였으면 종료여부의 값은 "Y"가 되고, 아직 5명에게 홍보메세지를 전달되지 아니하였으면 종료여부의 값은 "N"이 된다.

[106] 예를 들어, 홍보고유번호 67번의 경우, 홍보메세지는 Dkjang -> Jnkim -> xxx -> Yyy -> zzz 순으로 전달되어, 최대항인 5명에게 전달이 완료되었으므로, 종료여부의 값은 "Y"가 되고, 홍보상품경품 추첨점수는 [포인트 자료 테이블]에 저장된 값과 동일한 값이 각 사용자에 대해 저장된다.

[107] 한편, 홍보고유번호 68번의 경우, 홍보메세지는 xxx-> Dkjang 순으로 전달되어 2명까지만 전달되었으며, 아직 최대항인 5명에게까지 전달이 완료되지 아니하였으므로, 종료여부의 값은 "N"이 된다. 이 경우 홍보메세지가 전달됨에 따라 홍보상품경품 추첨점수는 계속 변경되므로, 현재 홍보상품경품

추첨점수에 저장된 값은 [포인트 자료 테이블]에 저장된 값과 동일하지 아니하다.

[108] 다음으로, 홍보상품별 사용자 홍보상품경품 추첨점수 테이블 및 해당 테이블에 저장된 레코드의 예시는 다음이 표 10과 같다. 여기서, 홍보상품별 사용자 홍보상품경품 추첨점수 테이블은 각 사용자별 홍보상품경품 추첨점수(즉, 합산포인트, 미합산포인트, 대기포인트) 등이 저장된다.

[109] 표 10

[Table 10]

사용자	Dkjang	Dkjang	Dkjang	ZZZ	ZZZ	ZZZ
상품번호	5	6	7	5	6	7
광고시청여부 (Default 'N')	**Y**	**N**	**Y**	**Y**	**N**	**Y**
합산포인트 (Default 0)	**75**	**0**	**75**	**25**	**0**	**25**
미합산포인트 (Default 0)	**0**	**25**	**0**	**0**	**45**	**0**
대기포인트 (Default 0)	**25**	**0**	**60**	**0**	**0**	**70**
수정일	2013-12	2013-12	2013-12	2013-12	2013-12	2013-12
생성일	2013-12	2013-12	2013-12	2013-12	2013-12	2013-12

[110] 여기서, 광고시청여부는 해당 구매자가 전달받은 홍보 메세지에 포함된 광고를 시청하였는지 여부를 의미한다. 본 발명의 실시예에 따른 상품홍보 시스템에서는 홍보 메시지에 포함된 광고를 시청하여야만 소정의 홍보 목적을 달성하는 것이기 때문에, 광고를 시청하기 전까지는(즉, 광고시청여부의 값이 "N" 해당 구매자에 대한 포인트는 미합산 포인트로써 홍보상품경품 추첨점수에 산입되지 아니한다.

[111] 한편, 광고시청을 완료하면 광고시청여부의 값이 "Y"가 된다. 이와 같이 광고시청여부의 값이 "Y"가 된 후에야 해당 구매자에 대한 포인트가 홍보상품경품 추첨점수에 산입되며, 이때 홍보상품경품 추첨점수는 합산 포인트 또는 대기 포인트에 저장된다. 여기서 합산 포인트는 최대항까지 전달이 완료되어, [홍보 메세지 경로 테이블]의 종료여부의 값이 "Y"로 저장된 값으로, 더 이상 변경되지 않는 값이다. 한편, 대기 포인트는 최대항까지 전달이 완료되기 이전이어서, [홍보 메세지 경로 테이블]의 종료여부의 값이 "N"인 값으로, 홍보 메시지의 전달에 따라 변경될 가능성이 존재하는 값이다.

요약하자면, 합산 포인트는 광고 시청 이후 정산이 완료된 포인트를 의미하며, 미 합산 포인트는 광고 미시청으로 미 합산된 포인트를 의미하며, 대기 포인트는 계속 광고 가능한 미 합산된 포인트를 의미한다. 최종 포인트 연산 시 합산 포인트와 대기 포인트의 총합산된다.

[112]

[113] 다음으로, 포인트 합산 테이블(표 11 - 홍보상품별 사용자 홍보상품경품 추첨점수 테이블) 및 해당 테이블에 저장된 레코드의 예시는 표 11과 같고, 경품 및 포인트 재분배 상품 보상 테이블(표 12) 및 해당 테이블에 저장된 레코드의 예시는 표 12와 같다. 여기서, 포인트 합산 테이블에는 각 구매자 별로 해당 추첨일의 홍보상품경품 추첨점수 총합, 경품지급 상품번호, 포인트 재분배를 위한 확률, 포인트재분배에 따른 추첨결과 등이 저장될 수 있다. 한편, 경품 및 포인트 재분배 상품 보상 테이블에는 각 당첨일 별로 지급되는 보상상품번호, 상품속성, 지급등급, 수량 등이 저장될 수 있다.

[114] 여기서, 경품 및 포인트 재분배 상품 보상 테이블의 상품속성 값으로는 다음의 값들이 들어갈 수 있다.

[115] 1:홍보경품상품, 2:포인트재분배, 3:기대값, 4:발급비용

[116] 또한, 상품속성 값에 따라 수량 값은 다음의 값들을 가질 수 있다. 상품속성 값이 1일 경우 수량 값은 지급되는 보상 상품의 개수를 나타내고, 상품속성 값이 2일 경우 수량 값은 재분배될 포인트를 나타내고, 상품속성 값이 3일 경우 수량 값은 기대값을 나타내고, 상품속성 값이 4일 경우 수량 값은 발급 비용을 나타낸다.

[117] 표 11

[Table 11]

홍보 메시지 송신 사용자	Dkjang	ZZZ
추첨일	2013-12-26	2013-12-26
홍보상품경품 추첨점수 합	235 (=75+75+25+60)	120(=25+25+75)
지급 홍보상품경품 번호	2	-
포인트 재분배를 위한 확률	-	20%
포인트 재분배에 따른 추첨결과	-	Y
고객불만사항	불량품 배송됨	-
담당자	홍길동	-

[118] 표 12

[Table 12]

추첨일	2013-12-26	2013-12-26	2013-12-26	2013-12-26
홍보상품경품 번호	2	500	10000	9000
상품속성	1	2	3	4
지급등급	1			
수량	1	100	20000	10
설명	1등 홍보경품상품	포인트재분배 (보너스포인트)	기대값	발급비용
담당자	홍길동	홍길동	홍길동	홍길동
입력일	2013-12-10	2013-12-10	2013-12-10	2013-12-10

[119] 상세히, 본 발명의 일 실시예에 따른 서비스 플랫폼의 상품홍보 시스템(200)은, 홍보를 수행하려는 구매자에게 소정의 포인트를 차감하는 대신 홍보상품경품 추첨점수를 부여하고, 일정 기간 동안 구매자가 얻은 홍보상품경품 추첨점수 순으로 구매자에게 홍보상품경품을 제공한다. 또한, 차감한 포인트 중 일정 부분은 구매자에게 소정 확률의 쿠폰으로 되돌려 주거나, 또는 차감한 포인트 중 일정 부분을 재분배 형태로 구매자들에게 일괄적으로 되돌려 줄 수도 있다.

[120] 먼저, 일정 기간 동안 구매자가 얻은 홍보상품경품 추첨점수 순으로 구매자에게 홍보상품경품을 제공하기 위해, 특정 시간이 되면 구매자 별로 해당 기간의 홍보상품경품 추첨점수 총합을 구한다. 예를 들어 하루 단위로 홍보상품경품의 지급이 이루어진다고 가정하면, 2013년 12월 26일 하루동안 각 구매자가 얻은 홍보상품경품 추첨점수 총합을 구한다. 예를 들어 구매자 Dkjang의 경우, [홍보상품별 사용자 홍보상품경품 추첨점수 테이블]에서 5번 상품의 합산 포인트 75, 5번 상품의 대기 포인트 25, 7번 상품의 합산 포인트 75, 7번 상품의 대기 포인트 60의 총합인 235점이 2013년 12월 26일 하루동안 얻은 홍보상품경품 추첨점수 총합이 된다. (여기서, 추첨 시점까지 광고를 시청하지 않은 미합산 포인트는 홍보상품경품 추첨점수에 산입되지 아니한다.) 마찬가지로 구매자 ZZZ가 2013년 12월 26일 하루동안 얻은 홍보상품경품 추첨점수의 총합은 120점이 된다.

[121] 이와 같은 방법으로 모든 구매자에 대한 홍보상품경품 추첨점수의 총합을 구한 후, 가장 높은 홍보상품경품 추첨점수를 얻은 구매자인 Dkjang에게 보상 상품인 홍보상품경품이 지급된다. 이때, [경품 및 포인트 재분배 상품 보상 테이블]의 상품속성 값이 1인 레코드를 참조하면, 지급등급 값이 1이고 수량 값이 1이므로, 홍보상품경품 추첨점수가 1등인 사용자 한 명에게 홍보상품경품 번호 2번의

상품이 지급되는 것이다.

[122] 한편, 구매자가 얻은 홍보상품경품 추첨점수 순으로 구매자에게 홍보상품경품을 제공한 이후에는, 차감한 포인트 중 일정 부분을 구매자에게 소정 당첨 확률의 쿠폰으로 되돌려 준다. 이와 같이 구매자에게 소정 당첨 확률의 쿠폰을 발급하기 위한 과정은 다음과 같다.

[123] 먼저, [경품 및 포인트 재분배 상품 보상 테이블]의 상품속성 값이 3 및 4인 레코드를 참조하여, 기대값 및 발급비용을 추출한다. 그리고, 추출한 기대값 및 발급비용을 이용하여, 각 구매자별로 포인트 재분배를 위한 확률을 구하고, 이 확률에 해당하는 쿠폰을 발급 및 추첨하여, 당첨되면 그 기대값에 해당하는 포인트를 부여하는 것이다. 이때 연산된 각 구매자별 포인트 재분배를 위한 확률 및 이에 따른 추첨 결과는 [포인트 합산 테이블]에 저장될 수 있다. 이를 더욱 상세히 설명하면 다음과 같다.

[124] 당일 홍보에 참여한 구매자가 n명이고, 상기 추출한 기대값이 p원이며, 총 예치금이 Tp원(이는 역산 포인트의 총합) 이고, 상기 추출한 발급비용(사업비용 또는 운영비용)이 c원 이라고 하면, 최대당첨확률은 다음의 수식에 의해 구할 수 있다.

[125] (당첨 기대값 * 최대당첨확률 * 참여 사용자 수) + 사업비용 < 총 예치금

[126] --> 최대당첨확률 < (Tp - c) / (p * n)

[127] 예를 들어, 당일 구매자가 4명이고, 당첨 기대값이 200이며, 총 예치금이 400원이고, 사업비용이 0원일 경우,

[128] 최대당첨확률 < (400 - 0) / (200 * 4)

[129] 로써, 최대당첨확률은 50%가 되는 것이다.

[130] 다음으로, 이와 같이 구한 최대당첨확률을 기반으로, 응모자별 당첨확률을 계산하는 방법에 대해 설명한다. 이는 포인트 자료 테이블의 역순 포인트를 구매자 별로 합산한 값이 정규분포를 따른다고 가정하고, 포인트 자료 테이블의 역순 포인트를 구매자 별로 합산한 후, 평균 및 표준편차를 구하여 하기 수학식을 이용하여 해당 경품추첨점수에 대한 확률을 구한다.

[131]
$$f(x)=\frac{1}{\sqrt{2\prod}\times\text{표준편차}}e^{-\frac{(x-\text{평균})^2}{2\times\text{표준편차}^2}}\ (\text{단},-\alpha<x<\alpha)$$

[132] 이때, 구한 확률은 100%기준 확률이므로 비례식을 이용해 최대당첨확률에 대한 비율의 값으로 변경한 값을 최종값으로 한다.

[133]
$$\text{구하는확률}=\frac{1}{\sqrt{2\prod}\times\text{표준편차}}e^{\frac{(x-\text{평균})^2}{2\times\text{표준편차}^2}}\times\frac{\text{최대당첨확률}}{100}(\text{단},-\alpha<x<\alpha)$$

[134] 예를 들어, 구매자들의 홍보상품경품 추첨점수의 평균이 70이고 표준편차가 12일때, 홍보점수가 50점인 구매자의 당첨 확률은, f(50) = 4.8%이므로, 최대당첨확률이 50%일 경우, 해당 구매자의 당첨 확률은 4.8 * 50% = 2.4%가

되는 것이다. 이 경우 해당 구매자에게는 당첨 확률 2.4% 짜리 쿠폰이 발급되며, 이 쿠폰이 당첨 쿠폰일 경우 기대값인 200이 지급되는 것이다.

[135] 여기서, 차수가 낮은 구매자, 즉 최초에 홍보를 시작한 구매자에게 가까울수록 혜택을 부여하여 가급적 신속하게 홍보 메시지의 전달이 수행되는 동기를 부여하기 위하여, 차수별 가중치를 부여할 수 있다. 예를 들어, (가중치 = 1 + 1/차수)의 값을 부여하여, 차수가 낮은 구매자에게 더 높은 경품추첨점수를 부여하도록 가중치를 부여할 수 있는 것이다. 이와 같이 가중치가 부여된 경품추첨점수는 임시로 저장되어 계산에 사용될 수 있다.

[136]

[137] 이하에서는 이와 같은 상품홍보 시스템(200)에서 상품을 홍보하고 이에 따라 홍보를 실시한 구매자들을 대상으로 홍보상품경품을 추첨을 통해 제공하는 과정에 대해 설명한다.

[138] 도 8을 참조하면, 먼저 특정 제품에 대한 홍보를 수행하여 소정의 경품을 얻고자 하는 구매자는 상품홍보 시스템(200) 상에 접속하여 등록된 홍보상품을 검색하고(S210 단계), 이중 본인이 홍보하고자 하는 제품을 선택한다(S220 단계). 다음으로 구매자는 자신의 지인들 중 홍보 메세지를 보낼 홍보대상자를 선택하여, 선택된 홍보대상자에게 홍보 메세지를 전송한다(S230 단계). 이때 구매자는 스마트 폰에 저장된 친구 목록, 또는 웹이나 앱 상에 저장되어 있는 친구 목록으로부터 홍보 메세지를 보낼 홍보대상자를 선택할 수 있다. 이와 같이 홍보대상자를 선택하여 홍보 메세지를 전송하는 과정에서 홍보상품 자료 테이블 등에서 상품번호, 초항, 공차, 최대항, 현재 항수(n) 정보를 추출하여 둘 수 있다.

[139] 다음으로, 홍보 메세지 전송에 따라 차감될 포인트가 계산되고, 해당 포인트가 차감된다(S240 단계). 이를 더욱 상세히 설명하면 다음과 같다.

[140] 먼저, 포인트자료 테이블에서 초항, 공차, 현재 n을 이용해 차감 포인트, 순차 포인트, 역순 포인트를 획득한다. 이와 같이 포인트자료 테이블에 차감 포인트, 순차 포인트, 역순 포인트가 저장된 예는 상술한 바와 같다. 다음으로, 홍보 메세지 경로 테이블에 송수신 사용자 정보 및 현재 항수(n)를 포함하는 데이터 레코드를 삽입한다. 이때 홍보상품경품 추첨점수를 변경된 값으로 업데이트된다. 다음으로, 송신자, 수신자 정보를 이용하여, 홍보상품별 사용자 홍보상품경품 추첨점수 테이블에 각 사용자에 대한 홍보상품경품 추첨점수를 삽입한다. 마지막으로, 추출된 차감 포인트 값만큼 각 사용자의 포인트를 차감한다.

[141] 다음으로, 추첨 시간이 되면, 각 구매자별 홍보상품경품 추첨점수를 계산한다(S250 단계). 즉, 일정 기간 동안 구매자가 얻은 홍보상품경품 추첨점수 순으로 구매자에게 홍보상품경품을 제공하기 위해, 특정 시간이 되면 구매자별로 해당 기간의 홍보상품경품 추첨점수의 총합을 구한다. 이때 홍보상품경품 추첨점수의 총합은 해당 구매자의 합산 포인트와 대기 포인트의 총합이 된다.

그리고, 이와 같이 구한 홍보상품경품 추첨점수의 총합을 이용하여 보상 상품을 분배한다(S260 단계). 예를 들어, 2013년 12월 26일 하루동안 각 구매자가 얻은 홍보상품경품 추첨점수의 총합을 구하여, 가장 높은 홍보상품경품 추첨점수를 얻은 구매자에게 보상 상품이 지급될 수 있는 것이다.

[142] 다음으로, 구매자가 얻은 홍보상품경품 추첨점수 순으로 구매자에게 홍보상품경품을 제공한 이후에는, 차감한 포인트 중 일정 부분을 구매자에게 소정 당첨 확률의 쿠폰으로 되돌려 준다.

[143] 즉, [경품 및 포인트 재분배 상품 보상 테이블]에서 기대값 및 발급비용을 추출한 후, 추출한 기대값 및 발급비용을 이용하여 각 구매자별로 포인트 재분배를 위한 확률을 구하고, 이 확률에 해당하는 쿠폰을 발급 및 추첨하여, 당첨 시 기대값에 해당하는 포인트를 부여하는 것이다.

[144]

[145] 이와 같은 본 발명의 실시예들에 관한 서비스 플랫폼 및 서비스 제공 방법에 의해, 구매자의 지인에게 상품을 홍보하고 홍보 이력에 따른 경품추첨점수를 적립해 서비스 상품을 추천하는 시스템을 제공함으로써, 판매자에게 저렴하고 신속한 제품 홍보 효과를 제공하고 브랜드 인지도를 높일 수 있는 도구의 필요성을 충족시키는 효과를 얻을 수 있다. 나아가 판매자 측에서 제공하는 서비스상품을 획득할 수 있는 도구를 제공해 구매자에게 손쉬운 제품접근을 제공하고 판매자에게는 서비스 광고 이용비용을 절감해 주는 효과를 기대할 수 있다.

[146] 이와 같이 본 발명은 도면에 도시된 일 실시예를 참고로 하여 설명하였으나 이는 예시적인 것에 불과하며 당해 분야에서 통상의 지식을 가진 자라면 이로부터 다양한 변형 및 실시예의 변형이 가능하다는 점을 이해할 것이다. 따라서, 본 발명의 진정한 기술적 보호 범위는 첨부된 특허청구범위의 기술적 사상에 의하여 정해져야 할 것이다.

산업상 이용가능성

[147] 본 발명의 실시예들은 판매실적에 따라 서비스상품을 제공하는 쇼핑몰 시스템과, 상품 홍보에 따라 홍보경품상품을 제공하는 상품홍보 시스템을 구비하는 서비스 플랫폼 및 서비스 제공 방법에 이용될 수 있다.

[148]

청구범위

[청구항 1] 판매실적에 따라 서비스상품을 제공하는 쇼핑몰 시스템을 구비하는 서비스 플랫폼에 있어서,
상기 쇼핑몰 시스템 상에서의 상품 판매 및 구매 관련 프로세스를 제어하는 상품판매 제어부;
상기 상품판매 제어부에 의해 특정 상품 판매 시, 해당 상품의 판매 실적에 따라 소정의 쇼핑몰 서비스상품의 생성을 제어하는 쇼핑몰 서비스상품 생성 제어부; 및
상기 상품을 구매한 구매자들을 대상으로 상기 쇼핑몰 서비스상품 생성 제어부에 의해 생성된 쇼핑몰 서비스상품에 대한 추첨을 수행하고 이를 분배하는 쇼핑몰 서비스상품 추첨 제어부;를 구비하는 쇼핑몰 시스템을 구비하는 서비스 플랫폼.

[청구항 2] 제 1 항에 있어서,
상기 쇼핑몰 서비스상품 생성 제어부는,
특정 상품 판매 시, 해당 상품에 대한 누적 판매 수량과 쇼핑몰 서비스상품 발생 필요수량을 비교하여 쇼핑몰 서비스상품을 생성하는 쇼핑몰 서비스상품 생성부 및
소정 기간 동안 생성된 쇼핑몰 서비스상품을 시간대별로 분배하는 쇼핑몰 서비스상품 분배부를 더 포함하는 서비스 플랫폼.

[청구항 3] 제 1 항에 있어서,
상기 쇼핑몰 서비스상품 추첨 제어부는,
각 구매자별 당첨 확률을 연산하는 구매자별 확률 연산부를 포함하고,
상기 구매자별 확률 연산부는 각 구매자의 고정 IP사용 여부, 등록된 위치정보 장소에서의 사용 여부 또는 보너스 위치정보에 단말 등록 여부를 판단한 후, 상품광고제공 및 특별한 상품을 구매 또는 응모가능하고, 재화 유통을 위한 전자인증서를 유/무료 및 다양한 할인 혜택으로 제공할 수 있으며,
기본 응모권 보유 여부, 고정 IP사용 여부, 등록된 위치정보 장소에서의 사용 여부 및 강화 응모권 보유 여부 중 하나 이상의 데이터에 기반하여 각 구매자별 당첨 확률을 연산하고,
상기 쇼핑몰 서비스상품 추첨 제어부는,
추첨을 위한 시드 스트링(seed string)을 생성하는 시드 스트링(seed string) 생성부와,
상기 구매자별 당첨 확률에 해당하는 상기 시드 스트링을 추출하고, 이를 이용하여 해당 구매자의 당첨 여부를 판단하는 추첨 실행부를 더 포함하고,

상기 시드 스트링은 전체가 0으로 채워진 제1 스트링과, 전체가 1로 채워진 제2 스트링의 임의의 위치가 교환되어 생성되는 것을 특징으로 하는 서비스 플랫폼.

[청구항 4] 상품 홍보에 따라 홍보경품상품을 제공하는 상품홍보 시스템을 구비하는 서비스 플랫폼에 있어서,
제품의 홍보를 원하는 판매자의 단말기로부터 수신한 홍보상품을 상기 상품홍보 시스템에 등록하고 이를 관리하는 홍보상품 관리부;
홍보를 수행하고자 하는 구매자의 단말기로부터 홍보대상자를 수신하여, 상기 홍보대상자에게 소정의 홍보 메세지를 전송하는 홍보 메시지 관리부;
홍보를 수행하고자 하는 구매자가 보유한 포인트를 관리하며, 상기 홍보 메세지 전송 시 소정의 포인트를 차감하는 포인트 관리부;
상기 구매자의 홍보상품경품에 대한 당첨 여부를 결정하는 홍보상품경품 추첨점수를 관리하는 홍보상품경품 추첨점수 관리부; 및
상기 홍보상품경품 추첨점수 관리부에서 추출한 홍보상품경품 추첨점수를 토대로 상기 구매자에 대한 당첨 여부를 결정하는 홍보상품경품 당첨 제어부;를 포함하는 서비스 플랫폼.

[청구항 5] 제 4 항에 있어서,
상기 상품홍보 메세지의 전달 경로의 길이(항수)에 따라 상기 구매자로부터 차감하는 차감 포인트 및 상기 홍보상품경품 추첨점수가 차등화되거나 또는 동일하거나 또는 난수에 의해 결정되고,
상기 차감 포인트는, 상기 항수가 증가함에 따라 기 설정된 초항값으로부터 일정 간격으로 감소하고,
상기 항수의 최대값이 기 설정되어 있는 것을 특징으로 하는 서비스 플랫폼.

[청구항 6] 제 5 항에 있어서,
상기 홍보상품경품 추첨점수 관리부는,
상기 차감 포인트 중 상기 홍보상품경품 추첨점수로 사용될 포인트의 누적 값인 순차 포인트 및
상기 순차 포인트의 역순인 역순 포인트를 연산하고
상기 홍보 메시지가 구매자들간에 전달될 때마다 상기 전달에 따른 차감 포인트, 순차 포인트, 역순 포인트가 저장되고,
상기 항수가 최대값에 도달할 때까지 상기 순차 포인트 및 상기 역순 포인트는 가변하고,

상기 구매자 단말기상에서 상기 홍보 메시지에 포함된 광고가 시청된 이후에, 상기 역순 포인트가 상기 홍보상품경품 추첨점수에 합산되는 것을 특징으로 하는 서비스 플랫폼.

[청구항 7] 제 4 항에 있어서,
상기 홍보상품경품 당첨 제어부는 소정의 기간동안 각각의 구매자가 얻은 홍보상품경품 추첨점수의 총합 순으로 구매자에 대한 상기 홍보상품경품의 당첨 여부를 결정하고,
상기 홍보상품경품 당첨 제어부에서 상기 구매자에 대한 당첨 여부를 결정한 이후, 상기 홍보상품경품 추첨점수를 토대로 구매자에게 소정의 당첨 확률의 쿠폰을 발급하는 쿠폰 발급 제어부를 더 포함하고,
상기 쿠폰 발급 제어부는 전체 구매자의 상기 홍보상품경품 추첨점수의 분포가 정규분포를 따른다고 가정하여, 개별 구매자의 당첨 확률이 표기된 쿠폰을 발행하고 그 당첨 확률을 연산하는 것을 특징으로 하는 서비스 플랫폼.

[청구항 8] 판매실적에 따라 서비스상품을 제공하는 쇼핑몰 시스템을 구비하는 서비스 제공 방법에 있어서,
상품판매 제어부에 의해 상기 쇼핑몰 시스템 상에서의 상품 판매 및 구매가 수행되는 단계;
상기 특정 상품 판매 시, 쇼핑몰 서비스상품 생성 제어부에 의해 해당 상품의 판매 실적에 따라 소정의 쇼핑몰 서비스상품이 생성되는 단계; 및
쇼핑몰 서비스상품 추첨 제어부에 의해, 상기 상품을 구매한 구매자들을 대상으로 상기 생성된 쇼핑몰 서비스상품에 대한 추첨을 수행하고 이를 분배하는 단계;를 구비하는 쇼핑몰 시스템을 구비하는 서비스 제공 방법.

[청구항 9] 제 8 항에 있어서,
상기 쇼핑몰 서비스상품이 생성되는 단계는,
특정 상품 판매 시, 해당 상품에 대한 누적 판매 수량과 쇼핑몰 서비스상품 발생 필요수량을 비교하여 쇼핑몰 서비스상품을 생성하는 단계를 포함하고,
상기 쇼핑몰 서비스상품이 생성되는 단계는,
소정 기간 동안 생성된 쇼핑몰 서비스상품을 시간대별로 분배하는 단계를 더 포함하는 서비스 제공 방법.

[청구항 10] 제 8 항에 있어서,
상기 쇼핑몰 서비스상품에 대한 추첨을 수행하는 단계는,
각 구매자의 기본 응모권 보유 여부, 고정 IP 사용 여부, 등록된 위치정보 장소에서의 사용 여부, 보너스 위치정보에 단말 등록

여부 및 강화 응모권 보유 여부 중 하나 이상의 데이터에 기반하여 각 구매자별 당첨 확률을 연산하고,
상기 쇼핑몰 서비스상품에 대한 추첨을 수행하는 단계는,
추첨을 위한 시드 스트링(seed string)을 생성하는 단계와,
상기 구매자별 당첨 확률에 해당하는 상기 시드 스트링을 추출하고, 이를 이용하여 해당 구매자의 당첨 여부를 판단하는 단계를 더 포함하고,
상기 시드 스트링은 전체가 0으로 채워진 제1 스트링과, 전체가 1로 채워진 제2 스트링의 임의의 위치가 교환되어 생성되는 것을 특징으로 하는 서비스 제공 방법.

[청구항 11] 상품 홍보에 따라 홍보경품상품을 제공하는 상품홍보 시스템을 구비하는 서비스 제공 방법에 있어서,
홍보상품 관리부에 의해, 제품의 홍보를 원하는 판매자의 단말기로부터 수신한 홍보상품을 상기 상품홍보 시스템에 등록하고 이를 관리하는 단계;
홍보 메시지 관리부에 의해, 홍보를 수행하고자 하는 구매자의 단말기로부터 홍보대상자를 수신하여, 상기 홍보대상자에게 소정의 홍보 메세지를 전송하는 단계;
포인트 관리부에 의해, 상기 홍보 메세지 전송 시 홍보를 수행하고자 하는 구매자로부터 소정의 포인트를 차감하는 단계;
홍보상품경품 추첨점수 관리부에 의해, 상기 구매자의 홍보상품경품에 대한 당첨 여부를 결정하는 홍보상품경품 추첨점수를 연산하는 단계; 및
홍보상품경품 당첨 제어부에 의해, 상기 연산된 홍보상품경품 추첨점수를 토대로 상기 구매자에 대한 당첨 여부를 결정하는 단계;를 포함하는 서비스 제공 방법.

[청구항 12] 제 11 항에 있어서,
상기 상품홍보 메세지의 전달 경로의 길이(항수)에 따라 상기 구매자로부터 차감하는 차감 포인트 및 상기 홍보상품경품 추첨점수가 차등화되거나 또는 동일하거나 또는 난수에 의해 결정되고,
상기 차감 포인트는, 상기 항수가 증가함에 따라 기 설정된 초항값으로부터 일정 간격으로 감소하고, ,
상기 항수의 최대값이 기 설정되어 있는 것을 특징으로 하는 서비스 제공 방법.

[청구항 13] 제 12 항에 있어서,
상기 홍보상품경품 추첨점수를 연산하는 단계는,
상기 차감 포인트 중 상기 홍보상품경품 추첨점수로 사용될

포인트의 누적 값인 순차 포인트 및
상기 순차 포인트의 역순인 역순 포인트를 연산하고
상기 홍보 메시지가 구매자들간에 전달될 때마다 상기 전달에 따른 차감 포인트, 순차 포인트, 역순 포인트가 저장되고,
상기 항수가 최대값에 도달할 때까지 상기 순차 포인트 및 상기 역순 포인트는 가변하고,
상기 구매자 단말기상에서 상기 홍보 메시지에 포함된 광고가 시청된 이후에, 상기 역순 포인트가 상기 홍보상품경품 추첨점수에 합산되는 것을 특징으로 하는 서비스 제공 방법.

[청구항 14] 제 11 항에 있어서,
상기 구매자에 대한 당첨 여부를 결정하는 단계는,
소정의 기간동안 각각의 구매자가 얻은 홍보상품경품 추첨점수의 총합 순으로 구매자에 대한 상기 홍보상품경품의 당첨 여부를 결정하는 것을 특징으로 하는 서비스 제공 방법.

[청구항 15] 제 11 항에 있어서,
상기 구매자에 대한 당첨 여부를 결정하는 단계 이후,
상기 홍보상품경품 추첨점수를 토대로 구매자에게 소정의 당첨 확률이 표기된 쿠폰을 발급하는 단계;를 더 포함하는 서비스 제공 방법.

[청구항 16] 제 15 항에 있어서,
상기 쿠폰을 발급하는 단계는,
전체 구매자의 상기 홍보상품경품 추첨점수의 분포가 정규분포를 따른다고 가정하여, 개별 구매자의 당첨 확률을 연산하는 것을 특징으로 하는 서비스 제공 방법.

[청구항 17] 상품 홍보에 따라 홍보경품상품을 제공하는 상품홍보 시스템을 구비하는 서비스 플랫폼에 있어서,
구매자의 홍보상품경품에 대한 당첨 여부를 결정하는 기 설정된 소정의 홍보상품경품 추첨점수를 관리하는 홍보상품경품 추첨점수 관리부; 및
상기 홍보상품경품 추첨점수를 토대로 구매자에게 소정의 당첨 확률의 쿠폰을 발급하는 쿠폰 발급 제어부;를 포함하고,
상기 쿠폰 발급 제어부는 전체 구매자의 상기 홍보상품경품 추첨점수의 분포가 정규분포를 따른다고 가정하여, 개별 구매자의 당첨 확률이 표기된 광고쿠폰을 발행하고 그 당첨 확률을 연산하는 것을 특징으로 하는 서비스 플랫폼.

[청구항 18] 상품 홍보에 따라 홍보경품상품을 제공하는 상품홍보 시스템을 구비하는 서비스 제공 방법에 있어서,
홍보상품경품 추첨점수 관리부에 의해, 상기 구매자의

홍보상품경품에 대한 당첨 여부를 결정하는 기 설정된 소정의 홍보상품경품 추첨점수를 연산하는 단계; 및

상기 홍보상품경품 추첨점수를 토대로 구매자에게 소정의 당첨 확률이 표기된 광고쿠폰을 발급하는 단계;를 포함하고,

상기 쿠폰을 발급하는 단계는,

전체 구매자의 상기 홍보상품경품 추첨점수의 분포가 정규분포를 따른다고 가정하여, 개별 구매자의 당첨 확률을 연산하는 것을 특징으로 하는 서비스 제공 방법.