



УКРАЇНА

(19) UA (11) 20527 (13) U

(51) МПК (2006)

G09F 19/00

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ
І НАУКИ УКРАЇНИДЕРЖАВНИЙ ДЕПАРТАМЕНТ
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ
ВЛАСНОСТІОПИС
ДО ПАТЕНТУ
НА КОРИСНУ МОДЕЛЬвидається під
відповідальність
власника
патенту

(54) СПОСІБ ОРГАНІЗАЦІЇ РЕКЛАМИ

1

2

(21) u200609909

(22) 15.09.2006

(24) 15.01.2007

(46) 15.01.2007, Бюл. № 1, 2007 р.

(72) Танйу Ахмет

(73) ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДА-
ЛЬНІСТЮ "АСТЕЛІТ"

(57) Спосіб організації реклами, який включає формування бази даних абонентів телекомунікаційної мережі та розсилання рекламних повідомлень абонентів-рекламодавців на кінцеві пристрої зв'язку абонентів-одержувачів інформації з використанням телекомунікаційних пристроїв зв'язку, який **відрізняється** тим, що оператор/провайдер телекомунікацій формує базу даних для одержання і розсилання рекламних повідомлень та відеоінформації рекламного продукту за допомогою телекомунікаційних пристроїв зв'язку, абонент

телекомунікаційної мережі надсилає своє рекламне повідомлення та відеоінформацію до нього оператору/провайдеру телекомунікацій, оператор/провайдер аналізує зміст рекламної інформації, відфільтровує інформацію, яка суперечить публічному порядку, принципам гуманності і моралі, кодує рекламне повідомлення, заносить його у базу даних рекламних повідомлень і відраховує з рахунка абонента необхідну суму коштів за реєстрацію повідомлення, після чого розсилає рекламне повідомлення абонентам-одержувачам рекламних повідомлень, при цьому абонент телекомунікаційної мережі для одержання потрібної рекламної інформації звертається до оператора/провайдера телекомунікацій, який визначає код інформації та надсилає замовнику необхідну інформацію з бази даних рекламних повідомлень.

Корисна модель відноситься до способів організації реклами з використанням телекомунікаційних засобів зв'язку для передачі інформації від запам'ятовуючого пристрою оператора/провайдера телекомунікацій до кінцевих пристроїв абонентів і може бути використана для розсилання рекламних повідомлень.

Найбільш близьким по сукупності ознак до корисної моделі, що заявляється, є обраний як найближчий аналог спосіб організації реклами, який включає формування бази даних абонентів та розсилання рекламних повідомлень рекламодавців на кінцеві пристрої зв'язку абонентів з використанням телекомунікаційних засобів зв'язку. [Деклараційний патент України на винахід №48912, Публ. 15.08.2002].

Згідно найближчому аналогу, на кінцеві пристрої абонентів надходять рекламні повідомлення по вибраних ними тематиках, але при цьому абоненти не отримують зображення пропонованого рекламного продукту, а одержують тільки інформацію про його вартість, фірму виробника і т.д., тому така інформація про рекламний продукт не є вичерпною і достатньою для абонента, що

обмежує функціональні можливості відомого способу організації реклами.

В основу корисної моделі поставлено задачу вдосконалення способу організації реклами для розширення функціональних можливостей способу та можливості отримання абонентом телекомунікаційної мережі відеоінформації про рекламний продукт.

Поставлена задача досягається тим, що в способі організації реклами, який включає формування бази даних абонентів та розсилання рекламних повідомлень рекламодавців на кінцеві пристрої абонентів з використанням телекомунікаційних пристроїв зв'язку, згідно корисної моделі, оператор/провайдер телекомунікацій формує базу даних для одержання і наступного розсилання рекламних повідомлень та відеоінформації щодо рекламного продукту за допомогою телекомунікаційних пристроїв зв'язку, абонент телекомунікаційної мережі надсилає своє рекламне повідомлення та відеоінформацію до оператора/провайдера телекомунікацій, оператор/провайдер аналізує зміст рекламної інформації й одфільтровує інформацію, яка супер-

(13) U

(11) 20527

(19) UA

ечить публічному порядку, принципам гуманності і моралі, кодує рекламне повідомлення та заносить його у базу даних рекламних повідомлень, при цьому оператор/провайдер телекомунікацій відраховує з рахунка абонента телекомунікаційної мережі необхідну суму коштів за реєстрацію повідомлення, після чого направляє рекламне повідомлення на кінцевий пристрій абонентам-одержувачам рекламних повідомлень, при цьому абонент телекомунікаційної мережі для одержання потрібної рекламної інформації звертається до оператора/провайдера телекомунікацій, який визначає код інформації і надсилає замовнику потрібну інформацію з бази даних рекламних повідомлень.

Корисна модель дозволяє розширити можливості з отримання на кінцевий пристрій (мобільний телефон, термінал, модем) абонента телекомунікаційної мережі додаткової рекламної інформації у вигляді відеозображення з інформаційної бази даних оператора / провайдера телекомунікацій. В результаті потенційний покупець - абонент телекомунікаційної мережі отримує можливість одержувати відеозображення рекламного продукту на кінцевому пристрої, наприклад, екрані мобільного телефону.

Спосіб організації реклами реалізують наступним чином. За допомогою телекомунікаційних при-

строїв зв'язку оператор/провайдер телекомунікацій формує на сервері базу даних рекламних повідомлень та відеоінформації до них. Рекламодавець, який є абонентом телекомунікаційної мережі, надсилає своє рекламне повідомлення та відеоінформацію до нього оператору/провайдеру телекомунікацій. Оператор/провайдер аналізує зміст рекламної інформації й одфільтровує її, тобто виключає інформацію, яка суперечить публічному порядку, принципам гуманності і моралі. Якщо повідомлення відповідає необхідним умовам, оператор відраховує з рахунка абонента-рекламодавця встановлену суму коштів, кодує це повідомлення, тобто присвоює йому відповідний код розділу об'єкту реклами та заносить його у базу даних рекламних повідомлень. Після цього оператор/провайдер телекомунікацій розсилає рекламне повідомлення, яке включає рекламну інформацію і відеозображення рекламного продукту абонентам-одержувачам рекламних повідомлень. При цьому абонент-одержувач рекламних повідомлень для отримання необхідної рекламної інформації звертається до оператора/провайдера телекомунікацій, який визначає код потрібної абоненту телекомунікаційної мережі інформації по тематиках і надсилає абоненту потрібну йому рекламну інформацію.