



УКРАЇНА

(19) UA (11) 31270 (13) U
(51) МПК (2006)
G09F 27/00МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ
І НАУКИ УКРАЇНИДЕРЖАВНИЙ ДЕПАРТАМЕНТ
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ
ВЛАСНОСТІОПИС
ДО ПАТЕНТУ
НА КОРИСНУ МОДЕЛЬвидається під
відповідальність
власника
патенту

(54) ІНФОРМАЦІЙНО-РЕКЛАМНИЙ ПРИСТРІЙ

1

2

(21) u200801879

(22) 13.02.2008

(24) 25.03.2008

(46) 25.03.2008, Бюл. № 6, 2008 рік

(72) ДАНИЛОВ КИРИЛО ФЕЛІКСОВИЧ, UA

(73) ДАНИЛОВ КИРИЛО ФЕЛІКСОВИЧ, UA

(56)

(57) Інформаційно-реklamний пристрій, що містить дисплей, в корпусі якого розташований керуючий

блок, що формує інформацію на екрані дисплея, приймальний блок і комп'ютерний блок, який відрізняється тим, що дисплей виконаний у вигляді плоского екрана і забезпечений сенсором руху, а комп'ютерний блок забезпечений модемом для забезпечення безпроводного керування пристроєм з технічно видаленого центру.

Корисна модель належить до області інформаційно-реklamного обслуговування і інформування населення про послуги та товари народного споживання, зокрема до пристроїв для електронної візуальної реклами на моніторах.

В даний час існує велика кількість різних інформаційно-демонстраційних пристроїв, орієнтованих на різні сегменти рекламного бізнесу: радио-реклама, телевізійна реклама, реклама на світлових табло або на дисплеях універсальних комп'ютерів.

Кожна область реклами базується на різних принципах і має різну технічну базу, які встановлюють певні вимоги як до конструкції рекламних пристроїв, так і до самої рекламної продукції.

Так наприклад, реклама на міських світлових табло, які забезпечені каскадами посилення для управління світловими елементами, орієнтована в основному на статичність змінюваних зображень і роботу з людьми, що знаходяться в русі на значному від них видаленні (10-100м).

При використанні світлового табло на відстанях менше 10м виникають проблеми дискретизації зображень, які на такій відстані виглядають грубими і схемними. Крім того, на світлових табло не можна демонструвати предмети з дрібними деталями, зображення яких втрачається на світлодіодах.

Пристрої для Інтернет-реклами дозволяють демонструвати предмети з дрібними деталями, проте вони орієнтовані на користувача, що статично сидить безпосередньо перед монітором, активно працює з клавіатурою і комп'ютерною

мишею, і припускають передачу рекламної інформації у вигляді роликів із зображенням, що динамічно змінюється, і сюжетом.

Найбільш близьким за технічною суттю і результатом, що досягається, є інформаційно-реklamний пристрій, що призначений для торгових залів, та включаючий дисплей, в корпусі якого розташований управляючий блок, формуючий інформацію на екрані дисплея, приймальний блок і комп'ютерний блок [п. США №5134716 «Спосіб рекламування товарів і пристрій для його здійснення», G09F27/00].

Відомий пристрій дозволяє створювати зображення, що включає рекламу товару або послугу і відображати елементи створеного зображення на дисплеї універсального комп'ютера, а також здійснювати звуковий супровід зображення.

Недоліком відомого пристрою є невисока ефективність рекламної дії, обумовлена невисокою ефективністю управління процесом передачі і відтворення рекламної інформації.

В основу цієї корисної моделі поставлена задача створення такого інформаційно-реklamного пристрою, застосування якого дозволяло б підвищити ефективність рекламної дії за рахунок підвищення ефективності управління процесом передачі і відтворення рекламної інформації.

Поставлена задача вирішується тим, що в інформаційно - рекламному пристрої, що включає дисплей, в корпусі якого розташований управляючий блок, що формує інформацію на екрані дисплея, приймальний блок і комп'ютерний

(19) UA (11) 31270 (13) U

блок, згідно корисної моделі, дисплей виконаний у вигляді плоского екрану і забезпечений сенсором руху, а комп'ютерний блок забезпечений модемом для забезпечення безпроводного управління пристроєм з технічно видаленого центру.

Наявність сенсора руху дозволяє забезпечити інтерактивний зв'язок із споживачем рекламної продукції і активізувати робочий стан інформаційно - рекламного пристрою у момент наближення до нього людини.

Наявність модему забезпечує можливість безпроводного управління пристроєм з технічно видаленого центру.

Таким чином, застосування сукупності ознак, що заявляється, дозволяє підвищити ефективність управління процесом передачі і відтворення рекламної інформації, що у свою чергу дозволяє підвищити ефективність рекламної дії в цілому.

Надалі, корисна модель пояснюється докладним описом її виконання з посиланнями на креслення, на якому схематично представлено інформаційно - рекламний пристрій.

Інформаційно-реklamний пристрій, включає дисплей 1, в корпусі якого розташований управляючий блок 2, що формує інформацію на екрані дисплея, приймальний блок 3 і комп'ютерний блок 4. Дисплей 1 виконаний у вигляді вертикального плоского рідкокристалічного або плазмового екрану, максимально пристосованого для передачі рекламної інформації, і має прозоре захисне покриття.

Дисплей 1 додатково забезпечений сенсором 5 руху, за допомогою якого можна регулювати гучність звукового супроводу реклами у момент наближення до нього людини.

Комп'ютерний блок 4 містить модем 6, який забезпечує можливість отримання інформації, сформованої у видаленому центрі, а також забезпечує можливість видаленого контролю за роботою дисплеїв, а також головний пульт 7, блок 8 пам'яті, інтерфейс 9 і вінчестер 10, які забезпечують можливість управління дисплеєм, передачу інформації, а також збереження її на жорсткому диску.

Приймальний блок 3 оснащений інфрачервоним приймачем і акустичною системою (на схемі не показані), які забезпечують можливість звукового супроводу рекламної продукції.

В умовах галасливого і багатолюдного торгового залу при наближенні покупця до дисплею 1, сенсор 5 руху передає сигнал в приймальний блок 3 на акустичну систему і по команді з управляючого блоку 2, гучність звуку зростає.

Інформаційно-реklamний пристрій, що заявляється, орієнтований на відвідувачів магазинів і торгових центрів, і має діапазон найбільш ефективної рекламної дії від 1 до 10 метрів.

Крім того, застосування пристрою, що заявляється, забезпечує можливість повного збігу реклами і місця продажу конкретного товару. Цей результат досягається за рахунок того, що рекламну інформацію про товар або послугу

формують у віддаленому від місця продажу центрі, в якому зосереджена інформація про всіх, що є в наявності, товарах і передають її на комп'ютер кожного торгового центру, а потім відтворюють на дисплеях, розміщених у полі зору покупців.

Управляюча програма забезпечує відтворення рекламної інформації відразу на декількох дисплеях.

Найбільш ефективне використання інформаційно-реklamного пристрою в закритих приміщеннях, наприклад у вітринах магазинів або в торгових центрах.

Застосування технічного рішення, що заявляється, дозволяє легко міняти рекламований об'єкт, а також дозволяє створювати рекламне зображення практично будь-яких послуг і товарів, які можуть мати змінений масштаб і відображатися динамічно в процесі їх функціонування або демонстрації.

Крім того, інформаційно-реklamний пристрій, що заявляється, дозволяє відображати на екрані дисплея предмети з дрібними деталями, при цьому виключається необхідність спеціальної охорони таких об'єктів, як ювелірні прикраси, що є значною перевагою використання даного технічного рішення в умовах сучасного торгового центру.

Швидкість зміни або зміна зображення на екрані дисплея варіюється в широких межах і обумовлена загальним рекламно-оформлювальним задумом. Граничним випадком може бути демонстрація картинки із статичним зображенням.

Інформаційно-реklamний пристрій, що заявляється, є простим, надійним і зручним в експлуатації, і може бути серійно виготовлено в умовах сучасного промислового виробництва з використанням стандартних матеріалів, вузлів і комплектуючих.

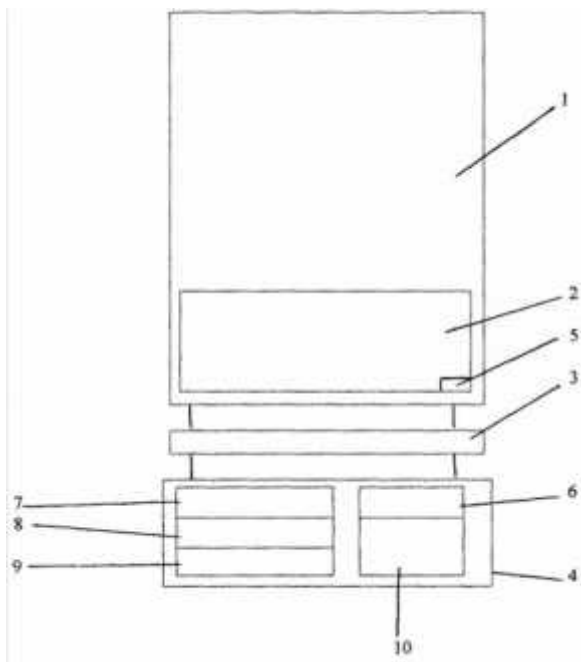


Fig.