



ДЕРЖАВНА СЛУЖБА  
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ  
ВЛАСНОСТІ  
УКРАЇНИ

УКРАЇНА

(19) **UA** (11) **77737** (13) **U**  
(51) МПК (2013.01)  
**G09F 19/00**

## (12) ОПИС ДО ПАТЕНТУ НА КОРИСНУ МОДЕЛЬ

(21) Номер заявки:	<b>u 2012 09657</b>	(72) Винахідник(и):	<b>Чуприна Ілля Вікторович (UA)</b>
(22) Дата подання заявки:	<b>09.08.2012</b>	(73) Власник(и):	<b>Чуприна Ілля Вікторович,</b>
(24) Дата, з якої є чинними права на корисну модель:	<b>25.02.2013</b>		вул. Самойленко, 49, м. Боярка, Києво-Святошинський район, 08150 (UA)
(46) Публікація відомостей про видачу патенту:	<b>25.02.2013, Бюл.№ 4</b>	(74) Представник:	<b>Ортинська Марія Юріївна, реєстр. №358</b>

## (54) СПОСІБ ПОШИРЕННЯ РЕКЛАМНО-ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОВІДОМЛЕНЬ

### (57) Реферат:

Спосіб поширення рекламно-інформаційних повідомлень включає формування бази даних абонентів і масове розсилання рекламно-інформаційних повідомлень на кінцеві пристрої абонентів з використанням телекомунікаційних засобів зв'язку, створення бази даних інформаційних повідомлень для розсилки абонентам, збереження баз даних абонентів та інформаційних повідомлень на центральному сервері інформаційної системи, який зв'язаний з операторами мобільного та національного зв'язку. Розміщують рекламу в засобах реклами з пропозицією надання додаткової послуги щодень отримувати рекламно-інформаційне повідомлення, яке надсилає центральний сервер інформаційної системи через операторів зв'язку і яке містить інформацію пізнавального характеру. У разі згоди абонент надсилає оператору зв'язку SMS-повідомлення або телефонує на наперед визначений номер про згоду отримання цієї послуги щодень за додаткову щомісячну плату, яку знімають з балансу абонента на користь оператора зв'язку, та свої дані, дане повідомлення обробляють на центральному сервері інформаційної системи, дані про абонента заносять в базу даних.

UA 77737 U



Корисна модель належить до способів надання рекламно-інформаційних послуг широкому колу абонентів і може бути використана для оперативного розповсюдження рекламної інформації і надання додаткової корисної та пізнавальної інформації споживачам.

Відомий спосіб надання інформаційних послуг (Патент України № 40677, МПК G09F 19/00, опубл. 27.04.2009, Бюл. № 8, 2009 р.), який включає формування бази даних абонентів, збирання інформації і масове розсилання інформаційних повідомлень на кінцеві пристрої абонентів з використанням телекомунікаційних засобів зв'язку, в якому базу даних абонентів формують шляхом опитування, яке включає анкетування та тестування, з кожним абонентом укладають договір про надання інформаційних послуг, після чого розподіляють абонентів на групи за напрямком їх інтересів, збирають інформацію для кожної із груп і надають кожному абоненту ту інформацію, яка відповідає колу його інтересів, шляхом розсилання SMS- або MMS-повідомлень на кінцеві пристрої абонентів у обумовлений договором час. Даний спосіб не передбачає формування бази даних рекламодавців, які зацікавлені для надання інформації про свої товари/послуги, яка би була включена при розсилці в SMS- або MMS-повідомлення на кінцеві пристрої абонентів. Крім того, формування бази даних абонентів здійснюється шляхом опитування, що включає анкетування та тестування, що приводить до введення в базу даних абонентів малої кількості членів, так як не всі потенційні абоненти хочуть (мають час) заповнювати анкету з багатьма питаннями або відповідати на тести з багатьма питаннями в мережі і відсилати по мережі Інтернет.

Відомий спосіб організації реклами (Патент України № 45230, МПК G09F 19/00, опубл. 26.10.2009, Бюл. № 20, 2009 р.), який вибраний за прототип, що включає формування бази даних абонентів і масове розсилання рекламних повідомлень рекламодавців на кінцеві пристрої абонентів з використанням телекомунікаційних засобів зв'язку, в якому оператор телекомунікаційних засобів зв'язку створює базу даних рекламних повідомлень для розсилки абонентам, розсилає абонентам SMS-повідомлення, розміщує рекламу в засобах реклами з пропозицією надання додаткової послуги, замість сигналів з'єднання встановити трансляцію рекламного повідомлення, у разі згоди, абонент надсилає оператору SMS-повідомлення про згоду одержання цієї послуги та оператор підключає абонента до бази даних рекламних повідомлень, при цьому абонент отримує бонуси від рекламодавця за цю послугу. Недоліком даного способу є те, що рекламні повідомлення транслюються замість гудків сигналу з'єднання, не кожен абонент буде таку рекламу вислуховувати до кінця. Крім того, даний спосіб не передбачає формування бази даних рекламодавців, тобто, даний спосіб є малоефективний і має обмежені функціональні можливості.

В основу корисної моделі поставлено задачу вдосконалити відомий спосіб надання інформаційних послуг та розширити його функціональні можливості, в якому шляхом конструктивно-функціональних та програмних змін забезпечується автоматичний вибір інформаційних повідомлень з бази даних центрального сервера інформаційної системи, додавання в них рекламної інформації та передача даних повідомлень на кінцеві пристрої абонентів.

Поставлена задача вирішується тим, що запропоновано спосіб поширення рекламно-інформаційних повідомлень, що включає формування бази даних абонентів і масове розсилання рекламно-інформаційних повідомлень на кінцеві пристрої абонентів з використанням телекомунікаційних засобів зв'язку, створення бази даних інформаційних повідомлень для розсилки абонентам, збереження баз даних абонентів та інформаційних повідомлень на центральному сервері інформаційної системи, який зв'язаний з операторами мобільного та національного зв'язку, згідно з корисною моделлю, розміщують рекламу в засобах реклами з пропозицією надання додаткової послуги щодень отримувати рекламно-інформаційне повідомлення, яке надсилає центральний сервер інформаційної системи через операторів зв'язку і яке містить інформацію пізнавального характеру, а саме цитати відомих та успішних людей в різних сферах життя, у разі згоди абонент надсилає оператору зв'язку SMS-повідомлення або телефонує на наперед визначений номер про згоду отримання цієї послуги щодень за додаткову щомісячну плату, яку знімають з балансу абонента на користь оператора зв'язку, та свої дані, дане повідомлення обробляють на центральному сервері інформаційної системи, дані про абонента заносять в базу даних, причому ці дані включають номер телефону та присвоєний центральним сервером індивідуальний код, одночасно розміщують рекламу в засобах реклами з пропозицією надання додаткової послуги для виробників товарів послуг, яка полягає в тому, що їх реклама буде включена в рекламно-інформаційне повідомлення, яке надсилає центральний сервер інформаційної системи через операторів зв'язку щодень абонентам, у разі згоди рекламодавець надсилає оператору зв'язку SMS-повідомлення про згоду рекламування своїх товарів/послуг за додаткову щомісячну плату на користь оператора

зв'язку та свої дані, дане повідомлення обробляють на центральному сервері, дані про рекламодавця заносять в нову додатково створену базу даних рекламодавців, причому ці дані включають назву фірми/підприємства, рекламований товар/послуга, номер телефону, E-mail та присвоєний центральним сервером індивідуальний код, після чого на центральному сервері інформаційної системи автоматично формують повідомлення, які містять інформацію пізнавального характеру з бази даних інформаційних повідомлень та рекламу певного товару/послуги з бази даних рекламодавців, надсилають щодень сформовані повідомлення на кінцевий пристрій кожного абонента у вигляді SMS- або MMS-повідомлень або електронних листів, у випадку, якщо термін оплати за отримання рекламно-інформаційних повідомлень абонентом закінчився, то даний абонент не отримує такі повідомлення, а у випадку, якщо термін оплати за включення реклами в рекламно-інформаційне повідомлення закінчився, то дана реклама товару/послуги не буде включена в таке повідомлення.

Крім того, абонент або рекламодавець надсилає на центральний сервер інформаційної системи повідомлення, в якому сказано, що він відмовляється від даної послуги, повідомлення обробляється і в результаті обробки даний абонент або рекламодавець видаляється з відповідних баз даних центрального сервера інформаційної системи.

Використання в запропонованому способі центрального сервера інформаційної системи, який має обчислювальні засоби і засоби зберігання даних в базах даних, механізм для обробки повідомлень, які надходять від абонентів та рекламодавців, з занесенням даних про абонента або рекламодавця в відповідні бази даних або виключення з відповідних баз даних дані про абонента або рекламодавця, механізм формування рекламно-інформаційного повідомлення з інформацією пізнавального характеру та додавання в таке повідомлення реклами товарів/послуг рекламодавця, механізм надсилання сформованих повідомлень на кінцеві пристрої абонентів через оператора зв'язку дає змогу автоматично щодень надсилати абонентам рекламно-інформаційні повідомлення у вигляді SMS- або MMS-повідомлень або електронних листів.

Запропонований спосіб реалізують наступним чином.

На центральному сервері інформаційної системи створюють базу даних інформаційних повідомлень, в яку заносять інформацію пізнавального характеру, а саме цитати відомих та успішних людей в різних сферах життя. Наприклад такі цитати:

1. "Є тільки два способи прожити життя. Перший ніби чудес не існує. Другий - ніби кругом одні чудеса!" Альберт Ейнштейн.

2. Дійте негайно!

"Якщо ви хочете зробити щось велике в один прекрасний день, пам'ятайте: один прекрасний день - це сьогодні". Джордж Лукас.

3. Вірте в свій успіх всупереч усьому!

"Є тільки два способи прожити життя. Перший - ніби чудес не існує. Другий - ніби кругом одні чудеса!" Альберт Ейнштейн.

4. Щоранку я дивився на себе в дзеркало і питаю: "Якщо б сьогодні був останній день мого життя, хотів би я займатися тим, чим я займаюся сьогодні? І якщо відповідь протягом багатьох днів поспіль буде "ні" - я знаю, що мені потрібно щось змінювати". Стів Джобс.

5. Ніколи не опускайте руки!

"Наш великий недолік в тому, що ми надто швидко опускаємо руки. Найбільш вірний шлях до успіху - весь час пробувати ще один раз". Томас Едісон.

6. "Найкраща робота - це високооплачуване хобі". Генрі Форд.

7. "Тільки той може зробити неймовірне, хто бачить невидиме". Вольфганг фон Гете.

8. Уолт Дісней був звільнений з газети за браком ідей, Менделєєв мав трійку з хімії, Ейнштейн не говорив до чотирьох років, його вчитель характеризував, як розумово відсталого людини. Згадай про це, коли тобі здається, що в тебе нічого не виходить.

9. "Якщо ви вважаєте, що навчання коштує дорого, спробуйте дізнатися, скільки коштує невігластво". Роберт Кійосакі.

10. "Все в наших руках, тому їх не можна опускати". Коко Шанель.

11. "Невдача - це просто можливість почати знову, але вже більш мудро". Генрі Форд.

В засобах масової інформації (ЗМІ, Інтернет і т.д.) розміщують рекламу з пропозицією надання додаткової послуги щодня отримувати рекламно-інформаційне повідомлення, наприклад такого змісту:

"Шановні користувачі мобільного зв'язку та Інтернету!

Пропонуємо Вам підключитися до нової послуги" Щодень отримуй позитив"! Ви щодень будете отримувати SMS- або MMS-повідомлення або електронний лист з інформацією, яка підніме Вам настрій, віру в успіх, у власну сили, зарядить позитивом. Щомісячна плата

становить \* грн. Щоб приєднатися до нас відправ SMS-повідомлення з своїми даними на номер телефону \*\*\* \*\* \* або телефонуй на номер \*\*\* \*\* \*".

Той, хто вирішив отримувати таку додаткову послугу, відсилає на вказаний номер SMS-повідомлення, наприклад, з своєю електронною адресою або телефонує на вказаний номер і дає згоду на отримання цієї послуги. Отримане повідомлення (дзвінок) обробляються на центральному сервері, дані по абонента заносяться в базу даних абонентів, кожному абоненту засоби центрального сервера присвоюють індивідуальний код. По індивідуальному коду здійснюється перевірка прав абонента на отримання повідомлень, статистичний аналіз та формування щодень нового інформаційного повідомлення. Також, індивідуальний код та номер телефону абонента інформаційна система повідомляє оператора мобільного або національного зв'язку.

Крім того, одночасно в засобах масової інформації (ЗМІ, Інтернет і т.д.) розміщують рекламу з пропозицією надання додаткової послуги для всіх виробників товарів/послуг для включення їх реклами в рекламно-інформаційні повідомлення, які автоматично надсилаються щодень на мобільні телефони багатьом абонентам операторів мобільного або національного зв'язку або на електронну пошту користувачів Інтернету.

Компанія, яка погодилась на участь в даній послугі, відправляє на вказаний телефон SMS-повідомлення, наприклад, з вказаною назвою своєї компанії. Отримане повідомлення обробляється на центральному сервері, дані про компанію-рекламодавця заносяться в базу даних рекламодавців, кожному рекламодавцю засоби центрального сервера присвоюють індивідуальний код. По індивідуальному коду здійснюється перевірка прав рекламодавця на включення його реклами в інформаційне повідомлення. А такі права настають тоді, коли рекламодавець сплатив кошти за дану послугу. Також, по індивідуальному коду здійснюють статистичний аналіз, наприклад, кількості наданої реклами по певному товару за певний проміжок часу.

Після того, як абонент оплатив запропоновану послугу, йому на мобільний телефон або ПК щодень надходять SMS- або MMS-повідомлення або електронний лист з інформацією рекламно-інформаційного змісту.

Наприклад, такого: "Є тільки два способи прожити життя. Перший - ніби чудес не існує. Другий - ніби кругом одні чудеса!" (Альберт Ейнштейн). З думкою про Вас ТОВ "XXX".

Використання запропонованого способу поширення рекламно-інформаційних повідомлень має такі переваги: для рекламодавців:А

- масовість надання реклами;
- високий ступінь сприйняття їх реклами (так як інформація, яка є в повідомленнях буде позитивно впливати на щоденний настрій абонентів, то їм легко сприйняти та запам'ятати рекламу компанії, яка бажає їм успіху;
- персональне звертання до абонента, що сприяє кращому запам'ятовуванню рекламних пропозицій;
- дозволяє проводити аналіз ефективності розповсюджуваної реклами;
- можливість локального надсилання реклами (вибір міста, області, в якій знаходяться абоненти, тощо).

для оператора, що надає послугу:

- збільшення доходу (за рахунок коштів, що сплачуватиме рекламодавець за рекламні послуги, що надає оператор та за рахунок коштів, які платить абонент за отримання такої послуги);
- залучення нових абонентів (абоненти зацікавлені отримувати такі повідомлення);
- залучення до співпраці великої кількості рекламодавців. Запропонований спосіб може бути здійснений з використанням відомого устаткування, призначеного для здійснення зв'язку та обміну даними, що підтверджує його промислову придатність.

#### ФОРМУЛА КОРИСНОЇ МОДЕЛІ

1. Спосіб поширення рекламно-інформаційних повідомлень, що включає формування бази даних абонентів і масове розсилання рекламно-інформаційних повідомлень на кінцеві пристрої абонентів з використанням телекомунікаційних засобів зв'язку, створення бази даних інформаційних повідомлень для розсилки абонентам, збереження баз даних абонентів та інформаційних повідомлень на центральному сервері інформаційної системи, який зв'язаний з операторами мобільного та національного зв'язку, який **відрізняється** тим, що розміщують рекламу в засобах реклами з пропозицією надання додаткової послуги щодень отримувати рекламно-інформаційне повідомлення, яке надсилає центральний сервер інформаційної

системи через операторів зв'язку і яке містить інформацію пізнавального характеру, а саме цитати відомих та успішних людей в різних сферах життя, у разі згоди абонент надсилає оператору зв'язку SMS-повідомлення або телефонує на наперед визначений номер про згоду отримання цієї послуги щодень за додаткову щомісячну плату, яку знімають з балансу абонента на користь оператора зв'язку, та свої дані, дане повідомлення обробляють на центральному сервері інформаційної системи, дані про абонента заносять в базу даних, причому ці дані включають номер телефону та присвоєний центральним сервером індивідуальний код, одночасно розміщують рекламу в засобах реклами з пропозицією надання додаткової послуги для виробників товарів/послуг, яка полягає в тому, що їх реклама буде включена в рекламно-інформаційне повідомлення, яке надсилає центральний сервер інформаційної системи через операторів зв'язку щодень абонентам, у разі згоди рекламодавець надсилає оператору зв'язку SMS-повідомлення про згоду рекламування своїх товарів/послуг за додаткову щомісячну плату на користь оператора зв'язку та свої дані, дане повідомлення обробляють на центральному сервері, дані про рекламодавця заносять в нову додатково створену базу даних рекламодавців, причому ці дані включають назву фірми/підприємства, рекламований товар/послуга, номер телефону, E-mail та присвоєний центральним сервером індивідуальний код, після чого на центральному сервері інформаційної системи автоматично формують повідомлення, які містять інформацію пізнавального характеру з бази даних інформаційних повідомлень та рекламу певного товару/послуги з бази даних рекламодавців, надсилають щодень сформовані повідомлення на кінцевий пристрій кожного абонента у вигляді SMS- або MMS-повідомлень або електронних листів, у випадку, якщо термін оплати за отримання рекламно-інформаційних повідомлень абонентом закінчився, то даний абонент не отримує такі повідомлення, а у випадку, якщо термін оплати за включення реклами в рекламно-інформаційне повідомлення закінчився, то дана реклама товару/послуги не буде включена в таке повідомлення.

2. Спосіб за п. 1, який **відрізняється** тим, що абонент або рекламодавець надсилає на центральний сервер інформаційної системи повідомлення, в якому сказано, що він відмовляється від даної послуги, повідомлення обробляється, і в результаті обробки даний абонент або рекламодавець видаляється з відповідних баз даних центрального сервера інформаційної системи.

---

Комп'ютерна верстка Л.Литвиненко

---

Державна служба інтелектуальної власності України, вул. Урицького, 45, м. Київ, МСП, 03680, Україна

---

ДП "Український інститут промислової власності", вул. Глазунова, 1, м. Київ – 42, 01601