ÖZET

BÜTÜNLEŞİK BİR REKLAM VE TANITIM SİSTEMİ

Bu buluş, firmaların perakende servis/ürünleri için reklam/tanıtım kayıtları oluşturmalarına, operatörler gibi hedef kitle sahibi firmaların oluşturulan reklam/tanıtım kayıtlarına erişim sağlayarak reklam/tanıtımları sahip oldukları hedef kitleye sunmalarına ve hedef kitlenin ilgilendikleri reklam/tanıtım markalarını ve kanallarını belirlemelerine olanak tanıyan bütünleşik bir reklam/tanıtım sistemi (1) ile ilgilidir. Buluş konusu sistem (1); müşteri erişim cihazı (2), firma erişim birimi (3), hedef kitle servis birimi (4), reklam/tanıtım kabul birimi (5), reklam/tanıtım yönetim biriminden (6) oluşmaktadır.

İSTEMLER

1. Reklam/tanıtım kayıtlarının alınmasını ve potansiyel hedef kitlelere dağıtımını gerçekleştiren;

- müşterinin (M) etkileşim halinde olduğu, içerdiği arayüz ile müşterinin (M) marka ve reklam/tanıtım kanalı tercih girdilerini alan ve ilgili birimlere ileten ve müşterinin (M) tercihleri doğrultusunda aldığı reklam/tanıtım içeriklerinin müşteriye (M) gösterimini gerçekleştiren en az bir müşteri erişim cihazı (2),
- firmanın yetkilendirdiği firma yetkilisinin (F) firma bilgileri, reklam/tanıtım bilgileri ve hedef kitle bilgilerini girdi oluşturduğu ve/veya var olan reklam/tanıtım bilgilerini görüntülediği ve reklam/tanıtımın hedef kitleye ulaşması için aksiyon tercihlerini belirlediği en az bir firma erişim birimi (3) **içeren** ve
- firma erişim birimi (3) ile iletişim halinde, firma yetkilisinin (F) firma erişim birimi (3) vasıtasıyla müşteriye (M) reklam/tanıtım sunulması için oluşturulan aksiyon tercihlerini alan ve aldığı aksiyon tercihleri doğrultusunda müşteriye (M) aksiyon tercihleri dahilinde yer alan reklam/tanıtım içeriğini belirli iletim kanalı üzerinden ileten en az bir hedef kitle servis birimi (4),
- satış perakende sektöründeki firmanın yetkilendirdiği firma yetkilisinin (F) etkileşim halinde olduğu firma erişim cihazı (3) ile iletişim halinde olup; firma yetkilisinin (F) girdi oluşturduğu firma bilgilerini ve iletim kanalına özgün olarak oluşturulan reklam/tanıtım içeriğini içeren reklam/tanıtım bilgilerini alan ve kayıt altında tutan en az bir reklam/tanıtım kabul birimi (5),
- hedef kitle servis birimi (4) ve reklam/tanıtım kabul birimi (5) ile iletişim halinde, hedef kitle servis birimi (4) ve reklam/tanıtım kabul birimi (5) arasında entegrasyon sağlayarak ilgili birimlerin firma yetkililerinden aldıkları tercihler doğrultusunda ilettikleri

bilgi ve aksiyon isteklerini çözümleyip gerekli bilgilerin iletilmesini ve aksiyonların gerçekleştirilmesini yöneten en az bir reklam/tanıtım yönetim birimi (6) ile **karakterize edilen** bir sistem (1).

2. Hedef kitle servis biriminin (4) müşteri (M) tercihleri doğrultusunda SMS, WAP push mesajı üzerinden iletim kanalına uygun olarak ilettiği reklam/tanıtım içeriğinin müşteriye (M) gösterimini sağlayan bir arayüz içeren müşteri erişim cihazı (2) ile karakterize edilen İstem 1'deki gibi bir sistem (1).

3. Firma yetkililerinin (F) reklam/tanıtım kanalını seçebilmelerine ve reklam tanıtım kanalına uygun içerik girdileri oluşturmalarına olanak tanıyan bir arayüz içeren firma erişim birimi (3) ile karakterize edilen İstem 2'deki gibi bir sistem (1).

4. Firma yetkilisinin (F) gösterimini sağladığı reklam/tanıtım bilgileri doğrultusunda müşteriye (M) yönelik reklam/tanıtım aksiyon tercihleri oluşturmasına olanak veren firma erişim birimi (3) ile karakterize edilen İstem 2 veya İstem 3'teki gibi bir sistem (1).

5. Müşteri erişim cihazından (2) müşterinin (M) ilgilendiği marka, kategori ve reklam/tanıtım iletim kanalı tercihlerini alan ve kayıt altında tutan hedef kitle servis birimi (4) ile karakterize edilen önceki istemlerden herhangi birindeki gibi bir sistem (1).

6. Firma erişim biriminden (3) istek oluşturulması durumunda, reklam/tanıtım yönetim biriminden (6) istek detayları doğrultusunda halihazırda var olan reklam/tanıtım bilgilerini alan, firma erişim birimine (3) ileten, firma erişim birimine (3) ilettiği müşteri (M) tercih bilgileri ve reklam/tanıtım bilgileri doğrultusunda firma yetkilisinin (F) müşteriye (M) ve/veya müşterilere

sunulmak üzere belirlediği reklam/tanıtım aksiyon tercihlerini alan hedef kitle servis birimi (4) ile karakterize edilen İstem 5'teki gibi bir sistem (1).

7. Aldığı reklam/tanıtım müşteri (M) tercih ilişkilerini ve iletim kanalı bilgilerini içeren aksiyon tercihleri doğrultusunda iletişim halinde olduğu iletim kanalları üzerinden belirlenmiş zamanlarda reklam/tanıtım işlemlerini geçekleştiren hedef kitle servis birimi (4) ile karakterize edilen İstem 6'daki gibi bir sistem (1).

8. Hedef kitle sahibi firmanın müşterilerine ulaşmak için kullandığı iletişim kanallarına ait yönetim birimleri ile entegrasyon halinde olan, reklam/tanıtım aksiyon tercihleri doğrultusunda ilgili iletişim kanalı ile iletişime geçen ve reklam/tanıtım işlemini gerçekleştiren hedef kitle servis birimi (4) ile karakterize edilen İstem 6'daki gibi bir sistem (1).

9. Hedef kitle sahibi firmanın müşteri erişim cihazının (2) konum bilgisini takip eden birimleri ile entegrasyon halinde olup; müşteri (M) tercihleri ve/veya reklam/tanıtım bilgileri içeriği doğrultusunda reklam/tanıtım işlemini müşterinin (M) belirli konuma veya konumlara ulaştığında gerçekleştiren hedef kitle servis birimi (4) ile karakterize edilen İstem 5 veya İstem 6'daki gibi bir sistem (1).

10. Müşteri erişim cihazı (2) üzerinde çalışan ve hedef kitle sahibi firmanın sağladığı bir API içeren bir uygulama vasıtasıyla müşteri erişim cihazı (2) ile etkileşimini gerçekleştiren hedef kitle servis birimi (4) ile karakterize edilen önceki istemlerden herhangi birindeki gibi bir sistem (1).

11. Firma kayıt işleminde firma bilgileri olarak kurumsal bilgileri, şube adres, iletişim ve konum bilgileri ve ürün/ürün kategori bilgilerini alan reklam/tanıtım kabul birimi (5) ile karakterize edilen İstem 10'daki gibi bir sistem (1).

12. Firma yetkilisinin (F) önceden oluşturulan reklam/tanıtım bilgilerini düzenlemesine olanak tanıyan reklam/tanıtım kabul birimi (5) ile karakterize edilen İstem 11'deki gibi bir sistem (1).

13. Reklam/tanıtım yönetim biriminin (6) istekte bulunması durumunda firma bilgileri ile birlikte firma ile ilişkilendirilmiş bütün reklam/tanıtım bilgilerini ve/veya içerik veya iletim kanalına göre belirli bir kategorideki reklam/tanıtım bilgilerini reklam/tanıtım yönetim birimine (6) ileten reklam/tanıtım kabul birimi (5) ile karakterize edilen İstem 12'deki gibi bir sistem (1).

14. Firma erişim birimi (3) ile iletişimini web tabanlı ve/veya mobil tabanlı bir uygulama üzerinden gerçekleştiren reklam/tanıtım kabul birimi (5) ile karakterize edilen önceki istemlerden herhangi birindeki gibi bir sistem (1).

15. Birden fazla hedef kitle servis birimi (4) ile iletişim kurabilmesine olanak tanıyan bir arayüz içeren reklam/tanıtım yönetim birimi (6) ile karakterize edilen İstem 14'teki gibi bir sistem (1).

16. Hedef kitle servis birim(ler)i (4) ile bir API içeren web servis üzerinden iletişim kuran reklam/tanıtım yönetim birimi (6) ile karakterize edilen İstem 15'teki gibi bir sistem (1).

17. Hedef kitle servis birimine (4) ilettiği reklam/tanıtım bilgilerinin hedef kitle sahibi firma yetkilisi (F) tarafından uygulanmak üzere onaylanması ve daha sonra uygulama sürecini takip eden, reklam/tanıtımın hedef kitleye ulaştırılması süresince reklam/tanıtımın gösterildiği müşteri (M) sayısı gibi istatistikleri tutan ve ilgili istatistikler üzerinden oluşturduğu rapor bilgilerini kayıt altına alan reklam/tanıtım yönetim birimi (6) ile karakterize edilen İstem 16'daki gibi bir sistem (1).

18. Reklam/tanıtım istatistikleri için reklam/tanıtım oluşturan firmaların satış şubelerinden satış bilgilerini alan ve reklam/tanıtım etkisinin değerlendirilmesinde kullanan reklam/tanıtım yönetim birimi (6) ile karakterize edilen İstem 17'deki gibi bir sistem (1).

TARİFNAME

BÜTÜNLEŞİK BİR REKLAM VE TANITIM SİSTEMİ

Teknik Alan

Bu buluş, firmaların perakende servis/ürünleri için reklam/tanıtım kayıtları oluşturmalarına, operatörler gibi hedef kitle sahibi firmaların oluşturulan reklam/tanıtım kayıtlarına erişim sağlayarak reklam/tanıtımları sahip oldukları hedef kitleye sunmalarına ve hedef kitlenin ilgilendikleri reklam/tanıtım markalarını ve kanallarını belirlemelerine olanak tanıyan bütünleşik bir reklam/tanıtım sistemi ile ilgilidir.

Önceki Teknik

Günümüzde servis/ürün geliştiren firmalar daha geniş kitlelere ulaşmak için reklam/tanıtımlar düzenlemektedir. Firmalar düzenledikleri reklam/tanıtımları müşterilere ulaştırmak için ise farklı hedef kitlelerine ulaşmak için kanallar oluşturmaya çalıştırmaktadırlar. Bu bağlamda, GSM (Global System for Mobile Communications – Mobil İletişim İçin Küresel Sistem) operatörleri gibi halihazırda belirli bir hedef kitleye sahip firmaların altyapısı üzerinden reklam/tanıtım gerçekleştirmek için ilgili firmalar ile anlaşmalar gerçekleştirmektedirler.

Tekniğin bilinen durumunda yer alan yaygın kullanımda, servis/ürün sahibi firmalar hedef kitle sahibi firmalar ile genellikle belirli bir veya birkaç reklam/tanıtım kampanyası üzerinden anlaşmalar yapmaktadırlar. Her bir kampanya için ayrı ayrı anlaşma yapmanın yanı sıra manuel olarak yürütülen anlaşma sürecinin uzaması servis/ürün sahibi firma için zorluk oluşturmaktadır. Bu durum, yaptığı servis/ürün tanıtımı anlaşmaları ile gelir elde etmekte olan

hedef kitle sahibi firmalar için olumsuzluk doğurmaktadır. Anlaşmanın iki tarafı için de uzun ve maddi kayıplar getiren bu sürecin iyileştirilmesini sağlayan çözümler gerekmektedir.

Bunun yanı sıra hedef kitle açısından bakıldığında ise farklı marka ve firmalardan ilgi alanları gözetilmeden reklam/tanıtıma maruz kalma söz konusudur. Hedef kitle sahibi firmaların yaptıkları anlaşmalara göre hedef kitleye sundukları reklam/tanıtımlar rahatsız edici boyutlara ulaşmaktadır. Bu durum hedef kitle sahibi firmalar için dolaylı olarak müşteri memnuniyetsizliğinden kaynaklanan kayıplara neden olmaktadır.

Bu sebeplerden reklam veren firmalar için reklam/tanıtım sürecini kolaylaştıran ve ilgili müşterilere ulaşmalarını sağlayan, hedef kitle sahibi firmalar için müşteri odaklı reklam/tanıtımlar ile müşteri memnuniyetsizliğinin önüne geçen ve müşterilerin ilgili oldukları alanlarda belirledikleri marka ve servis/ürünler doğrultusunda reklam/tanıtımlar almalarını sağlayarak verimli bir reklam/tanıtım süreci sağlayan bütünleşik bir sisteme ihtiyaç duyulmaktadır.

Tekniğin bilinen durumunda yer alan US2016098742 sayılı Birleşik Devletler patent dokümanında, kullanıcıların ağ bağlantıları ve SMS (Short Message Service – Kısa Mesaj Servisi) kullanımı üzerinden konumunu ve ilgi alanlarını belirleyen ve belirlediği bu bilgiler doğrultusunda kullanıcılara kampanya bildirimi gerçekleştiren bir sistemden bahsedilmektedir.

Buluşun Kısa Açıklaması

Bu buluşun amacı, firmaların servis/ürünlerine ait reklam/tanıtımlarını hazırlayıp kaydetmelerine ve hedef kitle sahibi firmaların kayıtlı reklam/tanıtımlara erişim sağlayarak hedef kitleye sunmalarına olanak tanıyan bir sistem gerçekleştirmektir.

Bu buluşun bir diğer amacı, müşterilerin ilgi duydukları markaları ve reklam/tanıtım kanallarını belirlemelerine ve tercihleri doğrultusunda reklam/tanıtım içerikleri almalarına olanak sağlayan bir sistem gerçekleştirmektir.

Buluşun Ayrıntılı Açıklaması

Bu buluşun amacına ulaşmak için gerçekleştirilen "Bütünleşik Bir Reklam ve Tanıtım Sistemi" ekli şekilde gösterilmiş olup, bu şekil;

Şekil-1 Buluş konusu sistemin şematik blok diyagramıdır.

Şekilde yer alan parçalar tek tek numaralandırılmış olup, bu numaraların karşılıkları aşağıda verilmiştir.

1. Sistem
2. Müşteri erişim cihazı
3. Firma erişim birimi
4. Hedef kitle servis birimi
5. Reklam/tanıtım kabul birimi
6. Reklam/tanıtım yönetim birimi

M: Müşteri
F: Firma yetkilisi

Reklam/tanıtım kayıtlarının alınmasını ve potansiyel hedef kitlelere dağıtımını gerçekleştiren buluş konusu sistem (1);

- müşterinin (M) etkileşim halinde olduğu, içerdiği arayüz ile müşterinin (M) marka ve reklam/tanıtım kanalı tercih girdilerini alan ve ilgili birimlere ileten ve müşterinin (M) tercihleri doğrultusunda aldığı

reklam/tanıtım içeriklerinin müşteriye (M) gösterimini gerçekleştiren en az bir müşteri erişim cihazı (2),

- firmanın yetkilendirdiği firma yetkilisinin (F) firma bilgileri, reklam/tanıtım bilgileri ve hedef kitle bilgilerini girdi oluşturduğu ve/veya var olan reklam/tanıtım bilgilerini görüntülediği ve reklam/tanıtımın hedef kitleye ulaşması için aksiyon tercihlerini belirlediği en az bir firma erişim birimi (3),
- firma erişim birimi (3) ile iletişim halinde, firma yetkilisinin (F) firma erişim birimi (3) vasıtasıyla müşteriye (M) reklam/tanıtım sunulması için oluşturulan aksiyon tercihlerini alan ve aldığı aksiyon tercihleri doğrultusunda müşteriye (M) aksiyon tercihleri dahilinde yer alan reklam/tanıtım içeriğini belirli iletim kanalı üzerinden ileten en az bir hedef kitle servis birimi (4),
- satış perakende sektöründeki firmanın yetkilendirdiği firma yetkilisinin (F) etkileşim halinde olduğu firma erişim cihazı (3) ile iletişim halinde olup; firma yetkilisinin (F) girdi oluşturduğu firma bilgilerini ve iletim kanalına özgün olarak oluşturulan reklam/tanıtım içeriğini içeren reklam/tanıtım bilgilerini alan ve kayıt altında tutan en az bir reklam/tanıtım kabul birimi (5),
- hedef kitle servis birimi (4) ve reklam/tanıtım kabul birimi (5) ile iletişim halinde, hedef kitle servis birimi (4) ve reklam/tanıtım kabul birimi (5) arasında entegrasyon sağlayarak ilgili birimlerin firma yetkililerinden aldıkları tercihler doğrultusunda ilettikleri bilgi ve aksiyon isteklerini çözümleyip gerekli bilgilerin iletilmesini ve aksiyonların gerçekleştirilmesini yöneten en az bir reklam/tanıtım yönetim birimi (6) içermektedir. (Şekil-1)

Buluş konusu sistemde (1) yer alan müşteri erişim cihazı (2), müşterinin (M) etkileşim halinde olup tercih girdilerini belirlediği ve reklam/tanıtımları görüntülediği birimdir. Müşteri erişim cihazı (2), hedef kitle servis birimi (4) ile

iletişim halindedir. Müşteri erişim cihazı (2), sunduğu arayüz vasıtasıyla müşterinin (M) ilgilendiği marka, kategori ve reklam/tanıtım kanalı tercihlerini girdi oluşturmasına olanak tanımaktadır. Müşteri erişim cihazı (2), müşteriden (M) aldığı tercih girdilerini hedef kitle servis birimine (4) iletmektedir.

Müşteri erişim cihazı (2), hedef kitle servis biriminin (4) müşteri (M) tercihleri doğrultusunda SMS, WAP (Wireless Application Protocol – Kablosuz Uygulama Protokolü) push mesajı gibi belirli bir kanal üzerinden iletim kanalına uygun olarak ilettiği reklam/tanıtım içeriğinin müşteriye (M) gösterimini sağlayan bir arayüz içermektedir. Buluşun bir uygulamasında müşteri erişim cihazı (2), telefon, tablet gibi bir elektronik cihazdır.

Buluş konusu sistemde (1) yer alan firma erişim birimi (3), perakende satış firmalarının ve hedef kitle sahibi firmaların görevlendirdikleri firma yetkililerinin (F) etkileşim halinde olduğu birimdir. Perakende satış firmaları adına firma yetkilisi (F) firma erişim biriminin (3) içerdiği arayüz vasıtasıyla firma bilgileri ile firma kaydı oluşturma isteği oluşturmaktadır. Firma erişim birimi (3), firma yetkilisinin (F) oluşturduğu kayıt isteğini reklam/tanıtım kabul birimine (5) iletmekte ve reklam/tanıtım kabul biriminden (5) aldığı kayıt işlemi sonuç bilgisini firma yetkilisine göstermektedir. Firma erişim birimi (3), kayıt işlemi tamamlanan firma yetkililerinin (F) firmanın belirlediği iletim kanallarına uygun olarak reklam/tanıtım içeriklerini girdi oluşturmasına olanak tanımaktadır. Buluşun tercih edilen uygulamasında firma erişim birimi (3), firma yetkililerinin (F) reklam/tanıtım kanalını seçebilmelerine ve reklam tanıtım kanalına uygun içerik girdileri oluşturmalarına olanak tanıyan bir arayüz içermektedir. Firma erişim birimi (3), firma yetkilisinden aldığı reklam/tanıtım bilgilerini reklam/tanıtım kabul birimine (5) iletmektedir.

Hedef kitle firmaları adına firma yetkilisi (F) firma erişim biriminin (3) içerdiği arayüz vasıtasıyla firma bilgileri ile firma kaydı isteği oluşturmasına olanak

tanımakta ve firma kaydı isteğini hedef kitle servis birimine (4) iletmektedir. Firma erişim birimi (3), kayıt işlemi tamamlanan firma yetkililerinin (F) müşteri (M) reklam/tanıtım tercihlerini ve ilgili tercihler doğrultusunda müşteriye (M) sunabilecekleri reklam/tanıtım bilgilerini görüntülemek üzere istek oluşturmasına olanak tanımaktadır. Firma erişim birimi (3), firma yetkililerinin (F) ilgili isteklerini hedef kitle servis birimine (4) iletmekte ve hedef kitle servis biriminin (4) ilettiği bilgilerin firma yetkilisine gösterimini sağlamaktadır. Firma erişim birimi (3), firma yetkilisinin (F) gösterimini sağladığı reklam/tanıtım bilgileri doğrultusunda müşteriye (M) yönelik reklam/tanıtım aksiyon tercihleri oluşturmasına olanak vermektedir.

Buluş konusu sistemde (1) yer alan hedef kitle servis birimi (4), hedef kitle sahibi firma yetkilisinin (F) etkileşim halinde olduğu firma erişim birimi (3) ile iletişim halinde olan birimdir. Hedef kitle servis birimi (4), müşteri erişim cihazından (2) müşterinin (M) ilgilendiği marka, kategori ve reklam/tanıtım iletim kanalı tercihlerini almakta ve kayıt altında tutmaktadır. Hedef kitle servis birimi (4), firma yetkilisinin (F) firma erişim birimi (3) vasıtasıyla istek oluşturması durumunda ilgili müşteri (M) tercihlerini firma erişim birimine (3) iletmektedir.

Firma erişim biriminden (3) istek oluşturulması durumunda hedef kitle servis birimi (4), reklam/tanıtım yönetim biriminden (6) istek detayları doğrultusunda halihazırda var olan reklam/tanıtım bilgilerini almakta ve firma erişim birimine (3) iletmektedir. Hedef kitle servis birimi (4), firma erişim birimine (3) ilettiği müşteri (M) tercih bilgileri ve reklam/tanıtım bilgileri doğrultusunda firma yetkilisinin (F) müşteriye (M) ve/veya müşterilere sunulmak üzere belirlediği reklam/tanıtım aksiyon tercihlerini almaktadır. Hedef kitle servis birimi (4), aldığı reklam/tanıtım müşteri (M) tercih ilişkilerini ve iletim kanalı bilgilerini içeren aksiyon tercihleri doğrultusunda iletişim halinde olduğu iletim kanalları üzerinden belirlenmiş zamanlarda reklam/tanıtım işlemlerini geçekleştirmektedir. Buluşun tercih edilen uygulamasında hedef kitle servis birimi (4), hedef kitle sahibi

firmanın müşterilerine ulaşmak için kullandığı iletişim kanallarına ait yönetim birimleri ile entegrasyon halinde olup; reklam/tanıtım aksiyon tercihleri doğrultusunda ilgili iletişim kanalı ile iletişime geçmekte ve reklam/tanıtım işlemini gerçekleştirmektedir.

Buluşun bir uygulamasında hedef kitle servis birimi (4), hedef kitle sahibi firmanın müşteri erişim cihazının (2) konum bilgisini takip eden birimleri ile entegrasyon halinde olup; müşteri (M) tercihleri ve/veya reklam/tanıtım bilgileri içeriği doğrultusunda reklam/tanıtım işlemini müşterinin (M) belirli konuma veya konumlara ulaştığında gerçekleştirmektedir.

Buluşun bir uygulamasında hedef kitle servis birimi (4), müşteri erişim cihazı (2) üzerinde çalışan ve hedef kitle sahibi firmanın sağladığı bir API (Application Programming Interface – Uygulama Programlama Arayüzü) içeren bir uygulama vasıtasıyla müşteri erişim cihazı (2) ile etkileşimini gerçekleştirmektedir.

Buluş konusu sistemde (1) yer alan reklam/tanıtım kabul birimi (5), perakende satış firma yetkilisinin (F) etkileşim halinde olduğu firma erişim birimi (3) ve reklam/tanıtım yönetim birimi (6) ile iletişim halindedir. Reklam/tanıtım kabul birimi (5), firma yetkilisinin (F) firma bilgileri ile kayıt oluşturma isteği doğrultusunda firmanın kaydını gerçekleştirmekte ve firma bilgilerini kayıt altına almaktadır. Buluşun tercih edilen uygulamasında reklam/tanıtım kabul birimi (5), firma kayıt işleminde firma bilgileri olarak kurumsal bilgileri, şube adres, iletişim ve konum bilgileri ve ürün/ürün kategori bilgilerini almaktadır.

Reklam/tanıtım kabul birimi (5), kayıtlı firma yetkilisinin (F) firma adına oluşturduğu reklam/tanıtım bilgilerini almakta ve firma ile ilişkilendirerek kayıt altına almaktadır. Buluşun bir uygulamasında reklam/tanıtım bilgileri olarak reklam/tanıtım kabul birimi (5), reklam/tanıtımın hedef kitle kriterleri, reklam/tanıtım iletim kanalı (SMS, WAP push gibi) bilgisini ve iletim kanalına

uygun olarak oluşturulmuş reklam/tanıtım içeriğini almaktadır. Reklam/tanıtım kabul birimi (5), firma yetkilisinin (F) önceden oluşturulan reklam/tanıtım bilgilerini düzenlemesine olanak tanımaktadır. Reklam/tanıtım kabul birimi (5), reklam/tanıtım yönetim biriminin (6) istekte bulunması durumunda firma bilgileri ile birlikte firma ile ilişkilendirilmiş bütün reklam/tanıtım bilgilerini ve/veya içerik veya iletim kanalına göre belirli bir kategorideki reklam/tanıtım bilgilerini reklam/tanıtım yönetim birimine (6) iletmektedir.

Buluşun bir uygulamasında reklam/tanıtım kabul birimi (5), firma erişim birimi (3) ile iletişimini web tabanlı ve/veya mobil tabanlı bir uygulama üzerinden gerçekleştirmektedir.

Buluş konusu sistemde (1) yer alan reklam/tanıtım yönetim birimi (6), hedef kitle servis birimi (4) ve reklam/tanıtım kabul birimi (5) ile iletişim halindedir. Reklam/tanıtım yönetim birimi (6), hedef kitle servis biriminden (4) aldığı reklam/tanıtım isteklerini çözümlemekte ve reklam/tanıtım kabul birimi (5) üzerinde sorgu çalıştırarak reklam/tanıtım isteğine uygun reklam/tanıtımları belirlemektedir. Reklam/tanıtım yönetim birimi (6), belirlediği reklam/tanıtım bilgilerini hedef kitle servis birimine (4) iletmektedir.

Reklam/tanıtım yönetim birimi (6), birden fazla hedef kitle servis birimi (4) ile iletişim kurabilmesine olanak tanıyan bir arayüz içermektedir. Buluşun bir uygulamasında reklam/tanıtım yönetim birimi (6), hedef kitle servis birim(ler)i (4) ile bir API içeren web servis üzerinden iletişim kurmaktadır.

Reklam/tanıtım yönetim birimi (6), hedef kitle servis birimine (4) ilettiği reklam/tanıtım bilgilerinin hedef kitle sahibi firma yetkilisi (F) tarafından uygulanmak üzere onaylanması ve daha sonra uygulama sürecini takip etmekte ve reklam/tanıtımın hedef kitleye ulaştırılması süresince reklam/tanıtımın gösterildiği müşteri (M) sayısı gibi istatistikleri tutmakta ve ilgili istatistikler üzerinden

oluşturduğu rapor bilgilerini kayıt altına almaktadır. Buluşun bir uygulamasında reklam/tanıtım yönetim birimi (6), reklam/tanıtım istatistikleri için reklam/tanıtım oluşturan firmaların satış şubelerinden satış bilgilerini almakta ve reklam/tanıtım etkisinin değerlendirilmesinde kullanmaktadır.

Buluş konusu sistem (1) sayesinde, perakende satış gerçekleştiren firmalar ile kitle sahibi firmaların reklam/tanıtım oluşturulması ve dağıtımı işleminde ortak bir platformda buluşturulması işlemleri gerçekleştirilmektedir. Söz konusu sistemde (1) reklam/tanıtım gerçekleştirmek isteyen firmalar firma kayıtlarını oluşturmakta ve oluşturdukları kayıt üzerinden bir veya birden fazla reklam/tanıtım içeriğini firma ile ilişkilendirerek kayıt edebilmektedir. Firmalar reklam/tanıtım içeriği ile birlikte reklam/tanıtımın müşterilere ulaştırılmasını istedikleri kanal bilgisini ve hedef kitle kriterlerini belirleyebilmektedirler.

Söz konusu sistem (1) sayesinde banka ve telekomünikasyon firmaları gibi hedef kitle sahibi firmalar satış işlemi gerçekleştiren firmaların oluşturduğu reklam/tanıtım içerikleri içerisinden tercihlerde bulunarak hedef kitlelerine iletilebilecek reklam/tanıtımlar konusunda aksiyon alabilmektedirler. Perakende satış geçekleştiren firmaların reklam/tanıtım için belirledikleri tercihler doğrultusunda reklam/tanıtımın hedef kitleye ulaştırılması sağlanmaktadır. Söz konusu sistem (1) reklam/tanıtımın müşteriye ulaştırılması sürecini de takip ederek sürecin başarılı bir şekilde gerçekleştirilmesini ve ilgili istatistiklerin oluşturulmasını sağlamaktadır.

Söz konusu sistemde (1) ayrıca, müşterilere sunulan arayüz vasıtasıyla müşterilerin ilgilendikleri marka, ürün kategorisi ve reklam/tanıtım kanalı gibi tercihleri alınarak müşterilere ilgili tercihler doğrultusunda reklam/tanıtım sağlanmaktadır. Bu sayede reklam/tanıtımın tüm uçlarının bir arada yönetilebildiği ortak bir platform sağlanarak reklam tanıtım sürecinin firmalar

açısından daha kazançlı ve müşteriler açısından memnuniyetsizlikleri ortadan kaldıracak bir yapı oluşturulmaktadır.

Buluş konusu sistemin (1) çok çeşitli uygulamalarının geliştirilmesi mümkün olup, buluş burada açıklanan örneklerle sınırlandırılamaz, esas olarak istemlerde belirtildiği gibidir.

Şekil 1

